

Pressmeddelande

1.11.2007

Klassikern förnyas: Konsumenterna valde ett nytt omslag för Kismet

Konsumenterna röstade om ett nytt omslag för Kismet – en klassiker som varit nästan oförändrad i 33 år. Kismet-tävlingen, som inleddes i början av september på Cloetta Fazers webbplats, avslutades i går. I tävlingen deltog 64 304 konsumenter. Vinnaromslaget valdes bland tre alternativ. I förpackningen hittar man även i fortsättningen den kända, krispiga Kismet chokladstycksaken.

– Vi vill göra Kismets image mera modern och produkten mera känd bland yngre människor. Kismet har många trogna fans som njutit av produkten i många år, och nu är det dags att även hitta nya vänner till produkten bland de yngre konsumenterna, säger produktgruppchef Jonna Matikainen.

Under hela senaste årtiondet har Kismet varit den mest köpta chokladstycksaken i Finland. Ändå sedan lanseringen år 1974 har Kismet hört till de mest köpta chokladstycksakerna i Finland. Studerande och unga vuxna är den konsumentgrupp som köper mest chokladstycksaker i Finland.

Hemligheten bakom Kismet ligger i dess luftiga konsistens och i kombinationen av nougatfyllning, våffla och mjölkchoklad. Chokladfavoriten tar nu ett stort steg mot ett mer modernt utseende, dock med hänsyn till traditionen. – Då vi skapade ett nytt utseende ville vi utnyttja konsumenternas vilja att rösta och påverka, säger Matikainen.

Kismet övergår till det nya omslaget i januari, och före det får man i affärerna ännu se alla de tre omslag som deltog i tävlingen. Även chokladstycksaken Kismet Choco, som har mer smak av choklad, får ett nytt utseende i januari.

– Nu ändras omslaget, men i fortsättningen är syftet att hålla varumärket aktivt. I förpackningen hittar man däremot den kända, krispiga Kismet chokladstycksaken, lovar Matikainen.

De mest sålda chokladstycksakerna i Finland under de senaste sex månaderna

Produkt	Marknadsandel i procent
1. Fazer Kismet 55 g	6,8
2. Fazer Geisha 44 g	5,9
3. Leaf Tupla Maxi 57 g	5,3
4. Fazer Fami 32 g	4,5
5. Fazer Pätkis 18 g	4,0
6. Leaf Tupla King Size 85 g	3,7
7. Masterfoods Twix 58 g	3,6
8. Marabou Daim 56 g	3,3
9. Fazer Fazerina 44 g	3,2
10. Masterfoods Snickers 60 g	3,0



Källa: AC Nielsen Scantrack, löpande halvår som går ut 14.10.2007.

Information om Cloetta Fazer

Cloetta Fazer-koncernen är Nordens ledande konfektyrbolag med en marknadsandel på ca 22 procent. Koncernen har produktionsanläggningar i Sverige och i Finland. De starka varumärkena, som Fazers Blå, Kexchoklad, Dumle, Geisha, Polly och Center, är den viktigaste resursen för affärsverksamheten. Koncernen har i genomsnitt 1 600 anställda och en omsättning på cirka 330 miljoner euro. www.cloettafazer.fi

Mer information lämnas av produktgruppchef Jonna Matikainen, Cloetta Fazer Konfektyr Ab, telefon 046 851 5911. E-post: fornamn.efternamn@cloettafazer.fi