



Lehdistötiedote
15.10.2025

Froosh tuo markkinoille vihreän Green Dream -smoothien ja vitaminoidun sitruksisen smoothien

Terveellisyys ja hyvä maku ohjaavat yhä useammin suomalaisten valintoja, ja smoothiet ovat nykyisin olennainen osa monen ruokavaliota, usein aamu- tai välipalana. Frooshin valikoima laajenee tänä syksynä: Green Dream antaa vihreää raikkautta omenan, mangon, viinirypäleen ja kiivin yhdistelmällä, kun taas isommassa pakkauksessa oleva Orange, Mandarin, Apple & Lemon tarjoaa C- ja D-vitamiineilla täydennetyn vaihtoehdon. Molemmat uutuudet ovat lisäaineettomia eikä niihin ole lisätty sokeria.

Ruokien ja juomien valinnassa on usein perusteena niiden vaikutus terveyden ylläpitämiseen, ja tämän vahvan trendin odotetaan jatkavan kasvuaan¹⁾. Fazerin teettämässä kyselytutkimuksessa²⁾ kävi ilmi, että terveellisyys ja helppokäyttöisyys ovatkin ominaisuuksia, jotka smoothieiden ostajat useimmin liittävät smoothieisiin. Tärkeimpänä ostokriteerinä puolestaan pidettiin hyvää makua.

"Froosh-smoothiet ovat täydellinen valinta, kun tarvitaan jotain maukasta ja laadukkaista ainesosista valmistettua nopeasti energiavarastoja täyttävää – palaverien välissä, treenien jälkeen, iltapäiväkahvilla tai muuten vaan arjen vaihtelevissa tilanteissa. Kutsumme näitä hetkiä nimellä 'Froosh time'", sanoo **Julia Weijola**, Frooshin markkinointipäällikkö.

Unelmaisen vihreä Green Dream

Raikkaan vihreässä Froosh Smoothie Green Dreamissa yhdistyvät smoothienystävien suosikkimaut omena ja mango, ja lisävivahdetta tuovat viinirypäle ja kiivi. Uutuus on pakattu 250 millilitran pantilliseen lasipulloon.

"Green Dream on osuva lisä jo ennestään värikkääseen Froosh-tuotevalikoimaamme. Kuluttajat ovat toivoneet valikoimaan herkullista vihreää smoothieta. Kuten muutkin Froosh-smoothiet, myös tämä uutuus on lisäaineeton eikä siinä ole lisättyä sokeria", Weijola kertoo.





Pirteää sitrusta isommallekin porukalle

Isompia smoothiepakkauksia suosivia ilahduttaa 750 millilitran pakkauksessa myytävä reippaan oranssi Froosh-uutuus Orange, Mandarin, Apple & Lemon. Tähän raikkaaseen appelsiinia, mandariinia, omenaa ja sitruunaa yhdistävään smoothieen on lisätty C- ja D-vitamiineja. Kierrätettävä kartonkipakkaus on helppo kantaa kaupasta kotiin, ja sen hiilijalanjälki on jopa 82 % pienempi kuin samankokoisen uudelleenkierrätettävän lasipullon³⁾.



Fazerin omistama Froosh on yksi johtavista smoothiebrändeistä Pohjoismaissa. Froosh tunnetaan laadukkaista raaka-aineistaan ja värikkäistä sekä herkullisista smoothieistaan. Tuotteet on valmistettu hedelmistä ja marjoista, eikä niissä ole lisättyä sokeria tai säilöntäaineita. Froosh-smoothieita on saatavilla Pohjoismaiden lisäksi myös Baltian maissa, Islannissa, Irlannissa, Saksassa, Slovakiassa ja Tšekeissä.

¹⁾ Source Norstat Survey on smoothies, SE, N=206, Feb 2025

²⁾ Red Note Brand Tracking 2024, N=4000 Suomessa ja N=4000 Ruotsissa

³⁾ Tetra Pak, IFEU LCA 2019.

Kuvat: <https://fast.fazer.com//SkrsQr2xTkb5> tai polulta <https://www.fazergroup.com/fi/medialle>
Kuvapankki – Public Image bank – Media_Press – Finland – Froosh / syksy 2025

Median yhteydenotot:

Reeta Kylänpää, viestintäpäällikkö, Fazer-konserni, reeta.kylanpaa@fazer.com, puh. 0400 270 559

Fazerin mediapuhelin palvelee ma-pe klo 8–16, puh. 040 668 2998, media@fazer.com

Fazer-konserni

Ruokaelämyksiin keskittyvänä yrityksenä Fazer mahdollistaa jokaiselle päivän parhaista hetkistä nauttimisen. Missiomme, Ruokaa, jolla on merkitys, rakentuu vankalle, yli130-vuotiaalle perinnöllemme, kuluttajalähtöisyydelle ja innovaatioille kehittäessämme tulevaisuuden vastuullisia ruokaratkaisuja. Noin 5 000 omistautuneen ammattilaisemme voimin keskitymme kuluttajatuotteisiin ja suoraan kuluttajaliiketoimintaamme Pohjois-Euroopassa, minkä lisäksi tuotteitamme viedään yli 40 maahan. Fazer noudattaa liiketoiminnassaan eettisiä ohjeita, jotka pohjautuvat konsernin arvoihin ja YK:n Global Compact -aloitteen periaatteisiin. Fazer-konsernin liikevaihto vuonna 2024 oli 1,2 miljardia euroa.

Northern Magic. Made Real.