

2015

ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ GREEK BRANDS ΜΑΡΚΕΣ

ΧΟΡΗΓΟΣ

ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.
100% Ελληνική εταιρία

Οι μάρκες μας

Η έκδοση που κρατάτε στα χέρια σας έρχεται σαν συνέχεια της πρώτης μας σχετικής απόπειρας πριν από λίγα χρόνια. Όπως και τότε, έτσι και σήμερα, στόχος και πρόθεσή μας είναι να προβάλουμε τις ελληνικές μάρκες. Τα brands που έχουν χαράξει τη δική τους διαδρομή στην αγορά, έχουν κερδίσει τις προτιμήσεις των καταναλωτών και έχουν καταξιωθεί στη συνείδηση όλων.

Από την πρώτη έκδοση μέχρι σήμερα έχουμε ζήσει ίσως τα πιο δύσκολα χρόνια της ύφεσης στην ελληνική αγορά. Τα δεδομένα έχουν αλλάξει άρδην και το περιβάλλον στο οποίο κινούνται πλέον τα brands φαντάζει εντελώς διαφορετικό από οποιαδήποτε άλλη στιγμή στο παρελθόν. Η κρίση έχει επηρεάσει τα πάντα γύρω μας και μας έχει οδηγήσει όλους σε διαφορετικές συνήθειες, πρακτικές και κινήσεις.

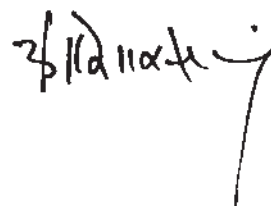
Η πραγματικότητα αυτή και η συνειδητοποίηση των ριζικών αλλαγών που έχουν συντελεστεί καθώς και των δυσκολιών που ακόμη υπάρχουν, μας οδήγησαν στην απόφαση να προχωρήσουμε ξανά στο εκδοτικό αυτό εγχείρημα. Θεωρούμε πως πλέον είναι πιο σημαντικό από ποτέ να αναδείξουμε τις μάρκες που έχουν κατακτήσει την εμπιστοσύνη του Έλληνα πελάτη-καταναλωτή και έχουν κερδίσει μια θέση στην καρδιά και την προτίμησή του.

Η διαδρομή της επιτυχίας των brands που παρά τη δύσκολη οικονομική συγκυρία των τελευταίων ετών έχουν καταφέρει να μείνουν αναλλοίωτα στο χρόνο, πρέπει να καταγράφεται και να παρουσιάζεται.

Αποτελούν παράδειγμα και πηγή έμπνευσης. Είναι οι μάρκες που δείχνουν πως παρά τις δυσκολίες που έχουν υψωθεί για την επιχειρηματική δραστηριότητα στην Ελλάδα, ο χώρος της επικοινωνίας και του marketing έχει τις δυνατότητες, τα εχέγγυα και, κυρίως, τους ανθρώπους για να διαπρέπει.

Είναι, σε τελική ανάλυση, οι μάρκες μας.

Οι μάρκες που μας κάνουν υπερήφανους!



Περιεχόμενα



**ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΜΑΡΚΕΣ
GREEK BRANDS**
ΕΙΔΙΚΗ ΕΤΗΣΙΑ ΕΚΔΟΣΗ

ΕΚΔΟΤΗΣ

Βαγγέλης Παπαλιός

ΑΡΧΙΣΥΝΤΑΚΤΗΣ

Δημήτρης Τσουκαλάς
(tsoukalas@direction.gr)

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Αγάθη Ζορμπά
(zorba@direction.gr)

ΥΠΟΔΟΧΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

Άννα Μηλιάδη
(miliadi@direction.gr)

ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

Βασίλης Θυμιάνος

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΣΥΝΔΡΟΜΩΝ

Αφροδίτη Χατζή
(hatzi@direction.gr)

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΛΟΓΙΣΤΗΡΙΟΥ

Πηνελόπη Χατζηδημητρίου

ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑ



ΜΙΚΡΑΣ ΑΣΙΑΣ 43, 152 33, ΧΑΛΑΝΔΡΙ,
ΤΗΛ: 210 77 12 400, FAX: 210 77 85 097,
info@direction.gr, www.direction.gr

ΤΙΜΗ ΕΚΔΟΣΗΣ: 50€

ISSN: 2459-251X



Η μάρκα ως εργαλείο εξωστρέφειας
Νίκος Καραγεωργίου, Πρόεδρος Δ.Σ. ΕΣΒΕΠ

05



Υπερήφανοι για τα ελληνικά επώνυμα προϊόντα
Ευάγγελος Καλούσης, Πρόεδρος ΣΕΒΤ

06



Greek Brands: Οι (ελληνικές) μάρκες που αγαπάμε
Γρηγόρης Αντωνιάδης, Πρόεδρος ΣΔΕ

07



Η αξία της συνεργασίας
Γιώργος Βογιατζάκης, Διευθύνων Σύμβουλος & Γενικός Διευθυντής,
Μαρινόπουλος Α.Ε.

