

6.2 Η Εγχώρια Αγορά Καφέ

6.2.1 Η Εγχώρια Κατανάλωση Καφέ

Η συνολική κατανάλωση καφέ (σε ποσότητα) ακολούθησε ανοδική πορεία την περίοδο 1993-2016 με μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης 1,9%. Ωστόσο, αυτή η ανοδική τάση ανακόπηκε το 2017. Συγκεκριμένα, η αγορά του καφέ μειώθηκε κατά 4,0% το 2017 σε σχέση με το 2016, γεγονός που οφείλεται στην αύξηση της τιμής του καφέ λόγω της επιβολής του Ειδικού Φόρου Κατανάλωσης (1/1/2017).

Την επόμενη διετία (2018-2019), η κατανάλωση σημείωσε εκ νέου αύξηση, ενώ το **2020** παρουσίασε **πτώση** κατά **(5,4%)** και διαμορφώθηκε σε **35.850 τόνους**, ως απόρροια της εμφάνισης της πανδημίας Covid-19. Το **2021** η αγορά εκτιμάται ότι εμφάνισε **άνοδο** **(5,3%)** και ανήλθε σε **37.750 τόνους**. Όσον αφορά το **2022**, προβλέπεται περαιτέρω άνοδος με χαμηλότερο όμως ρυθμό **(+1,7%)**.

Επισημαίνεται ότι, τα εκτιμώμενα μεγέθη περιλαμβάνουν την **οικιακή κατανάλωση**, καθώς και την κατανάλωση στους **χώρους εστίασης** (καφετέριες, εστιατόρια, ξενοδοχεία κ.λπ.).

Αξιοσημείωτο είναι ότι, η παρατεταμένη περίοδος οικονομικής ύφεσης που πέρασε η χώρα τα προηγούμενα χρόνια δεν επηρέασε ουσιαστικά τη συνολική κατανάλωση καφέ, καθώς ο κλάδος φαίνεται ότι παρουσιάζει σχετική σταθερότητα. Πρόκειται για ένα προϊόν το οποίο αποτελεί αναπόσπαστο μέρος της καθημερινότητας ενός μεγάλου ποσοστού του καταναλωτικού κοινού.

Αναφορικά με το 2020 και την εμφάνιση της πανδημίας Covid-19 η οποία έπληξε και την ελληνική επικράτεια, οι περισσότερες εταιρείες που δραστηριοποιούνται στον καφέ επηρεάστηκαν αρνητικά. Ειδικότερα, η κατανάλωση καφέ **μειώθηκε** **(-5,4%)**, ως απόρροια των περιοριστικών ρυθμίσεων που επιβλήθηκαν λόγω της πανδημίας (αναστολή της λειτουργίας των μονάδων εστίασης για μεγάλο χρονικό διάστημα κ.λπ.). Επίσης, η κατακόρυφη πτώση του τουρισμού συντέλεσε στην μείωση της κατανάλωσης, καθώς ένα μικρό ποσοστό αυτής προέρχεται από τους τουρίστες. Από την άλλη πλευρά όμως, αυξήθηκε η οικιακή κατανάλωση γεγονός που περιόρισε, ως ένα βαθμό, τις συνολικές απώλειες του κλάδου.

Παράλληλα, είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι οι κατηγορίες καφέ που επηρεάστηκαν περισσότερο από την επιβολή των περιοριστικών μέτρων είναι αυτές των οποίων η κατανάλωση πραγματοποιείται κυρίως εκτός σπιτιού, όπου την μερίδα του λέοντος

κατέχει σε αυτήν την περίπτωση ο καφές espresso. Όσον αφορά τον ελληνικό και τον στιγμιαίο καφέ (των οποίων η κατανάλωση γίνεται κυρίως στο σπίτι), αυτοί επηρεάστηκαν σε μικρότερο βαθμό σε σχέση με τον espresso. Η ισχυρή αυτή επιρροή ήταν λογικό επακόλουθο της τάσης των καταναλωτών να προετοιμάζουν τους συγκεκριμένους τύπους καφέδων στο σπίτι, τάση η οποία συνεχίστηκε και κατά την περίοδο της πανδημίας.

Σε γενικές γραμμές, παρατηρούνται διαφορετικοί

Πίνακας 6.2 Εγχώρια κατανάλωση καφέ ανά κατηγορία (1993-2022)

Έτος	Ελληνικός	Στιγμιαίος	Καφές μηχανής (Φίλτρου & Espresso)		Σύνολο
1993	15.200	5.100	1.900		22.200
1994	15.000	5.250	2.050		22.300
1995	14.800	5.400	2.200		22.400
1996	14.850	5.500	3.000		23.350
1997	14.800	5.650	3.150		23.600
1998	14.700	5.800	3.300		23.800
1999	14.650	6.000	3.500		24.150
2000	14.600	6.250	3.700		24.550
2001	14.550	6.500	3.950		25.000
2002	14.550	6.700	4.400		25.650
2003	14.500	6.850	4.650		26.000
2004	14.500	8.000	5.400		27.900
2005	14.600	8.300	6.000		28.900
2006	14.750	8.500	6.800		30.050
2007	14.700	8.700	8.000		31.400
2008	14.550	8.600	9.200		32.350
2009	15.900	9.000	10.200		35.100
2010	15.850	8.950	10.900		35.700
2011	15.800	8.850	11.500		36.150
Έτος	Ελληνικός	Στιγμιαίος	Φίλτρου	Espresso	Σύνολο
2012	15.600	8.600	3.600	8.600	36.400
2013	15.500	8.150	3.400	9.400	36.450
2014	15.450	7.800	3.350	10.650	37.250
2015	15.400	7.400	3.200	12.100	38.100
2016	15.300	6.900	3.400	13.100	38.700
2017	14.700	5.900	3.300	13.250	37.150
2018	14.600	5.700	3.350	13.650	37.300
2019	14.500	5.600	3.400	14.400	37.900
2020	14.000	5.450	3.200	13.200	35.850
2021	13.850	5.350	3.450	15.100	37.750
2022*	13.750	5.300	3.550	15.800	38.400

Ποσότητα σε τόνους

Σημείωση: Τα στοιχεία της εγχώριας κατανάλωσης χωριστά για τον espresso και τον καφέ φίλτρου παρατίθενται από το 2012. Επίσης, στα αναφερόμενα μεγέθη δεν περιλαμβάνονται ποσότητες καφέ σε μορφή κάψουλας, οι οποίες υπολογίζονται σε 1.450 τόνους το 2021.

* Πρόβλεψη

Πηγή: Εκτιμήσεις Αγοράς –ICAP CRIF A.E.

ρυθμοί εξέλιξης μεταξύ των διαφόρων κατηγοριών καφέ, καθώς ορισμένα είδη παρουσιάζουν ιδιαίτερη δυναμική (espresso, κάψουλες), εν αντιθέσει με άλλα είδη καφέ που ακολουθούν καθοδική πορεία.

Αναλυτικά, ανά κατηγορία καφέ:

➤ **Ελληνικός Καφές**

Η εγχώρια κατανάλωση του ελληνικού καφέ ακολουθεί **πτωτική** τροχιά από το 2010 (με μικρό όμως ετήσιο ρυθμό μεταβολής), διαμορφούμενη το **2021** σε **13.850 τόνους**, μειωμένη κατά 1,1% έναντι του 2020. Το 2022, εκτιμάται ότι θα παρουσιάσει οριακή μείωση (-0,7%).

➤ **Στιγμιαίος Καφές**

Καθοδική πορεία, με υψηλότερο ρυθμό σε σχέση με τον ελληνικό καφέ, ακολουθεί η κατανάλωση στιγμιαίου καφέ, τάση η οποία εκτιμάται ότι συνεχίζεται και το τρέχον έτος. Η αγορά εκτιμάται στους **5.350 τόνους** το **2021**. Περαιτέρω μικρή μείωση προβλέπεται και για το 2022 (-0,9%).

➤ **Καφές Φίλτρου**

Ανοδικές τάσεις παρουσιάζει η κατανάλωση του καφέ φίλτρου τα τελευταία χρόνια (με εξαίρεση το 2020 όπου και σημείωσε μείωση 5,9%), ανερχόμενη στο επίπεδο των **3.450 τόνων**, το **2021**. Αύξηση (2,9%) αναμένεται να εμφανίσει και το 2022.

Σύμφωνα με παράγοντες του κλάδου, η ζήτηση για καφέ φίλτρου ενισχύεται και στον τομέα της οργανωμένης λιανικής (super-market), αλλά και στο κανάλι HORECA (ξενοδοχεία κ.ά.). Ο καφές φίλτρου εξακολουθεί να αποτελεί ακόμη μια "αγαπημένη" κατηγορία καφέ για τους καταναλωτές, η οποία τα τελευταία χρόνια έχει εμπλουτιστεί από τις εταιρείες με νέα προϊόντα (π.χ. με νέες γεύσεις – αρώματα, χωρίς καφεΐνη κ.ά.).

➤ **Καφές Espresso**

Σύμφωνα με εκτιμήσεις, η συνολική κατανάλωση του καφέ espresso υπολογίζεται σε **15.100 τόνους** το **2021**, αυξημένη κατά 14,4% σε σχέση με το 2020. Η αύξηση αυτή ήταν λογικό επακόλουθο μετά τη σημαντική μείωση που εμφάνισε το 2020 σε σχέση με το 2019 (-8,3%). Περαιτέρω άνοδος αναμένεται και για το 2022, με ηπιότερο όμως ρυθμό (+4,6%). Τονίζεται ότι, το προαναφερόμενο μέγεθος δεν περιλαμβάνει τον καφέ σε μορφή κάψουλας, για οικιακή κατανάλωση.

Η αλματώδης αύξηση της κατανάλωσης espresso στη χώρα μας οφείλεται στην ολοένα και αυξανόμενη αποδοχή, από πλευράς καταναλωτών, των νέων ροφημάτων καφέ (freddo espresso, freddo cappuccino, latte κ.α.), τα οποία έχουν ως βάση παρασκευής τον καφέ espresso.

