

Συνέντευξη στον  
Δημήτρη Τσουκαλά

**ΣΤΕΦΑΝΟΣ  
ΚΑΛΑΘΕΡΗΣ**  
ΠΡΟΕΔΡΟΣ Δ.Σ. ΝΑΤΚΟ

# ΑΠΑΝΤΑΜΕ ΣΤΙΣ ΑΝΑΓΚΕΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

ΣΕ ΜΙΑ ΑΓΟΡΑ  
ΠΟΥ ΤΑ NO NAME  
ΑΠΟΤΕΛΟΥΝ  
ΠΕΡΙΠΟΥ ΤΟΝ  
ΚΑΝΟΝΑ, Η  
ΝΑΤΚΟ ΕΡΧΕΤΑΙ ΝΑ  
ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΕΙ ΜΙΑ  
ΕΠΩΝΥΜΗ ΠΡΟΤΑΣΗ  
ΚΑΙ ΜΑΛΙΣΤΑ LIGHT.



**Πόσα και τι είδους προϊόντα διανέμετε στην αγορά και μέσα από ποια κανάλια;**  
Οι κωδικόφοροι παράγονται σήμερα είναι περίπου διακόσιοι (200) για τους ξηρούς καρπούς και είκοσι (20) για τον καφέ. Παράγουμε κυρίως προϊόντα από 80 γραμμ. σακούλα μέχρι και 3 κιλά, όπως και από 250 γραμμ. σε κύπελλο μέχρι 500 γραμμ. στους ξηρούς καρπούς. Για τον καφέ κυρίως «ελληνικού τύπου» σε 100 γραμμ., 200 γραμμ. και 500 γραμμ. σακούλα. Επεξεργαζόμαστε όλα τα είδη ξηρών καρπών, όπως ενδεικτικά σας αναφέρω, φιστίκι κελυφωτό, αμύγδαλο, φουντούκι, κάσιους, αράπικο.

Τα υλικά συσκευασίας που χρησιμοποιούμε είναι τα πλέον κατάλληλα που εγγυώνται την προστασία του προϊόντος μέχρι τον τελικό καταναλωτή. Η παραγωγή και η διανομή μας είναι πιστοποιημένη με ISO9001: 2008 & ISO22000. Πελάτες μας είναι τα super markets & mini markets και γενικά όπου μπορεί να πουληθεί ο ξηρός καρπός. Τα κανάλια διανομής που χρησιμοποιούμε είναι είτε απευθείας παραδόσεις στις κεντρικές αποθήκες των πελατών μας είτε μέσω του δικτύου ειδικών συνεργατών που έχουμε σχεδόν σε όλη την επικράτεια για τη διανομή των προϊόντων μας. Με αυτό τον τρόπο εξασφαλίζουμε την door to door διανομή του μείγματος

ΝΑΤΚΟ ξεκίνησε σαν ένα μικρό κατάστημα λιανικής στη Χαλκίδα πριν από 83 χρόνια και τώρα αποτελεί βιομηχανία που παράγει περίπου 220 κωδικούς. Η νέα της πρόταση στην αγορά είναι οι light ξηροί καρποί και ο πρόεδρος του διοικητικού συμβουλίου της εταιρείας, Στέφανος Καλαθέρης, μας εξηγεί τι ακριβώς περιλαμβάνει η νέα σειρά και πώς λανσάρεται στο χώρο του ελληνικού retail.

**As αρχίσουμε με μια μορφή γνωριμίας. Ποια είναι η εταιρεία ΝΑΤΚΟ, ποια η πορεία της στην ελληνική αγορά και ποιες οι σημαντικότερες στιγμές της;**

Η ΝΑΤΚΟ ΑΒΕΕ είναι η εταιρική κατάληξη, μέσα από διάφορες νομικές μετατροπές κατά τη διάρκεια των τελευταίων 83 ετών, που η οικογένειά μου ασκεί τη δραστηριότητά της, δηλαδή την παραγωγή και την εμπορία ξηρών καρπών και καφέδων. Η ενασχόλησή της με τα είδη του ξηρού καρπού και του καφέ αρχίζει το έτος 1927 μέσα από ένα μικρό κατάστημα λιανικής στη Χαλκίδα. Εκεί γινόταν η παραγωγή ξηρών καρπών και καφέδων και η εμπορία συναφών ειδών όπως τα ζαχαρώδη. Από τις σημαντικότερες στιγμές της είναι η για πρώτη φορά στην κατηγορία παραγωγή συσκευασμένων ξηρών καρπών το έτος 1972. Η συγκεκριμένη χρονική στιγμή έμελε να είναι η αρχή των συσκευασμένων ξηρών καρπών στην ελληνική αγορά, εξέλιξη της οποίας είναι αυτό που βλέπουμε, όσον αφορά στις συσκευασίες, σήμερα στα ράφια των super markets. Επόμενη σημαντική στιγμή ήταν η ανέγερση ιδιόκτητου βιομηχανικού κτιρίου το 1979 και η επέκτασή του το 2001.



των προϊόντων μας σε εβδομαδιαία βάση και την άμεση ανταπόκριση της εταιρείας στους πελάτες μας για οποιοδήποτε θέμα.

