





ΤΟ ΚΟΤΟΠΟΥΛΟ ΣΤΟ ΔΡΟΜΟ ΤΗΣ ΕΛΕΥΘΕΡΗΣ ΒΟΣΚΗΣ ΚΑΙ ΤΩΝ ΠΡΟΨΗΜΕΝΩΝ

Το τοπίο της αγοράς που σχετίζεται με το κοτόπουλο στην Ελλάδα παρουσιάζει μια έντονη ποικιλομορφία. Εάν αναζητήσει κανείς τη χαρτογράφησης του, ίσως θα πρέπει να προσεγγίσει ξεχωριστά κάθε μία από τις μεγαλύτερες ή μικρότερες επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον κλάδο.

ΚΕΙΜΕΝΟ: **ΓΙΩΡΓΟΣ ΛΑΜΠΙΡΗΣ**

Πολλές αλλαγές σημειώνονται το τελευταίο χρονικό διάστημα στην αγορά του ελληνικού κοτόπουλου ιδιαίτερα αν προσπαθήσει κάποιος να τον προσεγγίσει και από την πλευρά των προτιμήσεων - απαιτήσεων του καταναλωτή, ο οποίος εν τέλει είναι εκείνος που πληρώνει για να αγοράσει το παραγόμενο προϊόν. Στελέχη της αγοράς πάντως αναφέρουν στο Food Review ότι τα τελευταία χρόνια και προϊόντα όπως είναι οι ειδικές εκτροφές πτηνών, είτε πρόκειται για βιολογικά, είτε για ελευθέρως βοσκής, έχουν κερδίσει έδαφος, αποτελώντας ωστόσο ένα περιορισμένο τμήμα της αγοράς, που δεν υπερβαίνει το 10% της συνολικής παραγωγής στη χώρα μας. Αύξηση της ζήτησης εμφανίζεται επίσης τα τελευταία χρόνια, με διαρκώς ανοδική πορεία, στην κατηγορία των παρασκευασμάτων από κοτόπουλο, γεγονός που δικαιολογείται από την ανάγκη για γρήγορη μαγειρική ανάλογη της καθημερινότητας.



Υπηρετώντας τα βιολογικά κοτόπουλα

Μια πτηνοτροφική επιχείρηση με ειδικό αποτύπωμα αποτελεί η bioGreco με έδρα τη Λακωνία, η οποία εκτρέφει αποκλειστικά βιολογικά κοτόπουλα. Η επιχείρηση ξεκίνησε το 2001, αποτελώντας το προσωπικό στοίχημα τριών νέων ανθρώπων που διάλεξαν να ζήσουν στη Λακωνία με τις οικογένειές τους. Ο λόγος για τον Σταύρο Αργυρόπουλο, τον Μπάμπη Λύρα και τον Μελέτη Γιαννάκο.

Το βήμα της Νιτσιάκος με το μαύρο κοτόπουλο

Εάν θεωρήσουμε ότι οι μεγάλοι παίκτες που δραστηριοποιούνται στην αγορά είναι εκείνοι που κάνουν τα πρώτα βήματα και ότι εν πολλοίς διαμορφώνουν τις ισορροπίες στην αγορά, η Νιτσιάκος, η μεγαλύτερη βάσει τζίρου επιχείρηση της ελληνικής πτηνοτροφίας, ήταν εκείνη που δημιούργησε μία ειδική κατηγορία στο κοτόπουλο, λανσάροντας το 2015 το μαύρο κοτόπουλο, ένα προϊόν ειδικής εκτροφής. Το προϊόν αυτό παρουσίαζε μία ειδοποιό διαφορά, καθότι η εταιρεία των Ιωαννίνων έφερε στα ψυγεία ένα κοτόπουλο με χρόνο εκτροφής που υπερβαίνει τις 80 ημέρες και η διατροφή του βασίζεται αποκλειστικά σε πρώτες ύλες φυτικής προέλευσης. Η Νιτσιάκος ήταν και η εταιρεία που προχώρησε σε συμφωνία με τη Νίκας για να δημιουργήσει αλλαντικά από κοτόπουλο, σε μία αμφίπλευρη κίνηση –ιδίως από την πλευρά της βιομηχανίας αλλαντικών– ούτως ώστε να έρ-

θει στην επιφάνεια μία πρόταση αλλαντικού με βασικά χαρακτηριστικά τη φρεσκάδα και την ελληνικότητα της πρώτης ύλης.

