

Αρτοποιήματα υψηλής ποιότητας αναζητούν οι Ευρωπαίοι καταναλωτές, σύμφωνα με το νέο Bakery Panorama της GIRA. Το "α-ζ" μίλησε με την Anne Fremaux, Director Bakery της γαλλικής εταιρείας, και παρουσιάζει τα βασικά συμπεράσματα της έρευνας.

Κείμενο **Στάθης Πάνος**

EUROPEAN BAKERY COMPANY PANORAMA

Ευρώπη & Ψωμί

Ποιες είναι οι σταθερές αξίες, ποιες νέες τάσεις ανατέλλουν

Aρκετά θετικό και αισιόδοξο διαφαίνεται το μέλλον της ευρωπαϊκής αρτοποιίας, σύμφωνα με τα γενικά συμπεράσματα της πρόσφατης έρευνας της εταιρείας Gira (www.girafood.com) - τα νέα μάλιστα είναι πιο ευχάριστα για το φρέσκο ψωμί και τη φρέσκια ζύμη. Αν και τα προηγούμενα 5 χρόνια η συνολική κατανάλωση φρέσκου ψωμιού παρουσίαζε μείωση περίπου 0,5% επίσης, από το 2016 η αγορά προϊόντων βιοτεχνικής αρτοποιίας δείχνει να σταθεροποιείται, με προοπτική ανάκαμψης τα



Anne Fremaux

επόμενα χρόνια. Αντίστοιχα, τα μη φρέσκα και συσκευασμένα αρτοποιήματα το τελευταίο διάστημα εμφανίζουν μείωση κατά 1,2% με το ποσοστό ωστόσο να αυξάνεται στις χώρες που "παραδοσιακά" καταναλώνουν κατεψυγμένα προϊόντα, κυρίως στο βορρά. Το φρέσκο ψωμί διατηρεί τα σκήπτρα του στις προτιμήσεις των Ευρωπαίων καταναλωτών, όπως και τα υπόλοιπα προϊόντα του βιοτεχνικού αρτοποιείου, ενώ τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μια ισχυρή πανευρωπαϊκή τάση για αναζήτηση αρτοποιημάτων με υψηλή ποιότητα και ξεκάθαρους ισχυρισμούς υ-

γείας. Το φαινόμενο πιθανόν να σχετίζεται και με τη στροφή της επιστημονικής κοινότητας προς τμήματα του πληθυσμού που έχουν ανάγκη από ιδιαίτερο διαιτολόγιο για λόγους υγείας.

Το προφίλ της έρευνας

Η γαλλική εταιρεία GIRA, γνωστή στον τομέα παροχής συμβουλών σε θέματα στρατηγικής, προγραμματισμού και οργάνωσης, δραστηριοποιείται εδώ και 40 χρόνια στους τομείς του λιανικού εμπορίου τροφίμων και ποτών, χαρτογραφώντας μέσα από έρευνες το σύνθετο πλέγμα των νέων απαιτήσεων που πλαισιώνουν το σύγχρονο επιχειρείν. Σε αυτή την κατεύθυνση και αναγνωρίζο-



ντας ότι η αρτοποιία αποτελεί μια εκ των βασικών “ατμομηχανών” της σύγχρονης ευρωπαϊκής οικονομίας, από το 2007, ανά πενταετία, υλοποιεί και εκδίδει το European Bakery Company Panorama, μια συνολική έρευνα-επισκόπηση γύρω από τα κύρια χαρακτηριστικά, τις βασικές τάσεις και αλλαγές που προσδιορίζουν την εικόνα του ευρωπαϊκού αρτοποιητικού κλάδου. Πολύ πρόσφατα, τον Σεπτέμβριο του 2017 είδε το φως της δημοσιότητας η 3η έκδοση του Bakery Company Panorama με αποκαλυπτικά συμπεράσματα για τους τρεις βασικούς τομείς της σύγχρονης αρτοποιίας: την κατανάλωση, τη διάθεση και την παραγωγή αρτοποιημάτων σε όλη την ευρωπαϊκή επικράτεια. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε με τη βοήθεια ερωτηματολογίων και άλλων μεθόδων και καλύπτει 30 διαφορετικές ευρωπαϊκές χώρες, με τα “ελληνικά ευρήματα” να ξεχωρίζουν και να προκαλούν έντονο ενδιαφέρον.

