

Φούρνος Βενέτη

Η «Φούρνος Βενέτη» (ΦΒ) υλοποιεί ανταγωνιστική στρατηγική **διαφοροποίησης απευθυνόμενη σε όλο το εύρος της αγοράς**. Ενδεικτικά, τα χαρακτηριστικά των δραστηριοτήτων της που κάνουν σαφή αυτή την έμφαση στην διαφοροποίηση είναι τα παρακάτω:

- **Ευρεία ποικιλία, υψηλής ποιότητας προϊόντων.** Πρόκειται για μια παράδοση που έχει «χτιστεί» αρχικά στα προϊόντα άρτου (το πρώτο αρτοποιείο της ΦΒ ιδρύθηκε το 1948) και στη συνέχεια επεκτάθηκε σε μια **ευρεία γκάμα προϊόντων** άρτου, ζαχαροπλαστικής και άλλων σχετικών ειδών (πρωινό, τσουρέκια, σνακ, φαγητό, σάντουιτς, γλυκά, κτλ.). Ήδη από τα μέσα της δεκαετίας του 70 το κατάστημα της Βενέτη στη οδό Τατοίου ήταν πόλος «έλξης για τους Αθηναίους, οι οποίοι έκαναν ουρές για δοκιμάσουν και να προμηθευτούν τα ξεχωριστά αρτοπαρασκευάσματά του.» (<https://emea.gr/business-plus/business-stories/630705/fournoi-veneti-i-etaireia-pou-allaxe-tin-istoria-tis-artopoiias-stin-ellada/>).
- Η ΦΒ δίνοντας έμφαση στην έρευνα **αναπτύσσει και εισάγει διαρκώς νέα προϊόντα** (νέες γευστικές εμπειρίες) (<https://emea.gr/business-plus/business-stories/630705/fournoi-veneti-i-etaireia-pou-allaxe-tin-istoria-tis-artopoiias-stin-ellada/2/>). Είναι χαρακτηριστικό πως ήδη από τα τέλη της δεκαετίας του 80 η ΦΒ προσέφερε περισσότερες από 60 διαφορετικές ποικιλίες ψωμιού (<https://emea.gr/business-plus/business-stories/630705/fournoi-veneti-i-etaireia-pou-allaxe-tin-istoria-tis-artopoiias-stin-ellada/>). Επίσης, πρόσφατα η ΦΒ εισήγαγε 12 νέων αρτοσκευασμάτων ειδικής διατροφικής αξίας (<https://fornosveneti.gr/product-category/ψωμί/ειδικής-διατροφής/>).
- Η ΦΒ καινοτομεί όχι μόνο εισάγοντας νέες ποικιλίες προϊόντων και γεύσεων, αλλά και **δημιουργώντας νέους «τύπους» καταστημάτων** που ξεφεύγουν από το συνηθισμένο. Χαρακτηριστικό παράδειγμα εδώ είναι το concept του «Food Hall» που ουσιαστικά αποτελεί ένα εστιατόριο εντός του καταστήματος. Με άλλα λόγια, το τυπικό κατάστημα φούρνου εμπλουτίζεται με εγκαταστάσεις για την ετοιμασία γευμάτων. Όπως αναφέρεται και στον ιστότοπο της ΦΒ τα καταστήματα Βενέτης Food Hall είναι «πολυχώροι γευστικών προτάσεων και απολαύσεων» που περιλαμβάνουν εκτός από πρωινό, καφέ και γλυκό και «σπιτικό φαγητό από ελληνική και μεσογειακή κουζίνα» (<https://fornosveneti.gr/βενετη-food-hall/>).

Εκτός από τα Food Hall, η ΦΒ έχει δημιουργήσει άλλες τρεις κατηγορίες/τύπους καταστημάτων, η κάθε μία από αυτές με τον δικό της «χαρακτήρα»:

BENETH Great: έμφαση στη μεσογειακή διατροφή (στεγάζεται στο εμβληματικό κτίριο Μπάγκειον στην Ομόνοια και στο Jackson Hall στο Κολωνάκι για το οποίο και εκκρεμεί η έναρξη λειτουργίας του).

BENETH 1948: καταστήματα με ιδιαίτερη αισθητική που προσφέρουν premium προϊόντα που επιμελείται ομάδα Ελλήνων σεφ με επικεφαλής τον Γιάννη Τζελέπη.

