



Ο 40χρονος Τούρκος επιχειρηματίας Χαμντί Ουλουκάγια, με περιουσία 1,1 δισ. δολάρια, έχει βάλει στόχο να κατακτήσει την αγορά ελληνικού τύπου γιαουρτιού στις ΗΠΑ..

Η επιτυχία ώθησε σε νέες επενδύσεις στην παραγωγική αλυσίδα, στο ίδιο εργοστάσιο, το οποίο επεκτάθηκε βαθμιαία (επέκταση που κόστισε 200 εκατ. δολάρια), απασχολεί πλέον 1.200 εργαζομένους και απορροφά ημερησίως πάνω από 1,32 εκατ. λίτρα γάλα από τους ντόπιους κτηνοτρόφους για τη λειτουργία του. Επιπλέον, άνοιξε ένα νέο εργοστάσιο στο Αϊντάχο επενδύοντας 450 εκατ. δολάρια, το οποίο έδωσε δουλειά σε άλλους 400 Αμερικανούς, ενώ αγόρασε και στην Αυστραλία εργοστάσιο.

Ο Ουλουκάγια λέει πράγματα που φανερώ-

νουν μια διαφορετική φιλοσοφία. Όπως, ότι δεν πιστεύει στις έρευνες των καταναλωτικών τάσεων και θεωρεί ότι πρέπει κανείς να διατηρεί απευθείας γραμμή με τους καταναλωτές. Μάλιστα, έχει προσλάβει αρκετούς από τους καταναλωτές που επικοινωνήσαν μαζί του για παράπονα ή προτάσεις.

Ο επικεφαλής του τμήματος μάρκετινγκ της Chobani ήταν ένας απ' αυτούς, αφού ο Ουλουκάγια εκτίμησε την πρόταση που του έκανε. Υποστηρίζει επίσης ότι όλες οι δουλειές μέσα στην εταιρεία είναι εξίσου σημαντικές και υποστηρίζει την κινητικότητα των υπαλλήλων. Ο σημερινός υπεύθυνος πωλήσεων της Chobani λίγα χρόνια πριν σήκωνε τηλέφωνα...

**ΔΥΣΚΟΛΗ ΕΡΩΤΗΣΗ**

Ο ιδιοκτήτης της Chobani απαντά σε όσους τον ρωτούν πώς κάποιος με τη δική του καταγωγή φτιάχνει «ελληνικό» γιαούρτι, ότι στην Ελλάδα -και οπουδήποτε αλλού εκτός ΗΠΑ- δεν ονομάζεται «ελληνικό», αλλά «στραγγιστό». Και ότι επειδή στην Αμερική το προϊόν εισήχθη από μια ελληνική εταιρεία, ονομάστηκε έτσι. Όπως λέει, εκείνο που μετράει δεν είναι αν είναι ελληνικό ή τουρκικό το γιαούρτι, αλλά αν είναι καλό.

Οι ισχυρισμοί του Ουλουκάγια ότι το προϊόν περιγράφεται ως «ελληνικό» λόγω του τρόπου που στραγγίζεται δεν πείθουν τη ΦΑΓΕ, η οποία αντιμετωπίζει πλέον την Chobani και στη Βρετανία, όπου κυκλοφορεί τα προϊόντα της ως «ελληνικά».

Η ΦΑΓΕ κατέθεσε μήνυση εναντίον της ανταγωνίστριας της για αυτήν την περιγραφή κερδίζοντας την πρώτη δικαστική μάχη στη Βρετανία, αφού δικαστήριο διέταξε την Chobani προσωρινά να μην πουλάει ως «ελληνικά» τα γιαούρτια της. Η τελική απόφαση θα ληφθεί στα μέσα Φλεβάρη.

**Ελληνική αγορά**

12, οι πωλήσεις της Chobani εκτιμάται ότι...

... 09 αυξάνει τις πωλήσεις της με 34% κατά...

... μεταξύ 2010-2011 οι πωλήσεις του Total...

... και ανήλθαν σε 178 εκατ. δολάρια.

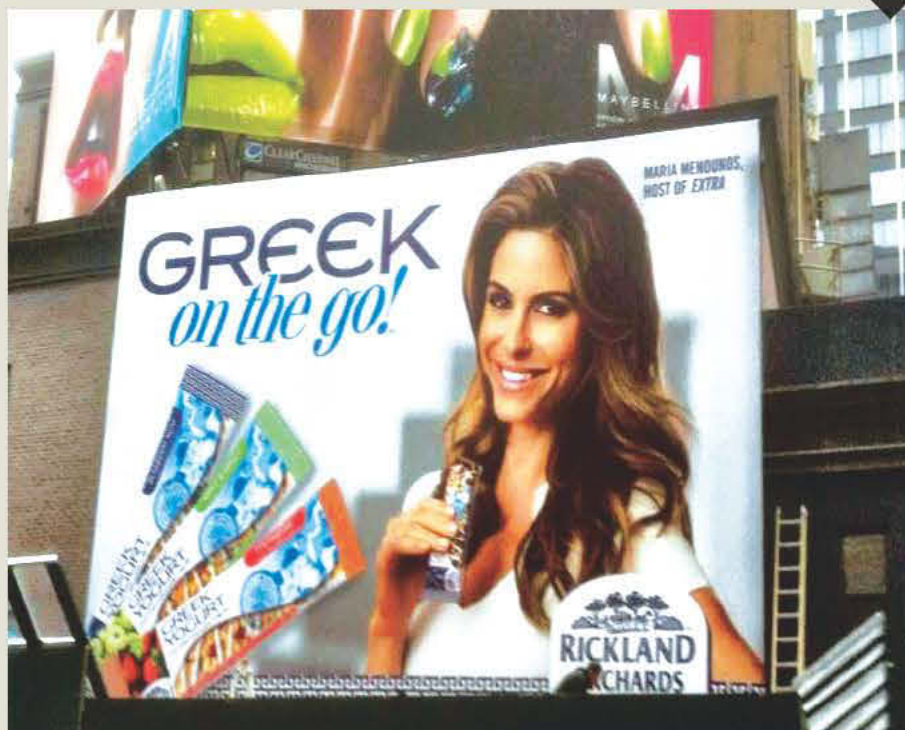
... των γιαουρτιών που πωλούνται στην αμερι...

