



**ΓΕΝΙΚΟ ΠΡΟΞΕΝΕΙΟ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ
ΝΕΑ ΥΟΡΚΗ**

Γραφείο

Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων

Δ/νση : 866, 2nd Avenue, 10017

Τηλ : +1 (212)-751-2404

Φαξ : +1 (212)-593-2278

E-mail: ecocom-newyork@mfa.gr

ΑΔΙΑΒΑΘΜΗΤΟ – ΚΑΝΟΝΙΚΟ

Νέα Υόρκη, 30 Μαρτίου 2021

Α.Π.: Φ. 2701/ ΑΣ 123

ΠΡΟΣ: Βλ. Συν. Πίνακα Αποδεκτών
(μέσω ημών)

ΚΟΙΝ: -Διπλ. Γρ. ΥΦΥΠΕΞ κ. Φραγκογιάννη
-Γρ. κ. ΓΓ ΔΟΣ & Εξ
-Γρ. κας Β' Γεν. Δ/ντριας
- Β4, Β8 Δ/νσεις
-Γρ. ΟΕΥ Ουάσιγκτων, Σικάγο, Αγ.
Φραγκίσκου

Ε.Δ : Γεν. Προξενείο Ν. Υόρκης
-Γρ. κ. Γεν. Προξένου

Θέμα : Ενημερωτικό Δελτίο Γραφείου Ο.Ε.Υ Ν. Υόρκης για τις εξελίξεις στην αγορά τροφίμων/ποτών στις Η.Π.Α

Αποστέλλουμε συνημμένως, σε ηλεκτρονική μορφή, στις ηλεκτρονικές σας δ/νσεις εν θέματι ενημερωτικό δελτίο που εκπόνησε το Γραφείο μας.

Ανωτέρω σημείωμα βρίσκεται ανηρτημένο και στον ιστότοπο “agora” του ΥΠΕΞ, στον εξής σύνδεσμο:

<https://agora.mfa.gr/infofiles-menu/infofile/74528>

Ο Προϊστάμενος

Γιώργος Μιχαηλίδης
Σύμβουλος ΟΕΥ Α'

