



## **Consistent Accent 2022**

### Oordeel van de Jury

Albert Heijn laat op alle fronten zien dat consistentie werkt en loont: Met een consistente strategie op gemak, beter eten, en lekker betaalbaar en met de uiterst herkenbare en likeable campagne, rondom supermarktmanager Ilse, voelt Albert Heijn aan wat Nederland wil en nodig heeft. De campagne is herkenbaar voor iedereen en toont de meerwaarde van Albert Heijn in de breedste zin. In alle touchpoints – waar AH er extreem veel van heeft - heeft Albert Heijn één herkenbare, impactvolle uitstraling. De visuele identiteit wordt knap consistent uitgerold met het altijd warme blauw op alle touchpoints. Ook het consistente gebruik van de tone of voice op alle mogelijke touchpoints wordt herkent en gewaardeerd; Altijd vanuit een consumenteninzicht. Altijd actueel. Altijd met een knipoog.

Ook de pay-off is letterlijk in alle kanalen doorgevoerd. De dubbele betekenis van het woord *'lekkere'* past perfect bij de positionering van het nieuwe Albert Heijn, zowel intrinsiek als emotioneel: *'liefde voor eten'* én het fijne, lekkere gevoel van gemak, waar voor je geld en beter eten. Dit alles telt op tot een geïntegreerd geheel. Consistent, relevant en impactvol.

Kortom; buitenklasse consistentie!

**En daarom is de Consistent Accent 2022 voor Albert Heijn**