



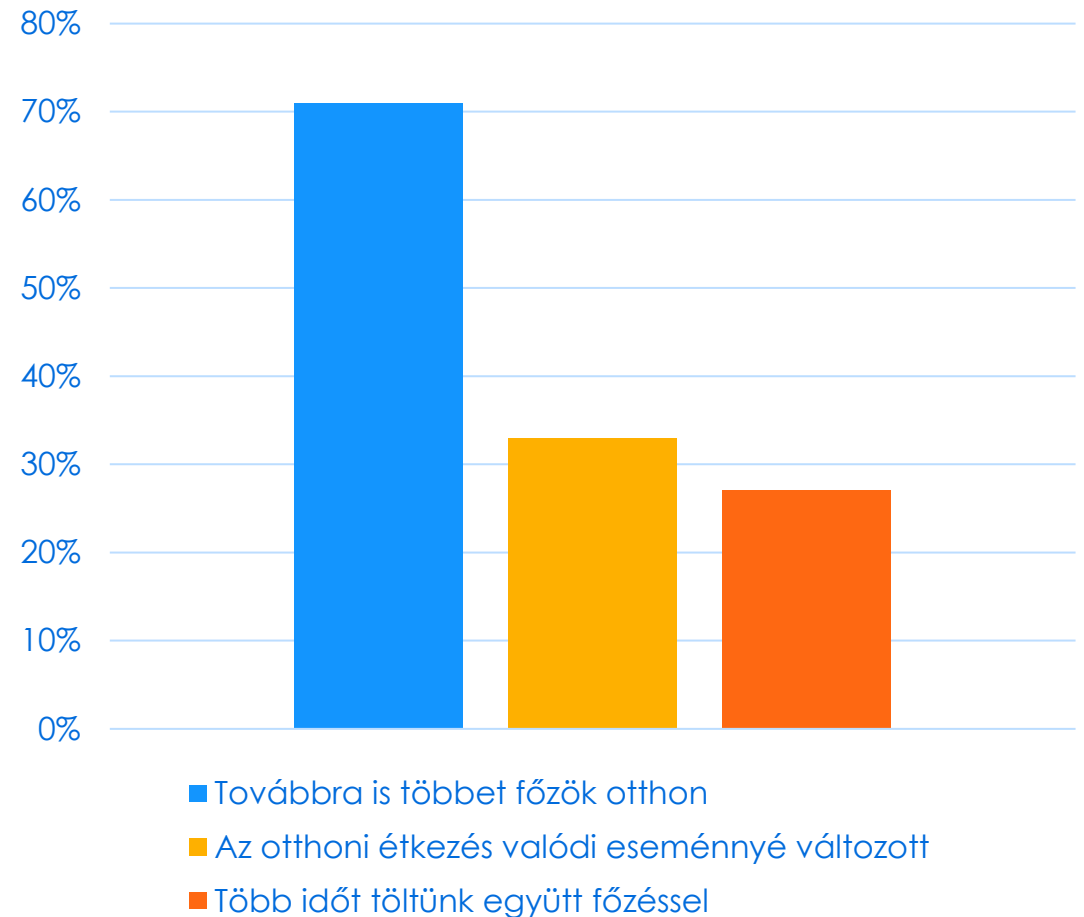
Borsodi grillpác

Brief



Változó fogyasztói szokások

- A COVID19 világjárvány alapvetően változtatta meg fogyasztási és étkezési szokásainkat.
- A legújabb kutatások azt mutatják, hogy az emberek több, mint 70%-a úgy gondolja, hogy továbbra is többet főz otthon, mint azelőtt
- A megkérdezett háztartások negyed szerint több időt töltenek az együtt főzéssel és egy harmaduk szerint az otthoni étkezés egy fajta esemény lett (mint régen az étterembe járás).
- A járvány a háztartások pénztárcáját is kikezdte: a fogyasztók 38%-a állítja, hogy a háztartásának pénzügyi helyzete romlott az elmúlt 12 hónapban, az európai kiskereskedelmi láncok vezetői pedig a növekvő árérzékenységet jelölték meg 2021-22 fő trendjeként.

