



**ΓΕΝΙΚΟ ΠΡΟΞΕΝΕΙΟ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ  
ΝΕΑ ΥΟΡΚΗ  
Γραφείο**

**Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων**

Δ/νση : 866, 2<sup>nd</sup> Avenue, 10017

Τηλ : +1 (212)-751-2404

Φαξ : +1 (212)-593-2278

E-mail: ecocom-newyork@mfa.gr

**ΑΔΙΑΒΑΘΜΗΤΟ – ΚΑΝΟΝΙΚΟ**

Νέα Υόρκη, 23 Απριλίου 2021

Α.Π.: Φ. 2701/ ΑΣ 158

**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/ta-grafeia-oikonomikon-emporikon-upotheseon/infofile/74887>

Ο Προϊστάμενος

Γιώργος Μιχαηλίδης  
Σύμβουλος ΟΕΥ Α'

Συν: επτά (7) 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 Τυποποιήσεως 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 – ΕΝΟΑΒΕ
- 23) Σύνδεσμος Ελληνικών Βιομηχανιών Αναψυκτικών
- 24) Ένωση Αμπελουργών Οινοποιών Νήσων Αιγαίου - ΕΝ.Ο.Α.Ν.Α.
- 25) Ένωση Οινοπαραγωγών Αμπελώνα Κρήτης
- 26) Ένωση Οινοπαραγωγών Αμπελώνα Πελοποννήσου – ΕΝ.Ο.Α.Π.
- 27) Ένωση Οινοπαραγωγών Αμπελώνα Κεντρικής Ελλάδος – ΕΝ.Ο.Α.Κ.Ε.
- 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](mailto:ecocom-newyork@mfa.gr)

**ΕΝΗΜΕΡΩΤΙΚΟ ΔΕΛΤΙΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΚΑΙ ΠΟΤΩΝ ΣΤΙΣ ΗΠΑ (46)  
(23.4.2021)**

**Εξαιρετικά ευνοϊκές οι προοπτικές τόσο για το ηλεκτρονικό όσο και το παραδοσιακό λιανεμπόριο τροφίμων στις ΗΠΑ**

Οι προοπτικές για το λιανεμπόριο τροφίμων στις ΗΠΑ είναι εξαιρετικά ευνοϊκές, σύμφωνα με στοιχεία έρευνας της *“Brick Meets Click/Mercatus”*.

Το 73% των ερωτηθέντων απάντησε ότι αγόρασε ηλεκτρονικά έστω και μια φορά προϊόντα τροφίμων και οικιακής χρήσεως στους τελευταίους 3 μήνες. Είναι χαρακτηριστικό ότι στο ίδιο διάστημα του 2017, ο αριθμός των καταναλωτών που προέβησαν σε σχετική συναλλαγή ήταν μόλις 17%. Προφανώς η πανδημική κρίση επηρέασε έντονα αυτή την τάση (61% των καταναλωτών αγοράζουν τώρα περισσότερα προϊόντα διαδικτυακά από ότι πριν την πανδημία).



Παράλληλα, παρατηρείται μια γενικότερη αύξηση της καταναλωτικής δαπάνης για τα ανωτέρω προϊόντα με διαδικτυακές αγορές από τα τοπικά, παραδοσιακά καταστήματα λιανεμπορίου που παρέχουν αυτή τη δυνατότητα. Το 65% των ερωτηθέντων στην εν λόγω έρευνα απάντησε ότι προέβη σε ηλεκτρονική αγορά τροφίμων και συναφών ειδών από παραδοσιακό κατάστημα λιανεμπορίου κατά τους τελευταίους τρεις μήνες, προτιμώντας τα έναντι κάποιας μεγάλης, γνωστής πλατφόρμας ηλεκτρονικού εμπορίου, όπως η Amazon. Η συνολική αξία των διαδικτυακών αγορών τροφίμων και συναφών ειδών τον μήνα Μάρτιο έφτασε τα 9,3 δισ. δολ. ΗΠΑ, επαναλαμβάνοντας το ρεκόρ του παρελθόντος Ιανουαρίου.

Πέραν του διαδικτυακού εμπορίου, οι προοπτικές είναι ευνοϊκές και για το παραδοσιακό λιανεμπόριο, με φυσική παρουσία των πελατών στο κατάστημα. Έρευνα της *“Power Reviews”* έδειξε ότι το 93% των ερωτηθέντων πραγματοποίησε αγορές τροφίμων με φυσική παρουσία σε καταστήματα λιανεμπορίου εντός των τελευταίων 3 μηνών.

