

NOWY SERWIS | dlahandlu.pl
POWER OF E-COMMERCE
ZOBACZ WIĘCEJ

Partnerzy portalu



Food & Retail

Dobry

Forum Rynku

szukaj w portalu...

logowanie

Start-up Star

Produkt

Spożywczego i Handlu

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

JNT Group: Trzeba uważniej obserwować sektor HoReCa (wywiad)

Polacy czekali na otwarcie restauracji i tłumnie je odwiedzali, co pozwala mieć nadzieję, że sytuacja po lockdownie w niedługim czasie się ustabilizuje. Pandemia i liczne ograniczenia spowodowały, że trzeba jeszcze uważniej obserwować sektor HoReCa i stwarzać dopasowane do potrzeb rynku rozwiązania - mówi serwisowi portalspozywczy.pl Waldemar Maciesza, Dyrektor ds. HoReCa JNT Group.



Autor: Barbara Woźniak Data: 17-06-2021, 13:23



Waldemar Maciesza, Dyrektor ds. HoReCa: Gastronomia jest wymagającym kanałem sprzedaży. Goście restauracji cenią nowości, i to tutaj jako klienci poznają nowe produkty wprowadzane na rynek, fot, JNT Group

W PORTALU

NOWE

POPULARNE

KOMENTOWANE

19:04

Premier w firmie Rolnik apeluje: kupujmy polskie produkty!

19:02

W transporcie intermodalnym 15-procentowy wzrost masy towarów

18:59

Złoty może być słabszy na początku przyszłego tygodnia

18:58

Senat chce opóźnienia o 3 miesiące pakietu VAT e-commerce

18:56

Ceny paliw najwyższe od lat i to jeszcze nie koniec podwyżek

18:40

Marka Tyskie postawi Hiszpanom piwo, jeśli Polska wygra mecz



Ceny pieczywa a sytuacja na rynku zbóż

Rynek piwa 2021. Cała para w Euro 2020

Wzrost cen żywności napędza inflację



Już pierwszy długi weekend pokazał, że Polacy czekali na otwarcie restauracji i tłumnie je odwiedzali. Pozwala to mieć nadzieję, że będą korzystać z ich usług coraz chętniej, a sytuacja po lockdownie w niedługim czasie się ustabilizuje.

Proces zakupowy będzie nabierał tempa, jednak, aby rynek winiarski w Polsce osiągnął poziom konsumpcji jak w krajach sąsiednich np. w Czechach czy państwach skandynawskich, czeka nas jeszcze dużo pracy.

Gastronomia jest wymagającym kanałem sprzedaży. Goście restauracyjni cenią nowości, tutaj jako klienci poznają nowe produkty wprowadzane na rynek, a emocje, którymi kierują się przy wyborze wina, muszą odpowiadać im osobistym preferencjom, aspiracjom i stylowi życia.

Pandemia i liczne ograniczenia spowodowały, że trzeba jeszcze uważniej obserwować sektor HoReCa i stwarzać dopasowane do potrzeb rynku rozwiązania. Innowacyjne opakowania, oferta dostosowana do zmieniających się realiów – to priorytety JNT Group w najbliższym okresie.

Rosnąca liczba osób zaszczepionych pozwala mieć nadzieję, że jesienią obostrzenia, nawet, jeśli się pojawią, to w znacznie mniejszym zakresie.

Od 28 maja restauracje mogą przyjmować gości nie tylko w ogródkach, ale i we wnętrzu. Co otwarcie gastronomii oznacza dla JNT Group i branży winiarskiej oraz alkoholowej?

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

Jako producent i importer win do ponownego otwarcia branży HoReCa przygotowaliśmy się już od końca ubiegłego roku, intensywnie pracując nad ofertą, która trafi w gusta jak najszerzej grupy odbiorców. Wreszcie mamy możliwość zaprezentowania nowych produktów, co pozwoli z kolei restauracjom na rozbudowanie oferty dla klientów.

