



ΠΩΣ Η GREEN COLA ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΚΡΙΤΙΚΗ ΟΡΕΣΤΙΑΔΑ ΚΑΤΑΦΕΡΕ ΝΑ ΜΠΕΙ ΠΡΩΤΗ ΣΕ ΜΙΑ ΑΓΟΡΑ ΠΟΥ ΑΚΟΛΟΥΘΗΣΑΝ COCA-COLA ΚΑΙ PEPSI

Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΠΟΥ ΕΠΙΑΣΕ ΣΤΟΝ ΥΠΝΟ ΤΙΣ ΠΟΛΥΕΘΝΙΚΕΣ



Στην περίπτωση της Green Cola υπάρχει κάτι το εντυπωσιακό. Ποιο είναι αυτό; Ότι κατάφερε μέσα σε περίοδο κρίσης να φτάσει ψηλά, ξεπερνώντας μεγαθήρια του χώρου.

Κι όπως αναφέρει το ρεπορτάζ, δεν υπάρχουν πολλές εταιρείες που να δημιουργήθηκαν μέσα στην ύφεση και να πέτυχαν. Πόσο περισσότερο όταν οι δημιουργοί της ποτάρουν σε μία αγορά που από την αρχή την κρίσης έως σήμερα έχει χάσει πάνω από 30%. Κι όμως, η Green Cola με έδρα την Ορεστιάδα κατάφερε όχι μόνο να αντισταθεί στην ύφεση, αλλά να καταφέρει πολύ περισσότερα.

Ποιο είναι το πιο εντυπωσιακό; Σίγουρα ότι σε επίπεδο μεριδίων αγοράς βλέπει στα μάτια και αν συνεχίσει έτσι είναι θέμα μηνών να ξεπεράσει τον δεύτερο μεγαλύτερο παίκτη της αγοράς, την πολυεθνική Pepsi. Για πρώτη φορά από την κατάρρευση και εξαφάνιση του Ταμ - Ταμ τη δεκαετία του '70 - μετά την είσοδο των πολυεθνικών, Coca-Cola και PepsiCo - μια ελληνική cola πιτυχάνει χωρίς να έχει την οικονομική δυνατότητα διαφήμισης να κερδίζει μερίδια σε χρόνο ρεκόρ. Και να, μπορεί η Pepsi να έχει πετάξει «ηλεκτρικά πετάκια» στην ελληνική αγορά, ποτάροντας στη χαμηλή τιμή, σε προ-σφορές και στο να κρατήσει -παλι με οικονομικές προσφορές- ως πελάτες της εστιατόρια και καφετέριες, δεν μειώνει όμως αυτό την επίδοση της Green Cola που μέσα σε λιγότερο από τέσσερα χρόνια έφτασε τα μερίδια της Pepsi (5,5% στα αναμεικτικά τύπου cola στο οργανωμένο λιανεμπόριο) των 40 χρόνων παρουσίας στη χώρα μας.

Τα τρία μεσάληκα στελέχη
Η ίδια η δημιουργία της Green

Cola είναι επίσης κάτι εντυπωσιακό. Αν δεν υπήρχε ένας συνδυασμός αρνητικών συγκυριών προφανώς δεν θα μιλούσαμε σήμερα για αυτήν. Συνιδρυτές, τρία μεσάληκα στελέχη ελληνικών πολυεθνικών (Cosmote και 3E) που από δεκαετίες καριέρας, στα πρώτα χρόνια της κρίσης και των περικοπών βρέθηκαν μετωπί χωρίς τις αποδοχές και τις παροχές που τους πρόσφερε η προηγούμενη δουλειά τους. Ποιο είναι το μέλλον αυτών των στελεχών συνήθως; Όσοι τυχεροί καταφέρουν να βρουν νέα εργασία αυτή υπολείπεται κατά πολύ τόσο σε αποδοχές όσο και σε ένταση και σε επίπεδο ευθύνης που είχαν συνθηθεί. Αντίθετα, ο Περικλής Βενιέρης (πρώην υπεύθυνος παραγωγής της 3E, εμφιαλωτή της Coca-Cola στην Ελλάδα και στα Βαλκάνια), ο Στέφανος Οικταπόδης (πρώην επικεφαλής της θυγατρικής της Cosmote στην Αλβανία) και ο Ευάγγελος Μαρτινόπουλος (πρώην διευθύνων σύμβουλος της Cosmote και του ΟΤΕ) αποφάσισαν να πάρουν τις τύχες στα χέρια τους. Εμπνευστής της κίνησης, ο Περικλής Βενιέρης, ο οποίος παρά την κυριαρχία της Coca Cola πίστεψε ότι υπάρχει χώρος και για νέα σήματα, αρκεί αυτά να έχουν να πουν κάτι και ειδικότερα στις νεότερες

