



Αγορά

Το ακρωνύμιο EBGA προέρχεται σήμερα από τις λέξεις "Ευρωπαϊκή Βιομηχανία Γάλακτος και Αλεύρου", όμως στο μυαλό και την καρδιά των Ελλήνων καταναλωτών έχει καταγραφεί ως η αγαπημένη, τετραψήφια λέξη που είναι συνώνυμη κυρίως με το παγωτό και τα γαλακτοκομικά προϊόντα.

Η EBGA είναι μια σύγχρονη και δυναμική ελληνική εταιρεία, με μακρά ιστορία στην ευρύτερη αγορά του τομέα των τροφίμων. Οι κατηγορίες προϊόντων που παράγει και διακινεί είναι: παγωτό (τυποποιημένο και σερβιριζόμενο), χυμοί φρούτων (μικρής και μακράς διάρκειας), τυποποιημένα κρουασάν και σνακ δημητριακών, κατεψυγμένα προϊόντα ζύμης και κατεψυγμένα γλυκά (οι δύο τελευταίες κατηγορίες απευθύνονται σε επαγγελματίες). Συνεπώς, η EBGA κινείται επιτυχώς και στους δύο κύριους εμπορικούς άξονες, τόσο στην καταναλωτική αγορά (B2C) όσο και στην επαγγελματική αγορά (B2B), με στόχο πάντα την απόλυτη κάλυψη των αναγκών της κάθε κατηγορίας.

Τα προϊόντα της EBGA καταναλώνονται από χιλιάδες ανθρώπους καθημερινά: 30.000 μερίδες παγωτού την ώρα, 8.000 ποτήρια χυμού το λεπτό και 3.200 κρουασάν το λεπτό! Η αγορά του παγωτού στην Ελλάδα, παρά το γεγονός ότι πρόκειται για μια θερμή μεσογειακή χώρα, παραμένει έντονα εποχιακή. Αυτό οφείλεται κυρίως σε "μύθους", όπως ότι προκαλεί κρυώματα στο λαιμό ή ότι δεν έχει θρεπτική αξία, παρότι αυτοί οι μύθοι έχουν καταρριφθεί εδώ και πάρα πολλά χρόνια από την επιστημονική κοινότητα. Κύρια χαρακτηριστικά του συγκεκριμένου κλάδου των τροφίμων είναι ο υψηλός ανταγωνισμός, η κυριαρχία των ελληνικών επιχειρήσεων έναντι των πολυεθνικών, η μετατόπιση του όγκου της αγοράς από τα μικρότερα καταστήματα στους μεγάλους λιανεμπόρους και το μεγάλο εύρος της ανοικτής αγοράς.

Σε συνολικό μέγεθος αγοράς του τυποποιημένου παγωτού της τάξεως των 350.000.000 €, η EBGA διαθέτει σταθερά τα

τελευταία χρόνια μερίδιο αγοράς πάνω από 30%, με κύριους ανταγωνιστές τις ΔΕΛΤΑ και Algida και μια σειρά μικρότερης διείσδυσης ελληνικές και πολυεθνικές εταιρείες.

Στην κατηγορία των φρέσκων χυμών (μικρής διάρκειας), όπου οι βασικοί ανταγωνιστές της είναι οι ΔΕΛΤΑ, 3E, ΗΒΗ και ΜΕΒΓΑΛ, με συνολικό μέγεθος αγοράς 250.000.000 €, η EBGA κατέχει μερίδιο αγοράς περισσότερο από 20%. Τέλος, όσον αφορά τα κρουασάν το μερίδιο της EBGA, σε μία αγορά της τάξεως των

90.000.000 €, φτάνει το 15% με κύριους ανταγωνιστές την Chipita και την Tottis. Ο τζίρος της EBGA το 2004 ήταν 134.000.000 €.

