



**ΠΡΕΣΒΕΙΑ ΜΑΔΡΙΤΗΣ
ΓΡΑΦΕΙΟ Ο.Ε.Υ.**

Μαδρίτη, 29.04.2020

Η προετοιμασία των ισπανικών ζυθοποιιών για την επαναλειτουργία του τομέα εστίασης

Ο τομέας εστίασης είναι ένας από τους πιο πληγέντες από τις επιπτώσεις της πανδημίας του κορωνοϊού Covid-19, καθώς εστιατόρια, καφετέριες και μπαρ παραμένουν κλειστά από τις 14 Μαρτίου. Η κατάσταση φαίνεται ότι θα αλλάξει στις 11 Μαΐου, αφού, σύμφωνα με το σχέδιο της Κυβέρνησης, αναμένεται να επιτρέψει την επαναλειτουργία του τομέα, με αυστηρούς κανόνες για τη διασφάλιση της τήρησης των κανόνων ασφαλείας. Επομένως, οι πρώτες εκτιμήσεις αναφέρουν ότι, αρχικά, τα μαγαζιά θα λειτουργήσουν επιτρέποντας την εξυπηρέτηση μόνο σε εξωτερικό χώρο, αν υπάρχει, ενώ θα καλύπτεται μόλις το 30% της συνολικής του χωρητικότητας, προκειμένου να τηρούνται οι αποστάσεις ασφαλείας.

Υπό αυτές τις συνθήκες, οι μεγάλες ισπανικές ζυθοποιίες έχουν υιοθετήσει πρωτοβουλίες, προκειμένου να στηρίξουν τον τομέα της εστίασης, ο οποίος ευθύνεται για το 70% της κατανάλωσης ζύθου. Για τις μεγάλες ζυθοποιίες, η κατανάλωση σε μπαρ και εστιατόρια επιφέρει περισσότερο από το ήμισυ των κερδών τους, ενώ οι μικρότερες ζυθοποιίες εξαρτώνται αποκλειστικά από τα μπαρ, καθώς δεν πωλούν τα προϊόντα τους στη λιανική. Παράλληλα, η μπίρα, αποτελεί και ένα από τα πιο σημαντικά αγαθά του τομέα καθώς το 25% με 40% των εσόδων των καταστημάτων εξαρτάται από τις πωλήσεις αυτής.

Η μεγαλύτερη ισπανική ζυθοποιία, Mahou-San Miguel, ξεκίνησε στις 24 Απριλίου τη διαδικτυακή καμπάνια «Ahora Más Que Nunca» (Τώρα Περισσότερο από Ποτέ), στην οποία οι πολίτες μπορούν να προπληρώσουν και να αγοράσουν ζύθο και άλλα προϊόντα, τα οποία θα μπορούν να καταναλώσουν στα επιλεγμένα μπαρ και εστιατόρια με το άνοιγμά τους. Με αυτόν τον τρόπο, βοηθούν τις επιχειρήσεις να έχουν την αναγκαία ρευστότητα για τη διάρκεια κατά την οποία παραμένουν κλειστά. Μέσω της πλατφόρμας, επιτρέπεται και η δωρεά σε κάποιο κατάστημα. Στην ιστοσελίδα υπάρχουν ήδη 1.000 συνεργαζόμενα μπαρ και εστιατόρια ενώ δίνεται η δυνατότητα οι πελάτες να επιλέξουν επιπλέον καταστήματα.

Πέραν αυτού, η ίδια εταιρία, έχει ανακοινώσει ότι θα δωρίσει στα συνεργαζόμενα με αυτήν καταστήματα, μάρκες ζύθου και νερού της, συνολικής αξίας 750 εκ. ευρώ, προκειμένου να διευκολύνει τους πελάτες της τις πρώτες ημέρες του ανοίγματος. Παρόμοιο μέτρο έχει υιοθετήσει και η Heineken Ισπανίας, η οποία με την πρωτοβουλία #Fuerzabar, έχει ήδη ανακοινώσει ότι θα παρέχει 18 εκ. από τα προϊόντα της στα συνεργαζόμενα καταστήματα.

Οι δράσεις αυτές δεν εκπλήσσουν δεδομένου ότι οι ζυθοποιίες δεν μπορούν να καλύψουν τις απώλειες κερδών τους από το κλείσιμο των καταστημάτων. Σύμφωνα με την Ένωση Ζυθοποιών Ισπανίας (Cerveceros de España), η κατ' οίκον κατανάλωση έχει αυξηθεί κατά 30%, η οποία όμως δεν μπορεί να φθάσει τη συνολική κατανάλωση που πραγματοποιούνταν σε εστιατόρια και μπαρ. Πέραν όμως της μικρότερης ζήτησης, η κατανάλωση στο σπίτι δεν ενισχύει την κατανάλωση άλλων προϊόντων, όπως λ.χ. τους γνωστούς ισπανικούς μεζέδες, τα τάπας στην Ισπανία, βυθίζοντας και άλλες εταιρίες σε ύφεση. Εξάλλου, οι εν λόγω οικονομικοί λόγοι είναι η πιθανή αιτία της επαναλειτουργίας του τομέα ήδη από τις 11 Μαΐου, η οποία αφορά περί τα 300.000 μαγαζιά και ένα σημαντικό αριθμό απασχολούμενων.