



**ΓΕΝΙΚΟ ΠΡΟΞΕΝΕΙΟ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ
ΓΡΑΦΕΙΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ & ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ**

866 2nd Avenue, 11th floor, New York, NY 10017

Tel: 212-751-2404, Fax: 212-593-2278, E-mail: ecocom-newyork@mfa.gr

**ΕΝΗΜΕΡΩΤΙΚΟ ΔΕΛΤΙΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΚΑΙ ΠΟΤΩΝ ΣΤΙΣ ΗΠΑ (38)
(31.12.2020)**

Το 2020 φεύγει αφήνοντας πίσω του ένα πρωτοφανές σοκ στους κλάδους της εστίασης και της τροφοδοσίας.

Η πανδημική κρίση του 2020 προκάλεσε αλλεπάλληλα κύματα αναταραχής στην αμερικανική οικονομία και ιδίως στον κλάδο της εστίασης, με χιλιάδες απώλειες θέσεων εργασίας και οριστικό κλείσιμο χιλιάδων επιχειρήσεων στη χώρα. Τα εστιατόρια, τα μπαρ και οι συναφείς χώροι εστίασης υπέστησαν συντριπτικό πλήγμα, ενώ κάθε άλλο παρά ανεπηρέαστο έμεινε και το λιανεμπόριο. Ασύλληπτης σφοδρότητας ήταν και το πλήγμα στις επιχειρήσεις τροφοδοσίας (catering).

«Το 2020 επηρέασε τις επιχειρήσεις μας με δραματικό τρόπο», σύμφωνα με τον Amber Stewart, επιχειρησιακό δ/ντή της επιχείρησης “Chef Jeff Catering” στη Μινεάπολη. «Όλες οι εκδηλώσεις ακυρώθηκαν κατά την περίοδο Μαρτίου – Ιουνίου. Δεν προχωρήσαμε σε απολύσεις, αλλά εξαιτίας του μειωμένου ωραρίου πολλοί εργαζόμενοι στην εταιρεία μας αναζήτησαν πιο σταθερές εργασιακές επιλογές».



Σύμφωνα με έρευνα της “The Wall Street Journal”, η συνολική απασχόληση στους βασικούς κλάδους της οικονομίας είναι στο τέλος του έτους κατά 6,5% μικρότερη σε σύγκριση με τον Φεβρουάριο του 2020, με εξαίρεση ορισμένους τομείς όπως οι υπηρεσίες αποθήκευσης, που έχουν υπερβεί τα επίπεδα απασχόλησης της προ κορωνοϊού περιόδου.

Η εστίαση έπαψε πλέον να αποτελεί τον μεγαλύτερο εργοδότη στη χώρα, ενώ η επανεκκίνηση λειτουργίας μετρίασε κάπως το πρόβλημα, αλλά δεν το θεράπευσε. Η πτώση στα επίπεδα απασχόλησης στην εστίαση είναι της τάξεως του 17,2% στο τέλος του έτους, σε σύγκριση με τον Φεβρουάριο του 2020.

Οι πληγέντες κλάδοι προσπάθησαν να προσαρμοστούν στα νέα δεδομένα, υιοθετώντας καινοτόμες λύσεις, με τον τομέα της τροφοδοσίας (catering) να πρωτοστατεί.

Ο Δεκέμβριος του 2020, μήνας πλήρους απασχόλησης υπό ομαλές συνθήκες των εταιρειών catering, υπήρξε φέτος ο χειρότερος Δεκέμβριος στα χρονικά του κλάδου, με όσες άντεξαν να γνωρίζουν πτώση του τζίρου τους κατά 75%, εξαιτίας της ακύρωσης ή αναβολής εκδηλώσεων. Πολλές επιχειρήσεις του κλάδου προσπάθησαν να αντισταθμίσουν την κατάσταση με προσφορές πακέτων εορταστικών μενού σε όσους μένουν στο σπίτι, κατόπιν παραγγελίας. Εξυπακούεται ότι οι παραδόσεις γίνονταν κατ'οίκον. Αντίστοιχες λύσεις δοκιμάστηκαν και ως εταιρικά πακέτα δώρων-προσφορών σε εργαζομένους που, υπό άλλες συνθήκες, θα συγκεντρώνονταν σε εορταστικές εκδηλώσεις των επιχειρήσεών τους.

