



Koprivnica, 9. listopada 2020.

### PRIOPĆENJE ZA MEDIJE

Nova nagrada za inovativni proizvod Podravke i Leda

## **Lino Lada sladoled osvojio Zlatnu košaricu za najbolji proizvod u 2019. godini**

Lino Lada sladoled, nastao u suradnji Podravke i Leda, osvojio je Zlatnu košaricu za najbolji proizvod u 2019. godini, prestižnu godišnju nagradu koju dodjeljuje magazin Ja TRGOVAC.

U kategoriji u kojoj je tradicionalno najveći broj prijavljenih i jakoj konkurenciji vrhunskih domaćih proizvoda, Lino Lada sladoled osvojio je stručni žiri svojim jedinstvenim okusom i inovativnošću. Zlatna košarica novo je veliko priznanje za Lino Lada sladoled koji je prošle godine na svjetskom natjecanju International Ice Cream Consortium u Švedskoj proglašen najboljim na svijetu.

*„Zlatna košarica za proizvod godine potvrdila je da smo, zajedno s našim partnerom Ledom, prepoznali potencijal širenja asortimana Lino Lada kremnih namaza u nove inovativne kategorije kao što su impulsni sladoledi. U proteklom periodu Lino Lada sladoled ostvario je iznimne rezultate te oduševio potrošače na domaćem i svjetskom tržištu. Lino Lada brand ovime se ponovno dokazuje kao omiljeni kremni namaz, a osvajanje Zlatne košarice za proizvod godine drugu godinu zaredom, dodatna je potvrda kvalitete i inovativnosti Podravkinih proizvoda“,* istaknula je **Vesna Višnić, Podravkina direktorica Poslovnog programa Dječja hrana, slastice i snack.**

*„Iznimna nam je čast primiti ovu nagradu kao još jedan dokaz kvalitete onoga što radimo, i to baš za sladoled Lino Lada kojeg smo napravili u suradnji s Podravkom koja zaista jest savršen partner za ovako atraktivan i inovativan proizvod. Uz to, ono je i potvrda predanog rada naših zaposlenika, a posebno razvojnog tima koji svoje kreativne ideje uspješno pretvara u najfinije sladolede i smrznute proizvode. Stoga čestitke i njima! Svake se godine trudimo razviti neke nove okuse i kombinacije te učiniti korak više u želji da inovacijama i kreativnošću udovoljimo najrazličitijim zahtjevima naših kupca i potrošača, jer su nam oni na prvom mjestu. Ovo govori da u tome i uspijevamo“,* izjavila je **Stela Ilijaš, pomoćnica direktora marketinga i razvoja.**

Lino Lada sladoled na tržište je lansiran u travnju 2019. godine. U svega par dana od lansiranja rasprodane su prve zalihe što ga je učinilo najtraženiji desertom u



Hrvatskoj, a tijekom prošle godine prodano je ukupno 2,8 milijuna komada Lino Lada sladoleda na hrvatskom i inozemnim tržištima.

Osnovna ideja Podravke i Leda pri razvoju Lino Lada sladoleda bila je bila prenijeti originalni okus Lino Lade duo namaza u sladolednu varijantu. Upravo tako je nastao sladoled na štapiću s dvije sladoledne mase okusa bijele i tamne kreme iz Lino Lade duo. Inovaciju u izvedbi sladoleda, osim oblika koji izgledom podsjeća na staklenku Lino Lade, predstavlja i dvostruki mekani preljev koji najbolje dočarava konzistenciju i senzorički doživljaj Lino Lada kreme. Lino Lada duo sladoled prvo je prelivljen slojem bijele Lino Lade, a zatim slojem tamne Lino Lade u posebno pripremljenim sladolednim preljevima.