



## Αγορά

Η Δωδώνη δραστηριοποιείται στην παραγωγή μη τυποποιημένου παγωτού και το διαθέτει μέσω της ομώνυμης αλυσίδας "Δωδώνη" και τυποποιημένου οικογενειακού παγωτού υψηλής ποιότητας και το διαθέτει μέσω αλυσίδων Σούπερ Μάρκετ.

Με πάνω από 160 καταστήματα, η Δωδώνη αποτελεί σήμερα το μεγαλύτερο δίκτυο καταστημάτων παγωτού στην Ελλάδα.

Η εγχώρια παραγωγή παγωτού καλύπτει το μεγαλύτερο μέρος της κατανάλωσης στην Ελλάδα και η πληθώρα των προϊόντων και των εμπορικών σημάτων που διατίθενται στην αγορά έχει ως αποτέλεσμα την ανάπτυξη έντονου ανταγωνισμού.

Η εγχώρια αγορά παγωτού θεωρείται ώριμη με ποσοστιαίες μεταβολές της τάξεως του 2-3% τα τελευταία έτη και την έντονη εποχικότητα στην κατανάλωση παγωτού να παραμένει το κύριο χαρακτηριστικό της. Οι ετήσιες διακυμάνσεις συνδέονται με τις καιρικές μεταβολές και την τουριστική κίνηση, που είτε ευνοούν είτε περιορίζουν τις πωλήσεις αντίστοιχα. Η κατανάλωση εκτιμάται ότι διαμορφώθηκε το 2004 σε 41.200 τόνους (Πηγή: ICAP 2005).

## Επιτεύγματα

Η Δωδώνη καθιέρωσε τον θεσμό του εξειδικευμένου καταστήματος παγωτού και κατέχει με πολύ μεγάλη διαφορά την πρώτη θέση σε αυτήν την αγορά στην Ελλάδα. Με διαρκείς καινοτομίες και αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών, με πιστοποίηση κατά ISO 9001 και HACCP για τη διασφάλιση της υγιεινής και της ποιότητας των προϊόντων της, η Δωδώνη πρωτοπορεί και στην ποικιλία που παρέχει στον Έλληνα καταναλωτή.

Η Δωδώνη έχει δημιουργήσει πάνω από 150 διαφορετικές γεύσεις παγωτού, λανσάροντας με επιτυχία στην αγορά πρωτοπόρες γεύσεις όπως το γιαούρτι, το μάνγκο, το nuts 'n' berries yoghurt. Ακόμα, η Δωδώνη λάνσαρε και καθιέρωσε τα πλούσια γαρνιρίσματα των παγωτών με ποικιλία ξηρών καρπών, σιροπιών και φρούτων, καθώς και τα περίφημα παρφέ της που παρασκευάζονται με παραδοσιακές συνταγές.

Στη μακρόχρονη πορεία της η Δωδώνη έχει κερδίσει πολλά βραβεία στον χώρο της διαφήμισης για τη συχνά ανατρεπτική επικοινωνία της, με πιο πρόσφατη διάκριση το πρώτο βραβείο στην αντίστοιχη κατηγορία στο Φεστιβάλ Ελληνικής Διαφήμισης Ermis Awards 2005 για την τηλεοπτική επικοινωνία προώθησης του πανελληνίου διαγωνισμού της κατά τον οποίο οι νικητές στέλνοντας SMS κέρδιζαν πολλά δώρα.

## Ιστορία

Η εταιρεία Παγωτά Δωδώνη ξεκινά ως βιοτεχνία το 1967, από ένα μικρό γαλακτοπωλείο στην καρδιά της Αθήνας, στην Κυψέλη.

Το 1970 αναπτύσσει την παραγωγή και την διανομή παγωτού σε μικρή κλίμακα. Το 1977, η συνεχής ανοδική πορεία της εταιρείας επιβάλλει την μεταφορά της στις σημερινές ιδιότητες εγκαταστάσεις της στην Παλλήνη Αττικής.

