

Poradnik Detalisty słodyczne i ciastka



• Produkt

• Ekspozycja

• Promocja

• Cena

Garść faktów o rynku słodocy

RYNEK SŁODYCZY ROŚNIE... ZAWSZE

Spożyciem słodocy nie rządzi logika ani ekonomia. Gdy nastroje i PKB rosną, nagradzamy się słodocami! Gdy wskaźniki makroekonomiczne spadają, poprawiamy sobie humor słodocami. **Każdy powód jest dobry, by po nie sięgnąć i ta właśnie machina napędza nieustanny wzrost ich spożycia.**

WIĘCEJ KLIENTÓW NIŻ KONSUMENTÓW

91% Polaków kupuje słodocy, a tylko 84% przyznaje, że je lubi. Skąd ta różnica? Słodocy kupujemy nawet wtedy, gdy sami za nimi nie przepadamy, dla innych, z jakiejś okazji lub jako podarunek.

SŁODKIE KIESZONKOWE

W 2014 r. statystyczny Polak wydawał na słodocy średnio:

81 zł miesięcznie

POTĘGA STREFY KAS

Wg badań najbardziej znanymi konsumentom markami gumy do żucia są Orbit, Winterfresh, Airwaves oraz Mentos. Czy to przypadek, że są to jednocześnie marki najczęściej spotykane przy kasach?

BĘDZIE SIĘ DZIAŁO...

Który z producentów nie oferuje czegoś nowego? Nowy produkt, nowy smak, nowe opakowanie – producenci wychodzą naprzeciw oczekiwaniom konsumentów i dbają, aby w branży cały czas coś się działo.

Jak to widzą producenci?

Nowy smak słodocy?
TAK – mówi prawie każdy producent.



Nowa marka lub nowy produkt?
TAK – mówi co drugi producent.



CELEBRYCI RYNKU CZEKOLADOWEGO

Spośród przebogatej oferty słodocy, najchętniej kupujemy wyroby czekoladowe, szczególnie te znane.

Marki słodocy czekoladowych lub z czekoladą najczęściej wymieniane przez Polaków to:



CENA ROŚNIE SZYBCIEJ NIŻ APETYT

Od 2008 r. wzrost rynku słodocy napędzany jest przede wszystkim przez dynamiczne wzrosty w segmencie wyrobów czekoladowych. Wg prognoz z raportu KPMG, ta tendencja będzie się utrzymywać do 2018 r. Co ciekawe, to w większym stopniu wzrosty wartościowe niż ilościowe, czyli ceny rosną bardziej niż apetyt.

KTO NIE JE SŁODYCZY?

Jedynie 1% Polaków! Część z tej grupy powołuje się na względy zdrowotne lub prowadzony tryb życia, jedynie 0,57% naszych rodaków nie je słodocy bo ich nie lubi, co w przybliżeniu daje populację jednego średniej wielkości miasta na mapie całego kraju zjadającego się słodocami!

99% POLAKÓW ZAJADA SIĘ SŁODYCZAMI

PUNKT WIDZENIA MA ZNACZENIE

Co jest ważne dla konsumenta przy zakupie słodocy? A jaki jest punkt widzenia producenta? Co łączy i dzieli ich stanowiska?

	Jakość	Smak	Cena	Opakowanie	Kraj pochodzenia
Producenci	TAK	TAK	TAK	TAK	NIE
Konsumenti	TAK	TAK	TAK	TAK	NIE

NOWOŚCI, ALE W GRANICACH ROZSĄDKU



50% Polaków lubi próbować nowych smaków.



9 na 10 osób woli, żeby te nowe smaki były w miarę tradycyjne.

1 na 10 z nas ma odwagę spróbować czegoś naprawdę nietypowego.

ULUBIONA RZĄDOWA STRONA WWW

msw.gov.pl – sprawdź, jakie imiona są najczęściej nadawane w danym roku i oblicz, które imieniny będą popularne za kilka lat. Dla każdej osoby związanej z handlem słodocami priorytetem powinno być zapewnienie konsumentom oferty słodkich upominków szczególnie wtedy, gdy będzie na nie największe zapotrzebowanie.

