

«الأطعمة الطازجة غلبت مبيعات الزهور في «عيد الحب»



خالف المتسوقون في الإمارات التقاليد شبه السائدة في ما يتعلق بمشترياتهم خلال الاحتفالات بمناسبة «عيد الحب» الأخيرة، بالانتقال إلى تسوق منتجات الأطعمة الطازجة التي سجلت ارتفاعاً بنسبة 106% في مبيعات منتجات اللحوم. واختار المزيد من العملاء التقاليد المتبعة في تناول الطعام في الخارج في هذه المناسبة، حيث اختاروا الطهي لأحببتهم، وذلك وفقاً لإحصاءات أجرتها سلسلة متاجر «كارفور»، التي تملكها وتديرها شركة ماجد الفطيم. وكشفت إحصاءات «كارفور» عن المنتجات الأكثر مبيعاً بين عملائها من العشاق والمتزوجين خلال الاستعدادات للاحتفالات بعيد الحب 2021.

حيث اختار العملاء السلع المخبوزة لهذه المناسبة، وارتفعت مبيعات قوالب الحلوى الكبيرة و«التارت» بنسبة 4% و31% على التوالي.

وتصدرت هدايا حلوى الشوكولاتة ووجبات الشوكولاتة الخفيفة، قائمة أفضل عشر سلع من حيث الإقبال، وذلك خلال الأسبوعين اللذين يسبقان «عيد الحب».

وشكلت الورود عنصراً أساسياً لا بد منه عند اختيار الأزهار، حيث كانت أزهار الأقحوان، أكثر الأزهار التي تم اختيارها

خلال الاستعدادات لعيد الحب، تليها الورود المنفردة وباقات الورد.

وتم بيع نحو 50 ألف وردة منفردة في كارفور لوحدها، خلال فترة عيد الحب، وعلى غير المتوقع فضّل المزيد من العملاء هذا العام، تدوين كلمات الإعجاب لبعضهم البعض، الأمر الذي انعكس في زيادة مبيعات البطاقات بنسبة 37 % مقارنةً بالعام 2020.

واتجه المتسوقون نحو صندوق وصفات الطهي «كوكيت» من «كارفور»، حيث انعكس ذلك في نسبة المبيعات، حيث تم بيع نحو ألف صندوق خلال الأيام التي سبقت 14 فبراير.

وأدت عروض كارفور الخاصة بعيد الحب إلى ارتفاع المبيعات في عدد من المستلزمات الأساسية الموسمية التقليدية وتشهد عادةً هذه الفترة من السنة زيادة في شراء وتقديم الهدايا، وكما كان متوقعاً، توجه المتسوقون في عيد الحب لشراء أصناف الحلويات المخبوزة وحلوى الشوكولاتة والأزهار المقطوفة الطازجة.

وشهدت «كارفور» استمرار الإقبال على التسوق الإلكتروني هذا الموسم، حيث شهدت المبيعات عبر الإنترنت من خلال التطبيق والموقع الإلكتروني ارتفاعاً بنسبة 14% خلال 2020، كما ارتفعت نسبة المبيعات داخل فروع «كارفور» بنحو 3. %، مقارنةً بالعام 2019.