

# NOYNOY®

## Αγορά

Η FRIESLAND HELLAS δραστηριοποιείται στον κλάδο των γαλακτοκομικών προϊόντων. Το μέγεθος της αγοράς αυτής στην Ελλάδα ανέρχεται σε 2,7 εκατομμύρια ευρώ.

Τα προϊόντα με το εμπορικό όνομα NOYNOY καλύπτουν τις διατροφικές ανάγκες όλων των μελών της ελληνικής οικογένειας. Η FRIESLAND HELLAS με το NOYNOY κατέχει την πρώτη θέση στην αγορά λευκού γάλακτος με μερίδιο 24% και στις παιδικές τροφές με μερίδιο 30%.

Στην αγορά λευκού γάλακτος, το NOYNOY κατέχει το 60% της αγοράς γάλακτος εβαπορέ. Η κατηγορία του εβαπορέ αντιπροσωπεύει το 30% του συνόλου της αγοράς λευκού γάλακτος, παραμένοντας πρώτη στις προτιμήσεις των Ελλήνων για την διατροφή των παιδιών τους.

Στην αγορά του γάλακτος υψηλής παστερίωσης το NOYNOY κατέχει μερίδιο της τάξης του 42%, παρά τον έντονο ανταγωνισμό μετά την είσοδο του συνόλου των ανταγωνιστών του brand στην κατηγορία. Η κατηγορία του γάλακτος υψηλής παστερίωσης αναπτύσσεται σημαντικά τα τελευταία χρόνια και αντιπροσωπεύει σήμερα το 25% του συνόλου της αγοράς λευκού γάλακτος ψυγείου.

Τα γιασούρτια NOYNOY λανσαρίστηκαν πριν από ένα χρόνο στην Ελληνική αγορά και κέρδισαν γρήγορα την εμπιστοσύνη των καταναλωτών. Σήμερα κατέχουν μερίδιο πάνω από 10% της συνολικής αγοράς βιομηχανικού γιασουριτιού.

Στις βρεφικές και παιδικές τροφές, τα προϊόντα FRISO (βρεφική διατροφή) και NOYNOY (παιδικές τροφές) έχουν μερίδιο της τάξης του 30%, κατέχοντας ισχυρή ηγετική θέση στη συγκεκριμένη αγορά.

Από τους 5,2 εκατομμύρια τόνους γάλα που συλλέγει και επεξεργάζεται η μητρική εταιρεία ετησίως, η μισή ποσότητα χρησιμοποιείται για την παραγωγή μεγάλης ποικιλίας τυριών. Στην κατηγορία των τυριών η μητρική εταιρεία κατέχει ηγετική θέση στην Ευρωπαϊκή αγορά. Στα πλάνα της εταιρείας περιλαμβάνεται η εντονότερη δραστηριοποίησή της στην ελληνική αγορά τυροκομικών στο άμεσο μέλλον, κατ' αρχήν με τη διεύρυνση της γκάμας των ολλανδικών τυριών.

Η Friesland Hellas A.E.B.E. ιδρύθηκε το 1983 και είναι θυγατρική της μεγαλύτερης

συνεταιριστικής γαλακτοβιομηχανίας παγκοσμίως, της ολλανδικής FRIESLAND FOODS. Η FRIESLAND FOODS, με ιστορία 100 ετών, ανήκει σε συνεταιρισμό 11.000 γαλακτοπαραγωγών, από τους οποίους συλλέγει και επεξεργάζεται 5,2 εκατομμύρια τόνους αγελαδινού γάλακτος ετησίως, δίνοντας έμφαση στην παραγωγή επώνυμων προϊόντων υψηλής προστιθέμενης αξίας. Η παραγωγή των προϊόντων της εταιρείας γίνεται σε 70 ιδιόκτητα εργοστάσια. Η εταιρεία απασχολεί παγκοσμίως 18.000 εργαζόμενους.

