**21 lat z marką Czas na Herbatę**

**Ponad 20 wyjątkowych nowości w ofercie, 17 kolejnych punktów sprzedaży i niemal 800 tysięcy zadowolonych klientów – tak przedstawia się bilans ostatniego roku marki Czas na Herbatę. We wrześniu ta znana i lubiana sieć sklepów obchodzić będzie 21 urodziny, co stanowi doskonałą okazję do podsumowania minionych 12 miesięcy.**

Zapewnienie swoim klientom najwyższej jakości herbat, a także praktycznych akcesoriów do ich przygotowywania i przechowywania to cele, które od początku istnienia przyświecają marce Czas na Herbatę. We wrześniu mija 21 lat od jej powstania, a przez ten okres zdobyła ona nie tylko liczne grono wiernych odbiorców, ale również miała duży wpływ na kształtowanie herbacianych preferencji Polaków. Tylko w ostatnim roku (od początku września 2017 do końca sierpnia 2018) sklepy z asortymentem marki odwiedziło blisko 800 tysięcy klientów, którzy kupili 80 477 kilogramów najwyższej jakości herbaty. Wśród bestsellerów były zarówno sprawdzone od lat kompozycje, jak i zupełne nowości. W ciągu minionych 12 miesięcy na półkach salonów Czas na Herbatę zadebiutowało bowiem ponad 20 produktów, w tym np. herbaty w wygodnych filtrach oraz autorskie kompozycje o bardzo zachęcających nazwach: Sekrety Nocy, Aleja Gwiazd czy Słoneczna Arkadia. Nie zabrakło także herbat klasycznych oraz propozycji dla miłośników kawy, na których od niedawna czeka m.in. prawdziwa kawowa arystokracja w postaci Kopi Luwak Wild.

**Biznes otwarty na potrzeby innych**

Ostatni rok był dla marki Czas na Herbatę okresem intensywnego rozwoju. Na sprzedażowej mapie Polski pojawiły się 4 nowe salony firmowe marki, a także 3 sklepy franczyzowe i aż 10 punktów partnerskich. Zwiększenie zasięgu, dotarcie do nowych odbiorców i wprowadzenie do oferty kolejnych produktów to jednak tylko część dokonań marki w ciągu ostatnich 12 miesięcy. Drugi intensywnie rozwijany zakres działalności to wspieranie licznych akcji charytatywnych i pomoc najbardziej potrzebującym. Od wielu lat Czas na Herbatę aktywnie współpracuje z wrocławskim Przylądkiem Nadziei, organizując wspólne działania z Fundacją „Na Ratunek Dzieciom z Chorobą Nowotworową”. W minionym roku marka wsparła również szereg innych inicjatyw, w tym dwie edycje akcji „Z Kulturą do Zwierząt” oraz wystawiany we Wrocławiu Musical „Freedom”, z którego dochód trafił do podopiecznych Fundacji Jaśka Meli „Poza Horyzonty".