



ΠΡΕΣΒΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ
ΓΡΑΦΕΙΟ Ο.Ε.Υ. ΜΑΔΡΙΤΗΣ

Μαδρίτη, 1 Αυγούστου 2018

Η Pepsico μέσω της Alvalle προσπαθεί να μετατρέψει το gazpacho σε παγκόσμιο προϊόν

Ο στόχος που θέτει η πολυεθνική εταιρεία τροφίμων και ποτών Pepsico, η οποία πρόσφατα επικέντρωσε τις προσπάθειές της στον τομέα των υγιεινών τροφίμων, είναι να γίνει το ισπανικό gazpacho (κρύα ρευστή σούππα με προέλευση από την Ανδαλουσία και κύρια βάση τη ντομάτα, το σκόρδο και το ελαιόλαδο, η οποία συνηθίζεται κυρίως το καλοκαίρι) ένα προϊόν που να καταναλώνεται σε ολόκληρο τον κόσμο, όπως συμβαίνει σήμερα με το μεξικάνικο guacamole ή το ανατολίτικο hummus. Για την πραγματοποίηση αυτού του στόχου, θα χρησιμοποιήσει ένα από τα πιο σημαντικά και γνωστά εμπορικά σήματα στην Ισπανία, αυτό της Alvalle.

Η συγκεκριμένη επιχείρηση παραγωγής gazpacho, με έδρα τη Murcia, ανήκει στην Pepsico από το 1999. Το επόμενο έτος αναμένεται να εγκαινιαστεί ένα νέο εργοστάσιο στην Alcantarilla (Murcia) που θα επιτρέψει στην επιχείρηση να επεκτείνει κατά 50% την ετήσια παραγωγική της ικανότητα, η οποία σήμερα είναι 29 εκ. λίτρα gazpacho, κρύες σούπες και κρέμες λαχανικών. Από αυτή την ποσότητα, ήδη το 50% προορίζεται για την εξαγωγή του στο εξωτερικό, ώστε τα προϊόντα της επιχείρησης να διευρύνουν την παρουσία τους προοδευτικά και σε άλλες αγορές.

Ο κ. Mauro Ribó, υπεύθυνος της Pepsico για την ανάπτυξη της επιχείρησης στην Ευρώπη, τόνισε ότι η στρατηγική της Pepsico είναι να επιταχύνει την ανάπτυξη των εμπορικών σημάτων διατροφής που της ανήκουν πάνω από τη μέση ανάπτυξη της εταιρείας. Η Alvalle αποτελεί ένα σαφές παράδειγμα ενός προϊόντος που επεκτείνεται εντός της Ευρώπης, ενώ έχει και παγκόσμιο όραμα.

Επί του παρόντος, η Alvalle διαθέτει μερίδιο της τάξεως του 30% στην ισπανική αγορά, στην κατηγορία συσκευασίας gazpacho, το οποίο αποτελεί το πιο σημαντικό προϊόν της. Όσον αφορά το εξωτερικό, το συγκεκριμένο προϊόν πωλείται στη Γαλλία, στο Βέλγιο, στην Ελβετία, στο Ηνωμένο Βασίλειο, στην Πορτογαλία και στη Γερμανία, ενώ ήδη γίνονται δοκιμές στη Μόσχα, μέσω των διάφορων καταναλωτικών ομάδων και των ομάδων επιρροής. Ο κ. Ribó επισήμανε ότι, αν καταφέρουν να εισχωρήσουν στην αγορά της Μόσχας, τότε θα υπάρχει περιθώριο εισχώρησης και σε πολλές άλλες αγορές που βρίσκονται κοντά σε αυτή. Προς το παρόν, οι πρώτες αντιδράσεις στη Μόσχα είναι θετικές ενώ η Λατινική Αμερική και η Μέση Ανατολή είναι δύο ακόμη περιοχές με ιδιαίτερο ενδιαφέρον για το συγκεκριμένο προϊόν.

Avda. Dr. Arce 24-28002 Μαδρίτη

Τηλ: +34915644592, Φαξ: +34915644668, www.agora.mfa.gr/es73, ecocom-madrid@mfa.gr



**ΠΡΕΣΒΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ
ΓΡΑΦΕΙΟ Ο.Ε.Υ. ΜΑΔΡΙΤΗΣ**

Η στρατηγική που ακολουθείται για την είσοδο στην εκάστοτε αγορά είναι, κυρίως, μέσω της ενημέρωσης διαφόρων ομάδων καταναλωτών στις μεγάλες πόλεις και διά της συνεχούς προώθησης στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Παρότι η Alvalle διαθέτει και άλλα προϊόντα, όπως το salmorejo (επίσης κρύα ορεκτική σούπα σε κρεμώδη μορφή από την Ανδαλουσία με βάση τη ντομάτα, το ελαιόλαδο, το σκόρδο και το αλάτι), η διεθνής επέκτασή της γίνεται μόνο μέσω του gazpacho. Το όραμα άλλωστε του ιδρυτή της ήταν να γίνει το συγκεκριμένο προϊόν ένα παγκόσμιο φαγητό, όπως λ.χ. η πίτσα.

Σημειώνεται ότι στην ισπανική αγορά ο μεγαλύτερος αντίπαλος δεν είναι οι πολλές επιχειρήσεις που παράγουν gazpacho, αλλά το γεγονός ότι αυτό αποτελεί ένα σπιτικό φαγητό. Τέλος, ένας άλλος στόχος που έχει τεθεί είναι η επανεξέταση της εποχικής διάρθρωσης των πωλήσεων. Το 80% των πωλήσεων gazpacho της Alvalle γίνεται το καλοκαίρι, ενώ το υπόλοιπο 20% κατά τη διάρκεια άλλων εποχών. Επομένως, υπάρχει περιθώριο περαιτέρω ανάπτυξης της εταιρείας στην ισπανική αγορά.