



Fazer teki lanseerausten hattutempun Fazer Sirkkaleipä nappasi kultaa tuloksellista markkinointia mittaavassa AdProfit-kilpailussa

Fazer toi maailman ensimmäisenä hyönteisleivän kauppoihin marraskuussa 2017. Siitä alkoi ruokavallankumous, joka huipentui tiistaina 8.5.2018, jolloin Fazer Sirkkaleipä palkittiin vuoden parhaimpana lanseerauksena tuloksellista markkinointia mittaavassa AdProfit-kilpailussa. Fazer voitti paras lanseeraus -tittelin kilpailussa jo kolmantena vuonna peräkkäin.

Fazer Sirkkaleipä lennähti maailmankartalle ennätysvauhdilla

"Lanseerauskampanja oli monella tasolla onnistunut. Iso yritys osoitti pystyvänsä toimimaan nopeasti ja ketterästi sekä reagoimaan ajankohtaiseen keskusteluun. Fazer Leipomot on pyrkinyt systemaattisesti nostamaan leivän arvostusta ja luomaan innovatiivista brändimielikuvaa myös kansainvälisellä tasolla", totesi tuomaristo perusteluissaan.

"Lanseerauksen alkuvaiheessa Fazer Sirkkaleipä myytiin loppuun joka päivä liki jokaisesta myymäläleipomostamme. Suomalaiset jonottivat hyönteisleipää ja myyntiä siivitti ennennäkemätön kotimainen ja kansainvälinen mediahuomio. Fazer Sirkkaleipä saavutti kuukaudessa huikean 72 % tunnettuuden Suomessa", iloitsee Fazer Leipomo Suomen markkinointi- ja portfoliojohtaja **Noora Pöyhönen**. "Kiitos AdProfit-voitosta kuuluu startup-henkiselle tiimillemme ja kumppaneillemme, joiden kanssa olemme tätä maailmaa kohauttanut ruokavallankumousta rakentaneet", jatkaa Noora.

AdProfit-kilpailun tärkein arviointikriteeri on tuloksellisuus. Tuloksellisuutta mitattaessa otetaan huomioon myös kampanja osana laajempaa liiketoiminnallista kokonaisuutta.

AdProfit-kilpailun takana on Mainostajien Liitto yhdessä muun muassa Aalto-yliopiston, Alma mediatalon ja Markkinointi&Mainonta -lehden kanssa.

Kuluttajat arvostavat käsin leivottua leipää

Fazer Sirkkaleipä on herkullinen ja ravinteikas artesaanileipä, joka leivotaan alusta asti käsin oman myllyn jauhoista Fazerin myymäläleipomoissa. Yhdessä Sirkkaleivässä on 70 kotisirkkaa. Sirkkaleipä on hyvä proteiinin lähde.

Fazer Leipomot hakee myös jatkossa kasvua käsin leivottavista artesaanileivistä. Myymäläleipomoiden määrä onkin vahvassa kasvussa.

**Lisätietoja:**

Markkinointi- ja portfoliojohtaja Noora Pöyhönen, Fazer Leipomot Suomi,
noora.poyhonen@fazer.com puh. 040 5022 492

Viestintäpäällikkö Taina Lampela-Helin, Fazer-konserni, taina.lampela-helin@fazer.com , puh. 040 668 4600

Fazerin mediapuhelin palvelee arkisin klo 8.00–16.00 puh. 040 668 2998

#sirkkaleipä #ruokaajollaonmerkitys #ratkaisujaruuasta

Painokelpoiset kuvat: www.fazergroup.com/pictures (Media_Press -> Fazer Sirkkaleipä)

Fazer-konserni

Fazer on kansainvälinen perheyritys, joka tarjoaa leipomo-, makeis- ja keksi- ja viljatuotteita, kasvipohjaisia aterioita, maidottomia tuotteita, mukaan otettavaa ruokaa ja juomia sekä ruokailu- ja kahvilapalveluita. Fazerin missiona on Ruokaa, jolla on merkitys. Fazerilla on toimintaa kahdeksassa maassa ja vientiä noin 40 maahan. 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 2017 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