



INFORMACJA PRASOWA
Katowice, 23.05.2023 r.

Ruszyła kolejna edycja kampanii „Łączy nas coś dobrego”

Ogólnopolska kampania promująca spożywanie pieczywa wystartowała w swojej drugiej odsłonie. Ambasadorem tej edycji projektu został Andrzej Polan – osobowość telewizyjna, restaurator, kucharz – który nie tylko przybliży konsumentom właściwości chleba i bułek, ale także poprzez swoją aktywność będzie inspirować do eksperymentowania z pieczywem w kuchni i tworzenia apetycznych przepisów na jego bazie.



Pomysły Andrzeja Polana na ciekawe i zbilansowane posiłki z pieczywem w roli głównej będzie można znaleźć zarówno w jego social mediach, jak i na kanałach społecznościowych i stronie kampanii: www.LaczyNasCosDobrego.pl, na której odbiorcy mogą także zapoznać się z licznymi materiałami edukacyjnymi, obejrzeć spot przybliżający proces produkcji pieczywa, a także pobrać rozszerzoną

wersją e-booka pt. „Bułka i spółka” - kierowanego do nauczycieli i rodziców dzieci w każdym wieku, zawierającego scenariusze zajęć i atrakcyjne graficznie materiały edukacyjne.

*- Współcześni konsumenci zwracają uwagę nie tylko na cenę produktu, a coraz częściej także na jego skład, co jest bardzo dobrym nawykiem. Widać to także w kategorii pieczywa. Uważam, że skład to najważniejszy aspekt świadczący o jakości chleba czy bułek. Warto zatem wiedzieć, że tradycyjne receptury, wcześniej przekazywane z pokolenia na pokolenie, zostały obecnie przeniesione na grunt przemysłowy i pieczywo, które możemy kupić prosto z pieca w pobliskim sklepie, jest równie dobre, jak produkty dostępne w rzemieślniczych piekarniach - mówi **Andrzej Polan**.*

Głównym celem kampanii cały czas pozostaje edukowanie konsumentów o właściwościach pieczywa, jego istotnym udziale w codziennym jadłospisie oraz obalanie najpowszechniejszych mitów, które narosły wokół jakości wyrobów piekarniczych - zwłaszcza tych dostępnych do zakupu od razu po wypieku.

*- Chyba każdy przyzna, że miło jest wejść do sklepu, kiedy od progu wita nas zapach świeżego chleba czy bułek. Poprzez liczne aktywności prowadzone na rzecz kampanii będę chciał przekonać konsumentów, że pieczywo, które jest wypiekane w dużych piekarniach, a następnie dopiekane w sklepowych piecach, nie tylko pięknie pachnie i wygląda, ale także jest wysokiej jakości i może stanowić doskonałą bazę do wielu posiłków. Wciąż bowiem funkcjonują w przestrzeni publicznej różne mity, np. dotyczące mrożenia pieczywa, które sprawiają, że czasami mamy wątpliwości co do jego wartości odżywczych. Będę starał się je obalić, podkreślając dobrą jakość wyrobów piekarniczych dostępnych m.in. w sieciach handlowych - dodaje **Andrzej Polan**.*

Inicjatorem akcji jest **Stowarzyszenie Producentów Pieczywa**, które poprzez swoją codzienną działalność przybliży konsumentom zalety pieczywa i korzyści wynikające z jego spożywania, obalając jednocześnie mity z nim związane, a swoje przekazy opierając na naukowej wiedzy i merytorycznych argumentach.

Przedstawiciele Stowarzyszenia Producentów Pieczywa przypominają, że pieczywo produkowane w technologii do wypieku ma wiele zalet. Wbrew obiegowym opiniom jest ono przygotowywane zgodnie z tradycyjnymi recepturami i dostępne dla konsumentów o różnych porach dnia, co dodatkowo pozwala znacznie ograniczyć marnowanie żywności, ponieważ wypieka się je w ilości adekwatnej do aktualnego ruchu w sklepie.



Druga edycja kampanii „Łączy nas coś dobrego” potrwa do końca stycznia 2024 roku. Za strategię komunikacji, koncepcję kreatywną, stworzenie kreacji digital, prowadzenie profili w social mediach oraz działania z zakresu public relations odpowiada **agencja 19 Południk**. Kampanię w digitalu zrealizuje agencja **Value Media**.

Stowarzyszenie Producentów Pieczywa powstało z inicjatywy przedstawicieli producentów pieczywa oraz podmiotów związanych z przemysłem piekarniczym w Polsce. Jego główne cele to promowanie pieczywa jako składnika zbilansowanej diety, w tym wspieranie najlepszych praktyk w zakresie zdrowego odżywiania, a także obalanie mitów o pieczywie do wypieku oraz reprezentowanie branży piekarniczej w zakresie prawnym. Stowarzyszenie Producentów Pieczywa jest również odpowiedzialne za działania edukacyjne, realizowane wspólnie z ekspertami ds. żywienia oraz dietetykami, których celem jest rzetelne informowanie o produktach piekarniczych. Stowarzyszenie zostało założone przez przedstawicieli następujących firm: Aryzta Polska sp. z o.o., La Lorraine Polska sp. z o.o., Lantmannen Unibake Poland sp. z o.o., Nowel sp. z o.o. Członkami SPP są również Inter Europol S.A., Piekarnia Omar oraz Leks sp. z o.o. Piekarze zrzeszeni w SPP odpowiadają obecnie za 1/3 produkcji pieczywa w Polsce.

Więcej informacji udziela:

Karolina Moskal
PR & media relations manager
tel. +48 725 517 566
karolina.moskal@19poludnik.pl