

Χρήμα

Από τη Μαρία Μαθησοπούλου

m.math@pouliou.gr

«Ταΐζουν» με (υγιεινά) σνακ όλο τον πλανήτη

Τα αδέρφια Στρατάκη της Unismack κατάφεραν μέσα σε 10 χρόνια να βάλουν τα προϊόντα τους στα ράφια των μεγαλύτερων αλυσίδων σε 15 διεθνείς αγορές, ενώ ετοιμάζονται να μπουν και στην Ελλάδα!

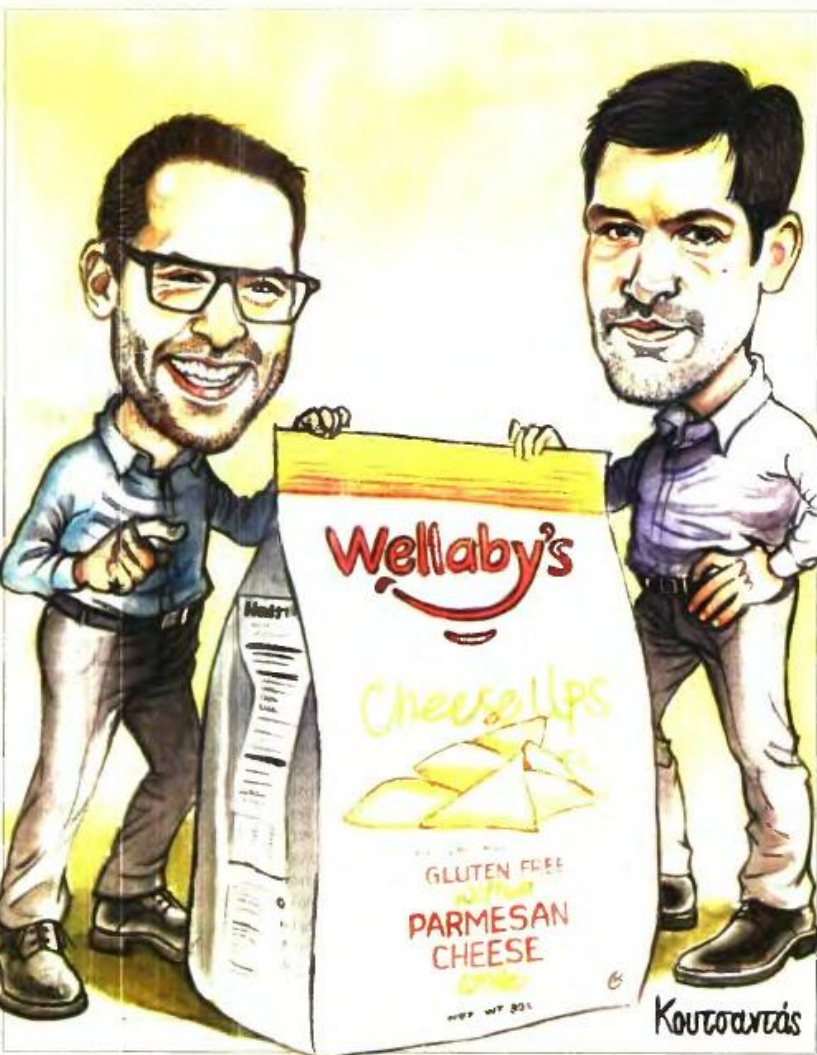
Θέλουν να κάνουν με τα σνακ τους τον κόσμο να χαμογελά, συνδυάζοντας τη γεύση με την υγιεινή διατροφή. Μάλιστα, το πρώτο προϊόν που λάνσαραν στην αγορά το 2008, το Cheese Ups, έχει κατοχυρώσει πατέντα για τη συνταγή του σε Ηνωμένες Πολιτείες και Ευρώπη. Τα αδέρφια Δημήτρης και Αλέξανδρος Στρατάκης ξεκίνησαν την εταιρία τους, Unismack, πριν από 10 χρόνια, με σίμα κατατεθέν τα σνακ χωρίς γλουτένη και brand το Wellaby's, δεν έμειναν όμως εκεί και σήμερα δημιουργούν το ένα μετά το άλλο καινοτόμα προϊόντα, που εστιάζουν στον υγιεινό τρόπο ζωής, χωρίς να αποκλείουν τους λάτρεις της γεύσης.

