

Lantmännens långsiktiga kommunikation får nya utmärkelser – ”Länge leve jorden” prisas för fjärde året i rad

På torsdagskvällen korades vinnarna i 100-wattaren i Blå hallen i Stockholms stadshus, en tävling som har belönat kommunikation med bevisad effekt sedan 1990. Lantmännen tog hem förstapriset i kategorin Långsiktigt för kommunikationskonceptet ”Länge leve jorden” och fick också 100-watt i kategorin 100-fattaren för samma koncept.

– Det är ett fint erkännande att Lantmännen får pris för vår långsiktiga kommunikation och effekten den skapat. Genom att sätta fokus på hur hållbar mat produceras och lantbrukarnas avgörande roll har vi nått brett och skapat engagemang. Vårt ansvar hela vägen från jord till bord bidrar till trovärdighet – och kommunikationen har stärkt förtroendet för både Lantmännen och svenska lantbrukare, säger Frida Tydén, SVP and Head of Communications & Marketing, Lantmännen.

Tävlingsjuryn lyfter att ”Länge leve jorden” har stärkt bilden av Lantmännen som en viktig samhällsaktör och gett mätbara effekter som högre förtroende och uppskattning.

– Det här är inte en tillfällig kampanj. Det är ett långsiktigt kommunikationsarbete som har byggts steg för steg under lång tid, med målet att öka kunskapen om Sveriges samhällsviktiga lantbruk och varför det angår oss alla. Det perspektivet präglar också hur vi kommunicerar – färre plakat, mer sammanhang. För oss är därför kategorin ”Långsiktigt” den finaste, och den jag blir mest stolt över, säger Mark Robinson, Director Group Brand & Marketing, Lantmännen.

Juryn menar vidare att Lantmännen kopplar ihop affär och omställning, och att helheten spänner över miljö, biologisk mångfald och lönsamhet i en ”från jord till bord”-logik.

– Detta är ett tydligt bevis på hur emotionell och långsiktig kommunikation driver affärseffekt. 450 watt på fyra år är ett kvitto på värdet av vad hela teamet runt kommunikationskonceptet arbetat med och åstadkommit under fem år, säger Per Holgård, Head of Group Marketing, Lantmännen.

Mer fakta och information

- 100-wattaren arrangeras av Sveriges Annonssörer och har belönat kommunikation med bevisad effekt sedan 1990.
- Lantmännens kommunikation ”Länge leve jorden” har pågått sedan 2021.
- ”Länge leve jorden” belönas nu för fjärde året i rad i 100-wattaren (2022–2025).
- Lantmännen och SKF fick flest watt i årets tävling, med 200 watt vardera.
- Årets tävling bestod av tio kategorier: Konsument, Företag, Samhälle & Opinion, Ideellt & Vägörenhet, Strategisk Design, Employer Branding & Rekrytering, Långsiktigt, Framsiktigt, Internationellt och 100-fattaren.
- I varje kategori delas 100-watt (guld), 75-watt (silver) och 50-watt (brons) ut.
- Nord DDB är byrå för ”Länge Leve Jorden” från Lantmännen.

För mer information, kontakta gärna:

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, bioenergi och livsmedel. Företaget ägs av 17 000 svenska lantbrukare, har fler än 10 000 anställda, verksamheter i ett tjugotal länder och omsätter 60 miljarder SEK på årsbasis. Med basen i spannmål förädlas åkermarkens resurser för ett livskraftigt lantbruk. Några av Lantmännens mest kända varumärken inom livsmedel är AXA, Kungsörnen, Scan, Korvbrödsbagarn, GoGreen, FINN CRISP och Bonjour. Företaget är grundat på kunskap och värderingar som har funnits i generationer hos ägarna. Genom forskning, utveckling och verksamhet i hela värdekedjan tar Lantmännen ansvar från jord till bord. Läs gärna mer på www.lantmannen.se