



**ΓΕΝΙΚΟ ΠΡΟΞΕΝΕΙΟ ΝΕΑΣ ΥΟΡΚΗΣ
ΓΡΑΦΕΙΟ Ο.Ε.Υ.**

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 (19)
(5.5.2020)**

ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΠΑΝΔΗΜΙΑΣ COVID-19 ΣΤΗΝ ΑΜΕΡΙΚΑΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΚΑΙ ΠΟΤΩΝ

Έρχεται το τέλος των πολυκαταστημάτων;

Σε εκτενές άρθρο τους, οι New York Times προεξοφλούν ουσιαστικά το λυκόφως των πολυκαταστημάτων λιανικού εμπορίου (department stores), ως βιώσιμου επιχειρηματικού μοντέλου λιανικών πωλήσεων.

Το δημοσίευμα αναφέρεται στις περιπτώσεις των "J.C. Penney" και "Sears", που προβαίνουν σε δραστική αλλαγή του τρόπου λειτουργίας τους, μετά την απόκτηση της ιδιοκτησίας τους από hedge funds και του ιστορικού "Macy's", που κλείνει πολλά παραρτήματα και μειώνει το διοικητικό του προσωπικό.



Την ίδια στιγμή, το εμβληματικό "Barney's New York" κήρυξε χρεοκοπία το 2019, ενώ χρεοκοπία αναμένεται να κηρύξει το αμέσως προεχές χρονικό διάστημα το πολυτελές "Neiman Marcus" (ιδιοκτήτης επίσης του πολυτελέστατου "Bergdorf Goodman" στο κέντρο του Μανχάταν της Νέας Υόρκης), ενδεχόμενο πιθανό και για το "J.C. Penney", το οποίο έχει ήδη κλείσει προσωρινά τα περισσότερα από τα 800 παραρτήματά του.

Επίσης, σειρά μικρότερων καταστημάτων θέτουν σε άδεια άνευ αποδοχών δεκάδες χιλιάδες μέλη του προσωπικού τους, σε μία εναγώνια προσπάθεια να εξοικονομήσουν ρευστότητα και να σχεδιάσουν την έξοδό τους από την παρούσα σφοδρή κρίση.

Η κατηγορία των πολυκαταστημάτων δεχόταν ούτως ή άλλως σειρά πληγμάτων την τελευταία δεκαετία, αλλά το τελειωτικό χτύπημα επήλθε με την πανδημία του κορωνοϊού. Ειδικότερα, η πτώση στις πωλήσεις ενδυμάτων και αξεσουάρ τον Μάρτιο τρέχοντος έτους υπερέβη το 50%, ενώ αναμένεται να είναι ακόμη μεγαλύτερη τον Απρίλιο. Όπως χαρακτηριστικά ανέφερε ο Mark A. Cohen, διευθυντής του τμήματος σπουδών λιανικών πωλήσεων του Columbia University Business School, "τα πολυκαταστήματα που βρίσκονται σε διαδικασία βραδείας πτώσης επί μακρόν, δεν θα ξεπεράσουν την παρούσα κρίση και ελάχιστοι θα επιβιώσουν".

Η εταιρεία ερευνών ακίνητης περιουσίας "Green Street Advisors", σε αναφορά που δημοσίευσε τον Ιανουάριο, εκτίμησε ότι ακόμη και πριν την εμφάνιση της πανδημίας, το 50% των πολυκαταστημάτων εντός εμπορικών κέντρων (Malls) θα έκλειναν εντός της προσεχούς πενταετίας. Εξίσου δυσοίωνη είναι και η πρόβλεψη της εταιρείας "S&P Global Market Intelligence", βάσει της

οποίας ο κλάδος των πολυκαταστημάτων συγκεντρώνει πιθανότητες 42% μη εξυπηρέτησης χρέους μέχρι το 2021, το υψηλότερο ποσοστό από οποιονδήποτε άλλο επιχειρηματικό κλάδο.