Συν: έξι (6) σελ.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΑΠΟΔΕΚΤΩΝ

- 1) "Enterprise Greece" / Γραφείο κ. Δ/ντος Συμβούλου
- 2) Σ.Ε.Β.
- 3) Σύνδεσμος Βιομηχανιών Βορείου Ελλάδος – Σ.Β.Β.Ε.
- 4) Πανελλήνιος Σύνδεσμος Εξαγωγέων – Π.Σ.Ε.
- 5) Σύνδεσμος Εξαγωγέων Βορείου Ελλάδος – Σ.Ε.Β.Ε.
- 6) Σύνδεσμος Εξαγωγέων Κρήτης – Σ.Ε.Κ
- 7) Σύνδεσμος Ελαιοκομικών Δήμων Κρήτης - ΣΕΔΗΚ
- 8) Κεντρική Ένωση Επιμελητηρίων Ελλάδος – Κ.Ε.Ε.Ε.
- 9) Εμπορικό & Βιομηχανικό Επιμελητήριο Αθηνών – Ε.Β.Ε.Α.
- 10) Εμπορικό & Βιομηχανικό Επιμελητήριο Πειραιώς – Ε.Β.Ε.Π.
- 11) Εμπορικό & Βιομηχανικό Επιμελητήριο Θεσσαλονίκης – Ε.Β.Ε.Θ.
- 12) Σύνδεσμος Ελληνικών Βιομηχανιών Τυποποίησης Ελαιολάδου – Σ.Ε.ΒΙ.Τ.ΕΛ.
- 13) Εθνική Διεπαγγελματική Οργάνωση Ελαιολάδου & Ελιάς – Ε.Δ.Ο.Ε.Ε.
- 14) Κεντρική Συνεταιριστική Ένωση Αμπελοοινικών Προϊόντων
- 15) Σύνδεσμος Ελληνικών Αποσταγμάτων και Αλκοολούχων Ποτών - ΣΕΑΟΠ
- 16) Ελαιουργική - Κεντρική Κλαδική Συνεταιριστική Ένωση Ελαιοκομικών Προϊόντων Ελλάδος
- 17) Πανελλήνια Ένωση Μεταποιητών, Τυποποιητών Εξαγωγέων Επιτραπέζιων Ελιών
- 18) Διεπαγγελματική Οργάνωση Επιτραπέζιας Ελιάς – ΔΟΕΠΕΛ
- 19) Σύνδεσμος Ελληνικών Βιομηχανιών Γαλακτοκομικών Προϊόντων
- 20) Εθνική Διεπαγγελματική Οργάνωση Αμπέλου & Οίνου – Ε.Δ.Ο.Α.Ο.
- 21) Σύνδεσμος Ελληνικού Οίνου – Σ.Ε.Ο.
- 22) Οίνοι Βορείου Ελλάδος – Ο.Β.Ε., Ένωση Οινοπαραγωγών του Αμπελώνα της Βορείου Ελλάδος – ENOABE
- 23) Σύνδεσμος Ελληνικών Βιομηχανιών Αναψυκτικών
- 24) Ένωση Αμπελουργών Οινοποιών Νήσων Αιγαίου - EN.O.A.N.A.
- 25) Ένωση Οινοπαραγωγών Αμπελώνα Κρήτης
- 26) Ένωση Οινοπαραγωγών Αμπελώνα Πελοποννήσου – EN.O.A.Π.
- 27) Ένωση Οινοπαραγωγών Αμπελώνα Κεντρικής Ελλάδος – EN.O.A.K.E.
- 28) Σύνδεσμος Ελληνικών Επιχειρήσεων Εξαγωγής & Διακίνησης Φρούτων Λαχανικών & Χυμών INCOFRUIT HELLAS
- 29) Σύνδεσμος Ελληνικών Βιομηχανιών Τροφίμων – Σ.Ε.Β.Τ.
- 30) Πανελλήνιος Σύνδεσμος Επιχειρήσεων Κατεψυγμένων Τροφίμων
- 31) Σύνδεσμος Ελληνικών Θαλασσοκαλλιέργειών (Σ.Ε.Θ.)
- 32) Πανελλήνια Ένωση Αγροτικών Συνεταιρισμών Βιολογικών Προϊόντων
- 33) Ένωση Κονσερβοποιών Ελλάδος – Ε.Κ.Ε.
- 34) Πανελλήνια Ένωση Κονσερβοποιών
- 35) Ομοσπονδία Μελισσοκομικών Συλλόγων Ελλάδος
- 36) Σύνδεσμος Ελλήνων Τυποποιητών Συσκευαστών Εξαγωγέων Μελιού
- 37) Πανελλήνιος Σύνδεσμος Βιομηχανιών Ζυμαρικών
- 38) Ένωση Βιομηχανιών – Βιοτεχνών Ζαχαρωδών Ελλάδος
- 39) Ελληνο-Αμερικανικό Εμπορικό Επιμελητήριο
- 40) Επιμελητηριακός Όμιλος Ανάπτυξης Ελληνικών Νήσων - ΕΟΑΕΝ
- 41) Σύνδεσμος Εξαγωγέων Κορινθιακής Σταφίδας



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 (44)
(30.3.2021)

Στα 290 δισ. δολ. ΗΠΑ αναμένεται να έχει ανέλθει έως το 2035 η παγκόσμια αγορά τροφίμων με εναλλακτικές, μη ζωικής προέλευσης, πηγές πρωτεΐνης.

Ισχυρότατη άνοδο, που προβλέπεται να αγγίξει τα 290 δισ. δολ. ΗΠΑ έως το 2035, αναμένεται να σημειώσει παγκοσμίως η αγορά «εναλλακτικών» πρωτεϊνούχων τροφίμων, δηλαδή τροφίμων που θα περιλαμβάνουν μη ζωικής προέλευσης πρωτεΐνη (αυγό, κρέας, γαλακτοκομικά και ψάρια), σύμφωνα με κοινή έρευνα της “Boston Consulting Group” και της “Blue Horizon Corporation” με τον εύγλωττο τίτλο “Food for Thought: The Protein Transformation”, κάνοντας λόγο για «μεταμόρφωση» (“transformation”) της συγκεκριμένης αγοράς.

