**De feesten, waar dienen die eigenlijk voor?  
Delhaize en TBWA zoeken het voor u uit**

**Om te weten wat mensen belangrijk vinden tijdens de feestperiode, is Delhaize dat gaan vragen aan 100 Belgen. En tijdens de hele maand december helpt de foodretailer mensen met een inspirerend magazine, een praktische feestgids, een feestelijke eindejaarspop-up en ijzersterke feestpromo’s om geweldige feesten te beleven.**

Waar dienen de feesten voor? In september nodigde Delhaize 100 Belgen uit alle hoeken van het land uit voor een ultravroeg kerstdiner, en polste de genodigden naar hun verwachtingen, pleziertjes en problemen tijdens de feesten.

Op basis daarvan creëerde Delhaize een inspirerend feestmagazine, met daarin de populairste feestmenu’s en geactualiseerde feestklassiekers, dat op een extra-grote oplage aan klanten uitgedeeld wordt. Delhaize organiseert ook proeverijen waarbij feestproducten alvast gereserveerd kunnen worden, geeft wijnadvies en levert boodschappen thuis tijdens de drukke feestdagen.

De 15 populairste feestgerechten worden ook door Sofie Dumont bereidt, met een persoonlijk Sofietoets, en dagelijks uitgezonden op VTM van 10 tot 28 december. En uiteraard vind je die gerechten ook terug op delhaizemagazine.be, het eindejaarsplatform van Delhaize.

Om iedereen alvast van het feestgevoel te laten proeven, opent Atelier Delhaize de deuren aan de Gulden-Vlieslaan in Brussel: een loungy eindejaarspop-up gedesigned door TBWA en gebouwd door Second Floor. Daar kunnen mensen komen ontbijten tijdens de week en komen aperitieven tijdens het weekend. Maar waar ook een heleboel workshops voor klanten doorgaan. Sofie Dumont komt er samen met kinderen feestgerechten maken die zij lekker vinden, en bereidt feestmenu’s en -desserts met volwassenen. Groentenchef Seppe Nobels van Graanmarkt 13 komt vegetarische feestgerechten workshoppen, Jeroen De Pauw komt kreeft bereiden, en Manuel Wouters feestcocktails mixen.

Om al die initiatieven aan te kondigen en/of te coveren, ontwikkelde TBWA online content die tijdens de hele maand december op social media ingezet wordt. De ontwapenend authentieke film over het kerstdiner met 100 Belgen loopt ook in de bioscoop en zelfs even op TV. Er werden promotionele abribussen gecreërd, en emotionele MOF’s, terwijl services in radio behandeld worden.

\*\*\*