

Burger King x Plant-based

Stratégia & kreatív brief

Fodros kel



CÉL

Burger King piacrészének növelése:

- 1) Egy új, megfizethető árú húsmentes alternatíva, a plant-based sajtburger bevezetésével (növényi alapú „hús” + növényi sajt)
- 2) A plant-based kategória építésével



A BURGER KINGRŐL

Have It Your Way:

- 1) A BK úgy készíti el a szendvicset, ahogy szeretnéd (pl. pari nélkül)
- 2) A BK-nél te vagy a király, a kiszolgálásod köré épül minden
- 3) A BK elfogadja és igazodik ahhoz, ahogy te élsz

→ Pont, ahogy szereted = egy felhívás/bátorítás, hogy éld úgy az életed, ahogy szeretnéd.

A hazai gyorsétteremlánc-piacon egyedül a BK állandó kínálatban van már plant-based burger.

A NÖVÉNYI ALTERNATÍVÁK VILÁGA

Vitathatatlan az elmozdulás a flexitáriánus, a vegetáriánus és a vegán életmód felé - még ha nem is lesz minden plant-based, egyre inkább **alapvető elvárás, hogy mindenhol legyen bő választék belőlük**, és kielégítse a sokszínű egyéni fogyasztói igényeket.

Viszont mind a növényi helyettesítők, mind a **mindenféle „mentes” termékek is általában drágábbak**, gyakran rontva a képet ezekről az opciókról.

A MAGYAR ÉTREND

Itthon is egyre jobban hódítanak **better-for-you** trendek: ha választhatunk, szívesen eszünk/iszunk egészségesebb dolgokat (cukormentes, „természetes” stb.), és a vártnál is nagyobb a **nyitottság a flexiteriánus étrend iránt** (kísérletezés, környezetvédelem, egészségügyi vagy egyéb okok miatt).

Összességében viszont a magyarok nagy **arányban még mindig „húst hússal”** és hagyományos magyar konyha szerint esznek.

„Hús nélkül nem élet az élet”

„Az igazi férfi húst hússal eszik”

„A saláta a nyulaknak való”

MI VESZ KÖRBE MINKET 2024-BEN?

Globális problémák helyi szinten:

Magyarországon intenzíven érezzük a globális krízisek hatásait: szárnyaló infláció, gazdasági nehézségek, háborúk, stb... Így ma még **jobban megnézik az emberek, mire mennyit adnak ki.**

Elfogadás kultúra – és hiánya:

Hatalmas az igény egy elfogadóbb társadalomra, elfogadó közösségekre – a gyorsan ítélkező reakciók és irreális elvárásokat közvetítő social media képnek köszönhetően **gyakran nem vállaljuk fel valódi önmagunkat.**

**Bár ma már ezerféle módon eltérhet a
„hagyományostól” az étrendünk, még mindig rengeteg
kritika ér minket döntéseink miatt.**

**Nap mint nap bombázhatnak olyanokkal, hogy:
„Most meg miért nem eszel húst?”
„Vegánnak vallod magad, mégis eszel mézet?”
„Tejterméket nem eszel, de húst igen? Azt meg miért?”**

Az étrendünk mögött számos döntés állhat, így mindent összevetve sokszor már nehéz definiálni, hogy mit miért eszünk-nem eszünk.

Vega, vegán, peszkateriánus, flexiteriánus, laktózérzékeny, tejfehérje érzékeny, clean eating, teljes értékű és feldolgozatlan alapú, szénhidrátmentes, csak 11 és 5 között eszik, stb...

Mindennek a tetejébe az alap kultúránk nem bátorít arra, hogy valódi önmagunk legyünk: hatalmas a nyomás a többséghez való beilleszkedéshez, a másoknak való megfeleléshez.

Pedig senkinek nem kéne elítélnie a választásaimért, döntéseimért. Akkor se, ha a plant-based mellett döntök – akár csak aznap.

Insight

**ELIGAZODNI A MINDENFÉLE ÉTREND ÉS
ÉTELÉRZÉKENYSÉG VILÁGÁBAN MA MÁR
KÉSZ ÚTVESZTŐ.**

**AKÁR TE VAGY BENNE, AKÁR MÁSÉT
PRÓBÁLOD MEGÉRTENI.**

Üzenet

**EGYÉL ÚGY ÉS AZT, AMIT AKARSZ,
AKKOR IS, HA MÁR TÚL BONYOLULT
LENNE ELMAGYARÁZNI, HOGY MIT
MIÉRT ESZEL VAGY NEM ESZEL.**

JUST HAVE IT YOUR WAY.

KREATÍV BRIEF

GET

Kit akarunk elérni?

Minden gyorsétterembe járó, akiben van egy kis kíváncsiság, szeret kísérletezni, nyitott a hagyományos étrenden kívüli ételekre és „mentes” dolgokra, kicsit is tudatosan próbál étkezni, vagy bármilyen más okból speciális étrendet követ

WHO

Tension

Akinek eligazodni az étkezési szokásokban, vagy azt másoknak elmagyarázni kész útvesztő

TO

Mit akarunk elérni?

Kipróbálják és megszeressék a növényi alapú sajtburgert, és még nyitottabban álljanak a növényi alapú termékekhez

BY

Üzenet

Azzal, hogy bátorítjuk őket, hogy merjenek önmaguk lenni - akkor is, ha nehéz elmagyarázni, mit-miért választanak