Καφές σε Κάψουλες

Σημαντική εξέλιξη των τελευταίων ετών είναι η εμφάνιση και διάθεση στην αγορά των μηχανών παρασκευής καφέ για ιδιωτική χρήση (οικιακή κατανάλωση). Οι μηχανές αυτές εξελίσσονται συνεχώς, προσφέροντας στον καταναλωτή μεγαλύτερη ποικιλία ροφημάτων καφέ.

Παράλληλα, πέρα από τη παρασκευή καφέ, τα κλειστά συστήματα ροφημάτων προσφέρουν τη δυνατότητα παρασκευής και πολλών άλλων ροφημάτων (π.χ. σοκολάτα, τσάι).

Παράγοντες της αγοράς σημειώνουν ότι οι εν λόγω μηχανές συνέβαλαν στην αύξηση των πωλήσεων καφέ γενικά, καθώς έδωσαν τη δυνατότητα στον καταναλωτή να "πειραματισθεί" στο σπίτι του επιλέγοντας και παρασκευάζοντας τον καφέ της αρεσκείας του.

Σε αυτήν την κατηγορία καφέ ο ανταγωνισμός είναι ιδιαίτερα υψηλός, οι δε εταιρείες προβαίνουν συχνά σε εκπτώσεις και προσφορές (σε συνεργασία με τις λιανεμπορικές επιχειρήσεις), διευρύνοντας παράλληλα τις προσφερόμενες υπηρεσίες τους. Οι καταναλωτές έχουν την δυνατότητα να προμηθευτούν τόσο τις μηχανές όσο και τις κάψουλες από τις ίδιες τις εταιρείες και τα "ηλεκτρονικά τους καταστήματα" (e-shops) αλλά και από καταστήματα ηλεκτρικών - ηλεκτρονικών ειδών. Επίσης, οι συμβατές με αυτές τις μηχανές κάψουλες καφέ διατίθενται και από τα supermarket.

Η εξεταζόμενη αγορά εμφάνισε σημάδια ανόδου τα τελευταία έτη. Σύμφωνα με εκτιμήσεις, η συνολική κατανάλωση καφέ σε **κάψουλες** υπολογίζεται στους **1.450 τόνους** περίπου το **2021**. Περαιτέρω αύξηση αναμένεται για το 2022. Ο καφές espresso αποσπά το μεγαλύτερο μερίδιο στην κατηγορία των ροφημάτων με κάψουλες.

Πηγές της αγοράς επισημαίνουν ότι η κατηγορία "on demand" (κλειστά συστήματα ροφημάτων) αποτέλεσε "ευκαιρία" για τον κλάδο, καθώς άλλαξε, ως ένα βαθμό, τα δεδομένα και διαφοροποίησε τα πρότυπα κατανάλωσης καφέ, ενισχύοντας τη διείσδυση της κατηγορίας του espresso στα ελληνικά νοικοκυριά. Οι μεγάλες κυρίως εταιρείες "εκμεταλλεύτηκαν" την ανάπτυξη της συγκεκριμένης αγοράς και άρχισαν να διαθέτουν καφέ στη συγκεκριμένη μορφή (σε κάψουλες) με τις αντίστοιχες ειδικές μηχανές παρασκευής.

Διάρθρωση της αγοράς

Το μεγαλύτερο μερίδιο στην εγχώρια αγορά καταλάμβανε διαχρονικά ο ελληνικός καφές μέχρι και το 2020, ενώ το 2021 εκτιμάται ότι υποχώρησε κατά μία θέση. Ειδικότερα, το 2021 το ποσοστό συμμετοχής του υπολογίζεται σε 36,7%.

Την μερίδα του λέοντος στην κατανάλωση κατέχει ο καφές espresso το 2021 με ποσοστό που εκτιμάται στο 40,0%. Όσον αφορά τον καφέ φίλτρου, αυτός απέσπασε μερίδιο 9,1%.

Τέλος, ο στιγμιαίος καφές συμμετείχε με ποσοστό 14,2% στο σύνολο της κατανάλωσης το 2021.

Πίνακας 6.3 Διάρθρωση της κατανάλωσης καφέ ανά κύρια κατηγορία (2017-2022)

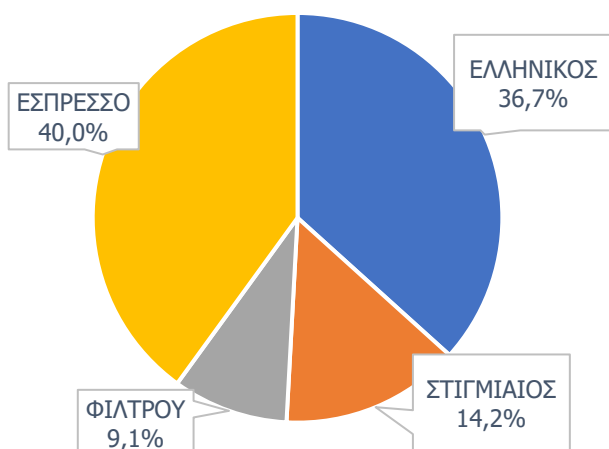
Έτος	Ελληνικός	Στιγμιαίος	Φίλτρου	Espresso
2017	39,6%	15,9%	8,9%	35,7%
2018	39,1%	15,3%	9,0%	36,6%
2019	38,3%	14,8%	9,0%	38,0%
2020	39,1%	15,2%	8,9%	36,8%
2021	36,7%	14,2%	9,1%	40,0%
2022	35,8%	13,8%	9,2%	41,1%

* Πρόβλεψη

Πηγή: Πίνακας 6.2

Τυποποιημένα προϊόντα

Διάγραμμα 6.5 Διάρθρωση της εγχώριας κατανάλωσης καφέ ανά κατηγορία (2021)



Πηγή: Πίνακας 6.3

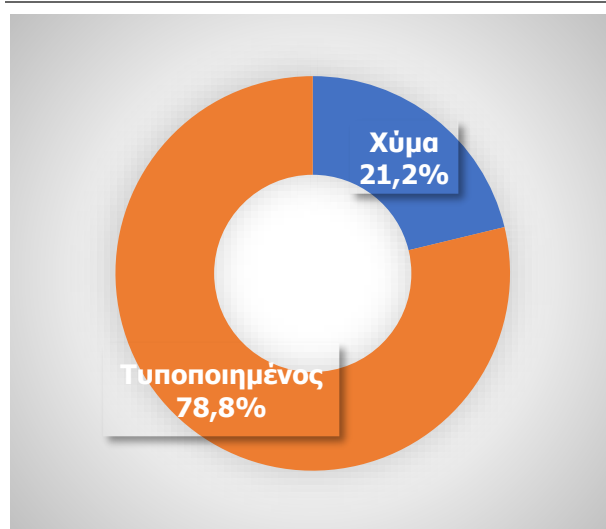
Ο ελληνικός καφές διατίθεται κατά κύριο λόγο **τυποποιημένος**-συσκευασμένος. Σύμφωνα με εκτιμήσεις, το μερίδιό του διαμορφώθηκε σε **78,8%**

το **2021**, παρουσιάζοντας ανοδική πορεία διαχρονικά.

Τα υπόλοιπα είδη καφέ (στιγμιαίος, φίλτρου, espresso) διατίθενται κυρίως συσκευασμένα. Παράγοντες του κλάδου εκτιμούν ότι, μεταξύ των συγκεκριμένων ειδών καφέ, μικρότερο ποσοστό τυποποίησης εμφανίζει ο καφές φίλτρου, καθώς μέρος αυτού διατίθεται και χύμα κυρίως από καφεκοπτεία. Ο στιγμιαίος καφές και ο espresso διατίθενται σχεδόν εξ ολοκλήρου συσκευασμένοι.

Αναφορικά με τον espresso, η τυποποίησή του γίνεται κατά κύριο λόγο σε επαγγελματικές συσκευασίες, καθώς προορίζεται ως επί το πλείστον για χώρους μαζικής εστίασης (καφετέριες, εστιατόρια, ξενοδοχεία κ.ά.). Ωστόσο, όπως έχει ήδη αναφερθεί, τα τελευταία χρόνια αύξηση παρουσιάζει η κατανάλωση καφέ espresso και παραλλαγών αυτού (cappuccino, latte κ.ά.) από τα νοικοκυριά, με τη χρήση ειδικών μηχανών παρασκευής καφέ.

Διάγραμμα 6.6 Διάρθρωση της εγχώριας κατανάλωσης ελληνικού καφέ (2021)



Πηγή: Εκτιμήσεις Αγοράς –ICAP CRIF A.E.

ποσοστό επί της συνολικής αγοράς σε αξία (20,6%-112,3 εκατ.).

Πίνακας 6.4 Διάρθρωση της κατανάλωσης ελληνικού καφέ (1993, 2003, 2013-2021)

Έτος	Χύμα	Ποσοστό (%)	Τυποποιημένος	Ποσοστό (%)	Σύνολο
1993	8.250	54,3%	6.950	45,7%	15.200
2003	6.600	45,5%	7.900	54,5%	14.500
2013	4.200	27,1%	11.300	72,9%	15.500
2014	4.100	26,5%	11.350	73,5%	15.450
2015	3.900	25,3%	11.500	74,7%	15.400
2016	3.850	25,2%	11.450	74,8%	15.300
2017	3.450	23,5%	11.250	76,5%	14.700
2018	3.400	23,3%	11.200	76,7%	14.600
2019	3.340	23,0%	11.160	77,0%	14.500
2020	3.040	21,7%	10.960	78,3%	14.000
2021	2.940	21,2%	10.910	78,8%	13.850

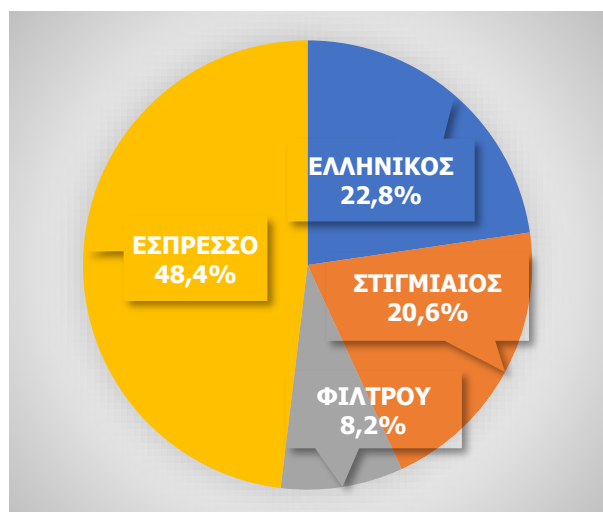
Ποσότητα σε τόνους
Α.Ε.

