

Δελτίο Τύπου

Η αγορά του Επισιτιστικού κλάδου ανακάμπτει μετά την πανδημία

- Στην Ελλάδα, η αγορά του Επισιτιστικού κλάδου (Foodservice sector) προβλέπεται να αγγίξει τα 10,5 δις ευρώ έως το 2024
- Τα σημάδια ανάκαμψης του κλάδου στην ελληνική αγορά φάνηκαν ήδη από το 2022, κεφαλαιοποιώντας και την αυξημένη τουριστική κίνηση

Αθήνα, 24/01/2023 - Δημοσιεύθηκε η έρευνα Foodservice Market Monitor της Deloitte για το 2022 η οποία παρουσιάζει την εξέλιξη της αγοράς του Επισιτιστικού κλάδου παγκοσμίως, τις διαφαινόμενες τάσεις των καταναλωτών, καθώς και τις βασικές προκλήσεις που έχει να αντιμετωπίσει ο κλάδος. Η έρευνα, μεταξύ άλλων, εστιάζει και στην ελληνική αγορά.

Τα βασικότερα συμπεράσματα της έρευνας συνοψίζονται παρακάτω:

Τα χαρακτηριστικά της παγκόσμιας αγοράς του Επισιτιστικού κλάδου και η εξέλιξή της

Μπορεί η Ευρώπη να επλήγη πολύ έντονα από την πανδημία σε σχέση με άλλες γεωγραφικές περιοχές, παρ' όλα αυτά διαφαίνεται ότι ο κλάδος του Foodservice θα ανακάμψει τα επόμενα έτη. Η Βόρεια Αμερική, ωστόσο, επέστρεψε στα επίπεδα προ-πανδημίας μέσα στο 2022, ενώ η περιοχή Ασίας-Ειρηνικού, όπως και η Ευρώπη, αναμένεται να επιστρέψουν στα επίπεδα αυτά μέσα στο 2023. Οι υπόλοιπες γεωγραφικές περιοχές αναμένεται να ανακάμψουν μέσα στο 2024.

Πιο συγκεκριμένα, διαφαίνεται ότι τα καφέ, τα μπαρ, το street food και τα Full Service Restaurants (FSR) θα οδηγήσουν τον Επισιτιστικό κλάδο σε ανάπτυξη με τον μέσο ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης (CAGR) για τα έτη 2021 – 2026 να κυμαίνεται μεταξύ +5,6% και +8,1%. Τα Quick Service Restaurants (QSR) εκτιμάται ότι επέστρεψαν στα επίπεδα προ-πανδημίας μέσα στο 2022, τα FSR και το Street Food αναμένεται να ανακάμψουν το 2023, ενώ ο κλάδος των καφέ-μπαρ θα ακολουθήσει το 2024.

Νέες καταναλωτικές συνήθειες κάνουν την εμφάνισή τους, με την ανάγκη για υγεία και ευεξία να οδηγεί τους καταναλωτές προς πιο υπεύθυνες και αειφόρες επιλογές

Μετά την πανδημική κρίση, παρατηρήθηκαν αλλαγές στη συμπεριφορά των καταναλωτών που σχετίζονταν με την έμφαση που δίνουν στην υγεία τους, τις καθημερινές τους συνήθειες, την περιβαλλοντική τους συνείδηση και την ανάγκη να δοκιμάσουν νέα προϊόντα και υπηρεσίες. Η ισορροπημένη διατροφή, τα τρόφιμα φυτικής προέλευσης, η επαφή με διεθνείς κουζίνες, η επιλογή τροφίμων με μειωμένη ζάχαρη και λιπαρά, η χαμηλή κατανάλωση αλκοόλ και η αγορά αγαθών με πράσινη ετικέτα που ακολουθούν βιώσιμες πρακτικές, μετατράπηκαν στις πιο δημοφιλείς τάσεις που φαίνεται να καθοδηγούν πλέον τις προτιμήσεις των καταναλωτών παγκοσμίως.

Οι πιο σημαντικές προκλήσεις στον κλάδο του Foodservice σε παγκόσμιο επίπεδο

Εκτός όμως από τις συνήθειες των καταναλωτών, και ο ίδιος ο επισιτιστικός κλάδος υιοθέτησε νέες στρατηγικές μετά την πανδημία, αλλά και μετά τον πόλεμο στην Ουκρανία, ώστε να ανταποκριθεί στις προκλήσεις που εμφανίστηκαν. Το υψηλό κόστος πρώτων υλών, η έλλειψη ανθρώπινου δυναμικού, τα προβλήματα ρευστότητας που δημιούργησε η πανδημία, η ανάγκη εύρεσης ψηφιακών λύσεων στην εμπειρία που προσφέρει η εστίαση στον πελάτη, η απήχηση λύσεων όπως το ghost-kitchen, η αυξημένη διεύθυνση αλυσίδων εστιατορίων στην αγορά έναντι μικρών εστιατορίων, η άνοδος του delivery και η χρήση της τεχνολογίας στην εφοδιαστική αλυσίδα και στη διαχείριση του ανθρώπινου δυναμικού είναι οι σημαντικότερες συνιστάμενες / προκλήσεις που οφείλει να λάβει υπόψη του ο κλάδος.

