

Kansainväliset vaikutteet näkyvät suomalaisessa lahjanantokulttuurissa ja suklaankulutuksessa

Fazerin 120-vuotista suklaanvalmistuksen historiaa juhliitaan tänään Karlin nimipäivänä. Suomalaisten klassikkoherkkujen joukkoon on viime vuosina noussut kansainvälisen vaikutuksen ansiosta myös tumma suklaa. Suklaasta on myös tullut entistä sosiaalisempi herkku ja arvostettu lahja.

Kansainväliset ruokatrendit, matkustelun yleistyminen ja uusien makujen rohkeampi kokeilu vaikuttavat myös suomalaisten suklaan syömiseen. Muutama vuosi sitten suomalaiset totuttelivat tummaan suklaaseen, jonka kulutus on edelleen nousussa; viime vuonna Nielsen Homescan -tiedon mukaan suomalaisten ostamista suklaalevyistä jo 30 % oli tummaa suklaata. Tumman suklaan valikoima kasvaa jatkuvasti ja erilaisia vaihtoehtoja tuodaan markkinoille säännöllisesti.

Suklaa on muuttunut entistä sosiaalisemmaksi herkuksi. Suklaata maistellaan ja vertaillaan ja kansainvälinen tapa nauttia pieni suklaaherkku jälkiruokaksi on hiljalleen juurtumassa myös Suomeen.

”Kansainvälisiä tuulia edustaa myös suklaan antaminen lahjaksi. Suklaa on ajankohtainen lahja ympäri vuoden. Käsintehdyt suklaat ja upeat lahjarasiat sopivat erityiseen juhlaan tai nautittavaksi esimerkiksi jälkiruokana. Henkilökohtaisilla pienemmillä suklaarasioilla taas voi muistaa ystävää arjen juhlahetkissä”, toteaa Fazerin brand manager Jonna Pelvo.



Suklaan antaminen lahjaksi näkyy myös muutoksena Fazerin suklaavalikoimissa. Suklaavalikoimaa monipuolistetaan, jotta se sopisi entistä paremmin niin pieneksi kuin isommaksi lahjaksi ympäri vuoden. Fazer tuo helmikuussa kauppoihin viehkeän uuden Geisha-lahjarasian ja kansainvälisille markkinoille suunnattu premium-suklaasarja Fazer Magic saapuu travel trade -myyntiin sekä valikoituihin myymälöihin kotimaassa 1. maaliskuuta.

Suomalaisen suklaanvalmistuksen 120-vuotinen perinne elää



Fazerin suklaanvalmistus alkoi 120 vuotta sitten, vuonna 1894. Karl Fazer toimi koko suomalaisen makeisteollisuuden uranuurtajana, sillä juuri Karl Fazer oli aloittamassa koko teollista makeistenvalmistusta Suomessa. Yli satavuotiseen historiaan kuuluu monen suomalaisen klassikkoherkun syntytarina.

”Suomalaisten suosituimmat suklaaherkut ovat pysyneet vuosikausia lähes muuttumattomina. Hyvänä esimerkkinä Mignon-munien, Fazerin Sinisen ja Geisha-suklaan pettämätön



suosio. Kansainväliset trendit tuovat kuitenkin kotoiseen makuun uusia vivahteita. Historian ja nykypäivän kohtaamisesta kertovat myös tämän kevään uutuussuklaat: uusi, täytteellisempi Geisha ja rapean tulinen Karl Fazer Chili & Crisp -suklaapatukka”, kertoo Fazerin suklaalähettiläs Liisa Eerola.

Fazer on edelleen perheyrittys ja kaikki yrityksen makeistehtaat sijaitsevat Suomessa: Vantaalla (suklaat), Lappeenrannassa (sokerimakeiset) ja Karkkilassa (ksylitolipurukumit ja -pastillit).

Suklaa lahjana eri kulttuureissa

Venäjä

Venäläisen kulttuurin mukaan ihmisellä on "aina aihetta juhlaan". Vuosi rytmittyy juhlapäivien mukaan, jotka ovat pääsääntöisesti myös kansallisia vapaapäiviä. Suklaa on yleinen lahja. Naistenpäivä 8.3. on vuoden toiseksi suurin juhla heti venäläisen uuden vuoden jälkeen. Naisia muistavat lahjoilla puolisoiden ja ystävien lisäksi myös yritykset ja työnantajat. Lahjoilla osoitetaan arvostusta myös pienemmissä arjen tilanteissa. Miehen pyytäessä naista treffeille elokuviin, konserttiin tai teatteriin on kohteliaasta tuoda naiselle mukana esimerkiksi pieni suklainen lahja.

Saksa

Saksalaiseen kohteliaaseen kulttuuriin kuuluu olennaisesti pienillä lahjoilla muistaminen ympäri vuoden. Pieniä lahjoja vaihdetaan usein ja niillä halutaan viestiä toisen arvostamista. Työkaverin nimipäivän muistamiseen tai pieneksi kiitokseksi tarjotusta avusta annetaan lahjaksi esimerkiksi suklaapatukka tai -levy. Saksalaiseen juhla- ja lahjakulttuuriin kuuluu myös olennaisesti käsinkirjoitetut kortit ja kiitosviestit. Suomalainen tapa kiittää juhlista tekstiviestillä ei tulisi kohteliaiden keskieurooppalaisten keskuudessa kyseeseen.

Japani

Japanilaiselle lahjakulttuurille ominaista ovat sievät, erittäin hienosti ja yksityiskohtaisesti paketoitujen lahjat. Lahjaa ei anneta koskaan ilman paketoitua. Myös rahalahjat sujutetaan kauniisti koristeltuun kirjekuoreen. Lahjat voivat olla pieniä, mutta lahjakulttuuriin kuuluu, että lahja on aina tarkasti mietitty sopimaan sen saajalle.

Lisätietoja:

Liisa Eerola, suklaalähettiläs, Fazer-konserni, p. 044 710 8860

Jonna Pelvo, brand manager, Fazer Brands, p. 046 851 5911

Satu Ikäheimo, viestintäpäällikkö, Fazer Brands Suomi, p. 050 380 4996

Sähköpostiosoitteet ovat muotoa etunimi.sukunimi@fazer.com

Tutustu Fazerin uudistuneilla verkkosivuilla herkullisiin vinkkeihin, kuinka voit yllättää läheisesi ystävänpäivänä: www.fazer.fi.

Fazer-konserni

Fazer on kansainvälinen perheyrittys, joka tarjoaa leipomo-, makeis- ja keksituotteita sekä ruokailu-, ravintola- ja kahvilapalveluita. Fazerilla on toimintaa kahdeksassa maassa ja vientiä yli 40 maahan. Fazerin missio on luoda makuelämyksiä. Yrityksen menestys on sen perustamisesta lähtien vuonna 1891 perustunut parhaaseen tuotteiden ja palvelun laatuun, rakastettuihin brändeihin ja osaaviin ihmisiin. Fazer noudattaa liiketoiminnassaan eettisiä periaatteita, jotka pohjautuvat yrityksen arvoihin ja UN Global Compactin periaatteisiin. Fazer-konserni toimii kahdella liiketoiminta-alueella. Fazer Brands on tunnettu maukkaista leipomotuotteista ja makeisista. Fazer Food Services tarjoaa hyvää ruokaa ja asiakaskohtaisia palveluita sopimusruokailussa. Fazer-konsernin liikevaihto vuonna 2012 oli lähes 1,7 miljardia euroa ja yrityksessä työskentelee yli 15 000 henkeä.