



PRESSMEDDELANDE 2009-10-27

Garant blir det lyhörda varumärket

Axfood lanserar ett nytt eget varumärke, Garant, för mat och andra dagligvaror. Garant ska säljas i alla koncernens kedjor. Visionen bakom varumärket är att det ska bli branschens mest lyhörda varumärke – och att varorna ska ge mer valuta för pengarna.

Samtidigt med lanseringen av de första varorna öppnar webbplatsen www.garantprod.se. Där kan kunderna gå in för att få veta mer om varorna och inte minst för att kommentera dem. Efter hand som varumärket växer ska kundernas synpunkter spela en allt viktigare roll när det gäller såväl sortimentets innehåll som varornas utformning.

- Vi har jobbat mycket med förpackningarna som ska vara moderna, funktionella och inte minst snygga, säger Johan Neuman, affärsområdeschef och projektledare för Garant på Axfood. Det är designbyrån Bas som gjort designen och vi är väldigt nöjda.

I ett första steg lanseras ett 15-tal produkter. Det blir pasta, chips, kex och köttbullar. Varorna kommer att ha en kvalitet som ligger på samma nivå som marknadsledande märkesvara, men kosta 10-15 procent mindre.

Namnet Garant finns redan för serien ”Garant ekologiska varor” som lanserades hösten 2008.

För ytterligare information, kontakta:

Ingmar Kroon, presschef Axfood AB, tel 0702 89 89 83

Johan Neuman, affärsområdeschef Axfood Sverige AB, tel 070 395 57 74

Axfood AB bedriver handel med dagligvaror inom detalj- och partihandeln i Sverige. Detaljhandeln drivs genom de egenägda kedjorna Willys, Hemköp och PrisXtra. Antalet butiker uppgår till 226. Därutöver samverkar Axfood med ett stort antal handlarägda butiker knutna till Axfood genom avtal, bland annat inom Hemköpskedjan och Willys men också under varumärken som Handlar'n och Tempo. Totalt samverkar Axfood med cirka 650 handlarägda butiker. Partihandeln drivs genom Dagab och Axfood Närlivs. Axfood är noterat på Nasdaq OMX Stockholm ABs Large Cap-lista. Huvudägare är Axel Johnson AB med cirka 46 procent av aktierna.