**Jardin Riche z niespodziewanymi kształtami landrynek**

**W grudniu pojawią się w sprzedaży nowe, naturalne landrynki pod marką Jardin Riche o niespotykanych kształtach. Już nasze babcie wiedziały, iż tylko na bazie naturalnego cukru najwyższej jakości można tworzyć słodkości, które będą wywoływały uśmiech i zadowolenie. Z tego powodu landrynki Jardin Riche mają unikalną recepturę, w której wykorzystano tylko naturalne aromaty i smaki jakie wszystkim kojarzą się z dzieciństwem. Do tego określony wygląd samych landrynek – przypominający owoce, jak i… ziarna kawy, które są ukłonem w stronę osób lubiących ten smak i napój. Wszystko oczywiście bez żadnych konserwantów czy ulepszaczy smaku.**

Polska jest pierwszym krajem europejskim, w którym pojawią się cukierki Jardin Riche w specjalnych, kolekcjonerskich opakowaniach. To zupełnie inne podejście w porównaniu do dotychczas oferowanych na rynku produktów (torebki foliowe). Produkty Jardin Riche mogą zarówno pełnić funkcję niestandardowego, ale i niedrogiego słodkiego upominku który wyzwala moc pozytywnych emocji, jak i mogą być niezłą gratką dla kolekcjonerów, dzięki dołączanym kolekcjom magnesów. Jardin Riche dostępne będą od grudnia w kilku odmianach tematycznych (w tym kolekcja Świąteczna, Patriotyczna z postaciami polskiej historii czy też z ciekawymi miejscami w Polsce) oraz w kilku wariantach smakowych.

*‘’Chcemy zaoferować polskim i zagranicznym konsumentom kolekcjonerskie, tematyczne serie słodkich produktów. Jednocześnie będziemy wprowadzać nowe, zgodne z oczekiwaniami konsumentów smaki i wzory landrynek. To nowatorskie podejście na naszym rynku’’* – dodaje Jędrzej Szynkarczuk.

Jak twierdzą przedstawiciele marki Jardin Riche, kategorie landrynek smakowych i funkcjonalnych pozycjonowanych jako małe i przyjemne prezenty, będą w przyszłości szybko rosły i tu upatrują największego potencjału.

**Polacy kochają słodycze**

Badania konsumenckie pokazują, że Polacy kochają słodycze: 90% przyznaje się do kupowania łakoci, ponad 80% lubi jeść słodkie produkty. Średnio 2 razy w tygodniu sięgamy po słodką przekąskę a dla 1/3 Polaków stanowią one stały element codziennej diety. Największą popularnością (90%) słodycze cieszą się wśród konsumentów młodych (do 24 l).