Το 1992 η EBGA ξεκίνησε τις εξαγωγικές της δραστηριότητες στην Ευρωπαϊκή αγορά, διαθέτοντας τα προϊόντα της σε γειτονικές χώρες. Χάρη στην ευελιξία που της επιτρέπει να προσαρμόζει τα προϊόντα της στις ανάγκες κάθε αγοράς, η EBGA σήμερα εξάγει σε 17 διαφορετικές χώρες: Αγγλία, Αίγυπτο, Αιθιοπία, Αλβανία, Βέλγιο, Βουλγαρία, Γερμανία, Ιρλανδία, Ισπανία, Ιταλία, Κύπρος, Μάλτα, Νότια Αφρική, Ουγγαρία, Πορτογαλία, Σλοβενία και Τσεχία. Ειδικότερα στη Νότια Αφρική, η EBGA δραστηριοποιείται μέσω της Cas, η εξαγορά της οποίας ολοκληρώθηκε το 2000. Εκεί η εταιρεία κατέχει μερίδιο αγοράς 14% με κύριους ανταγωνιστές την Unilever (Ola) και τη Nestle.

Επιτεύγματα

Ένα από τα σημαντικότερα επιτεύγματα της εταιρείας είναι ότι έχει καταφέρει να καθιερωθεί στη συνείδηση του καταναλωτή ως ποιοτική εταιρεία. Η ποιότητα για την EBGA είναι κάτι πέρα από καθημερινή πρακτική, είναι καθήκον, οδηγός και τρόπος λειτουργίας. Η επιβεβαίωση αυτής της πρακτικής έγινε με διάφορες διαπιστεύσεις καθώς και βραβεύσεις από εθνικούς αλλά και διεθνείς φορείς.

Η EBGA είναι πιστοποιημένη κατά ISO 9001 ολικής ποιότητας και ήταν από τις πρώτες εταιρείες που πιστοποιήθηκαν κατά ISO 14001 περιβαλλοντικής πολιτικής και διαχείρισης (από την BVQI). Ακόμα, έχει πιστοποιηθεί με το διεθνές πιστοποιητικό διασφάλισης ποιότητας EFSIS από τον Ευρωπαϊκό Οργανισμό Ελέγχου Ασφάλειας Τροφίμων και έχει ανταποκριθεί επιτυχώς στις υψηλές προδιαγραφές ελέγχου των μεγαλύτερων αλυσίδων σούπερ μάρκετ της Ευρώπης.

Η EBGA έχει πιστοποιηθεί από τον Ενιαίο Φορέα Ελέγχου Τροφίμων (ΕΦΕΤ) για την εφαρμογή HACCP ενώ το 1996 βραβεύθηκε με το Sial d'Or, για τη σειρά προϊόντων "0% ζάχαρη - 0% λιπαρά" στο πλαίσιο της ομώνυμης έκθεσης.

Σημαντικές διακρίσεις έχουν αποσπάσει και οι διαφημιστικές καμπάνιες της EBGA με πιο πρόσφατες το Χρυσό Ερμή για την προωθητική ενέργεια Fun Club και Cool Club το 2002 και το Χάλκινο Ερμή για την ταινία Status το 2003.

Ιστορία

EBGA, ένα όνομα συνυφασμένο με τη νεώτερη ιστορία της γαλακτοβιομηχανίας αλλά και της σύγχρονης Ελλάδας. Γενιές και γενιές μεγάλωσαν και μεγαλώνουν με τα



προϊόντα της. Η EBGA της γειτονιάς, το κατάστημα όπου κανείς έβρισκε σχεδόν τα πάντα,

έχει υπάρξει σημείο αναφοράς σε

ταινίες του παλιού καλού ελληνικού κινηματογράφου, σε μυθιστορήματα, στην καθημερινότητα των Ελλήνων. Ήταν το μοναδικό σημείο της γειτονιάς που υπήρχε τηλέφωνο, ήταν σημείο επαγγελματικών, προσωπικών αλλά και "πικάντικων" ραντεβού.

Από το 1934 μέχρι σήμερα η EBGA δεν έλειψε στιγμή από τη ζωή των Ελλήνων, με θλιβερή εξαίρεση το διάστημα των ετών που διήρκεσε ο Β' Παγκόσμιος Πόλεμος.

