PRESSRELEASE 2019-02-25

Paulig Foods nominerade till PR‑pris i storytelling

För tionde året i rad ska framgångsrika aktörer inom PR hyllas, när Nordic Digital PR Awards går av stapeln den 28 mars. Bland sex nominerade till priset ”Årets Digital Storyteller” finns Paulig Foods, med varumärkena Santa Maria, Risenta och Gold&Green i portföljen.

Det var hårdare konkurrens än någonsin, när företag från hela Norden i år kunde delta; 150 anmälningar kom in till tävlingen Nordic Digital PR Awards. Av dessa har sex finalister plockats ut i sex olika kategorier. Paulig Foods är en av de lyckliga.

- Vi är förstås väldigt glada över att vårt arbete uppmärksammas och inte minst i en kategori som sätter storytelling i fokus. Historieberättande är en ädel konst, lika gammal som mänskligheten, och det är fascinerande att det fortfarande är lika effektivt. Information kan man missa, men en bra historia fäster, säger Eva Berglie, Kommunikationschef på Paulig Foods.

Från kryddlocksstorm till världsrekord i tortillastapling

Som exempel på uppmärksammade historier från Paulig Foods kan nämnas den om den nya kryddburken från Santa Maria, som togs upp av alla stora nyhetsmedia i höstas. Paulig Foods reagerade med en pressrelease med en humoristisk vinkel. Rubriken löd: ”Kryddburkar viktigare än landets styrning?” och syftade till att en artikel om regeringskrisen hamnade längre ned än kryddburksnyheten på Aftonbladets förstasida.

Det nyligen slagna världsrekordet i tortillastapling är en annan historia som har fått massiv spridning i massmedia.

- En tävling underlättar historieberättandet. Det skapar ett drama, med en tydlig hjälte och ett problem som ska lösas. Lägg till statistik och bra bilder och filmer och du har ett perfekt PR-case, säger Eva Berglie.

Men det fanns ett allvarligare syfte med tortillastaplingshistorien.

- Hållbarhet står högt på vår agenda och det här gav oss ett perfekt tillfälle att prata om matsvinn. Det var nämligen en självklar fråga, från oss, massmedia och allmänheten: Vad händer med tortillorna? Vi serverade dem i vår egen restaurang, men kunde också berätta om vår nollvision för matsvinn och den kraftiga reduktion av svinn som Paulig Foods lyckats med de senaste åren, säger Eva Berglie.

Integrerad kommunikation

MyNewsdesk är en av plattformarna som Paulig Foods använder för att få ut sina historier. Men Eva Berglie är noga med att framhäva betydelsen av att synkronisera publiceringen i alla kanaler, både egenägda och köpta:

- Vi är en liten kommunikationsavdelning som arbetar med så kallad förtjänad media. Men genom ett nära samarbete med marknadsteamet kan vi få stort genomslag genom att samplanera content, anpassa budskapet för respektive kanal och målgrupp och sedan publicera samtidigt. Det innefattar också våra interna kanaler. För vi får inte glömma att våra medarbetare är vår viktigaste externa kanal.

Vinnarna utses 28 mars

Nordic Digital PR Awards delas ut av Mynewsdesk som är Nordens ledande plattform för digital PR. Över 5 000 varumärken använder sina nyhetsrum på Mynewsdesk för att publicera och distribuera sina nyheter, öka sin synlighet samt knyta relationer med sin marknad och sina viktigaste journalister.

De nominerade kommer nu att granskas av en extern jury samt analyseras och utvärderas på den data som finns tillgänglig. Vilka som vinner meddelas den 28 mars.

KONTAKT

Eva Berglie  
Kommunikationschef Paulig Foods  
0708-99 19 37  
[eva.berglie@paulig.com](mailto:eva.berglie@paulig.com)

BILDER

Högupplösta bilder finner du i vårt pressrum på MyNewsdesk:  
<http://www.mynewsdesk.com/se/santa-maria>