

Πειραιάς, 9 Μαΐου 2024

ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ

Οι οκτώ βασικές τάσεις στην ευρωπαϊκή αγορά τροφίμων

Το **Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Πειραιώς** ενημερώνει σχετικά με την ετήσια έκδοση **«State of Grocery Europe»** η οποία είναι μια σημαντική έρευνα που εξετάζει τις πιο διαδεδομένες τάσεις που θα επηρεάσουν τον κλάδο των καταστημάτων και αλυσίδων τροφίμων από το 2024 και μετά. Πώς δηλαδή μπορούν τα **μικρότερα και μεγαλύτερα «παντοπωλεία»** να μετριάσουν περαιτέρω αυξήσεις κόστους και να βελτιώσουν τα περιθώρια κέρδους τους. Ερευνά, επίσης, τί επιφυλάσσει το μέλλον για το φαγητό και κατά πόσο θα επιτευχθούν έγκαιρα οι στόχοι βιωσιμότητας. Εξετάζει εάν στο εμπόριο τροφίμων υπάρχει ανοδική τάση για να αυξηθούν ξανά οι πωλήσεις, καθώς και τί πρέπει να συμβεί για να προχωρήσουν οι επιχειρήσεις τροφίμων στην **«online» αγορά**. Προσεγγίζει πώς μπορούν οι επιχειρήσεις να αναπτύξουν τη δράση τους στα social media, ώστε να υποστηρίξουν την κερδοφορία τους. Εκτιμά πως οι επιχειρήσεις πρέπει να επενδύσουν στην τεχνητή νοημοσύνη για να έχουν πρόσβαση σε προηγμένα αναλυτικά στοιχεία και να επιτύχουν τον υψηλότερο αντίκτυπο. Τέλος, αναλύει πώς σε έναν κόσμο **«σφιχτών» αγορών εργασίας**, μπορούν οι λιανοπωλητές τροφίμων να προσελκύσουν - και να διατηρήσουν - τα κατάλληλα εργασιακά ταλέντα για τη μελλοντική τους ανάπτυξη.

Ο κλάδος της αγοράς τροφίμων, σε όλη την Ευρώπη, συνεχίζει, και μετά το πρώτο τεράμηνο του 2024, να προβληματίζεται με τον πληθωρισμό των τιμών, που σημειωτέον το 2023 έκλεισε κατά μέσο όρο στο 12,8%, φθάνοντας έτσι στο υψηλότερο επίπεδο από το τέλος του Β' Παγκοσμίου Πολέμου. Ενώ λοιπόν οι δυσμενείς συνθήκες της αγοράς πιέζουν τα πορτοφόλια των καταναλωτών και τα περιθώρια κέρδους συμπιέζονται από το αυξανόμενο κόστος, παραταύτα αρχίζουν να υπάρχουν σημάδια ελπίδας. Ο πληθωρισμός από την αρχή του έτους έχει σταθεροποιηθεί, οι πραγματικοί μισθοί ανακάμπουν και λιγότεροι καταναλωτές δείχνουν πρόθεση να υποχωρήσουν από τις συνθήκες τους, με ορισμένους μάλιστα τομείς του λιανικού εμπορίου να κινούνται ανοδικά. Όσον αφορά τις προσδοκίες για το τρέχον έτος εκτιμάται πως μετά ένα σταθερό α' εξάμηνο, η κατάσταση θα βελτιωθεί το β' εξάμηνο, καθώς θα περιοριστούν τα υψηλά επιτόκια και οι γεωπολιτικές εντάσεις δεν θα επιδεινώσουν τη συνολική κατάσταση.

Η φετινή έκθεση, **«Signs of Hope - The State of Grocery Retail 2024 in Europe»**, αποτελεί συνέχεια μιας συνεργασίας μεταξύ της McKinsey και της EuroCommerce και έχει σχεδιαστεί για να παρέχει στα στελέχη μια ολοκληρωμένη εικόνα της αγοράς και των μελλοντικών τάσεων. Για τους σκοπούς της έκθεσης, ερωτήθηκαν περισσότεροι από **12.000 καταναλωτές σε 11 ευρωπαϊκές χώρες και περισσότερα από 30 στελέχη του κλάδου τροφίμων από περισσότερες από 15 χώρες σε όλη την Ευρώπη**, ενώ έδωσαν συνεντεύξεις διευθύνοντες σύμβουλοι μεγάλων αλυσίδων, απαντώντας πως είναι περισσότερο αισιόδοξοι και λιγότερο απαισιόδοξοι. Η έκδοση συνδυάζει την πολιτική της **EuroCommerce** και τη γνώση του κλάδου με την παγκόσμια τεχνογνωσία και την αναλυτική αυστηρότητα της **McKinsey**. Το ζητούμενο είναι αυτή η έκθεση να προσφέρει νέες ιδέες και προοπτικές για να βοηθήσει τους ανθρώπους της αγοράς τροφίμων να αποφύγουν τις επιπτώσεις από τις συνεχείς αβεβαιότητες και να επωφεληθούν από μελλοντικές ευκαιρίες ανάπτυξης.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, το 70% των ευρωπαϊκών επιχειρήσεων τροφίμων αναφέρει την **αντιμετώπιση της πίεσης κόστους και περιθωρίου κέρδους** ως κορυφαία προτεραιότητα μεταξύ των οκτώ βασικών τάσεων. Η **επιστροφή της πώλησης** είναι η