Όταν οι αδελφοί Σουραπά ίδρυσαν το πρώτο εργοστάσιο παραγωγής γάλακτος στον Βοτανικό, πιθανόν δεν μπορούσαν να φανταστούν το λαμπρό μέλλον της εταιρείας. Επρόκειτο για την πρώτη βιομηχανία παραγωγής γάλακτος στην Ελλάδα και το γάλα ήταν τότε το μοναδικό προϊόν του εργοστασίου. Συσκευαζόταν σε γυάλινες φιάλες και μοιραζόταν από τους γαλατάδες πόρτα-πόρτα. Σταδιακά άρχισαν να προστίθενται και άλλα προϊόντα στην γκάμα της εταιρείας, όπως παγωτό (1936), κρέμα γάλακτος, γιαούρτι, βούτυρο, σοκολάτες.

Η επωνυμία της εταιρείας αρχικά ήταν Εθνική Βιομηχανία Γάλακτος ενώ με την πάροδο των ετών και την εισαγωγή νέων κατηγοριών και ειδών, έγινε Ευρωπαϊκή Βιομηχανία Γάλακτος και Αλεύρου. Με το πέρασμα των χρόνων και τις μεταβολές του οικονομικοκοινωνικού περιβάλλοντος, έγιναν πολλές ανακατατάξεις στην εταιρεία, η οποία άλλαξε δύο φορές διοίκηση. Η πρώτη φορά ήταν το 1971 όταν η EBGA πέρασε στην διοίκηση του Καρόλου Πολίτη, γνωστού βιομηχάνου της εποχής και η δεύτερη το 1988 που εξαγοράστηκε από τον σημερινό ιδιοκτήτη της, Κυριάκο Φιλίππου, ιδρυτή του ομίλου εταιρειών Filippou Investments, ενός ομίλου που περιλαμβάνει επίσης τις ELBISCO, ΜΟΡΝΟΣ, ΦΑΓΕ, ΑΓΑΝ και άλλες λιγότερο γνωστές εταιρείες, με συνολικό τζίρο περί τα 650.000.000 €.



Προϊόν

Παγωτά, χυμοί, κρουασάν, προϊόντα συνδεδεμένα με την απόλαυση, με τη γεύση, με το καλοκαίρι (και όχι μόνο), ίσως και με την παιδική ανεμελιά. Αυτά είναι τα βασικά καταναλωτικά προϊόντα της EBGA που κυκλοφορούν στην Ελλάδα και στο εξωτερικό, σε μεγάλη ποικιλία γεύσεων και σε διάφορους τύπους συσκευασίας, καλύπτοντας κάθε ανάγκη.

Τα κυριότερα brand παγωτού που εκπροσωπεί η EBGA στην αγορά είναι: Status, Scandal, Variete (που είναι η μάρκα τόσο του οικογενειακού όσο και του σερβιριζόμενου παγωτού), 4x4, 0% ζάχαρη, All Time Classics και μια μεγάλη γκάμα παιδικών παγωτών που της δίνουν μερίδιο 50% στην συγκεκριμένη κατηγορία.

Στην κατηγορία των χυμών, η εταιρεία διαθέτει τις μάρκες Refresh (χυμοί μικρής διάρκειας) και Sunny (χυμοί μακράς διάρκειας), ενώ στην κατηγορία των ανακ διαθέτει τα πολυαγαπημένα κρουασάν Folie καθώς και τα Trendy και Praleda.

Ένα ευρύτατο δίκτυο διανομής που περιλαμβάνει φορτηγά κατάψυξης και ξηρού φορτίου φροντίζει για την άρτια διακίνηση των προϊόντων της EBGA σε όλους τους τύπους των καταστημάτων (σούπερ μάρκετ, ψιλικά, περίπτερα, φούρνοι, ζαχαροπλαστεία, καφετέριες κλπ). Το μέγεθος του στόλου ξεπερνά τα 300 αυτοκίνητα και τα σημεία πώλησης ξεπερνούν τα 50.000, ενώ η διανομή των φρέσκων χυμών γίνεται μέσω του δικτύου της ΦΑΓΕ.

Η EBGA δραστηριοποιείται και στον χώρο των ιδιωτικών ετικετών (προϊόντων private label), προσελκύοντας κάθε χρόνο όλο και περισσότερους πελάτες από αυτόν τον διαρκώς αναπτυσσόμενο κλάδο.