Zdajemy sobie sprawę, że proces zakupowy musi nabrać tempa, ale już pierwszy długi weekend pokazał, że Polacy czekali na otwarcie restauracji i tłumnie je odwiedzali. Pozwala to mieć nadzieję, że będą korzystać z ich usług coraz chętniej, a sytuacja po lockdownie w niedługim czasie się ustabilizuje. Proces zakupowy będzie więc nabierał tempa. Jednak, aby rynek winiarski w Polsce osiągnął poziom konsumpcji jak w krajach sąsiednich, mam na myśli Czechy czy państwa skandynawskie, czeka nas jeszcze dużo pracy.

Jak Grupa JNT przygotowywała się do otwarcia gastronomii?

Gastronomia jest wymagającym kanałem sprzedaży. Goście restauracyjni cenią nowości, tutaj jako klienci poznają nowe produkty wprowadzane na rynek. Emocje, którymi kierują się przy wyborze wina, muszą odpowiadać im osobistym preferencjom, aspiracjom i stylowi życia.

Pracując nad ofertą dla HoReCa na nadchodzący sezon, wzięliśmy pod uwagę potencjał poszczególnych kategorii. Przygotowaliśmy największą w Polsce ofertę win musujących w opakowaniach typu keg. Obejmuje ona wina marki Monte Santi, rozlewane przez specjalistyczne stacje nabarowe. Stacje te montujemy u klientów, u których widzimy bardzo dobrą sprzedaż win musujących w butelkach oraz potencjał do dalszego rozwoju.

Co jeszcze znalazło się w ofercie JNT Group dla sektora HoReCa?

Oprócz znanego już na polskim rynku Monte Santi Frizzante w opakowaniu kegowym, w naszej ofercie znalazły się produkty, po które konsumenci chętnie sięgają właśnie w sezonie letnim, takie jak: Monte Santi Spritz – drink na bazie wina musującego z aperitivo, Hugo, czyli gotowy drink z wina musującego z dodatkiem aromatu o smaku soku z kwiatów czarnego bzu i Frutisecco Mango czyli wino musujące z dodatkiem aromatu o smaku mango.

Gotowe letnie drinki to dla restauratorów doskonałe rozwiązanie, gdyż nie wymagają zaangażowania obsługi, z którą obecnie w całej gastronomii są dziś największe problemy.

Czy są jakieś nowości dla HoReCa?

[zamów](#) [korzyści](#) [FAQ](#)

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

ZAREZERWUJ TERMIN
20-22.09.2021 R.

European Economic Congress

XIII EUROPEJSKI KONGRES GOSPODARCZY

[subskrybuj portalspozywczy.pl](#)

Portal Spożywczy: polub nas na Facebooku

Lubie to! 17 tys.



Naszą tegoroczną ofertę dla HoReCa wzbogaciliśmy także o nowość – Sangre de Allegra, czyli półsłodkie czerwone wino w innowacyjnym na polskim rynku, bo 5-litrowym opakowaniu. Podawane jest z owocami na lodzie, a w smaku odpowiada czerwonemu półsłodkiemu winu z południa Europy.

Ogromny potencjał widzimy w programie Wino Chefa, opartym na selekcji win Michela Morana. Jest on dedykowany lokalom, które dotychczas mniejszą wagę przywiązywały do kategorii win, a chciałyby wzmocnić ofertę w tym zakresie. Postać Michela Morana stanowi potwierdzenie jakości przygotowanej selekcji oraz ułatwi wybór gościom restauracji.

W ramach projektu przygotowaliśmy materiały promocyjne wspierające sprzedaż produktów, czyli: dedykowaną kartę win, obrandowane kieliszki, zapaski, tace, coolery i trybuszony.

