

Θέμα: « Αγορά «ελληνικού τύπου» γιαούρτης στις ΗΠΑ»

Πρόσφατα στοιχεία τα οποία δημοσιοποιήθηκαν επιβεβαιώνουν την προτίμηση των αμερικάνων καταναλωτών στα ελληνικού τύπου προϊόντα γιαούρτης (ε.τ.γ).

Πιο συγκεκριμένα, η αξία των πωλήσεων της ε.τ.γ. αυξήθηκε μέσα σε πέντε χρόνια από τα 35,4 εκατ. \$ σε 2δς εκατ. \$ (εκτίμηση για το 2012). Αυτή η τάση ώθησε μεγάλες εταιρείες εμπορίας γιαούρτης να συμπεριλάβουν στον κατάλογο τους και ε.τ.γ. (πχ Yorlait και Stonyfield). Η Yorlait ανήκει στην General Mills, ενώ η Stonyfield στον όμιλο Danone. Η Danone πουλάει επίσης μέσω των επωνυμιών Dannon και Oikos. Εντούτοις την μεγαλύτερη αύξηση (144%) στις πωλήσεις ε.τ.γ. κατά το περασμένο έτος παρουσίασε η Chobani (ιδιοκτησίας Agro-Farma). Το μερίδιο της Chobani στην αγορά ε.τ.γ. φθάνει το 47.3%. Η Dannon Oikos με 19.7% εκτόπισε την Fage (13.9%) από την δεύτερη θέση.

Ιδρυτής της Chobani είναι ο Τούρκος μετανάστης Hamdi Ulukaya ο οποίος ίδρυσε και την Agro-Farma.

Όπως φαίνεται από τα στοιχεία παρά την σημαντική αύξηση των πωλήσεων ε.τ.γ. καμία ελληνική εταιρεία δεν μπόρεσε να επεκταθεί με αξιώσεις στην αμερικάνικη αγορά. Η ελληνικών συμφερόντων Fage USA παρά το σημαντικό ρόλο που έπαιξε στο «άνοιγμα» της αγοράς και την εξοικείωση των καταναλωτών με την νέου τύπου γιαούρτη φαίνεται να εκτοπίζεται από τον ανταγωνισμό. Μεμονωμένες προσπάθειες από άλλες εταιρείες (MEVGAL, OLYMPUS) επί του παρόντος δεν έχουν επιτύχει ιδιαίτερα αξιοσημείωτα αποτελέσματα.

Εκτίμηση μας είναι ότι πλην της Fage η οποία έχει επενδύσει σημαντικά ποσά για την προώθηση και διανομή του προϊόντος, οι λοιπές ελληνικές εταιρείες δεν χρησιμοποιούν ικανοποιητικές μεθόδους marketing και διαφήμισης.

Ως εκ των ανωτέρω, εκτίμηση μας είναι ότι πρέπει οι ελληνικές εταιρείες γαλακτοκομικών προϊόντων να εκμεταλλευτούν άμεσα το ευνοϊκό για την ελληνική γιαούρτη κλίμα έτσι ώστε να διεισδύσουν στην αγορά των ΗΠΑ. Οι προσπάθειες αυτές θα πρέπει να είναι συντονισμένες και διαρκείς μέσω διαφημιστικών εκστρατειών όπου θα τονίζεται η ιδιαιτερότητα και η ποικιλία των ελληνικών γαλακτοκομικών προϊόντων καθώς και οι παραδοσιακές τεχνικές. Εάν αυτό δεν πραγματοποιηθεί από Έλληνες παραγωγούς και εταιρείες θα βρεθούμε στην δυσάρεστη θέση να δημιουργηθούν clusters μεσαζόντων τα οποία θα καθορίζουν την ποιότητα, τις τιμές και εν τέλει την χώρα προέλευσης των προϊόντων.

US Greek Yoghurt: Market Shares 2007-2012

	May					
	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Chobani	0.0%	8.4%	31.0%	44.4%	48.9%	47.3%
Danone	0.0%	8.8%	15.5%	15.6%	15.2%	19.7%
Fage	93.5%	74.1%	44.8%	25.2%	19.1%	13.9%
GIS	0.0%	0.0%	0.0%	8.1%	6.0%	5.7%
Private Label	1.9%	1.1%	0.4%	0.0%	1.6%	5.4%
Other	4.6%	7.7%	8.3%	6.7%	9.2%	8.1%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

US Yoghurt: Market Share of Greek Yoghurt 2011-2012