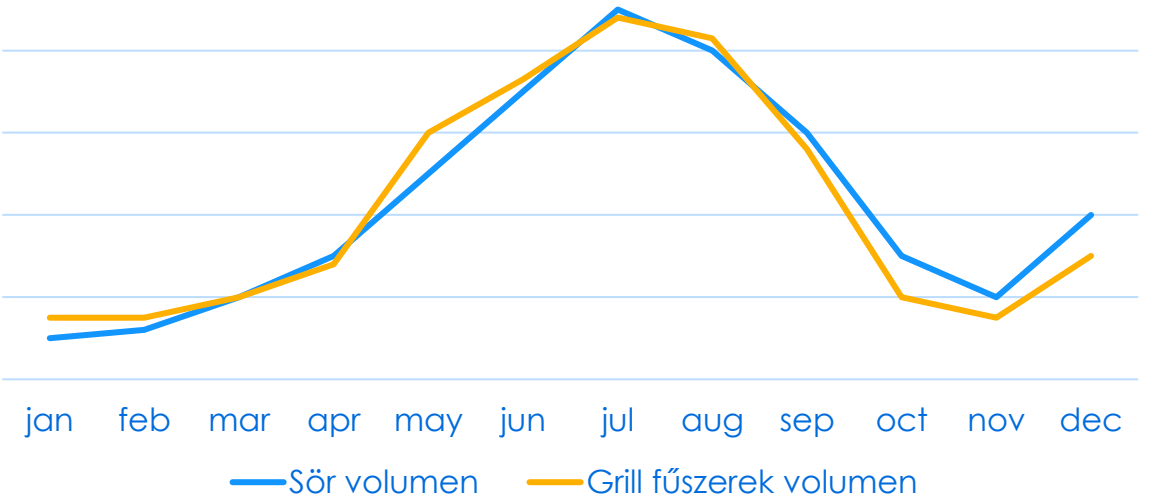


Sör & étel

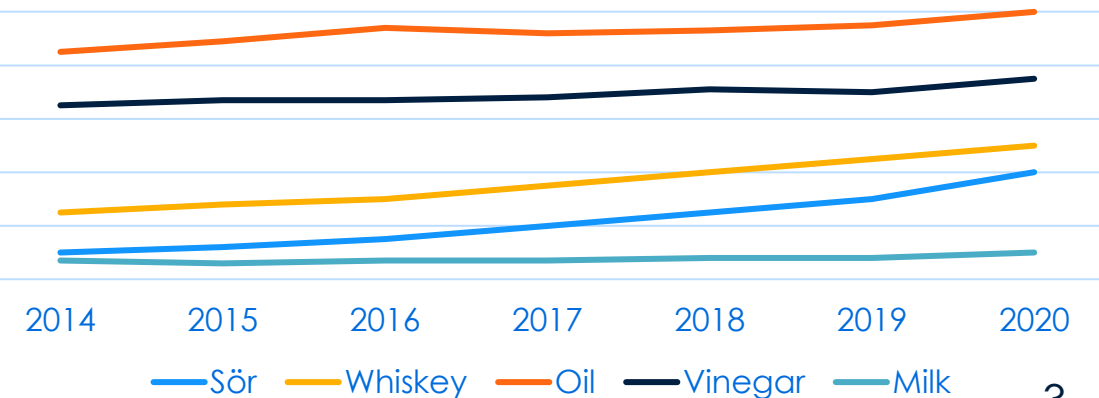
- A sör és az étel megfelelő párosítása továbbra is népszerű a fogyasztók körében – az utóbbi két évben 147%-kal nőtt e téma említésének száma a social médiában.
- A sör és a grill szezonalitása szinte hónapra pontosan megegyezik egymással
- Sör felhasználása húskok pácolásakor a legdinamikusabban növekvő trend



Szezonális



Pác alapok népszerűsége



Borsodi & étel

A magyar piacon a **sörfogyasztási alkalmak 57%-a kötődik valamilyen étkezéshez**. A Borsodi is évek óta, több területen is használja ezt a kapcsolatot a márka erősítésére.

