



ZM Henryk Kania S.A. wprowadziły do sprzedaży linię wyrobów sygnowaną logo Disney Kitchen. Na wszystkich produktach z tą etykietą konsumenci znajdą zarówno znane i lubiane przez dzieci postacie Disneya, jaki i cenne informacje żywieniowe.

– Linia naszych produktów stworzona z myślą o dzieciach, to nie tylko uwielbiane przez nie postacie z filmu Disneya „Kraina Lodu”, ale także – a może nawet przede wszystkim – unikalna na rynku jakość produktów, które spełniają bardzo wyśrubowane normy – mówi **Dominika Rąba**, wiceprezes Zarządu ZM Kania. I dodaje: – Stworzyliśmy wędliny z bardzo krótką etykietą, które charakteryzuje wysoka zawartość mięsa i białka. W połączeniu ze specjalnie zaprojektowanymi opakowaniami, uzyskaliśmy idealne produkty zarówno z punktu widzenia atrakcyjności, jak i ich wartościowego składu.

Wspomniany już emblemat Disney Kitchen to nowe oznaczenie wprowadzone przez The Walt Disney Company jako część globalnego zaangażowania firmy w promocję zdrowego stylu życia poprzez wykorzystanie ulubionych postaci i historii Disneya, dzięki którym całe rodziny inspirowane są do zdrowych wyborów. – Każdy rodzic chce, by jego dziecko odżywiało się jak najlepiej. My zadaliśmy o to, by za opakowaniem ze znanymi i lubianymi przez dzieci bohaterami Disneya, krył się właśnie taki produkt – bez sztucznych dodatków czy dużej zawartości soli lub cukru – dodaje Dominika Rąba.

Od Dnia Dziecka na sklepowych półkach zagościły wędliny Henryka Kania z postaciami z filmu Disneya „Kraina lodu” – Anną, Elzą i Olafem. Wiadomo już jednak, że jeszcze w tym roku gama produktów poszerzy się o kolejne. – Tym razem na opakowaniach znajdą się kolejne kultowe postacie i motywy z najbardziej lubianych animacji Disneya. Na dziś jednak, nie zdradzimy jeszcze szczegółów – dodaje Dominika Rąba.

„Kraina Lodu” Disneya

Kraina lodu to amerykański film animowany z 2013 roku, wyprodukowany przez Walt Disney Animation Studios i

Walt Disney Pictures. Nagrodzony został dwoma Oscarami: za najlepszy długometrażowy film animowany oraz za najlepszą piosenkę („Let It Go”, znana w Polsce jako „Mam tę moc”).

ZM Henryk Kania są polską, rodzinną firmą należącą do ścisłej czołówki największych producentów wędlin w Polsce z przychodami przekraczającymi 1,4 mld zł rocznie. Od 2016 roku firma jest Oficjalnym Partnerem Ekstraklasy. Marka Henryk Kania jest jedną z trzech najcenniejszych marek żywieniowych w Polsce wg dziennika „Rzeczpospolita”. W portfolio ZM Kania znajdują się wysokiej jakości szynki, kielbasy, a także bardzo popularne kabanosy Maestro, przekąski mięsne i batony proteinowe.

ZM Henryk Kania

[press box](#)