Στην Ελλάδα, η εταιρεία απασχολεί 400 εργαζόμενους, που στελεχώνουν έξι διευθύνσεις: Πωλήσεων, Μάρκετινγκ, Οικονομικών Υπηρεσιών και Διοίκησης, Τροφοδοσίας (Logistics), Ανθρώπινων Πόρων και Παραγωγής. Η FRIESLAND HELLAS είναι υπεύθυνη εκτός από την Ελλάδα και για την αγορά της Κύπρου, στην οποία κατέχει την πρώτη θέση στα συμπυκνωμένα γάλατα και τη δεύτερη θέση στις παιδικές τροφές.

## Επιτεύγματα

Το εμπορικό όνομα NOYNOY, με παρουσία στην ελληνική αγορά για πάνω από 55 χρόνια, έχει γίνει συνώνυμο του γάλακτος, ενώ το ποσοστό αναγνωρισιμότητας του Brand αγγίζει το 100%.

Με ετήσιο τζίρο άνω των 210 εκατ. ευρώ, η FRIESLAND HELLAS με το NOYNOY κατέχει την πρώτη θέση στην αγορά λευκού γάλακτος, με μερίδιο 24%, αλλά και στις παιδικές τροφές με μερίδιο 30%. Στο γιασούρτι, ένα χρόνο μετά την εισαγωγή του στην ελληνική αγορά, έχει κατακτήσει μερίδιο αγοράς 10%.

Η FRIESLAND HELLAS με το δίκτυο της, καλύπτει πάνω από 20.000 καταστήματα πανελλαδικά, καθώς επίσης φαρμακεία και μονάδες επαγγελματικής εστίασης.

Το NOYNOY ήταν πάντα πρωτοπόρο στις εξελίξεις της διατροφής και των γαλακτοκομικών προϊόντων. Το 1996 δημιούργησε μια νέα κατηγορία γαλάτων ψυγείου

σε πανευρωπαϊκό επίπεδο, αυτή της Υψηλής Παστερίωσης, λανσάροντας το NOYNOY FAMILY στην ελληνική αγορά και πρωτοστατώντας στη δημιουργία νέας ευρωπαϊκής νομοθεσίας. Την εξέλιξη αυτή ακολούθησαν αργότερα όλοι οι ανταγωνιστές του brand, αναγωνίζοντας τα πολλά



λανσάρισμα του NOYNOY Calciplus, του πρώτου γάλακτος ειδικά εμπλουτισμένου με ασβέστιο για τις γυναίκες και την πρόληψη της



στον τελευταία πενταετία, αξίζει να αναφερθούν το πρώτο βραβείο EFFIE AWARDS για το NOYNOY Calciplus το 2002, αλλά και οι



Διευθυντή Marketing κ. Κ. Μαγγιώρου από το Marketing Week, όσον αφορά τα γιασούρτια NOYNOY.

## Ιστορία

Τα προϊόντα στην ελληνική αγορά φέρουν το όνομα NOYNOY, το οποίο για περισσότερο από 55 χρόνια αποτελεί εγγύηση ποιότητας και θρεπτικής αξίας στην διατροφή της ελληνικής οικογένειας. Το γάλα NOYNOY πρωτοκυκλοφόρησε στην Ελλάδα το 1948, μέσω αντιπροσώπου και γρήγορα έγινε συνώνυμο με το γάλα για παιδιά, ενώ αργότερα ακολούθησαν οι παιδικές και βρεφικές τροφές. Από το 1983 ανέλαβε το brand η Friesland Hellas. Από τα τέλη της δεκαετίας του '80, το NOYNOY επεκτάθηκε και στα γάλατα ψυγείου, ενώ

πλεονεκτήματα αυτής της κατηγορίας.

Λίγο αργότερα, το 1999 πρωτοεκίνησε την κατηγορία των λειτουργικών τροφίμων με το

στεοσιόσιο για τις γυναίκες και την πρόληψη της οστεοπόρωσης.

Παράλληλα, μέσα σε αυτή τη μακροχρόνια ιστορία του, το brand NOYNOY έχει κερδίσει αναρίθμητα βραβεία και διακρίσεις. Εστιάζοντας

πρόσφατες διακρίσεις καλύτερου λανσαρίσματος στην ελληνική αγορά από το Sales & Marketing Review και Marketer of the year 2004 του



πρόσφατα μπήκε με επιτυχία και στην αγορά της γιουρτής.

