

# Lacta

## Αγορά

Το όνομα Lacta είναι "το πιο γλυκό κομμάτι της ζωής σας". Πρόκειται για μια από τις δημοφιλέστερες ίσως σοκολάτες που παρήγαγε η ιστορική Σοκολατοποιία Παυλίδη και μία από τις ισχυρότερες μάρκες της σημερινής εταιρείας, Kraft Foods Hellas. Συνδυάζοντας όγκο και κερδοφορία, οι πωλήσεις της Lacta αντιπροσωπεύουν περίπου το 20% των συνολικών πωλήσεων της εταιρείας σε αξία.

Ο κλάδος στον οποίο ανταγωνίζεται η Lacta είναι κυρίως η Σοκολάτα (ταμπλέτες) και δευτερευόντως, με ποικιλία της γραμμής προϊόντων του brand, οι Γεμιστές Σοκολάτες, οι Γκοφρέτες και τα Σοκολατάκια. Το συνολικό μέγεθος της αγοράς σοκολάτας στην Ελλάδα το 2004 ανήλθε σε 21.000 τόνους που μεταφράζεται σε αξία € 200 εκατ., ενώ το μέρος που αντιστοιχεί στις σοκολάτες-ταμπλέτες ήταν 11.000 τόνοι και αξίας € 110 εκατομμυρίων (Πηγή: AC NIELSEN).

Με κύριους ανταγωνιστές την ION, τη Nestle και τη Ferrero, η Lacta το 2004 σημείωσε υψηλές πωλήσεις κατακτώντας μερίδιο 17% στην ελληνική αγορά σοκολάτας-ταμπλέτας (Πηγή: AC NIELSEN).

## Επιτεύγματα

Η Lacta έχει επιτύχει το απόλυτο ποσοστό αναγνωρισιμότητας, 100% total (86% unaided) και αποτελεί τη Νο 1 μάρκα σοκολάτας σε αναγνώριση στην Ελλάδα (Πηγή: FOCUS).

Αυτό το αξιοθαύμαστο ποσοστό αναγνωρισιμότητας οφείλεται οπωσδήποτε στην αδιαμφισβήτητη ποιότητα του προϊόντος, αλλά και στην πολύ επιτυχημένη και συνεπή στα μηνύματά της επικοινωνιακή στρατηγική που το υποστηρίζει. Η Lacta έχει κερδίσει επί σειρά ετών πολλά και σημαντικά βραβεία στον χώρο της διαφήμισης. Στο 10ο Ελληνικό Φεστιβάλ Διαφήμισης το 2000 η Lacta απέσπασε το 3ο Βραβείο για την Παραγωγή και τη 2η Τιμητική Διάκριση για το Μοντάζ του τηλεοπτικού διαφημιστικού της σποτ, 2η Τιμητική Διάκριση για την Πρωτότυπη Μουσική Σύνθεση (μουσική επένδυση του τηλεοπτικού σποτ) και δύο Διπλώματα Αναγνώρισης Επιλεκτικής Διαφημιστικής Δημιουργίας για το σύνολο της διαφημιστικής εκστρατείας και για την τηλεοπτική της διαφήμιση.

Το 2001 η διαφημιστική εκστρατεία της Lacta ανακηρύχθηκε Ολοκληρωμένη Καμπάνια του Έτους (Integrated Campaign of the Year) κατά το 1ο Συνέδριο Διαδραστικής Διαφήμισης και Marketing, ενώ απέσπασε το 1ο Βραβείο στο 11ο Ελληνικό Φεστιβάλ Διαφήμισης στην κατηγορία Νέων Μέσων και Τεχνολογιών, για την

πρωτοποριακή online προώθηση του brand.

Στον διαγωνισμό Effie Hellas 2002 η Lacta κέρδισε το 3ο Βραβείο στην κατηγορία "Τρόφιμα και Γαλακτοκομικά Προϊόντα" για την εκστρατεία "Love must go on", η οποία το 2003 αποσπά και το βραβείο Silver Ermis for Integrated Campaign στο Ελληνικό Φεστιβάλ Διαφήμισης Ermis. Στο ίδιο Φεστιβάλ, το 2003, η Lacta σαρώνει την κατηγορία Web για την διαδικτυακή της εκστρατεία "True Love" (2002), αποσπώντας Grand Ermis και Gold Ermis για το Banner Campaign και Silver Ermis για το Web Game. Το 2004 η Lacta κερδίζει Silver Ermis για τον διαδικτυακό της τόπο (Web Site).