Το 1984 λειτουργεί ιδιόκτητο κατάστημα Δωδώνη στην Κηφισιά Αττικής, που αποτελεί και την πρώτη gelateria στην Ελλάδα. Το 1985 λειτουργεί το πρώτο κατάστημα franchising στο Χαλάνδρι, ενώ το μοντέλο ανάπτυξης μέσω δικαιόχρησης αναπτύσσεται δυναμικά από το 1991 με αποκρύφωση το 1995, οπότε ανοίγουν 17 νέα καταστήματα Δωδώνη μέσα σε ένα χρόνο.

Το 1986 ξεκινά η παραγωγή των δύο πρώτων πρωτοποριακών γεύσεων παγωτού, του γιαουρτιού και του μάνγκο. Το 1993 λανσάρονται οι γεύσεις πικρής σοκολάτας και nuts & berries ενώ την ίδια χρονιά ανοίγει το 1ο μεγάλο κατάστημα Δωδώνη, σε 220 τ.μ., το οποίο προσφέρει 92 γεύσεις!

Το 1995 η Δωδώνη εισάγει νέα τεχνολογία παραγωγής και το 1996 δημιουργεί μικροβιολογικό και χημικό εργαστήριο στις εγκαταστάσεις της. Το 1998 η εταιρεία πιστοποιείται κατά το ISO 9001 από τη Bureau

Veritas.

Το 1999 η εταιρεία εισέρχεται σε μια ακόμη πιο δυναμική πορεία ανάπτυξης μετά από την εξαγορά της με τη μέθοδο του MBO (management buy out) από τον επενδυτικό όμιλο GLOBAL FINANCE. Την ίδια χρονιά λανσάρεται το συσκευασμένο παγωτό Δωδώνη, ενώ το δίκτυο των καταστημάτων έχει πλέον ξεπεράσει τα 100.

Το 2000 αναπτύσσεται το νέο μοντέλο καταστήματος "Κατάστημα Δωδώνη 2010".

Το 2001 σηματοδοτεί τη δεύτερη χρονιά-ρεκόρ μετά το 1995 με την ίδρυση 34 νέων καταστημάτων Δωδώνη μέσα σε ένα χρόνο, ενώ το 2003 η Δωδώνη αριθμεί ήδη περισσότερα από 160 καταστήματα σε όλη την Ελλάδα.

## Προϊόν

Η Δωδώνη έχει αναπτύξει κι εφαρμόσει Σύστημα Ποιότητας το οποίο περιλαμβάνει Σύστημα Διασφάλισης Υγιεινής (HACCP) και Σύστημα Διαχείρισης Ποιότητας (ISO) κι έχει πιστοποιηθεί για αυτά κατά τα Πρότυπα ΕΛΟΤ 1416 και ISO 9001:2000. Το Σύστημα αυτό αναβαθμίζεται συνεχώς με βάση τις σύγχρονες αντιλήψεις, την ισχύουσα νομοθεσία και τα συνεχώς εξελισσόμενα πρότυπα για την ασφάλεια των τροφίμων. Επίσης διαθέτει εργαστήριο αυτοελέγχου με άρτιο εξοπλισμό και ειδικευμένο επιστημονικό προσωπικό, για την διεξαγωγή των ελέγχων που πραγματοποιούνται, από τις πρώτες ύλες μέχρι το έτοιμο προς διάθεση για κατανάλωση παγωτό. Παράλληλα η Δωδώνη έχει προχωρήσει σε εφαρμογή πολιτικής για τη σωστή διαχείριση και προστασία του περιβάλλοντος ενώ συμμετέχει σε συλλογικό σύστημα ανακύκλωσης.

