

ΣΚΛΗΡΗ ΜΑΧΗ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΖΙΡΟ ΤΩΝ 2 ΔΙΣ. ΕΥΡΩ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΑΡΤΟΣΚΕΥΑΣΜΑΤΩΝ

Αντέχει ο «φούρνος της γειτονιάς»

■ Δυναμική είσοδο στον χώρο του ψωμιού κάνουν τα σούπερ μάρκετ μετά την απελευθέρωση του «bake off»

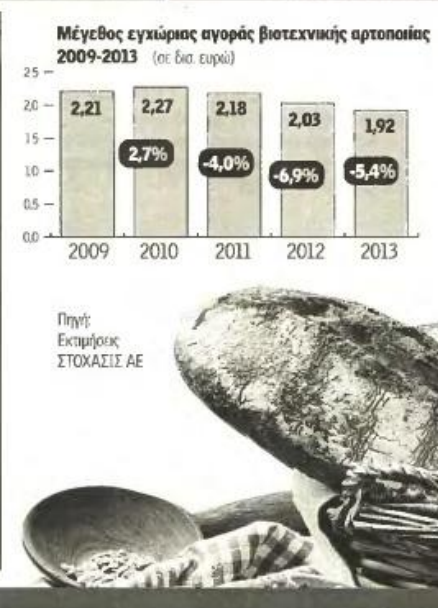
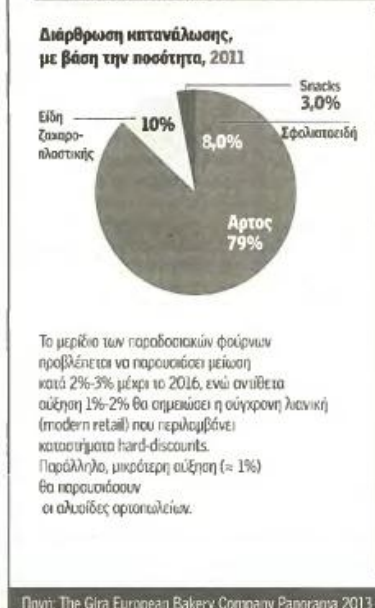
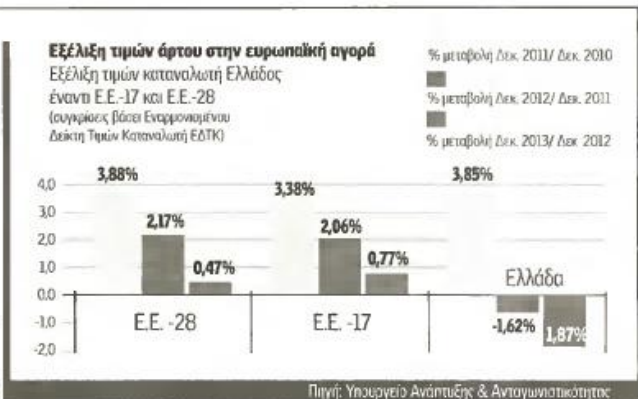
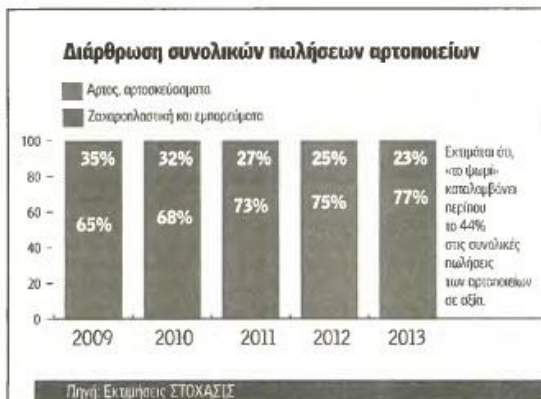
ΤΟΥ ΓΙΩΡΓΟΥ ΜΑΝΕΤΤΑ
gmanettas@pegasus.gr

Πιστοί στον «φούρνο της γειτονιάς» παραμένουν οι καταναλωτές, οι οποίοι στη συντριπτική πλειονότητά τους δηλώνουν ικανοποιημένοι από την ποιότητα των προϊόντων που προσφέρει. Παρά την επέκταση των μεγάλων αλυσίδων αρτοποιίας, και τον ισχυρό ανταγωνισμό από τα μεγάλα σούπερ μάρκετ που μπήκαν δυναμικά στο «παιχνίδι» μετά την απελευθέρωση του «bake off», κρατούν την πελατεία τους και μαζί τη «μερίδα του λέοντος» σε μια αγορά που υπολογίζεται σε περίπου 2 δισ. ευρώ.

Ωστόσο, το έργο των παραδοσιακών αρτοποιιών, τα οποία σε αρκετές περιπτώσεις είναι ατομικές επιχειρήσεις οικογενειακού χαρακτήρα, αναμένεται να δυσκολέψει τα επόμενα χρόνια, καθώς οι μεγάλες αλυσίδες του χώρου (Benéτης, Απολλώνιον, Αττικό Φούρνοι, Frank Ze Paul, Paul κ.α.) αναμένεται να εντείνουν τις προσπάθειες για τη δημιουργία νέων σημείων πώλησης σε διάφορες περιοχές των αστικών κέντρων. Τα περισσότερα από αυτά εκτιμάται πως θα είναι με τη μορφή franchise, καθώς είναι μια μέθοδος που διευκολύνει την ταχύτερη ανάπτυξη μιας αλυσίδας και αποτελεί βασική επιλογή και επαγγελματικά διεξόδοσ αρτοποιιών νέων που είναι άνεργοι.