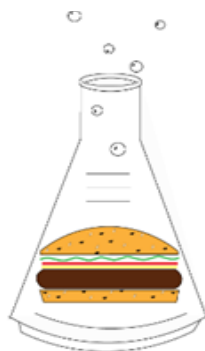
Στα «εναλλακτικά» πρωτεϊνούχα τρόφιμα περιλαμβάνονται τρόφιμα η πρωτεΐνη των οποίων θα είναι προέλευσης φυτών, πρωτεϊνούχων μικροοργανισμών ή ανάπτυξης ζωικών κυττάρων.

Πιο συγκεκριμένα, σύμφωνα με τη βασική πρόβλεψη της έρευνας, η κατανάλωση «εναλλακτικής» πρωτεΐνης αναμένεται να επταπλασιαστεί, από τα 13

εκατ. τόνους ετησίως το 2020 (μόλις 2% της συνολικής αγοράς πρωτεϊνούχων τροφίμων), στα 97 εκατ. τόνους ετησίως έως το 2035, φτάνοντας έτσι στο σημείο να αντιπροσωπεύει το 11% της συνολικής αγοράς πρωτεϊνούχων τροφίμων το συγκεκριμένο έτος. Η έρευνα υπογραμμίζει ωστόσο ότι σε περίπτωση επιτάχυνσης της τεχνολογικής/επιστημονικής έρευνας στο συγκεκριμένο κλάδο, συνοδευόμενης από ισχυρή υποστήριξη σε θεσμικό/ρυθμιστικό επίπεδο, η αύξηση του μεριδίου θα μπορούσε να επιταχυνθεί έτι περαιτέρω, αγγίζοντας έτσι μέχρι και 22% της συνολικής αγοράς πρωτεϊνούχων τροφίμων. Με τους συγκεκριμένους ρυθμούς ανάπτυξης η αγορά «συμβατικής» (ζωικής) προέλευσης πρωτεϊνούχων τροφίμων στις ώριμες αγορές της Ευρώπης και Βορείου Αμερικής αναμένεται να κορυφωθεί το 2025, χρονικό σημείο από το οποίο και μετά θα αρχίσει να σημειώνει κάμψη.

Σύμφωνα με τον κ. Benjamin Morach, στέλεχος της εταιρείας Boston Consulting Group, «τα “εναλλακτικά” πρωτεϊνούχα τρόφιμα αναμένεται σύντομα να καταστούν εφάμιλλα των ζωικών σε γεύση, υφή και τιμή, εξέλιξη που πιστεύουμε ότι θα εκτοξεύσει την κατανάλωσή τους, καθιστώντας τη συγκεκριμένη αγορά από “niche” σε “mainstream”, στοιχείο με προφανείς ευεργετικές περιβαλλοντικές συνέπειες, που με τη σειρά του θα αυξήσει την κατανάλωσή τους ακόμη περισσότερο».

Σε ότι αφορά ειδικότερα στην περιβαλλοντική διάσταση, η μετατόπιση από την κατανάλωση πρωτεΐνης προέλευσης αυγών και κρέατος αναμένεται να περιορίσει την εκπομπή διοξειδίου του άνθρακα κατά 1 γιγατόνο έως το 2035, γεγονός που ισοδυναμεί με την μετατροπή της Ιαπωνίας σε



FUTURE FOOD

χώρα μηδενικών εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα για ένα έτος, εξοικονομώντας παράλληλα 39 δισ. κυβικά μέτρα ύδατος, ποσότητα που ισοδυναμεί με την υδροδότηση του Λονδίνου επί 40 έτη.

Η έρευνα υπογραμμίζει ωστόσο παράλληλα ότι θα χρειαστούν σημαντικές επενδύσεις 11 δισ. δολ. ΗΠΑ ετησίως σε έρευνα και ανάπτυξη, προκειμένου να καταστεί εφικτή η επίτευξη ακόμη και του βασικού σεναρίου (ανάπτυξη στο 11% της συνολικής αγοράς πρωτεϊνούχων έως το 2035).