Πρόσφατες εξελίξεις

Το 2001 η EBGA εξαγόρασε την βιοτεχνία παραγωγής παγωτών και γλυκισμάτων Igloo. Έκτοτε η παραγωγή των προϊόντων Igloo εκσυγχρονίστηκε σύμφωνα με τα πρότυπα ποιότητας και ασφάλειας της EBGA, διατηρώντας ωστόσο τις μοναδικές γευστικές συνταγές που είχε στη διάθεσή της η εταιρεία.

Το 2005 ήταν μια χρονιά - σταθμός για τις συνεργασίες της EBGA, καθώς ξεκίνησε η συνεργασία με τη γνωστή Cadbury's στην παραγωγή παγωτών με επικάλυψη την



πολυαγαπημένη σοκολάτα Cadbury's. Τα παγωτά αυτά παράγονται σε τρεις διαφορετικούς τύπους και διατίθενται μόνο στις τουριστικές περιοχές της Ελλάδας.

Το 2002 το εργοστάσιο των χυμών εξοπλίστηκε με μια από τις πιο σύγχρονες μηχανές παραγωγής, την Tetra Rex Plus, με



δυνατότητα παραγωγής 9.000 τεμαχίων ανά ώρα. Γενικότερα, η επένδυση σε προηγμένο τεχνολογικό εξοπλισμό αποτελεί διαρκή μέριμνα και προτεραιότητα για την εταιρεία.

Προώθηση

Η διαφήμιση αποτελεί τον σημαντικότερο τρόπο επικοινωνίας ενός προϊόντος με το καταναλωτικό του κοινό, πράγμα που ισχύει ιδιαίτερα για τον κλάδο των τροφίμων. Έτσι, κάθε χρόνο δημιουργούνται καμπάνιες ενημέρωσης των καταναλωτών τόσο για τα νέα προϊόντα που κυκλοφορεί η εταιρεία όσο και για την υπάρχουσα γκάμα.

Κάθε καμπάνια, πέρα από το να διαφημίζει ένα συγκεκριμένο προϊόν, λειτουργεί υπενθυμιστικά για το "άνοιγμα" της αγοράς και για το σύνολο της κατηγορίας. Ειδικότερα για το παγωτό, οι καμπάνιες ξεκινούν Μάρτιο με Απρίλιο κάθε χρόνου.

Για την προώθηση συγκεκριμένων προϊόντων, η εταιρεία εντατικοποιεί την παρουσία της στα σημεία όπου συγκεντρώνεται το κοινό στο οποίο απευθύνεται, όπως σε οργανωμένες παραλίες, κινηματογραφικές αίθουσες, καφετέριες και άλλους χώρους, που προσελκύουν κυρίως νεαρούς καταναλωτές. Παράλληλα, η στρατηγική προώθησης των προϊόντων της EBGA περιλαμβάνει σειρά από ενέργειες με στόχο τη μέγιστη δυνατή κάλυψη του συνόλου του καταναλωτικού κοινού, όπως on-pack δώρο με την αγορά κάποιου προϊόντος, γευστικές δοκιμές και εκπαιδευτικά κουπόνια.

Ειδικότερα το 2005, σε μία προσπάθεια περιορισμού της έντονης εποχικότητας που αντιμετωπίζει ο κλάδος, η EBGA προχώρησε στο λανσάρισμα μιας σειράς κωδικών που αποτελούνται από τρία είδη γλυκισμάτων, δύο γεύσεις παγωτού και αντίστοιχα τρεις γεύσεις από συνοδευτικά σιρόπια. Η νέα αυτή σειρά προϊόντων ονομάζεται Hot & Ice. Η προώθησή της έγινε τόσο στην τηλεόραση όσο και στα σημεία πώλησης με εκτεταμένες γευστικές δοκιμές. Επίσης διαφημίστηκε έντονα η νέα γεύση χυμού Refresh με ανανά-γκρέιπφρουτ-λουίζα που αποτελεί μια μοναδική πρόταση στην αγορά.