γενιές που στην παγκόσμια αγορά κυριζούν την πλότη στα παραδοσιακά αναψυκτικά με τη ζάχαρη. Η Green Cola, που σε ένα μεγάλο βαθμό είναι αποτέλεσμα μελετών και εργαστηριακών ερευνών που πραγματοποιήθηκαν σε ελληνικά πανεπιστήμια -από το Πολυτεχνείο στην Αθήνα μέχρι στο Δημοκρίτειο στην Θράκη-, πέτυχε μία γεύση που να είναι αρεστή στον μέσο καταναλωτή, χωρίς να έχει καθόλου ζάχαρη ή ασαρτάμη, αλλά στέβια. Μπορεί αρχικά για να πησσοριστεί στην αγορά να «πούλησε» ελληνικότητα, σήμερα όμως αυτό που προβάλλεται από το στέλεχη της είναι το Green, ότι είναι ένα προϊόν χωρίς φωσφορικό οξύ, με φυσική καφεΐνη και φυτικές προέλευσης γλυκαντικό. Μάλιστα, φρόντισαν να πατεντάρουν το όνομα και το σήμα της Green Cola για μεγάλες αγορές του εξωτερικού όπως ΗΠΑ και Βρετανία, δαπανώντας σημαντικά χρήματα για αυτό τον σκοπό που θα ήταν υπερβολιτίμα για την εδραίωσή τους στην ελληνική αγορά.

Η παγκόσμια δικαίωση
Η κίνηση αυτή φαίνεται να τους δικαιώνει, καθώς λίγα χρόνια αργότερα οι δύο μεγάλοι παίκτες της αγοράς έβγαλαν τα δι-

κό τους «πράσινα» προϊόντα. Πριν από δύο ακριβώς χρόνια, τον Ιούνιο του 2013 η Coca-Cola λάνσαρε δοκιμαστικά σε Αργεντινή και Χιλή την Coca Cola Life, με λιγότερη ζάχαρη την οποία σε ένα μέρος την αντικαθιστούσε επίσης με στέβια. Το νέο αναψυκτικό ξεκίνησε δειλά τα βήματά του και στις ΗΠΑ το περασμένο καλοκαίρι και από τον περσινό Νοέμβριο είναι τοποθετημένο παναμερικανικά. Αξίζει να αναφερθεί ότι είναι το πρώτο αναψυκτικό cola που λανσάρε στις ΗΠΑ η Coca-Cola από το 2006. Από τα τέλη του 2014 η Coca Cola Life έχει περάσει τον Ατλαντικό και έχει παρουσία σε τρεις μεγάλες αγορές: Γερμανία, Βρετανία και Γαλλία, καθώς και σε μικρότερες της κεντρικής και της βόρειας Ευρώπης. Σύμφωνα με πληροφορίες, είναι θέμα χρόνου να τη δούμε σε κάποιο ψυγείο ή ράφι και στην Ελλάδα.

Τα διεθνή βήματα
Παρά το νεαρό της ηλικίας η Green Cola εξάγεται ήδη σε Ισραήλ, Κύπρο, Σερβία, Ρουμανία, Βουλγαρία, Βέλγιο και Αυστραλία, ενώ βρίσκεται σε επαφές για την είσοδο σε μεγάλες αγορές όπως αυτές της Αμερικής και της Γερμανίας. Παράλληλα, ακολουθώντας το μοντέλο των μεγάλων παικτών της

αγοράς ξεκίνησε να παραχωρεί άδειες εμφιάλωσης σε χώρες του εξωτερικού. Η αρχή έγινε από τη Σερβία και ακολούθησαν η Σαουδική Αραβία και η Κύπρος όπου αυτές τις μέρες ενεργοποιείται η συμφωνία με την ΚΕΑΝ. Στόχος είναι μέσα στην επόμενη διετία να υπάρξουν αντίστοιχες συμφωνίες σε ακόμη 7 χώρες από τις οποίες οι περισσότερες θα βρίσκονται στην Κεντρική Ευρώπη. Παράλληλα, στην Ελλάδα, και καθώς το εργοστάσιο της ΕΠΑΠ στην Ορεστιάδα λειτουργεί στα όριά του, καθώς πέρα από την Green Cola που αυξάνει συνεχώς τα μερίδια της παράγονται και τα άλλα σήματα της εταιρείας, ΜΠΑΕ, Mix&Match και GR8 (GR-eight), καθώς και τα αναψυκτικά για λογαριασμό των περισσότερων αθλητικών σουπερ μάρκετ, αποφασίστηκε η συνεργασία με το εμφιαλωτήριο «Εσπερίδες» της ΕΑΣ Αργολίδας. Εδώ αξίζει να αναφερθεί ότι το εργοστάσιο στην Ορεστιάδα, ένα από τα ελάχιστα που έχουν απομείνει σε λειτουργία στον Εβρο, απέχει 900 χιλιόμετρα από την Αθήνα και πολύ περισσότερο από την «τουριστική» Ελλάδα των νησιών και της Κρήτης. Η διοίκηση παρά όλα αυτά ετοιμάζει νέες επενδύσεις στην μονάδα της ΕΠΑΠ.





