

 modnialmanah.com



## Od sutra u Konzumu – novi Zdravoljupci – Modni Almanah

Limun Šimun, Bundeve Blaženka, Šljiva Štefica, Karfiol Karlo, Lubenica Luce, Ananas Ante i Celer Cvjetko od sutra se vraćaju u Konzum! Dolaze uz pjesmu s naglascima karakterističnima za različite krajeve Hrvatske, noseći sa sobom vrijedne vitamine, minerale, vlakna i druge sastojke važne za zdravlje i svakodnevne funkcije organizma.

Novi nastavak najpopularnijeg Konzumovog programa vjernosti u povijesti počinje sutra 22. kolovoza i traje sve do 30. listopada, a u tom će razdoblju kupci u svim Konzumovim prodavaonicama za svakih potrošenih 50 kuna dobiti po jednu naljepnicu. Potom će kupci do 10. studenog, uz 20 sakupljenih naljepnica, omiljenu plišanu igračku moći kupiti po cijeni od 50 kuna, a uz 40 sakupljenih naljepnica po cijeni od samo 10 kuna. Svaki će tjedan kupnja jedne vrste voća i povrća, ali i drugih proizvoda iz Konzumovog asortimana, donositi dodatne naljepnice.

Velika novost druge sezone Zdravoljubaca je i mogućnost zasebnog digitalnog sakupljanja naljepnica putem aplikacije za pametne telefone. Svi koji do 21. kolovoza preuzmu aplikaciju Zdravoljupci dobivaju i 5 besplatnih naljepnica.

*„Spot iz prošlogodišnje kampanje Zdravoljubaca do danas je taj zabilježio više od 6,5 milijuna pregleda na YouTubeu. To pokazuje koliko je veliki interes za našim plišanim igračkama. Projektom smo pokazali da poticanje pozitivnih promjena prehrambenih navika može biti iznimno zabavno i kreativno te s velikim entuzijazmom dočekujemo ovogodišnju kampanju. Vjerujemo kako naši kupci s nestrpljenjem čekaju novu generaciju Zdravoljubaca i sigurni smo kako će i oni vrlo brzo osvojiti njihova srca, a djecu i mlade potaknuti da se još kvalitetnije hrane i tako unaprijede svoje zdravlje“,* istaknula je Dunja Delić, direktorica marketinga u Konzumu.

**LIMUN ŠIMUN**

Limun je jedan od rijetkih plodova koji ulazi u kategoriju superhrane. Pun je vitamina, kalcija, magnezija i antioksidansa. Ako ga redovito koristiš, može spriječiti prehladu, gripu, upalu grla, groznice, infekcije, artritis, bronhitis... Često ga možeš vidjeti u društvu čajeva ili kako volontira u zaraznoj bolnici u Zagrebu. Ima kiseli osmijeh, ali ne zato što mu nije do smijeha, već zato što ponekad i sam sebi zna biti kiseli.

**BUNĐEVA BLAZĚNKA**

Ona je mala snašica iz Našica. Bogata je betakarotenom i jača imunitet. Za razliku od nekih tikvana, ona je jako pametna. Sve zna jer ju sve živo zanima. Ima i jedan zanimljiv hobi: dok drugi sakupljaju sličice i naljepnice, ona sakuplja sjemenke, to jest špice.

PEFC certifikovan  
U skladu s PEFC standardima za održivo upravljanje šumama  
www.pefc.org



**LUBENICA  
LUCE**

Osim što ljeti gasi žeđ, Luce čuva i stimulira rad bubrega, povećava stvaranje urina što je super za izbacivanje toksina iz organizma. S njom se definitivno nije za šaliti jer glasi za jednu od najjačih izbacivačica štetnih tvari. Dolazi iz Metkovića, slatka je kao najsladje voće, ali ona zapravo spada u povrće... i užasno joj smeta kad ju svrstavaju među voće.

**ANANAS  
ANTE**

Izgleda velik, ali ustvari ima jako malo kalorija. Ante je doista poseban jer je superhranjiv i niskokaloričan u isto vrijeme. Odličan je za zdravlje kože, sve su cure zaljubljene u njega jer im pomaže u borbi protiv celulita. Uz to, pun je vitamina C i djeluje protuupalno. Dolazi s juga, točnije iz Šibenika, gdje cijele dane provodi na suncu i igra picigin.

**CELER  
CVJETKO**

On je najbolji čistač organizma, pomaže pri iskašljavanju, snižava tlak, bogat je vitaminima A, K, E i C. Ako zatreba, Cvjetko može bez problema zgrušati krv i ukloniti neugodan zadržak. Dolazi iz Rijeke i poseban je po tome što ima četiri iste frizure. Svi ga vole zezati jer povjeruje u sve što čuje. Zbog toga mu je omiljena poštapalica "Šta daa?!?"



O velikom uspjehu kampanje koja se prošle godine provodila i na tradicionalnim i digitalnim kanalima svjedočili su i brojni pozitivni komentari roditelja koji su s oduševljenjem komentirali kako su njihova djeca uz Zdravoljupce zavoljela voće i povrće koje dotad nisu rado jela.

Tijekom i neposredno nakon kampanje Konzum je zabilježio porast prodaje posebno označenog voća i povrća za 10 do 15 posto, a tjedna potrošnja kupaca Zdravoljubaca rasla je i za 40 posto. Više od 300.000 Konzumovih kupaca kupilo je više od 570.000 Zdravoljubaca i preko 42.000 slikovnica, a u prosjeku su kupovali dva Zdravoljupca, pri čemu su najpopularniji bili Banana Bela, Jagoda Jana i Brokula Branko.

Zdravoljupci su tijekom kampanje bili najpretraživaniji pojam na Youtubeu te su do danas dobili preko 22.000 lajkova, a dominirali su i drugim društvenim mrežama. Uz to su bili motiv brojnih dječjih karnevala i likovnih zadataka u vrtićima i školama, glumili su i u kazališnim predstavama, a na [Danima komunikacija](#), regionalnom festivalu tržišnih komunikacija, osvojili su zlatnu nagradu [Effe](#) za izvanrednu kampanju u segmentima kreativnosti, strategije i postignutih tržišnih rezultata.

Izvrсни rezultati kampanje omogućili su Konzumu i donaciju Općoj županijskoj bolnici Vukovar i bolnici hrvatskih veterana u obliku uređaja za videonistagnografiju vrijednog 230.945 kuna.

Mališani će i ove godine kroz igru s plišanim igračkama, šaljive i informativne sadržaje i recepte na Konzumovoj web stranici te zabavno-edukativnim druženjima u Konzumovim prodavaonicama učiti o važnosti unosa voća i povrća na kreativan i zabavan način.

Pogledajte i poslušajte novi spot i pjesmu Zdravoljubaca

**Tags:** [konzum](#), [lifestyle](#), [zdravoljupci](#)

