Giebnia, 15 grudnia 2017 r.

**Bacalis i Master Fish – nowe marki własne POLOmarketu**

**Połowa grudnia to czas intensywnych przygotowań do Świąt Bożego Narodzenia - przede wszystkim szykowania spożywczych zapasów i ustalania świątecznego menu. Na wigilijnym stole nie może zabraknąć tradycyjnego makowca z pysznymi bakaliami. Takie bez wątpienia są produkty Bacalis - nowej marki własnej POLOmarketu. Ponadto polska sieć poszerzyła niedawno asortyment również o mrożone ryby i owoce morza marki własnej Master Fish. To kolejne spośród ponad 130 nowych produktów w kategorii private label, wprowadzonych do sklepów w 2017 r.**

**-** *Rozwój marek własnych jest dla nas bardzo ważny. Sukcesywnie poszerzamy ich ofertę. Tym razem o produkty Bacalis i Master Fish, charakteryzujące się wyśmienitą jakością i bardzo atrakcyjną ceną* - komentuje Jarosław Brudnicki, dyrektor ds. marki własnej w POLOmarkecie.

Bacalis to wysokiej jakości bakalie, dzięki którym świąteczne wypieki wyśmienicie będą smakować. W ofercie znajdą się między innymi rodzynki (3,19zł za 200g), prażone pistacje (12,99zł za 200g), płatki migdałowe (6,99zł za 100g), rodzynki sułtańskie (4,99zł za 400g), mieszanka bakaliowa (9,99zł za 200g), daktyle (3,99zł za 100g) czy suszona żurawina (5,79zł za 150g).

Pod marką własną Master Fish sprzedawane będą natomiast ryby i owoce morza, a wśród nich: mintaj w kostce (6,99zł 400g), filet z morszczuka (11,99zł za 450g), filet z mintaja (8,69zł za 450g), polędwica z mintaja (9,99zł za 315g), krewetki białe (11,99 zł za 100g) i mieszanka morska (9,99zł za 225g).

Obie marki wyróżniają się nowoczesnym projektem opakowań. W estetycznych opakowaniach z okienkiem produkt jest widocznie wyeksponowany. Ponadto czytelne napisy kontrastują z białym tłem. Ułatwia to identyfikację produktu na półce czy w lodówce i przyciąga uwagę klienta. W ten sposób budowana jest również świadomość i rozpoznawalność marki.

Zresztą to nie wszystkie nowe indeksy, które od niedawna można znaleźć w sklepach polskiej sieci. Asortyment POLOmarketu wzbogacono też o marki Sielanka (czekolady), Conchador i Fruktonada (ciasteczka, wafle i inne słodkości), Na Szlaku Smaku (szeroka gama przypraw), Viana Intima i Lanna (produkty higieniczne), Povabe (gąbki do kąpieli), Go tove (dania gotowe), oraz Active Auto (płyny samochodowe).

Marka własna w POLOmarkecie rozwija się w ekspresowym tempie już kolejny rok. Tylko w 2016 r. wprowadzono ponad 100 nowych indeksów w ramach kategorii artykułów suchych. W 2017 r. na sklepowych półkach pojawiło się 130 kolejnych marek, a wśród nich między innymi pieluszki dla dzieci „Bobo Boom” czy artykuły gospodarstwa domowego „UFO” i „Marysia”. Do Nowego Roku ta liczba wzrośnie do 200. – *W tym roku rozpoczęliśmy również rozbudowę oferty marek własnych w kategorii produktów świeżych i ultraświeżych. Ogromny sukces odniosły cztery kategorie produktów fresh: „Zaczarowany Ogród” (warzywa, owoce i przetwory), „Mleczna Polana” (nabiał), „Rzeźnik Szymon” (mięsa i wędliny) oraz „Wypiekarnia i Ciachownia” (pieczywo i ciasta)* – podkreśla Jarosław Brudnicki.

Opracowując strategię private label, POLOmarket ma na względzie też sezonowość produktów. W ten sposób jeszcze lepiej wpisuje się w bieżące potrzeby klientów.

- *W nadchodzącym 2018 roku i w kolejnych latach zamierzamy wprowadzać kolejne produkty pod sztandarem marek własnych, które będą mogły śmiało konkurować z uznanymi brandami. W ten sposób zakupy w naszych sklepach będą jeszcze bardziej atrakcyjne dla klientów* – podsumowuje Jarosław Brudnicki.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**POLOmarket** to jedna z największych polskich sieci supermarketów, zbudowana od podstaw z zaangażowaniem wyłącznie polskiego kapitału. Zaczynaliśmy w 1997 roku od 27 sklepów. Dziś POLOmarket to ponad 280 nowoczesnych placówek na terenie całej Polski. Jesteśmy ulubionym miejscem zakupów milionów Polaków. Miesięcznie odwiedza nas prawie 9 mln klientów w całym kraju. Podstawą sukcesów naszej firmy są pracownicy. Umiejętności każdego z nich, połączone z duchem pracy zespołowej, motywacją i poczuciem odpowiedzialności decydują o rozwoju przedsiębiorstwa. Obecnie jesteśmy pracodawcą dającym zatrudnienie ponad 6.500 osobom.

**Kontakt dla mediów:**

Izabela Trojanowska

Biuro prasowe POLOmarketu

Futurama communication intelligence

ul. Rozbrat 44a
00-419 Warszawa
+48 691 295 262

izabela.trojanowska@futurama.ci