## Ιστορία

Η σοκολάτα γάλακτος Lacta δημιουργήθηκε τη δεκαετία του '60 στο εργοστάσιο Παυλίδη της οδού Πειραιώς. Η επιχείρηση "Παυλίδης" ιδρύθηκε το 1841 από τον Σπυρίδωνα Παυλίδη στην καρδιά της Αθήνας, στη γωνία των οδών Αιόλου και Βύσσης, ως "Γλυκισματοποιείο", όπου οι Αθηναίοι γεύονταν τον εκλεκτό μπακλαβά, τα 'κομφέτα' και τα λουκούμια του. Το 1852 η οικογένεια Παυλίδη δημιούργησε την πρώτη ελληνική σοκολάτα.

Ο Δημήτριος Γ. Παυλίδης, άξιος διάδοχος του Σπυρίδωνα, διευρύνει σημαντικά την επιχείρηση, μεταφέροντας την έδρα της στην οδό Πειραιώς, όπου το 1876 θεμελιώνεται το εργοστάσιο Παυλίδη, το πρώτο εργοστάσιο σοκολάτας στην Ελλάδα. Δύο χρόνια μετά το θάνατό του, το 1988, η επιχείρηση συγχωνεύεται με τον ελβετικό όμιλο εταιρειών Jacobs Suchard, μια από τις μεγαλύτερες βιομηχανίες ζαχαρωδών, σοκολάτας και καφέ παγκοσμίως, δημιουργώντας την Jacobs Suchard/Pavlidis.

Η Kraft δραστηριοποιείται στην Ελλάδα από το 1970. Το 1991 εξαγοράζει την επιχείρηση της Σοκολατοποιίας Παυλίδου.

της υπάγεται τότε στον όμιλο εταιρειών Philip Morris Companies Inc. (σήμερα στον όμιλο εταιρειών της Altria Group Inc.), της μεγαλύτερης και πιο κερδοφόρας επιχείρησης συσκευασμένων καταναλωτικών αγαθών διεθνώς. Το 2000 η εταιρεία μετατρέπει την ευρωπαϊκή της επωνυμία από Kraft Jacobs Suchard σε Kraft Foods. Η Kraft Foods παράγει και εμπορεύεται σε περισσότερες από 140 χώρες σε όλο τον

κόσμο μερικές από τις πιο επιτυχημένες μάρκες τροφίμων: τυρί Philadelphia, μαγιονέζα Kraft, σοκολάτες Milka, καφέδες Jacobs και Maxwell House. Στην Ελλάδα η εταιρεία εκπροσωπείται από την Kraft Foods Hellas ΑΕ, η οποία από το

2001 κατέχει το 100% της Σοκολατοποιίας Παυλίδου. Εκτός από τα παραπάνω επώνυμα προϊόντα, η Kraft Foods Hellas με τη δύναμη και της επωνυμίας "Παυλίδης", την οποία έχει διατηρήσει αναλλοίωτη, συμμετέχει δυναμικά στη μεγάλη αγορά των τροφίμων με 100 περίπου κωδικούς προϊόντων σε τέσσερις κατηγορίες (σοκολάτες και ζαχαρώδη, καφέ, τυριά και τρόφιμα).

## Προϊόν

Η Lacta είναι η πρώτη σε πωλήσεις σοκολάτα γάλακτος στην ελληνική αγορά (Πηγή: AC NIELSEN). Η συσκευασία της βασίζεται πάντα στον συνδυασμό του κόκκινου και λευκού, ενώ η τελευταία αναδιαμόρφωση του εικαστικού της συντελέστηκε το 1999, όταν απέκτησε το χαρακτηριστικό "κύμα" που υποδηλώνει "κίνηση" και "επανάσταση". Στόχος ήταν να διατηρηθεί η χαρακτηριστική ταυτότητα του προϊόντος με μία μικρή προσαρμογή που να ζωντανεύει την αίσθηση της γαλακτώδους υφής και να προσδίδει κίνηση στην εικόνα.

Τα κύρια προϊόντα του brand Lacta περιλαμβάνουν τη Lacta γάλακτος, τη Lacta Αμυγδάλου, τη Lacta Φουντούκι, τη Lacta τετράγωνη, τα Lacta minis και τις πραλίνες "I love Lacta". Υποκατηγορίες (sub-brands) αυτής της προϊοντικής γραμμής αποτελούν οι Lacta Lov'it ταμπλέτες (choc 'n' choc και waffle 'n' praline) και η Lacta Lov'it γκοφρέτα.

