



Mediemeddelande
1.10.2018

Froosh lanserar nya funktionella fruktsmoothies

Den nordiska marknads ledande smoothievarumärke Froosh lanserar en ny, funktionell serie av produkter tillverkade av naturliga ingredienser. De läckra smoothiena lämpar sig väl som mellanmål speciellt för den hälsomedvetna och jäktade vuxna konsumenten.

För att bemöta konsumenternas intresse för funktionella livsmedel, lanserar Froosh nu en ny serie av mervärdesskapande smoothies, som är tillverkade av enbart växtbaserade råvaror.

“Alla våra Froosh-produkter innehåller 100 % frukt och grönsaker, vilket gör dem till en god näringskälla redan som sådana. I de nya produkterna har vi därtill lagt till andra välgörande råvaror. Till exempel Froosh plus energy innehåller förutom uppfriskande mango även kaffeextrakt, vars koffeinmängd motsvarar en kopp kaffe. Samma förpackning erbjuder konsumenten både den fruktiga smaken och funktionaliteten”, berättar **Johanna Strand**, varumärkeschef för Froosh.

De högklassiga nyheterna innehåller enbart naturliga ingredienser, och likt alla Froosh-produkter, innehåller de inget tillsatt socker och inga konserveringsmedel eller andra artificiella tillsatser. Förpackningen av kartong rymmer 2,5 dl och är lätt, miljövänlig och tillverkad av återvinningsbart material.



Froosh plus energy

Froosh plus energy -smoothien innehåller en motsvarande mängd koffein som en kopp kaffe. Utöver koffein och guarana innehåller smoothien mango, banan och acerolakörbär, som ger drycken ett extra tillskott C-vitamin.

Froosh plus protein

Froosh plus protein -smoothien innehåller åtta gram växtbaserat protein, som består av naturliga råvaror likt avokado, tahini-sesampasta och ärtprotein.





Froosh plus natural herbs

Froosh plus natural herbs –varianten inkluderar förutom smakrik ananas även citronmeliss och kamomill. Kamomill används ofta i drycker för dess naturliga lugnande effekt.

Froosh är marknadsledare i Finland och Sverige

Froosh är det ledande smoothievarumärket i Finland och Sverige och kommer tvåa i Danmark och Norge. Därtill exporteras Froosh till flera andra länder bland annat i Baltikum och till Island. Det ursprungligen svenska Froosh grundade 2008. Det är känt förutom för sina färgstarka och högklassiga frukt- och grönsakssmoothies även för sin slagfärdiga och kvicka marknadskommunikation.

Fazer förvärvade Froosh i november 2017 som ett led i sin internationaliseringsstrategi. Froosh tillhör verksamhetsområdet Fazer Lifestyle Foods, som erbjuder hälsosamma, frukt- och växtbaserade produkter som stöder konsumentens välmående och en hållbar livsstil.

Hållbarhet är en viktig del av Fazer Lifestyle Foods verksamhet. Målet är att minska svinn, utveckla nya innovativa förpackningslösningar och vidare utveckla och utvidga utbudet av växtbaserade produkter – utan att ge avkall på smaken. Froosh-programmet *Fruit On A Mission* bidrar till ökad förståelse för produktionen och hanteringen av frukter i ursprungsländerna.

För ytterligare information:

Produktspecifika frågor (på svenska eller engelska):

Johanna Strand
Varumärkeschef, Froosh
johanna.strand@fazer.com
+46 70 916 41 50

För frågor om Fazer Lifestyle Foods (på engelska):
Anna Hagemann Rise
Kommunikationsdirektör
anna.hagemann-rise@fazer.com
+ 45 22681943



Fazers medietelefon är öppen vardagar kl. 8.00–16.00, tfn +358 40 668 2998, media@fazer.com

Bilder i tryckbar storlek:

www.fazergroup.com/pictures (Media_Press – Froosh)

Läs mer om Froosh-produkterna: <http://www.froosh.com/>

Fazer-koncernen

Fazer är ett internationellt familjeägt företag som erbjuder bageri-, konfektyr-, kex- och spannmålsprodukter, växtbaserade måltider, mejerifria produkter och on-the-go-mat och -dryck samt måltids- och café-tjänster av hög kvalitet. Fazers mission är Mat med mening. Koncernen har egen verksamhet i åtta länder och export till cirka 40 länder. 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 2017 uppgick till 1,6 miljarder euro och antalet anställda till närmare 15 000. Fazers verksamhet följer etiska principer som baserar sig på koncernens värderingar och FN-initiativet Global Compact.

Vi skapar smakupplevelser