



PERSBERICHT

NIEUWE TELG VOOR CALORIEARME FRISDRANK FİNLEY

Innovatieve frisdrank valt in de prijzen



FİNLEY, de nieuwe frisdrank ‘voor volwassenen’ is een schot in de roos. Sinds de lancering in september 2014 heeft de Belg de fijne bubbels en natuurlijke aroma’s van FİNLEY helemaal omarmd. Voor het vernieuwende karakter viel producent Coca-Cola zelfs internationale erkenning te beurt. Op 1 juni komt er een derde variant op de markt: sinaasappel-cranberrysmaak.

In september vorig jaar verraste Coca-Cola met de lancering van FİNLEY, een nieuwe caloriearme frisdrank met enkel natuurlijke aroma’s, fijne bubbels en een subtiel smakenpalet van pompelmoes-bloedappelsien of citroen-vlierbloesem. Met deze innovatieve nieuwkomer – volledig ontwikkeld in België – mikte Coca-Cola op een nieuwe doelgroep: volwassenen. Met succes, zo blijkt.

“Intussen heeft bijna 40% van de Belgische volwassenen kennisgemaakt met FİNLEY, en bijna 2 op de tien Belgische huishoudens het gedegusteerd”, zegt Céline Van den Rijn, Marketing Director Belgium & Luxembourg. “FİNLEY wordt door volwassenen gezien als een welkome afwisseling, omdat met de leeftijd de voorkeur voor fel bruisende dranken afneemt. Zo kiest amper één op de tien volwassenen frisdrank als drank tijdens een pauze. De verfijnde smaken met natuurlijke aroma’s en fijne bubbels van FİNLEY bieden een mooi alternatief voor de meer ontwikkelde en veeleisende smaakpapillen.”

Als erkenning voor innovatieve smaak kreeg FİNLEY ‘pompelmoes-bloedappelsien’ 2 gouden sterren van het iTQi (International Taste and Quality Institute). Deze onafhankelijke organisatie is een wereldautoriteit op het vlak van smaak en voedselkwaliteit. Elke erkenning is gebaseerd op een blinde proeftest van chefs, sommeliers en andere experts in smaak. Daarnaast ging FİNLEY ook aan de haal met twee ‘best innovation’ awards: de Golden Archer en de INN’ Award. Beide worden door magazines uit de vakpers toegekend.

De nieuwe smaakvariant, sinaasappel-cranberrysmaak, gaat verder op deze succesformule: natuurlijke aroma’s die mooi het midden houden tussen zoet en bitter, caloriearm (20 kcal per 100 ml), enkel gezoet met suiker en zoetstoffen van natuurlijke oorsprong (uit stevia) en zonder bewaarmiddelen. Met FİNLEY heeft Coca-Cola sterk ingezet op de uitbreiding van het caloriearme aanbod.

Beschikbaarheid:

-PET: 1,5l

-Blik: 250 ml





OVER FİNLEY

De ontwikkeling van FİNLEY, gestart in 2011, vond plaats in het R&D-centrum in Anderlecht, het tweede grootste innovatiecentrum van Coca-Cola wereldwijd. Elk jaar worden hier zo'n 350 innovaties voor 108 landen wereldwijd ontwikkeld. FİNLEY was de derde drank met suiker en zoetstoffen uit stevia die Coca-Cola in België op de markt brengt, na Nestea in 2012 en Sprite in 2013, en voor Coca-Cola life in 2015.

Voedingswaarde	per 100ml	per 250ml	%
Energie	80kJ 20kcal	200kJ 50kcal	(3%)
Vetten	0g	0g	(0%)
Waarvan verzadigde vetzuren	0g	0g	(0%)
Koolhydraten	4,6g	12g	(4%)
Waarvan suikers	4,6g	12g	(13%)
Eiwitten	0g	0g	(0%)
Zout	0g	0g	(0%)

VOOR MEER INFO: WWW.FİNLEY.COM

Of contacteer de afdeling mediarelaties van Coca-Cola België op +32 2 559 28 77 of per mail naar agerth@coca-cola.com.

FİNLEY is een handelsmerk van The Coca-Cola Company.

OVER COCA-COLA

'Coca-Cola' bestaat in België en Luxemburg uit verschillende bedrijven. Coca-Cola Services, een filiaal van The Coca-Cola Company, is eigenaar van de merken, staat in voor de consumentenmarketing en verkoopt het basisconcentraat aan Coca-Cola Enterprises Belgium en Coca-Cola Enterprises Luxembourg. Deze produceren, verdelen en/of verkopen Coca-Cola, Coca-Cola life, Coca-Cola Zero, Coca-Cola light, Fanta, Sprite, Aquarius, Nalu, FİNLEY, Burn, Minute Maid, Nestea, Nordic Mist, Chaudfontaine, Capri-Sun, Monster, Viva en Rosport. Per dag worden er in België en Luxemburg meer dan 10 miljoen dranken van de verschillende Coca-Cola-merken geserveerd.

Coca-Cola bouwt sterke merken van de hoogste kwaliteit die passen binnen een evenwichtige levensstijl. Voor haar activiteiten heeft Coca-Cola in de Belux ongeveer 2.800 medewerkers verdeeld over 8 sites. Coca-Cola integreert duurzaamheid in haar bedrijfsactiviteiten en focust op die domeinen waar de raakvlakken van haar activiteiten op de omringende leefwereld het grootst zijn. Op milieuvlak betekent dit dat er naast energie ook aandacht wordt besteed aan efficiënt watergebruik en duurzame verpakkingen.

Voor meer info: www.cocacolabelgium.be