Παρά το γεγονός ότι τα πολυκαταστήματα προέβησαν τα τελευταία έτη σε μία απέλπιδα προσπάθεια παρακολούθησης των εξελίξεων, μεταστροφής του εμπορίου από τα φυσικά σημεία πώλησης στο ηλεκτρονικό εμπόριο, με τη δημιουργία από μέρους τους ιστοσελίδων, εφαρμογών άμεσης αγοράς για χρήση σε κινητά τηλέφωνα κ.λ.π., η κρίση της πανδημίας ήρθε να αποκαλύψει πόσο εξαρτημένα εξακολουθούν να παραμένουν από τις πωλήσεις στα καταστήματά τους.

Για παράδειγμα, σύμφωνα με ανακοίνωση του, το "Macy's" απώλεσε το μεγαλύτερο τμήμα των πωλήσεών του μετά την επιβολή κλεισίματος λόγω της πανδημίας. Ενδεικτικό είναι δε ότι η μετοχή του ιστορικού πολυκαταστήματος απομακρύνθηκε τον Μάρτιο από το χρηματιστηριακό δείκτη "S&P 500", λόγω πολύ χαμηλής αποτίμησης.

Ο σύμβουλος πωλήσεων ειδών πολυτελείας Robert Burke εκτιμά ότι στο μέλλον οι εταιρείες παραγωγής ενδυμάτων θα κινηθούν προς δύο κατευθύνσεις: αφενός προς την απομάκρυνση των πωλήσεων χονδρικής προς μεγάλες αλυσίδες λιανικής και ισχυροποίηση των απευθείας πωλήσεών τους στους καταναλωτές (direct-to-consumer), αφετέρου προς συνεργασίες με τα καταστήματα που θα περιλαμβάνουν τον απευθείας έλεγχο του δικού τους χώρου εντός των καταστημάτων.

Πηγή:

https://www.nytimes.com/2020/04/21/business/coronavirus-department-stores-neiman-marcus.html?campaign_id=154&emc=edit_cb_20200421&instance_id=17845&nl=coronavirus-briefing®i_id=120779451&segment_id=25697&te=1&user_id=ada069a6eb60f400de264228bee886f

Η ομοσπονδιακή υπηρεσία Food & Drugs Administration (FDA) επικαιροποίησε την αναγραφή των διατροφικών πληροφοριών στις ετικέτες τροφίμων.

Η αρμόδια ομοσπονδιακή υπηρεσία Food & Drugs Administration (FDA) προχώρησε σε επικαιροποίηση της επιβαλλόμενης αναγραφής των διατροφικών στοιχείων στις ετικέτες τροφίμων.

Τα νέα στοιχεία είναι τα εξής:

- Οι θερμίδες αναγράφονται πλέον σε μεγαλύτερη και πιο παχιά γραμματοσειρά
- Ορισμένα μεγέθη μερίδων (serving sizes) έχουν επικαιροποιηθεί ώστε να καθίσταται πιο σαφές τι ακριβώς τρώνε ή πίνουν οι καταναλωτές
- Έχουν συμπεριληφθεί στα αναγραφόμενα στοιχεία τα επιπρόσθετα σάκχαρα, η βιταμίνη D και το ποτάσιο.
- Έχουν επικαιροποιηθεί τα ποσοστά των στοιχείων που περιέχει το προϊόν επί της συνιστώμενης ημερήσιας πρόσληψης.

Σύμφωνα με την Cl. Kavanaugh, ερευνήτρια στο Κέντρο Ασφάλειας Τροφίμων της FDA, "Μπορεί πλέον ο καταναλωτής να χρησιμοποιήσει την ετικέτα ώστε να διαλέξει τροφές που περιέχουν πιο επωφελή στοιχεία και να περιορίσει όσα πρέπει να περιοριστούν». Η κατανάλωση τροφών ή ροφημάτων με υψηλή περιεκτικότητα σε φυτικές ίνες, βιταμίνη D, ποτάσιο, σίδηρο και η ελαχιστοποίηση κατανάλωσης προϊόντων με κορεσμένα λίπη, αλάτι και πρόσθετα σάκχαρα, μειώνει τον κίνδυνο ασθενειών όπως η υπέρταση, οι καρδιοπάθειες, η αναιμία κλπ.

