

# PRESSEMELDING



## Ønsker Gullfisken velkommen hjem!

*Hold i torsken viste seg å være den kjekkeste fisken i salen, og sjarmerte både tv-seere og Gullfisken selv i senk under kveldens reklame-NM på TV2. Reklamehiter som Gjensidiges «Olsenbanden», XXLs «Airport love» og DNBs «Trenger ikke» ble alle slått. Dermed kunne torsken krones med tittelen «Årets reklamefilm 2014», og får ta Gullfisken med seg hjem til Lofoten.*

- Vi er overveldet over at så mange stemte på Lofoten «Hold i torsken», uttaler Sigvald Rist, Adm. Dir i sjømatbedriften Lofotprodukt AS, som står bak filmen.

Utdelingen fant sted under det direktesendte TV-programmet på Chateau Neuf i Oslo lørdag kveld. Salgssjef Øystein Rist og Markedssjef Camilla Beck Sætre mottok prisen, sammen med 15 svært stolte og glade representanter fra Lofotprodukt. Med seg hadde de selvsagt torsk – tre naturtro kopier, hver på 8 kilo.

- Torsken er «hovedpersonen» i filmen, og hjelper som kjent for det meste. Men den er også livsgrunnlaget for oss som bor og produserer sjømat i Lofoten. Da er det klart at den måtte få være med, forklarer Rist.

Det er første gang i TV2s 23 år lange historie at en nordnorsk annonsør vinner Gullfisken. At det i tillegg er en reklame for fisk og sjømat har engasjert en hel landsdel. De siste dagene før finalen formelig fløt facebook over av lykkeønskninger og oppfordringer om å stemme Hold i torsken frem som Nord-Norges første Gullfisk.

- Det har vært et voldsomt engasjement rundt filmen i oppkjøringen til Gullfiskreklamen. Det er nesten rørende at så mange har heiet på oss, og oppfordret andre til å gjøre det samme. Vi håper og tror det betyr at vi har klart å formidle noe som føles ekte, og at sjømatproduktene vi lager oppfattes like ekte og naturlige. Vi vil gjerne takke alle som har stemt Gullfisken hjem til Lofoten, her får den det godt, ler Rist.

Rist retter også en stor takk til teamet i reklamebyrået TRY som har laget Hold i torsken.

- Try introduserte oss for, og overbeviste oss om den spinnville og geniale ideen som Hold i Torsken er. De har utviklet et fengende reklamekonsept basert på nordnorsk humor, som fungerer like godt i nord som i sør, samtidig som det evner å formidle våre viktigste verdier ekte, ærlig og naturlig, sier Rist.

- Nå skal vi ta Gullfisken med hjem til Lofoten og produsere enda mer av det vi synes er verdens beste fiskemat, i verdens vakreste omgivelser!

På Leknes i Lofoten ble det avholdt valgveke under den direktesendte finalen. Både Lofotprodukts ansatte, politikere, skuespillere fra filmen og lokalbefolkningen for øvrig var

# PRESSEMELDING



samlet. Jubelen sto i taket i den fullsatte salen da det ble annonsert at Hold i torsken var stemt frem som vinneren.

- Dette er en historisk hendelse, nå skal vi feire at Gullfisken kommer hjem til Lofoten, uttalte en stolt økonomisjef i Lofotprodukt AS, Jim I. Hammer, etter sendingen.

Hold i torsken er laget av reklamebyrået TRY, og regissert av Kristoffer Carlin i Pravda. I tillegg til heder og ære, mottar vinneren av Gullfisken en visningspott for reklame på TV2 til en verdi av en million kroner.

## **For mer informasjon kontakt:**

Sigvald Rist (Adm. Dir. Lofotprodukt AS): [sigvald@lofoten.no](mailto:sigvald@lofoten.no), tlf: 957 81 300

Camilla Beck Sætre (Markedssjef Lofotprodukt AS): [camilla@lofoten.no](mailto:camilla@lofoten.no), tlf: 932 25 197

## **Fakta om Lofotprodukt AS:**

- Forretningsvirksomhet er videreforedling og salg av sjømat, hovedsakelig til det nordiske markedet
- Merkevarer: Lofoten og Madam Bergen
- Hovedkontor og fabrikk på Leknes i Vestvågøy kommune i Lofoten.
- Har også produksjonsanlegg i Bergen, samt salgs- og markedskontor i Oslo.
- Etablert i 1994
- Kjøpte i 2014 den svenske sjømatprodusenten Domstein Foods AB. Selskapet har produsert sjømat til det nordiske markedet i over 20 år, og har et produksjonsanlegg i Kungshamn, og to anlegg i Lysekil.
- 315 ansatte (150 i Norge, 165 i Sverige).
- Omsetning kun Norge 2013: 312 millioner kroner.
- Forventet konsernomsetning 2014 (Norden): cirka 800 mill kroner.
- Lofotprodukt AS ble av NHO kåret til «Årets mat- og drikkeprodusent» i 2013
- Lofotprodukts reklamekampanje «Hold i torsken» vant sølvmedalje i konkurransen Epica Awards i 2013, Årets innsiktspris og bronsemedalje i Gullblyanten i 2014, og fikk Sølvfisken for beste reklamefilm på TV2 i januar 2014.
- Internett: [www.lofoten.no](http://www.lofoten.no)
- Facebook.com/lofotprodukt