Εκτός από τη σοκολάτα Lacta και τα υπόλοιπα προϊόντα του brand, η Kraft Foods Hellas, με την εγγύηση και της επωνυμίας Παυλίδη, διαθέτει με μεγάλη επιτυχία στην ελληνική αγορά τις σοκολάτες Υγείας, Παυλίδης, Kiss, 3Bit, Toblerone, Milka, τη σοκοπάστα Merenda και τα πολύ δημοφιλή σοκολατίνια Gioconda στην πασίγνωστη συσκευασία με τη Mona Lisa.

## Πρόσφατες εξελίξεις

Τον Οκτώβριο του 2002 κυκλοφόρησε η γκοφρέτα Lacta Lov'it, ενώ τον Οκτώβριο του 2004 λανσαρίστηκε η ταμπλέτα Lacta Lov'it σε 2 γεύσεις: Lacta Lov'it Choc'n'Choc και Lacta Lov'it Waffle'n'Praline. Οι σοκολάτες Lacta Lov'it βασίζονται στον συνδυασμό σοκολάτας



Το 1993 γεννιέται η Kraft Jacobs Suchard από τη συνένωση της Kraft General Foods Europe και της Jacobs Suchard. Αποτελεί την ευρωπαϊκή μονάδα της Kraft Foods International, η οποία, μαζί με την Kraft Foods North America, αποτελεί τη δεύτερη μεγαλύτερη βιομηχανία τροφίμων παγκοσμίως και η οποία με τη σειρά



γάλακτος με μπισκότο και βάφλα, ενώ αποτέλεσαν το πιο επιτυχημένο λανσάρισμα νέου προϊόντος στην κατηγορία τους για την περίοδο 2004-2005.

Από το 1994 μέχρι και σήμερα, η Kraft Foods Hellas συμμετέχει ενεργά στα εκπαιδευτικά προγράμματα του Ελληνικού Παιδικού Μουσείου. Συγκεκριμένα, προσφέρει τον εκπαιδευτικό κύκλο "Η σοκολάτα και ο Παυλίδης", για παιδιά της Ε' και ΣΤ' Δημοτικού, τα οποία, μέσα από δώρες επισκέψεις στο Εργοστάσιο Σοκολατοποιίας Παυλίδου (Πειραιώς 135), γνωρίζουν από κοντά και εξοικειώνονται με τους χώρους παραγωγής, το εργασιακό περιβάλλον και την παραγωγική διαδικασία ενός εργοστασίου. Τα παιδιά, υπό την καθοδήγηση και των εκπαιδευτών τους και με την βοήθεια των εργαζομένων στη μονάδα παραγωγής, μαθαίνουν για τα συστατικά της σοκολάτας και τη διατροφική της αξία, την παραγωγή της σοκολάτας από το κακάοδεντρο μέχρι την διάθεσή της στους καταναλωτές και για την ιστορία του εργοστασίου "Παυλίδου".

### Προώθηση

Τα μηνύματα που επενδύουν την επικοινωνιακή στρατηγική της Lacta περιλαμβάνουν φυσικά το εύστοχο και επιτυχημένο "το πιο γλυκό κομμάτι της ζωής σας" και "η απόλυτη σοκολάτα γάλακτος", καθώς και ιδιότητες του προϊόντος όπως "ξυπνάει τις αισθήσεις" και "δένει τους ανθρώπους".

Τα βασικά στοιχεία που χαρακτηρίζουν την επικοινωνία της Lacta είναι η αγάπη, το πάθος, η αθωότητα, η γλυκιά απόλαυση, το "δέσιμο" του

ερωτευμένου ζευγαριού. Οι διαφημίσεις της Lacta είναι μοντέρνες, δυναμικές και νεανικές και ταυτόχρονα ρομαντικές και νοσταλγικές. Ο πόνος του χωρισμού και η θλίψη της μοναξιάς μετατρέπονται σε γλυκιά νοσταλγία με τη γεύση της Lacta, η ανοιγμένη συσκευασία της δίνει φτερά στις ελπίδες για αντάμωση και ξανασμίξιμο και η μουσική επένδυση δίνει την υπόσχεση για την επανένωση του ζευγαριού.

Η ιστορία έχει ευτυχημένο τέλος, οι αγαπημένοι σμίγουν και ο θεατής μένει ικανοποιημένος με μια γλυκιά γεύση στο στόμα και στην ψυχή.

Τα κύρια μέσα επικοινωνίας που χρησιμοποιεί η Lacta είναι η τηλεόραση, το ραδιόφωνο, ο κινηματογράφος και το internet. Το "advertising awareness" είναι το πιο υψηλό στην κατηγορία της σοκολάτας (Πηγή: Focus), με τους καταναλωτές να αναγνωρίζουν σε πολύ μεγάλα ποσοστά τα χαρακτηριστικά στοιχεία της επικοινωνίας της Lacta. Στόχος στην επικοινωνιακή πολιτική του προϊόντος είναι η διατήρηση της πρώτης θέσης σε Share of Voice.