Ο ΑΠΣΙ Πίνδος στα προψημένα

Ο άλλος μεγάλος του κλάδου ο Αγροτικός Πτηνοτροφικός Συνεταιρισμός Ιωαννίνων Πίνδος, παρουσιάζει ευρεία γκάμα προϊόντων, καλύπτοντας τη ζήτηση και για προϊόντα με διαφοροποιημένο αποτύπωμα σε ποιότητα όπως είναι τα κοτόπουλα ελευθέρας βοσκής που εκτρέφονται σε διάστημα 75 ημερών, ενώ διαθέτει και βιολογικά. Ο Συνεταιρισμός των Ιωαννίνων επενδύει και στα παρασκευάσματα, δημιουργώντας αυτή την περίοδο νέα μονάδα έτοιμων ψημένων φαγητών, στις παλιές εγκαταστάσεις της πρώην ΣΒΕΚΗ. Ο Συνεταιρισμός είδε μέσα από την επένδυση στα ψημένα προϊόντα τη ζήτηση που υφίσταται στην αγορά για σχεδόν έτοιμα προς κατανάλωση τρόφιμα, που συνάδουν με τους ταχείς ρυθμούς ζωής.

Εκτός πλάνου οι ειδικές εκτροφές για τον Συνεταιρισμό Άρτας

Στα συνεταιριστικά σχήματα ο Αγροτικός Πτηνοτροφικός Συνεταιρισμός Άρτας, ο οποίος διαγράφει περισσότερες από πέντε δεκαετίες λειτουργίας, προς το παρόν δεν διατηρεί στο χαρτοφυλάκιό του κανενός είδους ειδικές εκτροφές, ούτε και παρασκευάσματα. Η γκάμα της περιορίζεται στο νωπό κοτόπουλο ολόκληρο και τεμαχισμένο, σε αποστεωμένα σουβλάκια και φιλέτο κοτόπουλου. Στον σχεδιασμό όπως επισημαίνουν στελέχη της Άρτας μάλιστα, δεν είναι να εισέλθει ούτε σε ειδικές εκτροφές, ούτε και στα προψημένα.

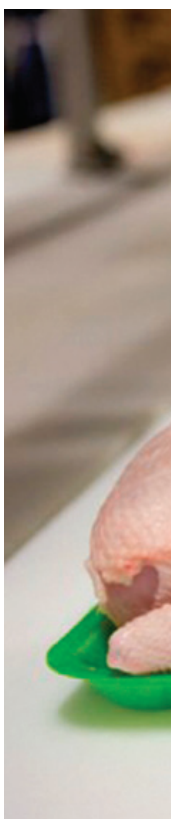
Το Χρυσό Κοτόπουλο Αμβροσιάδη ανοίγει νέα κατηγορία στην αγορά

Στεκόμενοι στην περίπτωση της Αμβροσιάδης, έρχεται με τη σειρά της να επιβεβαιώσει την ισχύ που παρουσιάζουν οι ειδικές εκτροφές στη συνείδηση του καταναλωτή αλλά και τη σημασία που έχουν και για τις πτηνο-



Ο πρόεδρος του Συνεταιρισμού Ι

κατά





Πρόεδρος του Αγροτικού Πτηνοτροφικού Συλλόγου Ιωαννίνων Πίνδος, Ανδρέας Δημητρίου



Ευρεία γκάμα καινοτόμων προϊόντων με διαφοροποιημένο αποτύπωμα σε ποιότητα προσφέρει ο ΑΠΣΙ Πίνδος.

Η εταιρεία Αμβροσιάδης διαθέτει κατά περίπου 70% ιδιοπαραγόμενο κοτόπουλο.

Ο Ιωακείμ (Μάκης) Αμβροσιάδης είναι πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος της ΑΜΒΡΟΣΙΑΔΗΣ ΑΒΕΕ.



