Warszawa, 16 maja 2022 r.

Kasia Nosowska zmienia dietę na bardziej roślinną.

Borys Szyc i Daria Ładocha już przeszli na Alpro.

Żywność może być nie tylko pyszna, ale też dobra dla zdrowia i dla planety, a wszystkie te cechy łączy najbardziej wyczekiwana, roślinna premiera roku. Alpro PSST!... TO NIE MLEK* to produkt, który dla wielu może być przełomowy, bo nie jest mlekiem, ale smakiem do złudzenia je przypomina. Do odkrycia tej zaskakującej nowości i zmiany diety na bardziej roślinną zachęcają ambasadorzy marki Alpro – Kasia Nosowska, Borys Szyc i Daria Ładocha. W najbliższych tygodniach będzie można zobaczyć ich w spotach marki, mediach społecznościowych i przestrzeni miejskiej.

Kasia Nosowska to artystka, której nie trzeba przedstawiać. Od dekad nie przestaje zachwycać swoją muzyką i tekstami, a nagrody którymi została doceniona jej twórczość, aż trudno zliczyć. Jej talent, osobowość i wyczucie widoczne są w projektach, które od lat dobiera z dużą starannością. Właśnie włączyła się w kolejną inicjatywę, gdzie wraz z Borysem Szycem i Darią Ładochą zachęca Polaków do zmiany diety na bardziej roślinną - co dzięki produktom Alpro staje się znacznie łatwiejsze.

Nie mylić z mlekiem

Właśnie na rynek trafiła najbardziej wyczekiwana roślinna nowość tego roku - Alpro PSST!... TO NIE MLEK*, które smakiem do złudzenia przypomina mleko, choć nim nie jest. - *Wiemy, że coraz więcej osób chce włączyć na stałe do swojej diety produkty na bazie roślin, ale jednocześnie nie chcą rezygnować z dobrze im znanego i lubianego smaku mleka. Mamy rozwiązanie! Udało nam się stworzyć wyjątkową formułę Alpro PSST!... TO NIE MLEK*. Jest to produkt, który łączy delikatny smak i kremową konsystencję ze wszystkimi zaletami roślin. Idealnie sprawdzi się do kawy, porannych płatków, deserów, pysznie smakuje też pite prosto ze szklanki.* – mówi Monika Kuciak, Starszy Kierownik Marki Alpro. Produkt powstał na bazie owsa, jest źródłem wapnia i witaminy D, a ponadto nie zawiera cukru. Jest to więc idealna propozycja nie tylko wegan i wegetarian, ale dla wszystkich którzy dbają o zbilansowaną dietę.

Roślinna (r)ewolucja

Produkty na bazie roślin cieszą się coraz większą popularnością - w 2018 pojawiały się w co 10. gospodarstwie domowym (11,5%), a w 2021 już co 4. (26,9%).[1]Jest to związane z takimi zaletami tej grupy produktów, jak skład i smak, ale nie tylko - roślinne oznacza dobre dla zdrowia i dobre dla planety. Składniki produktów Alpro pozyskiwane są w sposób zrównoważony, a ich wpływ na środowisko jest znacznie mniejszy niż w przypadku produktów odzwierzęcych. Nawet nowe opakowanie Alpro w 96 % powstało z roślin, a marka już zapowiada opakowania w 100 % z roślin.

Przejdź na roślinne z Alpro

Borys Szyc, Daria Ładocha i po raz pierwszy Kasia Nosowska, w ramach szeroko zakrojonej kampanii Alpro pokazują jak prosto i pysznie można dbać o swoje zdrowie włączając do diety produkty roślinne – napoje i roślinne alternatywy dla jogurtów. Ambasadorów można zobaczyć w internecie – w tym mediach społecznościowych oraz w przestrzeni miejskiej. Za koncept kreatywny i realizację kampanii odpowiada agencja Feeders, a za zakup mediów Mediacom.

Więcej informacji udziela: Katarzyna Owsianko - Starszy Kierownik ds.Komunikacji Zewnętrznej, grupa spółek DANONE
M: +48 666 048 940, katarzyna.owsianko@danone.com

[1] Panel Gospodarstw Domowych GFK