**Nowe opakowania Familijne na 30-lecie marki!**

**Z okazji jubileuszu 30-lecia Familijne wprowadzają na rynek limitowaną edycję wafli w specjalnych opakowaniach, zaprojektowanych przez młodych twórców z konkursu Young Creatives Cannes. Nowy design wafli Familijne Klasyczne o smaku kakaowo-śmietankowym to nostalgiczny powrót do lat 90., z nutą współczesnej estetyki - wprost z rąk 30-latków, którzy dorastali razem z tą kultową marką.**

Familijne, najpopularniejsze rodzinne wafle w Polsce, przygotowały na swoją rocznicę opakowania, które - podobnie jak sama marka - łączą pokolenia. Projekty powstały w odpowiedzi na brief konkursowy, który zachęcał do kreatywnej interpretacji klimatu lat 90. oraz pierwszego wizerunku brandu. Wśród nadesłanych prac nie zabrakło elementów charakterystycznych dla tej dekady - kultowego Ikarusa, kaset VHS czy połyskujących detali, które przywoływały wspomnienia dzieciństwa i pokazały, jak silnym źródłem inspiracji wciąż potrafi być estetyka sprzed trzech dekad.

**Smak, który łączy**

Marka Familijne to nie tylko wafle - to chrupiący kawałek historii Bydgoszczy, który od 1995 roku towarzyszy rodzinom. Powstały w zakładach Jutrzenki w sercu Kujaw, jako pierwsze w Polsce wafelki z dwoma kremami - kakaowym i śmietankowym. Zrewolucjonizowały rynek słodyczy i zapoczątkowały opowieść o produkcie bliskim wielu konsumentom.

- *Wspólne momenty przy waflach Familijne to dla wielu Polaków część codzienności - od pokoleń. Zależało nam, by jubileuszowe opakowania były nie tylko przyciągające wizualnie, ale także niosły emocje i autentyczną wartość -* podkreśla Joanna Kąkol Rzecznik Prasowy Colian i dodaje*: Projekty młodych twórców pokazały, że duch lat 90. wciąż inspiruje, a nasza marka może być atrakcyjna zarówno dla starszych, jak i młodszych odbiorców.*

Limitowana edycja wafli **Familijne Klasyczne** o smaku kakaowo-śmietankowym jest dostępna w sprzedaży od lipca i stanowi część kampanii **„30 lat razembycia”**,obejmującej działania w telewizji, digitalu, przestrzeni miejskiej oraz konkurs konsumencki **„Familijne: 30 historii na 30 lat”**, będący sentymentalną podróżą do lat 90. i 00. To kolejny krok w budowaniu silnej marki opartej na wspólnych chwilach, smakach i pozytywnych emocjach.