



### Markedet

Smør- og margarinmarkedet i Norge har de siste årene hatt en svak nedgang, noe som har flere årsaker. Blant annet ser vi økt bruk av oljer i det norske kjøkkenet, noe som har blitt mer internasjonalt de siste årene. Når det er sagt, så er markedet for smør og margariner et marked med en verdi på hele 1 385,8 millioner. Brelett er klar markedsleder i sitt segment, som er lettmarginer. Markedsandelen har hatt en økning de siste årene, og i 2006 lå den på 72 % (AC Nielsen). Det at markedsandelene har økt, betyr at Brelett befester sin ledende posisjon i et marked med generell nedgang.

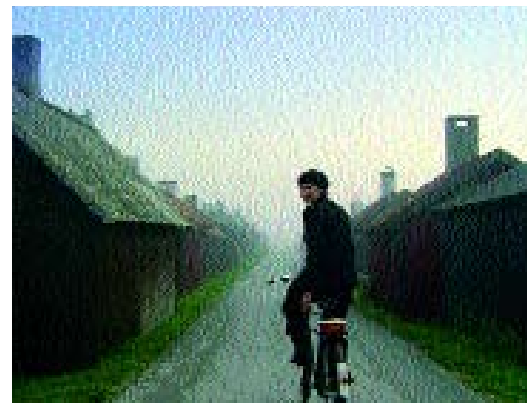
Breletts valg siden det ble lansert har vært å fokusere på god smak og lett, og ikke bli et "slankeprodukt", noe de nyeste markedsandelene igjen bekrefter som et riktig valg.

### Resultater

Brelett er en av Norges mest kjente merkevarer. 96 % av den norske befolkningen har kjennskap til Brelett, et tall som har vært stabilt siden 2004 og frem til nå i 2006. I tillegg er det stadig flere som har prøvd Brelett. Fra 80 % prøvet-andel i 2004 er det nå hele 83 % som har prøvd Brelett, noe som igjen har gitt markedslederen en enda sterkere posisjon. Prøvet-andelen er viktig i smør- og margarinmarkedet, da de fleste forbrukerne har en ekstrem høy lojalitet til sitt merke. I dag er også Brelett Oliven den mest solgte margarin med olivenolje.

Brelett har mottatt følgende priser for reklamefilmer:

- Gullblyanten 1993
- Diplom i kategorien Reklame I Kampanje Gullblyanten 1993
- Diplom og Sølv i kategorien Art Direction Gullblyanten 1993



Diplom og Sølv i kategorien Film kommersiell

- Gullblyanten 1995

Diplom i kategorien Kampanjer

Brelett er ikke bare et kjent merke, men har også en melodi som de fleste kjenner. Siste måling viste at musikken i reklamefilmene til Brelett har en total kjennskap på 91 % (Sound Check, Opinion).

### Historien

Brelett har jubileum i år, det er 20 år siden Tine Meierier lanserte Brelett. Ideen, den gang som nå, var å gi forbrukerne et lettmarginer som smaker godt, ja som faktisk smaker smør. Innovasjoner er viktige for fremtidig verdiskaping, et tema Aftenposten tok opp i en artikkel om "velferd i fare uten nyskaping" fra mai 2003.



Vi siterer Aftenposten "Det er et eventyrlig potensiale i gode ideer. Som eksempel har Tine tjent gode penger på ideen om å kombinere smak fra smør med lettmarginer i Brelett". Den gang som nå, ble Brelett produsert på Tine Meieriene Sør på Kleppe. Siden 1995 er det Fjordland som har hatt markedsansvar for Brelett og som har gjort Brelett til en naturlig del av hverdagen og frokostbordet for stadig flere. Brelett er et parade-eksempel på at gode produktideer blir en suksess. Det var Brelett 400 g som ble lansert først. I 2001 lanserte Fjordland Brelett Oliven, som en konsekvens av at den positive trenden for olivenolje som et sunnere fett stadig økte. Like etter denne lanseringen ble designet til Brelett frisket opp. I 2004 ble Brelett lansert i pakning på 250 g, for å imøtekomme behovet for Brelett også i små husholdninger.

