**„Porcja Dobra” wchodzi na polski rynek**

**Podczas tegorocznego Kongresu Słodyczy i Przekąsek Sweets & Snacks, który rozpocznie się 15 listopada w Warszawie, odbędzie się premiera linii naturalnych i zdrowych przekąsek o nazwie „Porcja Dobra”, wykreowanych przez markę BE NOW, srebrnego partnera wydarzenia.**

Czwarta edycja Kongresu Słodycze i Przekąski to przegląd wyzwań stojących przed branżą. Dyskutować o tym będą doświadczeni szefowie firm produkcyjnych, eksperci z agencji badawczych i banków, a także przedstawiciele sieci handlowych i dystrybucyjnych. W tym roku do hotelu Renassaince w Warszawie, gdzie obywa się impreza, przyjedzie 400 przedsiębiorców - 230 producentów i 170 handlowców.

Podczas kongresu przewidziana jest merytoryczna konferencja opisująca aktualny stan rynku. Prezentowane tu będą najnowsze trendy w branży. Spotkanie jest znakomitą okazją do nawiązania handlowych kontaktów, poznania ewentualnych partnerów i zobaczenia co się dzieje u konkurencji. Znakomicie sprawdza się też system indywidualnych spotkań aranżowanych tzw. „face to face” z wybranymi partnerami biznesowymi – dyrektorami zakupu i kupcami poszczególnych kategorii w sieciach handlowych.

Na kongresie prezentowane są też nowości, które debiutują na krajowym rynku. W tym roku jedną z nich będą zdrowe łakocie - „Porcja Dobra”. Dobro występujące w nazwie opisuje nie tylko smak. Odnosi się też do wartości odżywczych zawartych w przekąsce. Do jej produkcji użyto bowiem wyłącznie naturalnych składników (suszonych owoców, orzechów czy wciąż niedocenianego w Polsce karobu), bogatych w mikroelementy, witaminy i nienasycone tłuszcze, niezbędne do prawidłowego funkcjonowania organizmu. W przekąsce występują tylko cukry naturalne, owoce zaś suszone są tradycyjnymi metodami bez używania konserwujących substancji chemicznych. Wyrób należy do kategorii produktów o tzw. prostym, krótkim składzie (np. tylko owoce i orzechy). Dobro znaczy tu też postawę wobec świata i klientów. Do produktów dołączana jest Dobrokarta, czyli wesoły obrazek z motywującym napisem, który ma pomóc utrzymać dobry nastrój i pozytywne myślenie. Dobrokarty opracowane zostały w wersji dla dorosłych i dzieci.

*- Chcielibyśmy, by nasza przekąska stała się alternatywą dla tradycyjnych słodyczy adresowanych do dzieci –* ***mówi Natalia Stsepantsova, jedna z twórców marki BE NOW, wywodzącej się z podbiałostockiej Choroszczy.*** *– Bardzo popularne wśród najmłodszych są zestawy z zabawkami. „Porcja Dobra”, nawiązując do tego trendu, zawierać będzie zdrowy, naturalny, wysokoenergetyczny słodycz, do tego zabawkę rozwijającą wyobraźnię i kreatywność, a na dodatek Dobrokartę, która uczy empatii i serdeczności. I co równie ważne, cena naszej przekąski będzie bardzo rozsądna. Sądzimy więc, że to wartościowa propozycja i przyjmie się na polskim ryku.*

BE NOW chce zainteresować swoim wyrobem duże sieci spożywcze, by nowy produkt był powszechnie dostępny. Dlatego podczas kongresu, jako srebrny partner weźmie udział w wielu biznesowych spotkaniach i panelach. „Porcja Dobra” trafi na rynek jeszcze listopadzie.