Το μαγικό άγγιγμα του Γιάννη Χήτου

Στα μέσα του Ιουνίου 2015 παρουσιάστηκε και επισήμως η μετοχική συνεργασία με τον Γιάννη Χήτου, ο οποίος απέκτησε το 25% αντί 3 εκατ ευρώ. Και δεν πρόκειται για ένα τυχαίο άνθρωπο, αλλά είναι αυτός που κατάφερε να κάνει το Ζαγόρι να πρωταγωνιστήσει στην αγορά του εμφιαλωμένου νερού την εποχή που την αγορά μοιράζονταν μόνο οι πολυεθνικοί όμιλοι. Και όχι μόνο. Κατάφερε να κάνει αντικείμενο εξαγωγής μέσα σε πέντε χρόνια την μπίρα ΦΙΞ που ο ίδιος άναψε, ήταν μακράν η πιο δελεαστική πρόταση συνεργασίας που είχαν οι μέτοχοι της Green Cola. Πόσο περισσότερο όταν θα έχει και ενεργό ρόλο ως νέος εκτελεστικός πρόεδρος.



στην αγορά του εμφιαλωμένου νερού την εποχή που την αγορά μοιράζονταν μόνο οι πολυεθνικοί όμιλοι. Και όχι μόνο. Κατάφερε να κάνει αντικείμενο εξαγωγής μέσα σε πέντε χρόνια την μπίρα ΦΙΞ που ο ίδιος άναψε, ήταν μακράν η πιο δελεαστική πρόταση συνεργασίας που είχαν οι μέτοχοι της Green Cola. Πόσο περισσότερο όταν θα έχει και ενεργό ρόλο ως νέος εκτελεστικός πρόεδρος.

Ο ΓΡΙΦΟΣ ΠΟΥ ΚΑΛΕΙΤΑΙ ΝΑ ΛΥΣΕΙ ΤΟ ΝΕΟ ΑΦΕΝΤΙΚΟ ΤΗΣ, ΤΖΕΪΜΣ ΚΟΥΙΝΣΙ

Η συνταγή της Coca-Cola και το μεγάλο στοίχημα

Με μία και μοναδική ξεκάθαρη αποστολή ο Τζέιμς Κουίνσι, το νέο παγκόσμιο αφεντικό της Coca-Cola, βρίσκεται μπροστά στη μεγαλύτερη πρόκληση της γιγαντιαίας επιχείρησης. Ο άνθρωπος αυτός, που αποτελεί γέννημα-θρέμμα της Coca-Cola, πρέπει ουσιαστικά να αλλοδίξει τη συνταγή, αλλά να κρατήσει πελάτες και να αυξήσει πωλήσεις. Το στέλεχος, με το πτυχίο ηλεκτρολόγου μηχανικού από το Πανεπιστήμιο του Λίβερπουλ, αναλαμβάνει το τιμόνι της πασίγνωστης εταιρείας και ήξερε από πριν την αποστολή του: πρέπει να μειώσει τις θερμίδες. Ο κορσός βρίσκεται μπροστά σε σημαντικές αλλαγές στα 130 χρόνια παρουσίας του, καθώς οι πιέσεις από όλες τις πηλές έχουν να κάνουν με τη ζήτηση που περιέχουν τα αναψυκτικά. Το στοίχημα για τον άνθρωπο που ανδρώθηκε επιχειρηματικά μέσα στην Coca-Cola είναι μεγάλο.



Το νέο αφεντικό της Coca-Cola, Τζέιμς Κουίνσι

ραμένει ως έχει, όμως η γκάμα θα αλλοδίξει, θα προστεθούν πιο «υγιεινά προϊόντα» και οι επενδύσεις θα στοχεύσουν σε παλιά προϊόντα, όπως το γάλα. Ο 51χρονος Βρετανός, με πολλα χρόνια προϋπηρεσίας στην 130χρονη εταιρεία, μέσα στο 2017 θα αφήσει τη θέση του εκτελεστικού διευθυντή για εκείνη του διευθύνοντος συμβούλου, που σήμερα ανήκει στον Multar Kent. Στόχος είναι λοιπόν η δραματική μείωση των θερμίδων σε όλη τη σειρά της Coca-Cola, στο πλαίσιο της απήλασης των καταναλωτικών προτιμήσεων και των πιέσεων για καταπολέμηση της παχυσαρκίας.

