

PRESSEMELDING



Sjømatspecialistene fra Lofoten satser offensivt med egen reklamefilm for røkelaks og røkt ørret

Ny oppmerksomhetsskapende reklamekampanje signert Try reklamebyrå, denne gang for røkelaks og røkt ørret. Lofoten er markedsleder med 25 % verdiandel¹ i kategorien fiskepålegg, og bedriften investerer nå i en egen reklamefilm for røkelaks og røkt ørret, med mål om å øke verdien i kategorien og styrke preferansen for Lofoten.

Lofotprodukt ble etablert for 19 år siden, og har gjennom fokus på høy produktkvalitet, aktivt salg, bruk av design, innovasjon og produktutvikling hatt vekst i omsetning og aktivitet hvert eneste år. Fra å være en liten lokal aktør, har bedriften nå distribusjon av produkter til butikker i alle landets kommuner. For å opprettholde og eskalere den positive utviklingen, har bedriften valgt å investere i merkevarebygging og markedsføring. Høsten 2013 inntok Lofoten tv-skjermene med reklamekonseptet «Hold i torsken!», som nylig mottok sølv i den internasjonale reklamekonkurransen Epica Awards. Reklamen bidro til at kjennskapet til merkevaren Lofoten økte betydelig. Uhjulpet kjennskap² i sjømatkategorien gikk fra 6 % i februar 2013 til hele 24 % i september 2013.

Den nye reklamefilmen er en tegnefilm som på en enkel og morsom måte kommuniserer at laks og ørret fra Lofoten einerrøkes etter tradisjonsrike prinsipper. Fokus er den gode smaken, og ikke minst de mange bruksmulighetene for røkelaks og røkt ørret. Fortellerstemmen tar utgangspunkt i suksessen selskapet har med «Hold i torsken»:

Noen holder i torsken, andre digger sei. Det finnes de som elsker hyse, eller bare vil ha skrei. Men denne lille filmen er til deg som holder kjær; laks og ørret røkt på flis fra einerbusk og trær. Deilig røkelaks i lefse eller med litt eggerøre. Røkt ørret rett på skiva, det er så mye du kan gjøre. Sunt, godt og enkelt går jo aldri av moten. Hilsen oss som elsker fisk oppi Lofoten!

- Gjennom merkenavnet Lofoten er vi i ferd med å befeste vår posisjon som kvalitetsleverandør av norske sjømatprodukter. Med fortsatt fokus på utvikling av de beste og sunneste produktene og bruk av kun helt naturlige råvarer, kombinert med ekte og ærlig markedsføring, forventer vi solid vekst også fremover, uttaler Camilla Beck Sætre, Markedssjef i Lofotprodukt AS.

Reklamefilmen for Lofoten røkelaks og røkt ørret vil vises på alle de store kommersielle TV-kanalene fra 1. til 23. desember.

<http://youtu.be/e8qsQF2wbAg>

¹ Kilde: Nielsen

² Kilde: MEC Brand Tracker. Spørsmålet er: «I dagligvareforretninger finnes ulike type produkter av fisk og sjømat - både kjølt og fryst. Hvilke merker av fisk og sjømat som er å få kjøpt i norske dagligvarebutikker kjenner du til eller har du hørt om?»

PRESSEMELDING



PRESSEMELDING



Kontakt:

Lofotprodukt AS:

Camilla Beck Sætre (Markedssjef): telefon: 932 25 197. E-post: camilla@lofoten.no.

Sigvald Rist (Adm. Direktør): telefon: 957 81 300. E-post: sigvald@lofoten.no

Fakta om Lofotprodukt AS:

- Forretningsvirksomhet er videreforedling og salg av sjømat.
- 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
- 150 ansatte
- Omsetning 2012: 274 millioner kroner
- Forventet omsetning 2013: 320 millioner kroner
- Ble av NHO kåret til «Årets mat- og drikkeprodusent» i 2013
- Internett: www.lofoten.no