****

**Lizaki 3D dla nastoletnich miłośników słodkich nowości**

**Chupa Chups to lizaki, które w latach 50. XX wieku zrewolucjonizowały rynek słodyczy. Od tamtej pory marka konsekwentnie wprowadza innowacyjne produkty, które wyznaczają trendy w tym segmencie. Przykładem są lizaki 3D w kształcie czaszki i szklanki z napojem, które właśnie pojawiły się w jej portfolio. Ich znakiem rozpoznawczym jest unikalna struktura.**

Chupa Chups to najbardziej rozpoznawalny brand w kategorii lizaków. Jako pierwszy w badaniu świadomości marek wskazuje go aż 97% respondentów. Jego popularność rozpoczęła się już w latach 50-tych XX wieku. W 1958 roku Enric Bernat z myślą o ułatwieniu życia rodzicom postanowił umieścić cukierka na patyku. Dzięki temu jedzenie słodyczy przestało wiązać się z klejącymi rękami ich pociech i koniecznością mycia po słodkiej uczcie.

To była prawdziwa rewolucja na rynku, a innowacyjne rozwiązanie szybko zyskało rzesze zwolenników zarówno wśród młodszych, jak i starszych konsumentów w wielu krajach. Nowatorskim posunięciem było także powierzenie zadania zaprojektowania logo marki słynnemu przedstawicielowi surrealistów Salvadorovi Dali. Ten kolejny śmiały pomysł także okazał się strzałem w dziesiątkę, gdyż logo Chupa Chups jest jednym z najbardziej charakterystycznych i rozpoznawalnych znaków na świecie.

Marka konsekwentnie uzupełnia też swoje portfolio o nowe propozycje, które często wyznaczają nowe trendy na rynku słodyczy. Obecnie to ponad 100 smaków lizaków, w różnorodnych kształtach i wielkościach. W portfolio Chupa Chups znajdują się m.in. klasyczne o gramaturze 12 g dostępne w wielu wersjach, m.in. mlecznej, cola i owocowej, Mini, Melody Pops, Surprise czy XXL. Produkty są także prezentowane w unikalny i oryginalny sposób, dzięki czemu wyróżniają się pośród sklepowego asortymentu. Ekspozytory takie jak karuzela czy mega puszka przykuwają wzrok konsumentów na całym świecie.

Z okazji swoich 60 urodzin marka przygotowała kolejną innowacyjną ofertę, czyli lizaki 3D. Zostały stworzone specjalnie z myślą o nastolatkach, do których dostosowano wzory. – *Są dostępne w dwóch wersjach: szklanki z napojem o smaku tropikalnym oraz czaszki o smaku truskawkowo-limonkowym*. *Co je wyróżnia? Trójwymiarowe słodycze są już obecne na rynku. Jednak nasze lizaki mają innowacyjną strukturę, która składa się z dwóch elementów: musującej góry i klasycznej dolnej części. To połączenie gwarantuje niepowtarzalne doznania smakowe i jest też świetnym sposobem na letnie orzeźwienie -* mówi **Michał Bonecki, Consumer Marketing Manager Perfetti Van Melle**.

Opakowanie pojedynczego lizaka, które w tylnej części jest przezroczyste, pozwala dokładnie zobaczyć produkt. To co z pewnością przyciągnie uwagę konsumentów to jedyne w swoim rodzaju ekspozytory nawiązujące kształtem do samych lizaków. Ich niecodzienna forma i kolorystyka sprawiają, że nie można przejść obok nich obojętnie.

- *Misją marki Chupa Chups było i jest dostarczanie konsumentom radości i zabawy. Nowa koncepcja lizaków to połączenie niekonwencjonalnego kształtu i szalonej przyjemności smaku, która idealnie wpisuje się w szerzoną przez markę ideę Forever Fun* – dodaje Michał Bonecki.

*Kontakt dla mediów:*

*Kevin Pluskota*

[*k.pluskota@synertime.pl*](mailto:k.pluskota@synertime.pl)

*664 904 606*