



## **KINDER SURPRISE VIERDE HAAR 40<sup>e</sup> VERJAARDAG IN 2014**

Het eitje dat in 1974 in Italië werd geïntroduceerd, heeft sindsdien al verschillende generaties lekkerbekken en verzamelaars weten te verleiden. Ondertussen werden reeds 1,5 miljard KINDER SURPRISES® verkocht in meer dan 75 landen. KINDER SURPRISE® stond, en staat nog steeds, voor een driedubbele emotie: genieten en smullen van lekkere chocolade, het ongeduld om de surprise binnenin te ontdekken, en de pret van steeds weer een nieuw speeltje.

Toen Michele Ferrero in de jaren zeventig KINDER SURPRISE® bedacht, wilde hij dat het alle dagen Pasen zou zijn! Hij werd geïnspireerd door een Italiaanse traditie waarbij kinderen een verrassing krijgen die verstopt zit in een ei.

Elk jaar worden meer dan honderd verschillende surprises ontwikkeld, die steeds weer een leuk speeltje moeten vormen voor kinderen vanaf drie jaar, en die hun fantasie en creativiteit moeten stimuleren. Sommige surprises zijn geïnspireerd op bekende kinderfiguren, maar de meeste surprises in de eieren worden exclusief voor KINDER SURPRISE® bedacht en ontwikkeld door een speciale afdeling van de Ferrero Groep. Elke maand ontstaan 30 nieuwe ideeën voor speeltjes, goed voor ruim 350 nieuwe concepten per jaar. Zo kunnen de surprises inspelen op de steeds evoluerende smaken, gebruiken en trends. Van die 350 concepten wordt uiteindelijk slechts een derde geselecteerd door een comité van marketingexperts, technici en artsen. Zij houden daarbij rekening met criteria als veiligheid, kwaliteit, spelaspect en originaliteit.

Elk speeltje in een KINDER SURPRISE® wordt dus bedacht en ontwikkeld aan de hand van strenge veiligheidscriteria. Hetzelfde geldt voor de nieuwe capsule uit één stuk waarin het speeltje verpakt zit. De communicatie verloopt volgens maatschappelijk verantwoorde praktijken, net zoals voor de andere merken van Ferrero: het merk KINDER SURPRISE® richt zich niet rechtstreeks tot kinderen jonger dan 12 jaar.

De chocolade van KINDER SURPRISE® moet ook voldoen aan hoge smaakvereisten. Elke maand worden dan ook meer dan 500 smaaktests uitgevoerd door verschillende mensen van verschillende afdelingen.

In 2011 revolutioneerde het KINDER SURPRISE®-ei met drie ingrijpende vernieuwingen. Een eerste verandering: voortaan worden twee verschillende gamma's van surprises aangeboden met aangepaste licenties. Het speciale meisjesassortiment van KINDER SURPRISE® zit sindsdien in een roze verpakking; het uniseksgamma behoudt de

# FERRERO

traditionele verpakking. Een tweede grote vernieuwing zijn de surprises van het basisassortiment, die voortaan zijn opgebouwd rond vier verschillende thema's om in te spelen op de diverse karakters van kinderen: 'Natoons' is perfect voor natuurliefhebbers en kleine ontdekkers van het Hoge Noorden, 'Mixart' voor de uitvinders van vandaag en de kunstenaars van morgen, 'Sprinty' voor toekomstige piloten en kleine snelheidsduivels, en tot slot 'Go Move' voor alle kinderen die dol zijn op buiten spelen en lekker ravotten. Dankzij een nieuwe verpakkingstechniek is de chocolade tot slot nog beter beschermd, voelt de KINDER SURPRISE® gladder aan en is de informatie op de verpakking beter leesbaar.

KINDER SURPRISE® is bovendien eigenlijk ook een klein beetje Belgisch, want hoewel de eieren oorspronkelijk uit Italië komen, worden ze tegenwoordig in 7 fabrieken wereldwijd geproduceerd, waaronder één in Aarlen. De cijfers zijn indrukwekkend: jaarlijks worden in de fabriek in Aarlen meer dan 400 miljoen KINDER SURPRISE®-eieren gemaakt! Amper 4% van die productie blijft in België, al de rest wordt uitgevoerd naar 15 Europese landen.