

ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΣΤΟ ΓΙΩΡΓΟ ΛΑΜΠΙΡΗ
Τ. Λουκέρης (ADUS): Οι ελλείψεις από το ράφι μετράνε διπλά στην περίοδο της πανδημίας

Τάκης Λουκέρης, CEO, Co-Founder

Για συνθήκες «πολέμου», οι οποίες επικράτησαν στην αγορά κατά την περίοδο της πανδημίας, κάνει λόγο μιλώντας στο FOODReporter, ο Τάκης Λουκέρης, συνιδιοκτήτης και εμπορικός διευθυντής της Adus, σε συνέντευξή του στο FOODReporter.

«Οι τάσεις της αγοράς μέσα στην πανδημία του covid 19 διαμορφώθηκαν κάτω από συνθήκες “πολέμου”, καθώς άλλαξαν απότομα όλα, ειδικά στην περίοδο της καραντίνας», σημειώνει ο κύριος Λουκέρης.

«Το καταναλωτικό κοινό, όπως ήταν αναμενόμενο, ακολούθησε ένα προβλεπόμενο μοτίβο αγορών, ξεκινώντας με τεράστιες ουρές και μεγάλες παραγγελίες σε είδη πρώτης ανάγκης, φοβούμενο τις ελλείψεις σε τρόφιμα, λόγω της αβεβαιότητας που επικρατούσε.

Μοιραία οι πωλήσεις ειδών όπως αλκοολούχα ποτά, τα είδη ζαχαροπλαστικής και γενικότερα, προϊόντα που δεν ήταν πρώτης ανάγκης, μειώθηκαν. Παράλληλα το φαινόμενο της μεγάλης αναμονής για την είσοδο στα καταστήματα οδήγησε ένα σημαντικό μέρος των καταναλωτών, να στραφεί στη διαδικτυακή κατανάλωση, η οποία αυξήθηκε κατακόρυφα και εμφάνισε επίσης στροφή προς τα έτοιμα και κατεψυγμένα γεύματα», συμπληρώνει. «Στην πορεία της κρίσης, αφού τελικώς δεν παρουσιάστηκε καμία έλλειψη στα

ράφια των super market, ο κόσμος άρχισε να κανονικοποιεί τις αγορές. Περαιτέρω, εφόσον ήταν κλειστά όλα τα καταστήματα εστίασης οι καταναλωτικές τάσεις εξομαλύνθηκαν, και οι αγορές επεκτάθηκαν και στις υπόλοιπες κατηγορίες προϊόντων που είχαν μείνει χαμηλά, με αποτέλεσμα αυτές να ανακάμψουν».

«Απαραίτητη η παρουσία στα super market»

Η Adus σύμφωνα με τον ίδιο δεν σταμάτησε να λειτουργεί ούτε κατά την περίοδο του lockdown. «Δεν θα ήταν ποτέ δυνατόν να σταματήσουμε, καθώς οι πελάτες μας δεν διαθέτουν, οι περισσότεροι, τμήμα πωλήσεων προς τα supermarket και στηρίζονταν σε εμάς για να εξέλθουν από την κρίση αυτή, αλτώβητοι», σημειώνει ο κύριος Λουκέρης, διευκρινίζοντας, ωστόσο, ότι οι μετακινήσεις, όπως και η παραμονή στα καταστήματα, είχαν γίνει δυσκολότερες.

Από την πλευρά της και η Adus λειτούργησε διαφορετικά στη διάρκεια της πανδημίας, έχοντας υιοθετήσει τους κανόνες ασφαλείας, με βάση τα πρότυπα του Π.Ο.Υ, ώστε να διασφαλίζεται τόσο η υγεία των στελεχών της, όσο και η υγεία του κοινού. «Αυτή η προσέγγιση με γνώμονα την ασφάλεια, καθυσάχασε τους υπαλλήλους των αλυσίδων και μας έδωσε τη δυνατότητα να μην σταματήσουμε ούτε στιγμή

την επιθεώρηση των ραφιών και την τοποθέτηση των προϊόντων των πελατών μας στα καταστήματα. Κατ’ αυτό τον τόπο πετύχαμε δύο πράγματα. Αφενός εξασφαλίσαμε την αύξηση των πωλήσεων των συνεργατών μας, αφετέρου ενδυναμώσαμε τη θέση μας στην αγορά των supermarkets», λέει ο Τάκης Λουκέρης.

«Οι ελλείψεις στο ράφι μετράνε διπλά»

Μια άλλη τάση, η οποία επίσης παρατηρήθηκε σύμφωνα με τον επικεφαλής της Adus, είναι ότι από τη στιγμή που τα εμπορικά καταστήματα έκλεισαν, όπως και τα σημεία HORECA, το μόνο που έκανε το καταναλωτικό κοινό, ήταν να καταναλώνει όσα ψώνιζε από τα super markets, τα οποία ήταν τα μόνα που λειτουργούσαν.

«Συνεπώς, ήταν τεράστια η αναγκαιότητα που παρουσιάστηκε κατά την περίοδο της καραντίνας, να βρίσκονται στο ράφι τα προϊόντα των πελατών μας, ώστε να είναι διαθέσιμα άμεσα στο καταναλωτικό κοινό».

«Οποιοσδήποτε ελλείψεις μέτρησαν διπλά αυτή την περίοδο και ο καταναλωτής θα κοίταζε αμέσως στο διπλανό ράφι για να βρει αυτό που θέλει», επισημαίνει ο επικεφαλής της Adus, προσθέτοντας πως όσοι εμφανίζονται με συνέπεια στο ράφι, «χτίζουν για την επόμενη ημέρα».

Συνεργασίες με Κρητών Άρτος, Βιολάντα, Οικογένεια Χριστοδούλου, Dr Oetker, Παλίρροια, Hell Energy, ΕΨΑ, Θεόνη

Σημειώνεται ότι η Adus κατά τα τελευταία δέκα χρόνια ειδικεύεται στην παροχή υπηρεσιών για προϊόντα ταχείας κατανάλωσης στον τομέα των super market, τόσο στην ελληνική αγορά όσο και στις αγορές του εξωτερικού. Διατηρεί και αναπτύσσει πετυχημένες συνεργασίες με εταιρείες όπως οι: Κρητών Άρτος, Βιολάντα, Οικογένεια Χριστοδούλου, Dr Oetker, Παλίρροια, Hell Energy, ΕΨΑ, και Νερά Θεόνη.