

Soplica, jedna z najstarszych polskich marek, obchodzi właśnie jubileusz 120-lecia swojego istnienia. Z tej okazji prezentuje swoje nowe oblicze premium i wprowadza zarazem zupełną nowość na polski rynek – Soplicę Spirytus Nalewkowy. Całości wydarzeń przyświeca hasło „Soplica. Wódki takie jak kiedyś”, które podkreśla unikalny charakter marki, jej szlachetne receptury i polski rodowód.

Nowe opakowanie Soplicy zostało po raz pierwszy zaprezentowane na Zamku w Malborku w trakcie hucznych obchodów „Obleżenia Malborka” i jubileuszu 120-lecia marki. Wyjątkowa, prostokątna lekko spłaszczona butelka premium z głębokimi żłobieniami w szkłe nawiązuje do lepszych czasów, takich jak kiedyś. Wtedy życie płynęło wolniej, powietrze miało inny zapach, jedzenie - smak, a ludzie mieli więcej czasu dla siebie. Widniejący na etykiecie dworek szlachecki to miejsce osadzone właśnie w takich realiach. Wtedy powstawały również receptury produktów Soplica. Doskonalone przez pokolenia i uszlachetnione specjalnie na jubileusz 120-lecia marki, powracają w nowej, luksusowej formie, wykorzystując starannie wyselekcjonowane składniki z polskich pól, sadów i ogrodów.



Soplica – ekspert od nalewek

Nowością w portfolio marki jest Spirytus Nalewkowy Soplicy - pierwszy produkt na rynku pozwalający na sporządzanie prawdziwie domowych nalewek według tradycyjnej, sprawdzonej receptury. Odpowiada on na rosnące zainteresowanie konsumentów wódkami smakowymi – zarówno gotowymi jak i sporządzanymi samodzielnie w domu. W przeciągu ostatnich trzech lat udział wódek smakowych w rynku wódki wzrósł do 19% z 17%.

„Powstały na bazie krystalicznie czystej wody, oryginalny Spirytus Nalewkowy Soplicy o mocy 60% pomaga wydobyć to co najlepsze z dojrzałych w słońcu owoców – ich naturalny zapach i głęboki smak. Jego receptura wykorzystuje idealne proporcje składników, co powoduje, że Spirytusu Nalewkowego Soplicy można używać bezpośrednio na świeże owoce

bez konieczności rozcieńczania go wodą, której jakość nie zawsze jest sprawdzona. Dlatego wierzymy, że nowy produkt Soplicy jest unikalną propozycją dla wszystkich, którzy dotychczas marzyli o zrobieniu własnej nalewki, a brakowało im czasu lub zniechęcała ich skomplikowana receptura. Przyrządzenie własnej nalewki ułatwi specjalna

książeczka umieszczana z tyłu butelki Spirytusu Nalewkowego zawierająca sprawdzony przepis; pomóc również może nalewkowy ekspert, Antek Soplica na swoim profilu na facebook.com” - mówi Przemysław Jaczewski, brand manager marek Soplica i Jeżówka, CEDC.

Nowe, wyraźnie podkreślające segment premium, opakowanie wódki i nalewek Soplica obejmie pojemności 700 ml, 500 ml i 200 ml. Wprowadzenie Spirytusu Nalewkowego Soplicy (500ml, 200 ml) rozszerza ofertę Soplicy (Szlachetna Wódka czysta, smakowe nalewki: Soplica Wiśniowa, Soplica Malinowa, Soplica Orzech Laskowy, Soplica Staropolska) o ekspercką pozycję idealnego narzędzia do sporządzania swoich własnych, domowych specjałów. Kampanię „Soplica. Wódki takie jak kiedyś” wesprą na rynku działania obejmujące najważniejsze tytuły prasy handlowej, materiały POS i działania PR. Z Soplicą można również kontaktować się od teraz przez profil Antka Soplicy na platformie społecznościowej facebook.com

CEDC