Στην Ευρώπη, οι παραδοσιακοί φούρνοι δέχονται ήδη σημαντικές πιέσεις και μάλιστα το μερίδιό τους αναμένεται να μειωθεί κατά 2%-3% μέχρι το 2016. Αντίθετα τα μερίδια των μεγάλων αλυσίδων και των εκπαιδωτικών σούπερ μάρκετ (hard-discounts) που θα ενισχυθούν κατά 1% με 2%.

Σύμφωνα με έρευνα που πραγματοποίησε η Stohasis για τον κλάδο της βιοτεχνικής αρτοποιίας και παρουσιάζει σήμερα η «H», καθοριστικό ρόλο στην απόφαση των μεγάλων επιχειρήσεων του κλάδου να επεκτείνουν τη παρουσία τους στην ελληνική αγορά παίζει η απελευθέρωση της δυνατότητας έμφυσης προϊόντων αρτοποιίας, εκτός των αρτοποιιών (bake off) χωρίς τις προδιαγραφές συγκεκριμένων τετραγωνικών, καθώς και η



Το ψωμί καταλαμβάνει περίπου το 57% της βιοτεχνικής αρτοποιίας το 2013. Εκτιμάται ότι, το μερίδιο των αλυσίδων αρτοποιίας στην εξεταζόμενη αγορά διμορφώνεται το 2013 περίπου στο 5%.

«Το σύγχρονο αρτοποιείο, το οποίο είναι μεγαλύτερο σε μέγεθος, δεν προσφέρει μόνο ψωμί και αρτοσκευάσματα, αλλά και μια μεγάλη ποικιλία προϊόντων τόσο στα είδη του άρτου και των αρτοσκευασμάτων όσο και σε άλλα προϊόντα, όπως σάντουιτς, καφέ, έτοιμα φαγητά, γλυκά, παγωτό».

Στην Ευρώπη, οι παραδοσιακοί φούρνοι δέχονται ήδη σημαντικές πιέσεις και μάλιστα το μερίδιό τους αναμένεται να μειωθεί κατά 2%-3% μέχρι το 2016. Αντίθετα τα μερίδια των μεγάλων αλυσίδων και των εκπαιδωτικών σούπερ μάρκετ (hard-discounts) θα ενισχυθούν κατά 1% με 2%.

αδεία πώλησης καφέ. Το γεγονός πως το σύγχρονο αρτοποιείο μπορεί πέρα από ψωμί και αρτοσκευάσματα, μια μεγάλη ποικιλία προϊόντων τόσο στα είδη του άρτου και των αρτοσκευασμάτων όσο και σε άλλα προϊόντα, όπως σάντουιτς, καφέ, έτοιμα φαγη-

τά, γλυκά, παγωτό, ανοίγει νέες προοπτικές και αποτελεί ισχυρό «δέλεαρ» για όσους ενδιαφέρονται να ασχληθούν με τον κλάδο της εστίασης.

Σταθεροποίηση της κατανάλησης
Τεράστιο κίνητρο για την υλοποίηση νέων επενδύσεων αποτελεί και η ανθεκτικότητα που εμφανίζει η κατανάληση αρτοσκευασμάτων. Όπως μελέτη της Stohasis, για τον κλάδο της βιοτεχνικής αρτοποιίας παρά τη δυσμενή συγκυρία και τη συρρίκνωση του διαθέσιμου εισοδήματος, η ζήτηση για ψωμί παραμένει ισχυρή καθώς αποτελεί είδος πρώτης ανάγκης και βρίσκεται σε καθημερινή βάση στο τραπέζι των περισσότερων νοικοκυριών της χώρας. Σύμφωνα

με την Stohasis, το μέγεθος της αγοράς προϊόντων βιοτεχνικής αρτοποιίας (φρέσκο ψωμί, αρτοπαρασκευάσματα, αρτοσκευάσματα) ανήλθε σε 1,92 δισ. ευρώ το 2013, παρουσιάζοντας μείωση 5,4% σε σχέση με το 2012, με τον μέσο ετήσιο ρυθμό μεταβολής (ΜΕΡΜ) να διαμορφώνεται σε -3,5% την περίοδο 2009-2013, ενώ νέα μείωση της τάξης του 2% παρουσίασε το 2014, υποχωρώντας περαιτέρω στο 1,88 δισ. ευρώ (βλ. πίνακες).

Ωστόσο, εκτιμάται ότι από φέτος θα αρχίσει η αγορά να σταθεροποιείται, υπό την προϋπόθεση βέβαια ότι δεν θα συμβεί κάτι που θα κλονίσει περαιτέρω την αγοραστική δύναμη και θα οδηγήσει τα νοικοκυριά να περιστεύουν και άλλο τις δαπάνες τους. Από τα προϊόντα

του κλάδου αδιαμφισβήτητος ηγέτης είναι το ψωμί, αφού κατέχει μερίδιο 44% στις συνολικές πωλήσεις των αρτοποιιών και περίπου 57% στο σύνολο της αγοράς. Σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης, η συνολική κατανάληση προϊόντων αρτοποιίας παραμένει οκεδον σταθερή την τελευταία δεκαετία, με τον όγκο της να ανέρχεται σε 40,1 εκατομμύρια τόνους και την αξία της να φθάνει στα 126,4 δισ. ευρώ (στοιχεία 2011).

Όσον αφορά στην πορεία των τιμών, στην Ευρώπη αυξήθηκαν τα τελευταία χρόνια τόσο στο ψωμί όσο και στα δημητριακά, αλλά με μειούμενο ρυθμό, ενώ στην Ελλάδα παρουσίασαν μείωση τα δύο τελευταία έτη, με βάση τον Εναρμονισμένο Δείκτη Τιμών Καταναλωτή.