**Lajkonik w nowej odsłonie – Soul & Mind odpowiada za kompleksowy rebranding marki**

**Jedna z najbardziej rozpoznawalnych marek słonych przekąsek w Polsce przeszła kompleksową metamorfozę wizualną. Za odświeżenie identyfikacji Lajkonika odpowiada agencja Soul & Mind, która nadała jej nowoczesny charakter, zachowując przy tym wartości budowane przez lata.**

Nowy branding objął całe portfolio produktowe marki – od klasycznych precelków i paluszków po krakowskie talarki. Celem było nie tylko ujednolicenie szaty graficznej, lecz także wzmocnienie wyróżników jakościowych, takich jak wypiek w piecu, odpowiedzialny skład czy walory smakowe.

– *Zależało nam, by stworzyć spójną, nowoczesną oprawę graficzną, która będzie czytelna i atrakcyjna dla dzisiejszego konsumenta, a jednocześnie pozostanie zakorzeniona w wartościach marki. Lajkonik to produkt z tradycją – dlatego tak istotne było dla nas zachowanie jego tożsamości przy jednoczesnym wprowadzeniu nowej energii* – mówi Aleksandra Janowska-Wojtulewicz, Creative Director w Soul & Mind.

Kluczowe elementy opracowanej identyfikacji to m.in. charakterystyczna żółta apla w dolnej części opakowania, która wzmacnia rozpoznawalność na półce i eksponuje claim „Wypiekane w piecu”. Zmieniono także układ typografii – nazwy produktów zapisano jednolitym krojem, co zwiększyło przejrzystość i uporządkowało komunikację. Dodatkowo pod logotypem pojawił się claim „Legendarny smak”, a ikony odpowiedzialności (np. z olejem rzepakowym czy produkt wegański) zostały odpowiednio wyeksponowane.

Nowa identyfikacja wizualna pozwoliła na wyraźne wzmocnienie spójności marki na półce oraz podkreślenie najważniejszych atrybutów – jakości, smaku i odpowiedzialnego składu. Całość odpowiada aktualnym oczekiwaniom konsumenckim i trendom w projektowaniu opakowań.