Kraków, 7.10.2015 r.

*Informacja prasowa*

# Długie godziny bez kaszlu w kampanii DexaPico

**Wystartowała kampania tv syropu na kaszel DexaPico. W nowym spocie producent podkreśla kluczowy benefit – długość działania. Kampania to kolejny efekt współpracy Polpharmy z Agencją Opus B.**

Suchy, męczący kaszel to nieprzespana, męcząca noc dla dziecka. Nowa kampania DexaPico pokazuje jednak, że scenariusz wieczoru może być zupełnie inny. Spot DexaPico utrzymany jest w spokojnej konwencji – w odróżnieniu do innych leków w tej kategorii, nie epatuje problemem, lecz skupia się na jego rozwiązaniu.

Kampania podkreśla główne benefity marki – syrop DexaPico działa długo, sprawiając, że chore dziecko spokojnie przesypia całą noc. Rodzinny, dziecięcy i ciepły spot kierowany jest do mam i ma na celu wzmocnienie wizerunku marki DexaPico jako skutecznego eksperta od suchego kaszlu i podkreślenie, że żaden preparat na rynku nie działa dłużej.

Kampania ruszyła 5 października. Stworzone na potrzeby kampanii spoty zostaną wyemitowane w największych stacjach telewizyjnych. Za produkcję odpowiada studio filmowe Dynamo, media zaplanował i zakupił dom mediowy Mediacom.

**Spot dostępny na kanale Vimeo Opus B:** [**https://vimeo.com/141412501**](https://vimeo.com/141412501)

**Kontakt dla mediów:**

Matylda Czesak

PR & Social Media Manager

kom. 604 086 891

e-mail: [matylda.czesak@opusb.pl](mailto:matylda.czesak@opusb.pl)