



**ΓΕΝΙΚΟ ΠΡΟΞΕΝΕΙΟ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ  
ΝΕΑ ΥΟΡΚΗ**

**Γραφείο**

**Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων**

Δ/νση : 866, 2<sup>nd</sup> Avenue, 10017

Τηλ : +1 (212)-751-2404

Φαξ : +1 (212)-593-2278

E-mail: ecocom-newyork@mfa.gr

**ΑΔΙΑΒΑΘΜΗΤΟ – ΚΑΝΟΝΙΚΟ**

Νέα Υόρκη, 27 Αυγούστου 2020

Α.Π.: Φ. 2701/ ΑΣ 301

**ΠΡΟΣ:** Βλ. Συν. Πίνακα Αποδεκτών  
(μέσω ημών)

**ΚΟΙΝ:** -Διπλ. Γρ. ΥΦΥΠΕΞ κ. Φραγκογιάννη  
-Γρ. κ. ΓΓ ΔΟΣ & Εξ  
-Γρ. κας Β' Γεν. Δ/ντριας  
-Β4, Β8 Δ/νσεις  
-Γρ. ΟΕΥ Ουάσιγκτων, Σικάγο, Αγ.  
Φραγκίσκου

**Ε.Δ :** Γεν. Προξενείο Ν. Υόρκης  
-Γρ. κ. Γεν. Προξένου

**Θέμα :** Ενημερωτικό Δελτίο Γραφείου Ο.Ε.Υ Ν. Υόρκης για τις εξελίξεις στην αγορά τροφίμων/ποτών στις Η.Π.Α – Επιπτώσεις πανδημίας κορωνοϊού

Αποστέλλουμε, συνημμένως, στις ηλεκτρονικές σας δ/νσεις εν θέματι ενημερωτικό δελτίο που εκπόνησε το Γραφείο μας.

Ανωτέρω σημείωμα βρίσκεται αναρτημένο και στον ιστότοπο “agora” του ΥΠΕΞ, στον εξής σύνδεσμο:

<http://agora.mfa.gr/infofiles-menu/infofile/71807>

Ο Προϊστάμενος κ.α.α

Βασίλειος Λιβέρης  
Γραμματέας ΟΕΥ Α'

Συν: τέσσερις (4) σελ.