Πρώτο και “ανθεκτικό” το φρέσκο ψωμί

Η συνολική κατανάλωση αρτοποιημάτων το 2016 σε 28 Ευρωπαϊκές χώρες υπολογίζεται στους 39,3 εκατομμύρια τόνους, έχοντας σημειώσει μια ανεπαίσθητη μείωση 0,2%, σε σχέση με την προηγούμενη έρευνα, αναμένεται ωστόσο αύξηση 0,1% για την επόμενη πενταετία. Η υπεροχή του ψωμιού γενικά και πιο συγκεκριμένα του φρέσκου,

όπως και και των φρέσκων αρτοποιημάτων είναι ξεκάθαρη. Το ψωμί σαν προϊόν αρτοποιίας καταλαμβάνει το 77% της συνολικής κατανάλωσης αρτοποιημάτων, ενώ σχετικά με τον ανταγωνισμό φρέσκων και κατεψυγμένων αρτοποιημάτων, τα φρέσκα καταγράφουν μια επιβλητική πρωτιά με ποσοστό 71%. Προφανώς η εικόνα δεν είναι ενιαία σε κάθε χώρα. Όπως μας εξηγεί η Anne Fremaux “το ποσοστό κατανάλωσης φρέσκου ψωμιού δείχνει σημάδια αντοχής και αύξησης. Το συσκευασμένο ψωμί παρουσιάζει μείωση 1,2%”. Μάλιστα η director bakery της GIRA επισημαίνει ότι “η σημαντικότερη μείωση παρατηρείται στις χώρες που παραδοσιακά κατανάλωναν μεγάλες ποσότητες συσκευασμένου ψωμιού, όπως για παράδειγμα η Μεγάλη Βρετανία και η Σκανδιναβία. Εκεί αναδύεται η τάση κατανάλωσης φρέσκου ψωμιού και στροφή στην αναζήτηση της ποιότητας και τη γεύσης”.

Χωρίς δυνατό ανταγωνιστή, στην Ελλάδα

Η συνολική κατανάλωση αρτοποιημάτων για το 2016 στην Ελλάδα άγγιξε τους 966.000 τόνους, με το φρέσκο ψωμί να αναδεικνύεται στο βασικότερο πρωταγωνιστή και στη χώρα μας. Η συντριπτική του υπεροχή έναντι του κατεψυγμένου τεκμηριώνεται εμφανικά με το 91% που καταλαμβάνει στη συνολική κατανάλωση, σύμφωνα τουλάχιστον με το European Bakery Company Panorama.



Η εικόνα είναι ίδια και όσον αφορά την “εσωτερική άμιλλα” με τα υπόλοιπα προϊόντα, με το ψωμί εδώ να καταγράφει μια ξεκάθαρη πρωτιά με ποσοστό 87%. Η πίεση που ασκούν τα σούπερ μάρκετ καταγράφεται στα ευρήματα που αφορούν τα κανάλια διάθεσης προϊόντων αρτοποιίας. Με 56% το βιοτεχνικό αρτοποιείο παραμένει το δημοφιλέστερο κανάλι διάθεσης ψωμιού και ακολουθούν τα σούπερ μάρκετ που, σύμφωνα με την πανευρωπαϊκή έρευνα, καταλαμβάνουν το 24%. Αξίζει να σημειωθεί ότι η εγχώρια κατανάλωση φρέσκου ψωμιού και φρέσκων αρτοποιημάτων βρίσκεται πολύ ψηλά στην κατάταξη κατανάλωσης αρτοποιημάτων ανά χώρα, συγκριτικά με παραδοσιακές υπερδυνάμεις στον τομέα της αρτοποιίας, παρά την οικονομική κρίση που θα μπορούσε να “στρέψει” τους καταναλωτές σε φτηνές λύσεις. ➤



