



# Santa Marias nya melodi - lanserar melodifestivalkampanj med schlagerdänga och festivalchips

Santa Maria har fått smak för musik. Sex unika festivalrecept inspirerade av sex olika musikstilar, Limited Edition festivalchips och en alldeles egen schlagerdänga. I sin nya nordiska festivalkampanj kopplar smaksättningsföretaget ihop mat och musik på ett helt nytt sätt.

– Vi ville ta kopplingen mellan mat och musik ännu längre. Vi gillar känslan av att se på mat med musikaliska ögon, och tanken av att smaka på olika musikstilar. Maten är artisen, smaken är låten och uppläggningsen är scenshowen, säger Anne Lantz, brand manager på Santa Maria.

Hur smakar heavy metal, en smörig ballad eller för all del en schlagerlåt? De sex musikinspirerade recepten – Habanero Headbang Taco, Cheesy Nachos, Honky Tonk Tortilla, Big Mex Burgah, Tortilla Turntable och Glamouricious Burrito från Santa Maria ska ge dig svaret.

– I år har vi ha tagit steget hela vägen in i festivalryran och gjort vår alldeles egna schlagerdänga också. Det är helt utanför vår trygghetszon, men vi kunde helt enkelt inte låta bli, säger Anne Lantz, brand manager på Santa Maria.

I samband med melodifestivalkampanjen lanserar Santa Maria också Limited Edition festivalchips med smak av Taco. De finns i butik från mitten av januari.

Länk till festivalsidan:

<http://santamaria.eu/festival2012/sv/>

Länk till Sången om dig:

<http://santamaria.eu/sangenomdig/sv/>

Länk till låten:

[Santa Maria – Glamouricious Burrito](#)

## **För mer information kontakta:**

Anne Lantz, brand manager Santa Maria,

e-post: [anne.lantz@santamaria.se](mailto:anne.lantz@santamaria.se) tfn: 0705-322169

Christopher Malmer, Digital Communications Manager Santa Maria

e-post: [Christopher.Malmer@santamaria.se](mailto:Christopher.Malmer@santamaria.se) tfn: 0705-692155

*Santa Maria AB är Nordens ledande smaksättningsföretag. Affärsidén är att utveckla och driva mattrender inom två verksamhetsområden: Retail och Foodservice. Under varumärket Santa Maria finns varugrupperna Kryddor, Färska örter, Mexikanskt, Thai, India och BBQ. Produktutveckling och kvalitet är företagets hörnstenar. Som ett bevis på Santa Marias systematiska arbete med att ha en hög produktsäkerhet är samtliga produktionsanläggningar certifierade enligt BRC-standarden. 2010 omsatte Santa Maria AB med dotterbolag ungefär 4 miljarder kronor. Santa Maria samarbetar med Rädda Barnen, Cancerfonden och Palmoljeprojektet (RSPO).*