Wymieniłem jedynie najważniejsze nowości JNT Group dla HoReCa, ale w naszej stałej ofercie dla kanału gastronomicznego znajdują się także wina przez nas importowane. Posiadamy selekcję około 400 etykiet win ze wszystkich regionów świata, dedykowanych jedynie dla gastronomi.

Interesującym reprezentantem win z Nowego Świata jest winnica PIEDRA NEGRA BY LURTON z wyśmienitym i głębokim w smaku CHACAYES. Ze Starego Świata warto wyróżnić wina od REGNARD z Burgundii, z winnicy DE LADOUCETTE znad Loary, z Toskanii VILLA POGGIO SALVI, Hiszpania to Rioja od BODEGAS ORBEN, czy Gruner Veltliner z najstarszej austriackiej winnicy NIKOLAIHOF. To oczywiście ułamek naszej oferty dla sektora gastronomicznego.

Czy niepewna przyszłość sektora HoReCa zmienia w jakiś sposób strategię działania Grupy JNT w tym zakresie?

Pandemia i liczne ograniczenia spowodowały, że musimy jeszcze uważniej obserwować sektor HoReCa i stwarzać dopasowane do potrzeb rynku rozwiązania. Innowacyjne opakowania, oferta dostosowana do zmieniających się realiów – oto nasze priorytety w najbliższym okresie.

Rosnąca liczba osób zaszczepionych pozwala nam mieć nadzieję, że jesienią obostrzenia, nawet jeśli się pojawią, to w znacznie mniejszym zakresie.

Jesteśmy dobrej myśli, ponieważ przed nami sezon zimowy, tak bardzo ważny z punktu widzenia sprzedaży naszego flagowego produktu, jakim jest Grzaniec Galicyjski. Przygotowujemy się już do niego, a jednocześnie trzymamy rękę na pulsie i będziemy elastycznie reagować na zmieniającą się sytuację.

Bardzo dziękuję za rozmowę.

© Materiał chroniony prawem autorskim - zasady przedruków określa regulamin.

więcej informacji:

/ wino [RSS](#) [ALERT](#) / branża winiarska [RSS](#) [ALERT](#) / alkohole [RSS](#) [ALERT](#) / HoReCa [RSS](#) [ALERT](#) / restauracje [RSS](#)
/ [ALERT](#) / JNT Group [RSS](#) [ALERT](#) / Jantón [RSS](#) [ALERT](#) / Waldemar Maciesza [RSS](#) [ALERT](#) / pandemia [RSS](#) [ALERT](#)
/ wino dla HoReCa [RSS](#) [ALERT](#)

Powiązane tematy:



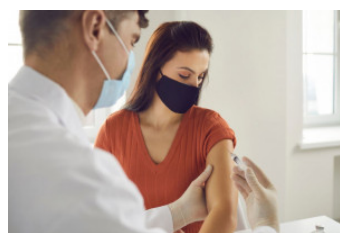
KE zatwierdziła kolejny polski program pomocy państwowej dla firm



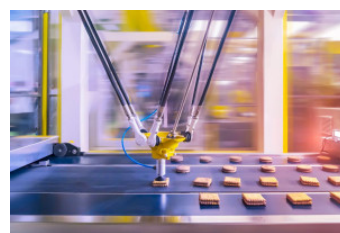
Hiszpanie wysyłają wino reprezentacji Polski



Indeks nastrojów w spożywcze wróci do poziomu sprzed pandemii?



Gratisowe drinki dla zaszczepionych w jednej z sieci restauracji



Słodczyce w pandemii. Raport Banku Pekao SA i Portalspozywczy.pl



KFC dobiło do 300 lokali. Polska strategicznym rynkiem dla AmRest



Blisko 60 proc. MŚP obciążona dodatkowymi kosztami przez pandemię



Ambra z wakacyjną premierą kolejnych win Winiarni Zamojskiej



Wakacje 2021. Więcej osób w hotelach i restauracjach



Gastronomia odebrała sklepom koncesje na alkohol