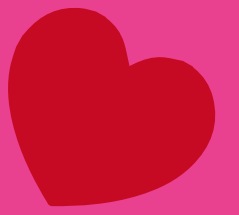


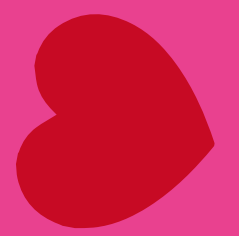
Omdat ik



helemaal P  P



ben op jou!



The image features a solid orange background with several pink hearts scattered around the central text. The hearts are of varying sizes and are positioned at the top, bottom, and sides of the text area.

Opgelet!
Je gaat smoorverliefd
worden op...



PRINGLES

®

De verbluffende **SNACK**, de adembenemende **KNAPPERIGHEID**, de intensiteit aan beide kanten van het aardappelschijfje, de verpakking die **'POPT'**, de voldoening om bij elke volgende hap telkens weer hetzelfde genot te ervaren. De metgezel die je leven laat sprankelen. Helemaal in de geest van **MIND POPPING, DE NIEUWE CAMPAGNE VAN PRINGLES!**

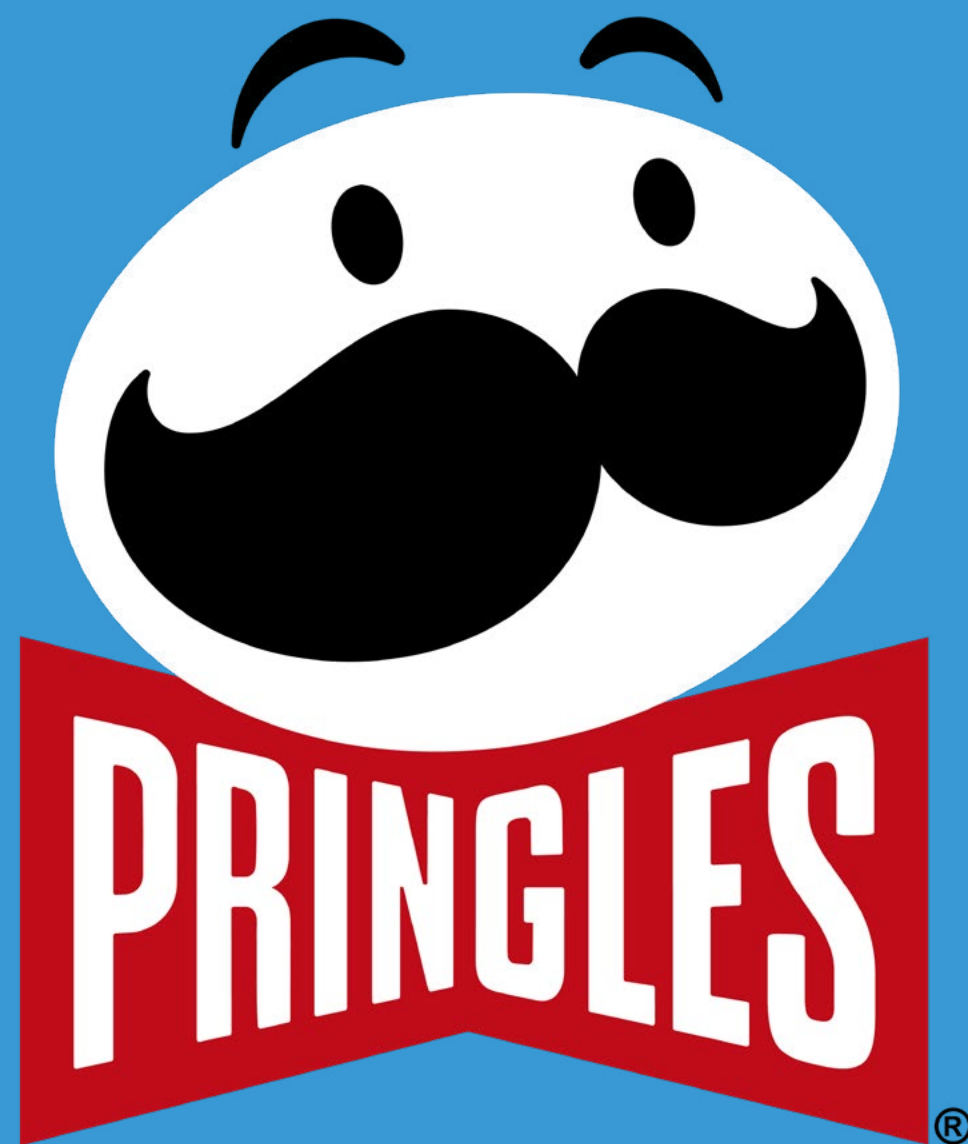




**Verliefd
op de
buitenkant**

MR. P, de iconische Pringles MASCOTTE, heeft een makeover gekregen. Met zijn FRISSE, MODERNE LOOK zal hij zeker in de smaak vallen! En ook opvallen met zijn nieuwe gelaatsexpressies! Het is een geweldig leuke manier om met een GLIMLACH de verschillende smaken te herkennen aan de verpakking. Vanaf 2021 heeft het merk een nieuwe reeks slankere kokers met SPRANKELENDE, KNALLENDE KLEUREN op de markt gebracht. De look is gedurfter dan ooit.





Mr. P is helemaal kaal geworden en heeft een vollere, meer geprononceerde snor.

STIJLVOL ALS ALTIJD!

Deze rebranding nam twee jaar in beslag en werd ontwikkeld en begeleid vanuit het Europese hoofdkantoor van Pringles in Dublin.

Dit is de eerste keer dat het merk een opfrisbeurt krijgt sinds de lancering van POP, PLAY, EAT en de iconische marketingcampagne ONCE YOU POP, YOU CAN'T STOP.



‘We merkten dat er internationaal een kloof was ontstaan tussen de perceptie van het merk en onze visie. Tijd dus voor iets nieuws, voor een opfrissing van de identiteit. Vandaar het project om de look van Mr. P moderner en actueler te maken en zodoende aan de fun die extra touch te geven waar de consumenten naar op zoek zijn.’

vertelt Camille-Coralie Bouton, Benelux Marketing Manager voor Kellogg Company.



**en ook
op de
binnenkant**

Sinds 2019 heeft Pringles niet alleen aan de verpakking gewerkt, maar ook de producten zelf werden GEFINETUNED DOOR DE HOEVEELHEID ZOUT in de best of te reduceren.

