

Alpro a Ben Cristovao opět ve velkém stylu: Kampaň, která chutná jako sám život

22.5.2025 - | PROTEXT

Chuť, která vás ráno probudí

Alpro ve své nové kampani, která se tentokrát zaměřuje především na podporu bestsellerových sójových alternativ k jogurtům, staví na jednoduchém, ale silném poselství: „Snídej po svém.“ Ranní rituál má každý jiný - a právě taková je i nabídka Alpro. Ať už preferujete šťavnatou brokev, sladkou jahodu, jemné borůvky nebo čistě sójovou variantu, Alpro má něco pro každého.

„Chceme ukázat, že rostlinné alternativy mohou být chutným a hravým zpestřením každodenního jídelníčku. Dnes už nejde jen o to, co jíme, ale proč to jíme. V naší kampani chceme inspirovat lidi, aby jedli podle sebe - bez kompromisů na chuti nebo zdraví. Věříme, že každý by si měl najít ten výrobek, který k němu opravdu sedí. Právě proto je portfolio Alpro tak rozmanité - protože autenticita má víc než jednu příchuť. Doufáme, že si u nás každý najde to svoje,“ vysvětluje Polina Zaysteva, Junior Brand Managerka značky Alpro.

Ben Cristovao: ambasador, který žije to, co zpívá

Ben Cristovao je znovu tváří kampaně - tentokrát však spolupráce přesahuje sociální síť a outdoorové formáty. Alpro se zároveň stává jedním z partnerů jeho největšího koncertu, který se již brzy uskuteční na stadionu v pražském Edenu.

„S Alprem spolupracuji už delší dobu a vážím si, že to neskončilo jen u jedné kampaně. Plant based strava je pro mě přirozenou součástí života, a proto mi dává smysl být součástí značky, která to dělá poctivě, s jasným poselstvím - a hlavně mi chutná,“ říká Ben, který v kampani sděluje: „Ať máš jakékoliv ráno, začni den podle chuti s Alpro.“

„Těším se, že Alpro bude i součástí mého koncertu v Edenu. Hudba je totiž pro mě o emocích a vyjádření sebe sama - a tohle máme s Alpro společné. Na koncertě chystáme něco, co tu ještě nebylo. Třeba Alpro tam bude mít lounge zónu, kde si každý bude moci namíchat drink podle své chuti, odpočinout si, nebo se jen nechat unést atmosférou. Bude to prostor, kde se můžeš cítit sám sebou - a přesně o tom ten večer bude. Bude to jízda!“, dodává s úsměvem.

Hodnoty, které chutnají

Za výběrem Bena Cristovaa jako ambasadora kampaně stojí jasná vize. „Ben je pro nás přirozenou volbou. Ztělesňuje všechny hodnoty, které Alpro zastává - je autentický, je vegan, má silný hlas mezi mladými lidmi a žije to, co říká. Tahle spolupráce není jen o produktech, ale o skutečném propojení hodnot,“ vysvětluje Jana Petrová, Head of Plant-Based Category pro střední a východní Evropu.

Alpro dlouhodobě komunikuje, že cesta k udržitelnějšímu stravování nemusí být o extrémech. Právě naopak - vědomá, postupná rozhodnutí často přinášejí ten největší dopad. „Nechceme nikomu říkat, co má jíst. Místo toho lidi zveme, aby ochutnali a sami se rozhodli, co jim chutná. Právě tento uvolněný přístup dnes oslovuje čím dál více lidí. Říkáme tomu flexitariánství - znamená to jíst více rostlinných jídel, ale bez nátlaku a extrémů. Je to o rovnováze, která dává smysl a dobře chutná,“ dodává Zaysteva.

Kampaň, která se žije

Nová kampaň běží paralelně na sociálních sítích, v outdoorových formátech a na zážitkových eventech v Praze. Alpro se nebojí jít blíž k lidem - a právě skrze přímé zážitky chce ukázat, že rostlinné alternativy mohou oslovit každého. Alpro tak opět potvrzuje, že to s rostlinnou stravou myslí vážně. S chutí, s hodnotami a s lidmi, kteří žijí to, co říkají.

O společnosti

Danone je přední světová potravinářská společnost působící ve třech oblastech zaměřených na zdraví: čerstvé mléčné a rostlinné produkty, balené vody a speciální výživa pro děti a dospělé. V současnosti vlastní nejrozsáhlejší sbírku fermentačních bakterií na světě a jejím dlouhodobým posláním je přinášet zdraví co největšímu počtu lidí prostřednictvím potravin.

Cílem společnosti Danone je inspirovat lidi ke zdravějšímu a udržitelnějšímu stravování a dodržování pitného režimu. Zároveň se zavázala dosahovat měřitelného nutričního, sociálního a společenského dopadu a pozitivně ovlivňovat životní prostředí. Společnost Danone staví svou strategii na obnovení růstu, konkurenceschopnosti a dlouhodobém vytváření hodnot. Do roku 2025 se chce stát jednou z prvních nadnárodních společností, které získají globální certifikaci B Corp™.

S více než 100.000 zaměstnanci po celém světě a produkty prodávanými na více než 120 trzích společnost vygenerovala v roce 2021 tržby ve výši 24,2 miliardy EUR. V současnosti portfolio Danone zahrnuje přední mezinárodní značky (Actimel, Activia, Alpro, Aptamil, Danette, Danio, Danonino, evian, Nutricia, Nutrilon, Volvic ad.). Na českém a slovenském trhu nabízí značky mléčných a rostlinných produktů jako Activia, Actimel, Danette, Kostici a Fantasia, Alpro, ale také produkty dětské výživy Nutrilon a Hami a přípravky klinické výživy značky Nutricia - Nutridrink, Forticare, Cubitan, Nutrison, Neocate a další.

Danone je součástí evropské burzy Euronext Paris a zároveň je kotována na americkém finančním trhu OTCQX prostřednictvím programu ADR (American Depositary Receipt). Je zahrnuta do předních udržitelných akciových indexů včetně indexů spravovaných společnostmi Vigeo Eiris a Sustainalytics, stejně jako do Ethibel Sustainability Index, MSCI ESG Index, řady indexů FTSE4Good, Bloomberg Gender Equality Index a Access to Nutrition Index.

<https://www.ceskenoviny.cz/tiskove/zpravy/alpro-a-ben-cristovao-opet-ve-velkem-stylu-kampan-ktera-chutna-jako-sam-zivot/2676860>