By sprzedać,
wykorzystuj każdą okazję!

Darowanie i częstowanie słodyczami jest stałym elementem naszego życia rodzinnego i towarzyskiego. Przy pomocy słodczy mówimy „dziękuję”, „przepraszam”, „lubię cię”. Okazujemy szacunek i podkreślamy szczególną więź z obdarowanym. Słodycze są również doskonałym dopełnieniem spotkań towarzyskich i ważnych momentów rodzinnych.

UNIWERSALNE OKAZJE DOROCZNE:

DZIEŃ BABCI I DZIADKA - (21) (22) STYCZNIA

WALENTYNKI - (14) LUTEGO

DZIEŃ KOBIET - (8) MARCA

WIELKANOC - W TYM ROKU (5) KWIEŚNIA

DZIEŃ MATKI - (26) MAJA

DZIEŃ DZIECKA - (1) CZERWCA

PIERWSZE KOMUNIE I WIELE INNYCH

Daty tego typu okazji są z góry ustalone i obchodzą je niemal wszyscy. O tych okazjach koniecznie musisz przypominać wystrojem i ekspozycją produktów – najlepiej, jeśli są to produkty specjalnie do tego przeznaczone, idealnie pasujące. Wystaw je tak, by krzyczały do klientów:
Czy pamiętasz o swojej ukochanej?
Czy pamiętałeś o swojej mamie?
Czy pamiętasz, że już za dwa tygodnie Wielkanoc?!

OKAZJE INDYWIDUALNE

URODZINY

IMIENINY

ROCZNICA ŚLUBU

JUBILEUSZ

Z tych okazji kupujemy dla kogoś słodycze na prezent. Ich daty są indywidualne. Poznasz je, jeśli dobrze znasz swoich klientów lub gdy wesprzesz się statystyką, przykładowo gdy są to jakieś bardzo popularne imieniny.

Warto dbać o jakość i odświeżność ekspozycji cały rok i przez cały tydzień, a zwłaszcza w weekendy, kiedy to nadrabiamy wszelkie rocznicowe zaległości.

OKAZJE SPONTANICZNE

GRATULACJE!

PRZEPRASZAM!

DZIĘKUJĘ!

KOCHAM CIĘ!

ZALEŻY MI
NA TOBIE!

Każdy z nas ma w ciągu roku mnóstwo okazji, by słodkim upominkiem wyrazić odpowiednie emocje lub zapewnić stosowną gościnę i coś słodkiego do kawy.

Czy wiesz, że...
Niektóre sklepy wręcz „żyją” z okazji spontanicznych? Idealne miejsce, gdzie kupują dziękujący, to zwykle sąsiedztwo szpitali położniczych.

Okazje generują sporą część obrotów w kategorii i warto mieć to na uwadze. Opłaca się dbać o ekspozycję i komunikację, która wyjdzie naprzeciw oczekiwaniom konsumenta, ale też przypomni wszystkim zapominałskiemu, że wypada kupić coś słodkiego. Widoczna ekspozycja w odpowiednim terminie, ze stosowną ofertą słodkich upominków, zapewni zwiększony obrót oraz zagwarantuje słodkie zyski.

ŁASUCHY SĄ WSZĘDZIE

Spora część konsumentów nie potrzebuje okazji, aby zająć się słodyczami. Dla 40% Polaków to wręcz sytuacja codzienna. Skończyły się słodycze – trzeba uzupełnić zapasy.

Grunt to dobra i pełna oferta, odpowiadająca zapotrzebowaniu okolicy.

W Hurtowniach Eurocash znajdziesz specjalnie przygotowany na wybrane okazje asortyment słodczy i ciastek, ale też pełną ofertę marek i produktów w kategorii.

40% POLAKÓW
KUPUJE SŁODYCZE
BEZ OKAZJI

Najpopularniejsze imieniny!