## ΠΙΝΑΚΑΣ ΑΠΟΔΕΚΤΩΝ

- 1) “Enterprise Greece” / Γραφείο κ. Δ/ντος Συμβούλου
- 2) Σ.Ε.Β.
- 3) Σύνδεσμος Βιομηχανιών Βορείου Ελλάδος – Σ.Β.Β.Ε.
- 4) Πανελλήνιος Σύνδεσμος Εξαγωγέων – Π.Σ.Ε.
- 5) Σύνδεσμος Εξαγωγέων Βορείου Ελλάδος – Σ.Ε.Β.Ε.
- 6) Σύνδεσμος Εξαγωγέων Κρήτης – Σ.Ε.Κ
- 7) Σύνδεσμος Ελαιοκομικών Δήμων Κρήτης - ΣΕΔΗΚ
- 8) Κεντρική Ένωση Επιμελητηρίων Ελλάδος – Κ.Ε.Ε.Ε.
- 9) Εμπορικό & Βιομηχανικό Επιμελητήριο Αθηνών – Ε.Β.Ε.Α.
- 10) Εμπορικό & Βιομηχανικό Επιμελητήριο Πειραιώς – Ε.Β.Ε.Π.
- 11) Εμπορικό & Βιομηχανικό Επιμελητήριο Θεσσαλονίκης – Ε.Β.Ε.Θ.
- 12) Σύνδεσμος Ελληνικών Βιομηχανιών Τυποποίησης Ελαιολάδου – Σ.Ε.ΒΙ.Τ.ΕΛ.
- 13) Εθνική Διεπαγγελματική Οργάνωση Ελαιολάδου & Ελιάς – Ε.Δ.Ο.Ε.Ε.
- 14) Κεντρική Συνεταιριστική Ένωση Αμπελοοινικών Προϊόντων
- 15) Σύνδεσμος Ελληνικών Αποσταγμάτων και Αλκοολούχων Ποτών - ΣΕΑΟΠ
- 16) Ελαιουργική - Κεντρική Κλαδική Συνεταιριστική Ένωση Ελαιοκομικών Προϊόντων Ελλάδος
- 17) Πανελλήνια Ένωση Μεταποιητών, Τυποποιητών Εξαγωγέων Επιτραπέζιων Ελιών
- 18) Διεπαγγελματική Οργάνωση Επιτραπέζιας Ελιάς – ΔΟΕΠΕΛ
- 19) Σύνδεσμος Ελληνικών Βιομηχανιών Γαλακτοκομικών Προϊόντων
- 20) Εθνική Διεπαγγελματική Οργάνωση Αμπέλου & Οίνου – Ε.Δ.Ο.Α.Ο.
- 21) Σύνδεσμος Ελληνικού Οίνου – Σ.Ε.Ο.
- 22) Οίνοι Βορείου Ελλάδος – Ο.Β.Ε., Ένωση Οινοπαραγωγών του Αμπελώνα της Βορείου Ελλάδος – ΕΝΟΑΒΕ
- 23) Σύνδεσμος Ελληνικών Βιομηχανιών Αναψυκτικών
- 24) Ένωση Αμπελουργών Οινοποιών Νήσων Αιγαίου - ΕΝ.Ο.Α.Ν.Α.
- 25) Ένωση Οινοπαραγωγών Αμπελώνα Κρήτης
- 26) Ένωση Οινοπαραγωγών Αμπελώνα Πελοποννήσου – ΕΝ.Ο.Α.Π.
- 27) Ένωση Οινοπαραγωγών Αμπελώνα Κεντρικής Ελλάδος – ΕΝ.Ο.Α.Κ.Ε.
- 28) Σύνδεσμος Ελληνικών Επιχειρήσεων Εξαγωγής & Διακίνησης Φρούτων Λαχανικών & Χυμών INCOFRUIT HELLAS
- 29) Σύνδεσμος Ελληνικών Βιομηχανιών Τροφίμων – Σ.Ε.Β.Τ.
- 30) Πανελλήνιος Σύνδεσμος Επιχειρήσεων Κατεψυγμένων Τροφίμων
- 31) Σύνδεσμος Ελληνικών Θαλασσοκαλλιεργειών (Σ.Ε.Θ.)
- 32) Πανελλήνια Ένωση Αγροτικών Συνεταιρισμών Βιολογικών Προϊόντων
- 33) Ένωση Κονσερβοποιών Ελλάδος – Ε.Κ.Ε.
- 34) Πανελλήνια Ένωση Κονσερβοποιών
- 35) Ομοσπονδία Μελισσοκομικών Συλλόγων Ελλάδος
- 36) Σύνδεσμος Ελλήνων Τυποποιητών Συσκευαστών Εξαγωγέων Μελιού
- 37) Πανελλήνιος Σύνδεσμος Βιομηχανιών Ζυμαρικών
- 38) Ένωση Βιομηχανιών – Βιοτεχνών Ζαχαρωδών Ελλάδος
- 39) Ελληνο-Αμερικανικό Εμπορικό Επιμελητήριο
- 40) Επιμελητηριακός Όμιλος Ανάπτυξης Ελληνικών Νήσων - ΕΟΑΕΝ
- 41) Σύνδεσμος Εξαγωγέων Κορινθιακής Σταφίδας



ΓΕΝΙΚΟ ΠΡΟΞΕΝΕΙΟ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ  
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 ΚΑΙ ΠΟΤΩΝ ΣΤΙΣ ΗΠΑ (30)  
(ΙΟΥΛΙΟΣ-ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ 2020 - 3)**

**ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΠΑΝΔΗΜΙΑΣ COVID-19 ΣΤΗΝ ΑΜΕΡΙΚΑΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΚΑΙ ΠΟΤΩΝ**

**Έρευνα της FDA αποκαλύπτει ότι πολλά διατροφικά προϊόντα από κάνναβη φέρουν παραπλανητική σήμανση**

Περίπου το ένα τέταρτο των διατροφικών προϊόντων που προέρχονται από φυτά κάνναβης δεν ανταποκρίνονται στις προδιαγραφές σήμανσης της FDA, σύμφωνα με δημοσίευμα της “Hemp Industry Daily”, η οποία επικαλείται πρόσφατη δειγματοληπτική έρευνα της αρμόδιας ομοσπονδιακής υπηρεσίας, σε 200 σχετικά προϊόντα (έλαια, κάψουλες, ροφήματα κλπ) που πωλούνται διαδικτυακά. Τα μισά περίπου από τα προϊόντα που ελέγχθηκαν περιείχαν την ψυχοτρόπο ουσία THC.