Πηγή:

https://www.wsj.com/articles/pandemic-reshapes-u-s-employment-speeding-changes-across-industries-11609243204?mod=hp_lead_pos5

Οι νέες τάσεις στο λιανεμπόριο τροφίμων ενόψει 2021

Η διάσημη Αμερικανίδα διαιτολόγος Cara Rosenbloom δημοσίευσε ένα εκτεταμένο άρθρο στην ευρείας κυκλοφορίας εφημερίδα “The Washington Post”, αναφορικά με τις νέες τάσεις στο λιανεμπόριο τροφίμων, ιδίως μεσούσης της πανδημίας και ενώ βρισκόμαστε στο κατώφλι του νέου έτους. Τα βασικά συμπεράσματα του άρθρου της κας Rosenbloom είναι τα εξής:

1. Οι εταιρείες τροφίμων αφήνουν προσωρινά στο περιθώριο την καινοτομία και εστιάζουν στην αποτελεσματικότερη τροφοδοσία της εφοδιαστικής αλυσίδας.

Όπως αναφέρει χαρακτηριστικά η συντάκτης του άρθρου «*το να γεμίσεις τα ράφια με νέα προϊόντα είναι πλέον λιγότερο σημαντικό από το να τα γεμίσεις γενικώς με κάτι*». Με την άποψη αυτή συμφωνεί και ο Phil Lempert, αρχισυντάκτης του εξειδικευμένου ιστότοπου “SupermarketGuru.com”, ο οποίος ανέφερε χαρακτηριστικά: «*η βασική προτεραιότητα των εταιρειών δεν είναι η καινοτομία, είναι η επάρκεια*». Θυμίζουμε ότι η πανδημία προκάλεσε αναταραχές στην εφοδιαστική αλυσίδα, ελλείψεις συγκεκριμένων προϊόντων και φαινόμενα πανικού, τουλάχιστον στην αρχική της φάση. Πολλές εταιρείες τροφίμων αντιμετωπίζουν τα ζητήματα επάρκειας με περιορισμό της ποικιλίας των προϊόντων που λανσάρουν στην αγορά. Παρατηρείται επίσης το φαινόμενο της απευθείας προσέγγισης των παραγωγών από πολυκαταστήματα τροφίμων, προκειμένου να εξασφαλιστούν η ανεμπόδιστη παράδοση προϊόντων και η ευρεία και απρόσκοπτη διαθεσιμότητά τους. Στην ίδια λογική εντάσσεται η έμφαση των εταιρειών σε λίγα, εμβληματικά προϊόντα και η απόσυρση ετικετών που θεωρούνται παρωχημένες.



2. Οι καταναλωτές δίνουν μεγαλύτερη έμφαση στη διαφάνεια και την ποιότητα

Οι καταναλωτές αλλάζουν πλέον συνήθειες και προσέχουν περισσότερο το πως επιλέγουν το προϊόν που εντοπίζουν στο ράφι, καθώς και πως αυτό παρήχθη. Η λέξη κλειδί είναι «*διαφάνεια*». Οι εταιρείες αντιλαμβάνονται την αλλαγή και προσαρμόζονται στις απαιτήσεις των καταναλωτών. Ακόμα και στο στάδιο της παραγωγής, έχουμε λ.χ φαινόμενα κτηνοτροφικών μονάδων που έχουν εγκαταστήσει κάμερες, ώστε να μπορούν οι καταναλωτές να διαπιστώσουν, ιδίοις όμμασι, τις συνθήκες εκτροφής των ζώων. Το γενικότερο κλίμα τείνει προς την επικράτηση ενός μοντέλου κοινωνικά ευαισθητοποιημένης επιχειρηματικότητας, που διαφημίζει το περιορισμένο περιβαλλοντικό της αποτύπωμα, την υψηλή κοινωνική της ευθύνη και τις δίκαιες αμοιβές στο προσωπικό της.

3. Μεγάλη ποικιλία προϊόντων από φυτικά υποκατάστατα κρέατος και γαλακτοκομικών.

Παρά τη γενικότερη υποχώρηση της καινοτομίας, υπάρχει ένας νέος τομέας όπου παρατηρείται τεράστιο επενδυτικό ενδιαφέρον, αυτός των τροφίμων και ροφημάτων από φυτικά υποκατάστατα κρέατος και γαλακτοκομικών. Το στοιχείο που οδηγεί τη σχετική τάση είναι βεβαίως συναφές με τη γενικότερη επιθυμία των καταναλωτών για πιο υγιεινά προϊόντα. Είναι χαρακτηριστικό ότι σύμφωνα με έρευνα της Nielsen, οι πωλήσεις γάλακτος φυτικής προέλευσης αυξήθηκαν εντός του 2020 κατά 19% και των φυτικής προέλευσης υποκατάστατων κρέατος κατά 46% σε σύγκριση με το παρελθόν έτος. Οι εταιρείες επενδύουν σε νέα προϊόντα τέτοιου τύπου (λ.χ μπέικον από καρύδα) ή σε μίξεις παραδοσιακών προϊόντων ζωικής προέλευσης με άλλα φυτικής.

