

Reklama

NOWY SERWIS

Gospodarka obiegu zamkniętego wyzwaniem dla sektora spożywczego i handlu

PORTALSPOZYWCZY.PL

ZOBACZ WIĘCEJ

Partnerzy portalu



Food &amp; Retail

Dobry

Forum Rynku

Start-up Star

Produkt

Spożywczego i Handlu

szukaj w portalu...

logowanie

Handel HoReCa Mięso Mleko Zboża Owoce Żywność Alkohole Napoje Słodycze Biznes **STREFA**  
 dystrybucja kawiarnie ryby sery oleiste warzywa roślinna papierosy kawa herbata przekąski technologie **PREMIUM**

ALKOHOLE I UŻYWKI

## Prezes JNT Group: rozwijamy się szybciej niż konkurencja (wywiad)

Pandemia zmieniła zachowania konsumentów. Polacy więcej czasu spędzają w domu, co przełożyło się bezpośrednio na większe spożycie wina. Branża rozwija się, mimo ograniczeń w funkcjonowaniu kanału HoReCa. JNT Group skokowo umocniła pozycję na rynku, a rok 2021 znów będzie rekordowy. - Rozpoczęliśmy również ekspansję międzynarodową - mówi w wywiadzie dla serwisu portalspozywczy.pl Jakub Nowak, prezes zarządu JNT Group.



Autor: Barbara Woźniak Data: 21-05-2021, 13:12



Jakub Nowak, prezes JNT Group: JNT Group skokowo umocniła pozycję na rynku win spokojnych, a rok 2021 znów będzie rekordowy.fot. JNT Group

W PORTALU

NOWE

POPULARNE

KOMENTOWANE

16:40 Mr Beast Burger, sieć znanego youtubera, wchodzi do Europy

16:29 EEC Online rozpocznie się już w poniedziałek!

15:56 Marka Królewskie stworzyła wielki mural w centrum Warszawy

15:48 OneDayMore wchodzi na rynek zamienników mięsa

15:37 Firmy z większym optymizmem patrzą w przyszłość

15:19 Ogólny wskaźnik koniunktury wyższy od zeszłorocznego

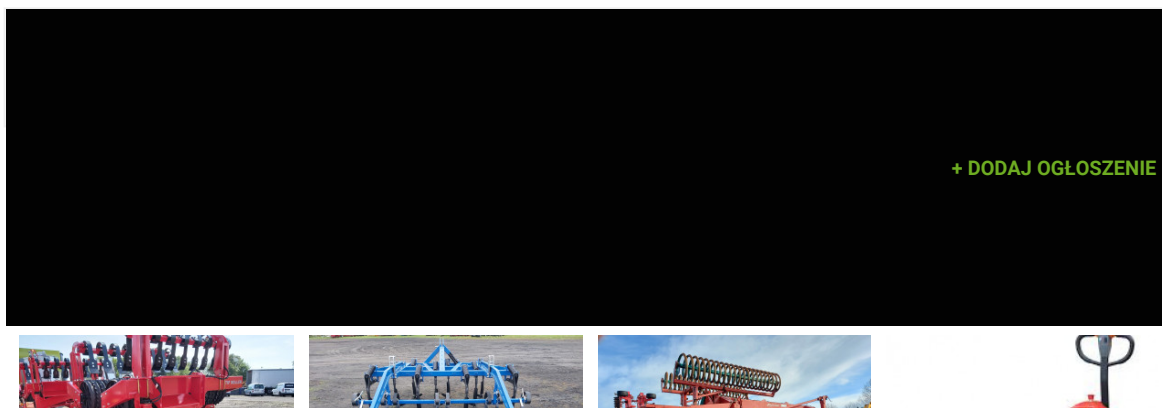


Rynek kawy w pandemii (analiza)

UOKiK kontra Biedronka

Pawiński, Maspex: weszliśmy w erę podatków sektorowych (wywiad)

zamów korzyści FAQ



• **Pandemia zmieniła zachowania konsumentów. Polacy więcej czasu spędzają w domu, co przełożyło się bezpośrednio na większe spożycie wina. Zyskały wina białe, w puszkach i grzańce.**

• **Branża rozwija się, mimo ograniczeń w funkcjonowaniu kanału HoReCa. Zyskały firmy, które mają rozbudowaną dystrybucję na rynku detalicznym, a które zabezpieczyły łańcuch logistyczny i ich perspektywy są bardzo optymistyczne.**

• **W tym roku JNT Group kontynuuje rozbudowę oferty win gronowych, a wszystkie działania powodują, że rozwija się dużo szybciej niż konkurencja, zmierzając do realizacji celu – zdobycia pozycji lidera na tym rynku.**

• **Mimo częściowych ograniczeń głównie w branży HoReCa, sprzedażowo będzie to kolejny rekordowy rok. Zwłaszcza, że otwiera się gastronomia, czyli kolejny kanał, w którym JNT Group szybko się rozwija.**

• **JNT Group rozpoczęła też ekspansję międzynarodową - zatrudniła managerów odpowiedzialnych za poszczególne rynki i zaczyna na nich wdrażać model sprawdzony na rynku polskim.**

## Polacy w pandemii pili wina białe, w puszkach i grzańce

Jak w ocenie JNT Group wygląda obecnie sytuacja w branży winiarskiej i alkoholowej po ponad roku funkcjonowania w pandemii?

