

Soplica – jedna z najstarszych polskich wódek rozszerza swoje portfolio o dwie nowości. Malina i orzech to tradycyjne polskie smaki, które były wykorzystywane do nalewek już od wieków.



Soplica Malinowa i **Soplica** o smaku **orzecha laskowego** z pewnością przypadną do gustu osobom lubiącym sięgać po produkty przygotowane na bazie smacznych, znanych owoców. Unikalny przepis wykorzystuje najlepsze polskie orzechy i maliny, które wywołują skojarzenia z wakacyjną beztroską i domowymi specjałami, takimi jak konfitury, ciasta czy soki. Oba produkty wyróżniają się delikatnym aromatem podkreślającym ich naturalne pochodzenie oraz smakiem świeżych owoców znanym z domowych nalewek.

„Wprowadzenie na rynek Soplicy Malinowej i Soplicy Orzechowej jest odpowiedzią na zwiększającą się wśród polskich konsumentów popularność wódek kolorowych. W ciągu dwóch ostatnich lat sprzedaż produkowanej przez nas Soplicy Wiśniowej wzrosła o 109%, dużo dynamiczniej niż cały rynek wódek smakowych, który wzrósł w tym czasie o 20% stając się bardzo istotnym segmentem całej kategorii.” – mówi Karol Krekora – Brand Manager marki Soplica.

Soplica to typowo polska, tradycyjna marka wódki nawiązująca do spuścizny polskiego, suto zastawionego stołu czerpiąc ze staropolskiej tradycji nalewek. Dzięki delikatnemu smakowi i łagodnemu aromатовi od lat cieszy się rosnącą popularnością wśród konsumentów. Marka, która istnieje od 1891 roku i powstaje z najwyższej klasy spirytusu

produkowanego z wielkopolskiego zboża, łączy w sobie polskie tradycyjne wartości i najwyższą jakość, co sprawia, że jest jedną z najszybciej rosnących marek lokalnych na świecie. Nowe produkty uzupełniają dotychczasowe portfolio marki, w którym znajduje się obecnie wódka czysta Soplica Szlachetna, a także wódki smakowe: Soplica Wiśniowa, Soplica Tradycyjna oraz zamknięta w ekskluzywnej karafce Soplica Staropolska sporządzona z aromatycznych nalewów na orzechy włoskie, bez, jaśmin i leśną poziomkę, wzbogacona tradycyjnym polskim miodem.

Nowe produkty dostępne będą w sklepach na przełomie lipca i sierpnia b.r. w pojemnościach: 100, 200 i 500 ml. Ich wejściu na rynek towarzyszyć będzie kampania POS prowadzona w sklepach w całej Polsce.

CEDC