Πηγή: Εκτιμήσεις Αγοράς –ICAP CRIF

Αξία της αγοράς

Η συνολική **εγχώρια αγορά** του καφέ σε αξία (σε **τιμές χονδρικής**) εκτιμάται σε **€546 εκατ.** το **2021**, παρουσιάζοντας **αύξηση** 6,5% περίπου σε σχέση με το 2020 (€513 εκατ.). Ο καφές espresso εκτιμάται ότι απέσπασε ποσοστό περίπου 48,4% (€264,2 εκατ.) το ίδιο έτος, αυξάνοντας το μερίδιό του συνεχώς τα τελευταία χρόνια. Ο ελληνικός καφές υπολογίζεται ότι κατέλαβε μερίδιο της τάξης του 23% επί της συνολικής αξίας της αγοράς (€124,6 εκατ.). Ο καφές φίλτρου εκτιμάται ότι κάλυψε το 8,2% της αγοράς το 2021 (€44,8 εκατ.). Σχετικά με το στιγμιαίο καφέ, παρόλο που το μερίδιό του επί της συνολικής αγοράς (σε όγκο πωλήσεων) μειώνεται συνεχώς, εξαιτίας της υψηλότερης μέσης τιμής σε

Διάγραμμα 6.7 Κατανομή της εγχώριας αγοράς καφέ σε αξία (2021)



Πηγή: Εκτιμήσεις Αγοράς –ICAP CRIF Α.Ε.
σχέση με τις άλλες κατηγορίες, διατηρεί υψηλό

6.2.2 Μεριδία Αγοράς

Η αγορά του καφέ είναι συγκεντρωμένη σε λίγες μεγάλο μεγέθους επιχειρήσεις, οι οποίες διαθέτουν ποικιλία προϊόντων και δαπανούν αξιολογικά ποσά για τη διαφημιστική υποστήριξη, προβολή και προώθηση αυτών.

Στη συνέχεια παρατίθενται τα εκτιμώμενα μερίδια αγοράς των κυριότερων επιχειρήσεων σε κάθε κατηγορία προϊόντος. Τα εν λόγω μερίδια έχουν εκτιμηθεί με βάση την ποσότητα (τόνους) καφέ ανά κατηγορία που καταναλώθηκαν στην εγχώρια αγορά το 2021.

➤ Ελληνικός Καφές

Στη συνολική αγορά του ελληνικού καφέ κυρίαρχη θέση κατέχει η επιχείρηση **Nestlé** Ελλάς (Λουμίδης/Παπαγάλος), η οποία εκτιμάται ότι απέσπασε μερίδιο μεταξύ **46% - 50%** το 2021. Η **Jacobs Douwe Egberts** (καφές Bravo) εκτιμάται ότι απέσπασε μερίδιο που κυμαίνεται σε **10%-13%** το ίδιο έτος. Παράλληλα, αξιόλογη παρουσία στον κλάδο έχουν και οι εταιρείες Αρχοντάκης, Β., Α.Β.Ε.Ε., Δανδάλης, Α.Τ., & Υιοί Α.Ε.Β.Ε. και Ουζούνογλου. Γ., Υιοί Α.Β.&Ε.Ε.

Επισημαίνεται ότι, τα μερίδια των εταιρειών στη λιανική αγορά του τυποποιημένου ελληνικού καφέ (supermarket κ.ά.) κυμαίνονται σε υψηλότερα επίπεδα.

Αξιόλογη παρουσία τα τελευταία κυρίως χρόνια εμφανίζει η κατανάλωση ελληνικού καφέ "ιδιωτικής ετικέτας" (προϊόντα private label), ο οποίος διατίθεται μέσω των αλυσίδων super markets. Η ανάπτυξη αυτών στηρίζεται στη χαμηλότερη τιμή

διάθεσης σε σχέση με τα “επώνυμα” (branded) προϊόντα.

➤ **Στιγμιαίος Καφές**

Δεσπόζουσα θέση στην αγορά του στιγμιαίου καφέ καταλαμβάνει με μεγάλη διαφορά η **Nestlé** Ελλάς (NESCAFE) με εκτιμώμενο μερίδιο μεταξύ **77% - 80%** το 2021. Μερίδιο που κυμαίνεται μεταξύ **5% - 8%** εκτιμάται ότι κατέλαβε η **Jacobs Douwe Egberts** το 2021. Επίσης, αξιόλογη παρουσία στον κλάδο κατέχει η εταιρεία Αναστασόπουλος, Βασίλειος Γ., Εισαγωγική – Εμπορική Καφέ Α.Ε.

➤ **Καφές Φίλτρου**

Στην αγορά του καφέ φίλτρου, κορυφαία θέση κατέχει η **Jacobs Douwe Egberts** (προϊόντα Jacobs, BRAVO, MAXWELL HOUSE, κ.ά.) η οποία εκτιμάται ότι κάλυψε μερίδιο που κυμαίνεται στο **50% - 55%** της συγκεκριμένης αγοράς, το 2021.

➤ **Καφές Espresso**

Σημαντική θέση στην εν λόγω κατηγορία καφέ κατέχει η **Kafea** Terra Food & Drinks A.E.B.E. (ILLY, Dimello και Area 51) με μερίδιο που εκτιμάται στο **27%-28%** το 2021. Αξιόλογη θέση στην κατηγορία έχει και η εταιρεία P.T. Beverage World Limited & ΣΙΑ Ε.Π.Ε. με την αντιπροσώπευση του εμπορικού σήματος Lavazza (από τα τέλη του 2019).

Στην κατηγορία της κάψουλας, δραστηριοποιούνται τα τελευταία έτη αρκετές επιχειρήσεις. Η πλειονότητα αυτών εισάγει και διαθέτει στην αγορά καφέ espresso, καθώς η κατηγορία “on demand” (συστήματα παρασκευής ροφημάτων) παρουσιάζει σημαντική ανάπτυξη τα τελευταία έτη. Σημαντική παρουσία σε αυτήν την κατηγορία έχει η εταιρεία Νεσπρέσο Ελλάς Α.Ε.

6.2.3 Κανάλια Διάθεσης

Το κύριο κανάλι διάθεσης του καφέ αποτελούσε μέχρι και το 2019 το επαγγελματικό κανάλι (χώροι μαζικής εστίασης όπως καφετέριες, εστιατόρια, φούρνοι, ζαχαροπλαστεία, ξενοδοχειακές μονάδες κ.λπ.), με το λιανεμπόριο (κυρίως τα supermarkets) να καταλαμβάνει τη δεύτερη θέση.

Ωστόσο, η επιβολή περιοριστικών μέτρων, που επιβλήθηκαν λόγω της πανδημίας Covid-19 από τον Μάρτιο του 2020, μετέβαλε το μερίδιο ανά κανάλι διανομής. Συγκεκριμένα, το κανάλι των **supermarket** αποτέλεσε κυρίαρχο κανάλι διανομής την διετία 2020 - 2021 με εκτιμώμενο ποσοστό μεταξύ **55% - 56%**. Σε αυτό συνέβαλε και η αύξηση της κατανάλωσης του καφέ espresso από το σπίτι την συγκεκριμένη χρονική περίοδο, ως

επακόλουθο της αναστολής της λειτουργίας των επιχειρήσεων της μαζικής εστίασης, για μεγάλο χρονικό διάστημα. Πρόκειται για ένα είδος καφέ που η κατανάλωση του πραγματοποιείται διαχρονικά κυρίως εκτός σπιτιού.

Όσον αφορά τους **χώρους μαζικής εστίασης**, το εν λόγω κανάλι διάθεσης εκτιμάται ότι κάλυψε ποσοστό μεταξύ **40% - 42%**. Τέλος, τα **καφεκοπτεία** εκτιμάται ότι απέσπασαν το **2% - 5%** της συνολικής κατανάλωσης καφέ.

7.5 Δίκτυο – Πωλήσεις των Αλυσίδων Café - Μεριδία

Η ανάπτυξη των αλυσίδων café έχει μεταβάλλει ουσιαστικά την εικόνα μιας αγοράς την οποία μέχρι πριν μία 20-ετία περίπου, συνθέταν οι μεμονωμένες επιχειρήσεις – καταστήματα café, δημιουργώντας μ' αυτόν τον τρόπο νέες συνθήκες ανταγωνισμού.

Η αγορά των αλυσίδων καταστημάτων café (δηλαδή των καταστημάτων που σερβίρουν ρόφημα καφέ και λειτουργούν κάτω από την ίδια επωνυμία και επιχειρηματικό "concept") σημείωσε υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης αρχικά την περίοδο 2006-2009 και στη συνέχεια την περίοδο 2013-2018.