Η κοινωνική ευθύνη αποτελεί κεντρικό άξονα στη στρατηγική της εταιρείας και, όπως είναι φυσικό, διέπει και τις δραστηριότητες προβολής και προώθησης των προϊόντων και της εταιρικής εικόνας. Μέσα από ένα στρατηγικό πρόγραμμα που συνεχώς διευρύνεται και διαμορφώνεται, η εταιρεία συνδέει το όνομά της με μια σειρά κοινωνικές δραστηριότητες. Αφ' ενός, μέσω του προγράμματος ανακύκλωσης που εφαρμόζει, προωθεί την ενεργή φροντίδα του φυσικού περιβάλλοντος. Αφ' ετέρου, μέσα από ένα

πρόγραμμα χορηγιών, στηρίζει μια σειρά από αθλητικούς και πολιτιστικούς φορείς ενισχύοντας με αυτόν τον τρόπο τη δράση τους, ενώ υποστηρίζει τακτικά φιλανθρωπικές εκδηλώσεις, συχνά μέσω της δωρεάν διάθεσης των προϊόντων της σε αυτές.

Μια από τις πιο συνεπείς προσπάθειες της EBGA στον χώρο της αθλητικής χορηγίας είναι η χορηγία των επίσημων πρωταθλημάτων beach volley. Πρόκειται για μια ενέργεια της περιόδου 2000-2004 που στήριξε και ανέδειξε ένα από τα λιγότερο δημοφιλή ολυμπιακά αθλήματα, το Beach volley. Στον χώρο του πολιτισμού, η σημαντικότερη χορηγία είναι αυτή των θερινών κινηματογράφων Refresh cinemas, χορηγία που ξεκίνησε το 1996 και συνεχίζεται μέχρι σήμερα με επιτυχία.

Αξίες

Στα 71 χρόνια της ιστορίας της η EBGA έχει να επιδείξει σταθερές θετικές αξίες. Η υπευθυνότητα, η ποιότητα, η καινοτομία, η μέριμνα για το κοινωνικό και φυσικό περιβάλλον σε όλους τους τύπους που δραστηριοποιείται και κυρίως στην Ελλάδα, είναι ορισμένα από τα ιδανικά που βρίσκονται στον πυρήνα των αξιών της εταιρείας. Δεν είναι τυχαίο το γεγονός ότι οι καταναλωτές μιλούν για την EBGA χρησιμοποιώντας λέξεις και φράσεις όπως: ηθική, οικεία, τίμια, παραδοσιακή, στοργική, φιλόξενη, έμπειρη και διαχρονική. (Πηγή: MRB 2002).

Από την EBGA της γειτονιάς ως τη σύγχρονη δυναμική και αναπτυσσόμενη εταιρεία, η EBGA κινείται πάντα με γνώμονα την ποιότητα και τη διαρκή ανανέωση και πετυχαίνει να κερδίζει και κυρίως να διατηρεί την εμπιστοσύνη, την αγάπη και εν τέλει την προτίμηση του καταναλωτή.

Επάνω στους ίδιους άξονες, προσθέτοντας διαρκώς περισσότερη απόλαυση, νέες ιδέες και όραμα, κινείται και η EBGA του 21ου αιώνα, με στόχο την αμεσότερη και ουσιαστικότερη σχέση με τον καταναλωτή και την άφογη ικανοποίηση των αναγκών και επιθυμιών του.

www.evga.net



ΙΣΩΣ ΔΕΝ ΓΝΩΡΙΖΑΤΕ ΟΤΙ...

EBGA

- Το πρώτο τυποποιημένο παγωτό στην Ελλάδα κυκλοφόρησε από την EBGA το 1936.
- Το παγωτό είναι προϊόν υψηλής διατροφικής αξίας: 1 ξυλάκι βανίλια = 1 ποτήρι γάλα σε περιεκτικότητα ασβεστίου.
- Η EBGA βρίσκεται στην ίδια διεύθυνση από το 1934.
- Η EBGA είναι η μόνη ελληνική εταιρεία τροφίμων που έχει παραγωγική και εμπορική δραστηριότητα στην Νότιο Αφρική.
- Το εργοστάσιο παγωτού της EBGA δεν είναι μόνο ένα από τα πλέον τεχνολογικά σύγχρονα στην Ευρώπη, αλλά και ένα από αυτά που έχουν την δυνατότητα να παράγουν πολλά ανόμοια προϊόντα.