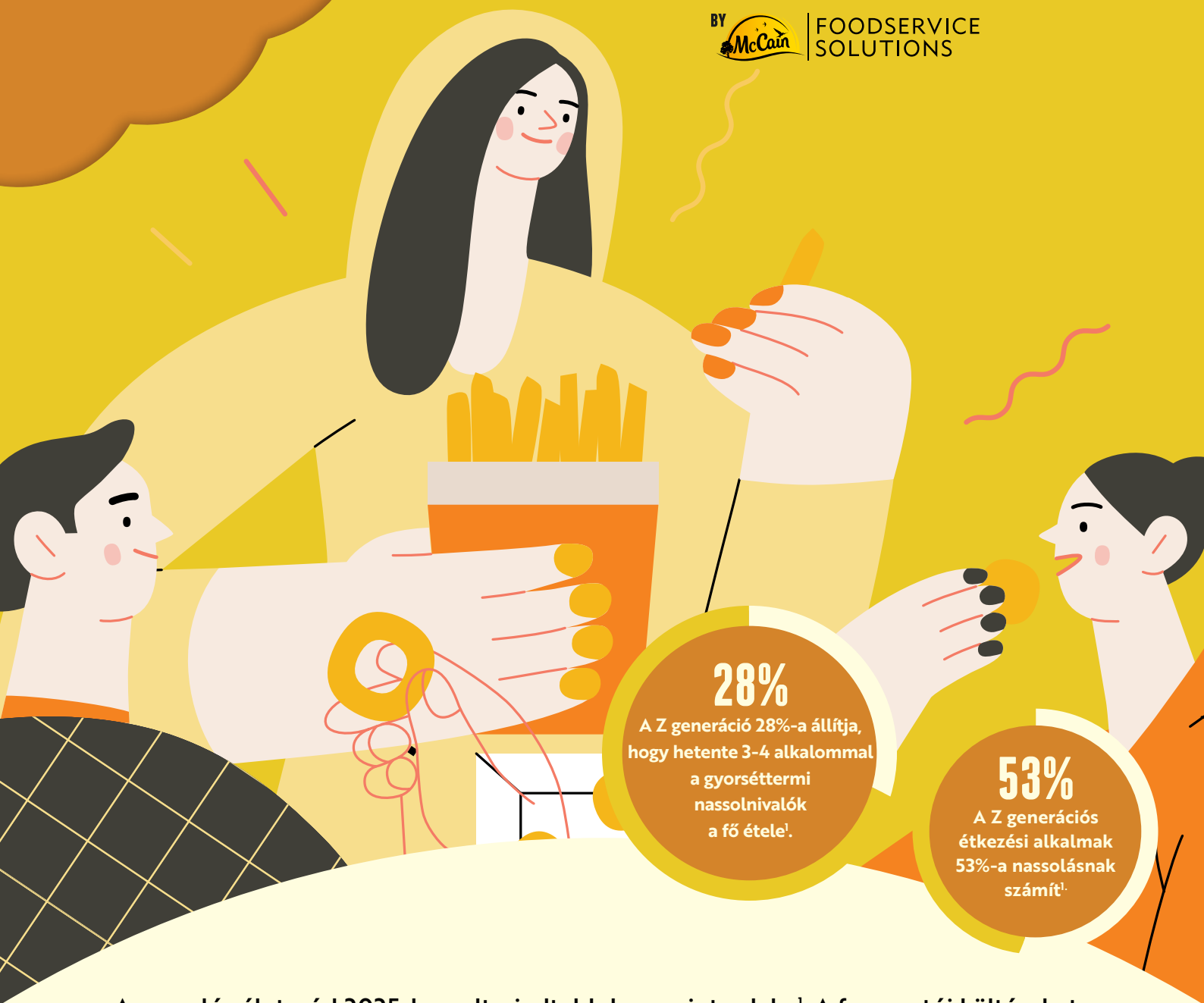


HARAPJON A SIKERBE A P!CKERSSZEL



FOODSERVICE
SOLUTIONS



28%

A Z generáció 28%-a állítja,
hogy hetente 3-4 alkalommal
a gyorséttermi
nassolnivalók
a fő étele!.

53%

A Z generációs
étkezési alkalmak
53%-a nassolásnak
számít!.

A nassolós életmód 2025-ben elterjedtebb lesz, mint valaha¹. A fogyasztói költségeket negatívan érintő megélhetési válság ellenére a fogyasztók figyelemre méltó része, 75%-a állítja, hogy a költségvetéséből a nassolásra mindig telik.¹

HASZNÁLJA KI A 6 LEGFRISSEBB TRENDET A P!CKERSSZEL!



FOODSERVICE
SOLUTIONS

1 KÉNYEZZTETŐ NASSOLÁS

Nehéz időkben a snackek mindig is megbízható vigaszforrásnak bizonyultak a fogyasztók számára¹. Az „ide nekem valami finomságot” mentalitás egyre inkább terjed, a fiatalabb fogyasztók egyenesen rajonganak a kényeizztető, gyakran késő este elfogyasztott nassolnivalókért.



4 fogyasztóból 3 állítja, hogy az önfeledt nassolás fontosabb számára, mint valaha¹. Az önfeledt nassolások száma **3%-kal nőtt 2022 óta¹**.

66%

A fogyasztók 66%-a nassol valami finomat a stressz oldására.¹



Használja ki az „ide nekem valami finomságot” mentalitást, vessen be olyan rendkívül finom összetevőket, mint a hihetetlenül étvágygerjesztő **Mini Smoky Cheese Donuts**, ami füstölt mozzarella sajt és ropogós kukoricapehely-bevonat ínycsiklandó keveréke.