## Προϊόν

Η γκάμα των προϊόντων ΝΟΥΝΟΥ ξεκινά με βρεφικά γάλατα σε σκόνη για βρέφη αμέσως μετά τον απογαλακτισμό τους και συνεχίζει με εξειδικευμένα προϊόντα (γάλα, βρεφικές κρέμες και γιουρτία) για βρέφη και παιδιά. Ταυτόχρονα, προσφέρονται προϊόντα υψηλής διατροφικής αξίας (γάλατα, γιουρτία, κρέμες γάλακτος και τυριά) για όλη την οικογένεια, καθώς και εξειδικευμένες προτάσεις για τις αυξημένες ανάγκες του γυναικείου οργανισμού σε ασβέστιο για την πρόληψη της οστεοπόρωσης.

Αναλυτικά, τα προϊόντα γάλακτος της εταιρείας είναι τα: NOULAC, ΝΟΥΝΟΥ Kid (Εβαπορέ και Υψηλής Παστερίωσης), ΝΟΥΝΟΥ Εβαπορέ (πλήρες και Light), ΝΟΥΝΟΥ Ζαχαρούχο, ΝΟΥΝΟΥ Family, ΝΟΥΝΟΥ Calciplus, τα σοκολατούχα ΝΟΥΝΟΥ Choice (ημιαποβουτυρωμένο και άπαχο) και ΝΟΥΝΟΥ Choq. Κρέμα Γάλακτος (πλήρης και light) και Σαντιγύ ΝΟΥΝΟΥ (πλήρης και light), καθώς και τα βρεφικά γάλατα Friso/ΝΟΥΝΟΥ.

Στις πολύ δημοφιλείς εδώ και χρόνια βρεφικές κρέμες ΝΟΥΝΟΥ συγκαταλέγεται η πασίγνωστη Φαρίν Λακτέ ΝΟΥΝΟΥ, καθώς και οι ΝΟΥΝΟΥ Κρέμα Βανίλια, ΝΟΥΝΟΥ Μπισκοτόκρεμα, ΝΟΥΝΟΥ Φρουτόκρεμα (3 και 5 φρούτα) και το Προψημένο Ρυζάλευρο ΝΟΥΝΟΥ.

Πρόσφατα η εταιρεία εισήλθε δυναμικά στον χώρο της γιουρτής, λανσάροντας τα προϊόντα, ΝΟΥΝΟΥ Classic, ΝΟΥΝΟΥ Αγελάδος, ΝΟΥΝΟΥ Calciplus, το παιδικό γιουρτί ΝΟΥΝΟΥ Kid και το βρεφικό γιουρτί NOULAC. Παράλληλα, η εταιρεία διακινεί τα Ολλανδικά τυριά ΝΟΥΝΟΥ FARM FRESH και FRICO, τις κρέμες γάλακτος DEBIC και το βούτυρο Congress.

Η διαρκής έμφαση στην ποιότητα και οι συνεχείς επενδύσεις στην έρευνα και ανάπτυξη τεχνολογίας και νέων προϊόντων συντελούν ώστε τα προϊόντα ΝΟΥΝΟΥ να κατέχουν την πρώτη θέση στην ελληνική αγορά λευκού γάλακτος και παιδικών τροφών. Πρόκειται για μια ιστορία "επιτυχίας" που βασίστηκε στη σταθερή προσηλωση στις ανάγκες του καταναλωτή και στη μακροχρόνια συνεπή και επιτυχημένη στρατηγική μάρκετινγκ που έχτισαν την εμπιστοσύνη και την πιστότητα του κοινού στο ΝΟΥΝΟΥ.