Οι νεότερες ηλικίες οδηγούν την τάση προς το ηλεκτρονικό εμπόριο, με το 80% από τους λεγόμενους millennials να έχουν πραγματοποιήσει αγορές μέσω internet στο τελευταίο 3μηνο, ακολουθούμενους από το 74% της Gen Z, 72% της Gen X και το 60% των λεγόμενων Baby Boomers.

Όπως δήλωσε χαρακτηριστικά ο CEO της κολοσιαιάς αλυσίδας λιανεμπορίου Kroger, Rodney McMullen, *«το διαδίκτυο είναι πια η κινητήρια δύναμη»*. Η Kroger έχει αναπροσαρμόσει όλη την εταιρική της στρατηγική, με γνώμονα την ταχύτερη προσαρμογή στη νέα τάση και την υιοθέτηση καινοτόμων εργαλείων, που θα της επιτρέψουν να τοποθετηθεί με δυναμισμό στο νέο, άκρως ανταγωνιστικό τοπίο.

**Πηγή:**

<https://www.brickmeetsclick.com/march-2021--total-u-s--online-grocery-sales-hit--9-3-billion--up-43--vs-prior-year>

## Καθιερώνεται ως τάση στις ΗΠΑ το κίνημα ολικής χορτοφαγίας (Veganism) – Αυξάνεται η κατανάλωση φυτικών υποκατάστατων ζωικής πρωτεΐνης

Η ολική χορτοφαγική διατροφή αποτελούσε μέχρι πρότινος ένα κίνημα μικρής δημοφιλίας, αλλά η τάση έχει αντιστραφεί πλήρως στις ΗΠΑ. Ο σύγχρονος Αμερικανός καταναλωτής είναι πιο δεκτικός στην επιλογή της απόλυτης κατάργησης των ζωικών πρωτεϊνών από τη διατροφή του, εξαιτίας ενός συνδυασμού παραμέτρων, με ηθική, περιβαλλοντική και διατροφική διάσταση.

Παρά το γεγονός ότι είναι δύσκολο να καταγραφούν σε απόλυτους αριθμούς οι λεγόμενοι vegans, σύμφωνα με σχετικές έρευνες, το 6% περίπου των Αμερικανών δηλώνουν την προτίμησή τους στην ολική χορτοφαγία, έναντι ποσοστού μόλις 1% το 2014. Παγκοσμίως, εικάζεται ότι αριθμός τους αγγίζει το 3% του πληθυσμού.

Η αύξηση του αριθμού των vegans συνεπιφέρει την ανάπτυξη της αγοράς σχετικών προϊόντων, η οποία συγκέντρωσε επενδύσεις άνω των 3 δισ. δολ. το 2020. Το μεγαλύτερο ποσό (2,1 δισ. δολ.) επενδύθηκε σε φυτικά υποκατάστατα κρέατος, αυγών και γαλακτοκομικών, προϊόντα στα οποία είχαν επενδυθεί 667 εκ. δολ. μόλις δύο χρόνια πριν. Είναι χαρακτηριστικό ότι ο ετήσιος ρυθμός ανάπτυξης των εν λόγω προϊόντων εκτινάχθηκε από 21% σε 58% μεταξύ 2015 και 2019.

Οι νεότεροι καταναλωτές οδηγούν την τάση, με τους λεγόμενους millennials να αποτελούν το ένα τρίτο περίπου των ολικών χορτοφάγων, ενώ σημαντική είναι και η προσαρμοστικότητα των εταιρειών παραγωγής τροφίμων, που χρησιμοποιούν περισσότερα υλικά, έχουν υιοθετήσει καινοτόμες τεχνολογίες και πετυχαίνουν καλύτερες και πιο δελεαστικές για το ευρύ κοινό γεύσεις.

