Wtorek, 3 listopada 2026 14:10 CET

„Twoje chwile są Twoje” - Pyszne.pl startuje z nową platformą komunikacyjną

Pyszne.pl, należące do grupy Just Eat Takeaway.com, rusza z nową platformą komunikacyjną „Twoje chwile są Twoje”. Koncepcja opiera się na prostej, a zarazem bliskiej każdemu obserwacji: kiedy cieszymy się wyjątkową chwilą, nie chcemy jej przerywać. Nowe podejście rozwija dotychczasową komunikację marki. Pyszne.pl mówi teraz nie tylko o tym, co dostarcza – pokazuje również, że dzięki dostawie zyskujemy czas na to, co naprawdę ważne.

- Koncepcja „Twoje chwile są Twoje” opiera się na insightcie potwierdzonym międzynarodowym badaniem zrealizowanym na zlecenie Just Eat Takeaway.com – 81% respondentów chciałoby móc dłużej cieszyć się przyjemnymi momentami.
- Za przygotowanie globalnej kampanii Just Eat Takeaway.com, obejmującej spoty reklamowe, treści social media i kreacje OOH, odpowiada agencja kreatywna VCCP.
- Wraz z nową platformą zmienia się sposób, w jaki marka mówi do użytkowników – zarówno w warstwie wizualnej, jak i w tonie komunikacji.

Spot reklamowy jest dostępny pod linkiem.

Chwila trwa dzięki dostawie z Pyszne.pl

Ostatni odcinek ulubionego serialu, spotkania z rodziną, czy spokojny niedzielny poranek – to momenty, których nie chcemy przerywać, aby przygotować jedzenie lub zrobić zakupy. Potwierdza to badanie przeprowadzone na zlecenie Just Eat Takeaway.com – 81% respondentów chciałoby móc dłużej cieszyć się przyjemnymi chwilami. Wyniki pokazują też, jaką rolę serwis odgrywa w takich sytuacjach – 72% badanych przyznaje, że dzięki dostawie może poświęcić więcej czasu na to, co dla nich ważne. Nowa platforma „Twoje chwile są Twoje” łączy całą ofertę – od dań z restauracji, przez zakupy spożywcze,

po inne rzeczy, których potrzebujemy, ale wcześniej zupełnie wypadły nam z głowy – w jedną, emocjonalną ideę kreatywną, która daje marce spójne ramy do komunikacji.

"– Nasi użytkownicy coraz częściej sięgają po Pyszne.pl nie tylko w sytuacjach „pustej lodówki, ale po prostu z wygody, kiedy nie chcą zakłócać tego, co akurat dzieje się w ich życiu – spotkania ze znajomymi, meczu, skupienia w pracy czy po prostu leniwego relaksu i śnienia na jawie. Nowa platforma „Twoje chwile są Twoje opowiada o naszej roli w bardziej emocjonalny sposób – nie chodzi już tylko o zaspokojenie czysto praktycznej potrzeby, lecz o wpisanie się w styl życia naszych klientów. Pozwalamy im skupić się na tym, co w danym momencie najistotniejsze. – komentuje Artur Cichoń, Head of Marketing Pyszne.pl."

Jedna idea, osiem historii

Za przygotowanie kampanii odpowiada agencja VCCP, spoty wyreżyserował Michael Spiccia, a produkcją zajął się dom produkcyjny MJZ. Trzon kampanii stanowią spoty pokazujące momenty, których nie chce się zakłócać – od dziadka, który po raz pierwszy nawiązuje więź z wnukiem, przez przyjaciół próbujących zdobyć bilety na festiwal, po wykorzystywanie w pełni ostatniej godziny słońca.

Główne materiały uzupełniają treści wideo na potrzeby mediów społecznościowych, wyprodukowane przez Girl&Bear – studio contentowe VCCP – i zrealizowane przez duet Pip & Lib, a także kreacje OOH ze zdjęciami Amandy Fordyce. Utrzymane w minimalistycznej estetyce materiały pokazują m.in. granie w gry, oglądanie meczu piłki nożnej, spotkania ze znajomymi i rodzinny wieczór gier.

"– Hasło „Czy ktoś powiedział... pomogło nam zbudować rozpoznawalną markę, ale od tego czasu rola Just Eat Takeaway.com nieco się zmieniła. Nowa platforma zachowuje to, co nas wyróżnia, a jednocześnie nadaje marce głębszy, bardziej emocjonalny wymiar – opowiada o chwilach, które ludzie naprawdę cenią. To prosty pomysł, ale z ogromnym kreatywnym potencjałem. Pozwala nam mówić jednym głosem na wszystkich rynkach, we wszystkich kanałach i we współpracy z partnerami, a także pokazać, jak szeroka jest nasza oferta. Dlatego traktujemy ją jako platformę na kolejne 20 lat – i właśnie z takim założeniem powstawał brief – mówi Ralph Rijks, Chief Marketing Officer Just Eat Takeaway.com."

Na chwilę? Nie, na lata

Platforma „Twoje chwile są Twoje" będzie przez kolejne lata kształtować nie tylko kampanie reklamowe Pyszne.pl, ale całą komunikację marki z użytkownikami. Jej startowi towarzyszy wprowadzenie odświeżonej identyfikacji wizualnej oraz zaktualizowanego dżingla opartego na znanej z poprzednich kampanii melodii „Czy ktoś powiedział Pyszne.pl". Marka nie rezygnuje z rozpoznawalnych elementów swojego brandingu, tylko dopasowuje je do nowego kierunku kreatywnego.

Kampania wystartowała w listopadzie. Za zakup mediów w Polsce odpowiada EssenceMediacom Poland, działania z zakresu brand PR i influencer marketing realizuje Walk PR, a komunikację w kanałach społecznościowych Pyszne.pl poprowadzi Polot.

Badanie zostało zrealizowane przez agencję Censuswide na reprezentatywnej próbie 6000 respondentów w wieku 18+ w Wielkiej Brytanii, Niemczech i Holandii (po 2000 osób w każdym kraju). W Wielkiej Brytanii badanie przeprowadzono w dniach 21–24 sierpnia 2026 r., a w Niemczech i Holandii rozpoczęto je 21 sierpnia 2026 r.

O Just Eat Takeaway.com

Pyszne.pl należy do grupy Just Eat Takeaway.com którego właścicielem jest Prosus, będąc tym samym częścią wiodącego serwisu na światowym rynku zamawiania jedzenia online.

Firma z siedzibą w Amsterdamie koncentruje się na łączeniu konsumentów i partnerów za pośrednictwem swoich platform. Dzięki współpracy z 362 000 partnerów Just Eat Takeaway.com oferuje konsumentom szeroki wybór od dań z restauracji po handel detaliczny.

Just Eat Takeaway.com szybko rozwinęło się, stając się wiodącym rynkiem dostaw żywności online, działającym w Austrii, Belgii, Bułgarii, Kanadzie, Danii, Niemczech, Irlandii, Izraelu, Włoszech, Luksemburgu, Polsce, Słowacji, Hiszpanii, Szwajcarii, Holandii, Wielkiej Brytanii.

Najnowsze informacje są dostępne na naszej stronie internetowej firmy i można nas śledzić na LinkedIn i X.

Kontakt

Monika Fiedorczuk
Senior Brand PR Manager - Poland
monika.fiedorczuk@justeattakeaway.com

Kopiuj link

https://newsroom.justeattakeaway.com/pl-PL/274109-twoje-chwile-sa-twoje-pyszne-pl-startuje-z-nowa-platforma-komunikacyjna/