Με 12 σειρές προϊόντων, crackers, cheese crackers -χωρίς γλουτένη, που πολλοί προσπάθησαν να αντιγράψουν- σνακ με ειδικά αλεύρα (φακίς, ρεβιθού, κινόα) και πάνω από 200 κωδικούς, η εταιρία από το Σταυροχώρι Κιλκίς βρίσκεται σήμερα σε 15 αγορές και είναι κατά 100% εξαγωγικά. Το μόντο της ήταν από την πρώτη στιγμή το «think international», άρα και το «think big», γι' αυτό και η Unismack ξεκίνησε ανορθόδοξα, τοποθετώντας τα προϊόντα της πρώτα σε αγορές όπως οι ΗΠΑ, η Αγγλία, η Αυστραλία, η Ιαπωνία, η Νότια Αφρική, η Νέα Ζηλανδία και το... Περού.

Σε ανοδική πορεία

Υπό το brand Wellaby's η εταιρία σήμερα βρίσκεται στις αλυσίδες Whole Foods, Safeway και HEB στις ΗΠΑ, στη βρετανική αγορά τα προϊόντα της έχουν βρει μια θέση στα ράφια των Sainsbury's, Morrisons, Ocado, Amazon, ενώ φτιάχνει και ειδή ιδιωτικής ετικέτας για τη Marks & Spencer. Χρειάστηκε όμως να περάσουν 10 χρόνια για να αποφασίσει να συστηθεί στο ελληνικό κοινό, κάτι που θα κάνει ως τα τέλη του τρέχοντος έτους, με τη νέα σειρά της Simple Bakes, αφού πρώτα τη λανσάρει σε ένα δίκτυο στην αμερικανική και τη βρετανική αγορά.

Η εταιρία που βρίσκεται σε σταθερά ανοδική πορεία, βλέποντας μπροστά της μεγάλα περιθώρια ανάπτυξης, καθώς οι διεθνείς τάσεις προοργανωθούνται όλο και περισσότερο στον υγιεινό τρόπο διατροφής, επένδυσε από την πρώτη στιγμή στο «όλα ή τίποτα», ξεκινώντας με μια μεγάλη βιομηχανική μονάδα και σημαντι-



Σειρά χωρίς αλλεργιογόνα

Με δεδομένο ότι ο κόσμος αναζητά υγιεινά προϊόντα, με λιγότερο αλάτι, χωρίς αλλεργιογόνα και χωρίς πολλές θερμίδες, η εταιρία θέλησε να διεκρινει το κοινό της και να απευθυνθεί σε ανθρώπους που κινηθούν έναν υγιεινό τρόπο διατροφής, χωρίς όμως να στερηθούν τη γεύση. Στο πλαίσιο αυτό εντάσσεται η τελευταία της σειρά Simple Bakes, η οποία θα βγει το ερχόμενο διάστημα σε ΗΠΑ και Αγγλία και ως το τέλος του έτους θα κυκλοφορήσει και στην Ελλάδα. Πρόκειται για ένα σνακ που η Unismack δουλεύει εδώ και ενάμιση χρόνο και το οποίο εκτός από τη γλουτένη θα είναι απαλλαγμένο και από τα υπόλοιπα αλλεργιογόνα.

κές επενδύσεις. Σήμερα απασχολεί 50 άτομα και το τμήμα έρευνας και ανάπτυξης της δουλεύει πυρετωδώς πάνω σε νέες ιδέες και στα οράματα των ιδιοκτητών της.

Ο 38χρονος Δημήτρης και ο 36χρονος Αλέξανδρος Στρατάκης μεγάλωσαν σε ένα επιχειρηματικό περιβάλλον. Ο πατέρας τους Γιώργος Στρατάκης ήταν ο ιδρυτής της μεγαλύτερης αμφοβιομηχανίας της βόρειας Ελλάδας, της Cibus. Από έφηβοι και οι δύο δούλευαν τα καλοκαίρια στην οικογενειακή επιχείρηση μαθαίνοντας τη δουλειά, από την παραγωγή ως τη διανομή. Οι μικροδίες του φαρμάκου έχουν ποτίσει τις παιδικές μνήμες τους, σε ένα εργαστήριο που δούλευε 24 ώρες το 24ωρο.

