



COMUNICATO STAMPA

## **SAIWA PRESENTA IL RESTYLING DI FREEKY FRIES**

**Genova, 22 febbraio 2010** – Saiwa presenta la nuova immagine grafica di Freeky Fries, i croccanti bastoncini a base di patate.

Freeky Fries rappresenta l'anima giovane e alternativa della gamma Cipster: ciò che distingue questo prodotto dagli altri snack salati è l'originale forma a bastoncino, vuoto all'interno. Nel nuovo packaging la caratteristica distintiva di questo brand diventa centrale: sulla confezione viene infatti riportata l'immagine di una coppetta di Freeky Fries con la scritta "Hole Inside". La presenza in primo piano di un bastoncino spezzato a metà sottolinea ulteriormente l'unicità del prodotto e la sua croccantezza. Saiwa ha scelto di modificare anche il carattere utilizzato per il nome del brand: le forme tondeggianti sono state abbandonate per lasciare il posto a un carattere squadrato che ricorda la forma dei celebri bastoncini.

Freeky Fries offre un'esperienza di snack gustosa e divertente ed è amato dai giovani poiché esprime i valori di divertimento e originalità. La nuova grafica rientra in un progetto più ampio di riposizionamento e intensificazione delle attività di comunicazione del brand: l'obiettivo delle numerose iniziative di marketing che verranno attuate nel corso dell'anno è rendere Freeky Fries promotore di uno stile di vita eccentrico attraverso la creazione di occasioni di divertimento per i giovani.

Per ulteriori informazioni:

**Burson Marsteller - Ufficio Stampa Saiwa**

Laura Poggio - Dir. 02 72143.527 – Mob. 340 5505096 - laura.poggio@bm.com

Alice Martinello - Dir. 02 72143.532 - Mob. 340 6578856 - alice.martinello@bm.com