

Navijačka Lino Lada među globalnim brendovima na Times Squareu

U jeku Svjetskog nogometnog prvenstva, hrvatski brend Lino Lada našao se među vodećim svjetskim brendovima na jednom od najpoznatijih oglašivačkih prostora na svijetu, na legendarnom Times Squareu u New Yorku.

Na velikom digitalnom ekranu emitira se razigrana animacija u kojoj teglice Lino Lade različitih okusa „igraju nogomet“, čime se na kreativan i emotivan način povezuju omiljeni proizvodi i univerzalni jezik sporta. Ova dinamična i vizualno atraktivna priča privlači pažnju tisuća prolaznika svakoga dana, dodatno naglašavajući prepoznatljivost brenda na globalnoj razini.

Oglašavanjem na jednoj od najfrekventnijih lokacija svijeta dodatno se učvršćuje međunarodna pozicija Lino Lade, omiljenog kremnog namaza u Hrvatskoj, koji istovremeno bilježi kontinuirani rast na brojnim europskim i drugim inozemnim tržištima. Time se Lino Lada pridružila Vegeti, koja je na istoj lokaciji bila predstavljena u listopadu 2025., a obje kampanje potvrđuju ambiciju Podravke da svoje proizvode približi potrošačima diljem svijeta.

“Ovom kampanjom želimo dodatno osnažiti međunarodnu prepoznatljivost brenda te istaknuti vrijednosti koje dijele i sport i Lino Lada, a to su optimizam, zajedništvo i uživanje u malim trenucima koji okupljaju ljude. Pojavljivanje Lino Lade na Times Squareu za nas predstavlja još jednu potvrdu snage i prepoznatljivosti brenda koji generacijama zauzima posebno mjesto među potrošačima. U vrijeme kada je pozornost milijuna ljudi usmjerena prema Svjetskom nogometnom prvenstvu, željeli smo na kreativan način povezati univerzalnu strast prema sportu s proizvodom koji mnogima budi osjećaj doma i zajedništva”, rekao je Kristijan Božić, direktor Poslovnog programa Žitarice, slatko i snack.

Lino Lada se ovom kampanjom simbolično pridružuje navijanju za hrvatsku nogometnu reprezentaciju na Svjetskom nogometnom prvenstvu kojem su domaćini SAD, Kanada i Meksiko. Upravo u vrijeme kada New York posjećuju brojni turisti iz Hrvatske, Europe i cijelog svijeta, prisutnost brenda na Times Squareu dobiva dodatnu dimenziju i emocionalnu povezanost s navijačkom atmosferom.