[Szukasz magazynu do wynajęcia. Zobacz ogłoszenia na PropertyStock.pl](#)

Pandemia, która od ponad roku wpływa na wszystkie sfery życia, zmieniła zachowania konsumentów. Polacy więcej czasu spędzają w domowym zaciszu, w gronie najbliższych, co przełożyło się bezpośrednio na większe spożycie wina. Wino bowiem stanowi swoisty kompromis pomiędzy potrzebami kobiet i mężczyzn i sprawdza się podczas wieczorów we dwoje. Bardzo zyskały wina białe, ponieważ to właśnie od nich zaczynają nowi konsumenci, którzy dopiero odkrywają tę kategorię.

W wolnym czasie, który dotychczas spędzaliśmy np. podczas imprez czy w restauracjach, teraz organizujemy wycieczki do lasu czy wyjścia do parku, a to z kolei pozytywnie wpłynęło na otwarcie się klientów na wina w poręcznych, lekkich opakowaniach, jakie stanowią puszki. W okresie jesienno-zimowym zyskały grzańce.

Branża rozwija się, mimo ograniczeń w funkcjonowaniu kanału HoReCa. Zyskały firmy, które mają rozbudowaną dystrybucję na rynku detalicznym, a które zabezpieczyły łańcuch logistyczny. Ich perspektywy są bardzo optymistyczne.

## JNT Group skokowo umacnia pozycję na rynku

Jak pandemia wpłynęła na działania, strategię i sprzedaż JNT Group? Czy coś zmieniła we wcześniejszych planach rozwoju grupy i zdobycia pozycji lidera rynku win gronowych? Czy taki plan jest nadal aktualny?

Pandemia utwierdziła nas w przekonaniu, że przyjęta przez nas wcześniej strategia dynamicznego rozwoju była słuszną. Dwa lata temu zainwestowaliśmy w nowoczesną infrastrukturę do rozlewu i butelkowania win gronowych. Ten czas pokazał, że był to właściwy wybór.

W ubiegłym roku przeprowadziliśmy duże kampanie marketingowe takich projektów jak Wino Chefa z Michele Moranem, marek Wild Wine, The New Land z Nowej Zelandii, czy bardzo popularnego Angelo Primitivo. Działania te pozwoliły nam zanotować 40 proc. wzrost w kategorii win spokojnych i skokowo wzmocnić naszą pozycję na rynku.

W tym roku kontynuujemy rozbudowę oferty win gronowych, wprowadzając kalifornijską markę Free Way oraz Moonlight Lake z Australii. Dynamicznie rozwijamy też markę Monte Santi, rozbudowując Monte Santi ICE o nowe warianty i intensyfikując kampanię z Weroniką Książkiewicz. Nasza spółka Platinum Wines przejęła dystrybucję największej

## RANKINGI



Lista firm z branży przetwórstwa ryb i owoców morza



Lista producentów wód mineralnych, soków i napojów

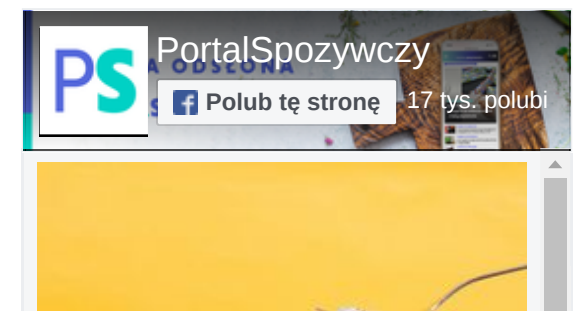
**Lista firm z branży przetwórstwa ryb i owoców morza - edycja 2020**

**Lista producentów wód mineralnych, soków i napojów - edycja 2020**

[subskrybuj portalspozywczy.pl](#)

**Portal Spożywczy: polub nas na Facebooku**

Lubię to! 17 tys.



francuskiej marki na świecie J.P. Chenet, a także rozbudowała asortyment w zakresie win gruzińskich, portugalskich, hiszpańskich czy włoskich, co zwiększa sprzedaż.