Praliny i bombonierki są częstym dodatkiem do imieninowych życzeń. Zadbaj o ofertę nie tylko w czasie najbardziej popularnych imienin, ale przez cały rok. **Codziennie ktoś obchodzi imieniny!**

NAJCZĘŚCIEJ WYSTĘPUJĄCE IMIONA W POLSCE

Anna 1 114 536 to ponad 5% kobiet w Polsce

Maria 753 586

Katarzyna 601 930

Małgorzata 585 732

Agnieszka 559 412

Krystyna 558 914

Barbara 546 970

Ewa 503 983

Elżbieta 486 014

Zofia 461 443

Jan 689 212

Andrzej 678 251

Piotr 677 646

Krzysztof 666 404

Stanisław 632 666

Tomasz 518 939

Paweł 490 542

Józef 452 250

Marcin 439 451

Marek 428 542

Najpopularniejsze imiona w Polsce w 2014 r.
(źródło: msw.gov.pl)

Lena
9642

Zuzanna
8856

Julia
8572

Maja
8055

Zofia
6733

Hanna
6407

Aleksandra
5935

Amelia
5586

Natalia
5205

Wiktoria
5149

Jakub
9382

Kacper
7232

Antoni
7143

Filip
6903

Jan
6817

Szymon
6112

Franciszek
5139

Michał
5004

Wojciech
4959

Aleksander
4896

JAKUB

Od 2004 r. najczęściej wybieranym imieniem dla chłopca jest Jakub.

LENA

Od 2013 r. na pierwsze miejsce wysunęła się Lena, która zdetronizowała imię Julia, będące od 10 lat najczęściej wybieranym imieniem żeńskim.

DZIEWCZYNKI

CHŁOPCY

CZY WIESZ, ŻE...

Każdy z nas zna jakąś Annę i jakiegoś Jana.

Urodziny Anny obchodzimy 10 stycznia, 27 lutego, 7, 9 i 23 czerwca, 15 lipca, 26 lipca, 1 września.

Urodziny Jana są aż 100 razy w roku! Najpopularniejsze wypadają 24 czerwca.



Stodkie urodziny!

Urodziny to wyjątkowa chwila, szczególnie dla najmłodszych, a kinderbal to ulubiona impreza wszystkich dzieci. Tort, prezenty, atrakcje i ogromna ilość słodczy, którymi w tym dniu można się bezkarnie zająć.

Organizowanie takiego przyjęcia to też świetna okazja do spotkania z rodziną i bliskimi znajomymi. W domowym zaciszu lub ogrodzie, rodzice tworzą prawdziwe królestwo dla małego solenizanta. Dzieci uwielbiają być w centrum zainteresowania, dlatego każdy kto przygotowuje się do takiego święta zrobi wszystko aby maluch tego dnia był szczęśliwy.

Na Kinderbalu nie może zabraknąć słodkości! Im więcej tym lepiej! Musi być kolorowo i obficie ponieważ dzieci uwielbiają różnorodne kolory, kształty i smaki. Najmłodszy to najbardziej wymagający i wybredni konsumenci, dlatego warto zaproponować rodzicom wybór w produktach luzowych.

Przewagą produktów sprzedawanych na wagę jest możliwość zakupu mniejszej ilości – typowo na próbę – lub dokładnie takiej, jaka jest potrzebna. To idealne rozwiązanie w przypadku menu na dziecięcą imprezę urodzinową. Dzięki możliwości zakupu produktów luzowych, klient będzie mógł sam skomponować swój słodki zestaw i kupić więcej!



OFERTA DR. GERARDA

Sztandarowym wyrobem w ofercie Dr. Gerarda są produkowane od lat wafelki PryncyPałki, najlepiej sprzedające się wafle w czekoladzie w Polsce. Firma ma też mocną pozycję w segmencie ciastek oblewanych czekoladą z nadzieniem (Pasja, Baletki), markiz (Mafijne) oraz wafli – oprócz PryncyPałków oferuje np. Rurki Wafłowe czy Andruty oraz draże Maltikeks.



EUROBRAND – PRODUCENT APETITEK – PODPOWIADA:

Ciastka, wafle, rurki w polewie... Wielu z nas nie wyobraża sobie dnia bez zjedzenia czegoś słodkiego. Dlaczego produkty te tak nas pociągają? W wielu polskich domach tradycja jedzenia słodczy jest skutecznie podtrzymywana. Suto zastawione smakołykami stoły wciąż towarzyszą niezliczonym okazjom, a wielu z nas po prostu nie wyobraża sobie wypicia codziennej, kawy bez zjedzenia pysznej „słodkości”.



