Warszawa, 14.03.2022 r. | Informacja prasowa

**Tytuł 1: Planty – nowa marka na polskim rynku produktów roślinnych**

**Tytuł 2: Rośnie polski rynek roślinny. Planty, nowa marka, obiecuje, że będzie smacznie, zdrowo i… ciekawie**

**W marcu 2022 roku na polski rynek produktów roślinnych wkracza nowa marka – Planty. W jej ofercie znalazły się roślinne alternatywy m.in. burgerów, kiełbasek czy klopsików. Misją marki jest pokazanie Polakom, że dania bazujące na warzywach nie odbiegają smakiem i jakością od tych bez mięsa. Dlaczego właściciele nowej marki Planty, od lat specjalizujący się w kuchni roślinnej, właśnie teraz postanowili wejść do sklepów ze swoimi produktami?**

**Nienasycony rynek roślinny**

Produkty roślinne nie są już nowością na półkach supermarketów. Według danych GfK Polonia w Polsce **do listopada 2020 roku sprzedaż roślinnych zamienników mięsa w ujęciu rocznym wzrosła wartościowo o 138%, a ilościowo o 107%.** Z raportu Roślinniejemy wynika zaś, że **więcej niż 40% Polaków ograniczyło lub całkowicie zrezygnowało z produktów mięsnych.** Na rynku polskim pojawiła się więc wyraźna potrzeba. Planty postanowiło na nią odpowiedzieć.

*Pierwszy kwartał 2022 roku okazał się doskonałym terminem na wprowadzenie na rynek nowych roślinnych produktów. Od lat byliśmy obecni w branży, tworząc produkty pod marki własne dużych sieci handlowych. Ostatnie badania pokazują, że ta część gastronomii rośnie w siłę, a zapotrzebowanie na to, co roślinne, przeżywa w naszym kraju swój złoty wiek. Z drugiej strony, śledząc trendy i obserwując zmiany zachodzące w branży, mamy przekonanie, że rynek nie został jeszcze nasycony. Z tego względu znaleźliśmy w nim przestrzeń, którą wypełniliśmy produktami Planty* – Rafał Maranowski, Członek Zarządu.

**Według raportu Nielsen, przedstawionego w 2021 roku na zlecenie organizacji ProVeg, jedną z największych trudności w ograniczaniu mięsa jest tęsknota za jego smakiem.** To właśnie on jest czynnikiem, który ma przekonać konsumentów do zakupu produktów Planty. Marka postawiła sobie bowiem za cel **odwieść Polaków od przekonania, że roślinnie znaczy monotonnie i bez smaku**. Planty udowadnia, że unikając mięsa, nie trzeba rezygnować z przyjemności.

**Roślinne propozycje dań**

Dania na opakowaniach produktów Planty kuszą swoim wyglądem – ale to nie wszystko. Marka przedstawia szybkie, smaczne i nieskomplikowane przepisy dla tych, którzy poszukują kulinarnych inspiracji. Sycące burgery czy kiełbaski serwowane z dodatkami to tylko niektóre z propozycji podania roślinnych produktów Planty.

*W tej chwili w ofercie Planty dostępne są m.in: soczyste burgery z grochu, z buraka, z pieczarek, ze słonecznikiem, delikatne dukaty z ciecierzycy, z fasolą, apetyczne kiełbaski, mięsiste klopsiki oraz wyrazista kaszanka. Mogę jednak zdradzić, że to jest dopiero początek, ponieważ cały czas pracujemy nad poszerzaniem naszego asortymentu* – wskazuje Rafał Maranowski.

Ponieważ twórcom Planty zależało na szerokim dostępie do ich roślinnych dań, produkty proponowane przez markę będzie można znaleźć na półkach sklepowych takich sieci, jak: **Carrefour, Auchan, Frisco, Jush i Spar**.

**Jakość i pochodzenie kluczem do sukcesu**

Sprawdzanie pochodzenia i składu produktów przed ich zakupem przestaje już powoli dziwić. Świadomi konsumenci szybko to weryfikują, dlatego producenci muszą stale dbać o swój asortyment, stawiając poprzeczkę coraz wyżej. Twórcy marki Planty deklarują, że **wszystkie produkty powstają w Polsce z wysokiej jakości składników**.

*Jako specjaliści w produkcji wyrobów roślinnych od lat obserwujemy, jak rynek wege rośnie w siłę i jak zmienia się podejście konsumenta, który coraz częściej wie, czego chce, sprawdza jak krótkie są składy produktów i jest skłonny zapłacić więcej za te, które spełniają jego oczekiwania. Naszą wiedzę oraz doświadczenie postanowiliśmy przekuć w nową markę i zaoferować odbiorcom to, czego potrzebują* – dodaje Rafał Maranowski.

Mówiąc o konsumentach, nie sposób pominąć grupy docelowej Planty. Marka chce dotrzeć ze swoimi produktami nie tylko do **wegan czy wegetarian, ale także flexitarian oraz osób otwartych na nowe wyzwania kulinarne**, prezentując dania roślinne jako urozmaicenie dobrze zbilansowanej diety. Marka skupia się także na niemarnowaniu żywności w procesie produkcyjnym. Twórcy Planty podkreślają również, jak istotną wartością jest dla nich ekologia oraz wpływ na środowisko. Konsumenci wybierający Planty działają z korzyścią nie tylko dla swojego zdrowia, lecz także dla planety.

**Kontakt dla mediów:**

Kaja Pomiankiewicz

Communication Specialist

Agencja kreatywna Od kuchni

kaja.pomiankiewicz@odkuchni.co

tel: 665 113 144