Ευρωπαϊκή κατανάλωση δύο ταχυτήτων

“Μέσα από την έρευνά μας παρατηρήσαμε ότι δημιουργείται ένα είδος πόλωσης στην αγορά και κατανάλωση προϊόντων αρτοποιίας. Δείχνει σαν να αναπτύσσονται παράλληλα δύο άκρα, δύο ισχυρές “αντίρροπες” τάσεις: από τη μια κατανάλωση πολύ φτηνών προϊόντων και ταυτόχρονα μια σημαντική αύξηση στην κατανάλωση προϊόντων υψηλής ποιότητας, χωρίς συντηρητικά και με αγνά υλικά”, σχολιάζει η κ. Fremaux, περιγράφοντας τις δυναμικές που εντοπίζονται στις καταναλωτικές συνήθειες των Ευρωπαίων. Τονίζει παράλληλα ότι μεγάλες προοπτικές εμφανίζει και η αγορά προϊόντων ειδικών κατηγοριών (χωρίς γλουτένη για παράδειγμα), κυρίως λόγω του πολύ καλού μάρκετινγκ που τα συνοδεύει, καθώς και της ραγδαίας ανάπτυξης της τεχνολογίας τροφίμων.

Τα δημοφιλέστερα κανάλια διάθεσης

Διαφορετική εικόνα συναντάμε στην Ελλάδα συγκριτικά με την υπόλοιπη Ευρώπη σε ό,τι αφορά τα κανάλια διάθεσης αρτοποιημάτων. Ενώ στη χώρα μας το βιοτεχνικό αρτοποιείο παραμένει- αν και με απώλειες- το πιο δημοφιλές κανάλι διάθεσης με ποσοστό 56%, στην Ευρώπη αυτός ο ρόλος έχει αντικατασταθεί από τα σούπερ μάρκετ που σημειώνουν ποσοστό 44%. Στην Ευρώπη το βιοτεχνικό αρτοποιείο ως κανάλι διάθεσης αρτοποιημάτων καταλαμβάνει το 21% και ακολουθούν με 13% τα ξενοδοχεία και οι επιχειρήσεις εστίασης, ενώ με 7% οι αλυσίδες αρτοποιίας.

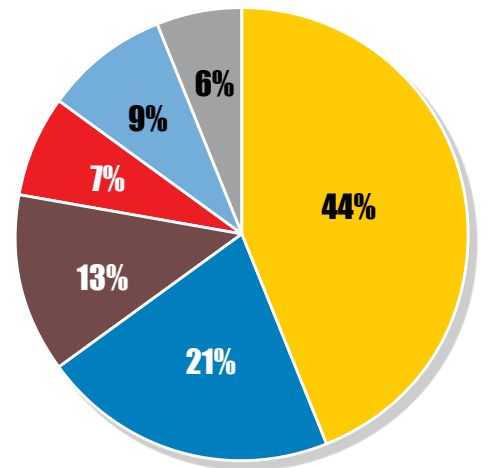
Ελληνική βιοτεχνική αρτοποιία, παρόν και μέλλον

