**Takich kabanosów jeszcze nie było. Innowacja ZM Kania – kabanosy w kubeczkach – wchodzą do sprzedaży**

**Mini kabanoski w trzech smakach – classic, bekonowym i paprykowym – pakowane w kubeczki – to nowość w segmencie mięsnych przekąsek od ZM Henryk Kania. To również kolejny produkt firmy, idealnie wpisujący się w ogólnoświatowy trend żywieniowy „take & go“. – Do tej pory nikt w Polsce nie zaoferował kabanosów w poręcznym, wygodnym kubeczku na taką skalę – mówi Dominika Rąba, wiceprezes ZM Henryk Kania S.A.**

Z badania firmy Henkel i domu badawczego Opinion wynika, że polski konsument jest coraz bardziej świadomy i wymagający. Aż 66 proc. kupujących deklaruje, że chętniej sięgnie po produkt, który oferował będzie lepszą jakość lub działanie. Ale to nie jedyny kierunek wzrostu oczekiwań konsumentów, bo dla 63 proc. badanych ważna jest szeroka gama produktów do wyboru, a na nowe produkty na półce zwraca uwagę 61 proc. z nich. – *Wiedząc o tym, stale poszerzamy ofertę regularnie uzupełniając portfolio o kolejne nowości. Dbamy o ich jakość, przykładamy dużą wagę do wyglądu i funkcjonalności opakowania. Efektem naszych prac są chociażby wprowadzane właśnie do sprzedaży kabanoski w kubeczkach oraz mini paróweczki* – mówi wiceprezes ZM Kania.

**Innowacyjne opakowanie**

Kubeczki gwarantują przede wszystkim wygodę, na którą konsumenci bardzo mocno zwracają dziś uwagę. Dzięki takiemu opakowaniu, kabanoski idealnie nadają się zarówno jako drugie śniadanie do pracy, czy szkoły, jak i jako element imprezowego menu czy też przekąska zabierana na wycieczkę w góry. Dominika Rąba mówi: – *Wprowadzamy innowacje zarówno w zakresie samych produktów, jak i opakowań. Chcemy wyznaczać trendy, tworzyć nowe konteksty do spożywania oferowanych przez nas wędlin. Już wkrótce więc portfolio ZM Kania zyska kilka nowoczesnych i bardzo innowacyjnych produktów. Część z nich będzie rewolucyjnym i zupełnie nowym podejściem do wyrobów mięsnych w Polsce*.

**Przekąski rosną w siłę**

Jedzenie słonych snack‘ów staje się coraz bardziej powszechne nie tylko w Polsce, ale także na całym świecie. A przekąski mięsne to jedna z najszybciej rosnących kategorii przekąskowych.

Dziś już 20 proc. społeczeństwa w Polsce zjada tzw. produkty „to go” przynajmniej raz w ciągu tygodnia zarówno na śniadanie, lunch, jak i na kolację. Trend ten pogłębia się, tym bardziej, że już 65 proc. Polaków przyznaje, że ma zbyt mało czasu na przygotowanie posiłku. Dlatego też przekąski są dla nich doskonałym rozwiązaniem.

**O ZM Henryk Kania S.A.**

Zakłady Mięsne Henryk Kania S.A. to wiodący producent wyrobów wędliniarskich oraz mięsa konfekcjonowanego w Polsce z przychodami rocznymi przekraczającymi 1,2 mld zł. Firma należy do ścisłych liderów w niemal każdej kategorii rynku wędliniarskiego w Polsce, w której jest obecna. To także innowacyjny i prężnie rozwijający się eksporter.

Spółka oferuje szeroki wachlarz produktów z obszaru marek własnych i prywatnych. Głównymi odbiorcami jej produktów są sieci handlowe w kraju i za granicą, m.in. Auchan, Biedronka, Carrefour, Delikatesy Centrum, E-Leclerc, Intermarche, Kaufland, Lidl, Makro, Netto oraz Żabka.

ZM Henryk Kania S.A. co roku są laureatem wielu prestiżowych nagród. Firma została już odznaczona m.in. godłem „Teraz Polska”, tytułem „Created in Poland Superbrands”, a także nagrodami branżowymi takimi jak „Złoty Paragon”, czy tytuł „Lidera Rynku Spożywczego”.

Od marca 2012 roku akcje ZM Henryk Kania są notowane na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie.