**#WeźŁyka z Nestlé Pure Life**

**Jak przekonać nastolatka, że picie wody jest fajne? Jak zaprojektować butelkę wody, która już na sklepowej półce przyciągnie uwagę młodzieży? Te pytania określały wyzwanie projektowe, które Nestlé Pure Life postawiło przed zespołem HiBrands.**

"W tym roku wprowadziliśmy do sprzedaży nowy wariant butelki Nestlé Pure Life dedykowany nastolatkom. 1L to intuicyjna pojemność – łatwo zapamiętać, że wypijanie dwóch takich butelek zaspokaja dzienne zapotrzebowanie młodego organizmu na wodę. Litrowa butelka bez problemu zmieści się też w plecaku, czy modnej torebce, a wygodna sportowa zakrętka ułatwia regularne korzystanie z wody, nawet w biegu"– wyjaśnia Dorota Bud-Gusaim, Brand Manager marki Nestlé Pure Life

**Jak jednak przekonać młodego człowieka by chętniej niż po modny, kolorowy napój sięgnął po butelkę z wodą?**

"Postawiliśmy na autentyzm. Chcieliśmy stworzyć projekt, do którego łatwo będzie się młodym ludziom odnieść. Maraton serialowy, ulubiona gra na konsoli czy długi dzień w szkole odmierzany przybijaniem piątek, to kilka charakterystycznych okoliczności z życia młodzieży, gdy woda Nestlé Pure Life powinna im towarzyszyć. Uczyniliśmy je główną tematyką etykiet i objęliśmy całość kreatywną ideą #WeźŁyka. Oczywiście, forma graficzna oraz szczerość wyrazu były równie istotne. Projektowaliśmy z myślą o tym, by młodemu człowiekowi łatwiej było się odnieść do tego, co proponuje marka i poczuć się przez nią zauważonym"- mówi Paweł Frej, General Creative Director w HiBrands

Projekt #WeźŁyka to najnowszy przykład działań Nestlé Pure Life na rzecz kształtowania zdrowych nawyków u młodych konsumentów. Zespół HiBrands stworzył jego ideę i zaprojektował opakowania linii produktowej.

"Kolorowe i atrakcyjne dla nastolatków etykiety, z wyrazistym hasłem #WEŹŁYKA, zachęcają młodzież do częstego sięgania po litrowe butelki Nestlé Pure Life, tym samym wpisują się w misję marki ucząc młodych ludzi zdrowych nawyków picia wody"- ocenia Dorota Bud-Gusaim.

Butelki z trzema naszymi projektami etykiet są już dostępne w sklepach.