**Βρίσκεστε σε φάση παρουσίας ενός νέου καινοτομικού προϊόντος για την κατηγορία των Ξηρών καρπών. Μιλήστε μας λίγο για αυτό και για τη στρατηγική λανσαρισμάτος του.**

Πρόκειται για ένα εντελώς καινούργιο προϊόν, του οποίου η ανάγκη προέκυψε μέσα από την αγορά και την επαφή που έχουμε με τους τελικούς καταναλωτές.

Έχοντας πρώτη η εταιρεία μας παρουσιάσει το 2003 «Ανάλατους ξηρούς καρπούς», σε μια προσπάθεια να ικανοποιήσουμε των ανάγκη πελατών μας οι οποίοι είτε δεν μπορούσαν

είτε επέλεγαν τη μη κατανάλωση αλατιού,

διαπιστώσαμε ότι πολλοί από αυτούς «αναγκάζονταν» στη γευστική έκπτωση που υπάρχει σε αυτό το προϊόν, σε σχέση πάντα με τους παραδοσιακούς αλατισμένους ξηρούς καρπούς. Εννοώ ότι γευστικά οι ανάλατοι, σε όλες τις γευστικές δοκιμές που έχουμε κάνει, υστερούν σε σχέση με τους κανονικούς. Όμως κάποιος, είτε επειδή αναγκάζονται είτε γιατί θέλουν να περιορίσουν την πρόσληψη αλατιού, τους επιλέγουν. Σήμερα η εταιρεία κάνει ένα άλμα στην κατηγορία των ξηρών καρπών, δημιουργώντας τους light ξηρούς καρπούς. Πρόκειται για μια καινούργια σειρά ξηρών καρπών ειδικά επεξεργασμένους με αλάτι light, που περιέχουν 51% λιγότερο αλάτι (χλωριούχο νάτριο), χωρίς να χάνουν σε γεύση σε σχέση με τους παραδοσιακούς ψημένους αλατισμένους ξηρούς καρπούς. Από γευστικές αναλύσεις που έγιναν βασισμένες στο πρότυπο ISO 5495:2005 δεν πρόεκυψε αξιόπιστη στατιστική διαφορά μεταξύ των δειγμάτων ξηρών καρπών επεξεργασμένων με κανονικό αλάτι και ξηρών καρπών επεξεργασμένων με αλάτι light. Είναι ένα προϊόν το οποίο η εταιρεία σχεδίαζε περίπου 10 μήνες, ώστε να πληροί όλες τις ποιοτικές προδιαγραφές της εταιρείας και να είναι απόλυτα σύμφωνο με τον Κώδικα Τροφίμων και Ποτών.

Για τους light ξηρούς καρπούς έχει κατατεθεί αίτηση στους αρμόδιους κρατικούς φορείς για δίπλωμα ευρεσιτεχνίας. Η στρατηγική λανσαρισμάτος αυτήν τη στιγμή επικεντρώνεται σε in store promotions, δηλαδή σε γευστικές δοκιμές, προβολές προϊόντων και μείωση τιμής. Επίσης, μέχρι το τέλος του έτους, επιλεκτικά θα γίνουν και κάποιες έντυπες καταχωρίσεις σε έντυπα μαζικής κυκλοφορίας. Αρχικός μας στόχος είναι να γνωρίσουν το νέο αυτό είδος οι άνθρωποι της αγοράς και να τους απαντήσουμε σε όλα τους τα ερωτήματα. Σε δεύτερη φάση θα αρχίσει η επικοινωνία με τους καταναλωτές μας.

**Γιατί επιλέξατε να προχωρήσετε με αυτή την πρόταση; Ποιες συνθήκες πιστεύετε πως ευνοούν την παρουσίαση αυτού του προϊόντος;**

Όπως σας προανέφερα, η δημιουργία αυτής της καινούργιας σειράς ξηρών καρπών έγινε για να ικανοποιήσουμε μια ανάγκη των καταναλωτών μας. Την ανάγκη για ξηρούς καρπούς χωρίς καμία γευστική έκπτωση, αλλά ταυτόχρονα και την ανάγκη για λιγότερη πρόσληψη αλατιού. Απευθύνεται σε όλους τους καταναλωτές ξηρών καρπών, σε υπερτασικούς, σε καταναλωτές που τους επιβάλλεται να περιορίσουν την κατανάλωση αλατιού ή που θέλουν από επιλογή να την περιορίσουν, χωρίς να «αναγκάζονται» σε κάποιου είδους γευστικό περιορισμό. Γενικότερα υπάρχει μια τάση για λιγότερη κατανάλωση αλατιού σήμερα, για διάφορους λόγους. Η μοντέρνα διατροφική τάση υποδεικνύει τη μείωση της κατανάλωσης του αλατιού. Πιστεύουμε ότι αυτή ακριβώς η εποχή είναι η πλέον κατάλληλη για την παρουσίαση των light ξηρών καρπών.