Οι ρυθμοί με τους οποίους εξελίχθηκαν το χρονικό

Πίνακας 7.7 Εξέλιξη πωλήσεων των αλυσίδων καταστημάτων café (2006-2022)

Έτος	Συνολικές πωλήσεις αλυσίδων café	Μεταβολή πωλήσεων (%)	Πωλήσεις καφέ	Συμμετοχή στις συνολικές πωλήσεις (%)
2006	159.000	-	80.000	50,3
2007	183.000	15,1	100.000	54,6
2008	202.000	10,4	111.000	55,0
2009	217.000	7,4	118.000	54,4
2010	212.000	-2,3	116.000	54,7
2011	195.000	-8,0	108.000	55,4
2012	176.000	-10,0	101.000	57,4
2013	209.000	18,8	125.000	59,8
2014	233.000	11,5	144.000	61,8
2015	430.000	-	220.000	51,2
2016	448.000	4,2	232.000	51,8
2017	452.000	0,9	235.000	52,0
2018	460.000	1,8	245.000	53,3
2019	535.000	-	288.000	53,8
2020	460.000	-14,0	250.000	54,3
2021	508.000	10,4	273.000	53,7
2022*	530.000	4,3	285.000	53,8

Για τα έτη 2013-2022 έχουν συμπεριληφθεί και οι εκτιμώμενες πωλήσεις των αλυσίδων Mikel και Coffee Island.

Για τα έτη 2015-2022 έχουν συμπεριληφθεί και οι εκτιμώμενες πωλήσεις των αλυσίδων EVEREST, COFFEE BERRY, COFFEBRANDS, COFFEE LAB.

Για τα έτη 2019-2022 έχουν συμπεριληφθεί και οι εκτιμώμενες πωλήσεις επτά αλυσίδων οι οποίες εισήλθαν στην αγορά τα τελευταία έτη.

Ποσά: σε χιλ. €

**πρόβλεψη*

Πηγή: Εκτιμήσεις ICAP CRIF A.E.

διάστημα 2006-2009 οι "επώνυμες" αλυσίδες στη χώρα μας ήταν αρκετά γρήγοροι, με αποτέλεσμα τη συνύπαρξη μεγάλου αριθμού καταστημάτων σε μικρή σχετικά απόσταση μεταξύ τους, σε συγκεκριμένες "τοπικές" αγορές. Την τριετία που ακολούθησε (2010-2012), ορισμένες αλυσίδες διέκοψαν τη λειτουργία τους, ενώ ορισμένες

μεγάλου μεγέθους έκλεισαν ορισμένα καταστήματα, σε μια προσπάθεια αναδιάρθρωσης του δικτύου τους. Η αγορά την περίοδο 2010-2012 κινήθηκε σε πτωτική τροχιά.

Ωστόσο, από το 2013 παρατηρείται σημαντική αύξηση, λόγω κυρίως της αλματώδους ανάπτυξης δύο αλυσίδων café και συγκεκριμένα, της αλυσίδας Mikel (η οποία ξεκίνησε το 2011) και της αλυσίδας Coffee Island. Άνοδο καταγράφουν οι συνολικές πωλήσεις των αλυσίδων καφέ και τα επόμενα έτη, με την είσοδο και άλλων επιχειρήσεων στη συγκεκριμένη αγορά.

Αναφορικά με το **2020** και την εμφάνιση της **πανδημίας Covid-19**, η οποία έπληξε την ελληνική επικράτεια, οι αλυσίδες καφέ επηρεάστηκαν

αρνητικά. Ειδικότερα, οι πωλήσεις των αλυσίδων καφέ **μειώθηκαν** το εν λόγω έτος (-14,0%), ως απόρροια των περιοριστικών ρυθμίσεων που επιβλήθηκαν, λόγω της πανδημίας, γεγονός που οδήγησε στη σημαντική μείωση των επισκέψεων σε φυσικά καταστήματα. Επίσης, η κατακόρυφη πτώση του τουρισμού συντέλεσε στην μείωση των

πωλήσεων των αλυσίδων καφέ, καθώς ένα μικρό ποσοστό των πωλήσεων προέρχεται από τους τουρίστες.

Από την άλλη πλευρά, αρκετές αλυσίδες καφέ ενσωμάτωσαν στην πολιτική τους και την **υπηρεσία delivery**, κατά την περίοδο της πανδημίας Covid-19, προκειμένου να εξυπηρετήσουν τους καταναλωτές που παρέμειναν στο σπίτι. Η πρακτική αυτή συγκράτησε, ως ένα βαθμό, τις απώλειες που προκλήθηκαν από την εφαρμογή των περιοριστικών μέτρων, ωστόσο δεν επηρέασε (ουσιαστικά) την καθοδική πορεία των πωλήσεων των αλυσίδων καφέ.

Όσον αφορά το **2021**, οι πωλήσεις των αλυσίδων καφέ ανέκαμψαν και εκτιμώνται σε **€508 εκατ.** το εν λόγω έτος, παρουσιάζοντας αύξηση 10,4% σε σχέση με το 2020 (**€460 εκατ.** το **2020**). Περαιτέρω άνοδος προβλέπεται και το **2022**, με τις συνολικές πωλήσεις των αλυσίδων να ανέρχονται σε €530 εκατ. Ωστόσο, σημαντικό πρόβλημα για τον κλάδο την τρέχουσα περίοδο αποτελούν οι έντονες **πληθωριστικές πιέσεις**, οι οποίες έχουν οδηγήσει ήδη σε αυξήσεις τιμών του καφέ. Το **μερίδιο** των πωλήσεων του **καφέ** στο σύνολο εκτιμάται σε **53%-54%** τα τελευταία έτη.

Πρέπει να σημειωθεί, ότι οι συνολικές πωλήσεις των αλυσίδων φαίνονται ιδιαίτερα αυξημένες από το 2015 εν συγκρίσει με τα προηγούμενα έτη, λόγω της προσθήκης στον υπολογισμό της αγοράς περισσότερων αλυσίδων καφέ. Παρόμοια πρακτική εφαρμόστηκε και τα έτη 2019-2022.

Αν στο συνολικό "τζίρο" της αγοράς από τον καφέ (ρόφημα) συνυπολογιστούν και τα μεμονωμένα καταστήματα πώλησης αυτού (καφετέριες), οι αλυσίδες εστίασης γρήγορης εξυπηρέτησης, οι φούρνοι, τα εστιατόρια κ.ά., τότε η αξία της αγοράς σαφώς κυμαίνεται σε υψηλότερα επίπεδα.

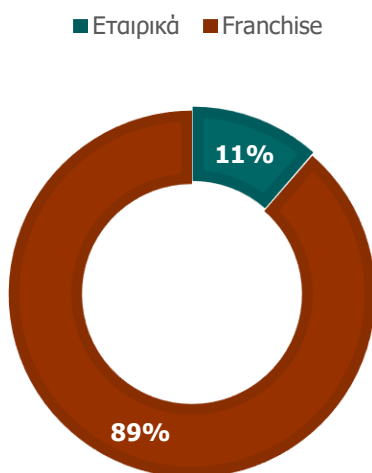
Το δίκτυο καταστημάτων των αλυσίδων έχει επεκταθεί τόσο στην Αττική όσο και στην υπόλοιπη Ελλάδα, κυρίως μέσω του θεσμού της δικαιοχρησίας (franchising). Σύμφωνα με τα στοιχεία της πρωτογενούς έρευνας προέκυψε ότι το **89%** περίπου των **1.787 καταστημάτων** δεκαοχτώ (18) αλυσίδων αναπτύσσονται με τη μέθοδο franchise (Διάγραμμα 7.2).

Η αλυσίδα Coffee Island έχει το μεγαλύτερο δίκτυο καταστημάτων στην Ελλάδα (428 καταστήματα), ενώ ακολουθούν οι αλυσίδες Γρηγόρης Μικρογεύματα και Mikel.

Όσον αφορά την **γεωγραφική κατανομή** δεκαπέντε (15) αλυσίδων καφέ (1.641 καταστήματα) (Διάγραμμα 7.3), η **Αττική** παρουσιάζει τη μεγαλύτερη συγκέντρωση, καθώς καλύπτει το 51% του συνόλου των καταστημάτων των δεκαπέντε αλυσίδων και ακολουθεί ο Ν. Θεσσαλονίκης με 12%. Σημαντική παρουσία έχει και η Λάρισα καταλαμβάνοντας μερίδιο 7%. Τέλος, η Πάτρα και η Κρήτη απέσπασαν μερίδιο της τάξης του 5% και 4% αντίστοιχα.

Αξιοσημείωτη είναι και η παρουσία συγκεκριμένων αλυσίδων σε **κλειστές αγορές**. Συγκεκριμένα, η αλυσίδα EVEREST έχει σημαντική διείσδυση στις κλειστές αγορές, λόγω της ευρείας παρουσίας της

Διάγραμμα 7.2 Διάρθρωση του δικτύου καταστημάτων των κυριότερων αλυσίδων καταστημάτων café στην Ελλάδα (2021)



Αφορά 18 αλυσίδες (COFFEE BERRY, COFFEE ISLAND, COFFEE LAB, COFFEEBRANDS, COFFEEWAY, BRUNO COFFEE STORES, DE-TOX, MIKEL, STRABUCKS, ΓΡΗΓΟΡΗΣ ΜΙΚΡΟΓΕΥΜΑΤΑ-COFFEERIGHT, CULTIVOS, CARPO, SICILY, FRANKLIN, IL TOTO, FLOCAFE, LANGANO, TODAY GROUP)

στα αεροδρόμια της χώρας. Επίσης, τα FLOCAFE διατηρούν καταστήματα σε πλοία καθώς και σε εμπορικά κέντρα της χώρας. Σημαντική είναι και η παρουσία των αλυσίδων Γρηγόρης – Μικρογεύματα – Coffeeright και MIKEL με καταστήματα που βρίσκονται εντός κλειστών αγορών (επιχειρήσεις, πανεπιστήμια, εμπορικά κέντρα κ.ά.).

Αξιόλογη παρουσία σε χώρες του **εξωτερικού** (κυρίως στην Κύπρο) έχουν και οι αλυσίδες COFFEE BERRY, COFFEE LAB Coffee Island, MIKEL και Γρηγόρης – Μικρογεύματα – Coffeeright.