OFERTA TAGO

Firma TAGO, istniejąca na rynku od 1966 r., jest jednym z największych zakładów produkcyjnych wyrobów cukierniczych w Polsce. Oferuje szeroki wybór ciastek, m.in. ciastka francuskie, kruche, pierniki, wafle i rurki wafłowe, roladki i biszkopty, wszelkiego rodzaju herbatniki oraz luksusowe produkty w czekoladzie.



EFEKTYWNA ROTACJA I WIĘKSZY ZYSK

Samoobsługowa forma sprzedaży na wagę jest praktyczna i wygodna, zarówno dla klientów, jak i sprzedawców. Kupujący sami decydują, jaki asortyment wybiorą i w jakiej ilości. Uporządkowana, przyjazna ekspozycja kojarzy im się z wysoką jakością i wpływa pozytywnie na wizerunek sklepu, przynosząc detalistom lepszy zysk.



marzec

8

Dzień Kobiet

Dzień Kobiet to symboliczny dzień, jednak nie możemy pozwolić, aby mężczyźni pamiętali o swoich ukochanych wyłącznie wtedy. Kobiety uwielbiają przecież być obdarowywane przez cały rok.

Zadbaj o to, by mężczyźni znaleźli w Twoim sklepie ofertę wyjątkowych, słodkich podarunków dla swoich pań. Niech zdobywają serca ukochanych. Pomóż im w tej trudnej misji!

CZY WIESZ, ŻE...

Kobiety mają bardziej wyczułone zmysły niż mężczyźni – silniej odczuwają smak, wyraźniej i dokładniej odczuwają zapachy oraz rozróżniają więcej odcieni kolorów niż mężczyźni.



CZY WIESZ, ŻE...

Kwiaciarki i sprzedawczynie słodyczy obchodzą Dzień Kobiet 9 marca? Ósmego robią obroty, bo ktoś lepiej doradzi mężczyznom, co spodoba się kobietom?

CIACHO

Czy taka dwuznaczna nazwa może być celową intencją producenta? Nie bój się puścić oko do klienta. Kobiety lubią „ciacha”, takie z Dan Cake również!

MIESZKO RADZI

Postaw na:

- zróżnicowany i dobrze dopasowany asortyment,
- produkty w szacie okazjonalnej lub w torbie upominkowej,
- produkty przeznaczone na daną okazję.



Wielkanoc

kwiecień

5

Na Wielkanoc cieszy nas nie tylko chwila wytchnienia, długi weekend, ale również nadchodząca wiosna. Wraz ze zmieniającą się za oknem pogodą, polepsza się również nasze samopoczucie i nastrój. Oko odruchowo szuka soczystej zieleni. To właśnie na takim tle najlepiej położyć czekoladowe jajka, zajączki, czekolady, a każdy niewielkanocny produkt, który położysz obok zyska na swej odświeżności.

Pamiętaj o ofercie dla dzieci. Rodzice poszukują w tym czasie łakoci dla swoich pociech, dbając o odpowiednią ofertę i ekspozycję wyjdiesz im naprzeciw.

CZY WIESZ, ŻE...

Symbolem Wielkiej Nocy jest jajko. Już od starożytności symbolizowało ono nowe życie. Symbol ten idealnie wpisał się w klimat Świąt Wielkanocnych, podczas których chrześcijanie świętują zmartwychwstanie Chrystusa, czyli początek nowego życia.

Mazurki od lat goszczą na polskich stołach wielkanocnych. W przypadku tego ciasta niezwykle istotny jest jego wygląd. Powierzchnia mazurków pokrywana jest polewą czekoladową, lukrem, kolorowymi posypkami oraz bakaliami, które są układane w ciekawe wzory. W sprzedaży pojawiają się mazurki o rozmaitych kształtach: prostokątnym, kwadratowym lub pisanki!

