**Met Delhaize en TBWA wordt beter eten écht kinderspel**

Delhaize en TBWA zetten hun missie met de rode tafel verder, om de Belgen te helpen beter te eten. Daarom lanceren ze, als eerste in België, Nutri-Score. Een logo van 5 letters en 5 kleuren waarmee je makkelijk ziet welke producten je beter meer of minder op het menu zet.

Beetje bij beetje zal dit logo verschijnen op alle producten van het Delhaizemerk. Zo wordt het kinderspel om de nutritionele waarde van voedingsmiddelen te begrijpen. Vanuit die insteek start ook de nieuwe campagne. In de tv-spot zie je twee kinderen de intercom van de supermarkt kapen. Ze verrassen de klanten – die we filmen via candid camera – door hen aan te spreken en attent te maken op het nieuwe logo.

Zo bewijst ook deze campagne dat Delhaize beter eten makkelijker kan maken. Nutri-Score werd aangekondigd via tv, sociale media, kranten, magazines en natuurlijk POS.

\*\*\*

**CREDITS :**

Brand: Delhaize

Client contacts: Aude Mayence – François Nelen – Maude Vande Velde

Agency: TBWA/BRUSSELS

Campaign Title : Beter eten, dat is kinderspel

Creative Director: Frank Marinus

Creative Team: Sebastien Verliefde, Julien Riviezzo

Account team: Cynthia Gomez, Elien Limpens, Vanessa Sponar

Design: Olivier Verbeke, Elke Broothaers

Online team: Nigel Ooms, Federico Colella

MAKE Production : Annemie Decorte, Greet Van Thillo

Production House: Static

Director: Jan Boon