

ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ

ΣΤΟΧΑΣΙΣ ΑΕ: «ΚΛΑΔΙΚΕΣ ΣΤΟΧΕΥΣΕΙΣ»

ΑΛΥΣΙΔΕΣ ΓΡΗΓΟΡΗΣ ΕΣΤΙΑΣΗΣ

Η δυσμενής οικονομική συγκυρία των τελευταίων ετών άγγιξε και τον κλάδο των αλυσίδων γρήγορης εστίασης, παρόλο που τα προσφερόμενα προϊόντα αποτελούν είδη διατροφής και οι αλυσίδες του κλάδου αποτελούν συγκριτικά φθηνότερο εναλλακτικό τρόπο εστίασης και ψυχαγωγίας, σύμφωνα με μελέτη που εκπόνησε η **ΣΤΟΧΑΣΙΣ Σύμβουλοι Επιχειρήσεων ΑΕ (www.stochasis.com)**, στο πλαίσιο της σειράς μελετών **Κλαδικές Στοχεύσεις**.

Ειδικότερα, το μέγεθος εγχώριας αγοράς **αλυσίδων γρήγορης εστίασης** υπολογίζεται σε €481,5 εκ. το 2013, με το Μέσο Ετήσιο Ρυθμό Μεταβολής (ΜΕΡΜ) να διαμορφώνεται αρνητικός (-11,4%) τη χρονική περίοδο 2010-2013.

Σύμφωνα με τη **συντάκτρια της μελέτης κυρία Μαρίνα Κυριάκου**, οι αλυσίδες με κύριο προϊόν το σουβλάκι παρουσιάζονται περισσότερο «ανθεκτικές», σε σύγκριση με τις υπόλοιπες κατηγορίες αλυσίδων, ενώ οι αλυσίδες burger είναι αυτές που έχουν πληγεί περισσότερο, παρουσιάζοντας μείωση 18,6% το 2012 σε σχέση με το 2011.

Σημειώνεται ότι, οι αλυσίδες burger κατέχουν σχεδόν το 40% της εγχώριας αγοράς αλυσίδων γρήγορης εστίασης (σε αξία), ενώ ακολουθούν οι αλυσίδες snack/sandwich με μερίδιο περίπου 30%, οι αλυσίδες pizza με 20% και τέλος οι αλυσίδες με κύριο προϊόν το σουβλάκι με μερίδιο σχεδόν 10%.

Όπως αναφέρει ο **Πρόεδρος & Διευθύνων Σύμβουλος της ΣΤΟΧΑΣΙΣ Σύμβουλοι Επιχειρήσεων ΑΕ, κ. Βασίλης Ρεγκούζας**, οι προβλέψεις για την ανάκαμψη της ελληνικής οικονομίας εκτιμάται ότι θα επηρεάσουν θετικά την εξεταζόμενη αγορά, η πορεία της οποίας μεσοπρόθεσμα, προβλέπεται ότι θα παρουσιάσει άνοδο φτάνοντας το 2018 τα €631 εκ. σε αξία (ΜΕΡΜ 2013-2018: 5,6%).

Εκτιμάται ότι, οι επιχειρήσεις του κλάδου με την ανάπτυξη νέων προϊόντων, που θα ανταποκριθούν στην αλλαγή του καταναλωτικού μοντέλου, σε συνδυασμό με την επέκτασή τους σε κλειστές αγορές και την υιοθέτηση νέων concepts ενδέχεται να αντισταθμίσουν τις πιέσεις που δέχονται από τη λειτουργία τόσο μεμονωμένων καταστημάτων, όσο και αλυσίδων αρτοποιειών, frozen yoghurt, donuts κλπ., οι οποίες σύμφωνα με παράγοντες της αγοράς, έχουν αποσπάσει μερίδιο από τις αλυσίδες γρήγορης εστίασης. Υπό προϋποθέσεις, ευκαιρία, κυρίως για τις μεγαλύτερες αλυσίδες του κλάδου, θα μπορούσε να αποτελέσει και η ανάπτυξη δικτύου καταστημάτων σε γειτονικές αναπτυσσόμενες χώρες. Επιπρόσθετα, σημειώνεται ότι η ύπαρξη ισχυρών brands, που αξιοποιούν τον θεσμό της δικαιόχρησης (franchising), αποτελεί βασικό χαρακτηριστικό του εν λόγω κλάδου που τον καθιστά ιδιαίτερα ελκυστικό για υποψήφιους επενδυτές-franchisees.

Εξετάζοντας την αγορά σε παγκόσμιο επίπεδο, προκύπτει ότι το 1/3 περίπου των μεγαλύτερων, βάσει κύκλου εργασιών, brands της εστίασης παγκοσμίως προέρχεται από τις ΗΠΑ. Ηγέτης του κλάδου είναι τα McDonald's, ενώ όσον αφορά στον αριθμό των καταστημάτων, σημαντική ανάπτυξη παρουσιάζει η αλυσίδα Subway, που κατατάσσεται στην πρώτη θέση με 24.722 καταστήματα συνολικά, εκ των οποίων τα 872 ξεκίνησαν να λειτουργούν το 2011.

Όσον αφορά στην ευρωπαϊκή αγορά, η Μεγάλη Βρετανία αποτελεί τη μεγαλύτερη αγορά αλυσίδων εστίασης στην Ευρώπη, με έσοδα \$19.802, το 2011. Σημειώνεται ότι, τα μεγαλύτερα brands εστίασης προέρχονται από τη Μ. Βρετανία. Στην κορυφή της ευρωπαϊκής αγοράς αλυσίδων γρήγορης εστίασης κατατάσσεται η αλυσίδα McDonald's, βάσει των εσόδων της, με τη γαλλική Sodexo να ακολουθεί (€6.740 εκ.).