Σύμφωνα με πηγές της αγοράς, ο καφές φαίνεται ότι προσελκύει το επενδυτικό ενδιαφέρον. Η ανάπτυξη των αλυσίδων café οφείλεται και στο υψηλό περιθώριο κέρδους που έχει ο καφές, καθώς και στη “νοοτροπία” και τρόπο ζωής του Έλληνα καταναλωτή, ο οποίος έχει συνυφασμένο τον καφέ με την ψυχαγωγία και την έξοδό του.

Παράλληλα, εταιρείες που εκμεταλλεύονται καταστήματα που δραστηριοποιούνται στην αγορά σαν καφεκοπτεία, έχουν διευρύνει τις δραστηριότητές τους και στον σερβιριζόμενο καφέ (Coffeeway).

Βεβαίως, θα πρέπει να τονισθεί ότι λειτουργούν αλυσίδες καταστημάτων που το “concept” τους είναι προσανατολισμένο κυρίως στην εστίαση (π.χ. Goody’s, McDonald’s), αλλά παράλληλα διαθέτουν και ποικιλία καφέδων. Επίσης, όπως αναφέρουν παράγοντες της αγοράς, αρκετά “μεμονωμένα” καταστήματα εστίασης έχουν συμπεριλάβει στον κατάλογό τους και ποικιλία ροφημάτων – καφέδων καθώς και άλλα προϊόντα (π.χ. σφολιατοειδή, γλυκά

κ.λπ.), ενώ έχουν παρατείνει και τη διάρκεια σερβιρίσματος καφέδων κατά τη διάρκεια της ημέρας (π.χ. σερβίρουν καφέ και τις βραδινές ώρες, σε αντίθεση με το παρελθόν), παρέχουν υπηρεσίες delivery κ.λπ.

Ο ανταγωνισμός οξύνεται ακόμη περισσότερο αν συμπεριληφθούν και τα καταστήματα εστίασης, αρτοποιεία καθώς και ζαχαροπλαστεία (αλυσίδες και μεμονωμένα καταστήματα π.χ. BENETHS, ΑΠΟΛΛΩΝΙΟΝ) τα οποία έχουν εισέλθει στην αγορά.

Από τα προαναφερόμενα συμπεραίνεται ότι η αγορά του “σερβιριζόμενου καφέ” έχει μετατραπεί τα τελευταία έτη σε πεδίο έντονου ανταγωνισμού μεταξύ των επιχειρήσεων, οι οποίες προσπαθούν είτε να διατηρήσουν είτε να ισχυροποιήσουν τη θέση τους και να αποσπάσουν μεγαλύτερο μερίδιο στην αγορά. Ο εν λόγω ανταγωνισμός εστιάζεται στην ποιότητα και ποικιλία των προσφερόμενων καφέδων, στην τιμή διάθεσης, στην καλύτερη εξυπηρέτηση του πελάτη, αλλά και στο concept των καταστημάτων (εμφάνιση των καταστημάτων/ διαμόρφωση του περιβάλλοντος χώρου κ.λπ.).

Μέσες Πωλήσεις ανά κατάστημα

Με βάση τα στοιχεία που συλλέχτηκαν από την πρωτογενή έρευνα στις επιχειρήσεις του κλάδου, προκύπτουν τα εξής:

- Στην Ελλάδα δραστηριοποιείται ένας σημαντικός αριθμός αλυσίδων καφέ. Οι (18) αλυσίδες που αναφέρθηκαν προηγουμένως αριθμούν 1.787 καταστήματα, σύμφωνα με διαθέσιμα στοιχεία (εταιρικά και franchising). Το εν λόγω δίκτυο

Διάγραμμα 7.3 Γεωγραφική κατανομή του δικτύου καταστημάτων των κυριότερων αλυσίδων καταστημάτων café στην Ελλάδα (2021)



Αφορά 15 αλυσίδες (COFFEE BERRY, COFFEE ISLAND, COFFEE LAB, COFFEEBRANDS, BRUNO COFFEE STORES, DE-TOX, MIKEL, STRABUCKS, ΓΡΗΓΟΡΗΣ ΜΙΚΡΟΓΕΥΜΑΤΑ-COFFEERIGHT, CULTIVOS, CARPO, SICILY, FRANKLIN, IL TOTO, LANGANO)

καταστημάτων παρουσιάζει μεγάλη αύξηση σε σχέση με την προηγούμενη δεκαετία.

- Ο **μέσος όρος πωλήσεων** ανά κατάστημα (σε έντεκα αλυσίδες “προσανατολισμένες” στον καφέ) κυμάνθηκε στο ποσό των **€260 χιλ.** περίπου το **2021** (ανεξάρτητα του χρόνου λειτουργίας των καταστημάτων μέσα στο έτος, καθώς ορισμένα άνοιξαν στα μέσα ή στα τέλη του 2021). Βεβαίως, θα πρέπει να σημειωθεί ότι ο μέσος όρος πωλήσεων ανά κατάστημα διαφέρει ανάλογα με την αλυσίδα.
- Το 2021 το ποσοστό συμμετοχής του καφέ στο συνολικό «τζίρο» των αλυσίδων εκτιμάται (κατά μέσο όρο) περίπου στο 53,7% (πίνακας 7.7). Φυσικά το ποσοστό αυτό διαφοροποιείται σημαντικά ανάλογα με την αλυσίδα (στην πλειονότητα αυτών κυμαίνεται από 50% έως και 90% σε αρκετά καταστήματα). Ορισμένες αλυσίδες είναι περισσότερο προσανατολισμένες σε άλλα είδη (σφολιατοειδή, κ.ά.).

Μερίδια αγοράς

Στη συνέχεια παρουσιάζονται τα μερίδια αγοράς που εκτιμάται ότι απέσπασαν οι κυριότερες αλυσίδες café, όχι στον συνολικό “τζίρο” των εξεταζόμενων αλυσίδων, αλλά μόνο στις πωλήσεις καφέ (ρόφημα), για το 2021 (€273 εκατ.).

Όπως έχει ήδη αναφερθεί, οι πωλήσεις των ροφημάτων καφέ έχουν διαφορετική βαρύτητα στη διαμόρφωση του συνολικού κύκλου εργασιών των επιμέρους εξεταζόμενων αλυσίδων.

Τέλος, θα πρέπει να σημειωθεί ότι αν συνυπολογιστούν οι συνολικές πωλήσεις των παραπάνω αλυσίδων (καφές, σφολιατοειδή κ.λπ.) τα μερίδιά τους στη συνολική αξία της αγοράς των αλυσίδων διαφοροποιούνται σημαντικά, με την αλυσίδα ΓΡΗΓΟΡΗΣ-COFFEERIGHT να ενισχύεται σημαντικά.

Πίνακας 7.8 Μερίδια αλυσίδων café (2021)

Αλυσίδα Café	Μερίδιο στις συνολικές πωλήσεις του καφέ (μέσω των αλυσίδων)
COFFEE ISLAND	30% - 31%
ΓΡΗΓΟΡΗΣ-COFFEERIGHT	18% - 19%
MIKEL	15% - 16%
COFFEE LAB	6% - 7%
FLOCAFE	4% - 5%

Πηγή: Εκτιμήσεις ICAP CRIF A.E.

7.1 Παράγοντες που Επηρεάζουν τη Ζήτηση Ροφήματος Καφέ

Στη συνέχεια, παρουσιάζονται οι σημαντικότεροι παράγοντες που επηρεάζουν τη ζήτηση για τις υπηρεσίες και τα προϊόντα καφέ (ροφήματα) που διατίθενται από τις αλυσίδες καταστημάτων cafe. Στα πλαίσια της συγκεκριμένης ανάλυσης, εμφανίζονται και στοιχεία που αντλούνται από δευτερογενείς πηγές (ΕΛ.ΣΤΑΤ., Eurostat, ΣΕΤΕ κ.ά.). Στο παράρτημα του παρόντος κεφαλαίου παρατίθεται η γεωγραφική κατανομή 16 αλυσίδων.

A. Κοινωνικοί – Δημογραφικοί Παράγοντες

Απασχόληση

Ο αριθμός των απασχολούμενων ατόμων επηρεάζει, ως ένα βαθμό, τον εξεταζόμενο κλάδο, καθώς οι εργαζόμενοι περιλαμβάνονται στις κύριες ομάδες καταναλωτών καφέ.

Το διάστημα 2013-2019 το **σύνολο** των **απασχολούμενων** παρουσίασε μικρή άνοδο με μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης 1,5% (πίνακας 7.1), ενώ την τελευταία διετία παρέμεινε σε παρόμοια επίπεδα. Ανάλογη πορεία ακολούθησε και ο αριθμός των **μισθωτών** την περίοδο 2013-2019, καταγράφοντας μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης 3,1%, ενώ την διετία 2020-2021 σημείωσε μικρή μείωση. Ωστόσο, το μερίδιο των μισθωτών στο σύνολο των

Πίνακας 7.1 Σύνολο απασχολούμενων & μισθωτών (2013-2021)

Έτος	Σύνολο απασχολούμενων	Μισθωτοί
2013	4.300.666	2.852.695
2014	4.453.731	2.998.741
2015	4.322.573	2.978.989
2016	4.469.514	3.154.022
2017	4.446.627	3.149.110
2018	4.650.344	3.377.196
2019	4.691.104	3.435.767
2020	4.633.227	3.375.001
2021	4.654.339	3.383.173

**προσωρινά στοιχεία*

Πηγή: ΕΛ.ΣΤΑΤ.- Εθνικοί Λογαριασμοί

απασχολούμενων ατόμων αυξήθηκε την περίοδο 2013-2021 (από 66,35% το 2013 σε 73,0% το 2021).