Πέντε από τα 20 προϊόντα διατροφής και ροφήματα που ελέγχθηκαν περιείχαν λιγότερο από 80% της καταγεγραμμένης στην ετικέτα τους ποσότητας κανναβιδιόλης, ενώ 6 περιείχαν περισσότερο από 120%. Οκτώ προϊόντα περιείχαν την ψυχοτρόπο ουσία THC. Σύμφωνα με την FDA, τα αποτελέσματα αφορούν περιορισμένο δείγμα προϊόντων και θα απαιτηθεί πιο εκτεταμένη έρευνα, η οποία θα περιέχει και προϊόντα που πωλούνται σε καταστήματα. «Η πρόσφατη έρευνα της FDA επιβεβαιώνει την ανάγκη

για διασάφηση του κανονιστικού πλαισίου σε ομοσπονδιακό επίπεδο», σύμφωνα με την B. Boren, αντιπρόεδρο του Consumer Brands Association. «Αν επιτρέψουμε την ανεξέλεγκτη είσοδο αυτών των προϊόντων στην αγορά, θα απειληθεί η ασφάλεια των καταναλωτών», συμπλήρωσε.

Πηγή:

<https://www.specialtyfood.com/news/article/fda-study-finds-many-cbd-products-are-mislabeled/>

**Η Amazon παρουσίασε το έξυπνο καρότσι αγορών**

Η Amazon εισάγει το «Amazon Dash Cart», ένα έξυπνο καρότσι αγορών, σχεδιασμένο για αγορές σχετικά μικρού αριθμού προϊόντων, σύμφωνα με ανακοίνωση στην ιστοσελίδα της. Το καρότσι θα είναι διαθέσιμο στο νέο κατάστημα της εταιρείας στο Woodland Hills της California, εντός του έτους. Το καρότσι επιτρέπει στους αγοραστές να παρακάμψουν την ουρά των ταμείων δια της άμεσης αναγνώρισης των προϊόντων που τοποθετούνται εντός του. Όταν ο πελάτης εξέρχεται του καταστήματος μέσα από την ειδική γραμμή, αισθητήρες αναγνωρίζουν τα προϊόντα και χρεώνουν αυτόματα τον λογαριασμό του αγοραστή στην εφαρμογή της Amazon.



Το καρότσι θα διαθέτει οθόνη, που θα επιτρέπει στους αγοραστές να έχουν πρόσβαση στη λίστα της φωνητικής εφαρμογής “Alexa” και να ενημερώνονται επιτόπου για το ύψος της χρέωσης. Παράλληλα, θα υπάρχει και σαρωτής κουπονιών.

Πηγή:

<https://www.specialtyfood.com/news/article/amazon-debuts-smart-grocery-cart/>

## **Αυξάνονται οι τιμές στο διαδικτυακό εμπόριο τη στιγμή που μειώνεται η αγοραστική δύναμη των καταναλωτών**

Σύμφωνα με τον δείκτη “Adobe’s June Digital Economic Index (DIE)”, οι καταναλωτές έχουν απώλεια αγοραστικής δύναμης, τη στιγμή που παρατηρούνται αυξήσεις σε προϊόντα που πωλούνται διαδικτυακά.

«Κατά τους πρώτους 6 μήνες του 2020 οι τιμές στο διαδικτυακό εμπόριο έπεσαν αισθητά. Σε ορισμένα προϊόντα, όπως τα είδη ένδυσης, τους μήνες Μάρτιο και Απρίλιο καταγράφηκε η μεγαλύτερη πτώση όλων των εποχών, εξαιτίας της μειωμένης ζήτησης», σύμφωνα με τον V. Pandya, manager της Adobe. «Τώρα ωστόσο, παρατηρούμε αύξηση των τιμών, η οποία σε συνδυασμό με τον πληθωρισμό μειώνει την αγοραστική δύναμη των καταναλωτών», εξηγεί ο ίδιος.