Το βασικό συμπέρασμα που εξάγεται από την έρευνα για τον εγχώριο αρτοποιητικό κλάδο είναι ότι έχει σταθερό παρόν και ελπιδοφόρο μέλλον. Σίγουρα παρατηρούνται αλλαγές στην ελληνική αγορά, με τη γενική πανευρωπαϊκή καταναλωτική τάση για εύκολες αγορές να διεισδύει και στη χώρα μας, ωστόσο, παρ' όλη την "κινητικότητα" που εμφανίζει τα τελευταία χρόνια και λόγω της κρίσης ο Έλληνας καταναλωτής, το βιοτεχνικό αρτοποιείο αποτελεί ακόμα το δημοφιλέστερο κανάλι διάθεσης αρτοποιημάτων και το παραδοσιακό φρέσκο ψωμί παραμένει στην κορυφή των προτιμήσεων των εγχώριων καταναλωτών. “Το φρέσκο ψωμί στην Ελλάδα αποτελεί βασικό αγαθό και συστατικό κομμάτι της κοινωνίας” τονίζει η ειδικός και εκτιμά ότι αυτό δεν πρόκειται να αλλάξει λόγω της κρίσης. Συγκριτικά μάλιστα με άλλες χώρες όπως η Ισπανία και η Γερμανία, όπου η κατανάλωση φρέσκου άρτου έχει υποστεί ισχυρές απώλειες, ο ελληνικός φούρνος της γειτονιάς και τα προϊόντα του δείχνουν να αντέχουν και να ετοιμάζουν την αντεπίθεσή τους. “Η Ελλάδα είναι μια χώρα με πλούσια αρτοποιητική παράδοση, οι Έλληνες αγαπούν το φρέσκο ψωμί και αυτό φαίνεται από όλους τους δείκτες της έρευνάς μας”, εξηγεί η Anne Fremaux. Διαφαίνεται τέλος πως οι ελληνικοί φούρνοι αντιλαμβάνονται τις νέες τάσεις και τις ανάγκες της αγοράς, εξελίσσονται, διαφοροποιούν τον τρόπο προσέγγισης του καταναλωτή ενώ παράλληλα παρέχουν “πολυσυλλεκτικές υπηρεσίες”. ▶

Μετά από 5 χρόνια στασιμότητας, η κατανάλωση φρέσκου ψωμιού και φρέσκων αρτοποιημάτων περνά στην αντεπίθεση

Συνολική διάθεση αρτοποιημάτων

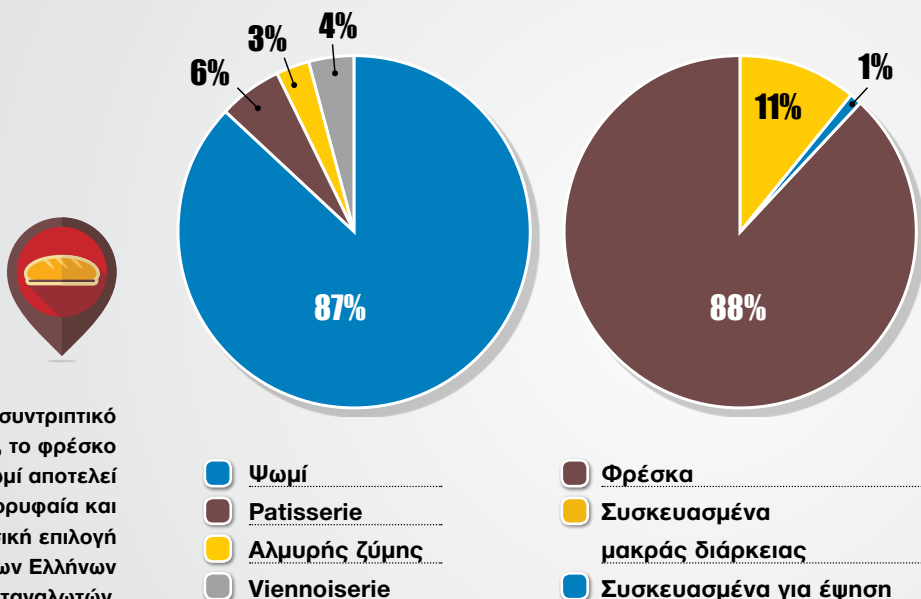
28 κράτη - μέλη ΕΕ 2016



- Σούπερ μάρκετ
- Βιοτέχνες αρτοποιοί
- HoReCa
- Αλυσίδες αρτοποιείων
- Άλλα καταστήματα
- Κοινωνικές επιχειρήσεις εστίασης

Κατανάλωση ψωμιού & αρτοποιημάτων με βάση τα είδη προϊόντων και την τεχνολογία

ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ



Με ένα συντριπτικό 91%, το φρέσκο ψωμί αποτελεί την κορυφαία και βασική επιλογή των Ελλήνων καταναλωτών.



