



Novi Zdravoljupci stigli u Konzum!



Zdravoljupci se vraćaju u Konzum. Nakon što su prije godinu dana osvojili Hrvatsku svojim simpatičnim karakterima i neodoljivom pjesmicom, novi likovi Zdravoljubaca nastavljaju misiju osvješćivanja djece i mladih, ali i odraslih, o važnosti redovite konzumacije voća i povrća. Limun Šimun, Bundeve Blaženka, Šljiva Štefica, Karfiol Karlo, Lubenica Luce, Ananas Ante i Celer Cvjetko 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 u četvrtak 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.

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. Izvršni 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.

Novi spot i pjesmu Zdravoljubaca možete pogledati i poslušati na http://y2u.be/EnXpkV_cTiU.

Više informacija o ovogodišnjem programu vjernosti i sve novosti o Zdravoljupcima dostupne su na www.konzum.hr/zdravoljupci.

