**BRNX nowym hitem sprzedażowym Polskiej Grupy Supermarketów**

**Polska Grupa Supermarketów sprzedała kilkaset tysięcy puszek nowego piwa BRNX. Zaledwie po 3 miesiącach od premiery na rynku, dwie wersje nowego piwa BRNX znalazły uznanie prawie miliona klientów m.in. sieci Top Market. To wynik lepszy od oczekiwań opartych na analizach rynku.**

Marka BRNX – Browar Spiżarnia Dworska, zadebiutowała na rynku w czerwcu 2020 roku, wysokoodfermentowanym piwem w typie European Strong Lager (7,2%). Zaledwie dwa miesiące później na sklepowych półkach pojawiła się lżejsza wersja lagera o zawartości alkoholu wynoszącej 4,5%. Po zaledwie 3,5 miesiącach Polska Grupa Supermarketów przyznaje, że już teraz można mówić o sukcesie marki BRNX.

*- Wprowadzenie na rynek piwa BRNX możemy zaliczyć do kolejnych sukcesów Grupy na przestrzeni ostatnich lat. Obecna sprzedaż przekroczyła nasze oczekiwania i powoli zbliżamy się do celu, który założyliśmy na całe drugie półrocze 2020 roku* – mówi Michał Sadecki, prezes Polskiej Grupy Supermarketów.

PGS zwraca uwagę, że piwo BRNX dostępne było jak do tej pory jedynie w sklepach należących do Grupy. Wyniki sprzedażowe mogą jednak zmienić ten stan rzeczy – już teraz prowadzone są rozmowy z sieciami zewnętrznymi, które byłyby zainteresowane dystrybucją BRNX-a.

Debiutowi piw towarzyszyła szeroka kampania wizerunkowa w mediach regionalnych oraz społecznościowych. Ponadto w ramach projektu *BRNX - Wykorzystaj swoją moc*, producent przygotował trasę amerykańskiego samochodu Mercury Cougar z logo marki, który odwiedzał sklepy Top Market w różnych częściach kraju.

Okazuje się, że spożycie piwa otrzymywanego ze słodu (o objętościowej mocy alkoholu 0,5 proc. i więcej) na jednego mieszkańca rośnie z roku na rok. W 2005 r. wypijaliśmy średnio 80 litrów piwa na rok. W 2019 r. było to już 100,5 l. Obecnie Polska plasuje się w pierwszej czwórce największych piwnych rynków w Europie, ustępując jedynie Czechom, Niemcom oraz Austrii.