

- 04** Ρούσσας: Άγγιξε τα 35 εκατ. ευρώ και επενδύει στα ρομποτικά
- 05** AB, Μασούτης και Lidl leaders στη ραδιοφωνική διαφήμιση
- 07** Παναγιώτατος Ένωση: Νέο ελαιοτριβείο με επένδυση €3 εκατ. με στόχο σταθερή ποιότητα στο λάδι

## Η Μάρκα του Καταναλωτή: Η ευρωπαϊκή απάντηση στην κρίση και το ελληνικό παράδειγμα

Στην Γαλλία 6,5 εκατ. νοικοκυριά αγόρασαν προϊόντα CQLP το 2020

Η πρωτοβουλία Ποιος είναι το Αφεντικό; ξεκίνησε πριν περίπου πέντε χρόνια στην Γαλλία σαν απάντηση στην κρίση που περνούσε τότε το γάλα και η τιμή του με αποτέλεσμα οι γαλακτοπαραγωγοί να ζημιώνονται.

Σε αντίθεση με ένα συμβατικό brand τροφίμων, στην προσπάθεια συμμετέχουν ενεργά οι καταναλωτές, οι οποίοι πληρώνουν το συμβολικό ποσό του 1 ευρώ για την κατοχή μεριδίου στην επιχείρηση.

Είναι χαρακτηριστικό ότι πλέον το γαλλικό «C'est qui le Patron?!» αριθμεί περισσότερα από 10.000 μέλη με το χαρτοφυλάκιό του να έχει επεκταθεί σε 30 προϊόντικές κατηγορίες μεταξύ των οποίων, μέλι, σοκολάτα, χυμός μήλου, αλεύρι, κρασί, γιαούρτι, κοτόπουλο, πίτσα, βούτυρο και σαρδέλες.

### Στα best sellers και τα αυγά

Τα τελευταία τέσσερα χρόνια στη Γαλλία:

- Περισσότεροι από 16 εκατ. καταναλωτές έχουν αγοράσει προϊόντα CQLP
- Συνολικά έχουν πουληθεί 220 εκατ. προϊόντα CQLP.

Μεταξύ των best sellers είναι τα αυγά καθώς έχουν μεγαλύτερη απήχηση και από καταξιωμένα brands του κλάδου. Είναι χαρακτηριστικό ότι σε διάστημα 2 ετών, έχουν πουληθεί 28 εκατ. αυγά. Και η δυναμική συνεχίζεται καθώς 6,5 εκατ. νοικοκυριά αγόρασαν προϊόντα CQLP το 2020 έναντι 5 εκατ. το 2019 καταγράφοντας αύξηση 49,6%.

### Παρουσία σε 10 χώρες

Την ίδια στιγμή, η διεθνής επέκταση της συγκεκριμένης πρωτοβουλίας διαρκώς διευρύνεται καθώς πλέον έχει παρουσία σε 10 χώρες συμπεριλαμβανομένης και της Ελλάδας, όπως η Γερμανία, η Ολλανδία, η Μεγάλη Βρετανία, η Ισπανία



και η Ιταλία. Στο Ηνωμένο Βασίλειο έχει ήδη ξεκινήσει η μελέτη για αλεύρι και αυγά ενώ ανοικτό είναι στο μέλλον το ενδεχόμενο για βρώμη, γάλα και μέλι.

### Στα AB ελαιόλαδο και στραγγιστό γιαούρτι

Σε ό,τι αφορά την Ελλάδα στα μέσα του περασμένου Δεκεμβρίου τοποθετήθηκαν στα καταστήματα της AB Βασιλόπουλος το στραγγιστό γιαούρτι και το ελαιόλαδο της πρωτοβουλίας Ποιος είναι το Αφεντικό;- Η Μάρκα του Καταναλωτή, τα οποία προστέθηκαν στο αγελαδινό γάλα, που διατίθεται εδώ και περίπου ένα χρόνο στα ψυγεία της αλυσίδας.

«Πρόκειται για δύο κωδικούς

στραγγιστό γιαούρτι με 2% και 10% λιπαρά καθώς και για δύο κωδικούς ελαιόλαδου, ο ένας είναι το έξτρα παρθένο ελαιόλαδο και το αντίστοιχο βιολογικής καλλιέργειας», αναφέρει στο FOODReporter ο Λάμπης Κώτσου, ιδρυτής της αντίστοιχης ελληνικής πρωτοβουλίας και συνεχίζει λέγοντας: «Η ανταπόκριση των Ελλήνων καταναλωτών και στα δύο νέα προϊόντα υπήρξε κάτι παραπάνω από θερμή. Μέσα στην πρώτη εβδομάδα τοποθέτησής τους εξαντλήθηκαν και προχωρήσαμε σε δεύτερη παραγγελία». Να σημειωθεί ότι στόχος του στραγγιστού γιαουρτιού είναι να στηρίξει τους παραγωγούς της Μακεδονίας ενώ η διανομή του πραγματοποιείται από την Νεογάλ. Την ίδια στιγμή, το ελαιόλαδο επιδιώκει να στηρίξει όσο το δυνατόν περισσότερους ελαιοπαραγωγούς από όλες τις περιοχές της Ελλάδας. Σε αυτή τη φάση, η μεγαλύτερη ποσότητα προέρχεται από τον Ελικώνα Βοιωτίας ενώ η διανομή γίνεται από την Pure Olea.

### Στον ορίζοντα η φέτα και τα μακαρόνια

Εντός του 2021, η Μάρκα του Καταναλωτή σχεδιάζει να κάνει είσοδο σε επιπλέον 4 προϊόντικές κατηγορίες. «Μόλις ολοκληρώσαμε τη μελέτη για τη φέτα και σύντομα θα αναρτήσουμε το ερωτηματολόγιο ενώ ήδη έχουμε ξεκινήσει τη μελέτη για τα μακαρόνια», τονίζει ο κ. Κώτσου και προσθέτει ότι μέσα στο πρώτο εξάμηνο του έτους ενδέχεται τα προϊόντα της Μάρκα του Καταναλωτή να κάνουν είσοδο σε mini market καθώς και στο κανάλι του HoReCa.

Ματίνα Χαρκοφτάκη