

Chobani: Χάλασαν τα σχέδια του Τούρκου με το ελληνικό γιαούρτι

Να εγκαταλείπει τα σχέδιά του να βάλει την Chobani στο χρηματιστήριο της Νέας Υόρκης, αναγκάστηκε ο Χαμντί Ουλούκαγια, ο Τούρκος που έμαθε στους Αμερικανούς να τρώνε στραγγιστό γιαούρτι και έκανε το greek yogurt μόδα. Η Chobani ενημέρωσε την αμερικανική Επιτροπή Κεφαλαιαγοράς ότι αποσύρει την αρχική δημόσια εγγραφή την οποία σχεδίαζε, χωρίς να αναφέρει τον λόγο. Η εταιρεία είχε καταθέσει τα σχετικά έγγραφα τον περασμένο Νοέμβριο, με τη Wall Street Journal να γράφει τότε ότι η αποτίμηση της Chobani θα ξεπερνούσε τα 10 δισ. δολάρια. Αυτό σήμαινε ότι με το IPO θα γινόταν πλούσιος όχι μόνο ο Ουλούκαγια, αλλά και οι εργαζόμενοι της εταιρείας του, στους οποίους ο επιχειρηματίας είχε υποσχεθεί ότι θα μοιράσει το 10% της Chobani μόλις αυτή πουληθεί ή μπει στο χρηματιστήριο.

Όμως, μεσολάβησε η κατρακύλα της Wall Street, η οποία έβαλε στον «πάγο» σχεδόν όλες τις νέες εισαγωγές. Όμως, η άοχη πορεία της Wall Street δεν είναι το μοναδικό πρόβλημα της Chobani αυτή τη στιγμή. Αρκετά ανώτερα στελέχη της εταιρείας έχουν αποχωρήσει τους τελευταίους μήνες, με αποτέλεσμα ο Ουλούκαγια να αναζητά, μεταξύ άλλων, οικονομικό διευθυντή.

Κατά την αίτησή της για εισαγωγή στο χρηματιστήριο, πέρυσι, η Chobani αποκάλυψε ότι είχε καθαρές ζημιές 24 εκατ. δολαρίων με πωλήσεις 1,2 δισ. δολαρίων για πρώτους εννέα μήνες του 2021. Είχε ζημιές 21 εκατ. δολαρίων με πωλήσεις 1,06 δισ. δολαρίων την ίδια περίοδο το 2020.

Έμαθε στους Αμερικανούς να τρώνε «greek yogurt»

Γιος μιας οικογένειας Κούρδων κτηνοτρόφων, ο Ουλούκαγια έζησε μια ημι-νομαδική ζωή στην Ανατολία, έως ότου οι γονείς του στον έστειλαν στη Νέα Υόρκη για να μάθει αγγλικά.

Όταν το 1996 ο πατέρας του του τηλεφώνησε, λέγοντας ότι σχεδίαζε να τον επισκεφθεί, ο 26χρονος τότε φοιτητής έψαξε να βρει όσα συνήθιζαν να τρώνε για πρωινό στο σπίτι τους στην Τουρκία: Ψωμί, ελιές και φέτα. Διαπιστώνοντας με έκπληξη ότι η καλύτερη φέτα που μπορούσε να βρει στα αμερικανικά σούπερ μάρκετ ήταν εντελώς άγευστη μπροστά σε εκείνη που έφτιαχνε η οικογένειά του στην Τουρκία, ο Ουλούκαγια έκανε χωρίς να το γνωρίζει το πρώτο βήμα για να γίνει δισεκατομμυριούχος.

Τα επόμενα χρόνια, προσάρμοσε την οικογενειακή τους συνταγή στις τοπικές πρώτες ύλες και τα γούστα των



Η ευκαιρία της ζωής του, ήρθε μέσω του ταχυδρομείου, όταν ένα τοπικό μεσιτικό γραφείο του έστειλε ένα φυλλάδιο, διαφημίζοντας κάποιο εργοστάσιο που πωλούνταν.

Αμερικανών καταναλωτών και άρχισε να πουλά τη δική του φέτα, την οποία ονόμαζε «Euphrates». Ο ίδιος έτρεχε το μικρό του εργοστάσιο, χειριζόταν τις πωλήσεις, το μάρκετινγκ, τις επαφές με τους πελάτες χονδρικής. Έκανε μόνος του μέχρι και τις διανομές, και κάποιες φορές, εξουθενωμένος από την πολλή δουλειά, κοιμόταν μέσα στο σαράβαλο φορτηγάκι του.

Η ευκαιρία της ζωής του, όμως, ήρθε μέσω του ταχυδρομείου, όταν ένα τοπικό μεσιτικό γραφείο του έστειλε ένα φυλλάδιο, διαφημίζοντας κάποιο εργοστάσιο που πωλούνταν. Με μια μηχανική κίνηση, ο Ουλούκαγια το πέταξε στα σκουπίδια, αλλά λίγο μετά το ξανασκέφτηκε, και πολύ σύντομα επισκέφθηκε το ακίνητο. Ήταν ένα εγκαταλειμμένο εργοστάσιο γιαουρτιού της Kraft, σχεδόν 100 χρόνων, σε κάποιον επαρχιακό δρόμο του New Berlin, στην κεντρική Νέα Υόρκη.

Μετανάστης από την Τουρκία

Ο μετανάστης από την Τουρκία αγόρασε το εργοστάσιο με δανεικά χρήματα και έχοντας πάντα στο μυαλό του το ελληνικό γιαούρτι που πουλούσε στα αμερικανικά ντελικατέσεν η ΦΑΓΕ, πέρασε δύο χρόνια τελειοποιώντας τη

δική του συνταγή.

Το 2007 παρέδωσε το πρώτο του φορτίο με γιαούρτια Chobani, σε ένα εβραϊκό σούπερ μάρκετ στο Λονγκ Άιλαντ και μέσα στον πρώτο χρόνο, κατάφερε να πραγματοποιήσει πωλήσεις 25 εκατ. δολαρίων. Σήμερα, ο Ουλούκαγια μετανιώνει που στα πρώτα του βήματα επέλεξε να πουλήσει το προϊόν του σαν «ελληνικό γιαούρτι». Στην πραγματικότητα, αυτό που έκανε ήταν να συστήσει στο αμερικανικό καταναλωτικό κοινό το στραγγιστό γιαούρτι, το οποίο απείχε κατά πολύ από τα νερούλα, γεμάτα ζάχαρη και συντηρητικά γιαούρτια που έως τότε κυκλοφορούσαν σε αυτή την τεράστια αγορά.

Το «Greek yogurt» έγινε πολύ γρήγορα η νέα μανία των Αμερικανών και η Chobani έφτασε το 2012 να κατέχει το 44% αυτής της γοργά αναπτυσσόμενης αγοράς.

Σήμερα, η Chobani κατέχει το ένα πέμπτο της αγοράς ελληνικού γιαουρτιού στις ΗΠΑ (που πραγματοποιεί τζίρο 10 δισ. δολαρίων τον χρόνο) και επεκτείνεται δυναμικά στους έτοιμους καφέδες και τα φυτικά γάλατα, τα οποία και εμφανίζουν μεγάλες προοπτικές ανάπτυξης.