

BILLA synonymem čerstvosti, radosti a prožitku z jídla

4.4.2025 - | BILLA

BILLA nabízí svým zákazníkům více než 1 600 čerstvých produktů. Jen v kategorii ovoce zelenina nabízí svým zákazníkům bezmála 190 produktů, v oblasti pečiva více než 160 a u chlazených výrobků je to přes šest set produktů. Potvrzuje tak, že čerstvost a kvalita je jedním z pilířů nabídky obchodů se žlutobílým logem.

Čerstvost a kvalita nabízených potravin, to jsou atributy, které BILLA svým zákazníkům dlouhodobě nabízí. *„Víme, že na základě studií mají čerstvé a kvalitní potraviny pozitivní vliv na náš organismus, a to nejen na naše tělesné zdraví, ale i na to, jak se celkově cítíme. A naším cílem je prostřednictvím široké nabídky čerstvých a kvalitních potravin dávat lidem příležitost dělat jejich každodenní život šťastnější a radostnější prostřednictvím prožitku z jídla,“* říká Ivana Stará, vedoucí strategického marketingu BILLA Česká republika. Ze studie publikované v roce 2016 v American Journal of Public Health vyplývá, že vůně čerstvého pečiva vyplavuje v lidském těle serotonin, kterému se přezdívá hormon štěstí, pestré barvy ovoce nás podvědomě nabíjejí energií a samotné vaření z čerstvých surovin nás vrací do dětství a k základům spokojeného rodinného života.

„Naším zákazníkům nabízíme tisíce čerstvých produktů dlouhodobě a rozhodli jsme se jim ukázat, jak nám na čerstvosti a kvalitě záleží, a jak širokou nabídku čerstvých produktů BILLA ve svém sortimentu má. Proto jsme odstartovali kampaň, která podtrhuje radost a prožitek z dobrého jídla,“ říká Ivana Stará, vedoucí strategického marketingu BILLA Česká republika a Martin Svetlák, executive creative director agentury McCann Prague, která kampaň zastřešuje, doplňuje: *„Hlavními hrdiny kampaně pro nás od začátku byly samotné čerstvé produkty – když se na ně dobře zadíváte, najdete v nich fascinující barevnost, strukturu i tvary. Při natáčení videospotu jsme použili speciální robotické rameno Bolt, které jim dodalo dynamiku a živost. V minimalistické kombinaci se žlutou jako hlavní barvou značky BILLA pak čerstvost vynikne ještě o to víc.“*

Kampaň odstartovala napříč mediálním prostorem a zákazníci se s ní budou moci setkat nejen prostřednictvím televizních spotů, ale i na sociálních sítích a v printových médiích a OOH.

<http://www.billa.cz/tiskove-zpravy/billa-synonymem-cerstvosti-radosti-a-prozitek-z-jidla>