



PRESSMEDDELANDE

00 12 06

Arla Foods introducerar drickyoghurt - Yoggi yalla!

Konsumtionen av drickbar yoghurt ökar i Europa och i Sverige blandas allt fler smoothies på caféer och restauranger. Därför väljer Arla Foods att efter nyår lansera Yoggi yalla!, en drickyoghurt som är framställd för att passa svensk smak. Den är slät i konsistensen, tunnare än vanlig yoghurt och kommer i fyra helt nya yoghurtsmaker.

De svenska matvanorna har förändrats. Enligt Djupfrysningsbyrån äter svenskarna lättare och snabbare luncher och impulsköper middagsmaten i veckorna. De prioriterar bekvämlighet på grund av tidsbrist. Snabbmat omsätter nästan tio miljarder kronor i Sverige. "Take away" och "delivery" blir även allt vanligare (CLR Partner AB). Dessutom visar en frukostvaneundersökning som Arla genomfört via LUI att hela 48 procent av de svenska ungdomarna mellan 16-25 år är stressade på morgonen.

- Unga människor i dag är stressade men hälsomedvetna. Yoggi yalla! är en god, nyttig och mättande frukost- och mellanmålsdryck som passar den nya snabba livsstilen, säger Mirjam Bauhr, produktchef Arla Foods.

Yalla är ett arabiskt ord som betyder kom igen/skynda. Yoggi-drycken innehåller yoghurt med mild, levande yoghurtkultur och fruktberedning. Fetthalten är bara 0,5 procent. Yoggi yallas fyra smakkombinationer är nya och unika för Sverige. Det finns i dagsläget ingen annan yoghurt i kyldisken som har följande smakkombinationer:

Banan • Mango • Apelsin
Äpple • Päron • Pepparmynt

Jordgubb • Lime
Pitanga* • Passion • Mango

– Våra tester visar att hela 96 procent av de tillfrågade gillar drycken och vill köpa den när den finns i butik, säger Mirjam Bauhr.

Drickyoghurt och smoothies blir alltmer populära i södra Europa. Under senare hälften av 90-talet har volymen av drickyoghurt ökat med cirka 30 procent i länder som Storbritannien och Tyskland. Drickyoghurt står för mellan 5 och tio procent av fruktyoghurtmarknaden i Europa. (Datamonitor plc, 1999: West European Dairy 1999: Market Data Report). Antalet serveringsställen för smoothies fyrdubblades i Sverige under förra året och kommer att fortsätta öka även under nästa säsong, enligt Arlas egna undersökningar.

** Pitanga härstammar från Brasilien. Smaken är lite besk och påminner om nypon. Den växer som buske men kan bli ett upp till åtta meter högt träd beroende på dess odlingsförhållanden. Den används som färsk frukt, till fruktsallader eller till sylt, saft och marmelad. Bladen har använts för att skrämma bort flugor i Brasilianska hem; genom att gå på bladen utsöndras en doftande olja som repellerar flugorna. I Surinam används ett hopkok på bladen som förkylningsmedicin i kombination men citrongräs.*

För mer information kontakta:

Inger Söderlund, PR-chef, tel 08-789 58 84, 070-555 24 32, e-post: inger.soderlund@arlafoods.com

Mirjam Bauhr, Produktchef, tel 08-789 54 36, 070-689 54 36, e-post: mirjam.bauhr@arlafoods.com

Arla Foods är Europas största mejeriföretag. En ekonomisk förening som ägs av 17 900 svenska och danska mjölkbönder. Med drygt 19 000 anställda omsätter vi drygt 40 miljarder svenska kronor på lika stor hemma- som exportmarknad. Arla Foods producerar mjölkbaserade livsmedel i åtta länder och har försäljningskontor över hela världen. Med rötterna i åkermarken, på både den svenska och danska sidan om Öresundsbron, exporterar vi mejerivaror till Europa, Asien och USA. Verksamheten omfattar hela kedjan från mjölkproduktion till färdiga produkter.