Πηγές:

<https://www.fda.gov/consumers/consumer-updates/tips-good-nutrition-and-using-updated-nutrition-facts-label-during-coronavirus-pandemic>

<https://www.accessdata.fda.gov/scripts/interactivenutritionfactslabel/added-sugars.cfm>



Μεγάλες αλυσίδες λιανικού εμπορίου επιλέγουν να παραμείνουν κλειστές, παρά το γεγονός ότι σε κάποιες Πολιτείες επιχειρείται σταδιακή άρση των περιοριστικών μέτρων

Καθώς ορισμένες Πολιτείες των ΗΠΑ αποφασίζουν τη σταδιακή άρση των περιοριστικών μέτρων, ένας αριθμός μεγάλων και γνωστών αλυσίδων λιανικού εμπορίου, αλλά και εστίασης, όπως οι Macy's Inc., Starbucks, Best Buy Co., and TGI Fridays έχουν αποφασίσει να παραμείνουν κλειστές, καθώς εξακολουθούν να θεωρούν ότι η επαναφορά σε καθεστώς κανονικής λειτουργίας θα προκαλέσει αυξημένο ρίσκο για τη δημόσια υγεία, καθώς και για την υγεία του προσωπικού τους.



Οι ανωτέρω μεγάλες αλυσίδες ανακοίνωσαν ότι το χρονοδιάγραμμα επαναλειτουργίας τους θα εξαρτηθεί από τις γενικές οδηγίες σε πολιτειακό και τοπικό επίπεδο, σε συνδυασμό με την καταγεγραμμένη εξέλιξη των επιδημιολογικών δεδομένων, τις δικές του αναλύσεις και σχετικές έρευνες της συμπεριφοράς των καταναλωτών. Σύμφωνα με αναλυτές, είναι δώρον άδωρον η εσπευσμένη επαναλειτουργία των καταστημάτων, εφόσον πολλά εξ αυτών δεν θα παρουσιάσουν κερδοφορία, αφ' ης στιγμής είναι εξαιρετικά περιορισμένος ο αριθμός καταναλωτών που θα επέλεγαν να προσέλθουν στους χώρους τους.

Πηγή:

<https://www.marketwatch.com/story/some-states-reopen-for-business-but-big-chains-remain-hesitant-to-open-their-doors-2020-04-24>

Αυξάνονται οι διαδικτυακές πωλήσεις τροφίμων με παράδοση κατ' οίκον και με επί τόπου παραλαβή

Καθώς οι καταναλωτές αυξάνουν τις διαδικτυακές αγορές τροφίμων και ειδών οικιακής ανάγκης, η εταιρεία που διαχειρίζεται τη γνωστή πλατφόρμα Instacart αναμένει καθαρή κερδοφορία για πρώτη φορά από τη λειτουργία της. Το ύψος της καθαρής κερδοφορίας για τον μήνα Απρίλιο, σύμφωνα με το Forbes, θα είναι της τάξεως των 10 εκ. δολ..



Οι καταναλωτές αγόρασαν προϊόντα αξίας περίπου 700 εκ. δολ. μέσω της πλατφόρμας στις πρώτες δύο εβδομάδες του Απριλίου, ποσό που συνιστά αύξηση κατά 450% σε σχέση με τον παρελθόντα Δεκέμβριο.

Σημειωτέον ότι η εταιρεία, που μετρά ήδη 8 χρόνια λειτουργίας, αποκτά έσοδα μέσω ποσοστιαίας χρέωσης σε κάθε παράδοση. Το 2019 η εταιρεία είχε καταγράψει απώλειες 300 εκ. δολ. Παρ' όλα αυτά, είναι άγνωστο αν θα διατηρηθεί το ευνοϊκό momentum, αφ' ης στιγμής επανέλθει η κανονικότητα στη λειτουργία των καταστημάτων.

