



Chiquita Sweden AB
Nacka Strand 12, 13tr
PO.BOX 4066 S-13104 Nacka
Sweden
chiquita.se

Pressmeddelande
Datum 2011-04-07

Ny banan ska uppmuntra barn att äta nyttigare

Chokladmjölk, läsk och chips är bland de vanligaste mellanmålen för barn när de kommer hem från skolan eller tittar på TV hemma, det visar en ny undersökning som Synovate har genomfört på uppdrag av Chiquita. För att uppmuntra att äta nyttigare mellanmål på fritiden lanserar Chiquita "**Chiquita Kids**" som ska göra frukt mer attraktiv för yngre barn och hjälpa till att tidigt skapa hälsosamma mellanmålsvanor.

Synovates undersökning visar att nästan hälften av alla tillfrågade föräldrar vill att deras barn ska äta mer frukt. Undersökningen visar också att banan är ett av de mest populära alternativen för barn efter fritidsaktiviteter. Som favoritmellanmål tappar banan däremot i popularitet, ofta till mindre hälsosamma alternativ.

- *Vi vill hjälpa föräldrar att erbjuda sina barn ett roligare, nyttigare mellanmål. Hemma i skafferiet eller kylskåpet är det enkelt för barn att komma över ett onyttigare alternativt som mellanmål, exempelvis kakor. Därför har vi lanserat Chiquita Kids som ska göra det roligare för yngre barn att äta frukt, säger Patrik Carlsson, Brand Manager Chiquita Sverige.*

Den nya bananen är av samma sort som den vanliga Chiquita bananen, *Cavendish*, men något mindre i storlek. För att ytterligare förstärka känslan av att Chiquita Kids är barnens eget mellanmål är frukten packad i en färgglad, återvinningsbar påse som alltid innehåller en överraskning som kopplar an till ett aktuellt tema. Först ut är ett samarbete med kommande familjefilmen RIO som har premiär i Sverige i början av april.

- *Vi vill förtydliga att Chiquita Kids vänder sig till barnen och även koppla en positiv känsla till att äta nyttigare mellanmål. Förhoppningen med Chiquita Kids är att det ska vara lättare för yngre barn att uppskatta frukt som mellanmål och i ett längre perspektiv etablera nyttigare mellanmålsvanor hos barn, säger Patrik Carlsson.*

Chiquita Kids bananer är certifierade av Rainforest Alliance – en standard för ansvarsfullt producerade varor och tjänster till allmänheten. Chiquita Kids lanseras V.14 och kommer att säljas i välsorterade livsmedelsbutiker.

**Mer om undersökningen**

Undersökningen från Synovate (Belgien) – EDIB study (Eating and Drinking in Between) – genomfördes nationellt på den svenska marknaden under januari 2011. Totalt deltog 1000 personer (997 svarande); mammor och pappor med barn i åldrarna 4-12 (*) och ungdomar i åldrarna 13-17.

(*) Barnen i åldrarna 4-12 fick frågorna via deras föräldrar eftersom de inte deltog i svarspanelen online och deras föräldrar i många fall har en inverkan på deras beslut om vad de äter mellan målen.

För ytterligare information, kontakta:

Patrik Carlsson, Brand Manager Chiquita Sverige

Pcarlsson@chiquita.com

+46 70 660 08 96

Om Chiquita Brands International, Inc.

Chiquita Brands International, Inc. (NYSE: CQB) är en ledande internationell marknadsförare och distributör av högkvalitativa färska matprodukter – allt från energirika bananer och andra frukter till nyttiga grönsallader. Företaget marknadsför sina produkter under varumärkesnamnen Chiquita® och Fresh Express® och andra relaterade varumärken. Med en årlig omsättning omkring \$3.5 miljarder sysselsätter Chiquita cirka 21 000 personer och har verksamhet i nära 80 länder världen runt. För mer information besök vår företagssida: www.chiquitabrands.com