



**ΓΕΝΙΚΟ ΠΡΟΞΕΝΕΙΟ ΝΕΑΣ ΥΟΡΚΗΣ**  
**ΓΡΑΦΕΙΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ & ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ**  
866 2nd Avenue, 11th floor, New York, NY 10017  
Tel: 212-751-2404, Fax: 212-593-2278, E-mail: [ecocom-newyork@mfa.gr](mailto:ecocom-newyork@mfa.gr)

**ΕΝΗΜΕΡΩΤΙΚΟ ΔΕΛΤΙΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ/ΠΟΤΩΝ ΣΤΙΣ Η.Π.Α**  
**(1/10/2018)**

**Ραγδαία αύξηση των εισαγωγών χύμα ελαιολάδου στις ΗΠΑ**

Τα διαθέσιμα στοιχεία για τις τάσεις του εμπορίου ελαιολάδου στις ΗΠΑ καταδεικνύουν ραγδαία αλλαγή στη μορφή του εισαγόμενου προϊόντος και οδηγούν σε αναπροσδιορισμό της στρατηγικής marketing των μεγάλων παικτών του χώρου. Ενώ μια δεκαετία πριν, μόλις το 16% των 113.000 τόνων εισαγόμενου ελαιολάδου ερχόταν σε μορφή χύδην, το 2017 το 42% των 331.368 εισαγόμενων τόνων ελαιολάδου μπαίνει στις ΗΠΑ ως χύμα.



Η ραγδαία αυτή αύξηση των εισαγωγών χύμα ελαιολάδου καταδεικνύει τη συνεχώς αυξανόμενη κατανάλωση του προϊόντος. Το χύμα ελαιόλαδο προορίζεται, κατά κύριο λόγο, για την εξυπηρέτηση της βιομηχανίας μαζικής εστίασης, καθώς και για συσκευασία στις Η.Π.Α., ως προϊόν ιδιωτικής ετικέτας.

Υπογραμμίζεται ότι το 62% των εισαγωγών χύμα ελαιολάδου στις Η.Π.Α. είναι ισπανικής προέλευσης.

Πηγή: <https://www.oliveoiltimes.com/olive-oil-business/u-s-olive-oil-imports-increasingly-bulk/54726>

**Αναστάτωση στην αμερικανική γαλακτοβιομηχανία για τον κνοφορούμενο επαναπροσδιορισμό του όρου «γιαούρτι» από την αρμόδια αρχή Ελέγχου Φαρμάκων και Τροφίμων (“Food & Drug Administration – F.D.A.”).**

Κατόπιν σχετικής οδηγίας από την κυβέρνηση Τραμπ, η αρμόδια αρχή για τις προδιαγραφές και την ασφάλεια των τροφίμων FDA (Food & Drugs Administration) βρίσκεται σε διαδικασία τροποποίησης/επαναπροσδιορισμού των κανόνων για τα προϊόντα που μπορούν να αποκαλούνται «γιαούρτι», επί τη βάση των συστατικών και των λιπαρών που περιέχονται στη συσκευασία.



Οι γαλακτοπαραγωγοί έχουν εκφράσει τις ανησυχίες τους ότι στο πλαίσιο «εκσυγχρονισμού» των σχετικών κανονισμών του FDA, ενδεχομένως να επαναληφθεί το προηγούμενο καταχρηστικής αποδοχής του όρου «γάλα» για ροφήματα που δεν προέρχονται από αγελάδες ή αμμοερίφια, αλλά από καρύδα ή σόγια.

Επιπροσθέτως, η FDA πρόκειται να αναθεωρήσει τους κανονισμούς αναφορικά με το τι μπορεί να αποκαλείται κανονικό (“regular”) γιαούρτι σε αντιπαραβολή προς το γιαούρτι με χαμηλή περιεκτικότητα σε λιπαρά (“yogurt” versus “lowfat yogurt”), ώστε να επιτρέπεται πλέον να περιέχονται στο προϊόν και λιπαρά με προέλευση από καρύδα ή σοκολάτα.