Η δαπάνη για διαδικτυακές αγορές έφθασε στα 73 δισ. δολ. τον Ιούνιο, σημειώνοντας αύξηση 76% σε σύγκριση με τον αντίστοιχο μήνα του παρελθόντος έτους, αλλά σημείωσε πτώση σε σύγκριση με τον μήνα Μάρτιο του 2020, όταν είχε φθάσει στα 82,5 δισ. δολ.

Οι τιμές των τροφίμων συνήθως αυξάνονται κατά το δεύτερο εξάμηνο κάθε έτους, σύμφωνα με τον Vivek, αλλά, εξαιτίας παραμέτρων που αποδίδονται στον COVID-19, η αύξηση μεταξύ Ιανουαρίου και Ιουνίου ήταν 4,2%, ποσοστό που αντιστοιχεί σε αύξηση της τάξεως του 500% σε σύγκριση με τη μέση τιμή των επιπέδων πληθωρισμού κατά την ίδια περίοδο. Η αύξηση αποδίδεται στην εκτίναξη της ζήτησης για συγκεκριμένα προϊόντα.

Καθώς τα καταστήματα έχουν επανέλθει σε πλήρη λειτουργία, οι καταναλωτές υιοθετούν μια υβριδική συμπεριφορά, συνδυάζοντας ηλεκτρονικές αγορές με φυσική παρουσία, αλλά όπως τονίζει ο Vivek, «είμαστε ακόμα μακριά από την επιστροφή στην κανονικότητα».

Πηγή:

<https://theblog.adobe.com/as-online-prices-increase-consumers-purchasing-power-declines/>

## **Μεγάλες εταιρείες λιανικών πωλήσεων κάνουν υποχρεωτική τη χρήση μάσκας για τους πελάτες**

Η Walmart και η Sam’s Club, δύο από τις μεγαλύτερες αλυσίδες λιανικών πωλήσεων στις ΗΠΑ, απαιτούν τη χρήση μάσκας για όλους τους πελάτες που εισέρχονται στα καταστήματα τους. Σε σχετική ανακοίνωση, η Walmart διευκρινίζει ότι πέραν των πινακίδων που θα υπενθυμίζουν στους πελάτες την υποχρέωσή τους, θα υπάρχει και ειδικός υπάλληλος σε κάθε κατάστημα, που θα ελέγχει την τήρηση του σχετικού κανόνα.

Το ίδιο μέτρο προστασίας, ήδη από τα τέλη Ιουλίου έχει υιοθετήσει και η Kroger, άλλος ένας κολοσσός του λιανεμπορίου των ΗΠΑ. Θυμίζουμε ότι αντίστοιχο μέτρο είχε επιβάλει εγκαίρως και η αλυσίδα Costco, η μεγαλύτερη αλυσίδα καταστημάτων χονδρικής πώλησης ειδών νοικοκυριού στις ΗΠΑ.

Πηγή:

<https://www.specialtyfood.com/news/article/walmart-sams-club-require-shoppers-wear-masks/>



## Περισσότερα οργανικά τρόφιμα αγοράζουν οι καταναλωτές εν μέσω πανδημίας

Σύμφωνα με δημοσίευμα του Bloomberg, οι καταναλωτές εστιάζουν περισσότερο πια στην υγεία και την ευεξία και ως αποτέλεσμα αυτής της τάσης αυξάνονται οι πωλήσεις οργανικών τροφίμων.

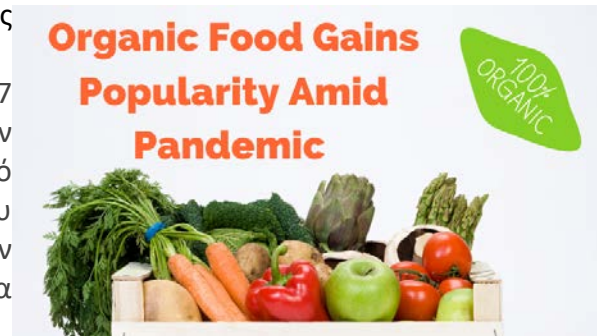
Σε διάστημα 17 εβδομάδων μέχρι και τις 27 Ιουνίου, οι πωλήσεις οργανικών διατροφικών προϊόντων αυξήθηκαν κατά 25%, σύμφωνα με τη Nielsen, ποσοστό που υπερβαίνει τη συνολική αύξηση του κλάδου τροφίμων γενικώς. Τα πιο δημοφιλή τρόφιμα μεταξύ των φερόντων τη σήμανση "Organic" είναι τα κρέατα, τα ιχθυηρά και τα κατεψυγμένα.

