

حال و روز بازار غذاهای لاکچری در ایام کرونا



تقاضای جهانی برای غذاهای
لاکچری مانند گوشت گاو و اگیو، ماهی تن باله آبی و خاویار در پی
تعطیلی
هزاران رستوارن و رکود بسیاری اقتصادها در بحبوحه شیوع ویروس
کرونا به شدت
کاهش پیدا کرده است.

به
گزارش ایسنا، با وضع تدابیر قرنطینه که برای مقابله با شیوع
ویروس کرونا
در سطح جهان انجام گرفت، صنعت غذای لاکچری ممکن است یکی از
بخشهایی باشد که
به شدت از بحران پاندمی آسیب دیده‌اند زیرا برای آیتم‌های گران
قیمت مانند
خاویار به شدت به رستورانها و هتل‌های لوکس وابسته بوده است.

در حالی که برخی از تولیدکنندگان این مواد
غذایی لذیذ برای سر پا ماندن مستقیماً به سراغ مصرف کنندگان
رفته‌اند،
سایرین ناچار شده‌اند تولیدشان را کاهش دهند زیرا برخی از محصولات

از

ابتدای امسال تاکنون تقریباً نیمی از ارزش خود را از دست داده‌اند.

آمار سفارش‌ها که توسط سرویس آنلاین خدمات رستوران "اوپن تیبِل" ثبت شده است، نشان می‌دهد که رزرو صندلی برای شام در رستورانهای آمریکا، انگلیس، آلمان، کانادا، استرالیا، ایرلند و مکزیک امسال ۸۰ درصد نسبت به سال گذشته کاهش پیدا کرده است.

افراد در شرایط بحران سلامتی و نگرانی نسبت به وضعیت مالی یا در شرایطی که رستورانها با رعایت تدابیر فاصله گذاری اجتماعی بازگشایی میشوند، تمایل کمتری برای مصرف غذاهای لاکچری دارند.

تخفیفهای بالا

به گفته اوله هو، مدیر سرویس مشاوره شرکت کارگزاری IKON در سیدنی، غذاهای لاکچری یکی از بخشهای جهانی است که به شدت از شیوع ویروس کرونا آسیب دیده و با توجه به این که بسیاری از کشورها دچار رکود شده‌اند، انتظار نمیرود بهبود فوری پیدا کند.

کاهش تقاضا در حال حاضر به قیمت غذاهای لاکچری به شدت ضربه زده است. در توکیو قیمت گوشت گاو واگیوی مرغوب حدود ۳۰ درصد نسبت به سال گذشته کاهش پیدا کرده و ماهی تن باله آبی که در ژاپن بهترین به شمار میرود، طی همین مدت بیش از ۴۰ درصد کاهش قیمت داشته است. قیمت طالبی ژاپنی معروف از شیزوکا هم ۳۰ درصد افت کرده است.

شرکت روسی "کاویار هاوس" برای فروش خاویار بلوگا ۳۰ درصد تخفیف عرضه میکند. الکساندر نوویکوف، مدیرعامل این شرکت در این باره گفت: فصلهای بهار و تابستان همواره فصلهای ضعیفی برای بازار

خاویار هستند اما اگر بخواهیم دوره فعلی را با سالهای گذشته مقایسه کنیم، فروش در روسیه ۵۰ درصد کاهش پیدا کرده است.

در فرانسه قیمت خاویار نزدیک به رکورد پایینی مانده و فروش شامپاین افت کرده است در حالی که تولیدکنندگان غذای معروف جگر چرب مرغابی هم مجبور شده‌اند برای تقویت قیمت‌ها، تولیدشان را کاهش دهند. رستورانها عامل ۴۰ درصد از فروش جگر چرب تولیدکنندگان فرانسوی بوده‌اند.

صیادان صدف و حلزون هم با تغییر عادات غذایی در ایام قرنطینه، ناچار شده‌اند که صید خود را کاهش دهند.

راهکار تولیدکنندگان لاکچری برای تقویت بازار

تولیدکنندگان غذاهای لاکچری برای پر کردن شکاف در بازارشان، تلاش کرده‌اند از طریق پلتفرمهای تجارت الکترونیکی دسترسی مستقیم به مصرف کنندگان پیدا کنند.

سایرین هم تلاش می‌کنند تولیدشان را به قفسه‌های سوپرمارکت‌ها برسانند.

هیو کیلن، مدیر اجرایی شرکت استرالین اگریکالچر که بزرگترین تولیدکننده گوشت گاو در استرالیا است، اظهار کرد که این شرکت عرضه تولیداتش به شماری از بزرگترین سوپرمارکت‌ها جهان، مصرف کنندگان آنلاین را افزایش داده است.

بر اساس گزارش رویترز، اما فروشندگان می‌گویند فروش به سوپرمارکت‌ها سود کمتری نسبت به رستورانهای لوکس دارد.

به گفته یوکی تاکا یا ماگوچی، رییس شرکت یاما یوکی که واسطه فروش تن ماهی در ژاپن است، رستورانهای سوشی ۴۰۰ هزار ین

معادل ۳۷۳۷ دلار برای ۱۰ کیلوگرم از بهترین تکه گوشت ماهی تن
پرداخت
می‌کنند در حالی که سوپرمارکت‌ها برای ۱۰ کیلوگرم تنها ۲۵ هزار تن
پرداخت
می‌کنند.