08

Οι μάρκες της έκδοσης

Τα brands που παρουσιάζονται στην έκδοση

12

16



34



18



38



20



40



24



42



26



44



28



46



30



48



32





Νίκος Καραγεωργίου
Πρόεδρος Δ.Σ.
Ελληνικός Σύνδεσμος Βιομηχανικών
Επωνύμων Προϊόντων

Η μάρκα ως εργαλείο εξωστρέφειας

Η ελληνική πραγματικότητα πρέπει να προσαρμοστεί στη διαδικτυακή παρουσία των μαρκών και στη συνακόλουθη παγκοσμιοποίησή τους.

Χωρίς αμφιβολία, αν η ελληνική ιδιωτική οικονομία θέλει να ξεφύγει από τα σημερινά επίπεδα της ανεπαρκούς της εξωστρέφειας, δεν έχει άλλο δρόμο να επιλέξει από αυτόν της διεθνούς επώνυμης ζήτησης των προϊόντων της. Με άλλα λόγια, πρέπει να δημιουργηθούν προϊόντα και υπηρεσίες που να γίνονται γνωστά παγκοσμίως με το όνομά τους, με την ταυτότητά τους δηλαδή, και να δημιουργούν έτσι τη δική τους επώνυμη ζήτηση. Στη βάση αυτής της πραγματικότητας και παρά τις διαφοροποιήσεις που παρατηρούνται στις καταναλωτικές συμπεριφορές, η Μάρκα εξακολουθεί να παραμένει ένα ισχυρό εργαλείο ανοίγματος και διείσδυσης στις αγορές, αλλά σε μεσοπρόθεσμη βάση, και παραμονής σε αυτές. Έχει επίσης αποδειχθεί από διεθνείς έρευνες ότι οι εταιρείες που μπορούν να δημιουργούν με τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους ισχυρή επώνυμη ζήτηση έχουν μεγαλύτερη ανθεκτικότητα στις κρίσεις και σε περιόδους ανάπτυξης δημιουργούν περισσότερες θέσεις εργασίας από οποιαδήποτε άλλη επιχείρηση. Από κοινωνικής πλευράς έτσι, πέρα από αναπτυξιακό εργαλείο, η μάρκα έχει και ειδικό κοινωνικό βάρος στην αγορά εργασίας αλλά και στη ποιοτική άνοδο του ανθρώπινου δυναμικού.

Στο επίπεδο αυτό, η πρόκληση για τις ελληνικές επιχειρήσεις είναι μεγάλη, διότι πρέπει να δημιουργήσουν υπό συνθήκες κρίσης επώνυμη ζήτηση στο εξωτερικό αλλά και αντιστάσεις στο εσωτερικό λόγω του εισαγόμενου επώνυμου ανταγωνισμού. Υπό αυτή την έννοια, μια σημαντική πρόσκληση για την ελληνική επιχείρηση είναι η επένδυση στη δημιουργία άυλων αξιών, οι οποίες βέβαια σε βάθος χρόνου μετεξελίσσονται σε πραγματικό υλικό κεφάλαιο.

Μια άλλη πρόκληση είναι η προσαρμογή αυτής της προσπάθειας για τη δημιουργία επώνυμης ζήτησης σε συνεχώς μεταβαλλόμενες καταναλωτικές συνήθειες και σε αντίστοιχες συμπεριφορές, οι οποίες σε μεγάλο βαθμό υπαγορεύονται από νέες κοινωνικές συνθήκες και προτεραιότητες όπως για παράδειγμα η ασφάλεια των προϊόντων, η σχολαστική ενημέρωση του καταναλωτή, η προστασία του περιβάλλοντος και οι αλλαγές σε διατροφικές και άλλες συνήθειες.