Ο ετήσιος ρυθμός ανάπτυξης της αγοράς των φυτικών υποκατάστατων ζωικής πρωτεΐνης αναμένεται να φτάσει στο 9,5% μέχρι το 2027 και σε αξία τα 21,3 δισ. δολ., σύμφωνα με έρευνα της “*Meticulous Market Research*”. Η ίδια έρευνα καταγράφει ως προϊόντα με τη μεγαλύτερη αξία πωλήσεων τα περιέχοντα σόγια, αλεύρι, μπιζέλια, κανόλα, πατάτα, ρύζι, καλαμπόκι κλπ. Η σόγια διατηρεί την απόλυτη πρωτοκαθεδρία, αλλά οι ειδικοί αναμένουν ραγδαία αύξηση των πωλήσεων προϊόντων με βασική πηγή τα μπιζέλια.

Σημειωτέον ότι η πανδημία ώθησε την ανάπτυξη της αγοράς των ανωτέρω προϊόντων, με χαρακτηριστικότερο το παράδειγμα των φυτικών υποκατάστατων κρέατος που αυξήθηκαν κατά το ασύλληπτο 279,8% τον Απρίλιο του 2020 σε σύγκριση με τον ίδιο μήνα του περασμένου έτους.

Το 11% των καταναλωτών στις ΗΠΑ, το Ηνωμένο Βασίλειο και τη Γερμανία επιδεικνύουν έντονο ενδιαφέρον για τα εν λόγω προϊόντα, σύμφωνα με έρευνα του “*Boston Consulting Group (BCC)*”. Η ίδια έρευνα δείχνει ότι το 66% τηρεί ουδέτερη στάση, ενώ ένα 23% δεν ενδιαφέρεται καθόλου. Ωστόσο, παρά το αυξανόμενο ενδιαφέρον, ένα μεγάλο μέρος των καταναλωτών έχουν ανακριβή εικόνα για τα προϊόντα (οι περισσότεροι από τους μισούς λ.χ θεωρούν ότι αυτά περιέχουν κάποια εκδοχή κρέατος).

### Πηγές:

<https://www.vegansociety.com/news/media/statistics/worldwide>

<https://www.prnewswire.com/news-releases/plant-based-protein-market-to-be-worth-21-23-billion-by-2027--exclusive-report-covering-pre-and-post-covid-19-market-analysis-and-forecasts-by-meticulous-research-301264059.html>

## Η Walmart επενδύει στην εταιρεία ηλεκτρικών αυτοκινούμενων οχημάτων Cruise

Ο κολοσσός του αμερικανικού λιανεμπορίου Walmart ανακοίνωσε το σχέδιό του για μεγάλη επένδυση στην εταιρεία ηλεκτρικών αυτοκινούμενων οχημάτων Cruise, χωρίς ωστόσο να ανακοινώσει



λεπτομέρειες για το ύψος αυτής. Η εταιρεία Cruise ανήκει στον όμιλο της General Motors και η χρηματιστηριακή της αξία αποτιμάται σε 30 δισ. δολ.

Σύμφωνα με στελέχη της Walmart, η επένδυση εντάσσεται στον ευρύτερο σχεδιασμό της εταιρείας για αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών, με στόχο την καλύτερη, ταχύτερη και ασφαλέστερη ικανοποίηση των πελατών της. Με έναν στόλο οχημάτων πλήρως κινούμενων από ηλεκτρική ενέργεια, η Cruise αποτελεί πρότυπο στον κλάδο της και συνεργάζεται ήδη με την Walmart, η οποία φιλοδοξεί να επιτύχει μηδενικές εκπομπές ρύπων από τις δραστηριότητές της έως το 2040.



Με βάση το πρόγραμμα συνεργασίας των δύο εταιρειών, που ήδη λειτουργεί πιλοτικά σε κατάσταση της Walmart στην Πολιτεία της Arizona, οι πελάτες θα κάνουν την παραγγελία τους στα τοπικά τους καταστήματα και θα παραλαμβάνουν τα προϊόντα, χωρίς επαφή, μέσω ενός εκ των αυτοκινούμενων οχημάτων της Cruise.

Σημειώτεον ότι η Walmart ήδη έχει ενεργοποιήσει προγράμματα με αυτοκινούμενα οχήματα άλλων εταιρειών, που δεν χρησιμοποιούν ωστόσο 100% καθαρές μορφές ενέργειας. Παράλληλα, η εταιρεία έχει προχωρήσει σε δοκιμές παράδοσης προϊόντων μέσω μη επανδρωμένων σκαφών (Drones).