Η ανάπτυξη του κλάδου στην Ελλάδα

Η αγορά του επισιτιστικού κλάδου είναι πολύ σημαντική για την Ελλάδα, καθώς σε τζίρο φτάνει κοντά στα 10 δις ευρώ (10,9 δις το έτος 2019), ένα νούμερο που φαίνεται να πλησιάζει αυτό του οργανωμένου λιανεμπορίου τροφίμων στη χώρα. Κατά τη διάρκεια της πανδημίας, ο επισιτιστικός κλάδος έχασε περίπου το 30% του τζίρου του, ενώ παράλληλα έπρεπε να προσαρμοστεί όσο το δυνατό πιο γρήγορα στα νέα δεδομένα.

Ωστόσο, τα αποτελέσματα του 2022 μοιάζουν ενθαρρυντικά καθώς η αγορά του foodservice φαίνεται να ανακάμπτει σε μεγάλο βαθμό πλησιάζοντας τα 9,7 δις, ανακτώντας τα 2 από τα 3 δις ευρώ που έχασε το 2020 και 2021. Συγκεκριμένα, προβλέπεται να γνωρίσει ανάπτυξη με μέσο ετήσιο ρυθμό (CAGR) +10,7% το διάστημα 2021-2024 (+26% για το 2022) φτάνοντας σε συνολικό κύκλο εργασιών περίπου 10,5 δις ευρώ το 2024, έναντι περίπου 7,7 δις ευρώ το 2021. Αυτή η δυναμική ανάκαμψη που ξεκίνησε την προηγούμενη χρονιά οφείλεται στην υψηλή τουριστική κίνηση που παρατηρήθηκε μέσα στο έτος, αλλά και στη χαλάρωση των μέτρων για την πανδημία.

Οι σημερινές καταναλωτικές συνήθειες των Ελλήνων στον Επισιτιστικό κλάδο: από τις παραδοσιακές στις πιο εναλλακτικές επιλογές

Η οικονομική κρίση και η πανδημία έφεραν στο προσκήνιο νέες τάσεις στην αγορά και κατανάλωση τροφίμων για τους Έλληνες. Για παράδειγμα, το γεύμα στο σπίτι και το delivery παρέμειναν πολύ δημοφιλείς επιλογές, ακόμα και μετά το πέρας της πανδημίας. Επίσης, τα “farm-to-table” εστιατόρια, εκτός από μία διεθνή τάση, έχουν κερδίσει το ενδιαφέρον των Ελλήνων καθώς οι καταναλωτές φαίνεται να δίνουν όλο και μεγαλύτερη έμφαση στην ποιότητα και προέλευση των πρώτων υλών. Επιπλέον, για λόγους εξοικονόμησης χρημάτων, παρουσιάζει άνοδο και το λεγόμενο “food-on-the go” και “fast dining”, τάση που προβλέπεται να ακολουθήσει σταθερά ανοδική πορεία και τα επόμενα χρόνια. Σε αντίθεση με τις συνήθειες των Ελλήνων καταναλωτών, οι τουρίστες που επισκέπτονται την Ελλάδα φαίνεται να προτιμούν τα κλασικά εστιατόρια, με τα higher end να γνωρίζουν σημαντική αύξηση.

Οι τάσεις στον κλάδο του Foodservice διαμορφώνουν νέες επιχειρηματικές επιταγές

Οι επαγγελματίες του χώρου θα πρέπει να αφουγκραστούν με ψυχραιμία τις νέες τάσεις και να επανακαθορίσουν τη στρατηγική τους. Καλούνται να ανταποκριθούν στις ανάγκες καταναλωτών με αυξημένες απαιτήσεις, που επιθυμούν υγιεινές και γρήγορες λύσεις, εξασφαλίζοντας ιχνηλασιμότητα και διαφάνεια, και όλα αυτά σε λογικές τιμές. Στο πλευρό τους έχουν νέες ψηφιακές λύσεις και



καινοτόμα επιχειρηματικά σχήματα, αλλά θα πρέπει να ξεπεράσουν σημαντικές προκλήσεις που απαιτούν μετασχηματισμό του λειτουργικού τους μοντέλου (οργάνωση, συστήματα, διαδικασίες), αυξημένη έμφαση στη ρευστότητα και άριστο προγραμματισμό για να μειωθεί η αβεβαιότητα.

