



# Julie's

SIARAN MEDIA

## JOM REHAT, JOM #TAKE25

Julie's memperjuangkan kepentingan waktu rehat melalui kempen kesedaran kesihatan mental

**Kuala Lumpur 7 November 2022** – Julie's hari ini mengumumkan pelancaran kempen #Take25 yang bertujuan untuk menarik focus kepada kepentingan kesihatan mental dan menggesa orang ramai untuk #Take25 dalam rutin harian yang sibuk untuk berehat. Kempen ini berharap untuk menggalakkan orang ramai menjaga diri ekoran laporan antarabangsa yang menunjukkan kenaikan tahap keresahan dan kemurungan sebanyak 25 peratus akibat kesan jangka masa panjang wabak Covid-19.<sup>1</sup>

Tzy Horng Sai, Pengarah *Julie's Biscuits* berkata, "Terdapat pelbagai cara untuk orang ramai menjaga kesejahteraan mental mereka. Sebagai pengeluar biskut OAT 25 yang merupakan salah satu pilihan snek yang lebih sihat untuk kebanyakan pelanggan, kami juga ingin menyarankan orang ramai untuk mengambil masa rehat berjadual selain dari menggalakkan amalan pemakanan snek yang sihat sebagai sebahagian daripada amalan kesihatan mereka."

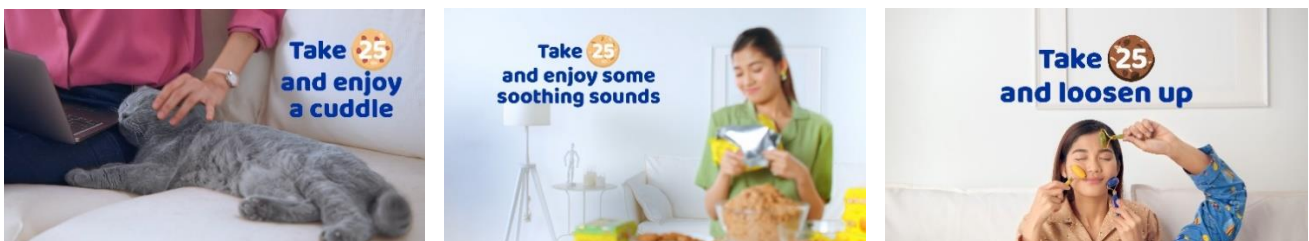
"#Take25 ini diinspirasi dari teknik pomodoro yang kebiasaannya digunakan untuk meningkatkan produktiviti dengan memberi masa untuk fokus dalam selang waktu 25 minit. Sebaliknya, orang ramai boleh menggunakan teknik yang sama untuk relaksasi. Kami ingin menyeru orang ramai untuk #Take25 dan berehat dalam apa jua cara yang membolehkan mereka mengurangkan tekanan atau merasa lebih tenang - sama ada berjalan kaki selama 25 minit ataupun menikmati "simfoni" yang menenangkan apabila mengoyak dan merangup ke dalam pek biskut OAT 25. Kami berharap kempen ini dapat memberi inspirasi kepada orang ramai untuk mencari cara untuk mengutamakan kesejahteraan mental mereka sambil terus menyesuaikan diri dalam menghadapi fasa endemic ini." tambah Sai.

Di peringkat global, kelihatan semakin banyak jenama yang menyahut permintaan pengguna untuk memperjuangkan isu kesihatan mental. Kempen ini berharap dapat mewujudkan satu gerakan di mana orang ramai boleh memainkan peranan untuk menggalakkan komuniti mereka untuk #Take25 dan berehat. Dengan kerjasama agensi kreatif GOVT, kempen ini menampilkan kandungan yang dicipta khas untuk meraikan cara-cara unik orang ramai memilih untuk berehat. Kandungan kempen ini diserlahkan melalui

tiga video berserta gabungan iklan yang ditempatkan di lokasi-lokasi strategik di Malaysia dan Singapura bagi menggalakkan orang ramai untuk #Take25.

“Untuk pelancaran kempen #Take25 Julie’s ini, kami ingin bermain dengan idea dimana seseorang itu patut menyelit waktu-waktu rehat dalam rutin harian mereka. #Take25 mengingatkan kita untuk mengambil langkah bagi menjauhi aspek negatif harian dan memberi fokus pada perkara yang penting – ‘me time’. Setiap orang mempunyai versi ‘me time’ tersendiri dan kempen ini menggalakkan semua orang untuk berehat dengan cara mereka sendiri – walaupun tidak konvensional. Dalam siri video pendek yang kami harap unik ini, kami menunjukkan seorang wanita bekerja pulang dari hari yang sibuk, mencipta detik #Take25-nya yang mungkin agak sedikit pelik tetapi menarik.” Aaron Koh, Rakan Kongsi Kreatif, GOVT.

Untuk mendapat inspirasi tentang cara-cara melepaskan lelah dan merehatkan minda, tontonilah tiga video tersebut dengan mengklik video di dibawah:



Sertailah gerakan kesihatan mental ini dengan mengongsikan detik unik #Take25 anda, serta menggunakan hashtag #Take25 di laman media sosial anda. Untuk mengikuti perkembangan terkini tentang promosi, peraduan dan aktiviti Julie’s, ikuti kami di Facebook di [www.facebook.com/JuliesBiscuits](http://www.facebook.com/JuliesBiscuits) dan Instagram di [www.instagram.com/juliesbiscuits](http://www.instagram.com/juliesbiscuits).

<sup>1</sup> <https://www.who.int/news/item/02-03-2022-covid-19-pandemic-triggers-25-increase-in-prevalence-of-anxiety-and-depression-worldwide>

## JULIES MALAYSIA

### Mengenai Julie’s Biscuits

Julie’s adalah jenama biskut pemenang anugerah yang dijual antarabangsa di 80 negara. Ditubuhkan di Melaka, Malaysia dan dipasarkan sebagai Julie’s sejak 1985, jenama ini telah menjalani kempen penjenamaan semula tonggakannya pada tahun 2020. Julie, ikon yang berambut perang asli, telah diperbaharui untuk menarik minat pengguna masa kini. Julie kini menggayakan rambut ‘bob’ yang lebih pendek, cekak rambut berwarna merah dan biru dan melihat ke hadapan penuh dengan keyakinan, mencipta semula tarikannya dengan pengguna generasi baru. Untuk maklumat lanjut mengenai Julie’s Biscuits, layari <https://www.julies.com.my/>

**Untuk maklumat lanjut, sila hubungi:**

Wang Shu Fen, Bahagian Penjenamaan & Pemasaran

Emel: shufen@julies.com.my | Tel.bimbit: +6016-9654804

Lim De Hui, Bahagian Penjenamaan & Pemasaran

Emel: dhlm@julies.com.my | Tel.bimbit: +6011-2352 3040