BENETH Classic

Mere

Η Mere ανήκει στην κατηγορία των αλυσίδων “discount stores”, και επομένως η ανταγωνιστική της στρατηγική είναι αυτή της **ηγεσίας κόστους**. Μάλιστα, φαίνεται να κάνει **εστίαση στο κόστος**:

- Προϊόντα σε **«αποδεκτή ποιότητα» με έμφαση στις πολύ ανταγωνιστικές τιμές**. Το βασικό motto είναι: «Χαμηλό κόστος, κάθε μέρα».
- Ανήκει στην κατηγορία του **«hard discount»** και προσφέρει προϊόντα, **κυρίως, ιδιωτικής ετικέτας**.
- Αναζητεί **απευθείας συνεργασίες με παραγωγούς** δίνοντας έμφαση στα ελληνικά προϊόντα, προσφέροντας «διαφανείς» και «άμεσες» σχέσεις με τους προμηθευτές (αυτόματες πληρωμές ανά εβδομάδα, χωρίς κρυφές χρεώσεις, κλπ.). Αυτό προφανώς συνδέεται με την πρόθεση της να **πουλάει ελληνικά προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας σε χαμηλή τιμή**.
- Απευθύνεται ρητά σε καταναλωτές που είναι **ευαίσθητοι στην τιμή (price hunters)**.

Η Mere ανήκει στην κατηγορία των αλυσίδων “discount stores”, και επομένως η ανταγωνιστική της στρατηγική είναι αυτή της **ηγεσίας κόστους**. Μάλιστα, φαίνεται να κάνει **εστίαση στο κόστος**:

- Τα καταστήματα είναι **διαμορφωμένα απολύτως λιτά** με γνώμονα την λειτουργικότητα και το χαμηλό κόστος (**no frills**) και καθόλου τον όμορφο σχεδιασμό και διακόσμηση.

Όπως αναφέρεται σε ένα δημοσίευμα: «[Τα καταστήματα χαρακτηρίζονται από] **νέον φώτα, χάρτινα κιβώτια με τρόφιμα, μεταλλικά ράφια με στοιβαγμένες κονσέρβες και γυάλινα δοχεία** (<https://www.ieidiseis.gr/eidiseis/epixeiriseis/item/62778-anoigoun-ta-rosika-super-market-mere-stin-ellada-anoiksan-oi-theseis-ergasias>).

- Ψάχνει να **νοικιάσει (και όχι αγοράσει)** κτίρια σε πυκνοκατοικημένες περιοχές σε όλη την Ελλάδα και θα ξεκινήσει από επαρχία (σύμφωνα με πληροφορίες: **Λάρισα & Τρίπολη**). Αυτό πιθανώς σημαίνει ότι θέλει να μπει σταδιακά στην αγορά και να κάνει **«προσεκτικές» κινήσεις** πριν δεσμευτεί ολοκληρωτικά.

Κριτική σκέψη φοιτητή (επιπρόσθετη ανάλυση):

- Το βασικό πλεονέκτημα της Mere θα είναι, προφανώς, η **επιθετική πολιτική τιμών** (30% έως 80% χαμηλότερα από τους ανταγωνιστές). Αυτό **ταιριάζει πολύ καλά σε μια χώρα όπως η Ελλάδα**, που μόλις πρόσφατα ξεπέρασε μια πρωτοφανή οικονομική κρίση που την ταλάνισε για σχεδόν μια δεκαετία, και που στην τρέχουσα συγκυρία βιώνει, εκ νέου, μείωση εισοδημάτων και αγοραστικής δύναμης λόγω της έκρηξης της πανδημίας και των πληθωριστικών πιέσεων.
- Η **Lidl** είναι ο «παίκτης» στην ελληνική αγορά που έχει ακολουθήσει μια **παρόμοια στρατηγική με έμφαση στο χαμηλό κόστος**. Όμως, η Lidl τα τελευταία χρόνια έχει αρχίσει να κινείται ανοδικά (εκσυγχρονίζοντας καταστήματα, τοποθετώντας περισσότερα ελληνικά προϊόντα στα ράφια της, κτλ.). Σε αυτή την «ανοδική» κίνηση της Lidl, η Mere ενδεχομένως **βλέπει ένα κενό και μια ευκαιρία για να καλύψει το «κάτω» κομμάτι της αγοράς**.