Giebnia, 30 stycznia 2018 r.

**Nowe produkty dobrze znanych marek własnych POLOmarketu**

**W sklepach polskiej sieci supermarketów POLOmarket pojawiły się m.in. kolejne produkty znanych i lubianych przez klientów marek własnych „Zaczarowany Ogród” i „Marysia”. Zgodnie ze strategią rozwoju sieć planuje regularnie poszerzać asortyment kategorii private label.**

 „Zaczarowany Ogród” to jeden z „Czterech Światów” marek własnych w POLOmarkecie, wprowadzonych do sklepów w 2017 r., obejmujący owoce i warzywa oraz przetwory. Produkty tej marki, jak zresztą i pozostałych trzech marek parasolowych, czyli „Mlecznej Polany”, „Rzeźnika Szymona” oraz „Wypiekarni i Ciachowni”, cieszą się rosnącą popularnością wśród konsumentów. Od niedawna pod logiem „Zaczarowanego Ogrodu” znaleźć można w sklepach polskiej sieci również smaczne i świeże soki warzywne oraz sałatkę obiadową i kulki z buraków.

Do tej pory marka „Marysia” kojarzona była jedynie z foliami, papierami i innymi produktami niezbędnymi do pieczenia, grillowania, duszenia i zamrażania żywności. Od teraz pod sztandarem tej marki pojawiła się również w ofercie POLOmarketu szeroka gama mąk (żytnich i pszennych) idealnych nie tylko do wypieków, ale i przyrządzenia pysznych pierogów czy naleśników oraz płatków (owsianych, orkiszowych i jaglanych) w bardzo atrakcyjnych cenach. W najbliższych miesiącach „Marysia” wzbogaci się o kilkanaście pozycji kasz i ryżów oraz makarony, żelatynę, cukier wanilinowy, proszek do pieczenia, a także tłuszcze do pieczenia i smarowania.

W 2017 r. oferta marek własnych POLOmarketu została poszerzona o około 200 nowych indeksów. – *W 2018 r. planujemy nie zwalniać tempa i zachować co najmniej taką dynamikę jak w minionym roku. Zgodnie z nową kampanią wizerunkową i strategią związaną z promowaniem polskości i świeżości szczególną wagę przywiązywać będziemy do rozwoju polskich marek i wspierania tym samym polskich producentów i dostawców* – mówi Jarosław Brudnicki, dyrektor zakupów w POLOmarkecie. – *Ważną kategorią, która niezmiennie będzie się rozwijać, jest również kategoria fresh.*

W ostatnich miesiącach asortyment POLOmarketu został wzbogacony o inne linie produktów marki własnej, m.in. „Chrup” (orzeszki ziemne prażone, w skorupce paprykowej, chrupki kukurydziane w różnych smakach), „Lanna” (chusteczki higieniczne, papiery toaletowe, ręczniki papierowe) czy „Conchador” (delicje, ciastka zbożowe, wafle i rurki z nadzieniem).

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

**POLOmarket** to największa polska sieć 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