Τα παγωτά Δωδώνη παρασκευάζονται από τις καλύτερες και αγνότερες πρώτες ύλες. Η βάση τους είναι το φρέσκο γάλα, η φρέσκια κρέμα γάλακτος, το βούτυρο, η ζάχαρη και ο κρόκος αυγού. Τα υπόλοιπα υλικά που χρησιμοποιούνται περιλαμβάνουν: γλυκό κουταλιού κυδώνι φτιαγμένο με σπιτική συνταγή από φρέσκα φρούτα του Βόλου, φρέσκο πρόβειο γάλα από την Αττική γη, φιστίκι Αιγίνης, σαλέπι από τα Ηπειρωτικά βουνά, αρωματικό μαστιχέλαιο από τη Χίο, Ολλανδικό και Γαλλικό κακάο, Βελγική σοκολάτα υγείας, φυσικά χρώματα και αρώματα.

Το φρέσκο γάλα αγελάδος και η φρέσκια κρέμα γάλακτος παραλαμβάνονται καθημερινά στο εργοστάσιο της Δωδώνης. Τα προϊόντα μετά την παραγωγή τους φυλάσσονται στο εργοστάσιο, κατά μέσο όρο για διάστημα όχι μεγαλύτερο των δύο εβδομάδων, ενώ πραγματοποιούνται εβδομαδιαία δρομολόγια διανομής σε όλη την ηπειρωτική Ελλάδα και συνήθως μία με δύο φορές το μήνα στα νησιά. Έτσι, τα παγωτά Δωδώνη φθάνουν πάντα φρέσκα στον καταναλωτή.

Η μοναδική γεύση των παγωτών Δωδώνη οφείλεται σε βασικές, απαραίσιες αλλά και πολύ απλές προδιαγραφές, που τηρούνται σχολαστικά εδώ και 38 χρόνια: α) όλα τα προϊόντα παρασκευάζονται από φρέσκα και αγνά υλικά και χρησιμοποιούνται μόνο φυσικά χρώματα και αρώματα β) όλες οι συνταγές





προσφέροντας νέες γεύσεις και προϊόντα ώστε να ικανοποιεί τις απαιτήσεις των καταναλωτών. Μόνο μέσα στο 2005 η Δωδώνη λάνσαρε πέντε πρωτοποριακές γεύσεις παγωτού: Toffee 'n' Choco Nuts (παγωτό gourmet κρέμα με γεύση καραμέλα, ολόκληρα αμύγδαλα, επικάλυψη σοκολάτας υγείας και σιρόπι σοκολάτας fudge), Μηλόπιτα (παγωτό gourmet κρέμα με γεύση μήλο και κομμάτια μήλου, πάστα φλόρα, καρύδια, σταφίδες, κονιάκ και κανέλα), το hit του χειμώνα Brownie (παγωτό gourmet κρέμα με κομμάτια από παντεσπάνι σοκολάτας, κονιάκ, καρύδια, κομμάτια σοκολάτας και σιρόπι fudge), Black Forest (παγωτό gourmet κρέμα με γλυκό κουταλιού βύσσινο και πούλιπα από αγριοκέρασο amarena, κομμάτια σοκολάτας και 2 ολόκληρες στρώσεις από παντεσπάνι σοκολάτας) και Σορμπέ Chilli (ένα δροσερό και πικάντικο παγωτό με γεύση ανανά και σιρόπι chilli).

Ιδιαίτερη έμφαση δόθηκε και στη σειρά των γλυκών και

των συνοδευτικών προϊόντων του καφέ που εμπλουτίστηκαν με νέες, απολαυστικές γεύσεις: brownie, σουφλέ σοκολάτας και κέικ σοκολάτας και σταφίδας. Τέλος, στο επίπεδο του σχεδιασμού των καταστημάτων, έχει ξεκινήσει από το 2004 ένα πρόγραμμα ανακαίνισής τους με στόχο την προσαρμογή τους στις συνεχώς μεταβαλλόμενες ανάγκες των καταναλωτών.

### Προώθηση

Στη μέχρι σήμερα επικοινωνία της μάρκας η εταιρεία προέβαλλε την αγνότητα των προϊόντων της. Με ανατρεπτικό χιούμορ περνούσε το μήνυμα των αγνών πρώτων υλών που οδηγούν στην απαραίτητη γεύση των παγωτών της. Πιο χαρακτηριστικός σταθμός στην πορεία αυτή, ήταν το "pin-up girl", μια επικοινωνία που παρέπεμπε στη δεκαετία του '60 και συνέδεε την αγνότητα του pin-up με την αγνότητα των παγωτών Δωδώνη.