Χρόνος Απασχόλησης των Εργαζομένων

Σύμφωνα με διαθέσιμα στοιχεία του ΟΟΣΑ, ο μέσος ετήσιος χρόνος εργασίας για τους απασχολούμενους στη χώρα μας είναι ο **10ος μεγαλύτερος**

παγκοσμίως, διαμορφούμενος το 2020 στις 1.728 ώρες ετησίως ανά εργαζόμενο. Επισημαίνεται ότι, στο χρόνο εργασίας (μερική και πλήρης απασχόληση) συνυπολογίζονται οι υπερωρίες, ακόμη και αν δεν πληρώνονται, αλλά δεν συνυπολογίζεται ο χρόνος μετάβασης από και προς τον τόπο εργασίας και ο χρόνος για το μεσημεριανό γεύμα.

Εκτός φυσικά από το χρόνο εργασίας των απασχολούμενων, υπάρχει και μια ομάδα καταναλωτών η οποία έχει συνδέσει τον καφέ με τη ψυχαγωγία και επομένως τα καταστήματα “café” αποτελούν τον προορισμό τους. Για το λόγο αυτό, εκτός από τον αριθμό των εργαζομένων, οι πωλήσεις των καταστημάτων café επηρεάζονται και από τον αριθμό του συνολικού πληθυσμού, καθώς επίσης και από την ηλικιακή διάρθρωση του πληθυσμού, όπως αναλύθηκαν στο κεφάλαιο 2.

Τουριστική Κίνηση

Ο τουρισμός αποτελεί έναν σημαντικό προσδιοριστικό παράγοντα της ζήτησης για τις αλυσίδες café της χώρας, ιδίως τη θερινή περίοδο, παρόλο που τα ξενοδοχειακά συγκροτήματα αποσπούν ένα σημαντικό μερίδιο αυτού.

Πίνακας 7.2 Αφίξεις αλλοδαπών στην Ελλάδα (2010-2020)

Έτος	Αριθμός τουριστών
2010	15.007.490
2011	16.427.247
2012	15.517.621
2013	17.919.580
2014	22.033.463
2015	23.599.455
2016	24.799.343
2017	27.194.181
2018	30.122.789
2019	31.348.377
2020	7.374.000
2021	14.705.000

Δεν περιλαμβάνονται οι επιβάτες κρουαζιέρας.

Πηγή: INSETE

Β. Οικονομικοί Παράγοντες

Σημαντικό ρόλο στην εξέλιξη της ζήτησης για τις υπηρεσίες και τα προϊόντα του εξεταζόμενου κλάδου διαδραματίζει και η γενικότερη οικονομική κατάσταση των νοικοκυριών, που καθορίζει και την αγοραστική τους δύναμη.

Η καταναλωτική δαπάνη των νοικοκυριών αν και ακολούθησε ανοδική πορεία την τριετία 2017-2019, το 2020 σημείωσε μείωση, ως απόρροια της μείωσης του διαθέσιμου εισοδήματός τους, συνέπεια της πανδημίας Covid-19.

7.2 Γενικά Χαρακτηριστικά των Αλυσίδων Καταστημάτων Café

Οι αλυσίδες καφέ, όπως και ο ίδιος ο καφές, αποτελούν μια ιδιαίτερα αγαπητή κατηγορία στην αντίληψη και την καθημερινότητα -ειδικά του ελληνικού- κοινού, η οποία είναι συνδεδεμένη με τη διασκέδαση και την ανεμελιά, με αποτέλεσμα η κατανάλωση καφέ να κατέχει υψηλή θέση στις προτιμήσεις των Ελλήνων. Ως εκ τούτου, η ευρύτερη αγορά των καταστημάτων που σερβίρουν καφέ στην Ελλάδα περιελάβανε, ανέκαθεν, σημαντικό αριθμό επιχειρήσεων και προγενέστερα της εμφάνισης των εξεταζόμενων αλυσίδων καταστημάτων.

Ο κλάδος χαρακτηρίζεται από την ύπαρξη πληθώρας μεμονωμένων καταστημάτων. Η ουσιαστική ανάπτυξη των αλυσίδων café έλαβε χώρα με την εφαρμογή του θεσμού της δικαιόχρησης (franchising), ο οποίος έδωσε τη δυνατότητα στις επιχειρήσεις να διευρύνουν το δίκτυό τους (αριθμό καταστημάτων) και να μετατραπούν από απλές μονάδες συνοικιακού χαρακτήρα με «άνωνυμα» προϊόντα, σε οργανωμένες αλυσίδες με ενιαίο

εμπορικό σήμα και εκτενή παρουσία, αποκτώντας σε μικρό σχετικά χρονικό διάστημα πανελλαδικά δίκτυα καταστημάτων.

Η στρατηγική ανάπτυξης και επέκτασης των δικτύων καταστημάτων που εφαρμόζεται, καθώς και η μέθοδος εφαρμογής του συστήματος franchising διαφέρουν ανάμεσα στις εταιρείες. Η πλειοψηφία των αλυσίδων καφέ αναπτύσσουν τα δίκτυά τους στα μεγάλα αστικά κέντρα. Ωστόσο, ορισμένες έχουν επεκτείνει τις δραστηριότητές τους και σε πόλεις της περιφέρειας αλλά και στο εξωτερικό.

Η τοποθεσία των καταστημάτων θεωρείται ως κύριο πεδίο ανταγωνισμού μεταξύ των αλυσίδων καφέ. Η επιλογή της κατάλληλης θέσης έχει ιδιαίτερη βαρύτητα για την επιτυχία του καταστήματος. Ως αποτέλεσμα, επιλέγονται σημεία με σημαντική εμπορική κίνηση, καθώς τα καταστήματα café προσεγγίζουν κυρίως διερχόμενους ή εργαζόμενους της εκάστοτε περιοχής.

Αποσκοπώντας στη διασφάλιση της ποιότητας των προσφερόμενων προϊόντων, ορισμένες αλυσίδες έχουν καθετοποιήσει τις παραγωγικές τους διαδικασίες. Ιδιαίτερο βάρος δίνεται από ορισμένες αλυσίδες και στην διεύρυνση του δικτύου τους σε κλειστές αγορές (κυλικεία σε επιχειρήσεις και εκπαιδευτικά ιδρύματα, πλοία, αεροδρόμια, εμπορικά κέντρα κλπ.).

Οι ανάγκες που δημιουργήθηκαν από τις σύγχρονες συνθήκες διαβίωσης και τους έντονους ρυθμούς ζωής, άλλαξαν την "εικόνα" των καταστημάτων πώλησης καφέ, τα οποία οφείλουν σημαντικό μέρος των πωλήσεών τους στο ρόφημα καφέ που διαθέτουν με τη μέθοδο «take away», η οποία παρουσιάζει αξιοσημείωτη άνοδο τα τελευταία έτη. Για το λόγο αυτό, καταστήματα που έχουν ως κύρια

Πίνακας 7.3 Καταναλωτική δαπάνη νοικοκυριών και διαθέσιμο εισόδημα (2016-2020)

	2016	2017	2018	2019	2020
Συνολικός πληθυσμός	10.783.748	10.768.193	10.741.165	10.724.599	10.718.565
Καθαρό εθνικό διαθέσιμο εισόδημα⁽¹⁾	144.620	147.934	149.630	155.147	138.570
Τελική καταναλωτική δαπάνη νοικοκυριών⁽²⁾	156.100	157.190	159.191	162.650	154.340

**Προσωρινά στοιχεία*

(1): Σε εκατομμύρια € τρέχουσες τιμές.

(2): Η τελική καταναλωτική δαπάνη των νοικοκυριών περιλαμβάνει και τις δαπάνες των νοικοκυριών-μονίμων κατοίκων στην αλλοδαπή, ενώ δεν περιλαμβάνει τις δαπάνες των νοικοκυριών-μη μονίμων κατοίκων (τουριστών) στην οικονομική επικράτεια.

Πηγή: ΕΛ.ΣΤΑΤ. – Εθνικοί Λογαριασμοί

δραστηριότητά τους το «γρήγορο» φαγητό έχουν στραφεί και στο «γρήγορο» καφέ, δημιουργώντας μια άλλη κατηγορία: “τα fast moving coffee bars”.

Απ’ την άλλη, τα καταστήματα που σερβίρουν καφέ (εκτός της ανάγκης για καφέ ή άλλου είδους ροφημάτων) ικανοποιούν και την ανάγκη για άμεσο και “γρήγορο” φαγητό.

Οι επαγγελματικές υποχρεώσεις, οι φοιτητές, σπουδαστές κ.ά. αυξάνουν τη ζήτηση του καφέ καθώς και των άλλων προϊόντων που διαθέτουν οι συγκεκριμένες αλυσίδες (π.χ. είδη σφολιάτας, σάντουιτς, τοστ, σαλάτες και άλλα “μικρά” γεύματα). Ως εκ τούτου, η συγκεκριμένη κατηγορία καταστημάτων, εκτός από τον άμεσο ανταγωνισμό που αντιμετωπίζει από τις μεμονωμένες καφετέριες, ανταγωνίζεται έμμεσα και τις αλυσίδες καταστημάτων γρήγορης εστίασης (fast food).

Ακόμη, στην αγορά του καφέ (είτε “σερβιριζόμενου” είτε “take away”), έχουν εισέλθει δυναμικά τα αρτοποιεία και τα ζαχαροπλαστεία (αλυσίδες και μεμονωμένα καταστήματα), οξύνοντας περισσότερο τον ανταγωνισμό. Επίσης και οι αλυσίδες καφεκοπτείων, οι οποίες προσφέρουν λιανικώς ποικιλία καφέδων και συναφών ειδών, επέκτειναν τις δραστηριότητές τους και στην πώληση “ροφήματος” καφέ.