**Συnergάζεστε και με την Καλαμαράκης-Κάλλας για το λανσάρισμα αυτού του προϊόντος. Πώς προέκυψε αυτή η συνεργασία και ποια είναι τα οφέλη για τις δυο πλευρές;**

Η συνεργασία με την ΚΑΛΑΣ προέκυψε καταρχήν λόγω της αναζήτησής μας για αλάτι light. Όντας η μεγαλύτερη εταιρεία στο χώρο της, μας υποστήριξε σε ό,τι χρειαστήκαμε κατά τη διάρκεια της δημιουργίας του προϊόντος μας. Η ποιότητα του αλατιού παίζει καθοριστικό ρόλο στο δικό μας τελικό προϊόν και μόνο το αλάτι light της εταιρείας ΚΑΛΑΣ μπορούσαμε να εμπιστευτούμε. Επίσης, στη βάση της πολύ καλής μέχρι τώρα συνεργασίας μας, συζητάμε και κάποιες προωθητικές ενέργειες τους επομένους μήνες με κοινά -θεωρώ- εμπορικά οφέλη για τα προϊόντα μας.

**Ποιο είναι οι εμπορικοί στόχοι που έχουν τεθεί για το προϊόν; Ποιο το πρώτο feedback που λαμβάνετε;**

Ο κυριότερος εμπορικός μας στόχος σε αυτήν τη φάση είναι να επιτύχουμε τη μεγαλύτερη δυνατόν τοποθέτηση του προϊόντος στο ελληνικό λιανεμπόριο, αλλά και να αυξήσουμε τις εξαγωγές μας. Θεωρούμε ότι με αυτήν τη σειρά, η οποία παρεμπιπτόντως δεν παράγεται από καμία εταιρεία του εξωτερικού, μπορεί να αποτελέσει, λόγω της διαφοροποίησής της, τον κύριο μοχλό ανάπτυξης των εξαγωγών μας. Ήδη το feedback που έχουμε, για τις βαλκανικές χώρες τουλάχιστον, είναι πολύ καλό. Ευελπιστούμε ότι μέσα στο τρέχον έτος θα ξεκινήσουμε να εξαγάγουμε το προϊόν.

**Θα θέλατε να μας σκιαγραφήσετε την εγχώρια αγορά Ξηρών καρπών;**

Ο κλάδος των ξηρών καρπών εντάσσεται στο γενικότερο κλάδο των ειδών διατροφής και χωρίζεται σε δυο ευρύτερους τομείς: την πρωτογενή παραγωγή και τη μεταποίηση και επεξεργασία. Στην πρωτογενή παραγωγή εντάσσονται οι αγροτικές μονάδες και οι συνεταιρισμοί και στη μεταποίηση εντάσσονται όλες οι επιχειρήσεις που προμηθεύονται τα προϊόντα τους από την πρωτογενή παραγωγή της χώρας μας και από εισαγωγές. Στη συνέχεια, αφού επεξεργαστούν τους καρπούς, τους διαθέτουν τόσο σε χονδρέμπορους όσο και απευθείας σε διάφορα σημεία λιανικής πώλησης (κάβες, super market κ.τ.λ.). Αξίζει να σημειωθεί ότι, σύμφωνα με δυο τελευταίες Έρευνες Οικογενειακών Προπολογισμών της ΕΣΥΕ (1998/99 και 2004/05), το ύψος των μηνιαίων οικογενειακών δαπανών για ξηρούς καρπούς αυξήθηκε το 2004/05 κατά 100% σε σχέση με την περίοδο 1998/99. Αυτό δείχνει ότι ο Έλληνας καταναλωτής «έβαλε» στην καθημερινή του διατροφή περισσότερους ξηρούς καρπούς. Τα τελευταία χρόνια ποσοτικά η κατανάλωση των ξηρών καρπών παρουσιάζει συνεχή αύξηση και σε απόλυτα νούμερα η αγορά είναι περίπου στα 210 εκατ. ευρώ ετησίως. Ο κλάδος χαρακτηρίζεται από έντονο ανταγωνισμό, καθώς σε αυτόν δραστηριοποιείται μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων, που παράγουν ως επί το πλείστον no name προϊόντα. Αυτό, αν θέλετε, είναι και το «κακό» του κλάδου μας, γιατί τα no name προϊόντα είναι εξορισμού προϊόντα χαμηλής προστιθέμενης αξίας, χωρίς μεγάλα περιθώρια κέρδους.

**Ποια θα είναι τα επόμενα βήματα της εταιρείας;**  
Η στρατηγική της εταιρείας μας για τα επόμενα χρόνια είναι πολύ συγκεκριμένη και εστιάζεται στη δημιουργία προϊόντων προστιθέμενης αξίας, όπως τα light, που θα διαφοροποιούνται από τον ανταγωνισμό. Μέσα από αυτήν τη στρατηγική πιστεύουμε ότι θα υπάρξει και η ποιοτική ανάταση της κατηγορίας. Αυτήν τη χρονική στιγμή, ακολουθώντας πιστά τη στρατηγική μας, είμαστε στη φάση δημιουργίας νέων προϊόντων, τα οποία, σύμφωνα με το χρονοδιάγραμμά μας, θα είναι έτοιμα για παρουσίαση στις αρχές του νέου έτους. ®

