

Reklama

Mięso to kwestia zaufania.



portalspozywczy.pl



w portalu w dziale

nowe	popularne	komentowane
10:16	JNT Group: Kreujemy kategorię win grzanych	
Wto 10:35	Browar Pilsweizer rozpoczyna produkcję piwa bezalkoholowego	
Pon 18:49	Zapotrzebowanie na banderole akcyzowe będzie można złożyć elektronicznie	
Pon 16:19	Hillebrand przejmuje Braid i umacnia pozycję dostawcy usług logistycznych dla branży beverage	
Pon 13:58	Grupa Marie Brizard Wine and Spirits sfinalizowała sprzedaż aktywów w Polsce firmie United Beverages	
Pon 13:22	Produkcja piwa we wrześniu 2020 r. ostro w dół wobec sierpnia. Po trzech kwartałach też spory spadek	



strefa premium



Olej palmowy. Zło konieczne? (duży wywiad)

Firmy delivery rozszerzają usługi z restauracji na sklepy spożywcze i stacje paliw



oferta



zamów



korzyści



FAQ

rankingi

Alkohole i używki

## JNT Group: Kreujemy kategorię win grzanych

– JNT Group posiada 80% rynku win grzanych w Polsce. Jak na lidera rynku przystało, wytyczamy trendy, wprowadzamy na rynek nowe smaki. Inwestujemy również w rozwój infrastruktury do sprzedaży win grzanych – mówi serwisowi portalspozywczy.pl Jakub Nowak, prezes zarządu JNT Group.



Jakub Nowak, Prezes JNT Group fot. materiały prasowe

Reklama



Jesienna słońca i chłodne wieczory zdecydowanie sprzyjają konsumpcji grzańców. Wyraźny wzrost zainteresowania zakupem win grzanych jest zauważalny wraz z nadejściem chłodniejszej jesiennej aury. Potwierdzają to m.in. wyniki sprzedaży m.in. Grzańca Galicyjskiego z poprzednich lat.

– Jesteśmy zadowoleni z ubiegłorocznego sezonu. Osiągnęliśmy zakładane cele sprzedażowe. Cieszy nas rosnące zainteresowanie nowymi wariantami naszych win grzanych: wersją bezalkoholową Grzańca Galicyjskiego oraz wersją VIP na bazie białego wina. Wpływają one również na wzrosty sprzedażowe i potwierdzają, że konsumenci są otwarci na nowości w tej kategorii – ocenia Jakub Nowak, prezes zarządu JNT Group, które w swoim portfolio posiada markę Grzaniec Galicyjski.

Mimo pandemii koronawirusa prognozy odnośnie spożycia win grzanych w tym sezonie są optymistyczne.

– Spodziewamy się, że – tak jak w okresie wakacyjnym – pandemia wpłynie na zachowania konsumentów. Zamiast wyjeżdżać na narty do Włoch czy do Austrii, Polacy spędzą święta i urlopy zimowe w domu lub w krajowych kurortach turystycznych. A ta sytuacja przełoży się oczywiście na sprzedaż win grzanych – tłumaczy Jakub Nowak.

– Bardzo intensywnie przygotowujemy się do nadchodzącego sezonu. W tym roku wprowadzamy na rynek nowość – wino grzane w wariantach pikantnym, czyli Grzaniec Galicyjski Red Hot Chilli. Planujemy również aktywnie wspierać markę Zbójce Grzane. Do współpracy w jej promocji zaprosiliśmy Pana Michała Wójcika, jednego z najbardziej znanych i lubianych artystów kabaretowych w Polsce. Okraszona dużą dawką humoru kampania z udziałem nowego Ambasadora marki prowadzona będzie pod hasłem „Pokochaj gorąco Zbója” – dodaje.

JNT Group przejmując markę Grzaniec Galicyjski stało się liderem w tym segmencie win grzanych. Czy ta pozycja jest zagrożona ze strony konkurencji?

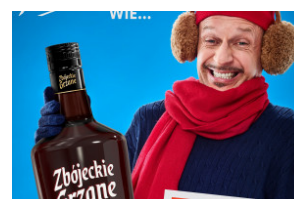
– JNT Group posiada 80% rynku win grzanych w Polsce. Jak na lidera rynku przystało, wytyczamy trendy, wprowadzamy na rynek nowe smaki. Inwestujemy również w rozwój infrastruktury do sprzedaży win grzanych. Kreujemy tę kategorię, więc nie czujemy się zagrożeni na pozycji lidera – stwierdza Jakub Nowak.



Autor: Jakub Szymanek/portalspozywczy.pl

Data: 28-10-2020, 10:16

Powiązane tematy:

Michał Wójcik  
ambasadorem marki  
Zbójce GrzaneGrzaniec Galicyjski Red  
Hot Chilli – gorąca  
nowość od JNT Group