Festa della donna coi "fiori" Chupa Chups

chupa-chups-flower-bouquet-19-ct-1-oggetto-editoriale-720x600-f862523a

Ogni donna merita un festeggiamento unico, mai banale e pieno d’amore, come i Flower Bouquet di Chupa Chups: 19 attimi di dolcezza e felicità, 6 gusti diversi (fragola, arancia, mela, ciliegia, anguria, limone) per ogni momento della giornata.

Viva la dolcezza e l’energia delle donne che si abbina benissimo coi Chupa Chups.

Chupa Chups
Chupa Chups Fino alla fine degli anni Cinquanta, le caramelle avevano diverse forme e colori. Ma i bambini, essendo bambini, le tiravano regolarmente fuori dalla bocca per esaminarle, per parlare con gli amici, per nasconderle ai genitori o per metterle in tasca serbandole per dopo. L’associazione bambini-caramelle era quindi fondamentalmente una miscela appiccicaticcia. Nel 1958, a Barcellona, Enric Bernat creò un dolce che conquistò tutti e che avrebbe reso felici sia i bambini sia i loro genitori. Improvvisamente tutto divenne chiaro: il mondo aveva bisogno di un prodotto che “sarebbe equivalso a mangiare un dolce con la forchetta”. All’inizio, Bernat decide di chiamarlo “GOL”, immaginando la caramella che entra nella bocca aperta così come un pallone lo fa nella rete da calcio. Ma il nome non era abbastanza evocativo, così venne coinvolta un’agenzia pubblicitaria che ne ideò uno nuovo e originale, Chups….Il resto lo fecero i consumatori. Il suggestivo jingle usato per il Chups si dimostrò così azzeccato da riuscire addirittura a cambiare il nome della caramella! Prendi un dolcetto e lecca, lecca, lecca, come un Chups. È tondo e dura tanto… Lecca, lecca, lecca un Chups. Nonostante il cambiamento del nome, lo stile spensierato rimase inalterato. Grazie all’intuizione geniale di Salvador Dalì, il logo si integrò con la forma di una margherita. Il design del 1988 è quello definitivo. Luminoso, allegro e originale, si è dimostrato universalmente apprezzato ed è diventato l’icona definitiva per un brand famoso in tutto il mondo. Chupa Chups si differenziava (e lo fa tuttora) da altri prodotti per i piacevoli espositori, che attirano l’attenzione e sono sempre ricchi di fantasia. Il rappresentante poteva consegnare il prodotto, sistemare l’espositore e caricarlo, facilitando il compito del negoziante. Parteciparono alla gara di velocità automobilistica Chupa Chups i 600 membri della forza vendita che serviva più di 300.000 esercizi al dettaglio in tutta la Spagna. Il loro dolce messaggio “Ti porto buone

notizie!” è sempre stato accolto positivamente da tutti.

http://www.chupachups.it