δεύτερη τάση, με 1 στους 5 καταναλωτές στην Ευρώπη να σκοπεύει να αλλάξει κατάσταση τροφίμων τους επόμενους 3 μήνες, ενώ 1 στους 2 συνεχίζει να αναζητά τρόπους εξοικονόμησης χρημάτων. **Ο αγώνας πάλης για το μεγαλύτερο μερίδιο φαγητού στο στομάχι** θα συνεχιστεί, ενώ αναμένεται 2,5 φορές ταχύτερη ανάπτυξη στο φαγητό που καταναλώνεται μακριά από το σπίτι, έναντι της συνολικής κατανάλωσης. **Στη βιωσιμότητα σημειώθηκε πρόοδος, αλλά υπάρχει πολύς δρόμος ακόμα**, αφού μόνο το 29% των 10 κορυφαίων επιχειρήσεων λιανικής έχουν επιτύχει τους στόχους τους. **Το «online» είναι η απελευθέρωση από το «offline»**, με το 37% των διαδικτυακών αγοραστών να πηγαινούν σε διαφορετικά καταστήματα online από ό,τι εκτός σύνδεσης. **Οι καταναλωτές «κάνουν κλικ» στα κοινωνικά δίκτυα**, με 20 από τα 30 κορυφαίες ευρωπαϊκές αλυσίδες τροφίμων να έχουν ήδη μια καθιερωμένη επιχείρηση κοινωνικών μέσων της λιανικής τους πώλησης. **Το «συνομιλητικό εμπόριο» φέρνει το επόμενο κύμα αναλυτικών στοιχείων**, ενώ οι πολλά υποσχόμενες περιπτώσεις χρήσης τεχνητής νοημοσύνης μπορούν να ξεκλειδώσουν το 10-20% της αξίας των προηγμένων αναλυτικών στοιχείων με ΑΙ. Τέλος, **η όγδοη τάση είναι να γίνει ξανά το λιανικό εμπόριο μια απασχόληση με ταλέντο και δεξιότητες**, μετά και την αύξηση το 2024 κατά 29,4% στις κενές θέσεις εργασίας, από 2,2% το 2023. Σε γενικές γραμμές, οι CEO των μεγάλων αλυσίδων τροφίμων είναι λιγότερο απαισιόδοξοι για τις συνθήκες της αγοράς το 2024, σε σύγκριση με πέρυσι και διακρίνουν σημάδια ελπίδας.

Ο πρόεδρος του Ε.Β.Ε.Π. Βασίλης Κορκίδης, δήλωσε: «Στη χώρα μας, σύμφωνα με τα τελευταία δημοσιευμένα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ, ο γενικός δείκτης όγκου πωλήσεων στο λιανεμπόριο παρουσίασε τον περασμένο μήνα πτώση 9,8% συγκριτικά με πέρυσι, ενώ επίσης μειώθηκε κατά 3,8% και ο γενικός δείκτης του κύκλου εργασιών σε σταθερές τιμές. Η μεγαλύτερη πτώση κατά 20,3% στον δείκτη του όγκου των πωλήσεων σημειώθηκε στα πολυκαταστήματα, ενώ τα καταστήματα τροφίμων και ποτών κινήθηκαν με πτώση 8% και τα «Super Market» με μείωση 6%. Σημαντικό στοιχείο έρευνας για τον ελληνικό αγροδιατροφικό κλάδο είναι πως μεγάλο μέρος των προϊόντων που καταναλώνουμε, από κρέατα έως φρούτα και λαχανικά, είναι εισαγωγής από γειτονικές ή τρίτες χώρες. Ήρθε η ώρα, η Ευρώπη να περιορίσει την αγροδιατροφική της εξάρτηση και να ανακτήσει την επισιτιστική της επάρκεια μέσα από την αύξηση της παραγωγής στις 27 χώρες μέλη της.»

ΠΙΝΑΚΑΣ: ΟΙ ΟΚΤΩ ΒΑΣΙΚΕΣ ΤΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΤΟ 2024