Στα πλαίσια των προωθητικών ενεργειών και κάνοντας χρήση των δυνατοτήτων του Customer Relationship Management (CRM), η εταιρεία υλοποίησε πρόσφατα έναν πανελλήνιο διαγωνισμό κατά τον οποίο οι νικητές στέλνοντας SMS κέρδιζαν πολλά δώρα. Η ενέργεια επικοινωνήθηκε και μέσω τηλεόρασης, με τον πρωταγωνιστή του spot να βρίσκεται μέσα στο λεωφορείο και να ζητά αρχικά να του στείλει ο Θεός ένα παγωτό για να δροσιστεί (το οποίο και πραγματοποιείται) και στη συνέχεια να ζητά ένα scooter, δώρο του διαγωνισμού, με αποτέλεσμα οι υπόλοιποι άνθρωποι μέσα στο λεωφορείο να σκύβουν πανικόβλητοι, φοβούμενοι ότι θα πέσει επάνω τους. Η ταινία αυτή πήρε το πρώτο βραβείο στην κατηγορία της στο Φεστιβάλ Ελληνικής Διαφήμισης Ermis Awards 2005.

Στρατηγική της εταιρείας παραμένει πάντα η επικοινωνία της "Γεύσης Δωδώνη" η οποία προέρχεται από τα αγνά υλικά, τις παραδοσιακές συνταγές, την ποικιλία των προϊόντων και τις καινοτόμες γεύσεις που λανσάει η Δωδώνη κάθε σεζόν. Σε κάθε τηλεοπτική και έντυπη επικοινωνία του παγωτού το λογότυπο Δωδώνη συνοδεύεται από το slogan "Θεϊκό Παγωτό" το οποίο υπογραμμίζει αυτήν την απαραίτητη γεύση που υπόσχεται το προϊόν.

### Αξίες

Η μάρκα Δωδώνη έχει "χτιστεί" πάνω σε αξίες που παραμένουν σταθερές και αναλλοίωτες. Ο σεβασμός προς κάθε έναν που έρχεται σε επαφή με τη μάρκα, η εντιμότητα που αντικατοπτρίζεται στην ποιότητα των προϊόντων της, το "μεράκι" των ανθρώπων της που την ωθεί να γίνεται όλο και καλύτερη και η φιλοξενία με την οποία περιβάλλει τους πελάτες της, είναι αξίες άρρηκτα συνδεδεμένες με την πορεία της μάρκας.

Κεντρική φιλοσοφία της Δωδώνη είναι να παρέχει πάντα άριστα προϊόντα στους καταναλωτές μέσω των εξειδικευμένων καταστημάτων παγωτού Δωδώνη που τηρούν υψηλές προδιαγραφές εξυπηρέτησης σε ένα καθαρό, ευχάριστο, μοντέρνο και ταυτόχρονα φιλικό περιβάλλον.

Οι καταναλωτές, βάση ερευνών που διεξάγει κάθε χρόνο η εταιρεία, θεωρούν την αγνότητα των παγωτών Δωδώνη ένα από τα κύρια χαρακτηριστικά της. Αγνότητα ως προς τα υλικά και τον τρόπο παρασκευής αλλά και ως προς τις ίδιες τις γεύσεις, όσον αφορά στην αυθεντικότητά τους. Επίσης την ξεχωρίζουν για την ποικιλία των γεύσεών της που καλύπτει διαφορετικές ανάγκες και γούστα καθώς και για την ευρηματικότητά της στις γεύσεις.

Τέλος, αναγνωρίζουν την αξία του μεγάλου δικτύου καταστημάτων της που τους προσφέρει ένα καθαρό, περιποιημένο και προσιτό περιβάλλον για την καθημερινή απόλαυση των προϊόντων της.