Το πλήρες κείμενο της έρευνας είναι ελεύθερα διαθέσιμο στον παρακάτω σύνδεσμο:

<https://web-assets.bcg.com/a0/28/4295860343c6a2a5b9f4e3436114/bcg-food-for-thought-the-protein-transformation-mar-2021.pdf>

Ευκαιρίες για τις μεγάλες επιχειρήσεις εστίασης με το πέρας της πανδημίας

Το 2020 ο χώρος της εστίασης κατέγραψε ιστορικό ρεκόρ απωλειών, αλλά το 2021 αναμένεται η πολυπόθητη ανάκαμψή του. Οι διευκολύνσεις των ιδιοκτητών ακινήτων που αναζητούν εναγωνίως την επανεκκίνηση της λειτουργίας των εστιατορίων, το νέο πρόγραμμα ενίσχυσης του κλάδου από την Ομοσπονδιακή Κυβέρνηση και η δυναμική των εμβολιασμών αποτελούν τους κινητήριους μοχλούς της επαναφοράς στην κανονικότητα.

Πρόκειται για ένα τοπίο υπό διαμόρφωση, που αντανακλά ωστόσο τις εγγενείς ανισότητες εντός του κλάδου. Η συντριπτική πλειοψηφία από τα 91.000 εστιατόρια και μπαρ που έκλεισαν εντός του 2020 (περίπου το 90% σύμφωνα με εκτιμήσεις των αρμοδίων φορέων) είναι μικρές οικογενειακές επιχειρήσεις, πολλές από τις οποίες προσπαθούν να αλλάξουν τρόπο λειτουργίας για να επιβιώσουν, υιοθετώντας μοντέλα όπως αυτό της «κουζίνας-φάντασμα» (“ghost kitchen”).



Η αναδιοργάνωση του κλάδου δεν πρόκειται, δυστυχώς, να αμβλύνει τις δομικές ανισοροπίες του, όπως π.χ την καλύτερη δυνατότητα προσαρμογής των μεγάλων εταιρικών σχημάτων που χρηματοδοτούν αλυσίδες εστιατορίων ή μεγάλους χώρους εστίασης έναντι των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, αλλά να τις οξύνει.

«Είναι πρωτίστως μια οικονομία των εχόντων», σύμφωνα με την Camille Renshaw, Δ/ντα Σύμβουλο της B+E Brokerage, μιας εταιρείας διαχείρισης ακινήτων εμπορικής χρήσεως. Σύμφωνα με την ίδια, οι μεγάλες εταιρείες, με ευκολότερη πρόσβαση σε κεφάλαια και τραπεζικό δανεισμό, έχουν ήδη ξεκινήσει την αντεπίθεσή τους. Είναι χαρακτηριστικό ότι η γνωστή αλυσίδα μεξικάνικης κουζίνας “Chipotle Mexican Grill Inc.” σχεδιάζει να ανοίξει 200 νέα καταστήματα εντός του 2021.

Οι περισσότεροι ειδικοί του κλάδου εκτιμούν ότι η πλήρης διόρθωση του κλάδου θα συντελεστεί εντός του 2022 και του 2023, καθώς εντός του 2021 αναμένονται ότι θα κλείσουν 26.000 επιπρόσθετοι χώροι εστίασης. Παράλληλα, τα εστιατόρια που θα ανοίξουν τα επόμενα χρόνια αναμένεται να αντιμετωπίσουν μικρότερο ανταγωνισμό.

Τέλος, σημειώνεται ότι η αυξανόμενη δημοφιλία των ταχυφαγείων και των εστιατορίων που προσφέρουν λύσεις “drive-through” αποδεικνύει πως ορισμένες από τις τάσεις που δημιούργησε η πανδημία πρόκειται να διατηρήσουν τη δυναμική τους και σε ύστερη φάση. Είναι χαρακτηριστική η φράση ενός μεσίτη ακινήτων εστίασης στην Πολιτεία της Georgia, σύμφωνα με τον οποίο τα ταχυφαγεία και τα εστιατόρια που προσφέρουν “drive-through” μοιάζουν με τα χρυσορυχεία του παλιού καιρού.