Τα προαναφερόμενα έχουν ως αποτέλεσμα την ένταση του ανταγωνισμού. Προκειμένου οι εταιρείες να ανταπεξέλθουν στις απαιτήσεις των καταναλωτών βελτιώνουν και εμπλουτίζουν την ποικιλία των προσφερόμενων καφέδων. Παράλληλα, δίνουν έμφαση στη διεύρυνση των προσφερόμενων μενού, στη βελτίωση των συνθηκών και της ταχύτητας εξυπηρέτησης, στην αναβάθμιση της ποιότητας σε όλη τη διαδικασία παραγωγής και διάθεσης τόσο των καφέδων όσο και των συνοδευτικών προϊόντων, στη διαμόρφωση των τιμών με προσφορές σε διάφορα είδη, καθώς και στον περιβάλλοντα χώρο και στις μουσικές επιλογές.

7.4 Πωλήσεις Επιχειρήσεων Εκμετάλλευσης Αλυσίδων Café

Στη συνέχεια (πίνακας 7.5) παρουσιάζεται η εξέλιξη του συνολικού κύκλου εργασιών των εταιρειών που εκμεταλλεύονται (διαχειρίζονται) «αλυσίδες» καταστημάτων café, για τα έτη 2016-2020. Τα μεγέθη προέρχονται από τους δημοσιευμένους ισολογισμούς των επιχειρήσεων (ή από δήλωση υπευθύνων των εταιρειών).

Επισημαίνεται ότι οι περισσότερες εταιρείες αναπτύσσουν το δίκτυο των καταστημάτων τους και μέσω της μεθόδου franchising, με αποτέλεσμα οι πωλήσεις των καταστημάτων αυτών να μη περιλαμβάνονται στο συνολικό κύκλο εργασιών που παρουσιάζεται στον πίνακα 7.5. Ως εκ τούτου, τα αναφερόμενα μεγέθη δεν αντιπροσωπεύουν τις πωλήσεις των αλυσίδων καταστημάτων café.

Πίνακας 7.6 Πωλήσεις ορισμένων επιχειρήσεων εκμετάλλευσης αλυσίδων καφέ (2020-2021*)

Επωνυμία	2020	2021*
ΣΑΠΛΑΙ ΓΙΟΥΝΙΚ Α.Ε.	35.522.539	36.822.783
ΜΙΚΕΛ ΚΑΦΕ Α.Ε.	15.000.000*	16.000.000
CARPO ΨΥΧΙΚΟΥ Α.Ε.	4.260.335	4.300.000
CARPO ΓΛΥΦΑΔΑ Α.Ε. ΞΗΡΩΝ ΚΑΡΠΩΝ & ΤΡΟΦΙΜΩΝ	1.519.540	1.620.000
COFFEE CONNECTION A.B.E.E.	1.235.476	1.000.000
ΣΥΝΟΛΟ	57.537.890	59.742.783

σε €

*: κατά δήλωση

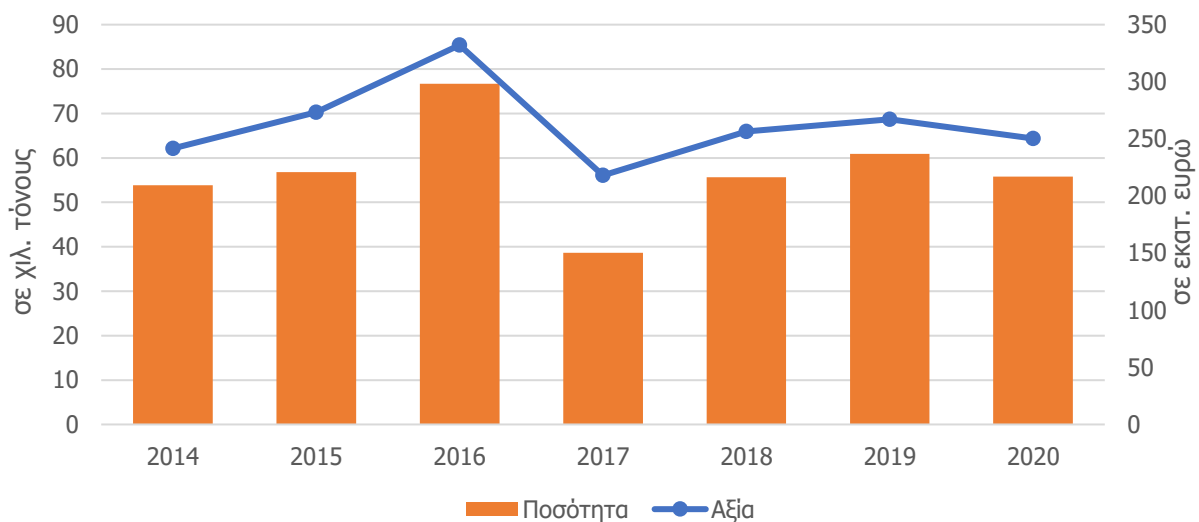
Πηγή: ICAP CRIF Α.Ε., Δημοσιευμένοι ισολογισμοί

Στον επόμενο πίνακα παρουσιάζονται οι πωλήσεις ορισμένων εταιρειών που εκμεταλλεύονται (διαχειρίζονται) «αλυσίδες» καταστημάτων café για το 2021. Παράλληλα αναφέρονται και οι πωλήσεις του 2020.

6.1 Εξωτερικό Εμπόριο Καφέ

αυξανόμενο τα τελευταία χρόνια. Όσον αφορά στην

Διάγραμμα 6.1 Εξέλιξη των εισαγωγών καφέ (2014-2020)



Πηγή: ΕΛ.ΣΤΑΤ.

Τα προϊόντα που εμπίπτουν στο αντικείμενο της παρούσας μελέτης κατατάσσονται από την Ελληνική Στατιστική Αρχή (ΕΛ.ΣΤΑΤ.) στις ακόλουθες δασμολογικές κλάσεις:

Αν και οι παραπάνω κατηγορίες δεν ταυτίζονται με τις κατηγορίες καφέ που εξετάζονται στην παρούσα μελέτη, η παράθεση των στοιχείων της ΕΛ.ΣΤΑΤ. (ποσότητες εισαγωγών και εξαγωγών) κρίνεται σκόπιμη, καθώς δίνονται πληροφορίες για τις κυριότερες χώρες προέλευσης και προορισμού του καφέ.

6.1.1 Εξέλιξη των Εισαγωγών Καφέ

Οι συνολικές **εισαγωγές καφέ** παρουσίασαν αυξομειώσεις την παρουσιαζόμενη επταετία (2014-2020), ανερχόμενες στο υψηλότερο σημείο (βάσει αξίας και ποσότητας) το 2016 (πίνακας Π6.1 του παραρτήματος). Το 2017, παρουσίασαν κατακόρυφη πτώση τόσο σε ποσότητα (-49,6%) όσο και σε αξία (-34,3%) λόγω της επιβολής του ΕΦΚ στον καφέ (πίνακας Π6.1 του παραρτήματος). Την επόμενη διετία (2018-2019) οι εισαγωγές καφέ σημείωσαν σημαντική άνοδο, ενώ το **2020** μειώθηκαν (-8,5%, σε ποσότητα) και διαμορφώθηκαν σε **55,7 χιλ. τόνους**, ως απόρροια της εμφάνισης της πανδημίας Covid-19.

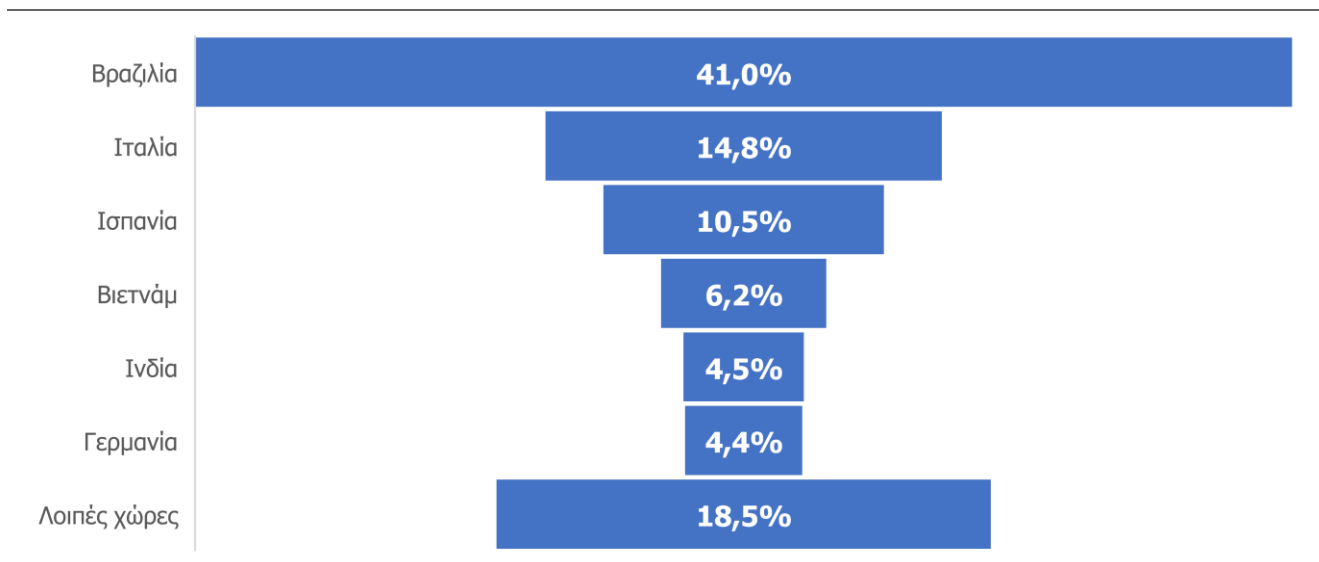
Η κατηγορία του μη καβουρντισμένου καφέ με καφεΐνη καλύπτει διαχρονικά το μεγαλύτερο μέρος των εισαγωγών και το 2020 απέσπασε μερίδιο 64,2% (35,8 χιλ. τόνοι) επί των συνολικών ποσοτήτων. Αξίζει να σημειωθεί ότι το μερίδιο συμμετοχής της συγκεκριμένης κατηγορίας βαίνει συνεχώς

αξία το ίδιο έτος, η κατηγορία καφές καβουρδισμένος με καφεΐνη κάλυψε το 43,5% (€108,9 εκατ.) της συνολικής αξίας των εισαγωγών.