2 EVÉS ÉS TÁRSASÁG

A fiatalabb fogyasztók számára továbbra is fontos a szórakozás és a társadalmi kapcsolatteremtés céljából történő éttermi étkezés². Az újítók a nassolást magasabb szintre emelik, és a hétköznapi finomságokat kellemes, másokkal megosztható falatokká varázsolják.



2024-ben erősödik az emberek társaság iránti étvágya.⁴



Készítsen nassolnivalónak alkalmas ételeket, amelyek fokozzák a társasági élet örömet. Vezessen be családi stílusú, megosztható „falatkás” dobozokat – ezek kedvező fogadtatásra találnak a közösségi nassolásra vágyó fogyasztóknál, akik ötletes, megosztásra alkalmas termékeket keresnek, amit a társaságukkal együtt élvezhetnek.

LENYŰGÖZŐ ÉTELEK HÁZHOZSZÁLLÍTÁSA

3

A fogyasztók 28%-a szeretne több időt tölteni otthonában társasággal⁶, vendéglátással, ezért az otthoni vacsorák és közös étkezések egyre népszerűbbek.



A szállított termékek ínycsiklandó látványa és ropogóssága még soha nem volt ennyire fontos. Használjon olyan csomagolási megoldásokat, amelyek nemcsak frissen tartják az ételt, hanem javítják annak megjelenését is. A kényelem szintén kulcsfontosságú. Gondoskodjon arról, hogy a termékek könnyen kezelhetők és kicsomagolhatók legyenek, minőségi kompromisszumok nélkül.

A kiszállításra tervezett *Mini Crispy Onion Rings* hagymakarikák kiválóan alkalmasak elvitelre, ropogósságukat 30 percig is megőrzik.

4 ÚJ FEJLEMÉNYEK AZ ÍZEK TERÉN

A fogyasztók új ízvilágot várnak el az étlap ismert elemeitől⁷. A népszerű ízek és textúrák innovatív módon történő ötvözése kielégíti a fogyasztók újdonságok és élvezetek iránti vágyát.

37%

kedveli az olyan ízeket, amelyek egy kis csavart kínálnak az megszokotthoz képest⁷.

A füstös ízek uralkodó trendnek számítanak az európai előétel-piacon⁸, jelenleg az 5 legnépszerűbb előétel-íz között vannak Európában, a piacuk még 2025-ben is növekedőben lesz⁹.



A *Nacho Cheese Triangles* egy olyan íz, amelyet vásárlói imádni fognak. Középen olvadó gouda és cheddar sajt, ropogós paprikadarabokkal ellensúlyozva. Az új *Mini Smoky Cheese Donuts* a füstölt mozzarella sajt és az egyedülálló kukoricapehely-bevonat ínycsiklandó ötvözetét kínálja.

5 A MINI NÉPSZERŰSÉGE

A mini snackek már népszerűek egy ideje, étkezés közben és után is fogyasztják őket, mivel sokan többször falatozgatnak a nap folyamán a szokásos 3 főétkezés helyett.

45%

Az emberek 45%-a napi legalább 3-szor nassol¹



A **Mini Crispy Onion Rings** hagymakarikák és a **Mini Breaded Mozzarella Sticks** mozzarellarudacsok tökéletes nassolnivalót kínálnak útközbeni fogyasztásra azoknak, akik falatkányi méretben keresik az étlapról ismerős kedvenceiket. A **mini méretű köretek több lehetőséget teremtenek a drágább termékek eladására, illetve más ételekkel való közös értékesítésre is, ami a profit növekedéséhez vezet.**

6 TELJESÍTSE A Z GENERÁCIÓSOK EXTRA IGÉNYEIT

A megbízhatóan költekezőnek tartott Z generáció rendelkezik a leggyorsabban növekvő jövedelemmel – itt az ideje, hogy odafigyeljünk rájuk!

VONZZA BE A Z GENERÁCIÓSOKAT A PICKERSSEL!

83%
A tinédzserek és a fiatal felnőttek 83%-a hetente egyszer vagy többször is étteremben étkezik¹⁰

A Z generációsok több képet osztanak meg ételekről, mint bármely más generáció¹¹. Használja ki a közösségi médiában rejlő lehetőségeket ellenállhatatlanul „Instagramra való”, izgalmas köretekkel, és a felhasználók által generált tartalmak garantáltan lelkesedést váltanak majd ki a fiatal fogyasztók körében.

Források: 1. A nassolás helyzete, 3. éves jelentés, Mondelez 2022 • 2. BoF Insights: A Z generáció és a divat a realizmus korában: 2022. október • 3. Forbes Health: Szociális fobia a covid óta felmérés: 2022 • 4. WGSN fő trendek 2024-ben: Társasági és megosztható ételek és nassolnivalók • 5. Új élelmiszer-trendek 2023-ban: a frissesség térhódítása • 6. IKEA LAHR: 2022 • 7. A Hartman-csoport irányítúje étkezési alkalmakhoz, 2020, in: „Nassolás: feltörekvőben, fejlődőben, megzavarva”, USA • 8. Mintel Consulting: Testreszabott energiatérkép – kontinentális Európa, 2022 • 9. NWF – 2023. október – Nyugat-Európa: 5 vezető íz a falatkás ételek összetevőiben • 10: Élelmiszer-fogyasztás és tápanyagbevitel az otthonukon kívül étkezők körében Franciaországban, ANSES, 2021 • 11: A mi élelmiszereink, a mi táplálkozási rendszerünk: mit vár a Z generáció az egészséges táplálkozási rendszertől, EIT Food, 2021.