Babka wielkanocna to tradycja w naszych domach. W Polsce jest znana już od XV wieku. Według wierzeń, babka to symbol dostatku, który ma zapewnić rodzinom dobrobyt i szczęście. A skąd nazwa tego wypieku? Zapewne wzięła się stąd, że swoim specyficznym kształtem babka przypomina spódnice noszoną niegdyś przez wiejskie kobiety.

MIESZKO RADZI

Postaw na standy okazjonalne!

- Przyciągają wzrok klientów, przypominają o okazji oraz zachęcają do zakupów.
- Pozwalają także na uporządkowanie i udekorowanie przestrzeni sklepowej.





I Komunie w majowe weekendy

Jak oszacował w 2010 r. „Dziennik Gazeta Prawna”, rynek komuniijny wart jest 3 mld złotych rocznie. Dla porównania – obecna wartość rynku słodczy to niecałe 13 mld na rok.

Największą popularnością cieszą się z tej okazji bombonierki komunijne. Dzieci uwielbiają dostawać słodczy, dlatego są one mile widzianym dodatkiem do prezentu lub upominkiem komuniijnym.

Pamiętaj, żeby bombonierki komunijne prezentować z szacunkiem ze względu na podniosłość tej okazji.

Zwykła dbałość o wrażliwe na uszkodzenia słodczy to w te dni za mało. Zadbaj o godną i piękną ekspozycję i choć trochę białego tła, a na pewno się to opłaci.

CZY WIESZ, ŻE...

Na początku chrześcijaństwa sakramenty chrztu, komunii i bieżmowania udzielano dzieciom w ramach jednego obrzędu? Odbываło się tak przez pierwsze cztery stulecia.



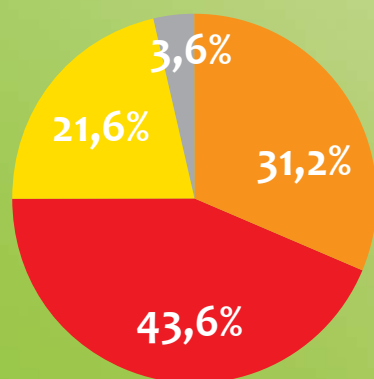
1

Three Kinder chocolate bars are displayed against a blue background. The first bar is Kinder Chocolate, featuring a white wrapper with a red and white striped design, a glass of milk, and a young boy's face. The second bar is Kinder Country, with a white wrapper and a brown chocolate bar showing cereal pieces. The third bar is Kinder Bueno, with a white wrapper and a brown chocolate bar showing a hazelnut.

Dzień Dziecka jest świętem międzynarodowym? Międzynarodowy Dzień Dziecka został ustanowiony przez ONZ w 1954 r. W Polsce obchodzony jest 1 czerwca, jednak w innych krajach są to inne daty.



- ☐ dużym
- ☐ średnim
- ☐ małym
- ☐ żadnym



Produkty poukładane według marek stanowią spójną całość i dobrze razem wyglądają. Dzieci kierują się głównie nazwami marek, większa więc jest szansa, że odnajdą szukany produkt i dokonają zakupu.



Produkty impulsowe

UWAGA! STREFA PRZYPASOWA TO OLBRZYMI ZYSK Z MAŁEJ POWIERZCHNI!

Ekspozycja w strefie przypasowej jest niezwykle zyskowna, ponieważ tu działa głównie impuls i emocje, a decyzje zakupowe stają się irracjonalne. W tym miejscu konsument nie przelicza, ile płaci za kilogram towaru, a w takim przeliczeniu kupuje najdroższe towary w sklepie!