Η τεχνολογία και ο ψηφιακός μετασχηματισμός αναμένεται να μεταμορφώσουν ολιστικά τη βιομηχανία των καταναλωτικών αγαθών. Σε αυτό το πλαίσιο, και ο επισιτιστικός κλάδος χρειάζεται να υιοθετήσει καινοτόμες λύσεις που να διευκολύνουν τους επαγγελματίες του χώρου. Ιδίως για τα εστιατόρια που πλέον εξελίσσονται και αλλάζουν μορφή, για να μπορέσουν να αναπτυχθούν και να είναι κερδοφόρα, θα πρέπει να υιοθετήσουν πρακτικές που προάγουν τις συνολικές τους δυνατότητες, την εξατομικευμένη εξυπηρέτηση και εμπειρία του πελάτη, την πλήρη αξιοποίηση των δυνατοτήτων του εργαζόμενου και όλα αυτά, ενσωματώνοντας στη λειτουργία τους προηγμένες ψηφιακές τεχνολογίες.

Ο Γιώργος Κουρέπης, Principal στην **Deloitte** δήλωσε σχετικά με την έρευνα: «*Ο κλάδος του Foodservice στην Ελλάδα αλλά και διεθνώς μετασχηματίζεται, ακολουθώντας τις ανάγκες των πελατών του που είναι όλο και πιο ενημερωμένοι και απαιτητικοί. Ένα τέτοιο περιβάλλον, που επαναπροσδιορίζεται από τις τεχνολογικές, κοινωνικοοικονομικές αλλά και γεωπολιτικές εξελίξεις, ασφαλώς και κρύβει προκλήσεις, αλλά προσφέρει και ευκαιρίες για τους οργανισμούς που είναι σε θέση να επανακαθορίσουν τη στρατηγική τους και να επανατοποθετηθούν απέναντι στον καταναλωτή. Συνεπώς, το μέλλον για τον κλάδο προβλέπεται αναπτυξιακό, αλλά προσαρμοσμένο σε νέες καταναλωτικές συνήθειες και επιχειρηματικές πρακτικές.*»

Δείτε τα συνολικά ευρήματα της έρευνας Foodservice Market Monitor 2022 [εδώ](#).

Για περισσότερες πληροφορίες

Deloitte, Κέλλυ Κουφοπούλου, Manager, Brand & Communications
email: kkoufopoulou@deloitte.gr

This document has been prepared by Deloitte Business Solutions Societe Anonyme of Business Consultants, Deloitte Certified Public Accountants Societe Anonyme and Deloitte Alexander Competence Center Single Member Societe Anonyme of Business Consultants.

Deloitte Business Solutions Societe Anonyme of Business Consultants, a Greek company, registered in Greece with registered number 000665201000 and its registered office at Marousi Attica, 3a Fragkokklisias & Granikou str., 151 25, Deloitte Certified Public Accountants Societe Anonyme, a Greek company, registered in Greece with registered number 0001223601000 and its registered office at Marousi, Attica, 3a Fragkokklisias & Granikou str., 151 25 and Deloitte Alexander Competence Center Single Member Societe Anonyme of Business Consultants, a Greek company, registered in Greece with registered number 144724504000 and its registered office at Thessaloniki, Municipality of Pylaia - Chortiatis of Thessaloniki, Vepe Technopolis Thessaloniki (5th and 3rd street), are one of the Deloitte Central Mediterranean S.r.l. ("DCM") countries. DCM, a company limited by guarantee registered in Italy with registered number 09599600963 and its registered office at Via Tortona no. 25, 20144, Milan, Italy is one of the Deloitte NSE LLP geographies. Deloitte NSE LLP is a UK limited liability partnership and member firm of Deloitte Touche Tohmatsu Limited, a UK private company limited by guarantee.

Deloitte refers to one or more of Deloitte Touche Tohmatsu Limited ("DTTL"), its global network of member firms and their related entities (collectively, the "Deloitte organization"). DTTL (also referred to as "Deloitte Global") and each of its member firms and related entities are legally separate and independent entities, which cannot obligate or bind each other in respect of third parties. DTTL and each DTTL member firm and related entity is liable only for its own acts and omissions, and not those of any of each other. DTTL does not provide services to clients. Please see www.deloitte.com/ about to learn more.

DTTL, Deloitte NSE LLP and Deloitte Central Mediterranean S.r.l. do not provide services to clients. Please see www.deloitte.com/about to learn more about our global network of member firms.



Deloitte is a leading global provider of audit and assurance, consulting, financial advisory, risk advisory, tax and related services. Our global network of member firms and related entities in more than 150 countries and territories serves four out of five Fortune Global 500® companies. Learn how Deloitte's approximately 312,000 people make an impact that matters at www.deloitte.com.