Πηγή:

https://www.bloomberg.com/news/articles/2021-03-16/cheap-rent-more-vaccinations-show-opportunity-is-there-for-restaurants?utm_campaign=news&utm_medium=bd&utm_source=applenews

Οι ανεξάρτητες επιχειρήσεις εστίασης αλλά και οι μεγάλες αλυσίδες υιοθετούν το μοντέλο της «κουζίνας-φάντασμα»

Οι λεγόμενες «κουζίνας-φάντασμα» (ghost-kitchens) έχουν γνωρίσει τεράστια άνθιση κατά τη διάρκεια της πανδημίας. Μια κάποτε μικρή αγορά μετατρέπεται σταδιακά σε κλάδο αιχμής. Το μοντέλο ταιριάζει καταφανώς περισσότερο σε ανεξάρτητους επιχειρηματίες, πολλοί εκ των οποίων είδαν τα εστιατόριά τους να συνθλίβονται από τις επιπτώσεις της πανδημίας, αλλά πλέον υιοθετείται και από μεγάλες αλυσίδες που καθιέρωσαν τα δικά τους «εικονικά» (“virtual”) εστιατόρια για αποκλειστική εξυπηρέτηση πελατών με παράδοση κατ’ οίκον ή με επί τόπου παραλαβή σε ειδικά προσδιορισμένο χώρο. Στη συγκεκριμένη αγορά έχουν ήδη μπει οι αλυσίδες “Applebee’s”, “Chili’s”, “Outback”, “Red Robin”, “Fazoli’s” και “Dickey’s”.



Στις μεγάλες αμερικανικές πόλεις, το πλήγμα που υπέστησαν τα μικρά, ανεξάρτητα εστιατόρια ήταν συντριπτικό. Έπρεπε να βρεθεί άμεσα ένας τρόπος αναπλήρωσης των απωλειών και προσαρμογής στα νέα δεδομένα. Η υιοθέτηση του μοντέλου της «κουζίνας-φάντασμα», για τη λειτουργία της οποίας πολλά εστιατόρια χρησιμοποίησαν τις ήδη υπάρχουσες υποδομές τους, έδωσε μια λύση, καθώς συνδυάζει την περιστολή του κόστους λειτουργίας, τη διευκόλυνση του πελάτη και την αξιοποίηση των τεχνολογικών μέσων.

Η «κουζίνα-φάντασμα» είναι επί της ουσίας ένας πιο ευφάνταστος, εναλλακτικός τρόπος για να πλασάρει μια επιχείρηση στην αγορά το προϊόν της με μια νέα, περιεκτική και ασφαλή διαδικασία, που υπερβαίνει το παραδοσιακό “delivery” και υπόσχεται μια ολοκληρωμένη γευστική εμπειρία.

Πηγή:

https://www.restaurantbusinessonline.com/operations/independent-restaurateurs-are-embracing-ghost-kitchens?utm_source=Marketo&utm_medium=email&utm_campaign=NL_RB_Whats_Trending_03-14-21&LID=7700857&mkt_tok=NTYxLVpOUc04OTcAAAF70AXlr0vklmk8o4eZcqWLBVKCoISpNzGhtEnR30aDPUR7ht4jkLM7I9HEDY_RrLkCXb4jHsKCsqKkojO5jgYP1M_BWUlhqlukEBXE1oAcoF5

Μεγάλη παναμερικανική έρευνα της Ένωσης Εστιατόρων (National Restaurant Association) για τις επιπτώσεις της πανδημίας στον κλάδο της εστίασης

Ο παναμερικανικός φορέας των ιδιοκτητών χώρων εστίασης “National Restaurant Association” διεξήγαγε έρευνα τον περασμένο Φεβρουάριο, αναφορικά με τις επιπτώσεις της πανδημίας στον κλάδο. Από τα συμπεράσματα της έρευνας συγκρατούνται τα εξής:

- Η καταναλωτική δαπάνη για υπηρεσίες εστίασης παραμένει εξαιρετικά χαμηλή, καθώς το 77% των ερωτηθέντων ιδιοκτητών απάντησε ότι τον Ιανουάριο του 2021 κατάγραψε χαμηλότερα έσοδα απ’ ότι τον ίδιο μήνα του περασμένου έτους.
- Παρά την αύξηση των πωλήσεων για κατανάλωση εκτός των χώρων των εστιατορίων, το 65% των ερωτηθέντων απάντησε ότι οι εν λόγω πωλήσεις αναπλήρωσαν λιγότερο από το 30% των απωλειών σε πωλήσεις εντός των χώρων των επιχειρήσεων τους.



