
Żabka nawiązuje współpracę z marką Żywiec. Już wkrótce nowy spot reklamowy z Vito Bambino!

Żabka podjęła współpracę z marką Żywiec w związku z nadchodzącą trasą Męskie Granie. Z tej okazji partnerzy zaskakują innowacyjną kreacją marketingową z udziałem związanego z żywieckim projektem Vito Bambino. W jednym ze spotów reklamowych, który pojawił się w social mediach, Vito śpiewa wspólnie z kasjerką z Żabki fragment piosenki „Maj”. Jednocześnie sieć zachęca swoich klientów, będących użytkownikami Żabki, do udziału w loterii, w ramach której mogą oni wygrać bilety na kultową już trasę koncertową Męskie Granie. Żabka przygotowała także ofertę specjalną – „Zestaw na Bifor”, czyli nowe panini z gyrosem roślinnym oraz piwem Żywiec dostępne w wyjątkowej cenie 10 zł za zestaw.

– Naszą komunikację charakteryzuje niekonwencjonalny sposób, w jaki opowiadamy o codzienności. W ten sposób skradliśmy serca odbiorców. Jesteśmy wiarygodni, ponieważ opieramy się na sytuacjach, które wywołują lekki uśmiech, którego wszyscy potrzebujemy. Opracowany koncept daje elastyczność, możemy więc wspólnie z naszymi dostawcami tworzyć innowacyjne kreacje, zapraszając znane i lubiane osoby publiczne. Tym razem podjęliśmy współpracę z Grupą Żywiec, Męskim Graniem i Vito Bambino. Artysta, w jednym z naszych sklepów, rozgrzewa się przed Męskim Graniem i wspólnie z kasjerką z Żabki śpiewa fragment jednego ze swoich hitów. Nie musi być super czysto, chodzi o dobrą zabawę, humor i zderzenie dwóch światów – żabkowego i muzycznego – mówi Jarosław Serednicki, Dyrektor Marketingu Żabka Polska.

– Jesteśmy dumni, że Męskie Granie wciąż się rozwija, a bilety na wydarzenie cieszą się niestąbną popularnością. Jako największa trasa koncertowa w Polsce, nieustannie się zmieniamy, chcąc być jeszcze bardziej atrakcyjni dla młodszej grupy docelowej. Te decyzje zaowocowały otwarciem się na artystów z generacji Z i nowe gatunki muzyczne oraz współpracą z popularną wśród młodych dorosłych siecią Żabka z udziałem Vito Bambino, znanego m.in. z Męskie Granie Orkiestry 2021 – mówi Dorota Nowakowska, Manager marki Żywiec.

Spot z udziałem Vito Bambino utrzymany jest w konwencji charakterystycznej dla reklam telewizyjnych Żabki, pokazujących zabawne scenki z udziałem aktorów wcielających się w pracowników jednego ze sklepów sieci. Rolę klientów odegrali już m.in. kierowca rajdowy Krzysztof Hołowczyc, piłkarze Kamil Grosicki i Jerzy Dudek, bokser Mike Tyson czy skoczkowie narciarscy Kamil Stoch, Piotr Żyła i Tomasz Pilch. Udział Vito Bambino w reklamie nie jest przypadkowy – artysta związany jest z Męskim Graniem. W ubiegłym roku współtworzył zespół Męskie Granie Orkiestra, z którym m.in. wykonywał utwór „I Ciebie też, bardzo”.

Reklamy z Vito Bambino pojawią się w telewizji i na kanale YouTube. Spot towarzyszy przygotowanej przez sieć Żabka we współpracy z Grupą Żywiec promocji – „Zestaw na Bifor” – czyli do wyboru piwo Żywiec w butelce zwrotnej 0,5l (piwo Żywiec Premium lub Żywiec 0,0%) oraz nowe panini z gyrosem roślinnym.



Limitowana edycja panini powstała wspólnie z Vito Bambino. Opakowanie nawiązuje tematycznie do Męskiego Grania, a skład jest 100% roślinny (bułka, wegańskie kawałki-gyros, sos czosnkowy na bazie vege majo, ogórek konserwowy). Zestaw jest dostępny w atrakcyjnej cenie 10 zł. Promocja obowiązuje do 5 lipca br. lub do wyczerpania zapasów.

Sieć przygotowała także niespodziankę dla użytkowników aplikacji mobilnej Żappka. Będą oni mogli wziąć udział w trwającej od 22 czerwca do 2 sierpnia br. loterii, w której do wygrania są tak poszukiwane bilety na Męskie Granie. Szczegóły loterii pojawią się w Żappce.

Tegoroczne Męskie Granie to aż 16 koncertów w ośmiu miastach (Poznaniu, Katowicach, Warszawie, Wrocławiu, Krakowie, Szczecinie, Gdańsku i Żywcu), w czasie których na dwóch scenach zagra blisko 80 artystów. Żabka ma także niespodziankę dla uczestników tych koncertów. Na Męskim Graniu pojawi się specjalny punkt gastronomiczny, w którym serwowane będą m.in.: edycja limitowana panini, hot-dogi i świeżo mielona kawa.

Żabka Polska Sp. z o.o. jest właścicielem najszybciej rozwijającej się sieci sklepów typu *convenience* w Polsce i jednym z najbardziej dynamicznych formatów na świecie, otwierając ponad 4000 nowych sklepów w latach 2016-21. Około 15,5 miliona polskich konsumentów mieszka nie dalej, niż 500 m od najbliższej Żabki. W ramach strategii odpowiedzialności Żabka podjęła się zobowiązań w zakresie dobrego żywienia, usług ułatwiających zrównoważone życie, rozwoju przedsiębiorczości, różnorodności i włączającej kultury organizacyjnej, ładu korporacyjnego oraz dekarbonizacji i cyrkularności. Więcej informacji o spółce Żabka Polska na: www.zabka.pl. Link do Raportu Odpowiedzialności za rok 2020: <https://raportodpowiedzialnoscizabka.pl/>

Kontakt dla mediów:

Biuro Prasowe Żabka Polska
e-mail: biuro.prasowe@zabka.pl
tel. +48 514 877 509