Πηγή: <https://www.nbcsandiego.com/news/national-international/FDA-Considers-Yogurt-Definition-Change-494283261.html>

**Στα 116 δις. δολ. Η.Π.Α. θα ανέλθει το 2022 η ζήτηση στις ΗΠΑ για δημητριακά ολικής άλεσης και προϊόντα με φυτικές ίνες**

Σύμφωνα με τον ανεξάρτητο φορέα “Fredonia Focus Reports”, η καταναλωτική ζήτηση στις ΗΠΑ για δημητριακά ολικής άλεσης και τρόφιμα από φυτικές ίνες θα διατηρήσει ανοδική τάση, με πρόβλεψη να φτάσει τα 116 δις. δολάρια Η.Π.Α. το 2022.

Πρόκειται για εξέλιξη που συμβαδίζει με τη γενικότερη τάση αναζήτησης τροφίμων με ισχυρισμούς υγείας (“health claims”). Η άνοδος της ζήτησης αναφέρεται σε προϊόντα όπως ζυμαρικά, crackers, μπισκότα, κατεψυγμένα είδη, δημητριακά που καταναλώνονται στο πρωινό κλπ.

Πηγή:

<https://www.prnewswire.com/news-releases/us-grain-based-food-demand-to-reach-116-billion-in-2022-300685723.html>



**Μαίνεται η μάχη του ηλεκτρονικού εμπορίου τροφίμων ανάμεσα στους δύο σημαντικότερους ανταγωνιστές, τη “Walmart” και την “Amazon”**

Μαίνεται η μάχη ανάμεσα στους αμερικανικούς κολοσσούς διαδικτυακού εμπορίου “Amazon” (ιδιοκτήτρια της αλυσίδας premium Σούπερ –Μάρκετ “Whole Foods”) και “Walmart” για διεύρυνση του μεριδίου τους στη διαρκώς αυξανόμενη πίτα της διαδικτυακής αγοράς τροφίμων και συναφών ειδών.

Σύμφωνα με τα ευρήματα της έρευνας “U.S. Grocery Market Focus: The Walmart Food Shopper” της εταιρείας “Packaged Facts”, η “Walmart” παραμένει, με σημαντική διαφορά, η No.1 πηγή αγορών τροφίμων συνδυαστικά, τόσο μέσω internet όσο και μέσω επιτόπιας επίσκεψης στα φυσικά καταστήματα της εταιρείας, η “Amazon” ωστόσο αυξάνει διαρκώς και με ταχείς ρυθμούς το μερίδιό της στις διαδικτυακές πωλήσεις.

Οι τέσσερις σημαντικότερες παράμετροι που επηρεάζουν την τελική επιλογή του καταναλωτή είναι 1) Οι τιμές 2) Η ποικιλία γνωστών brands στις διαθέσιμες επιλογές 3) Παράγοντες που διευκολύνουν την επιλογή του καταναλωτή, όπως οι αναλυτικές περιγραφές, αξιολογήσεις κλπ και 4) Παράγοντες που διευκολύνουν την αγορά του προϊόντος αυτή καθ’ αυτή, όπως η πληθώρα επιλογών πληρωμής, παράδοσης ή παραλαβής κ.λ.π.

Πηγή:

[https://www.bizjournals.com/prnewswire/press\\_releases/2018/07/24/DC61387](https://www.bizjournals.com/prnewswire/press_releases/2018/07/24/DC61387)

**Έρευνα καταδεικνύει, ότι το 32% των Αμερικανών καταναλωτών είναι πρόθυμοι να πληρώσουν ακριβότερα μια αυθεντική “ethnic” γεύση**

Σύμφωνα με το “2018 Ethnic Food & Beverage Consumer Trend Report”, οι Αμερικανοί καταναλωτές συνεχίζουν να διευρύνουν τις γευστικές τους επιλογές, αναζητώντας νέες προτάσεις και αυθεντικές “ethnic” συνταγές.

Τα σημαντικότερα στοιχεία που αναζητούν είναι η αυθεντικότητα, η διαφάνεια ως προς τα προϊόντα που χρησιμοποιούνται και η προσβασιμότητα των υλικών είτε στα super markets είτε σε καταστήματα delicatessen είτε σε ιστοσελίδες ηλεκτρονικού εμπορίου.

