



Mediatiedote  
19.9.2017

## Fazer palkittiin Vuoden Brändirakentajana

**Mainostajien Liitto on palkinnut Fazerin Vuoden Brändirakentajana. Nuoren ja innovatiivisen Karl Fazerin intohimo näkyy tänä päivänä fazerilaisten ilon ja hyvinvoinnin luomisessa suomalaisille. Jokainen fazerilainen on brändilähettiläs. 126-vuotias tarinankertoja luo jatkuvasti uutta niin ruokakokemusten, sisältöjen kuin vuorovaikutuksen kautta.**

Mainostajien Liiton perusteluissa todetaan, että tunnustuksen saanut Fazer investoi pitkäjänteisesti brändinrakennukseen, jossa on rohkeasti omaksuttu myös uusia keinoja. Fazerilla on käytössä selkeä brändi- ja viestintästrategia, joiden vaikutus lävistää kaikki liiketoiminnan osa-alueet. Viime vuosina Fazer on panostanut näkyvyyteen digitaalisissa kanavissa ja tavoittanut sitä kautta yhä laajempia yleisöjä. Jokainen fazerilainen on omalta osaltaan brändilähettiläs.

”Rakennamme Fazerin tarinaa rakkaudella kaikkien fazerilaisten kanssa. Olemme erittäin iloisia siitä, että pitkäjänteinen panostamisemme laadukkaisiin kokemuksiin, vuoropuheluun, sisältöihin ja brändeihin tuottaa tulosta myös tämän palkinnon muodossa. Tuntuu upealta, että olemme vuoden brändinrakentaja juuri 100-vuotiaan Suomen juhluvuonna, etenkin kun olemme panostaneet juhlaan paljon sekä sanoilla että teoilla”, iloitsee Fazerin konsernijohtaja **Christoph Vitzthum**.

Vuoden 2016 merkittävimpänä yksittäisenä brändi- ja elämysinvestointina Fazer avasi inspiroivan Fazer Experience Vierailukeskuksen yleisölle. Fazer aloitti työntekijälähettilästoiminnan sosiaalisessa mediassa tunnisteella #meidänfazer. Menestysesimerkkejä löytyy kaikista liiketoiminnoista: Fazer Juuresleivän suosio ja Munkkibaari, Fazerin Sinisen Travel-sarja ja uusi koskettava filmi, Geishan kantaottavampi persoonallisuus, Fazer Food Servicesin Culinary Team sekä Fazer Cafésin kahviloiden suosikkitempaukset.

”Haluamme luoda merkityksellisiä ruokakokemuksia, jotka puhuttelevat ja tuovat iloa ja hyvinvointia elämään. Olemme viime vuosina kasvattaneet tuloksellisesti panostuksiamme erityisesti digitaalisiin kanaviin ja vuoropuheluun – luomme tarinoita yhdessä suomalaisten kanssa. Haluamme olla keskustelun avaajia tulevaisuuden ruokaan liittyen, tästä esimerkkeinä Brainhow-ohjelmamme ja 415 000 katsomiskertaan sosiaalisessa mediassa yltänyt hyönteisruokavideomme”, kertoo **Vitzthum**.

Fazer on ollut markkinoinnin uranuurtaja jo perustamisestaan, vuodesta 1891 lähtien. Esteettiset ja mielikuvitukselliset käärepaperit ja pakkaukset, yhteistyö eturivin taitelijoiden kanssa ja ensimmäiset raitiovaunumainokset ovat esimerkkejä idearikkaasta panostamisesta mainontaan jo yrityksen varhaisissa vaiheissa. Fazer on aina panostanut vahvasti tarinankerrontaan ja makumuistoihin ja on Suomen johtavia tavaramerkkirekisteröintien haltijoita. 1901 rekisteröity Kiss-Kiss on Suomen vanhin edelleen käytössä oleva suomalainen tavaramerkki.

### Lisätietoja

Ulrika Romantschuk, viestintä- ja brändijohtaja, Fazer-konserni, puh. 040 566 4246  
Fazerin mediapuhelin palvelee arkisin klo 8–16, puh. 040 668 2998



#mainontapäivä #suomalaistahyvä #meidänfazer #fazerintarina #fazerjuhliisuomea

### **Fazer-konserni**

Fazer on kansainvälinen perheyritys, joka tarjoaa leipomo-, makeis- ja keksi- ja viljatuotteita sekä ruokailu- ja kahvilapalveluita. Fazerilla on toimintaa kahdeksassa maassa ja vientiä noin 40 maahan. Fazerin missio on Ruokaa, jolla on merkitys. Fazerin menestys on sen perustamisesta lähtien vuonna 1891 perustunut parhaaseen tuotteiden ja palvelun laatuun, rakastettuihin brändeihin, osaaviin ihmisiin ja vastuulliseen toimintatapaan. Fazer-konsernin liikevaihto vuonna 2016 oli 1,6 miljardia euroa ja yrityksessä työskentelee lähes 15 000 henkeä. Fazer noudattaa liiketoiminnassaan eettisiä periaatteita, jotka pohjautuvat yrityksen arvoihin ja YK Global Compactin periaatteisiin.

*Kun haluatte hyvää*