

FNB SERVED DAILY.

Food for thought... every day!

ΤΟ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟ ΨΗΦΙΑΚΟ
NEWSLETTER ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ
ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΠΟΤΩΝ

Με τη συνεργασία του
TotalFoodService
FOODSERVICE NEWS • INDUSTRY TRENDS • EXCLUSIVE INTERVIEWS

ΤΡΙΤΗ 21 ΟΚΤΩΒΡΙΟΥ 2025
ΤΕΥΧΟΣ 2198



• ΕΥΒΟΪΚΗ ΖΥΜΗ

Η ευκαιρία της Ινδίας και οι σκέψεις για νέο εργοστάσιο - Προς τα €17 εκατ. ο φετινός τζίρος



• WOLT MARKET

Η στρατηγική για τη διατήρηση της ανοδικής τροχιάς - Πωλήσεις €35,68 εκατ. το 2024



• ΑΛΚΟΟΛΟΥΧΑ ΠΟΤΑ

Νικητές και ηττημένοι στα αμερικάνικα convenience stores



• KUDU COFFEE

Αναπτύσσεται στην Β. Ελλάδα με νέο κατάστημα στην Θεσσαλονίκη - Συνεργασία με Fellow

Editorial

Το brand building αντίδοτο στη μιζέρια

Debrief

Το ερώτημα και η απάντηση για τη μετανάστευση

Business Insight

Sarantis: Ανοίγει την αυλαία ανακοίνωσης μεγεθών Q3
- Τί βλέπει η Eurobank Equities

SecretRecipe

Super market:
Το δημογραφικό αλλάζει τις προτεραιότητες

Business Maker

- Πώς αντέδρασαν οι καταναλωτές στη μείωση των τιμών
- Στα υπόγεια και με ώρες... ατελείωτες - Όταν η επιτυχία βγάζει μαχαίρια

• ΑΛΚΟΟΛΟΥΧΑ ΠΟΤΑ ΝΙΚΗΤΕΣ ΚΑΙ ΗΤΤΗΜΕΝΟΙ ΣΤΑ ΑΜΕΡΙΚΑΝΙΚΑ CONVENIENCE STORES

Ενώ οι συνολικές πωλήσεις αλκοολούχων ποτών στις ΗΠΑ έχουν υποχωρήσει τα τελευταία χρόνια, κάποια προϊόντα σημειώνουν άνοδο και άλλα χάνουν μερίδιο αγοράς στα καταστήματα convenience stores, με το FoodDive, να σταχυολογεί τους νικητές και τους ηττημένους.

ΜΠΥΡΑ

Αν και οι πωλήσεις μπύρας μειώθηκαν 1,6% και ο όγκος κατά 3,8% για τις 52 εβδομάδες που έληξαν στις 10 Αυγούστου, σύμφωνα με τη Circana, παραμένει το προϊόν F&B με τις υψηλότερες πωλήσεις στα καταστήματα c-store, αφού με περισσότερα από \$25 δισ. σε πωλήσεις σε αυτά τα καταστήματα το 2024.

Επιπλέον, η μπύρα παραμένει το πιο ευρέως καταναλωμένο αλκοολούχο ποτό στις ΗΠΑ, καθώς πάνω από το 80% των καταναλωτών μπύρας την απολαμβάνουν τουλάχιστον μία φορά το μήνα, και περισσότεροι από τους μισούς πίνουν μπύρα τουλάχιστον μία φορά την εβδομάδα.

Από την άλλη, οι τάσεις των πωλήσεων της κατηγορίας επιβραδύνθηκαν ελαφρώς στα καταστήματα c-store το β' τρίμηνο σε σύγκριση με το α' τρίμηνο του τρέχοντος έτους, σύμφωνα με έρευνα της Goldman Sachs.



RTD ΠΟΤΑ & COCKTAIL ΣΕ ΚΟΝΣΕΡΒΑ

Τα rtd ποτά και τα cocktail σε κουτάκι είναι αποκλειστικά υπεύθυνα για την αύξηση των πωλήσεων αλκοόλ στα καταστήματα c-store, αφού πάνω από τους μισούς καταναλωτές έχουν αγοράσει τα εν λόγω προϊόντα τα τελευταία δύο χρόνια, κάτι που μαρτυρά την αυξανόμενη ζήτηση για ευκολία και ποικιλία. Άνοδο έχουν σημειώσει τόσο ανθρακούχα ποτά σε κονσέρβα, όπως το White Claw και το Bud Light Seltzer, αλλά και cocktail, όπως τα Buzzballz και BeatBox. Σε ποσοστά, οι πωλήσεις των προπαρασκευασμένων cocktail εκτοξεύτηκαν κατά σχεδόν 56% στα καταστήματα c-store για το έτος που έληξε στις 10 Αυγούστου, ενώ ο όγκος των πωλήσεων αυξήθηκε κατά 66,5%. Τα οινοπνευματώδη ποτά ήταν, επίσης, πιο δημοφιλή σε όλους τους τύπους λιανοπωλητών.

ΚΡΑΣΙ

Οι πωλήσεις κρασιού έχουν μειωθεί σε όλους τους τύπους καταστημάτων λιανικής πώλησης τα τελευταία χρόνια, και τα c-stores

δεν αποτελούν εξαίρεση, καθώς έχει υποχωρήσει κατά 16% τους τελευταίους 36 μήνες. "Αυτό οφείλεται στο ότι οι ιδιοκτήτες των καταστημάτων c-store προσαρμόζουν την ποικιλία των προϊόντων τους στις προτιμήσεις των καταναλωτών και στις γενικές τάσεις, κάτι που είναι κατανοητό", εξήγησε ο Mike Wyatt, Διευθυντής πελατειακών αναλύσεων της Circana, "αλλά έχει επιδεινώσει την ήδη αρνητική τάση για το κρασί".

ΜΗ ΑΛΚΟΟΛΟΥΧΟ ΚΡΑΣΙ ΚΑΙ ΜΠΥΡΑ

Ενώ οι πωλήσεις ποτών με χαμηλή ή μηδενική περιεκτικότητα σε αλκοόλ αυξάνονται, τα καταστήματα c-store δεν σημειώνουν αξιοσημείωτη αύξηση όσο άλλοι λιανοπωλητές. Για παράδειγμα, η μπύρα με χαμηλή περιεκτικότητα σε αλκοόλ/χωρίς αλκοόλ αντιπροσωπεύει πλέον το 2,5% των συνολικών πωλήσεων μπύρας σε όλα τα κανάλια, από 2% πριν από ένα χρόνο, αλλά αντιπροσωπεύει μόνο το 0,3% των πωλήσεων στα καταστήματα c-store, ενώ παρόμοια δυναμική καταγράφεται και στον τομέα του κρασιού.

• ADUS ΠΑΡΟΥΣΑ ΣΤΗΝ ANUGA 2025

Τρία στελέχη της Adus παρευρέθηκαν στην Anuga 2025 στην Κολωνία.

Η παρουσία της εταιρείας είχε διπλό στόχο:

- την αναζήτηση νέων συνεργασιών και προϊόντων προς εισαγωγή στην ελληνική αγορά
- τη βελτίωση της υποστήριξής της προς τους συνεργάτες της

