

Tiedotusvälineille
Huhtikuu 2014

Felix Ketchup – uudelleenmuotoiltu pullo seisoo nyt myös korkillaan

Suomen suosituin ketsuppibrändi Felix järjesti yhden suurimmista ketsupille tehdyistä kuluttajatesteistään ja selvitti millaisen ketsuppipullon kuluttajat haluavat. Tulosten pohjalta syntyi uusi, entistä kätevämpi pullo, jota voidaan säilyttää myös ylösalaisin leveän korkin ansiosta. Uudet pakkaukset tulevat kaappoihin huhtikuun alussa.



Felix Ketchup on Suomen ostetuin ketsuppi ja erityisesti lapsiperheiden suosima. Suomalaiset ostavat ketsuppia noin 25 miljoonalla eurolla vuosittain, mikä merkitsee noin 9 800 tonnia. Se tarkoittaa keskimäärin 1,8 kg ketsuppia vuodessa henkilöä kohden. Ravintola-alan ostot mukaan lukien, suomalaisten vuotuinen ketsupin kulutus on 17 800 tonnia. Asukasta kohden tämä tarkoittaa peräti 3,3 kg.* Jo yli viisikymmenvuotias Felix uudistaa huhtikuussa Ketchup-pullonsa kuluttajatestin tulosten perusteella.

Kuluttajatestin** mukaan ketsuppipullon tärkein ominaisuus on mahdollisuus säilyttää pulloa ylös- ja alassuon. Kuluttajat säilyttävät pulloa enimmäkseen ylössuon, mutta kun ketsuppia on enää vähän jäljellä, pullo käännetään toisinpäin. Tällöin viimeisetkin pisarat ketsupista saadaan käytettyä. Korkin tiiviys ja kestävyys on kuluttajille tärkeää, kuten myös se, että pullosta saa hyvän otteen. Monet kuluttajista tunnustavat suosikkibrändinsä pullon muodon perusteella. Tulosten pohjalta Felix suunnitteli Ketchup-pullon uudelleen.

Uusi Felix Ketchup-pullo pysyy jämakästi myös ylösalaisin ja mahtuu hyvin jääkaapin oveen. Kestävä ja tiivis korkki pysyy kiinni ravitettaessa, eikä se vuoda pulloa ylösalaisin säilytettäessä. Pullon kurvikkaammasta vyötäröstä saa tukevan otteen niin Felix Ketsuppia ravitettaessa kuin annosteltaessa. Uudistunut design näkyy myös entistä selkeämissä ja yhtenäisemmissä etiketeissä. Kuluttajille käsitteeksi muodostunut Felixinpunainen säilytettiin uudessa designissa, sillä se viestii tuoreista, auringon kypsyttämistä tomaateista. – Uusi pullo helpottaa kuluttajan arkea ja sen modernimpi ilme välittää entistä paremmin Felix-brändille ominaista huumoria ja veikeyttä, kertoo tuoteryhmäpäällikkö **Mari Johtela**. Pullo on saanut uuden muotonsa designtoimisto **Amoren** ja freelance-muotoilija **Cilla Perssonin** yhteistyönä.

Tuotetiedot: Felix Ketchup, 500 g, hinta noin 1,92 €

Lisätietoja: Orkla Foods Finland Oy, www.orklafoods.fi, puh. 020 785 4000
Tuoteryhmäpäällikkö, Mari Johtela
mari.johtela@orkla.fi, puh. 020 785 4013

Viestintä: PR- ja viestintätoimisto Promode Oy, puh. 09 170 070
karri.harju@promode.fi / tiedotus, kuvamateriaali ja tuotenäytteet

* Euromonitor 2013

** TNS Sifo Sweden, NeedScope study for Felix Ketchup, 2011