*Informacja prasowa*  Warszawa, 5 październik 2015

**Śliwki kalifornijskie – ważna nie tylko cena!**

**We wrześniu br. na zaproszenie California Prune Board, do Europy przyjechał wybitny amerykański badacz, dr Bahram H. Arjmandi z Florida State Univeristy. W czasie** [**spotkania prasowego**](https://sliwkikalifornijskie.prowly.com/3142-spozywanie-sliwek-kalifornijskich-spowalnia-utrate-masy-kostnej) **w Warszawie naukowiec podzielił się wynikami badań wskazując, że spożywanie śliwek kalifornijskich może mieć pozytywny wpływ na zdrowie kości.**

**Konsumenci zamierzają kupować więcej**

Polscy konsumenci bardzo cenią jakość oraz walory smakowe i odżywcze śliwek kalifornijskich.
Z badania [„Style odżywiania wśród Polek”](http://www.californiaprunes.pl/assets/reports/Raport_CPB_Style_odzywiania_wsrod_Polek.pdf) wynika, że 38 proc. respondentek jada śliwki kalifornijskie przynajmniej od czasu do czasu. Dobre wiadomości dla polskiego rynku płyną również z badania przeprowadzonego przez firmę Rose Reserach na zlecenie California Prune Board, które wyniki wskazują, że 30 proc. respondentów zamierza kupować więcej suszonych śliwek w przyszłości.

**Ważna cena i kraj pochodzenia**

Choć wyniki badania potwierdzają, że pierwszym powodem, dla którego konsumenci kupowaliby więcej suszonych śliwek jest wciąż niższa cena (47 proc. wskazań), to niemal równie ważne jest dla nich to, aby suszone śliwki były lubiane przez członków ich rodziny (42 proc. wskazań). Na trzecim miejscu respondenci wskazują na wiedzę dotyczącą zastosowania tych owoców w przepisach kulinarnych (35 proc.). Kalifornijskie pochodzenie suszonych śliwek jest zaletą w oczach konsumentów, gdyż 7 na 10 ankietowanych wskazało, że kalifornijskie pochodzenie suszonych śliwek jest dla nich bardzo ważne lub ważne.

**Przyjaciółka z Kalifornii**

California Prune Board prowadzi obecnie [program komunikacyjny](https://sliwkikalifornijskie.prowly.com/3027-kalifornijczycy-kontynuuja-inwestycje-w-polsce) dla polskiego rynku służący podniesieniu zainteresowania konsumentów śliwkami kalifornijskimi. W ramach inicjatywy odbywają się spotkania z przedstawicielami mediów, ponadto prowadzone są aktywne działania w mediach społecznościowych. Udział w targach branżowych, publikacje przepisów kulinarnych i wyników badań to tylko niektóre z działań komunikacyjnych, jakie podejmuje California Prune Board.

*W informacji cytowane są wyniki badania przeprowadzonego na zlecenie California Prune Board przez firmę Rose Research na grupie kobiet N=1000 w wieku 16-64 lat, odpowiadających w ich gospodarstwach domowych za zakupy spożywcze, przeprowadzonego w styczniu 2015 metodą CAWI.*

\* \* \*

**Kontakt dla prasy:**Michał Kopera | michal.kopera@peoplepr.pl | +48 666 309 812
Kamila Wardyn | kamila.wardyn@peoplepr.pl | +48 608 637 193

**Social media:**

Facebook: [facebook.com/sliwkikalifornijskie](https://www.facebook.com/sliwkikalifornijskie)
Instagram: [Instagram.com/sliwki\_kalifornijskie](https://instagram.com/sliwki_kalifornijskie/)

Pinterest: [pinterest.com/sliwkikali/](https://www.pinterest.com/sliwkikali/)

**Biuro Prasowe**:
<http://sliwkikalifornijskie.prowly.com/>

**O California Prune Board**

California Prune Board reprezentuje branżę suszonych śliwek z Kalifornii, składającą się z 900 plantatorów śliwek oraz 26 firm konfekcjonujących pod nadzorem Kalifornijskiego Departamentu Żywności i Rolnictwa. Suszona śliwka uważana za część kalifornijskiej bogatej historii, pozostaje istotnym czynnikiem dobrobytu  gospodarczego Kalifornii. Kalifornia zaopatruje 99 procent dostaw w Stanach Zjednoczonych oraz 42 procent światowych dostaw suszonych śliwek, będących wygodną, zdrową przekąską, odpowiadającą na potrzeby dzisiejszego, zabieganego stylu życia. California Prune Board jest sponsorem ISNAO (Międzynarodowego Sympozjum Żywieniowych Aspektów Osteoporozy). Członkowie California Prune Board współpracują z IOF (Międzynarodową Fundacją Osteoporozy). Więcej informacji, przepisów i video: [www.californiaprunes.pl](http://www.californiaprunes.pl). Śledź California Prune Board na <http://www.facebook.com/sliwkikalifornijskie> oraz <https://instagram.com/sliwki_kalifornijskie/> a także <https://www.pinterest.com/sliwkikali/>

**Przyjaciółka z Kalifornii” – informacje dotyczące kampanii**

„Przyjaciółka z Kalifornii” to kampania organizowana przez California Prune Board w Polsce. Jej głównym celem jest przybliżenie informacji na temat walorów zdrowotnych śliwki kalifornijskiej, wysokiej jakości, a także różnorodności wykorzystania tego owocu w kuchni. Kampania informacyjna „Przyjaciółka z Kalifornii” obejmie szereg inicjatyw adresowanych do konsumentów, partnerów biznesowych oraz mediów, takich jak publikacje badań, spotkania informacyjne, warsztaty kulinarne. Więcej informacji w mediach społecznościowych: [facebook.com/sliwkikalifornijskie](https://www.facebook.com/sliwkikalifornijskie), [instagram.com/sliwki\_kalifornijskie](http://instagram.com/sliwki_kalifornijskie), <https://www.pinterest.com/sliwkikali/> oraz na stronie poświęconej śliwkom kalifornijskim: <http://www.californiaprunes.pl/>.