### Produktet

Brelett er basert på en sammensetning av melkefett og vegetabilsk fett. Brelett har 12% melkefett, noe som er avgjørende for den gode smaken. Det unike med Brelett er at det i tillegg til god smak er et lettprodukt. Smaken er viktig for Brelett, samtidig som man hele tiden bestreber å ha en så optimal fettsammensetning som mulig.

I 2004 ble Brelett Oliven kåret av "TV2 hjelper deg" til den beste bordmarginen i en produkttest utført av Art of Taste. Det er takket være det fokuset man har på smak og fettsammensetning som gir slike resultater.

### Seneste utvikling

Forbruker er mer interessert i fettsammensetningen i matvarer generelt etter mye fokus i media. Man ønsker kunnskap i sterkere grad enn tidligere om hvilke fetttyper som brukes og hvilken innvirkning det har på fordelingen av fler- og enumettede fettsyrer. Brelett har i det siste endret resepten noe for å forbedre fettsammensetningen. Dette er gjort uten at det går på bekostning av smak – da smak er en viktig verdi for Brelett.

I 2006 ble Brelett Yoghurt lansert. Et enda lettere produkt med kun 27 % fett, som et svar på at stadig flere forbrukere er enda mer bevisste i forhold til fettinnhold. Markedsundersøkelser viste at det eksisterte et potensiale for et slikt margarin. Smak, som tidligere nevnt, er viktig for Brelett og den nyeste varianten har en frisk smak av yoghurt.

### Markedsføring

Det er ikke mange i Norge som ikke har sett "sykkelfilmene" til Brelett og som ikke husker Brelett-melodien. Helt fra begynnelsen av markedsaktiviteter for Brelett, bestemte man seg for å fokusere på "god smak og letthet" og skape et annerledes uttrykk enn det som er vanlig i kategorien. Brelett har en langsiktig merkevarerestrategi, og det har vært en god investering for merket. Gjennom langsiktighet har Brelett bygget sterke verdier, og undersøkelser viser at Brelett har lykket. Brelett skiller seg også tydelig i sitt verdsett fra sine konkurrenter. I 2004 ble det besluttet



å modernisere kommunikasjonen til Brelett, da kommunikasjonen som bygget på det gamle konseptet hadde tegn til "wear-out" selv om liken fremdeles var god. Det nye kommunikasjonskonseptet som tydeligere kommuniserer "Både god og lett" får i større grad frem tosidigheten til produktet. Brelett-melodien er en del av kommunikasjonen, og selv om uttrykket er nytt, formidles de samme verdiene. I disse dager utvikles det nye kommunikasjonsløsninger på konseptet "Både god og lett".

Fra 1999 er det BBDO Oslo som er Brelett sitt reklamebyrå.

### Merkeverdi

Brelett er en sterk merkevare. Den røde pakningen er på bordet til de fleste norske husholdninger, og tiltrekker seg oppmerksomhet i butikkyllen. Merkevaren er fremdeles moderne, selv om den feirer 20 års jubileum. Revitalisering av design og kommunikasjon, gjør at Brelett fremstår som en merkevare med et moderne verdsett. De siste produktlanseringene er også med på å opprettholde verdien "moderne". Både Brelett Oliven og Brelett Yoghurt er produkter som når målgruppen.

www.fjordland.no

## Ting du ikke visste om Brelett

I 2006 ble det solgt 10 347 395 begre av Brelett i den norske dagligvarehandelen (ACNielsen).

Brelett sin lydlogo slo Nitimens kjenningsmelodi i uhjulpet kjennskap i 2005 (TNS Gallup Media).

Brelett-melodien er hentet fra den franske filmen "Delikatessen".

7 av 10 forbrukere bruker under 10 sekunder ved smør-/margarindisken.

Brelett Oliven ble kåret til beste bordmarginen i en test på "TV2 hjelper deg!".

Brelett inneholder 40 % mindre fett enn vanlig margarin.

Brelett Yoghurt er den letteste margarin i Norge.

Brelett Yoghurt er den eneste margarin i Norge som er tilsatt yoghurt.