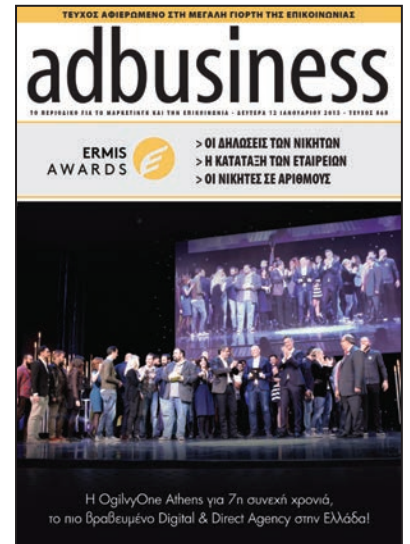
Στο πλαίσιο αυτό, ο ΕΣΒΕΠ θα μπορούσε να συμβάλει καθοριστικά στη δημιουργία νέων αντιλήψεων και συγκαίρει ολόθερμα όλους αυτούς που ανέλαβαν την πρωτοβουλία της παρούσης έκδοσης. Πρόκειται όντως για μια σημαντική προσφορά σε μια ιδιαίτερως κρίσιμη περίοδο.



Ετήσιος οδηγός Επικοινωνίας και Μάρκετινγκ



Ημερήσιο newsletter Επικοινωνίας και Μάρκετινγκ



Το περιοδικό της Επικοινωνίας και του Μάρκετινγκ



Το περιοδικό της Βιομηχανίας και του Λιανεμπορίου



Ημερήσιο newsletter Βιομηχανίας και Λιανεμπορίου



Παρουσίαση της ιστορίας των ελληνικών μαρκών



Το περιοδικό του σύγχρονου Έλληνα Manager



Διμηνιαίο περιοδικό για την γυναικεία φροντίδα



Μηνιαίο περιοδικό Μπάσκετ

www.BusinessNews.gr

ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΚΑΙ ΤΟΥΣ ΚΛΑΔΟΥΣ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

www.advertising.gr

ΤΟ PORTAL ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

www.dir



Το περιοδικό των μεγάλων του Ναυτικού Ομίβου Επιδόσεων



Επιχειρηματική έκδοση για τους Ισχυρούς της Ελληνικής Οικονομίας



Επιχειρηματική έκδοση για τον κλάδο της υγείας



Το περιοδικό της PEA Μαιευτικής Γυναικολογικής Κλινικής



Μηνιαία εφημερίδα για την Υγεία, Ευεξία και Ομορφιά



Ημερήσιο newsletter Νέων Τεχνολογιών



Το περιοδικό Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης



Εβδομαδιαίο newsletter για την ΕΚΕ και την πράσινη οικονομία



Απολογισμοί Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης

**Βασιλόπουλος**
...και του πουλιού το γάλα!**ΚΩΤΣΟΒΟΛΟΣ****BOUTARI**Από το 1926
BRAVO**ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.**
100% Ελληνική εταιρία

Κουπόνι Παραγγελίας

Επιθυμώ την αγορά της έκδοσης **ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΜΑΡΚΕΣ: GREEK BRANDS****ΤΙΜΗ 50€** (Στην τιμή περιλαμβάνεται ΦΠΑ)

| ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗΣ |

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ | _____

ΕΤΑΙΡΕΙΑ | _____

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ | _____

Τ.Κ. | _____ ΠΟΛΗ | _____

ΑΦΜ | _____ ΔΟΥ | _____

ΤΗΛΕΦΩΝΟ | _____ FAX | _____

ΚΙΝ. ΤΗΛΕΦΩΝΟ | _____ MAIL | _____

| ΤΡΟΠΟΙ ΠΛΗΡΩΜΗΣ |

ΚΑΤΑΘΕΣΗ ΣΕ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟ

☐ Alpha Bank | GR04 0140 3600 3600 0232 0006 180

☐ Efg Eurobank | GR22 026 02180000840200977017

☐ Τράπεζα Πειραιώς | GR94 0171 7230 0067 2312 6997 578

ΧΡΕΩΣΗ ΠΙΣΤΩΤΙΚΗΣ ΚΑΡΤΑΣ

☐ Visa ☐ Mastercard ☐ Diners ☐ AMEX

ΥΠΟΓΡΑΦΗ & ΣΦΡΑΓΙΔΑ

_____/_____/_____
ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ

Αριθμός κάρτας | _____

Ημερομηνία λήξης | _____