

Magnus Samuelsson först ut i Risifrutti's nya satsning

Nu får ett av Sveriges mest populära mellanmål ny design, ny kommunikation och ett nytt recept med färre ingredienser och naturliga aromer. Samtidigt lanseras nya kampanjen "En riktig heldag med favoritmellanmålet" där konsumenterna kan vinna en heldag med folkliga profiler. Först ut är Magnus Samuelsson, som korats till både Let's Dance-vinnare och världens starkaste man.

Med start idag, måndag 15 mars, kommer svenskarna att få återse två folkliga profiler i TV-rutan. Risifrutti's nya kampanj "En riktig heldag med favoritmellanmålet" ger konsumenterna möjlighet att vinna en heldag med Let's Dance-vinnaren och tillika världens starkaste man, Magnus Samuelsson.

– Magnus representerar Risifrutti väldigt bra. Han har vunnit tävlingen "Sveriges starkaste man" nio gånger och korades till världens starkaste man 1998. Han vet hur viktigt det är att äta rätt för att orka, vare sig det gäller styrketräning, arbete eller friluftsliv, säger Sofia Vinqvist, Senior Brand Manager Risifrutti.



I reklamfilmerna med Magnus Samuelsson uppmuntras konsumenterna att besöka risifrutti.se för att vinna en heldag med Magnus. Vinnaren väljer själv hur dagen ska spenderas och om det till exempel är dans eller styrkelyft som ska stå på schemat. Reklamfilmerna börjar visas under vecka 11 och kampanjen omfattar förutom TV-reklam även online, webb-TV och butiksmaterial. Den nya kampanjen har Procordia tagit fram i samarbete med reklambyrån Peacock. Produktionsbolag FLX.

I nya Risifrutti som lanseras i vår har en del ingredienser tagits bort ur receptet och förpackningsdesignen har förnyats. Vasslepulver, äggpulver, glukossirap och druvjuice har försvunnit ur receptet och naturidentiska aromer har bytts ut mot naturliga.

– Risifrutti är ett av Sveriges mest populära mellanmål och vi strävar hela tiden efter att förbättra våra produkter. När vi hade möjlighet att utveckla receptet och använda färre ingredienser och naturliga aromer gjorde vi självklart det, säger Sofia Vinqvist, Senior Brand Manager Risifrutti.

Pressbilder och reklamfilmen kan laddas ner på <http://www.newsdesk.se/pressroom/procordia>
Läs mer om nya Risifrutti, näringsinnehåll och ingredienser på <http://www.procordia.se>

För ytterligare information, kontakta:

Sofia Vinqvist, Senior Brand Manager Risifrutti, Procordia
Telefon: 070 – 663 56 78, E-post: sofia.vinqvist@procordia.se

Helena Giertz, Informationsdirektör Procordia
Telefon: 070 – 608 00 53, E-post: helena.giertz@procordia.se

Procordia Food AB är ett av Sveriges största livsmedelsföretag. Företaget hade 2008 en omsättning på 3,3 miljarder kronor och har 1 100 anställda. Procordia Food utvecklar, tillagar, marknadsför och säljer produkter under en rad starka varumärken som Felix, Ekströms, Onos, BOB, Risifrutti®, FUN Light, Grandiosa, Pauluns och Liva. Procordia Food AB ingår i den norska börsnoterade koncernen Orkla.

procordia
Sveriges godaste varumärken