

Z pekárne až na vrchol módy

Datum 8.10.2026
Subjekt Lidl Slovenská republika
Region Slovakia
Kategorie Companies, Retail, Social services

Pravdepodobne najchutnejší módný doplnok roka, nedávno odletel priamo do srdc lifestyleovým nadšencom. Práve počas Parížskych módných dní premenil Lidl stálu klasiku zo svojej pekárenskej sekcie na štýlový kúsok, ktorý jednoducho musíte mať. Počas letu do metropoly módy privítal tento maloobchodný predajca potravín cestujúcich s „NeckCroissantom“. Za týmto názvom sa skrýva cestovný vankúšik na krk navrhnutý tak, aby vyzeral ako ikonický croissant z Lidla - taký realistický, že by sa dal ľahko pomýliť s originálom z pekárne.

Najlepšia správa pre všetkých milovníkov jedla a domácich trendsetterov: Tento virálny kultový vankúšik teraz prichádza aj k vám domov. Zákazníci 25 európskych krajín ho budú môcť získať v celkovom počte 5 000 kusov, pričom aj na Slovensku bude počas októbra o túto limitovanú edíciu cestovných vankúšikov prebiehať súťaž. Vankúšik obsahuje aj špeciálny bonus - digitálny kupón pre aplikáciu Lidl Plus, ktorý je možné uplatniť priamo v predajniach za skutočný, čerstvo upečený croissant.

Najžiadanejšie miesto na oddych počas Fashion Weeku: 45 minút čistej relaxácie

Keďže skutočný relax je počas Fashion Weeku tým najväčším luxusom, Lidl túto akciu rozšíril exkluzívne pre svojich návštevníkov. V Paríži mohli VIP hostia a módne ikony oddychovať s „NeckCroissantom“ pri sledovaní odpočinkového videoklipu. Zlatým klincom po prebudení bol čerstvo upečený, chrumkavý croissant Lidl, ktorý je tou najchutnejšou dávkou energie medzi dvoma módnymi prehliadkami.

Chrumkavá kultová klasika sa spája s digitálnym životným štýlom

Či už ako rýchle raňajky, alebo štýlový snack pre radosť - pult s chrumkavým pečivom patrí medzi absolútne najobľúbenejšie miesta zákazníkov Lidla. Kampaň využíva medzinárodný lesk Fashion Weeku v Paríži na prezentáciu špičkovej kvality, dennej čerstvosti a najlepšej ceny moderným spôsobom. Prostredníctvom úsmevného gadgetu pre životný štýl a integrovaných kupónov v aplikácii, vytvára Lidl dokonalý most z Fashion Weeku cez smartfón priamo k pekárenskej časti v predajni.

„Z obľúbenej legendy našich pekární až po módný doplnok. Náš croissant je dokonalým dôkazom toho, že aj zdanlivo bežné produkty môžu vďaka kreativite prerásť do niečoho výnimočného. Inšpiráciou kampane sa stal práve croissant, keďže reprezentuje to, čo je pre nás najdôležitejšie - čerstvosť a kvalitu za najlepšiu cenu,“ hovorí Katarína Miček, ktorá v Lidli zodpovedá za influencerov a talkability projekty.

Hlavné body kampane v prehľade

- Dôraz na kultový faktor: Kampaň oslavuje tradičnú kvalitu a dennú čerstvosť obľúbených produktov z pultu s pečivom.
- Prvotriedne nakupovanie: Exkluzívne digitálne kupóny v aplikácii Lidl Plus plynulo spájajú

kreatívnu súťaž so skutočným zážitkom z nakupovania v predajni.

- Celoeurópsky módny rozruch: Celkovo 25 krajín Lidla spúšťa kampaň súčasne, čím mení croissant na európsky hit.

<https://spolocnost.lidl.sk/informacie-pre-media/tlacove-spravy/2026/z-pekarne-az-na-vrchol-mody2>