Σουφρώπιτσα

Όταν το άρωμα σε κάνει να κλείνεις τα μάτια και η γεύση να ονειρεύσαι τότε... μόλις δοκίμασες μια απ' τις τρεις μοναδικές **Σουφρώπιτες**

- Σπανακοτυρόπιτα
- Νησιώτικη
- Τυρόπιτα

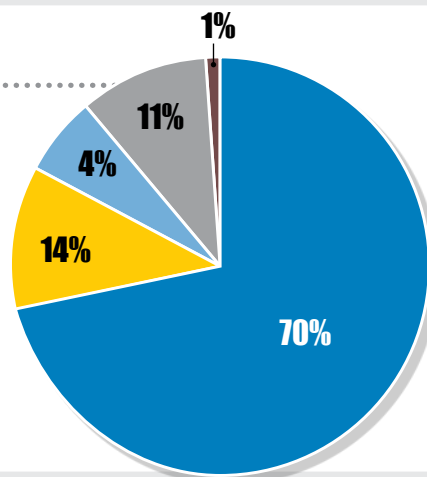


www.brakopoulos.com.gr

Διαχωρισμός αρτοποιημάτων

28 κράτη - μέλη ΕΕ 2016

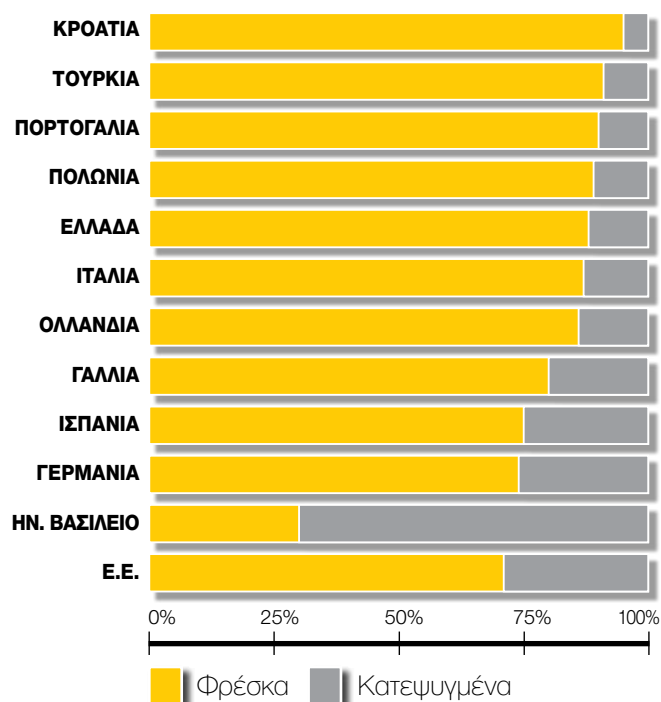
- Βιοτεχνική διάθεση
- Φρέσκα
- Bake - off
- Συσκευασμένα μακράς διάρκειας
- Συσκευασμένα προς έψηση



