

Warszawa, lipiec 2026 r.

STOWARZYSZENIE PRODUCENTÓW PIECZYWA ROZPOCZYNA OGÓLNOPOLSKĄ KAMPANIĘ „PRACUJEMY DLA WAS Z WYPIEKAMI”

Budowanie zaufania do pieczywa oferowanego w sieciach handlowych, edukacja konsumentów i pokazanie ludzi stojących za jakością współczesnego pieczywa – to cele pierwszej tak szerokiej kampanii branży piekarniczej. Projekt potrwa do końca września 2026 roku. Spoty telewizyjne będą emitowane w lipcu, w sierpniu kampania pojawi się w przestrzeni miejskiej, a działania przez cały okres jej trwania będą wspierane komunikacją digitalową.

– Chcemy rozmawiać z konsumentami o faktach, a nie stereotypach. Pokażemy ludzi, którzy każdego dnia odpowiadają za jakość pieczywa – od doboru surowców, przez produkcję, po dostarczenie gotowego produktu. Będziemy także edukować, jak wybierać dobre pieczywo i dlaczego stanowi ono ważny element zbilansowanej diety. Wierzymy, że wiedza buduje zaufanie – zarówno do współczesnego piekarnictwa, jak i do całej kategorii pieczywa – mówi Wojciech Nowikowski, prezes Stowarzyszenia Producentów Pieczywa.

Dlaczego powstała kampania?

Kampania powstała w odpowiedzi na wyniki raportu badawczego z czerwca 2026 roku, zrealizowanego przez Centrum Badań Marketingowych Indicator. Wynika z niego, że konsumenci wysoko oceniają pieczywo kupowane w sieciach handlowych za jego świeżość, smak, chrupkość i zapach. Jednocześnie wielu z nich nadal postrzega market przede wszystkim jako miejsce wygodnych zakupów, a nie przestrzeń, w której można kupić wysokiej jakości pieczywo.

Badanie pokazuje również, że 84 proc. respondentów ma świadomość, iż pieczywo sprzedawane w marketach jest produkowane przez wyspecjalizowane piekarnie i dopiekane na miejscu. Wiedza ta nie wpływa negatywnie na ocenę produktu.

Konsumenci oczekują natomiast większej wiedzy o ludziach i standardach stojących za jakością współczesnego pieczywa. Dlatego kampania pokazuje osoby

zaangażowane w jego powstawanie – od rolników i młynarzy, przez technologów, aż po piekarzy – przybliżając konsumentom współczesny proces produkcji pieczywa. Nie promuje przy tym konkretnych marek ani sieci handlowych, lecz całą kategorię pieczywa i wiedzę o nowoczesnym piekarnictwie.

Kampania w całej Polsce

Kampania została zaplanowana jako projekt 360° i obejmuje telewizję, internet, media społecznościowe, content marketing, działania public relations oraz komunikację outdoorową i digital. W przestrzeni miejskiej będzie obecna m.in. na billboardach, citylightach, ekranach cyfrowych i autobusach komunikacji miejskiej, docierając do konsumentów w całej Polsce.

Branża wspiera inicjatywę

Ogólnopolską kampanię wspierają przedstawiciele branży piekarniczej. Oprócz firm zrzeszonych w SPP partnerami inicjatywy są także przedsiębiorstwa dostarczające surowce, technologie i rozwiązania dla sektora piekarniczego, m.in. Fedima, Mecatherm, Rademaker i GoodMills Polska.

Za strategię, koncepcję kreatywną i realizację kampanii odpowiada agencja Twin, natomiast za planowanie i zakup mediów – WeTryHarder.

O Stowarzyszeniu Producentów Pieczywa

Stowarzyszenie Producentów Pieczywa powstało z inicjatywy producentów pieczywa oraz przedsiębiorstw związanych z przemysłem piekarniczym w Polsce. Misją organizacji jest promowanie pieczywa jako elementu zbilansowanej diety, prowadzenie działań edukacyjnych we współpracy z ekspertami ds. żywienia i dietetykami, reprezentowanie branży piekarniczej oraz upowszechnianie wiedzy na temat jakości i procesu produkcji pieczywa. Członkowie Stowarzyszenia odpowiadają obecnie za około jedną trzecią produkcji pieczywa w Polsce. Wśród nich znajdują się: Aryzta Polska, La Lorraine Polska, Lantmännen Unibake Poland, Nowel, Inter Europol, Piekarnia Omar oraz Leks.

Więcej informacji udziela:
Magdalena Kalinowska-Jankiewicz
Koordynator SPP
magda@swiezowypieczone.pl
+48 509 9283 14