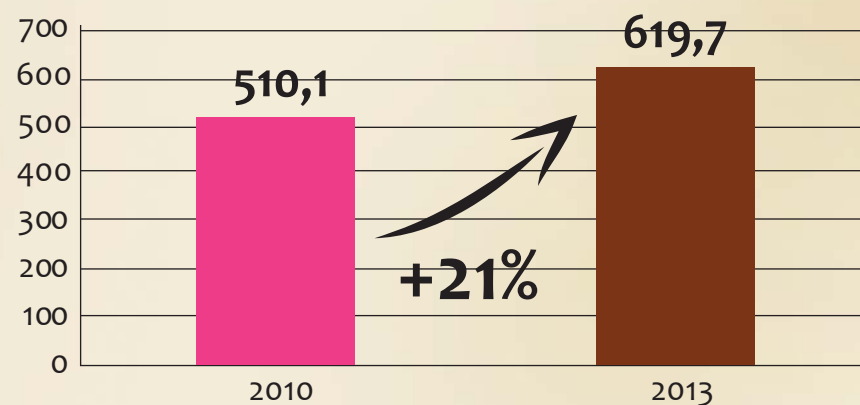
Produkty kluczowe w strefie kasy to słodczy impulsowe, które mają niewielkie rozmiary i wagę (poniżej 100 g) umożliwiającą natychmiastową konsumpcję, w cenie nie więcej niż 10 zł. Są to batony, wafle, gumy do żucia, cukierki, lizaki, draże.

CZY WIESZ, ŻE...

Szacuje się, że w sieciach handlowych strefa przypasowa może generować nawet 5% przychodów sklepu, a w niektórych kategoriach, jak np. batony, nawet 30%!

Wedel informuje: produkty impulsowe rosną w siłę.

Impulsowe wafle w czekoladzie – sprzedaż wartościowa w mln zł



Niemal 70% rodaków przyznaje, że zdarzają się im nieplanowane zakupy. Są to przede wszystkim kobiety oraz ludzie młodzi. Rynek produktów impulsowych w Polsce prędko się rozwija, a sprzedaż artykułów w strefie kasy wciąż rośnie!

TU UMIESZCZAJ TYLKO ZNANE MARKI!

Kierowanie się podczas zakupów świadomością marki jest strategią konsumentów, pozwalającą oszczędzić ich czas i wysiłek, który w sytuacji braku znajomości marki poświęciłoby na porównanie produktów pod kątem atrybutów takich jak np. jakość, opakowanie i cena.

Ekspozuj najbardziej popularne i chętnie kupowane produkty. Dzięki temu, że klient zna dany produkt, sięgnie po niego szybko i bez większego zastanowienia. To jest właśnie impuls!

UZUPEŁNIAJ WSZELKIE LUKI!

Powierzchnia przy kasie jest zbyt cenna, by była niewykorzystywana.

Systematycznie sprawdzaj, co najlepiej rotuje i zmieniaj ofertę jeśli potrzeba. Zimą konsumenci chętniej sięgną po czekoladę lub batonika, latem z kolei chętniej skuszą się na lody.



Nowość!

NOWOŚĆ BEZ OZNACZENIA NIE ISTNIEJE!

W strefie kas mogą się znaleźć tylko dobrze oznaczone nowości lub promocje. **Nowości oznaczaj wyraźnie, najlepiej dostarczonymi przez producenta materiałami.**

CZY WIESZ, ŻE...

Wyraźne oznaczanie promocji ma realny wpływ na wielkość i częstotliwość zakupu!

Warto oznaczać nowości!

IMPULS DLA KAŻDEGO!

Ważne aby przy kasie każdy znalazł coś dla siebie. Dlatego w strefie przykasowej umieszczaj produkty dla dorosłych i dla dzieci.

Artykuły przeznaczone dla dorosłych umieszczaj na wysokości wzroku klientów. Nie zmuszaj ich do poszukiwań, każdy element ekspozycji powinien być widoczny.

Produkty skierowane dla najmłodszych powinny znaleźć się w ich zasięgu. Tak, by mogły łatwo po nie sięgnąć. Delikatne artykuły, umieść jednak odrobinę wyżej aby zminimalizować straty.

ZASADY PRZYKASOWEJ EKSPOZYCJI

**PRODUKTY USTAW W ZASIĘGU
WZROKU KLIENTÓW.**

**W STREFIE KASY UMIESZCZAJ PRODUKTY
DLA DOROSŁYCH I DLA DZIECI.**

**NA BIEŻĄCO PRZEPROWADZAJ ANALIZY
ROTACJI I MARŻY.**

**EKSPONUJ NAJBARDZIEJ POPULARNE I CHĘTNIE
KUPOWANE PRODUKTY.**

**ABY ZWIĘKSZYĆ ROTACJĘ PRODUKTU POWIĘKSZ
JEGO POWIERZCHNIĘ EKSPOZYCJI.**

DBAJ O ATRAKCYJNĄ EKSPOZYCJĘ.