Πηγή:

<https://www.supermarketnews.com/technology/walmart-invests-electric-self-driving-company-cruise>

### **Η McDonald's κλείνει εκατοντάδες εστιατόρια που διατηρούσε εντός των πολυκαταστημάτων λιανικής Walmart**

Επί χρόνια, δύο αμερικανικοί κολοσσοί, η αλυσίδα πολυκαταστημάτων Walmart και η αλυσίδα ταχυφαγείων McDonald's είχαν ενώσει τις δυνάμεις τους σε μια αμοιβαία επωφελή σύμπραξη, με τη δεύτερη να διατηρεί μεγάλο αριθμό εστιατορίων εντός των καταστημάτων της πρώτης.

Οι εξελίξεις μετά το ξέσπασμα της πανδημίας ωστόσο, με όλο και μεγαλύτερο αριθμό καταναλωτών να αποφεύγουν την παρατεταμένη παραμονή τους σε χώρους προσέλευσης μαζικού κοινού και με την άνθηση του ηλεκτρονικού εμπορίου, κατέστησαν ασύμφορη τη διατήρηση όλων αυτών των χώρων εστίασης εντός των καταστημάτων της Walmart.

Ως εκ τούτου, η McDonald's ανακοίνωσε ότι κλείνει εκατοντάδες εστιατόρια, μετά από 30 χρόνια αδιάλειπτης παρουσίας. Σύμφωνα με το πλάνο της εταιρείας, θα παραμείνουν σε λειτουργία περί τα 150 εστιατόρια εντός των Walmart. Σημειώτεον ότι σε κάποια φάση της σύμπραξης των δύο εταιρειών, ο αριθμός των λειτουργούντων εστιατορίων υπερέβαινε τα 1.000.

Πηγή:

[https://www.wsj.com/articles/mcdonalds-is-closing-hundreds-of-its-walmart-restaurants-11617960602?mod=business\\_lead\\_pos1](https://www.wsj.com/articles/mcdonalds-is-closing-hundreds-of-its-walmart-restaurants-11617960602?mod=business_lead_pos1)

### **Αύξηση 20% των πωλήσεων κρέατος στα καταστήματα λιανικής πώλησης τροφίμων το 2020**

Σύμφωνα με έρευνα του "Meat Institute Foundation", οι λιανικές πωλήσεις κρέατος εντός των καταστημάτων τροφίμων αυξήθηκαν κατά 20% το 2020, ενώ τα ¾ περίπου των ερωτηθέντων καταναλωτών θεωρούν το κρέας αναπόσπαστο τμήμα μιας πλήρους και υγιεινής διατροφής.





«Όλες οι πηγές ζωικών πρωτεϊνών κατέγραψαν μεγάλη αύξηση πωλήσεων κατά το 2020, γεγονός που συμβαδίζει με την αύξηση της παρασκευής γευμάτων εντός των νοικοκυριών», σύμφωνα με την Angie Krieger, του “National Pork Board”. Η μεγαλύτερη αύξηση καταγράφηκε στο βόειο και το χοιρινό κρέας, με το κοτόπουλο να ακολουθεί.



Το ρεκόρ πωλήσεων εντός των καταστημάτων λιανικής καταγράφηκε στα μέσα Μαρτίου του 2020, όταν και κορυφώθηκε ο καταναλωτικός πανικός εξαιτίας της πανδημίας. Στη συνέχεια τα μεγέθη ισορρόπησαν, αλλά επανήλθαν σε έντονες αυξητικές τάσεις κατά τους μήνες Ιούλιο και Αύγουστο του 2020.

Οι καταναλωτές επέστρεψαν στις οικείες γεύσεις και το κρέας επέστρεψε στο επίκεντρο της κουζίνας. Η συντριπτική πλειοψηφία των Αμερικανών εξακολουθεί να θεωρεί το κρέας βασική πηγή πρωτεΐνης και ως εκ τούτου, αναπόσπαστο τμήμα μιας ισορροπημένης διαίτας. Σύμφωνα με την ανωτέρω έρευνα, το 98% των νοικοκυριών αγόρασε κρέας εντός του 2020 και το 43% αγόρασε κρέας σε μεγαλύτερες ποσότητες απ’ αυτές που συνήθιζε προ της πανδημίας.