Το βασικό ζήτημα είναι πως δεν μπορεί να βασιστεί στο σημερινό τεχνικό γλυκαντικό για να το πετύχει, καθώς πολλοί πελάτες έχουν συνειδητά εγκαταλείψει την ασηπτάμη και άλλα πρόσθετα.

Οι καταναλωτές στις ΗΠΑ και άλλες αναπτυγμένες αγορές γυρίζουν την πλάτη στη ζάχαρη και τα τεχνητά συνθετικά, αναγκάζοντας την Coca-Cola να διευρύνει την γκάμα των προϊόντων της. Έτσι η εταιρεία βασίζεται λιγότερο στα αναψυκτικά και δοκιμάζει πιο υγιεινές όπως τα έτοιμα προς κατανάλωση ροφήματα παγωμένου καφέ, ροφήματα φυτικής πρωτεΐνης, χυμούς και γαλακτοκομικά προϊόντα. Ως εκτελεστικός διευθυντής ο Quincey προώθησε επίσης τις μικρότερες συσκευασίες αναψυκτικών, κίνηση που μείωσε τις θερμίδες ανά αγορά και βελτίωσε το περιθώριο κέρδους.

Η εταιρεία επεξεργάζεται ήδη 200 ανασυνθέσεις που αποσκοπούν στη μείωση της ζάχαρης στα υπάρχοντα προϊόντα της. Fanta και Sprite με 30% λιγότερη ζάχαρη πωλούνται ήδη στη Βρετανία, ενώ μια νέα εκδοχή της Coca-Cola Zero έχει προωθηθεί σε αρκετές αγορές. Ανάλογη κίνηση έχει γίνει με πρώτη την Ελλάδα και τη στέβια: «Μικρότερες συσκευασίες, λιγότερη ζάχαρη, περισσότερες παραλλαγές, καλύτερο μάρκετινγκ», λέει το νέο αφεντικό της Coca-Cola.

Πώς να περάσεις μια συνταγή 130 ετών:

Η ιστορία του δημοφιλέστερου ίσως αναψυκτικού της ανθρωπότητας είναι πάνω-κάτω γνωστή. Όλα ξεκίνησαν όταν ένα σπόγγεμο του 1886, ο John Pemberton, ένας φαρμακοποιός από την Ατλάντα, παρασκεύασε σε ένα από τα πειράματά του ένα σκουρόχρωμο σιρόπι. Αρχικός του στόχος ήταν ένα παρασκεύασμα για τον πονοκέφαλο και την τόνωση του οργανισμού. Είχε ήδη φτιάξει ένα ποτό, το οποίο διέθετε σε όλα τα φαρμακεία της πόλης, όμως η απαγόρευση της πώλησης οινόπνευματων στην πολιτεία τον ανάγκασε να προχωρήσει σε τροποποιήσεις της συνταγής του.

Κάπως έτσι κατέληξε στο σιρόπι με χρώμα καραμέλας, το οποίο το ίδιο κιάλος σπόγγεμο πήγε στο γειτονικό φαρμακείο του Jacobs, όπου και προέτρεψε τον ιδιοκτήτη να προσθέτει νερό και να πουλάει στους πελάτες. Κατά λάθος το νερό που προστέθηκε ήταν ανθρακούχο, όμως το αποτέλεσμα ή-

ταν καλύτερο από το αναμενόμενο. Με την πρώτη δοκιμή από τους πελάτες το προϊόν γνώρισε θερμή υποδοχή. Κάπως έτσι το Jacobs Pharmacy έγινε το πρώτο κατάστημα πώλησης του αναψυκτικού, όπου με 5 σεντς μπορούσε οποιοσδήποτε να απολαύσει ένα ποτήρι με το νέο προϊόν. Ο λογιστής μάλιστα του Pemberton, Frank Robinson, ήταν αυτός που ονόμασε το μείγμα «Coca-Cola» και το έγραψε με τον χαρακτηριστικό τρόπο που το ξέρουμε μέχρι και σήμερα.

Ο γρίφος που πρέπει να λύσει ο Βρετανός

Βασίζομενος πάνω σε αυτή την ιστορία και γνωρίζοντας καλά τη σημασία της, ο James Quincey καλείται να λύσει το γρίφο. Να κάνει την Coca-Cola περισσότερο... φιλική, μειώνοντας τη ζάχαρη, αποφεύγοντας όμως τα χημικά γλυκαντικά και βέβαια διατηρώντας την ίδια γεύση... Η κλασική κόκκινη Coca-Cola πα-