τροφικές επιχειρήσεις τα τελευταία χρόνια. Η εταιρεία που διαθέτει κατά περίπου 70% ιδιοπαραγόμενο κοτόπουλο και προμηθεύεται το υπόλοιπο 30% από συνεργαζόμενους παραγωγούς, έφερε για πρώτη φορά στην αγορά τον Δεκέμβριο του 2020 το εν λόγω κοτόπουλο, επιδιώκοντας με τη σειρά της να δημιουργήσει μία νέα κατηγορία. Το εν λόγω προϊόν τρέφεται με καλαμπόκι και η διατροφή του εμπλουτίζεται λιναρόσπορο, θυμάρι, κανέλα, ρίγανη, σκόρδο με στόχο τόσο τη γευστική και οπτική όσο και ποιολογική διαφοροποίηση, όπως αναφέρουν από την εταιρεία. Το γεγονός ότι διαθέτει σημαντικό ποσοστό ιδιόκτητων θαλάμων, δίνει στην Αμβροσιάδης τη δυνατότητα να περιορίζει το κόστος, διατηρώντας την ισορροπία ποιότητας – τιμής στα προϊόντα της. Επίσης, συνεργάζεται με παραγωγούς από την Άρτα, τα Ιωάννινα, την Ημαθία, τα Γιαννιτσία, τη Θεσσαλονίκη, της Σέρρες, τη Θήβα. Εκτός από την γκάμα που διαθέτει σε παρασκευάσματα όπως σνίτσελ, τηγανιά, κοτομπουκιές, cordon bleu, επιδίωξη της Αμβροσιάδης είναι η σταδιακή είσοδος και στα προψημένα προϊόντα από κοτόπουλο.

Μιμίκος: Ανάπτυξη στην αγορά από το συσκευασμένο κοτόπουλο

Η περίπτωση της Μιμίκος αποτελεί μία παραδοσιακή δύναμη στον κλάδο της πτηνοτροφίας. Στελέχη της επισημαίνουν ότι το τελευταίο διάστημα οι ειδικές εκτροφές όπως τα κοτόπουλα εκτατικής εκτροφής –με αυξημένα τετραγωνικά να αναλογούν σε κάθε κοτόπουλο- και τα βιολογικά παρουσιάζουν μετριασμένη ζήτηση, γεγονός που οφείλεται στην πανδημία, ευρύτερα όμως αποτελούν προϊόντα με αναγνώριση από το καταναλωτικό κοινό τα τελευταία χρόνια. Η εταιρεία διαθέτει παρασκευάσματα όπως σνίτσελ από φιλέτο, κοτομπουκιές, μπιφτέκι, πικάντικες φτερούγες. Χαρακτηριστική είναι η αναφορά των στελεχών της που αφορά στην αύξηση των πωλήσεων συσκευασμένου κοτόπουλου, ιδίως κατά την πανδημία. Αποδίδουν το συγκεκριμένο γεγονός στην ευκολία που προσφέρει στον καταναλωτή κατά την αγορά, αλλά και στην άνοδο του ηλεκτρονικού εμπορίου, γεγονός που ευνοεί την πώληση συσκευασμένου κοτόπουλου αντί για χύμα.

Η Αγγελάκης έβαλε το ελαιόλαδο στη διατροφή ενός κοτόπουλου

Μιλώντας για διαφοροποίηση, η Αγγελάκης πρόσθεσε στο κοτόπουλο ένα στοιχείο που της έδωσε προστιθέμενη αξία ως προς τη διατροφή και εκτροφή των πτηνών της. Δημιουργώντας το Ελαιοπουλάκι, ενέταξε στη διατροφή του ελαιό-

ΑΓΟΡΑ >>

Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΚΟΤΟΠΟΥΛΟΥ ΣΕ ΑΡΙΘΜΟΥΣ

Συνολικός τζίρος πτηνοτροφικών επιχειρήσεων:

~1 δισ. ευρώ (μαζί με δραστηριότητες όπως πώληση ζωοτροφών, νεοσσών κ.λπ.)

Πωλήσεις κοτόπουλου (αποκλειστικά):

~ 600 εκατ. ευρώ

40% των πωλήσεων στα σούπερ μάρκετ (~250 εκατ. ευρώ)

60% των πωλήσεων σε κρεπωλεία, εστιατόρια, ξενοδοχεία

**Θάνος
Αγγελάκης,
πρόεδρος της
Διεπαγγελματικής
Πτηνοτροφίας και
Πρόεδρος και
Διευθύνων
Σύμβουλος της
Αγγελάκης Α.Ε.**



Η ΑΥΞΗΣΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΣΥΣΚΕΥΑΣΜΕΝΟΥ ΚΟΤΟΠΟΥΛΟΥ ΑΠΟΔΙΔΕΤΑΙ ΣΤΗΝ ΕΥΚΟΛΙΑ ΠΟΥ ΠΡΟΣΦΕΡΕΙ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΝΟΔΟ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

λαδο μαζί με φυτικές τροφές και καλαμπόκι, προσβλέποντας σε ένα κοτόπουλο με διαφοροποιημένο προφίλ και στην περιεκτικότητα σε λιπαρά οξέα λόγω των Ω9 λιπαρών που περιέχει το ελαιόλαδο. Η εταιρεία δημιούργησε ένα κοτόπουλο με ειδικά χαρακτηριστικά, το οποίο πιστοποιήθηκε στην Agrocet, ενώ βρήκε σημαντικό πεδίο ανάπτυξης και στο εξωτερικό και συγκεκριμένα στην αγορά των Εμιράτων, όπου δραστηριοποιείται. Για να εκθρέψει το ελαιόπουλάκι η Αγγελάκης προμηθεύεται επίσης περί τους 100 τόνους ελαιολάδου.

