Warszawa, 14.03.2022 r. | Informacja prasowa

**Nowa polska marka roślinna. Sprawdź, dlaczego Planty mogą pokochać wszyscy!**

**Zdrowa porcja soczystego burgera, delikatne, a jednocześnie chrupiące kiełbaski i mięsiste, a do tego doskonale doprawione klopsiki. Już na samą myśl o nich ślinka cieknie nawet najbardziej wymagającym foodiesom. A to wszystko z… grochu, fasoli, buraka, ciecierzycy i innych pyszności prosto z ogrodu! Planty, nowa polska marka produktów roślinnych, wchodzi na rynek w marcu 2022 roku, udowadniając, że „roślinnie” znaczy apetycznie i ciekawie, a te ekologiczne produkty mogą pokochać wszyscy!**

**Planty – smak, jakość, pochodzenie**

Co cechuje Planty? Z pewnością silna koncentracja na smaku. Marka przekonuje, że **warzywne dania są prawdziwą przyjemnością**, o czym świadczą kuszące propozycje widoczne na opakowaniach produktów. Obecnie w ofercie znaleźć można aż 13 pozycji, wśród nich m.in.: **soczyste burgery z grochu, z buraka, z pieczarek, ze słonecznikiem, delikatne dukaty z ciecierzycy, apetyczne kiełbaski, mięsiste klopsiki oraz wyrazista kaszanka.** Planty pokazuje, że ich produkty są doskonałym rozwiązaniem dla osób poszukujących prostych, ale także ciekawych i pysznych kulinarnych rozwiązań.

*Choć dopiero teraz wprowadzamy Planty na półki sklepowe, to w gruncie rzeczy od lat byliśmy aktywni na rynku roślinnym, tworząc produkty pod marki własne dużych sieci handlowych.* ***Widzimy że stopniowe przechodzenie na wegetarianizm było i jest dla wielu osób inspirujące, ponieważ odkrywają, jak wartościowe składniki i doskonały smak można otrzymać, wykorzystując wyłącznie rośliny****. Mnie do zainteresowania się taką dietą zmotywowała nastoletnia córka, która robiąc listę zakupów, poprosiła o kilka roślinnych produktów. Od tamtej pory całą rodziną chętnie po nie sięgamy, a ja zająłem się nimi zawodowo. Na podstawie swoich doświadczeń oraz analiz rynku zaproponowaliśmy Polakom coś, co wprost pokochają, ponieważ produkty Planty są nie tylko smaczne, ale i zgodne z naturą. Prośrodowiskowe podejście jest bowiem tym, co przyświeca nam od samego początku* – podkreśla Rafał Maranowski, Członek Zarządu.

Planty, stawiając na transparentną komunikację z odbiorcami, jasno podkreśla skład i pochodzenie swoich produktów. **Każdy z nich powstaje bowiem w Polsce z najwyższej jakości składników**. Właściciele są przekonani, że trafią tym do serc swoich odbiorców. A zgodnie z powiedzeniem, przez żołądek droga ta jest najkrótsza.

**Roślinny twist!**

Planty podkreśla różnorodność kolorów i smaków, obalając przekonanie, że między dietą roślinną a monotonią stoi znak równości. Marka udowadnia, że produkty roślinne nie są tylko substytutem mięsa, lecz przede wszystkim pysznym i wartościowym urozmaiceniem dobrze zbilansowanej diety. Produkty te są bowiem **stworzone nie tylko dla wegan czy wegetarian, ale także flexitarian oraz wszystkich zgłodniałych nowych doświadczeń kulinarnych**.

Tym, co z pewnością wyróżnia Planty jest… roślinny twist! Marka planuje edukować na temat szerokiego spektrum wykorzystania produktów roślinnych w codziennej, zbilansowanej i smacznej diecie. Jak podkreślają właściciele marki: *roślinne parówki przestają być dla konsumenta jedynie parówkami, gdy zaproponujemy mu podanie ich w formie pożywnego, sycącego hot-doga z dodatkami*. Zaś dukaty z fasoli mogą stać się znakomitym dodatkiem do dań typu bowl. Takich i wielu innych smacznych, a przy tym niebanalnych propozycji mogą spodziewać się fani Planty, marki która w marcu 2022 weszła na polski rynek produktów roślinnych, rozkochując w sobie rzesze roślinożerców.

**Dlaczego „Planty”?**

Jak podkreślają twórcy marki, nazwa jest grą słów, **połączeniem słowa „plant” (roślina), z „plenty” (mnogość, wielość)**. *Mnogość soczystych smaków i wielość aromatycznych produktów jest tym, co chcemy dać naszym konsumentom. Co więcej, nasza oferta ciągle się poszerza, a każdy z produktów ma wiele zastosowań. Nasza marka nie mogła nazywać się inaczej!* – wskazuje Rafał Maranowski.

**Obecnie, zarówno w Polsce jak i na całym świecie nietrudno zaobserwować wzrost zainteresowania produktami roślinnymi.** Z pewnością nie są już one nowościami na półkach sklepowych oraz w lodówkach supermarketów czy dyskontów. Z raportu Roślinniejemy przeprowadzonego w 2020 roku wynika, że **więcej niż 40% Polaków ograniczyło lub nawet całkowicie zrezygnowało z produktów mięsnych w swojej diecie.** Covid również odcisnął w tym obszarze swoje piętno, ponieważ w **wyniku pandemii co piąty Polak zaczął postrzegać bardziej atrakcyjnie dietę roślinną.** Konsumenci coraz chętniej sięgają po nią nie tylko z pobudek etycznych czy względów zdrowotnych. Roślinne alternatywy mięsa ale i produkty stricte warzywne są zwyczajnie smaczne.

**Kontakt dla mediów:**

Kaja Pomiankiewicz

Communication Specialist

Agencja kreatywna Od kuchni

kaja.pomiankiewicz@odkuchni.co

tel: 665 113 144