Πηγή:

https://www.washingtonpost.com/road-to-recovery/grocery-supermarket-trends-food-2021/2020/12/23/6bd06636-43d8-11eb-b0e4-0f182923a025_story.html

Η εξ αποστάσεως εργασία ήρθε για να μείνει και αλλάζει τις διατροφικές συνήθειες των καταναλωτών και τις προτεραιότητες των εταιρειών.

Μια από τις πλέον σημαντικές αλλαγές που επέφερε η πανδημική κρίση είναι η ραγδαία εξάπλωση της εξ αποστάσεως εργασίας, η οποία συνεπιφέρει τροποποίηση στο διατροφικό πρόγραμμα και τις συνήθειες των εργαζομένων. Πλέον, το καθιερωμένο διάλειμμα του φαγητού μετατράπηκε σε γεύμα στο σπίτι. Πρόκειται, εν προκειμένω, για τάση που ενδέχεται να διατηρηθεί για αρκετό χρονικό διάστημα. Έχοντας προεξοφλήσει μια τέτοια εξέλιξη, οι εταιρείες συσκευασμένων τροφίμων αναπροσαρμόζουν τη στρατηγική τους.

Ήδη, κολοσσοί του κλάδου, όπως οι “Conagra Brands”, “General Mills” και “Kraft Heinz”, έχουν επενδύσει σε αναβαθμισμένο εξοπλισμό για παρασκευή περισσότερων τροφίμων, κατάλληλων για πρωινό ή γεύμα στο σπίτι, σύμφωνα με σχετικό δημοσίευμα της “The Wall Street Journal”.

Οι αλλαγές στην καθημερινότητα των εργαζομένων ευνόησαν πολλές εταιρείες του κλάδου συσκευασμένων τροφίμων, καθώς εκτινάχθηκαν οι πωλήσεις συγκεκριμένων προϊόντων που θεωρούνται βασικά για την παρασκευή οικιακών γευμάτων, όπως τα ζυμαρικά, οι σάλτσες, οι κονσέρβες λαχανικών, οι καφέδες κ.λ.π. Άλλες εταιρείες ωστόσο αναγκάστηκαν να μειώσουν τον αριθμό των διατιθέμενων ετικετών, προκειμένου να διατηρήσουν την επάρκεια προσφοράς βασικών προϊόντων υψηλής ζήτησης, ενώ κάποιες άλλες θεώρησαν εσφαλμένα ότι πρόκειται για μια κρίση μικρής διάρκειας και ως εκ τούτου δεν προσαρμόστηκαν εγκαίρως στα νέα δεδομένα.

Το ερώτημα είναι το εξής: Με δεδομένο ότι ένα μεγάλο τμήμα του εργατικού δυναμικού αναμένεται να εξακολουθήσει να εργάζεται από το σπίτι του, είναι έτοιμες οι εταιρείες συσκευασμένων τροφίμων να αξιοποιήσουν σε βάθος χρόνου την τάση;

Θυμίζουμε ότι το “Twitter” ήταν η πρώτη κολοσσιαία εταιρεία που προεξόφλησε τις απαιτήσεις της νέας εποχής, ανακοινώνοντας στους υπαλλήλους της ότι έχουν τη δυνατότητα να επιλέξουν την διαβίωση εξ αποστάσεως εργασία. Και ενώ προφανώς αυτό είναι ένα μοντέλο εργασίας που εξαρτάται από τη φύση των υπηρεσιών που παρέχει, ή του προϊόντος που παράγει μια εταιρεία, και ως εκ τούτου είναι γενικής εφαρμογής, η τάση είναι ήδη εδώ και όλες οι ενδείξεις συντείνουν στην περαιτέρω παραμονή της.

Αυτή άλλωστε είναι η πρόβλεψη της γνωστής συμβουλευτικής “McKinsey and Co”, σύμφωνα με την οποία, η εξ αποστάσεως εργασία θα παραμείνει ως σημαντική διαθέσιμη επιλογή, έστω και σε υβριδική μορφή. Η έρευνα εκτιμά ότι ένα 20% του εργατικού δυναμικού μπορεί να προσφέρει τις υπηρεσίες του από το σπίτι του για διάστημα τριών έως πέντε ημερών την εβδομάδα, με την ίδια παραγωγική αποτελεσματικότητα που θα είχε αν εργαζόταν στο εταιρικό γραφείο του.

Η εξέλιξη αυτή έχει την προφανή συνέπεια της αύξησης των σπιτικών γευμάτων, με παράλληλη ωστόσο διατήρηση της ανάγκης για ταχύτητα και ευκολία στην παρασκευή τους. Οι επιχειρήσεις του κλάδου καλούνται να προσαρμοστούν στις απαιτήσεις των καταναλωτών που θέλουν να φτιάξουν μόνοι τους κάτι γρήγορο, υγιεινό και εύκολο και θέλουν να αποφύγουν τις παραγγελίες έτοιμων γευμάτων είτε λόγω κόστους είτε λόγω ανησυχίας για την υγεία τους. Όλη η στρατηγική των επιχειρήσεων του κλάδου θα πρέπει να στοχεύει στη διευκόλυνση του καταναλωτή-εργαζόμενου.