- Το 93% των ερωτηθέντων απάντησε ότι θα διατηρήσει και μετά την άρση των περιοριστικών μέτρων τη δυνατότητα πώλησης αλκοολούχων για κατανάλωση εκτός του χώρου τους, δεδομένου ότι αυτή η επιλογή αποτελεί την πιο σημαντική πηγή αναπλήρωσης απωλειών.
- Υπάρχει διάχυτη απαισιοδοξία μεταξύ των ερωτηθέντων για τη βελτίωση των μεγεθών, καθώς μόνο ένα 18% θεωρεί ότι επόμενοι μήνες θα βελτιώσουν αισθητά τα κέρδη τους, ενώ το 32% εκτιμά ότι η επιστροφή σε κανονικούς ρυθμούς θα απαιτήσει την παρέλευση τουλάχιστον ενός έτους ακόμα.
- Το σύνολο σχεδόν των ερωτηθέντων θεωρεί ως εκ των ων ουκ άνευ για την επιβίωση του κλάδου την ενίσχυσή του με πόρους από την Ομοσπονδιακή Κυβέρνηση.

Για να δείτε την έρευνα, ακολουθείστε τον κάτωθι σύνδεσμο:

<https://restaurant.org/downloads/pdfs/advocacy/covid-19restaurantimpactsurvey-vi-keyfindings.pdf>

Μεγάλη παναμερικανική έρευνα της Ένωσης Εστιατόρων (National Restaurant Association) για τις επιπτώσεις της πανδημίας στις καταναλωτικές συνήθειες αναφορικά με τον κλάδο της εστίασης

Ο ομοσπονδιακός φορέας των εστιατόρων “National Restaurant Association” διεξήγαγε παναμερικανική έρευνα για την επίδραση της πανδημίας στις καταναλωτικές συνήθειες των Αμερικανών ως προς τον κλάδο της εστίασης. Το βασικό αντικείμενο της έρευνας ήταν οι διακυμάνσεις του βαθμού επισκεψιμότητας των εστιατορίων σε βάθος 54 εβδομάδων και σε διαίρεση 6 βασικών περιόδων:

Λίγο πριν την πανδημία (24/2/20 - 15/3/20)

Lockdown (16/3/20 - 24/5/20)

Αρχική επαναλειτουργία (25/5/20 – 14/6/20)

Καλοκαίρι/Φθινόπωρο (15/6/20 – 29/11/20)

Χειμερινοί περιορισμοί (30/11/20 - 31/1/21)

Πρώτες μέρες άνοιξης (1/2/21 - 14/3/21)

Από τα πορίσματα της έρευνας συγκρατούνται τα δύο σημαντικότερα:

- Πριν την πανδημία, το 59% των καταναλωτών επισκεπτόταν ένα εστιατόριο τουλάχιστον μία φορά την εβδομάδα. Το ποσοστό αυτό έπεσε στο 10% κατά τη διάρκεια του lockdown, επανήλθε σε ένα 35% κατά την καλοκαιρινή περίοδο και εμφανίζει ξανά ανοδικές τάσεις μετά από μια μικρή πτώση κατά τον τελευταίο χειμώνα, έχοντας φτάσει πλέον το 37%.
- Προ της πανδημίας, ένα 58% των καταναλωτών αγόραζε τουλάχιστον μία φορά την εβδομάδα φαγητό από εστιατόριο με παράδοση κατ’ οίκον ή με παραλαβή σε χώρο του εστιατορίου. Μεταξύ των δημογραφικών ομάδων, η εν λόγω επιλογή ήταν κυρίαρχη στους Millennials (72%) και στους Gen Z (66%). Τα περιοριστικά μέτρα κατέστησαν τις εν λόγω επιλογές πιο δημοφιλείς και μεταξύ των λοιπών δημογραφικών ομάδων, με το 51% από τους λεγόμενους Baby boomers να καταφεύγουν σε αυτή την επιλογή έναντι 44% προ της πανδημίας και με το 66% των Gen Xers σε σύγκριση με το 58% προ της πανδημίας.