Κοτίνο: Με έμφαση στα προψημένα

Η τάση των προψημένων ως απάντηση στους ταχείς ρυθμούς ζωής, συναντάται και στην Κοτίνο, εταιρεία της Νέας Αρτάκης στην Εύβοια, η οποία έχει βάλει ως στόχο αυτή την περίοδο να συστήσει στην αγορά τα προψημένα προϊόντα και τα παρασκευάσματα. Ήδη μάλιστα έχει φέρει στα ψυγεία κωδικούς όπως είναι το σνίτσελ αλλά και οι κοτομπουκιές, που εμφανίζουν τα πρώτα θετικά σημάδια σε επί-

πεδο πωλήσεων για την εταιρεία. Στο πλαίσιο της είναι να ενισχύει το χαρτοφυλάκιό της στη συγκεκριμένη κατηγορία προϊόντων, εισάγοντας προσεχώς και νέους κωδικούς. Χαρακτηριστικό της είναι ότι το 50% των ποσοτήτων κοτόπουλου που παράγει προέρχεται από ιδιόκτητες εγκαταστάσεις και το υπόλοιπο 50% από πτηνοτρόφους της Εύβοιας, της Βοιωτίας και της Αττικής. Οι κύριες πρώτες ύλες με τις οποίες διατρέφονται τα κοτόπουλα είναι σιτάρι, καλαμπόκι και αλεύρι σόγιας.

Τοποθετώντας το κοτόπουλο σε επιλεγμένα σημεία πώλησης

Εξετάζοντας επιχειρήσεις μικρότερου βελνεκού με δραστηριότητα στην ελληνική πτηνοτροφία, η Αγροκτήματα Κρήτης - Μανωλιτσάκης, παρουσιάζει προϊόντα περιορισμένης παραγωγής, επιλέγοντας τη διάθεσή τους μέσα από επιλεγμένα σημεία πώλησης. Όπως αναφέρουν η εικόνα που παρατηρείται τελευταία ιδίως από νεότερους σε ηλικία καταναλωτές -35 έως 40 ετών- έρχεται να αντιστρέ-

ψει τα δεδομένα περί κατανάλωσης κυρίως φθηνού κοτόπουλου από τα σούπερ μάρκετ, καθώς αρκετοί καταναλωτές από αυτούς επιλέγουν το κοτόπουλο ελευθέρως βοσκής ή και το βιολογικό. Σημειώνουν μάλιστα ότι η εικόνα αποτυπώνεται κατά κύριο λόγο στο λεκανοπέδιο της Αττικής. Προσθέτουν ότι κανάλια διάθεσης για τα κοτόπουλα αυτής της κατηγορίας βρίσκουν πεδίο διάθεσης σε παντοπωλεία ελληνικής διατροφής.

Επίσης τα Αγροκτήματα Κρήτης διαθέτουν τα προϊόντα τους σε μικρά σημεία πώλησης αλλά και σε επιλεγμένα καταστήματα της ΑΒ Βασιλόπουλος. Σε επίπεδο προϊόντων η εταιρεία διαθέτει συμβατικό κοτόπουλο αργής εκτροφής, το οποίο βρίσκεται σε διαδικασία πιστοποίησης ως ελευθέρως βοσκής και η σφαγή του πραγματοποιείται μετά το πέρας 65 ημερών. Παράγει επίσης βιολογικό κοτόπουλο με κατώτατο χρονικό όριο τις 81 ημέρες εκτροφής καθώς και αλλαντικά όπως είναι συσκευασμένο κοτόπουλο και γαλοπούλα σε φρέτες αλλά και ειδικά παρασκευάσματα.

Fresher

— ΓΙΑ ΦΡΟΥΤΑ & ΛΑΧΑΝΙΚΑ —

ΑΦΙΕΡΩΜΑ
στα επώνυμα
φρούτα
και λαχανικά



Κυκλοφορεί
19 ΙΟΥΝΙΟΥ

ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗΝ AGRENDA