Πηγή:

https://www.wsj.com/articles/consumer-brands-bet-working-from-home-is-here-to-stay-11609065000?mod=searchresults_pos5&page=1



Επιστολή σε δραματικούς τόνους της Εθνικής Ομοσπονδίας Εστιατόρων στην πολιτική ηγεσία για την κατάσταση του κλάδου εστίασης στις ΗΠΑ.

Ο εθνικός φορέας εκπροσώπησης ιδιοκτητών εστιατορίων, "National Restaurant Association", απέστειλε στις 7 Δεκεμβρίου επιστολή προς την ηγεσία των δύο Νομοθετικών Σωμάτων των ΗΠΑ (Βουλή των Αντιπροσώπων και Γερουσία), στην οποία περιγράφει με μελανά χρώματα τη δεινή θέση στην οποία έχει περιέλθει ο κλάδος εξαιτίας της πανδημίας.

Σύμφωνα με τους συντάκτες της επιστολής, ο μέχρι πρότινος μεγαλύτερος εργοδότης της χώρας έχει περιέλθει σε πρωτοφανή επίπεδα καθίζησης, εξαιτίας της πανδημίας και των περιοριστικών μέτρων που ελήφθησαν, μέτρα που ως επί το πλείστον έπληξαν τον εν λόγω κλάδο. Η επιστολή περιέχει τα αποτελέσματα της πέμπτης κατά σειρά έρευνας που διεξήχθη σε παναμερικανικό επίπεδο, μερίμνη του φορέα, ως σημαντικότερα εκ των οποίων σταχυολογούνται τα ακόλουθα:

- Το 17% των εστιατορίων σε εθνικό επίπεδο (περίπου 110.000 εστιατόρια) έκλεισαν κατά τη διάρκεια της πανδημίας, τα περισσότερα εκ των οποίων με πολύ μακρά παρουσία στο χώρο.
- Το 87% του συνόλου των πλήρως λειτουργούντων εστιατορίων (ανεξάρτητων, αλυσίδων και franchise) κατέγραψαν πτώση τζίρου της τάξεως του 36%. Δοθέντος του περιθωρίου κέρδους, που κυμαίνεται μεταξύ 5-6%, η εν λόγω κατάσταση είναι μη βιώσιμη.
- Το 83% των ερωτηθέντων εστιατόρων απάντησε ότι αναμένει επιδείνωση της κατάστασης το προσεχές τρίμηνο.
- Το 58% των εστιατόρων προγραμματίζουν απολύσεις ή/και χορήγηση αδειών άνευ αποδοχών για το προσωπικό τους τους επόμενους 3 μήνες.

Η έρευνα κατέδειξε ότι περισσότερα από 500.000 επιχειρήσεις του κλάδου σε όλη την Αμερική βρίσκονται σε δεινή οικονομική θέση και είναι εκ των πραγμάτων αδύνατον να συνεχίσουν να λειτουργούν χωρίς ευρεία οικονομική στήριξη από τους πόρους που πρόκειται να διατεθούν σε ομοσπονδιακό επίπεδο. Αυτή άλλωστε ήταν και η βασική επιδίωξη της επιστολής, η άσκηση δηλαδή πίεσης προς τα δύο κόμματα να συμφωνήσουν σε γενναία επιχορήγηση του κλάδου, μέσω υιοθέτησης του νομοσχεδίου "Restaurants Act" της Γερουσίας, προτείνοντας συγκεκριμένα οικονομικά μέτρα στήριξης που το εν λόγω νομοσχέδιο θα πρέπει να περιλαμβάνει, προκειμένου να απαλυνθούν οι συνέπειες.

Πηγή:

<https://restaurant.org/downloads/pdfs/advocacy/nat-l-restaurant-assoc-ltr-to-congress-12-7-2020?fbclid=IwAR2vCsCRKLjAdPkckBQwsmDfDbrwOMqE70ut3mxL5xoAMP-qoxfqRjwYF7U>



**ΤΟ ΓΡΑΦΕΙΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ ΤΟΥ ΓΕΝΙΚΟΥ ΠΡΟΞΕΝΕΙΟΥ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ
ΣΤΗ ΝΕΑ ΥΟΡΚΗ ΣΑΣ ΕΥΧΕΤΑΙ ΧΡΟΝΙΑ ΠΟΛΛΑ ΚΑΙ ΚΑΛΗ ΧΡΟΝΙΑ**