Kiskereskedelmi

HORECA

Social media



Borsodi & főzés

2022-ben a kategóriából kilépve bevezetjük a Borsodi söralapú grillpácot, három ízben:

1. Szárnyas
2. Steak
3. BBQ (csípős)



Cél

A Borsodi márka piacrészének növelése:

- 1. Új (de a sörhöz kapcsolható) kategóriában való penetráció építésen keresztül**
- 2. A sör és az ételek kapcsolatának erősítésével a releváns fogyasztási alkalmakban**

FELADAT

Borsodi grillpác bevezetése a magyar piacra



BRIEFELÉS IDŐPONTJA
2021. 06. 07.

Stratégia brief

(egyéni – és páros verseny)

LEADÁSI HATÁRIDŐ:
2021.06.07. 18:00



BRIEFELÉS IDŐPONTJA
2021. 06. 08.

Copy brief

(egyéni verseny)

LEADÁSI HATÁRIDŐ:
2021.06.08. 18:00



BRIEFELÉS IDŐPONTJA
2021. 06. 09.

Design brief

(egyéni verseny)

LEADÁSI HATÁRIDŐ:
2021.06.09. 18:00



BRIEFELÉS IDŐPONTJA
2021. 06. 10.

Film - és Cyber brief

(páros verseny)

LEADÁSI HATÁRIDŐ (CYBER):
2021.06.10. 18:00



BRIEFELÉS IDŐPONTJA
2021. 06. 11.

PR brief

(páros verseny)

LEADÁSI HATÁRIDŐ (FILM ÉS PR):
2021.06.11. 18:00

Appendix

A Borsodi márkáról röviden



HOGY MIT JELENT A BORSODI?

Azt, hogy már 46 éve ugyanazt a magas minőséget és élményeket biztosítjuk fogyasztóinknak.

Egy láger sört a kikapcsolódáshoz, hogy észrevegyük és együtt ünnepeljük a **mindennapi pillanatok**at.

Azt, hogy az „**Az élet habos oldala**” nem csak egy jó szlogen, hanem egy életérzés, ami a mindennapi örömeket olyan emlékekké változtatja, amelyekre érdemes visszatekinteni.

Ez a küldetésünk.

Borsodi. Az élet habos oldala.

FOGYASZTÓINK

A szomszéd srác, akinek olyan az élete, amelyik bármelyikünké lehetne - keményen dolgozik a sikereiért, hogy lehetőségeket és kényelmet szerezzen magának. Arra törekszik, hogy **az élet általában jól menjen**.

A jó élet számára azt jelenti, hogy a munkahelyi szorgalom révén jó ütemben halad felfelé a létrán és a magánéletében megvan az a stabilitás, amitől jól érzi magát.

Jó a kapcsolata tágabb családjával is és vannak barátai, akikre számíthat - komoly helyzetekben és akkor is ha csak sörözni szeretne.

Amikor ki akar kapcsolni, **az élet mindennapi örömeiben** találja meg a nyugalmat. Például egy Borsodiban.

BIG IDEA

Az '**Az élet habos oldala**' az, ahol a fogyasztóink - a „szomszéd srácok”- **megtalálhatják** a mindennapi élet egyszerű, de örömteli pillanatait.

Ahol **észreveszik**, hogy életük tele van ezekkel a pillanatokkal. A **Borsodi lencséjén keresztül** pedig rájöhetnek, hogy nemcsak a nagy, de a kisebb, mindennapi öröme is teljessé tehetik a mindennapjaikat.

Így elevenedik meg **célunk** - hogy mindennap mosolyt csaljunk magyarok arcára. Támogatjuk és segítjük a fogyasztóinkat az **egyszerű, mindennapi örömteli pillanatok felfedésében és értékelésében**.