Informacja prasowa Warszawa/Brześć Kujawski, 28.01.2020 r.

**Spółka Brześć ponownie będzie promować polskie słodycze na międzynarodowych targach ISM**

**Firma Brześć - producent wyrobów cukierniczych - kolejny rok z rzędu weźmie udział w Międzynarodowych Targach Słodyczy i Przekąsek ISM w Kolonii. Uczestnictwo w imprezie będzie okazją do zaprezentowania potencjalnym klientom flagowych produktów z ciasta parzonego, w tym nowości produktowej, czyli Ptysiów. To także szansa na obserwację trendów i nowości branżowych.**

Targi ISM co roku przyciągają najważniejszych producentów, hurtowników i przedstawicieli sieci handlowych z całego świata. W tegorocznej 50. edycji wydarzenia, która odbędzie się w dniach 2-5 lutego, weźmie udział ponad 1660 wystawców z 76 krajów. Swoje produkty w 8 kategoriach zaprezentują zarówno najwięksi globalni producenci, jak i małe manufaktury czy start-upy. Wśród nich nie zabraknie także naszych rodzimych przedsiębiorców – w tym spółki Brześć.

Podczas wydarzenia firma Brześć zaprezentuje tradycyjnie swoje flagowe produkty z ciasta ptysiowego (słomkę ptysiową w trzech wariantach oraz groszek ptysiowy) w nowej odsłonie, z uproszczonym składem ograniczającym się jedynie do jaj, mąki, oleju rzepakowego, soli oraz cukru. Uczestnicy imprezy będą mieli też okazję zapoznać się z nowością produktową Brześcia, czyli ptysiami służącymi jako dodatek do słodkich oraz wytrawnych dań. Przekąski będą prezentowane zarówno pod marką Brześć jak i brandem eksportowym Crispico Little Snacks.

Spółka Brześć od lat bierze udział w największych imprezach branżowych, gdzie poznaje najważniejsze trendy i nowości na rynku cukierniczym oraz buduje i rozwija relacje z zagranicznymi klientami. – *Uczestnictwo w targach ułatwia nawiązywanie i utrzymywanie kontaktów, dzięki czemu grono naszych zagranicznych partnerów handlowych stale rośnie. Z produktami docieramy na rynki europejskie, do obu Ameryk, a nawet krajów Bliskiego Wschodu oraz Azji Południowo-Wschodniej. W aktualnej sytuacji rynkowej szczególnie stawiamy na eksport – w Polsce mamy silną konkurencję wewnętrzną, a ceny polskich słodyczy, nawet po ewentualnych podwyżkach kosztów produkcji, mają szansę być wciąż atrakcyjne dla zagranicznych kontrahentów. Co więcej, obecność na wydarzeniach, takich jak targi w Kolonii, buduje pozytywny wizerunek polskich słodyczy i zwiększa świadomość na ich temat na arenie międzynarodowej* – komentuje Julita Sipa z firmy Brześć.