Reklama

Wszystkie te działania powodują, że rozwijamy się dużo szybciej niż konkurencja, zmierzając do realizacji naszego celu. W drugiej połowie roku planujemy dwie duże kampanie marketingowe, o których wkrótce będziemy mogli opowiedzieć więcej.

## Rekordowy 2021 i ekspansja międzynarodowa JNT Group

### Czy ten rok może już być lepszy dla branży i dla JNT Group od bezprecedensowego 2020 roku?

Przewiduję, że mimo częściowych ograniczeń przede wszystkim w branży HoReCa, sprzedażowo będzie to kolejny rekordowy rok. Zwłaszcza, że teraz otwiera się gastronomia, czyli kolejny kanał, w którym szybko się rozwijamy.

Rozpoczęliśmy również ekspansję międzynarodową - zatrudniliśmy managerów odpowiedzialnych za poszczególne rynki i zaczynamy na nich wdrażać model sprawdzony na rynku polskim. Oczywiście, jak każdy, my również musimy mierzyć się ze skokowo wzrastającymi kosztami surowców i materiałów, czy wzrostem kursu euro. Ale dzięki ogromnej pracy, jaką wykonujemy od ponad półtora roku, bardzo optymistycznie patrzymy w przyszłość.

### Jakie plany sprzedażowo-produktowe ma JNT Group na 2021 rok?

W tym roku nadal będziemy mocno rozwijać Wino Chefa z Michele Moranem, czyli projekt, który jak dotąd rozrasta się z błyskawicznym tempie. Dzięki wsparciu Michela konsumenci bardzo szybko zaufali proponowanym przez niego winom.

Ponadto, tak jak wspominałem, wprowadziliśmy dwa nowe kierunki, czyli markę Free Way z Kalifornii i Moonlight Lake z Australii. Inwestujemy również w Monte Santi ICE, wprowadzając nowe warianty tego wina: ICE Blue, ICE Moscato i ICE Fragolino oraz zwiększyliśmy zasięg kampanii z Weroniką Książkiewicz i już na początku sezonu widzimy skokowy wzrost sprzedaży tego produktu.

Na przełomie czerwca i lipca wprowadzimy na rynek kolejny innowacyjny projekt, którym, mam nadzieję, znowu zaskoczmy rynek oraz wesprzemy jedną z naszych istniejących marek dobrze widoczną kampanią marketingową.

**Bardzo dziękuję za rozmowę.**

© Materiał chroniony prawem autorskim - zasady przedruków określa regulamin.

więcej informacji:

/ wino [RSS](#) [ALERT](#) / rynek wina [RSS](#) [ALERT](#) / rynek wina w Polsce [RSS](#) [ALERT](#) / branża winiarska [RSS](#) [ALERT](#) / JNT Group  
/ [RSS](#) [ALERT](#) / Jakub Nowak [RSS](#) [ALERT](#) / pandemia [RSS](#) [ALERT](#) / wina białe [RSS](#) [ALERT](#) / grzańce [RSS](#) [ALERT](#)  
/ wino w puszkach [RSS](#) [ALERT](#) / Jantoni [RSS](#) [ALERT](#)

Powiązane tematy:



**Ambra pracuje nad ograniczeniem wpływu firmy na środowisko**



**Relacja marka-konsument zyskała na znaczeniu podczas pandemii**



**Niemal 70% Polaków zaniepokojonych pandemią (badanie)**



**Jak pandemia wpływa na Selgros i Makro?**



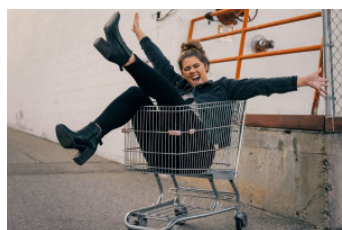
**Czekolada i alkohole. (Nie)oczywiste połączenie**



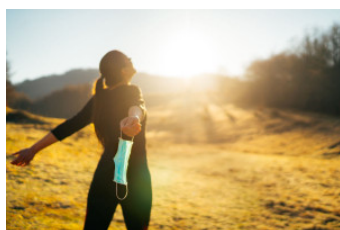
**Ambra: ożywienie HoReCa, stabilny wzrost i duży potencjał rynku wina**



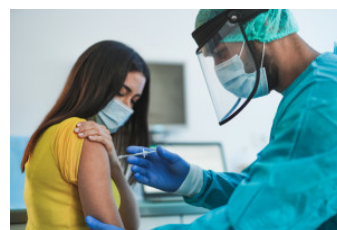
**Spożywką a pandemią. Raport Banku Pekao SA i Portalspozywczy.pl**



**Polacy wracają powoli do przyzwyczajenia zakupowych sprzed pandemii**



**Od 15 maja bez maseczek na otwartej przestrzeni**



**Szczepienia na Covid. 64 proc. mieszkańców UE chce się zaszczepić**