

Pressmeddelande,
12 april 2012

Avspark för Carlsbergs EM-satsning med fotbollsbar på Arlanda

Carlsberg är en av huvudsponsorerna till fotbolls-EM 2012. Som en del i EM-satsningen har Carlsberg, tillsammans med SSP, The Food Travel Experts och Swedavia, som driver Stockholm Arlanda Airport, byggt upp en Euro lounge på Arlanda. Konstgräs, fotbollsspel och TV-skärmar som visar matcherna är en del av interiören i den spektakulära baren.

Carlsbergs Euro lounge ligger efter säkerhetskontrollerna vid Terminal 5, i gateområde 1-10, på Arlanda flygplats och är öppen för alla fotbollsälskare som ska ut och flyga. EM-matcherna kommer att kunna följas av barbesökarna på fyra stycken 70-tums-skärmar. Mellan matcherna visas höjdpunkter från tidigare mästerskap.

– Fotboll har alltid legat Carlsberg varmt om hjärtat. Vi är stolta över att sponsra fotbolls-EM 2012 och vår Euro Lounge på Arlanda är ett utmärkt sätt att förstärka fotbollsupplevelsen för alla fans och fotbollssintresserade, säger Mark Jensen vd på Carlsberg Sverige.

Speciellt framtagna tilltugg, till exempel snacks och korvar, bidrar till upplevelsen. Baren är framtagna av Carlsberg Sverige tillsammans med SSP, The FoodTravel Experts, och Swedavia, som äger och driver Stockholm Arlanda Aiport.

– Carlsbergs Euro Lounge sticker verkligen ut. Med konstgräs, TV-skärmar, Fussballspel och andra attribut från fotbollens värld har vi lyckats skapa en helhetsupplevelse för alla besökare, säger Lars Edengrén, vd för SSP Sweden

– Stockholm Arlanda Airport är en plats för upplevelser och möten mellan människor. Därför känns det roligt att tillsammans med vår affärspartner SSP och Carlsberg Sverige kunna erbjuda våra fotbollsälskande resenärer möjligheten att besöka Euro lounge när de ska ut och resa, säger Roel Huinink, ansvarig för utveckling av butiker, restauranger och kommersiell service på Stockholm Arlanda Airport och Göteborg Landvetter Airport.



Den 11 april kl 12.30 invigdes Carlsberg EURO Lounge, tv i bild Mark Jensen vd Carlsberg Sverige th Lars Edengrén vd SSP Sweden



Baren öppnas för resenärer den 12 april och då kommer det bland annat att finnas möjlighet att utmana varandra i Foosball – det klassiska fotbollsspelet med fyra snurrande spakar på varje sida. Carlsbergs Euro lounge ligger vid Terminal 5 efter säkerhetskontrollerna.

För mer information, vänligen kontakta:

Henric Byström, PR-chef Carlsberg Sverige

Telefon: 070-483 05 48, E-post: henric.bystrom@carlsberg.se

Lars Edengreen, VD, SSP Sweden

Telefon: 08-797 82 44, Mobil: 073-688 16 05, E-post: lars.edengreen@ssp.se

RoelHuinink, VD ASDC

Telefon: 0709-96 28 70. E-post: roel.huinink@asdc.se

Om Carlsberg Sverige

Carlsberg Sverige är Sveriges ledande bryggeri och erbjuder ett brett urval av drycker. Företaget utvecklar, tillverkar och säljer öl, mineralvatten och läsk samt distribuerar ett vin- och spritsortiment. Carlsberg Sveriges framgångar är en kombination av starka lokala och internationella varumärken, bryggartradition och hög kompetens som sträcker sig 300 år tillbaka i tiden. Carlsberg, Pripps Blå, Falcon, Ramlösa och Pepsi är några av de varumärken som ingår i sortimentet. Carlsberg Sverige ingår i den internationella koncernen Carlsberg Group, med verksamhet på 150 marknader.

www.carlsbergsverige.se

Om SSP

SSP, The FoodTravel Experts, är det ledande restaurangföretaget inom resemiljöer. SSP driver restauranger, barer, caféer och butiker på flygplatser, järnvägsstationer, vägkrogar, gallerior, konferenscenter, idrottsarenor samt inom andra trafikplatser. Efter 60 år i branschen har SSP idag över 30 000 medarbetare som tar hand om drygt fem miljoner kunder varje vecka. Företaget har verksamhet på fler än 140 flygplatser och 250 järnvägsstationer samt driver över 2 150 enheter i mer än 30 länder över hela världen. SSP har en bred portfölj av över 200 internationella, lokala och franchisade varumärken. Bland dessa återfinns UpperCrust, Starbucks, CaffèRitazza, Burger King, M&S SimplyFood, Bonne Journée, Pizza Hut, Caviar House &Prunier samt det ledande japanska varumärket Ajisen Ramen, liksom attraktiva koncept som till exempel Montreux Jazz Café i Genève och Bambini Wine Room i Sydney. Varumärkesportföljen skräddarsys för varje specifik plats och avgörs av variabler som till exempel passagerarprofil, kundernas behov, läge, storlek och utformning. Läs mer på www.foodtravelexperts.com/sweden.

Om Swedavia

Swedavia är en koncern som äger, driver och utvecklar 11 flygplatser i hela Sverige. Vår roll är att skapa den tillgänglighet som Sverige behöver för att underlätta resande, affärer och möten. Nöjda och trygga resenärer är grunden för Swedavias affär. Swedavia är världsledande i utvecklingen av flygplatser med minsta möjliga klimatpåverkan. Koncernen omsätter cirka 4,7 miljarder kronor per helår och har 2 500 medarbetare.

www.arlandaairport.se