... «ελληνικού τύπου» αντιπροσωπεύουν πια...

... έρσει και μόλις 3%, τρία χρόνια πριν, σύμ...

... ελληνικού γιαουρτιού έχουν μπει γίγαντες,

**ΚΑΜΠΑΝΙΕΣ ΜΕ ΧΡΩΜΑ ΕΛΛΗΝΙΚΟ**



**Η Μαρία Μενούκος στην πρώτη γραμμή του διαφημιστικού ανταγωνισμού**

Καθώς ο ανταγωνισμός είναι σκληρός, κάθε εταιρεία που φτιάχνει γιαούρτι ελληνικού τύπου προσέχει ιδιαίτερα τη διαφημιστική προβολή του προϊόντος της. Η Chobani αρχικά, ως μικρή εταιρεία, στήριξε την εκστρατεία της στους μπλόγκερ, στο Facebook και στο Twitter, έτσι ώστε να επιτύχει άμεση επικοινωνία με τους καταναλωτές. Μετά την τεράστια επιτυχία της, πλέον μπορεί να είναι χορηγός των Ολυμπιακών του Λονδίνου και να χρησιμοποιεί γνωστά πρόσωπα για την προώθηση των προϊόντων της, όπως η Τζέινι Φιντς, μια διάσημη στις ΗΠΑ αθλήτρια του σοφτμπολ.

Άλλες εταιρείες χρησιμοποιούν το ελληνικό φολκλόρ για να υπογραμμίσουν την καταγωγή του προϊόντος. Όπως η Kraft, που για να προωθήσει το γιαούρτι Athenos, επιστράτευσε τις Ελληνίδες ηθοποιούς Ζωζώ Ζάρπα και Αλεξάνδρα Παντελάκη, που ενσαρκώνουν το πρότυπο της Ελληνίδας «γιάγια», όπως ξεκαρδιστικά το έχει περιγράψει ο Ελληνοαμερικανός συγγραφέας Ντέιβιντ Σεντάρης. Παρότι η διαφήμιση με τις γιαγιάδες «χάλασε κόσμο», το Athenos δεν μακροπρόθευσε στην αγορά των ΗΠΑ.

**ΠΡΟΩΘΗΣΗ**

Μια διάσημη ομογενή επέλεξε η εταιρεία Rickland Orchards, προκειμένου να προωθήσει την πρώτη μπάρα δημητριακών με ελληνικό γιαούρτι. Η τηλεπαρουσιάστρια Μαρία Μενούκος πρωταγωνίστησε στη σχετική διαφημιστική εκστρατεία. «Η Μαρία έχει αληθινή ενέργεια και πάθος για ζωή, όπως η ενέργεια και το πάθος που βάζουμε στα προϊόντα μας», δήλωσε ο πρόεδρος της Rickland Orchards, Μάικλ Σαντς. Η ίδια η Μενούκος, της οποίας η δημόσια εικόνα είναι συνδεδεμένη με την υγιεινή διατροφή, δήλωσε ότι, ως Ελληνίδα, πάντα της άρεσε το ελληνικό γιαούρτι και πως η μπάρα της εταιρείας που διαφημίζει είναι το καλύτερο για το φορτωμένο πρόγραμμά της.

Της Μενούκος είχε προηγηθεί στις διαφημίσεις γιαουρτιών ο Τζον Στάμος, γνωστός από την κωμική σειρά «Μια τρελή οικογένεια», ο οποίος ήταν το «πρόσωπο» του γιαουρτιού Oikos της Danone/Dannon.

... ρήνη. Τώρα ως επίσημο μέλος της οικογένειας της Bendigo and Adelaide Bank, η Delphi Bank έχει την ευκαιρία να χτίσει το κομμάτι της αυστραλιανής της ιστορίας.

Στο τέλος της κουβέντας μας ο Γιώργος Τακτικός προσδιόρισε το παρόν και το μέλλον της Τράπεζας που διευθύνει. «Είμαστε η Τράπεζα με την καλύτερη ανάπτυξη σε ολόκληρη την Αυστραλία. Πάμε καλά και θέλουμε να συνεχίσουμε με την ίδια αφοσίωση στην εξυπηρέτηση των πελατών. Θα μεγαλώσουμε κι άλλο. Είμαστε εδώ για να μείνουμε τουλάχιστον για 100 χρόνια ακόμα. Χρόνια Πολλά σε όλους».