Κυριότερες **χώρες** προέλευσης του εισαγόμενου καφέ στην χώρα μας, το **2020** (πίνακας Π6.2 του παραρτήματος), ήταν:

- η **Βραζιλία** με 22,8 χιλ. τόνους περίπου, καλύπτοντας ποσοστό 41,0% επί του συνόλου των εισαγωγών.
- η **Ιταλία** με 8,2 χιλ. τόνους περίπου, καλύπτοντας ποσοστό 14,8% επί του συνόλου των εισαγωγών.
- η **Ισπανία** με 5,8 χιλ. τόνους αποσπώντας μερίδιο 10,5% επί των συνολικών εισαγωγών.

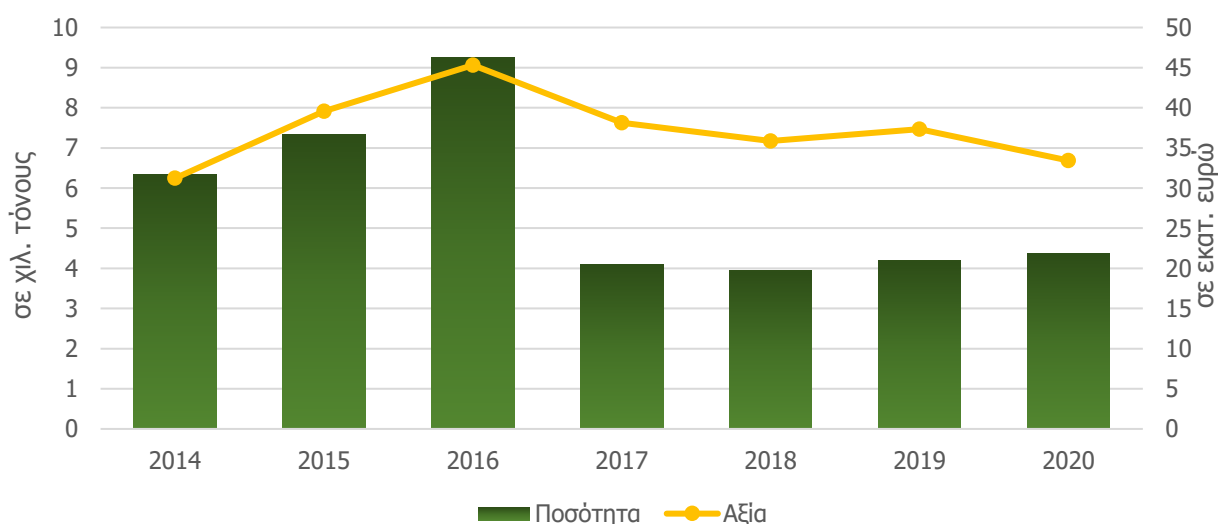
Διάγραμμα 6.2 Διάρθρωση των εισαγωγών καφέ ανά χώρα προέλευσης (2020)



Βάσει Ποσότητας

Πηγή: ΕΛ.ΣΤΑΤ.

Διάγραμμα 6.3 Εξέλιξη των εξαγωγών καφέ (2014-2020)



Πηγή: ΕΛ.ΣΤΑΤ.

6.1.2 Εξέλιξη των Εξαγωγών Καφέ

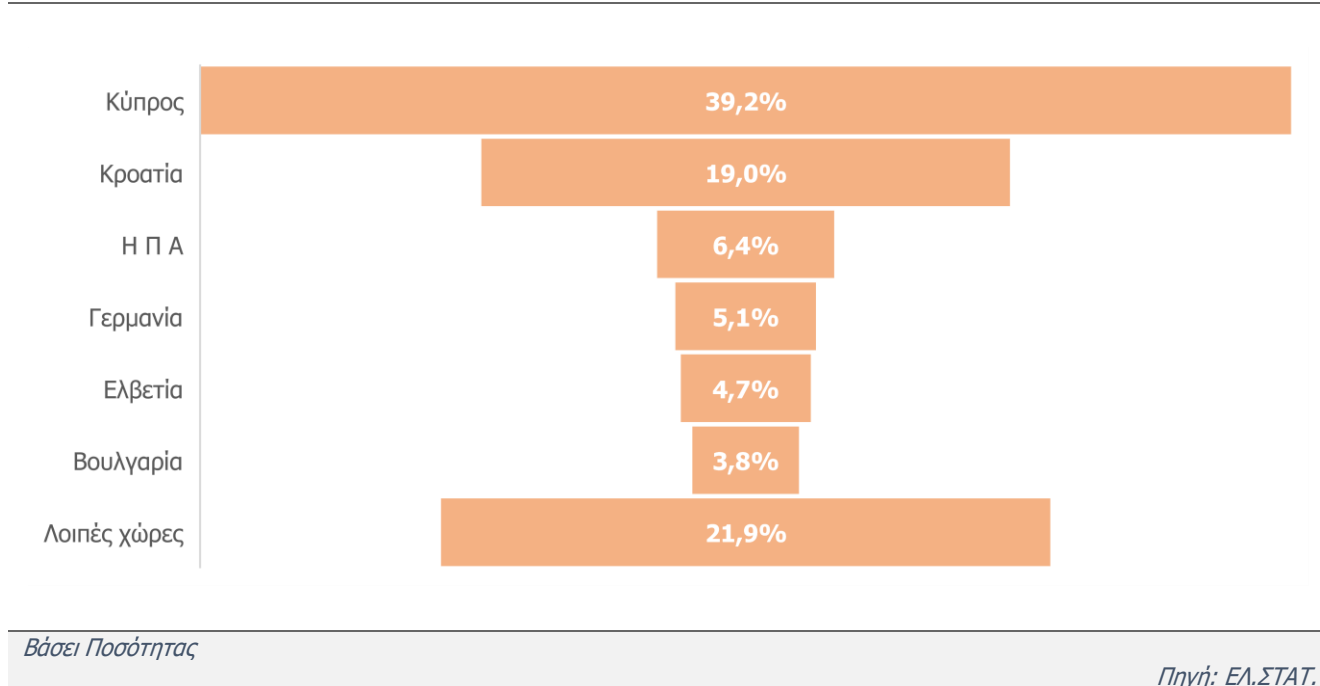
Οι συνολικές **εξαγωγές καφέ** παρουσίασαν διακυμάνσεις την περίοδο 2014-2020. Ειδικότερα, τη διετία 2019-2020 ακολούθησαν ανοδική πορεία ως προς την ποσότητα εξαγωγών. Σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΛ.ΣΤΑΤ (πίνακας Π6.3 του παραρτήματος), οι εξαγόμενες ποσότητες διαμορφώθηκαν σε **4,3 χιλ. τόνους** το **2020**, αυξημένες κατά 4,5% σε σχέση με το 2019. Όσον αφορά στη συνολική αξία των εξαγωγών καφέ, αυτή διαμορφώθηκε σε **€33,4 εκατ.**, μειωμένη κατά 10,5% έναντι του προηγούμενου έτους. Αρκετές ποσότητες αφορούν εισαγόμενα προϊόντα τα οποία επανεξάγονται. Ανάμεσα στις διαφορετικές κατηγορίες καφέ, ο καβουρντισμένος καφές με

καφεΐνη κάλυψε το μεγαλύτερο μέρος των συνολικών εξαγωγών (βάσει ποσότητας και αξίας) το 2020.

Κυριότερες χώρες προορισμού του καφέ το 2020 (πίνακας Π6.4 του παραρτήματος) ήταν:

- η **Κύπρος** με 1,7 χιλ. τόνους περίπου, καλύπτοντας ποσοστό 39,2% επί του συνόλου των εξαγωγών,
- ακολούθησαν με μεγάλη διαφορά η **Κροατία** με 830 τόνους, καλύπτοντας ποσοστό 19,0% επί του συνόλου των εξαγωγών και οι **ΗΠΑ** με 278 τόνους αποσπώντας ποσοστό 6,4%.

Διάγραμμα 6.4 Διάρθρωση των εξαγωγών καφέ κατά χώρα προορισμού (2020)



6.1.3 Εξέλιξη του Εξωτερικού Εμπορίου Καφέ για το 2021

Αναφορικά με το εξωτερικό εμπόριο του καφέ για το **2021**, σύμφωνα με διαθέσιμα στοιχεία της Eurostat, οι **εισαγωγές** καφέ ανήλθαν σε **60,3 χιλ. τόνους** και σε **€292,0 εκατ.** Οι **εξαγωγές** το ίδιο έτος διαμορφώθηκαν σε **3,8 χιλ. τόνους** αξίας **€37,6 εκατ.**

Πίνακας 6.1 Εξωτερικό Εμπόριο Καφέ (2021)

	Εισαγωγές		Εξαγωγές	
	Ποσότητα	Αξία	Ποσότητα	Αξία
Καφές μη καβουρντισμένος με καφεΐνη	37.421	99.980.014	587	2.209.646
Καφές μη καβουρντισμένος χωρίς καφεΐνη	755	2.872.651	7	77.116
Καφές καβουρντισμένος με καφεΐνη	13.888	132.087.629	2.396	20.781.351
Καφές καβουρντισμένος χωρίς καφεΐνη	678	7.758.382	21	401.902
Εκχυλίσματα, αποστάγματα και συμπυκνώματα με βάση τον καφέ	6.399	42.080.073	786	13.695.222
Παρασκευάσματα με βάση τα εκχυλίσματα καφέ	1.246	7.208.397	35	464.881
Άλλα παρασκευάσματα με βάση τον καφέ	0,5	88.142	5	53.020
Σύνολο	60.338	292.075.288	3.837	37.683.138

*Ποσότητα: σε τόνους**Αξία: σε €**Πηγή: Eurostat*

