

Foodini dzień lepszym czyni!

Nowa kampania promocyjna marki własnej Żabki

Żółte, zielone, czerwone... – Foodini to płynne przekąski w pięknych kolorach natury. W najnowszej i pierwszej przeznaczonej dla marki własnej kampanii 360 stopni Żabka przypomina o walorach swoich produktów. Foodini jest w 100% roślinne, nie zawiera cukru, a innowacyjna technologia HPP zapewnia mu trwałość bez pasteryzacji. Dzięki temu dłużej zachowuje wartości odżywcze, świeżość i naturalny smak. Poręczna, mała butelka, która zmieści się w plecaku czy małej torbie, starannie dobrane kompozycje owoców i warzyw tworzą idealną propozycję na lato. Zadbaj o siebie z pysznym Foodini – teraz w jeszcze korzystniejszej cenie 3,99 zł z aplikacją Żappka za butelkę o pojemności 250 ml. Dzień od razu stanie się lepszy!

Wśród 10 najpopularniejszych przekąsek wymienianych w pierwszej kolejności w badaniu „Trendy w zwyczajach żywieniowych Polaków” są owoce (47%) i warzywa (21%)¹. Dobre żywienie nie musi kojarzyć się z trudnymi, wymagającymi wiedzy i czasu zakupami, a także pracochłonnym procesem przygotowania posiłków. Żabka odpowiada na potrzeby klientów, którzy poszukują owocowych i roślinnych przekąsek i chcą je mieć na wyciągnięcie ręki, zawsze kiedy tego potrzebują. W ramach marki Foodini znajdują aż 10 propozycji smakowych.

- Foodini to marka od początku do końca stworzona z myślą o konsumentach, którzy chcą świadomie sięgać po zdrowe i pożywne przekąski. Z ogromną dbałością dobieraliśmy składniki i pracowaliśmy nad jej recepturą. W butelce wykonanej w 100% z plastiku pochodzącego z recyklingu zamknęliśmy aż 10 niepowtarzalnych kompozycji, które cieszą się dużą popularnością. Jako Żabka od lat promujemy zrównoważony styl życia, a Foodini to owoce i warzywa zachowujące unikalne mikroelementy i witaminy, niepoddane pasteryzacji. Moim ulubionym Foodini jest Egzotycznie Żółty, uwielbiam go na drugie śniadanie – mówi Anna Grabowska, Wiceprezesa Zarządu ds. Strategii Konsumentckich Grupy Żabka.

Respondenci badani przez IPSOS przyznali, że przygotowując śniadanie zwracają uwagę przede wszystkim na: smak (50,7%), łatwość (39,8%), szybkość (39,2%), użycie warzyw i owoców (29,9%) oraz na to, czy posiłek będzie sycący (29,9%). Co ciekawe, co czwarty respondent spożywa drugie śniadanie poza domem.

Foodini idealne na każdy dzień tygodnia

Foodini jest idealną odpowiedzią na potrzeby konsumentów. W jego skład wchodzi owoce, warzywa, zboża i przyprawy, bez dodatku utrwalaczy i substancji słodzących. Z analiz sprzedażowych Żabki wynika, że klienci najczęściej sięgają po Foodini w poniedziałki i środy, a ich ulubionym smakiem jest Foodini Egzotycznie Żółty z mango, pomarańczy, banana, jabłka i marakui.

¹ Badanie IPSOS Food Trends 2021.



Zastosowanie w przygotowaniu Foodini zastępującej pasteryzację innowacyjnej technologii HPP (ang. *high pressure processing*), polegającej na użyciu bardzo wysokiego ciśnienia w niskiej temperaturze, gwarantuje zachowanie wartości odżywczych i świeżego smaku tych płynnych przekąsek.

Czy można chcieć więcej? Można! Dlatego Foodini jest dostępne w Żabce w wygodnych poręcznych pojemnościach 250 ml oraz 750 ml, którymi można delektować się dłużej lub podzielić z bliskimi.

Najnowsza kampania Foodini wystartowała 6.07 i potrwa do 16.08. W jej ramach powstały spoty telewizyjny i radiowy, wsparte komunikacją digital i BTL w sklepach, a jej motywem przewodnim jest wpadająca w ucho piosenka. W tym okresie klienci korzystający z aplikacji Żappka będą mogli zakupić produkty w promocyjnej cenie 3,99 zł za butelkę o pojemności 250 ml.

Za kampanię Foodini odpowiada agencja 180heartbeats + JUNG v MATT.

Link do spotu: https://www.youtube.com/watch?v=i_b4aJSFwEE

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 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 2021: <https://zabkagroup.com/pl/nasza-odpowiedzialnosc/>

Kontakt dla mediów:

Biuro Prasowe Żabka Polska

e-mail: biuro.prasowe@zabka.pl

tel. +48 514 877 509