Εντωμεταξύ, η επί τόπου παραλαβή προϊόντων χωρίς είσοδο σε κατάστημα παρουσίασε εκτόξευση της τάξεως του 208% στο πρώτο 20ήμερο του Απριλίου, σε σύγκριση με την ίδια περίοδο πέρσι, ενώ οι διαδικτυακές πωλήσεις στις ΗΠΑ αυξήθηκαν κατά 49% στο διάστημα από 12 Μαρτίου έως 11 Απριλίου, σε σύγκριση με το δεκαήμερο 1^{ης} έως 11 Μαρτίου.

Σε αντίθεση με τις υπηρεσίες κατ' οίκον παράδοσης τύπου Instacart, η τάση επί τόπου παραλαβής προϊόντων χωρίς είσοδο σε κατάστημα ("curbside pickup") παρουσιάζει καλύτερες προοπτικές διάρκειας, σύμφωνα με τον Naveen Jaggi, Πρόεδρο της εταιρείας συμβούλων real estate, JLL.

Οι κλαδικοί φορείς του λιανικού εμπορίου Retail Industry Leaders Association και National Retail Federation δημοσίευσαν έναν αρχικό οδικό χάρτη για το πως θα επιστρέψει το λιανικό εμπόριο σε

συνθήκες στοιχειώδους κανονικότητας. Στην πρώτη φάση, θεωρείται κρίσιμης σημασίας η δυνατότητα πωλήσεων με ανέπαφη επί τόπου παραλαβή (“curbside pickup”) και με παράδοση κατ’ οίκον. Στη δεύτερη φάση, θα πρέπει τα καταστήματα να επαναλειτουργήσουν με αυστηρά πρωτόκολλα ασφαλούς απόστασης, ενώ μόνο στην τρίτη φάση μπορούμε να συζητάμε για οριστική άρση των περιορισμών.

Πηγή:

<https://foodinstitute.com/focus/at-home-shopping-intensifies>

Η πανδημία προκαλεί αλλαγές στις επιχειρήσεις επεξεργασίας τροφίμων

Η πανδημική κρίση αναμένεται να προκαλέσει αλλαγές στον μεταποιητικό τομέα τροφίμων, σύμφωνα με τον Δ/νonta Οικονομικό Σύμβουλο της PepsiCo, Hugh Johnston, καθώς οι επιχειρήσεις θα πρέπει στην επόμενη φάση να ανταποκρίνονται πιο γρήγορα και ταυτόχρονα να διατηρούν μεγαλύτερα αποθέματα.

Η βασική αβεβαιότητα που καλούνται να διαχειριστούν οι επιχειρήσεις, σύμφωνα με τον Δ/ντα Σύμβουλο της Quaker

Foods Raymond Laguarda, έχει να κάνει με το σωστό timing, καθώς οι καταναλωτές θα μεταβούν σιγά σιγά στην επόμενη φάση, που προϋποθέτει μερική άρση των περιορισμών και μια νέα εκδοχή κανονικότητας.

Οι πωλήσεις της γνωστής εταιρείας γλυκισμάτων και σοκολατοειδών Hershey’s γνωρίζουν κάμψη, καθώς τα ψιλικατζίδικα, στα οποία πωλείται περίπου το 15% των προϊόντων της, έχουν καταγράψει πτώση πωλήσεων κατά 10% από το ξέσπασμα της πανδημικής κρίσης.

«Η κατάσταση συνεχίζει να εξελίσσεται με τόση ταχύτητα, που είναι εξαιρετικά δύσκολο να προβλέψει κάποιος το μέλλον. Ενώ θα μπορούσαμε να αντλήσουμε συμπεράσματα μέσα από συγκρίσεις με περιπτώσεις βαθέν υφέσεων, φυσικών καταστροφών ή ακραίων καιρικών φαινομένων, είναι πάρα πολλοί οι πρωτοφανείς παράγοντες που επηρεάζουν την πραγματικότητα σε παγκόσμια κλίμακα», σύμφωνα με την Δ/νουσα Σύμβουλο της Hershey’s, Michelle Buck.