«Αναμένουμε να συνεχιστεί αυτή η τάση», ανέφερε η αναλύτρια του Bloomberg J. Bartashus. «Πολλοί άνθρωποι έχουν αξιοποιήσει τη δυνατότητα της εξ αποστάσεως εργασίας ως μια ευκαιρία αλλαγής τρόπου ζωής, απώλειας βάρους, εντονότερης άσκησης, υγιεινότερης διατροφής κλπ», ανέφερε χαρακτηριστικά.

Αύξηση παρατηρείται και στα οργανικά προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας, εταιρειών όπως η Kroger ή η Albertsons. Οι καταναλωτές τρώνε περισσότερα οργανικά τρόφιμα από ποτέ, σύμφωνα με έρευνα της Organic Trade Association (OTA). Αναμένεται ότι ο κλάδος, ο οποίος το 2019 κατέγραψε ρεκόρ πωλήσεων ύψους 55,1 δισ. δολ., θα φτάσει σε ιστορικά ύψη με το τέλος της τρέχουσας χρονιάς.

Πηγή:

<https://foodinstitute.com/focus/organic-gains-popularity>



## Μεγάλες οι προκλήσεις για λιανεμπόριο και εστίαση στη Νέα Υόρκη

Μεγάλες εταιρίες αλυσίδων εστιατορίων όπως οι Shake Shack και Applebee's ή λιανεμπορίου όπως η Macy's καταγράφουν μικρότερη δραστηριότητα των καταστημάτων τους στη Νέα Υόρκη σε σύγκριση με γειτονικές Πολιτείες, όπως το New Jersey και η Pennsylvania. Η ρίζα του προβλήματος έγκειται στη δραματική μείωση του τουρισμού και των διερχομένων στο Manhattan, μετά το ξέσπασμα της πανδημίας. Σημειωτέον επίσης ότι ένας σημαντικός αριθμός κατοίκων του Manhattan έχει μετακομίσει προσωρινά (κάποιοι εξ αυτών ίσως και μόνιμα) σε άλλες περιοχές.

Ειδικότερα, η αλυσίδα ταχυφαγείων Shake Shack ανακοίνωσε ότι την πρώτη εβδομάδα του Ιουλίου οι πωλήσεις της γνώρισαν πτώση 58% σε σύγκριση με την αντίστοιχη εβδομάδα πέρσι. Παρόμοια προβλήματα αντιμετωπίζει και η γνωστή αλυσίδα προϊόντων καφέ Starbucks, της οποίας ο μεγαλύτερος αριθμός κλειστών καταστημάτων εντοπίζεται στην περιοχή της Νέας Υόρκης, σύμφωνα με τον M. Kalinowski, ιδρυτή του Kalinowski Equity Research. Οι ειδικοί τονίζουν ότι υπό τις παρούσες συνθήκες, η λειτουργία των καταστημάτων τύπου Starbucks είναι μη βιώσιμη οικονομικά στην περιοχή της Νέας Υόρκης.

Πηγή:

<https://nypost.com/2020/07/21/nyc-is-now-the-worst-place-to-do-business-retailers-say/>



###

Χρήσιμες πηγές πληροφόρησης για τη διαχείριση της πανδημίας στις ΗΠΑ και την ευρύτερη περιοχή NY

**United States Centers for Disease Control and Prevention (CDC)**

**Cases of Coronavirus Disease (COVID-19) in the U.S.:**

<https://www.cdc.gov/coronavirus/2019-ncov/cases-updates/cases-in-us.html>

**Food & Drug Administration**

<https://www.fda.gov/home>

**U.S. Customs and Border Protection**

<https://www.cbp.gov/>

**Department of Homeland Security**

<https://www.dhs.gov/>

**United States Department of Agriculture**

<https://www.usda.gov/>

**The Official Website of New York State**

<https://www.ny.gov/>

**Official Website of the City of New York**

<https://www1.nyc.gov/>