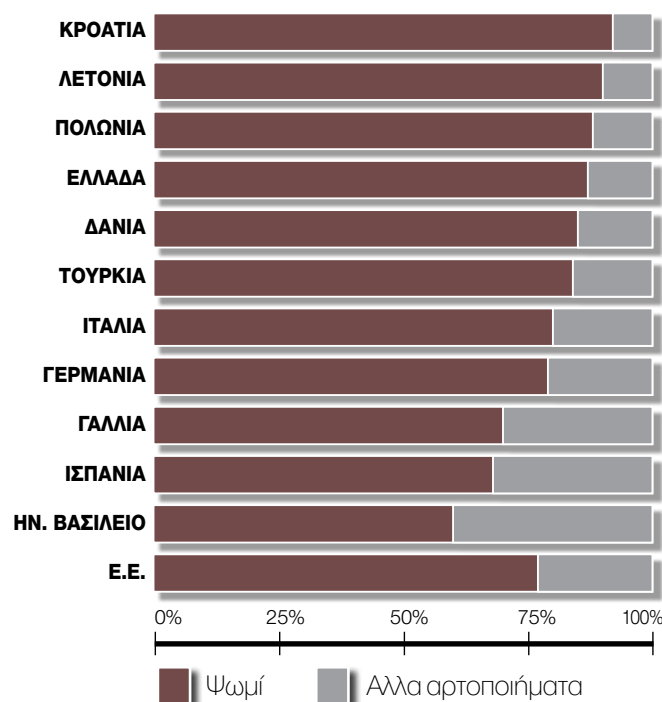
■ Διαφαίνεται ένα είδος πόλωσης στο κοινό: από τη μια, πολύ φθηνά προϊόντα, από την άλλη προϊόντα πολύ υψηλής ποιότητας, με αγνά υλικά ■

Κατανάλωση αρτοποιημάτων ανά χώρα

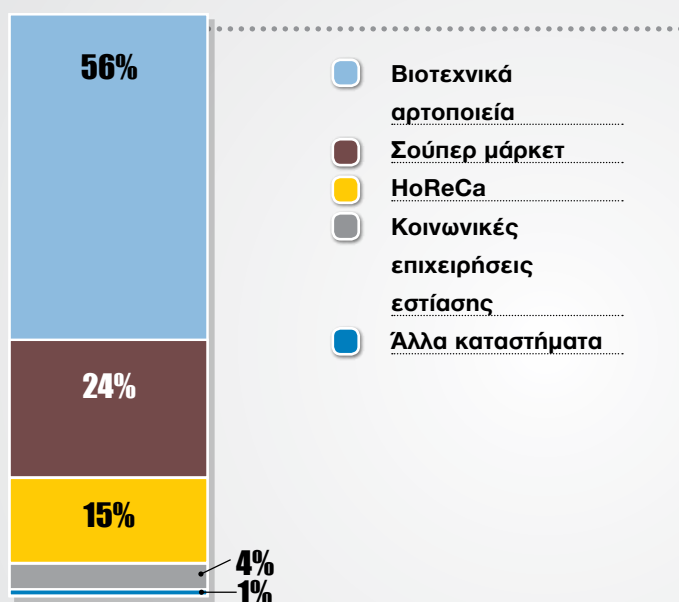
Φρέσκα και κατεψυγμένα αρτοποιήματα



Ψωμί και υπόλοιπα αρτοποιήματα



Κανάλια διάθεσης αρτοποιημάτων στην Ελλάδα



Για το πλήρες περιεχόμενο του European Bakery Company Panorama, επισκεφτείτε την ιστοσελίδα της GIRA www.girafood.com





KENFOOD
NUTRITION & BAKING SOLUTIONS



*Φέτος η βασιλόπιτα
δέξει φαντασία και
Family Cake!*

KENFOOD
ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΜΕΙΓΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΠΡΩΤΩΝ ΥΛΩΝ ΑΡΤΟΠΟΙΙΑΣ & ΖΑΧΑΡΟΠΛΑΣΤΙΚΗΣ
Σπετσών 1, Κερασίνη 187 55 | T. 210 56 15 410 | F. 210 56 15 717 | kenfood@loulisgroup.com



www.kenfood.com