## Πρόσφατες εξελίξεις

Το 2003 η Friesland Hellas A.E.B.E. πραγματοποίησε επένδυση ύψους 20 εκατ. ευρώ για τη δημιουργία εργοστασίου παραγωγής γιουρτής στην βιομηχανική περιοχή Πατρών. Στον ίδιο χώρο του εργοστασίου λειτουργεί

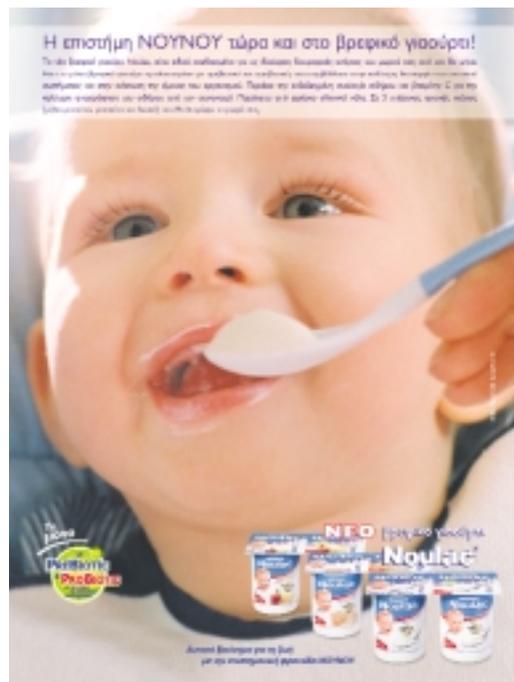


κέντρο διανομής "κρύων προϊόντων" της Friesland Hellas A.E.B.E. για τη Δυτική Ελλάδα.

Παράλληλα, η εταιρεία ενεργοποιείται στην εκχώρια ζώνη γάλακτος για τη συλλογή ελληνικού γάλακτος άριστης ποιότητας. Η παραγωγή των γιουρτιών ΝΟΥΝΟΥ γίνεται από φρέσκο ελληνικό γάλα άριστης ποιότητας που συλλέγεται από ελληνικές φάρμες αποκλειστικής συνεργασίας με την εταιρεία στους νομούς Ηλείας, Αιτωλοακαρνανίας, Θεσσαλονίκης και Κομοτηνής. Η εταιρεία εφαρμόζει στις συνεργαζόμενες φάρμες τα υψηλά ευρωπαϊκά πρότυπα ποιότητας που τηρούνται και στη μητρική εταιρεία. Η παραγωγική διαδικασία, η αποθήκευση, όπως και όλη η αλυσίδα διακίνησης των προϊόντων της εταιρείας λειτουργεί με υψηλά στάνταρ ποιότητας ακολουθώντας συγκεκριμένα πρότυπα (Friesland Foods Safety System, HACCP, ISO).

## Προώθηση

Η Friesland Hellas συγκαταλέγεται μέσα στους μεγαλύτερους διαφημιζόμενους της ελληνικής αγοράς. Η στρατηγική του σχεδιασμού και της υλοποίησης των above the line ενεργειών στοχεύει στο καθημερινό χτίσιμο υπεραξίας για το όνομα ΝΟΥΝΟΥ, βασιζόμενο στη συνέπεια, την ειλικρίνεια και το συναισθηματικό δέσιμο με τον καταναλωτή, αξίες που έχουν συμβάλει στην



ανάπτυξη εμπιστοσύνης και πιστότητας του κοινού απέναντι στο όνομα ΝΟΥΝΟΥ.

Η στρατηγική του σχεδιασμού και υλοποίησης των below the line ενεργειών στοχεύει στην αύξηση πωλήσεων, στην ενδυνάμωση της παρουσίας της εταιρείας και των μαρκών μας, στην προσέλκυση νέων καταναλωτών, αλλά και στην επιβράβευση πιστότητας των υπαρχόντων καταναλωτών. Παράλληλα, επιτυγχάνεται και ισχυροποιείται ο δεσμός και η ικανοποίηση των πελατών-αλυσίδων.

Με γνώμονα όλα τα παραπάνω, η Friesland Hellas υλοποιεί πανελλαδικές ενέργειες (οι οποίες εστιάζουν κυρίως στην αύξηση πωλήσεων και στο χτίσιμο εικόνας της μάρκας), account-specifics (ενίσχυση των σχέσεων με τους πελάτες λόγω της παροχής διαφοροποιημένων προτάσεων σε σχέση με το δικό τους ανταγωνισμό) και ενδυνάμωση πωλήσεων προϊόντων (μέσω διαμόρφωσης προσφορών που ταιριάζουν με το προφίλ καταναλωτών της κάθε αλυσίδας).