Εκτός από την διαφήμιση, οι προωθητικές ενέργειες της Lacta περιλαμβάνουν ενέργειες που απευθύνονται στον καταναλωτή, όπως δειγματοδιανομές σε πανεπιστήμια, κινηματογράφους, street parties και χορηγίες, ενώ παράλληλα δίνεται έμφαση και σε δραστηριότητες μέσα σε Super Markets με tailor-made activities.

Στο βραβευμένο και πρόσφατα ανανεωμένο Internet Site της Lacta ([www.lacta.gr](http://www.lacta.gr)), υπάρχουν παιχνίδια, δραστηριότητες, διαγωνισμοί και χρήσιμες υπηρεσίες, που βρίσκουν μεγάλη απήχηση ανάμεσα στο κοινό της αγαπημένης σοκολάτας.

### Αξίες

Η Lacta έχει καταφέρει να χτίσει μια δυνατή σχέση με το κοινό της, να ανανεώνεται συνεχώς και να αποτελεί μία διαχρονική αλλά και σύγχρονη μάρκα.

Το όνομα Kraft Foods αντιπροσωπεύει μια δυνατή και με μακρά παράδοση εταιρεία που όραμά της έχει να αναγνωριστεί ως ο αδιαφιλονίκητος ηγέτης της παγκόσμιας αγοράς τροφίμων. Η Kraft Foods με έντονη συναίσθηση του κοινωνικού της ρόλου, κτίζει επάνω στην παράδοση ποιότητας των προϊόντων της και επιδιώκει με συνέπεια την πλήρη ικανοποίηση των μεταβαλλόμενων αναγκών των πελατών και καταναλωτών της, μ' ένα και μοναδικό όραμα: "Να βοηθά τους ανθρώπους σε όλον τον κόσμο να τρέφονται και να ζουν καλύτερα".

Το εργασιακό περιβάλλον στην Kraft είναι

αναπτυξιακό και πρωτοπόρο και διέπεται από αξίες όπως Καινοτομία, Ποιότητα, Ασφάλεια, Σεβασμός, Ακεραιότητα και Δεκτικότητα. Αρχές εσωτερικής λειτουργίας και συνεργασίας είναι το Πάθος, η Εστίαση, η Ταχύτητα, η Ομαδική Εργασία και η Εμπιστοσύνη, ενώ οι εργαζόμενοι

στην εταιρεία απολαμβάνουν συστήματα, εργαλεία ανάπτυξης και εκπαίδευση

εναρμονισμένη με την Kraft Foods International, που

παρέχονται μετά από ανάλυση

εκπαιδευτικών αναγκών ατομικά για τον κάθε εργαζόμενο, έτσι ώστε να

εξασφαλίζεται η μακροπρόθεσμη απασχολησιμότητά τους και η συμμετοχή τους στην κοινωνία της συνεχούς εκπαίδευσης και γωσιακής ανάπτυξης.

Η Kraft Foods Hellas έχει αναγνωριστεί το 2004 σαν η Νούμερο Ένα "Εταιρεία που Αξίζει να Εργάζεσαι" στην Ελλάδα και ανάμεσα στις 10 κορυφαίες στην Ευρώπη, στα πλαίσια του διαγωνισμού Best Work Place Award.

[www.lacta.com](http://www.lacta.com)



### ΙΣΩΣ ΔΕΝ ΓΝΩΡΙΖΑΤΕ ΟΤΙ...

#### Lacta

- Περισσότερα από 25.000.000 τεμάχια Lacta καταναλώνονται ετησίως στην Ελλάδα.
- Το πρώτο όνομα της σοκολάτας Lacta ήταν "Galacta", που ενσωμάτωνε την ελληνική λέξη "γάλα" αλλά και τη λατινική lac-lactis (=γάλα).
- Η σοκολάτα προέρχεται από τους καρπούς του κακάοδεντρου, το οποίο ευδοκίμει αποκλειστικά στους Τροπικούς, σε μία ζώνη 15-20 μοιρών βόρεια και νότια του Ισημερινού.
- Η χώρα που παράγει και εξάγει τις μεγαλύτερες ποσότητες κακάο είναι η Ακτή Ελεφαντοστού, ενώ η χώρα που απορροφά τις περισσότερες εισαγωγές κακάο είναι η Ολλανδία.