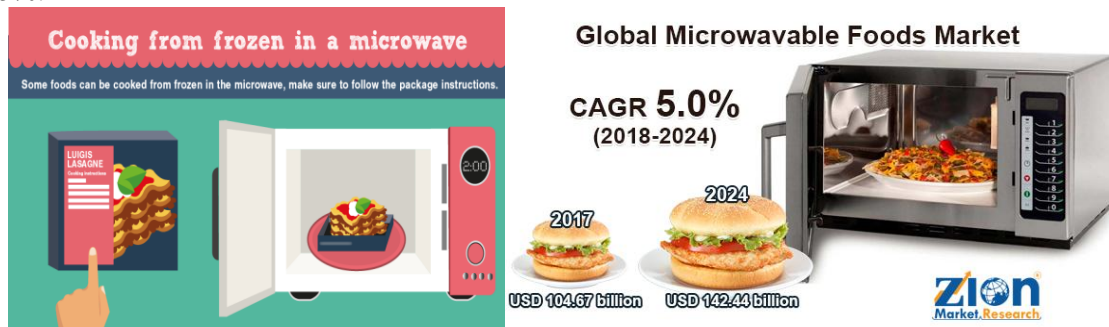
Το 32% των ερωτηθέντων στην ανωτέρω έρευνα καταναλωτών προτίθενται να πληρώσουν ακριβότερα για ένα αυθεντικό “ethnic” πιάτο.

Πηγή:

<https://www.technomic.com/newsroom/technomic-finds-32-consumers-are-willing-pay-extra-authentic-ethnic-fare>

## Στα 142,44 δισ. δολ. Η.Π.Α. θα φτάσει η αξία της παγκόσμιας αγοράς εύκολων γευμάτων για φούρνους μικροκυμάτων το 2024

Σύμφωνα με την “Zion Market Research”, η αξία της παγκόσμιας αγοράς προπαρασκευασμένων γευμάτων για φούρνους μικροκυμάτων θα φτάσει τα 142.22 δισ. δολ. Η.Π.Α. μέχρι το 2024, διανοίγοντας τεράστιες ευκαιρίες για τον κλάδο (η τρέχουσα αξία είναι 104 δισ. δολ. Η.Π.Α.), σημειώνοντας ουσιαστικά μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης 5%.



Βασικοί παράγοντες για το αυξανόμενο μερίδιο της εν λόγω αγοράς θεωρούνται η συνεχώς αυξανόμενη συμμετοχή των γυναικών στην αγορά εργασίας, το αυξανόμενο διαθέσιμο εισόδημα στις αναπτυσσόμενες αγορές, οι αλλαγές στον τρόπο ζωής των νεαρότερης κυρίως ηλικίας καταναλωτών και η επέκταση των μεγάλων αλυσίδων λιανικής πώλησης.

Μεταξύ των προπαρασκευασμένων γευμάτων, καλύτερες προοπτικές θεωρείται ότι έχουν τα κατεψυγμένα, λόγω ευκολίας συντήρησης μέχρι την κατανάλωσή τους, καθώς και λόγω καλύτερης διατήρησης των θρεπτικών τους συστατικών.

Ως σημαντικότεροι «παίκτες» στην εν λόγω αγορά, κατηγοριοποιούνται, σύμφωνα με την έρευνα, οι εξής εταιρείες:

- Campbell Soup Company,
- Beech-Nut Nutrition Corporation,
- Kellogg Company,
- ConAgra Foods Inc.,
- Kraft Foods Inc.,
- McCain Foods,
- Pinnacle Foods Group LLC,
- Bellisio Foods Inc.,
- General Mills Inc., και
- Nestle SA.

Οι Η.Π.Α. διατηρούν το μεγαλύτερο μερίδιο κατανάλωσης στην εν λόγω αγορά, με την τάση για κατανάλωση εύκολων και γρήγορων γευμάτων να διευρύνεται όλο και περισσότερο.

Πηγή:

<https://globenewswire.com/news-release/2018/09/04/1565002/0/en/Global-Microwavable-Foods-Market-Trends-Will-Reach-USD-142-44-Billion-By-2024-Zion-Market-Research.html>