Πηγή:

<https://www.iriworldwide.com/IRI/media/Library/IRI-Pandemic-Protein-Performance-F.pdf>

### **Μεγάλη ανάπτυξη για τις πλατφόρμες παράδοσης προϊόντων**

Η πανδημική κρίση έδωσε τεράστια ώθηση στις διαδικτυακές πλατφόρμες παράδοσης αγαθών, καθώς ένας μεγάλος αριθμός καταναλωτών κατέφυγε σε λύσεις μηδενικής φυσικής επαφής με σημεία λιανικής πώλησης.

Οι εταιρείες που διαχειρίζονται τις εν λόγω πλατφόρμες, όπως η *DoorDash*, διαφοροποιούν τις υπηρεσίες τους και προσαρμόζονται διαρκώς στον ανταγωνισμό, επεκτείνοντας τις κατηγορίες αγαθών που προσφέρουν στους καταναλωτές.

Σημειώνεται ότι στον κλάδο της εστίασης, το 2020 σημειώθηκε διπλασιασμός της αξίας πωλήσεων μέσω delivery (40,8 δισ. δολ., έναντι 19,6 δισ. το 2019), σύμφωνα με στοιχεία του NPD Group.



Η εύλογη απορία ωστόσο είναι αν θα διατηρηθεί η δυναμική αυτού του κλάδου μετά το πέρας της πανδημίας. Ιδίως τα εστιατόρια προσπαθούν να παρακάμψουν τους ενδιάμεσους παρόχους τέτοιων υπηρεσιών που προβαίνουν σε πρόσθετες χρεώσεις, οι οποίες έχουν προκαλέσει μεγάλες αντιδράσεις και θεωρούνται καταχρηστικές από τους φορείς προστασίας των καταναλωτών. Έτσι, πολλά εστιατόρια προσλαμβάνουν τους δικούς τους οδηγούς και κάνουν παραδόσεις μόνο μέσα από τις δικές τους ιστοσελίδες ή χρησιμοποιούν μόνο έναν ενδιάμεσο πάροχο, για να έχουν καλύτερο έλεγχο.

Στο μεταξύ, η *DoorDash* εξαγόρασε την εταιρεία υψηλής τεχνολογίας *Chowbotics*, η οποία χρησιμοποιεί ρομποτικές μεθόδους για την παρασκευή γευμάτων σε λιγότερο από 2 λεπτά. Η δε *Instacart*, η σημαντικότερη πλατφόρμα παράδοσης τροφίμων και ειδών οικιακής χρήσεως, ένωσε τις δυνάμεις της με την εταιρεία οικιακών αξεσουάρ και διακοσμητικών *Michaels*, διευρύνοντας την παλέτα υπηρεσιών της. Επιπροσθέτως, οι δύο συγκεκριμένες πλατφόρμες ανακοίνωσαν ότι προγραμματίζουν την έκδοση δικών τους πιστωτικών καρτών.

Πηγή:

<https://www.chicagotribune.com/business/ct-biz-future-of-food-delivery-20210301-gep3h5kbzcc7hiuj3zobvawoyu-story.html>

## Αναπτύσσεται διαρκώς η αγορά προϊόντων χωρίς γλουτένη, παρά τις αμφιβολίες για τα οφέλη της απουσίας της από τη διατροφή

Η διατροφή χωρίς γλουτένη έχει προσλάβει χαρακτηριστικά τάσης με μεγάλη δυναμική. Ωστόσο, οι ειδικοί δεν φαίνεται να στηρίζουν την άποψη ότι η απουσία γλουτένης βοηθά στην απώλεια βάρους ή ότι είναι γενικά επωφελής για την υγεία. Το μόνο βέβαιο είναι ότι μια διαίτα χωρίς γλουτένη συμβάλλει στην καλύτερη υγεία μιας συγκεκριμένης ομάδας ανθρώπων που πάσχουν από συγκεκριμένες ασθένειες του γαστρεντερικού, όπως η κοιλιοκάκη.

Υπάρχει ωστόσο μια διαδεδομένη άποψη ότι η απουσία γλουτένης είναι γενικά επωφελής για τον ανθρώπινο οργανισμό. Αυτό εξηγεί το γεγονός ότι το ένα τρίτο των Αμερικανών μειώνει ή καταργεί την πρόσληψη γλουτένης, θεωρώντας ότι έτσι καταπολεμά προβλήματα όπως η δυσπεψία, η παχυσαρκία ή η έλλειψη ενέργειας.