Πηγή:

<https://www.marketscreener.com/news/latest/A-look-back-at-consumers-restaurant-usage-during-the-past-year--32740526/>

Η παραλαβή γευμάτων στο αυτοκίνητο θα διατηρηθεί ως τάση και μετά τη λήξη της πανδημίας σύμφωνα με τους ειδικούς

Η παραλαβή γευμάτων στο αυτοκίνητο κατόπιν διαδικτυακής παραγγελίας αποτέλεσε μια από τις κυρίαρχες τάσεις, ως υποκατάστατο της φυσικής παρουσίας σε χώρους εστίασης, κατά τη διάρκεια της πανδημίας. Ιδίως οι μεγάλες αλυσίδες ταχυφαγείων, πολλές εκ των οποίων διατηρούσαν ήδη σχετικές υποδομές, ευνοήθηκαν ιδιαίτερα από τη συγκεκριμένη τάση.

Είναι χαρακτηριστικό ότι ήδη από τον Δεκέμβριο του 2020, η εν λόγω επιλογή απέδωσε το 44% των παραγγελιών εκτός χώρων εστίασης στο σύνολο του κλάδου, σε παναμερικανικό επίπεδο.

Καθώς οι ΗΠΑ επανέρχονται σταδιακά σε κανονικούς ρυθμούς και η εστίαση οδεύει προς σταδιακή αποκατάσταση της πλήρους λειτουργίας της, εκτιμάται ότι η ανωτέρω τάση θα περισταλεί, αλλά σε καμία περίπτωση δεν πρόκειται να επανέλθει στα προ κρίσεως επίπεδα.



Σύμφωνα με τους ειδικούς, η τάση θα διατηρηθεί σε υψηλά επίπεδα, γιατί αποτελεί ιδανικό συνδυασμό ευκολίας για τον καταναλωτή, περιτολής κόστους και διασφάλισης της υγιεινής. Αυτός είναι άλλωστε και ο λόγος που οι μεγάλοι παίκτες του χώρου προγραμματίζουν επενδύσεις για τη βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών, ενώ εκπαιδεύουν διαρκώς το προσωπικό τους, για τη βελτιστοποίηση της ανταπόκρισής τους στις απαιτήσεις των παρεχόμενων υπηρεσιών.

Πηγή:

<https://www.cnbc.com/2021/03/12/drive-thru-ordering-surged-during-the-pandemic-heres-what-comes-next.html>

Όλο και περισσότεροι Αμερικανοί καταναλωτές στρέφονται στα υγιεινά τρόφιμα

Η πρόσληψη του τροφίμου ως φαρμάκου υπάρχει εδώ και αιώνες, αλλά έχει πλέον αποκτήσει άλλη δυναμική από το ξέσπασμα της πανδημίας και εντεύθεν. Οι καταναλωτές δίνουν μεγαλύτερη έμφαση σε τρόφιμα που ενισχύουν το ανοσοποιητικό, βοηθούν στην καλή λειτουργία του πεπτικού συστήματος και συμβάλλουν στη μείωση του άγχους.

Ειδικότερα για την ενίσχυση του ανοσοποιητικού, οι καταναλωτές δείχνουν προτίμηση στον σαμπούκο και τα φύλλα moringa, ενώ ιδιαίτερως αυξημένη είναι η κατανάλωση μελιού τύπου manuka και κουρκουμά. Στην ίδια τάση εγγράφεται η ραγδαία αύξηση παρασκευασμάτων κάνναβης και ιδίως ελαίου κάνναβης, του οποίου η κατανάλωση έχει αυξηθεί κατά 49% από το 2019 έως το 2020.



Επιπροσθέτως, και πέρα από τη γενική παραδοχή ότι μια ισορροπημένη διατροφή συμβάλλει στην υγεία του ανθρώπινου οργανισμού, ένας διαρκώς αυξανόμενος αριθμός καταναλωτών πιστεύει ότι συγκεκριμένες τροφές μπορούν να συμβάλουν στη θεραπεία συγκεκριμένων ασθενειών. Είναι ενδεικτικό της τάσης το εύρημα έρευνας του φορέα NPD, με βάση το οποίο, το 43% των ενηλίκων Αμερικανών έχει ως βασική προτεραιότητα τη μακροβιότητα και την ευζωία του και θεωρεί ως βασικό εργαλείο για την επίτευξη αυτού του στόχου τη διατροφή του.

Πηγή:

<https://www.npd.com/wps/portal/npd/us/news/press-releases/2021/u-s--consumers-increasingly-turn-to-food-as-medicine-during-pandemic-to-build-immunity--reduce-inflammation--improve-digestion--and-manage-stress/>