Η παρακαταθήκη

«Ο πατέρας μας έφερνε στο σπίτι μόνο τα θετικά της επιχείρησης, τη δημιουργικότητα, το μεράκι, κι αυτό μας επηρέασε» λέει στην «κυριακάτικη δημοκρατία» ο Δημήτρης Στρατάκης, ο οποίος αναγνωρίζει ότι η επιχειρηματική παρακαταθήκη και η πείρα του πατέρα τους έγιναν η βάση για τη μετέπειτα επαγγελματική πορεία τους. Το 2002 η Cibus συγχωνεύθηκε με την Κατοξής και το 2007 η οικογένεια Στρατάκη αποχώρησε. Έναν χρόνο πριν όμως τα δύο αδέρφια είχαν αποφασίσει να κάνουν το δικό τους βήμα ιδρύοντας τη Unismack, μια start up που ξεκίνησε από την πρώτη στιγμή με φιλόδοξα σχέδια και τον πίκρα ψηλά. Για τον σκοπό αυτόν η μονάδα που δημιουργήθηκε προκειμένου να υποστηρίξει την παραγωγή της έφτασε τα 3.200 τ.μ. σε μια συνολική επιφάνεια έξι στρεμμάτων, με παραγωγική δυναμικότητα 1.600 τόνων ετησίως.

Μετυχία και μεταπτυχιακά στα οικονομικά και στη διοίκηση επιχειρήσεων, τα δύο αδέρφια, αφού πρώτα διερεύνησαν τις διεθνείς αγορές, αποφασίσαν να φτιάξουν μια εταιρία με καινοτόμα και υγιεινά σνακ, χωρίς γλουτένη. Το πρώτο προϊόν τους που βγήκε στην αγορά το 2008, το Cheese Ups, ένα καινοτόμο σνακ με υψηλή περιεκτικότητα σε τυρί, ελαφριά δομή που φυσικώνει φυσικά στον φούρνο και δεν περιέχει γλουτένη, κατοχυρώθηκε από την πρώτη στιγμή διεθνώς. Η Unismack απευθύνθηκε έτσι σε ένα κοινό που πάσχει από κοιλιοκάκη και δεν μπορεί να καταναλώσει τη γλουτένη, πρωτεύει η οποία βρίσκεται στα σιτάρια, το οποίο υπολογίζεται στο 1% διεθνώς, αλλά και σε ένα 10%-12% καταναλωτών που αποκλείουν τη γλουτένη λόγω διατροφής.

Η πατρική συμβουλή που δεν εισακούστηκε και τα σχέδια για το μέλλον

«ΟΤΑΝ ξεκινήσαμε, ο πατέρας μας, που έκανε ένα βήμα πίσω για να μας αφήσει χώρο να δημιουργήσουμε, είχε πει "καλύτερα να ξεκινήσετε από την Ελλάδα και μετά να επεκταθείτε στο εξωτερικό". Εμείς όμως είχαμε αποφασίσει να κάνουμε το αντίθετο» λέει στην «κυριακάτικη δημοκρατία» ο Δημήτρης Στρατάκης. Δεν είναι τυχαίο

ότι έξι μήνες μετά την έναρξη της λειτουργίας της η Unismack είχε ήδη ξεκινήσει τις εξαγωγές στη βρετανική αγορά.

Τα σχέδια των δύο αδελφών για το ερχόμενο διάστημα είναι η επικέντρωση στις βασικές αγορές της εταιρίας, στις ΗΠΑ και στη Βρετανία, αλλά και στην Αυστραλία, προκειμένου να αυξήσουν την εκεί

παρουσία τους, παράλληλα όμως σχεδιάζουν και την -όσο παράδοξο κι αν ακούγεται- επέκταση στην... Ελλάδα. Παράλληλα η Unismack έχει αυτόν τον καιρό επαφές με αλυσίδες λιανικής από τον Καναδά, τη Γερμανία, την Πολωνία και άλλες χώρες της κεντρικής Ευρώπης, που ενδιαφέρονται για προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας

τέτοιου τύπου. «Τώρα που κοιτάμε πίσω, βλέπουμε πως ήμασταν ριψοκίνδονοι και τολμηροί και κάναμε πράγματα που θα δοκιμάζε κανονικά μια μεγάλη και φημισμένη καιρό εταιρία. Όμως είχαμε πάντα ιδέες που θέλαμε να γίνουν πραγματικότητα, και έτσι συνεχίζουμε» τονίζει ο Δημήτρης Στρατάκης.