

Lantmännens kommunikation vinner pris för att ha bidragit till ett mer hållbart samhälle

Lantmännen, nominerad i inte mindre än tre kategorier vid kommunikationstävlingen 100-wattaren, kammade under gårdagens gala i Stockholms stadshus hem två priser – förstaplatsen i kategorin “100-fattaren” för kampanjen ”Länge Leve Jorden” och ytterligare ett pris i kategorin “Företag” för samma kampanj.

Tävlingen 100-wattaren, en av branschens mest ansedda och prestigefyllda, har premierat kommunikation med bevisad effekt sedan 1990. Bakom 100-wattaren finns såväl forskning som samarbete mellan Sveriges Annonssörer och NoA Consulting.

Lantmännen vann priset “100-fattaren”. I denna kategori tävlar bidrag som genom kommunikationsaktiviteter bidragit till ett mer hållbart samhälle – en positiv effekt för planeten, samhället och företaget. Det är även positivt om man tydligt kan koppla kommunikationen till något av FN:s globala mål (SDG, Sustainable Development Goals). Bidraget ska kunna visa på hur aktiviteten bidrar till företagets hållbarhetsmål samt affärs mål.

– Priserna är ett kvitto på att vi i vår kommunikation når en bred publik och lyckas förmedla vikten av ett livskraftigt lantbruk och vårt ansvar för en hållbar omställning. Sen är det genom att fortsätta visa på såväl expertis som innovation som vi bygger trovärdighet, och vi kommer fortsätta att visa vårt ansvarstagande i hela värdekedjan från jord till bord, säger Frida Tydén, Senior Vice President & Head of Communications & Marketing, Lantmännen.

Juryns motivering: “Genom att ställa bättre jordhälsa mot den moderna rymdkapplöpningen tar Lantmännen ett stort grepp om sin viktigaste hållbarhetsutmaning. Kampanjen fångar kreativt deras stora förflyttning, samtidigt som de siktar in sig på att få fler aktörer med sig på en ansvarsfull resa mot bättre matjordar.”

– Gårdagens utmärkelser i 100-wattaren är ytterligare en bekräftelse på att vår reklam inte bara skapar uppmärksamhet och en positiv bild av Lantmännen bland allmänhet och konsumenter men också förtroende och affärsvärde bland kunder och partners, säger Mark Robinson, Director Group Brand & Marketing, Lantmännen.

Utöver 100-fattaren vann Lantmännen även pris i kategorin “Företag”. Reklambyrå för kampanjerna från Lantmännen var Nord DDB.

Fakta

- Tävlingen 100-wattaren består av tio kategorier som sträcker sig över olika områden.
- Kategorierna är konsument, företag, samhälle & opinion, ideellt & välgörenhet, strategisk design, employer branding & rekrytering, långsiktigt, framsiktigt, internationellt, och 100-fattaren.
- I tävlingen delas det ut en 100-wattare (“Guld”), en 75-wattare (“Silver”) och en 50-wattare (“Brons”) i respektive kategori.

För mer information, kontakta:

Lantmännens presstjänst

Tel: 010 556 88 00

E-post: press@lantmannen.com

Om Lantmännen

Lantmännen är ett lantbrukskooperativ och norra Europas ledande aktör inom lantbruk, maskin, bioenergi och

livsmedel. Vi ägs av 18 000 svenska lantbrukare, har 10 000 anställda, har verksamheter i ett 20-tal länder och omsätter 65 miljarder kronor på årsbasis. Med basen i spannmål förädlar vi åkermarkens resurser för ett livskraftigt lantbruk. Några av våra mest kända varumärken inom livsmedel är Axa, Bonjour, Kungsörnen, GoGreen, Gooh, Finn Crisp, Korvbrödsbagarn och Hatting. Vårt företag är grundat på kunskap och värderingar som har funnits i generationer hos våra ägare. Genom forskning, utveckling och verksamhet i hela värdekedjan tar vi tillsammans ansvar från jord till bord. Läs gärna mer på lantmannen.se