**SYSTEMATYCZNIE UZUPEŁNIAJ
BRAKI NA PÓLKACH.**

**PAMIĘTAJ ABY CENA ZNAJDOWAŁA SIĘ
PRZY KAŻDYM PRODUKCIE.**

**INFORMUJ KLIENTÓW
O PROMOCJACH.**



Nowości!

Polski konsument jest z natury konserwatywny i nie przejawia entuzjazmu jeśli chodzi o nowości. Producenci dbają natomiast, aby na rynku stale pojawiało się coś nowego.

Chętni na spróbowanie nowinek znajdą się zawsze, może nie jest to większość kupujących, ale najczęściej są to konsumenci, którzy nie zwracają uwagi na cenę i akceptują jej wzrost – konsumenci, którzy są skłonni płacić więcej!

TIC TAC

Nowości napędzają w dużej mierze kategorię impulsową. Te znanych marek pozwalają zaskoczyć i przyciągnąć uwagę konsumentów. Przykładem może być Tic Tac Popcorn – wyjątkowy i zaskakujący smak, jakiego jeszcze nie było!

KORZYŚCI:

- 72% badanych potwierdza, że bardzo lubi smak popcornu.
- 70% ocenia pomysł nowego smaku jako bardzo ciekawy.
- 72% deklaruje, że kupi Tic Tac Popcorn.

(Źródło: Tic Tac Concept Flavor Test, 2014)



WEDEL

Marka Wedel powiększa portfolio, rozszerzając swoją obecność również w segmencie impulsowych wafli oblewanych czekoladą. Do swojej stałej oferty, na szeroki rynek wprowadza CzekoWafel. To oferta dla fanów impulsowych wafli w czekoladzie w standardowych rozmiarach oraz dla sporej grupy, która za niewielką dopłatą szuka większej porcji ulubionego produktu.

format standardowy – 38 g
format XXL – 50 g



Kolejna ciekawa nowość to wedlowskie desery w formie batonów!

Producent wprowadza nowy format produktu, zapewniający możliwość konsumpcji ulubionych smaków deserów w różnych okazjach podczas dnia.

Tiramisu i Panna Cotta
w formie batoników 40 g



KORZYŚCI:

- Nowy koncept na rynku polskim „batoników przyjemnościowych”.
- Mocne wsparcie medialne dla całego konceptu.
- Pozytywne doświadczenie z kategorii tabliczek, gdzie koncept przyczynił się do wzrostu wolumenu całej kategorii!

Kształt batonika nawiązujący do konceptu wedlowskich deserów w tabliczkach.

Wielkość batonika mieszcząca się w obrysie batonika Pawełek.

Wybór najpopularniejszych wariantów smakowych w ofercie tabliczek: Tiramisu i Panna Cotta.

FIRMA I.D.C. POLONIA S.A.

Wyłącznie dystrybutor Góralek w Polsce stara się zdobywać zaufanie konsumentów, oferując produkty o bardzo dobrej jakości, a równocześnie unikalne, zwłaszcza pod względem smaku. W tym roku dołącza do nich nowa marka wafelków – Lusette.

Ten nowy produkt skierowany jest do kobiet i mężczyzn, którzy wśród codzienności pragną odrobiny luksusu. Wafelki Lusette to niezwykle połączenie smaków, dzięki jednostronnej polewie i wyjątkowej kruchości ciemnych płatów waflowych.

Niezwykle eleganckie i ekskluzywne opakowanie wafelków kojarzy się z wysoką jakością i pozostawia dobre wrażenie o marce. Jej wprowadzeniu na rynek towarzyszy kampania reklamowa.

Trzy smaki wafelków o gramaturze 50 g:

- Lusette Mleczne,
- Lusette Czekoladowe,
- Lusette Nugatowe.