[www.dodoni.com.gr](http://www.dodoni.com.gr)



ΙΣΩΣ ΔΕΝ ΓΝΩΡΙΖΑΤΕ ΟΤΙ...

### ΠΑΓΩΤΑ ΔΩΔΩΝΗ

- Τα παρφέ κρέμα και σοκολάτα της Δωδώνη είναι σταθερά μέσα στα 4 πρώτα παγωτά σε πωλήσεις από το 1995 έως σήμερα.
- Το παγωτό Δωδώνη είναι μία από τις καλύτερες πηγές για ασβέστιο, φώσφορο και άλλα μεταλλικά στοιχεία, απαραίτητα για τον οργανισμό, ενώ η λακτόζη που περιέχεται στο γάλα, βοηθά στην ανάπτυξη του εγκεφάλου των παιδιών και στην ταχεία αφομοίωση του ασβεστίου από τον οργανισμό.
- Το παγωτό είναι πλούσιο σε βιταμίνες A, B2, B12 και D ενώ προσφέρει πρωτεΐνες εξαιρετικής βιολογικής σημασίας, γιατί περιέχουν όλα τα βασικά αμινοξέα και είναι πολύ περισσότερες από εκείνες του γάλακτος. Αφομοιώνονται δε πληρέστερα κατά 5-6% σε σχέση με άλλες πρωτεΐνες.
- Το παγωτό προσφέρει πλουσιότερη γεύση όταν καταναλώνεται στη σωστή θερμοκρασία, ούτε πολύ παγωμένο, ούτε πολύ μαλακό, περίπου στους -12°C. Στο σπίτι όμως πρέπει να θυμόμαστε ότι η συντήρηση στους οικιακούς καταψύκτες γίνεται σε θερμοκρασίες -18°C ως -40°C. Συνεπώς, για να επιτύχουμε τη μεγιστοποίηση της απόλαυσης, αφήνουμε το παγωτό εκτός κατάψυξης 10 ως 20 λεπτά πριν το καταναλώσουμε.

έχουν διατηρηθεί και το παγωτό φτιάχνεται με τον παραδοσιακό τρόπο σαν τον παλιό καλό καιρό όπου τα προϊόντα εγένοντο με αγάπη και σεβασμό στον πελάτη και γ) τηρείται σχολαστική καθαριότητα και πραγματοποιούνται αυστηροί ποιοτικοί έλεγχοι σε όλα τα στάδια παραγωγής-διακίνησης-διάθεσης του προϊόντος.

Το δίκτυο καταστημάτων Δωδώνη αναπτύσσεται με το σύστημα της δικαιόχρησης (franchising). Εκεί ο πελάτης μπορεί να απολαύσει πάνω από 45 γεύσεις παγωτού: παγωτά παρφέ, κρέμα, σοκολάτα, καραμέλα, γιαουρτογεύσεις, παγωτά χωρίς ζάχαρη, σορμπέ και πολλά άλλα. Ακόμα, τα καταστήματα Δωδώνη προσφέρουν 12 ειδών παγωτογλυκίσματα (τούρτες παγωτού, πυραυλάκια, παγωτίνια κλπ.) και 17 γλυκά που στην πλειοψηφία τους τα παράγει η ίδια (σοκολατίνα, σουφλέ σοκολάτας, brownie, εκμέκ, καρυδόπιτα κλπ.) καθώς και δροσερά παγωτοροφήματα, κλασικούς καφέδες, φυσικούς χυμούς και αναψυκτικά.

### Πρόσφατες εξελίξεις

Μετά από συνεχή απαίτηση του καταναλωτικού κοινού η Δωδώνη έχει δημιουργήσει δίκτυο ψυγείων πώλησης συσκευασμένου παγωτού σε επιλεγμένα super-markets και αρτοποιεία και διαθέτει συσκευασμένες στην αγορά μερικές από τις πιο δημοφιλείς γεύσεις της.

Η Δωδώνη φροντίζει να ανανεώνει και να εμπλουτίζει συνεχώς την "γκάμα" της

