

Firmy z systemu Coca-Cola w Polsce udoskonaliły ofertę orzeźwiających napojów Cappy Lemon&Nada. Na rynku pojawiły się dwie nowe propozycje smakowe - smak klasycznej cytryny został wzbogacony sokiem jabłkowym, natomiast wariant kardamonowy zastąpiono oryginalną czerwoną pomarańczą z dodatkiem brzoskwini. Nowe warianty smakowe obecne są na rynku od maja tego roku.



Linie napojów **Cappy Lemon&Nada** wprowadzono na polski rynek latem ubiegłego roku. Lemon&Nada od samego początku została bardzo dobrze przyjęta przez konsumentów (Cappy Lemon&Nada jest liderem segmentu lemoniad, posiadając 28.7% udziałów ilościowych; źródło: AC Nielsen, marzec 2010). Odwołująca się do prostej receptury doskonale znanego Polakom orzeźwiającego napoju, Lemon&Nada przywołuje wspomnienia z dzieciństwa. W tym roku producent marki Cappy, bazując na wynikach badań konsumenckich dotyczących preferencji smakowych, podjął decyzję o udoskonaleniu napojów Lemon&Nada. W jej wyniku zostały wprowadzone dwie nowe propozycje smakowe. Cappy Lemon&Nada cytrynową wzbogacono sokiem jabłkowym, dzięki czemu jej smak jest bardziej orzeźwiający i mniej słodki. Prawdziwie letnim smakiem jest druga propozycja łącząca czerwoną pomarańczę z dodatkiem brzoskwini. Dodatkowo w obu wariantach zwiększono zawartość soku (napoje składają się w ponad 20% z soków owocowych). Cappy Lemon&Nada nie zawiera dodatku konserwantów i sztucznych barwników.

Cappy Lemon&Nada skierowana jest do konsumentów lubiących spojrzeć na życie z przymrużeniem oka i

delektować się chwilami zabawy i relaksu. Opakowanie produktu oraz kampania promocyjna Lemon&Nada pod hasłem, „...kiedy robi się gorąco...” wprowadza konsumenta w wakacyjny nastrój. Komunikacja w mediach opiera się na humorze sytuacyjnym.

Wprowadzaniu nowych wariantów smakowych produktów na rynek będzie towarzyszyła zintegrowana kampania marketingowa obejmująca silne wsparcie TV, kampanię internetową stworzoną we współpracy ze znanym polskim satyrykiem - rysownikiem oraz akcje samplingowo-promocyjne specjalnych drinków „Cappytan” będących połączeniem nowej Cappy Lemon&Nada i różnych alkoholi.

Nowe smaki Cappy Lemon&Nada w kartonach o pojemności 1L są dostępne w sprzedaży od 1 maja br., natomiast od czerwca br. – w butelkach PET o pojemności 0.33L.

Sugerowana cena na półce:

Karton 1L – 3,79 zł

Butelka PET 0,33L – 2,39 zł

Coca-Cola HBC Polska