Het innovatieve bedrijf is erin geslaagd een gemiddelde zoutvermindering van 23 % te realiseren bij de 6 belangrijkste smaken: Original, Sour Cream & Onion, Hot & Spicy, Texas BBQ, Paprika en Classic Paprika.

EN NATUURLIJK MET BEHOUD VAN DE AUTHENTIEKE SMAAKINTENSITEIT.



Mind Popping campagne!






Christopher Lapham en Aaron McGurk, Global Group Creative Directors bij Grey, het bureau dat Pringles ondersteunde bij het opzetten van deze Mind Popping-campagne, vertellen:

‘Tijdens ons onderzoek naar Pringles, doken verhalen en feiten op die ons versteld deden staan. Het feit dat een beroemde sciencefictionauteur hun bakmachine heeft uitgevonden, dat het universum de vorm heeft van een Pringle-schijfje en dat elk schijfje perfect op de tong past, zette ons aan het denken over ‘MIND POPPING’ en over die gewone chips die in feite zoveel meer zijn dan dat.’

**Via de eigenzinnige Mind Popping-campagne
toont het merk nu dat Pringles veel meer is dan een snack!**



**HET IS EEN GEPERSONALISEERDE
SNACKERVARING.**

HOME SWEET HOME.



De Pringles-fabriek in Mechelen vierde in 2021 zijn 25-jarig bestaan.

Sinds de oprichting speelt de Mechelse productie-eenheid een pioniers- en leidersrol; hun innovatieve aanpak en werking wordt nu wereldwijd binnen de Pringles groep toegepast.

A worker in a factory wearing a yellow hard hat, blue hairnet, and face mask, looking at a tablet device.

De fabriek produceert meer dan 100.000 ton Pringles per jaar en exporteert naar meer dan 40 landen in Europa, het Midden-Oosten en Noord-Afrika.

De productie loopt 24 uur per dag, 7 dagen per week. Het Pringles-team wil zijn producten, de infrastructuur en de impact op het milieu steeds 'groener' maken.



EN WAT DAN MET DE AARDAPPEL?

**Het merendeel van de aardappelleveranciers komt uit België
of uit de buurlanden.**

**Niet van verder weg. Want ook al stuurt de smaak van Pringles
je naar een ander sterrenstelsel, het is altijd goed om thuis te
komen!**



INFOS

[www.ingles.com/be](http://www.pringles.com/be)

PERS INFO:

TOP SECRET COMMUNICATION

Anne-Sophie Mathieu / anne-sophie@top-secret.be

Stéphanie Boucquillon / stephanie@top-secret.be

T 02 244 93 22

