

Kampaň Čerstvé jako z Kauflandu letos doplní unikátní televizní spot

22.4.2024 - | Kaufland

Hlavní roli v nové kampani hrají rajčata, jablka, papriky, ředkvičky a hrušky. Krátký spot ukazuje jejich cestu od sklizně, na prodejny až k zákazníkovi domů ve velkém detailu, který podtrhuje čerstvost a svěžest a téměř láká diváka k okamžitému ochutnání.

„Cílem kampaně je i letos vyzvat zákazníky, aby si přišli do Kauflandu pro tu nejčerstvější nabídku ovoce a zeleniny. Během roku u nás mohou pořídit více než 200 druhů ovoce a zeleniny. V sezóně navíc preferujeme naše regionální dodavatele a zákazník si u nás může vybrat ovoce a zeleninu už 48 hodin od sklizně. Všechny plodiny pečlivě vybíráme a kontrolujeme. Díky našim garantům kvality a jejich důkladným kontrolám se ovoce a zelenina vždy dostanou k zákazníkovi v nejčerstvější podobě,“ vysvětluje **marketingová ředitelka Kauflandu Petra Kalužíková**.

„A protože v Kauflandu fungujeme takzvaně v rytmu čerstvosti, chtěli jsme tuto zprávu moderní a hravou formou předat i našim zákazníkům. Proto jsme oslovili režiséra Roberta Hloze a hudebního producenta Jana Šléšku, kteří dokonale vystihli náš rytmus čerstvosti v televizním spotu,“ dodává Kalužíková.

Letošní podobu kampaně **Čerstvé jako z Kauflandu** připravila kreativní agentura VML, pod taktovkou kreativního ředitele Štěpána Kouby, produkci jednotlivých spotů pak měla na starosti agentura Heroes Prague. *„Navázali jsme na loňský koncept, kdy jsme o čerstvosti jen nemluvili, ale nechali jsme ji diváky přímo cítit prostřednictvím lákavých vizuálů a videí podpořených výraznou zvukovou stopou. Z minula jsme si vzali to, co fungovalo nejlépe, a zároveň poodhalili know-how Kauflandu – to, čemu říkáme „rytmus čerstvosti“,“* doplňuje **Štěpán Kouba**.

Režisér Robert Hloz dodává: *„Tohle je óda na čerstvost. Bavilo mě vzít diváky na cestu skrze fantastické světy, do kterých je radost se zakousnout a doufám, že tato vizuální horská dráha diváky nadchne stejně jako mě.“*

Kampaň poběží ve dvou vlnách a zákazníci se s ní mohou setkat ve všech komunikačních kanálech. Delší stopáže spotů budou k vidění v televizi, kratší naopak v online prostředí. Postupně se kampaň objeví také v rádiu, na billboardech, v tištěných médiích a samozřejmě i ve všech prodejnách Kaufland.

Společnost Kaufland má po celé republice 143 prodejen, které nabízí široký sortiment čerstvého **ovoce a zeleniny**, stejně jako celoročně udržitelnou nabídku plodin v **bio** kvalitě. Zákazníci si mohou každý den vybrat **pečivo od lokálních pekařů** nebo využít bohatou nabídku obslužných pultů s čerstvými regionálními i mezinárodními sýry, lahůdkami, masem a uzeninami.

<https://spolecnost.kaufland.cz/pro-novinare/newsroom/2024/duben/kampan-cerstve-jako-z-kauflandu-letos-doplni-unikatni-televizni-spot>