Η αξία της παγκόσμιας αγοράς προϊόντων χωρίς γλουτένη προβλέπεται να εκτιναχθεί στα 43,65 δισ. δολ. ΗΠΑ το 2027, με ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης 9,2%, σύμφωνα με την *Grand View Research*. Τη δυναμική στηρίζουν οι δημόσιες τοποθετήσεις διάσημων αστέρων του θεάματος, όπως η γνωστή ηθοποιός Gwyneth Paltrow, η οποία έχει αναγορευθεί σε κεντρικό πρόσωπο της εκστρατείας για τη διάδοση της διαίτας χωρίς γλουτένη, ήδη από το 2015.

Οι ειδικοί πάντως, όπως ο Daniel Leffler, δ/ντής κλινικών ερευνών σε μεγάλο νοσοκομείο της Βοστώνης, επιμένουν ότι η κατάργηση της γλουτένης δεν προσφέρει κάποιο σημαντικό όφελος στον πληθυσμό που δεν πάσχει από συγκεκριμένες παθήσεις του γαστρεντερικού. Παρ' όλα αυτά, τα κέρδη από τη διάδοση των προϊόντων χωρίς γλουτένη είναι πολύ σημαντικά για να τα αγνοήσουν οι εταιρείες τροφίμων.

Πηγή:

<https://www.grandviewresearch.com/press-release/global-gluten-free-products-market>

## Η εταιρεία παραγωγής τροφίμων με βάση φυτικά υποκατάστατα κρέατος Impossible Foods μπαίνει στο χρηματιστήριο

Η εταιρεία παραγωγής τροφίμων με βάση φυτικά υποκατάστατα κρέατος *Impossible Foods* πρόκειται να εισαχθεί στο χρηματιστήριο, με αρχική αποτίμηση αξίας ύψους 10 δισ. δολ. ΗΠΑ

Παρά το γεγονός ότι τα φυτικά υποκατάστατα πρωτεΐνης καταλαμβάνουν ακόμα μικρό μερίδιο της συνολικής αγοράς, η δυναμική τους είναι σημαντική και η εν λόγω αγορά αναμένεται να φτάσει σε αξία τα 21,2 δισ. δολ. ΗΠΑ μέχρι το 2027.

Η σημερινή αποτίμηση της *Impossible Foods* είναι σημαντικά μεγαλύτερη συγκριτικά με το περασμένο έτος, ιδίως μετά τον τελευταίο γύρο άντλησης κεφαλαίων, στον οποίο προέβη η εταιρεία. Σύμφωνα με ειδικούς της αγοράς, η ετήσια ανάπτυξη της εταιρείας είναι αξιοσημείωτη.

Οι αρχικές διακυμάνσεις της μετοχής της βασικής ανταγωνίστριας εταιρείας Beyond Meat, η οποία έχει ήδη εισαχθεί στο χρηματιστήριο, υπερκεράσθηκαν από μια συνολική απόδοση χαρτοφυλακίου 421%, καθιστώντας το παράδειγμα τη εξαιρετικά δελεαστικό και για τις άλλες εταιρείες του κλάδου.



Η Impossible μέχρι πρότινος έδινε βάση στις συνεργασίες της με εστιατόρια, με τελευταία εξέλιξη την έναρξη συνεργασίας με τον κολοσσό στις αλυσίδες ταχυφαγείων Burger King. Πλέον, η εταιρεία έχει αναπτύξει δίκτυο πωλήσεων και σε καταστήματα λιανικής, γεγονός που αυξάνει ριζικά την πρόσβασή της στο ευρύ καταναλωτικό κοινό.

Η εταιρεία προσέλαβε πρόσφατα τον Steve Turner, πρώην διευθυντικό στέλεχος της Apple, προκειμένου να αξιοποιήσει την εμπειρία του.

Οι ειδικοί εκτιμούν ότι η εν λόγω αγορά θα παγωθεί στο δίπολο Impossible Foods - Beyond Meat, καθιστώντας δύσκολη την προσπάθεια μικρότερων εταιρειών να μπουν πιο δυναμικά στο παιχνίδι.

Πηγή:

<https://www.reuters.com/article/us-impossible-foods-m-a-exclusive/exclusive-impossible-foods-in-talks-to-list-on-the-stock-market-sources-idUSKBN2BV2SF>