

Cloetta



Nu släpper Cloetta en helt förnyad familj inom chokladpåsar! Här hittar du Cloettas klassiska varumärken samlad i ny skrud, men också en riktigt fräsch nyhet – Pops Crunchy!

Vi är mycket stolta över vår nya påse – Pops Crunchy. Den är en helt unik nyhet i den svenska godishyllan, berättar Marknadschef Johan Eriksson. Den möter konsumenttrenden med choklad och salt i ett. Den tillför en helt ny smak och form, är spröd i konsistensen och har en lättsaltad yoghurtbaserad fyllning i kärnan.

Cloetta har under en längre tid märkt ett ökat intresse från kunder och konsumenter kring våra välkända chokladdragéer berättar Johan Eriksson. Vi har nu tagit fram ett fräscht och kundanpassat utbud och lanserar i februari vår nydesignade chokladpåsserie. Här syns tydligt en sammanhållen moderniserad design på våra välkända produkter Polly, Bridge och Kexchoklad Minirutor som tillsammans med nykomlingen Pops ytterligare stärker vårt erbjudande inom chokladpåsar, där Cloetta är marknadsledande i Sverige. Denna ny- och relansering inkluderar även en helt ny serie påsar med en storlek - och prispunkt som är anpassad för servicehandeln, säger Johan Eriksson.

Många tror att vi konsumenter är så traditionella när det gäller konfektyr – men det är inte sant. Mer än en fjärdedel av konsumenterna är intresserade av att prova nytt inom konfektyr⁽¹⁾, fortsätter Johan Eriksson.



Vi antog utmaningen och utvecklade den nya Pops Crunchy och drygt 70 % av våra provsmakare tycker att den är "ganska/extremt ny och annorlunda". Det är ett betydligt bättre resultat⁽²⁾ i jämförelse med de produkter som finns inom kategorin chokladpåsar på marknaden idag, avslutar Johan Eriksson.

Vi hoppas du tillhör kategorin som vågar smaka något nytt!



Pops Crunchy lanseras i två storlekar, 110g och 170g.

För ytterligare information, kontakta:

Marknadschef Johan Eriksson, tel 073-026 16 49, e-post; johan.eriksson@cloetta.se

Brand Manager Claes Ekström, tel 070-598 84 82, e-post; claes.ekstrom@cloetta.se

Digital pressmeddelande, bilder mm finns att tillgå i vårt pressrum hos Cision eller på vår hemsida.

Visste du detta om Cloetta och våra produktvarumärken?

1921 hade innovatörerna en helt ny produkt att presentera: Tunna spröda wafers med fyllning mellan, ovanpå det ett täcke av härlig choklad. Det kallade sin skapelse Five O'clock eftersom den passade bra som mellanmål på eftermiddagen. 1938 fick den det svenska namn som vi känner den som idag – Kexchoklad. Kexchoklad är en av Sveriges mest uppskattade chokladprodukter och konfektyrmarknadens enskilt största produkt. Totalt säljs omkring 65 miljoner Kexchoklad per år – **eller 367 stycken per minut**. Kexchoklad är en svensk klassiker som har förgyllt vardagen för svenska folket i över 70 år.

Polly föddes 1965 i Norrköping där man prövade att draga det man redan var bra på, nämligen smaksatt skum vilket smakade så bra och hade en härlig seg konsistens – Polly var född. Cloetta säljer över 800 miljoner Pollykuler per år och 4,8 miljoner svenskar äter Polly.

Bridge föddes i Kalmar 1966. Några medarbetare satt och spelade bridge under lunchrasterna. De åt en blandning av olika goda produkter som man tillverkade i fabriken. Någon kom på idén att lansera blandningen man åt som en mixpåse. Så var Bridge Original född.

(1) Källa: Hermelin/Anthill konsumentpanel online, Cloettas varumärkestracking. Riksrepresentativt urval 15+ år. Totalt 4139 ip, 2009-2010. Redovisningen avser de som svarat 5-7 på skala om intresse, där 7 är "Mycket intresserad av att prova nytt inom konfektyr".

(2) Källa: Norstat konsumentpanel online. Riksrepresentativt urval 15+ år (screening äter chokladpåsar minst varje kvartal). Totalt 597 ip varav 184 testade produkten i hemmet