



Fazer Rotfruktsbröd tog silver i Effie Awards Finland

Den största nyhetslanseringen på brödmarknaden 2016 var Fazer Rotfruktsbröd. Torsdagen den 26 januari 2017 tog dessa portionsbröd, som innehåller rikligt med grönsaker, silver i marknadsföringstävlingen Effie Awards Finland i två kategorier: produkter och tjänster samt businessutmaning. Fazer Rotfruktsbröd har på kort tid tagit hem flera priser.

Fazer Rotfruktsbröd har fått hela brödkategorin att växa

I Effie Awards Finland söker man efter de mest effektiva marknadsföringskampanjerna i Finland. De viktigaste urvalskriterierna är att kampanjen är effektiv, idén välfungerande, effekterna mätbara och genomförandet kreativt.

Enligt tävlingsjuryn var strategin bakom lanseringen av Fazer Rotfruktsbröd exceptionellt stark. Målen var utmanande och tydligt definierade. Kategori- och målgruppsförståelsen återspeglades valen som gjordes, och de utmärkta affärsresultaten visade att lösningarna var lyckade. Nyhetsprodukten hade en övertygande och väl genomförd lansering, som även fick hela kategorin att visa tillväxt.

"Fazer Rotfruktsbröd är en riktig produktinnovation. Effie-priset är ett bevis på att vi också har lyckats med våra investeringar i marknadsföring", säger **Noora Pöyhönen**, direktör för marknadsföring och portfölj på Fazer Bageri Finland. "Finländarna har upptäckt våra trendiga portionsbröd. Hela teamet på Fazer Bageri och våra samarbetspartner som har hjälpt oss att skapa denna framgångssaga ska ha ett stort tack för det", säger **Noora**.

I år var 24 kampanjer nominerade i Effie Awards.

Fazer Rotfruktsbröd kammar hem priser

I oktober 2016 belönades Fazer Rotfruktsbröd i internationella Gama Innovation Awards i England. Brödet vann den kategori där man belönar en exceptionellt lyckad lansering inom dagligvaruhandeln.

I november 2016 fick Fazer Rotfruktsbröd över 15 500 röster i K-Ruoka Awards och vann kategorin Årets nyhetsprodukt. Fazer Rotfruktsbröd tillgodoser enligt juryn efterfrågan då de finländska konsumenterna vill satsa på välmående i kombination med goda smaker.

Ny proteinrik smak lanseras i butikerna i februari 2017

Det har sålts närmare 5 miljoner påsar av Fazer Rotfruktsbröd. I produktfamiljen ingår tre smakalternativ som innehåller över 30 procent grönsaker: Zucchini & Palsternacka, Palsternacka & Morot och Rödbeta & Morot. I februari 2017 kommer en ny smak ut i butikerna: Havre med Batat & Linser som bland annat innehåller över 16 procent protein.

Rotfruktsbröden bakas på Fazers bagerier i Lahtis, Uleåborg och Vanda.

Ytterligare information:

Noora Pöyhönen, direktör för marknadsföring och portfölj, Fazer Bageri Finland, noora.poyhonen@fazer.com, tfn 040 5022 492

Taina Lampela-Helin, informatör, Fazer-koncernen, taina.lampela-helin@fazer.com, tfn 040 6684 600

Bilder lämpliga för tryck: www.fazergroup.com/pictures (Media_Press -> Fazer Juuresleipä)

Effie Awards Finland är den enda tävlingen i Finland som mäter marknadsföringseffekter

Effie Awards är den största tävlingen i världen som mäter effekterna av marknadskommunikation. Tävlingen ordnades för 15:e gången i Finland av föreningen Markkinoinnin, teknologian ja luovuuden liitto MTL ry. Bland finalisterna belönades de bästa med Bronze, Silver eller Gold Effie-priser. Grand Effie-priset går till den bästa kampanjen i hela tävlingen.

Fazer-koncernen

Fazer är ett internationellt familjeägt företag som erbjuder bageri-, konfektyr-, kex- och spannmålsprodukter samt måltids- och café-tjänster av hög kvalitet. Koncernen har egen verksamhet i åtta länder och export till cirka 40 länder. Fazers mission är att skapa smakupplevelser. Fazers framgång har sedan etableringen 1891 grundats på bästa kvalitet i produkter och tjänster, populära varumärken, kunniga medarbetares engagemang och företagets ansvarsfulla sätt att arbeta. Fazer-koncernens omsättning 2015 uppgick till mer än 1,5 miljarder euro och antalet anställda till närmare 15 000. Fazers verksamhet följer etiska principer som baserar sig på koncernens värderingar och FN:s Global Compact.

Vi skapar smakupplevelser