Είναι χαρακτηριστικό ότι άλλα προϊόντα της Hershey’s, όπως τα σιρόπια ή το κακάο γνώρισαν αύξηση πωλήσεων 30% κατά τον μήνα Μάρτιο, καθώς οι οικογένειες έφτιαχναν κατά κόρον σπιτικά γλυκά, ενώ προϊόντα όπως οι τσίχλες κατέγραψαν πτώση πωλήσεων άνω του 40% κατά τις τελευταίες εβδομάδες.

Πηγή:

<https://foodinstitute.com/focus/pandemic-prompts-manufacturing-changes>



Η υγεία θα παραμείνει πρώτη προτεραιότητα και μετά το πέρας της αρχικής φάσης της πανδημίας

Η υγεία και η ασφάλεια θα παραμείνουν βασική προτεραιότητες των καταναλωτών και μετά το πέρας της πρώτης φάσης της πανδημικής κρίσης, καθώς θα αίρονται τα περιοριστικά μέτρα, σύμφωνα με έρευνα του Inspire PR Group.

Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων θέλουν τα καταστήματα και τα εστιατόρια να τηρούν πρωτόκολλα υγειονομικής ασφαλείας, με τους εργαζόμενους να φορούν μάσκες και να ενθαρρύνουν την κοινωνική απόσταση.

Όλοι οι τομείς του κλάδου εστίασης, με την εξαίρεση των ταχυφαγείων, βίωσαν δραματικές επιπτώσεις εξαιτίας των περιοριστικών μέτρων, αλλά αναμένεται προϊόντος του χρόνου να έχουμε επιστροφή των πελατών στα συνήθη επίπεδα επισκέψεων σε χώρους εστίασης. Καθυστέρηση



επιστροφής στην κανονικότητα θα υπάρξει σίγουρα σε επισκέψεις σε εσωτερικούς χώρους εστιατορίων, καθώς εκτιμάται ότι ένα 45% των πελατών θα γευμάτιζε σε εσωτερικό χώρο μετά την άρση των περιοριστικών μέτρων, έναντι ενός 67% που αποτελούσε το σύνηθες ποσοστό προ της λήψεως των σχετικών μέτρων.

Επιπροσθέτως, παρά το γεγονός ότι οι διαδικτυακές πλατφόρμες εμπορίας τροφίμων γνώρισαν σημαντική αύξηση πωλήσεων κατά τον Απρίλιο, είναι πιθανόν να επανέλθουν σε συνηθισμένα νούμερα, μετά την άρση των περιοριστικών μέτρων. Σύμφωνα με στοιχεία πρόσφατης έρευνας, περισσότεροι από το ένα τρίτο των ερωτηθέντων δεν προτίθενται να επαναχρησιμοποιήσουν υπηρεσία επιτόπου παραλαβής και περίπου οι μισοί δεν προτίθενται να χρησιμοποιήσουν υπηρεσία κατ' οίκον παράδοσης, μετά τη λήξη των μέτρων.

Σημειωτέον τέλος ότι η μεγάλη αλυσίδα Costco Wholesale Corp. ανακοίνωσε ότι οι πελάτες που θα προσέρχονται στα καταστήματά της είναι υποχρεωμένοι να φοράνε μάσκες, αρχής γενομένης από τις 4 Μαΐου.

Πηγή:

<https://foodinstitute.com/focus/health-remains-priority>

Προσωρινές οι ελλείψεις τροφίμων στις ΗΠΑ, επιμένουν οι ειδικοί

Ειδικοί αναλυτές επιμένουν ότι οι ελλείψεις τροφίμων στις ΗΠΑ εξαιτίας της πανδημίας θα είναι προσωρινές, αλλά θα γίνουν αισθητές στους καταναλωτές.