Παράλληλα, σχεδιάζονται και υλοποιούνται πολλές ενέργειες προς ειδικά κοινά ή/και opinion leaders. Αυτές οι ενέργειες περιλαμβάνουν direct mail επικοινωνία, δειγματοδιανομές προϊόντων, group selling ενέργειες με ενημέρωση του κοινού για τα ειδικά οφέλη των προϊόντων, μετρήσεις οστικής



πικνότητας σε συνεργασία με τον ΕΛΙΟΣ και τον Σύλλογο Υποστήριξης Ασθενών με Οστεοπόρωση, εκτεταμένη ενημέρωση της παιδιατρικής κοινότητας αναφορικά με τις βρεφικές και παιδικές τροφές, χορηγίες και συμμετοχή σε επιστημονικά και ιατρικά συνέδρια, κλινικές μελέτες και έρευνες σε συνεργασία με επιστημονικά ιδρύματα και φορείς.

Τέλος, γνωρίζοντας ότι το όνομα ΝΟΥΝΟΥ είναι συνώνυμο με την εγγύηση ποιότητας και υψηλής θρεπτικής αξίας για τη διατροφή της ελληνικής οικογένειας, η Friesland Hellas επενδύει σημαντικά σε χορηγίες που σχετίζονται με την οικογένεια και ιδιαίτερα το παιδί, τον αθλητισμό και την διατροφή, όπως οι χορηγίες παιδικών θεατρικών παραστάσεων, η χορηγία του Μεγάρου Μουσικής Θεσσαλονίκης, η χορηγία του Παιδικού Μουσείου, οι εκδόσεις για την ασφαλή διαβίωση και μετακίνηση μέσα στην πόλη, η κατασκευή πρότυπων παιδικών χαρών σε δήμους της Αττικής, η χορηγία των εθνικών ομάδων Ενόργανης και Ρυθμικής Γυμναστικής, η χορηγία ημερίδων για την ασφάλεια της κολύμβησης των νέων παιδιών, καθώς και χορηγίες σε κοινωφελή ιδρύματα (ΦΛΟΓΑ, ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΕΛΠΙΔΑ, ΙΣΟΝ, Χαμόγελο του Παιδιού, Ιατροί του Κόσμου). Το συνολικό ύψος των χορηγιών το 2005 ξεπέρασε τις 500.000 ευρώ.

## Αξίες

Οι αξίες που εδώ και 55 χρόνια ενσαρκώνει με συνέπεια το ΝΟΥΝΟΥ περιλαμβάνουν την οικογένεια και μητρότητα, την αξιοπιστία, την ειλικρίνεια, τη φροντίδα και τρυφερότητα, την ασφάλεια και ποιότητα διατροφής. Η αγάπη και εμπιστοσύνη, με την οποία οι Έλληνες καταναλωτές αγκαλιάζουν τα προϊόντα ΝΟΥΝΟΥ εδώ και περισσότερο από μισό αιώνα, επιβεβαιώνουν τη συνέπεια με την οποία η μάρκα ανταποκρίνεται στα ποιοτικά κριτήρια διατροφής ολόκληρης της οικογένειας.

[www.nounou.gr](http://www.nounou.gr)

ΙΣΩΣ ΔΕΝ ΓΝΩΡΙΖΑΤΕ ΟΤΙ...

## ΝΟΥΝΟΥ

- Το ΝΟΥΝΟΥ κατέχει την πρώτη θέση στην αγορά λευκού γάλακτος με μερίδιο 24% και στις παιδικές τροφές με μερίδιο 30%.
- Τα γιουρτία ΝΟΥΝΟΥ λανσαρίστηκαν πριν από ένα χρόνο στην ελληνική αγορά και κέρδισαν γρήγορα την εμπιστοσύνη των καταναλωτών. Σήμερα κατέχουν μερίδιο πάνω από 10% της συνολικής αγοράς βιομηχανικού γιουρτιού.