Το πρόβλημα είναι μεγαλύτερο, όπως έχει πολλάκις αναφερθεί, στις μονάδες επεξεργασίας κρέατος, πολλές από τις οποίες οδηγήθηκαν σε αναστολή λειτουργίας εξαιτίας κρουσμάτων, με αποτέλεσμα να παρατηρηθεί μείωση διαθέσιμων ποσοτήτων και αύξηση τιμών.



Η διάρκεια των ελλείψεων θα εξαρτηθεί από την ποσότητα ζώων που θα πρέπει να θανατωθεί και τη συνεπακόλουθη μείωση εισοδήματος, ανέφερε ο Ryan Bernstein, αντιπρόεδρος της συμβουλευτικής εταιρείας McGuireWoods.

Ελλείψεις τροφίμων πρέπει να αναμένονται και κατά τους επόμενους μήνες, ανέφερε ο Steve Groff, ειδικός αναλυτής και καλλιεργητής ο ίδιος, με έδρα την Πολιτεία της Pennsylvania. Ο ίδιος πάντως τόνισε ότι δεν προβλέπονται ελλείψεις λαχανικών.

Όπως ανέφερε καθησυχαστικά, «Δεν πρόκειται να έχουμε λιμό, αλλά πιστεύω ότι θα γίνουμε μάρτυρες σποραδικών ελλείψεων συγκεκριμένων τροφίμων. Ιδίως στο κρέας, το πρόβλημα είναι εξόφθαλμο».

Οι ελλείψεις σε κρεατικά θα μπορούσαν δυνητικά να δημιουργήσουν ευκαιρίες για φυτικής προέλευσης υποκατάστατα προϊόντα κρέατος. Ωστόσο, αυτός ο κλάδος είναι προσανατολισμένος κυρίως στα εστιατόρια και δεν φαίνεται να προλαβαίνει την οργανωμένη μεταστροφή της στόχευσης του προς την οικιακή κατανάλωση.

Πηγή:

<https://www.farmprogress.com/farm-business/virus-related-food-shortages-will-be-temporary-us-experts-say>

Διαδικτυακά σεμινάρια της Association of Food Industries (AFI) για εκπαίδευση εξαγωγέων για πιστοποίηση προϊόντων

Ο φορέας Association of Food Industries (AFI), ένας από τους σημαντικότερους συνδέσμους εισαγωγέων τροφίμων και ποτών στις ΗΠΑ, με έτος ίδρυσης το 1906, διοργανώνει για πρώτη φορά διαδικτυακά σεμινάρια εκπαίδευσης εξαγωγέων για πιστοποίηση διατροφικών προϊόντων προς εξαγωγή στις ΗΠΑ, με κόστος συμμετοχής 275 δολ.. Τα σεμινάρια φέρουν τον τίτλο “Foreign Supplier Verification Program Training” και υπάρχουν δύο εναλλακτικές επιλογές παρακολούθησής τους:

- Στις 13-14 Μαΐου, 9πμ-5μμ τοπική ώρα
- Στις 20-21 Μαΐου, 12μμ-8μμ τοπική ώρα

Οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να δουν λεπτομέρειες στον κάτωθι σύνδεσμο:

<https://www.afius.org/education>

Επιπροσθέτως, για πληρέστερη εικόνα, παρακαλούμε δείτε το βίντεο του Προέδρου του Οργανισμού στον κάτωθι σύνδεσμο:

<https://youtu.be/R8P2TrRohsE>



###

Χρήσιμες πηγές πληροφόρησης για τη διαχείριση της πανδημίας στις ΗΠΑ και την ευρύτερη περιοχή NY

United States Centers for Disease Control and Prevention (CDC) Cases of Coronavirus Disease (COVID-19) in the U.S.:

<https://www.cdc.gov/coronavirus/2019-ncov/cases-updates/cases-in-us.html>

Food & Drug Administration

<https://www.fda.gov/home>

U.S. Customs and Border Protection

<https://www.cbp.gov/>

Department of Homeland Security

<https://www.dhs.gov/>

United States Department of Agriculture

<https://www.usda.gov/>

The Official Website of New York State

<https://www.ny.gov/>

Official Website of the City of New York

<https://www1.nyc.gov/>