

Mondelez: Η Chipita, «κλειδί» στα σχέδια επέκτασης της εταιρείας – Η «δύσκολη αρχή»

Από τις τρεις εξαγορασθείσες επιχειρήσεις, ο Van de Put προέβλεψε ότι η Chipita θα έχει τον μεγαλύτερο βραχυπρόθεσμο αντίκτυπο

BUSINESS25.02.2025, 08:53



Σχέδια για την επέκτασή της αποκάλυψε η Mondelez International, η οποία κατέχει την τρίτη θέση στην παγκόσμια αγορά σε κέικ και αρτοσκευάσματα, υπογραμμίζοντας ότι σκοπεύει να βελτιώσει αυτή τη θέση μέσω της μ της καινοτομίας και της υποστήριξης από τις εμβληματικές μάρκες Oreo, Cadbury και Milka.

«Τα τελευταία χρόνια, δημιουργήσαμε μια επιχείρηση κέικ και αρτοσκευασμάτων 2 δισεκατομμυρίων δολαρίων επιταχύνοντας την ανάπτυξη των ισχυρών γνωστών εμπορικών σημάτων μας, σε συνδυασμό με στρατηγικές συγχωνεύσεις και εξαγορές», δήλωσε ο Dirk Van de Put, πρόεδρος και διευθύνων σύμβουλος, κατά τη διάρκεια της παρουσίασης της εταιρείας στο Consumer Analyst Group της Νέας Υόρκης.

«Περίπου το ένα τρίτο της επιχείρησής μας για κέικ και αρτοσκευάσματα προέρχεται από την επέκταση των παλαιών επωνυμιών μας, όπως το Oreo, η Milka και το γαλλικό αγαπημένο Lu, σε προϊόντα που ονομάζουμε «chocobakery», συμπεριλαμβανομένων μαλακών κέικ, μπράουνις και παρόμοιων γλυκισμάτων».

Κλειδί, η εξαγορά της Chipita

Όπως γράφει το Food Business News, κλειδί στα σχέδια της εταιρείας [ήταν οι εξαγορές της Chipita SA](#) στην Ευρώπη, της Give and Go στις Ηνωμένες Πολιτείες και της Enirth στην Κίνα. Οι εξαγορασθείσες επιχειρήσεις αποτελούν περίπου τα δύο τρίτα των πωλήσεων κέικ και αρτοσκευασμάτων της εταιρείας.

«Οι βασικές ανεπτυγμένες αγορές μας, που περιλαμβάνουν τις ΗΠΑ, τον Καναδά, τη Γαλλία, τη Γερμανία και η Ελλάδα αντιπροσωπεύουν περίπου το 55% της επιχείρησης, και οι βασικές αναδυόμενες αγορές, όπως η Κίνα, το Βιετνάμ, η Πολωνία, η Ρουμανία και η Βραζιλία αντιπροσωπεύουν περίπου το 45%», δήλωσε ο Van de Put.

Μάλιστα, σε συνέντευξή στο Food Business News πριν από την παρουσίαση της εταιρείας στο CAGNY, ο Van de Put έδωσε μια ενημέρωση για κάθε επιχείρηση που αποκτήθηκε.

Η δύσκολη αρχή

«Με την Chipita, η αρχή ήταν λίγο δύσκολη, γιατί την αγοράσαμε πριν από την περίοδο του πληθωρισμού και δεν είχαν αντισταθμίσει το κόστος τους», υπογράμμισε.

«Ημασταν υποχρεωμένοι να αυξήσουμε τις τιμές κατά 30%, κάτι που είχε αποτέλεσμα όγκου. Τώρα οι όγκοι αυξάνονται ξανά, βρίσκουμε τον ρυθμό μας και βρισκόμαστε στη μέση του σχεδιασμού της παγκόσμιας επέκτασής μας. Η ουσία είναι ότι είναι κοντά στο σημείο που θέλουμε να είναι».

Μετά την εξαγορά της Chipita η Mondelez προχώρησε στην αγορά της Give and Go, προμηθευτή έτοιμων προς απόψυξη προϊόντων για αρτοποιεία εντός των καταστημάτων.

«Το Give and Go ήταν πολύ καλό για εμάς», είπε ο Van de Put. «Κάναμε καινοτομίες και λανσάραμε προϊόντα, δημιουργήσαμε νέες γραμμές και η επιχείρηση έχει σχεδόν διπλασιαστεί στα τέσσερα χρόνια που την κατέχουμε. Είναι μια πραγματικά μεγάλη επιτυχία και έχει περισσότερο χώρο να αναπτυχθεί καθώς τα αρτοποιεία στα καταστήματα γίνονται μεγαλύτερα στο τοπίο του λιανικού εμπορίου».

«Αρέσει στους λιανοπωλητές (αρτοποιεία εντός καταστημάτων) επειδή είναι μοναδικό στο κατάστημά τους, μια καλύτερη εμπειρία αγορών, θεωρείται φρέσκο και τα περιθώρια κέρδους τους είναι καλύτερα. Έτσι, οι έμποροι λιανικής θέλουν να αφιερώσουν περισσότερο χώρο στα αρτοποιεία των καταστημάτων τους και μας αρέσει να είμαστε εκεί».

Η παρουσία στη Κίνα

Η Evirth δίνει στη Mondelez μια βάση στην αγορά των premium ψητών τροφίμων στην Κίνα με περιθώρια ανάπτυξης παγκοσμίως.

«Τα Evirth είναι πραγματικά premium κέικ που έχουν οι καταναλωτές στο σπίτι για ειδικές περιστάσεις», είπε ο Van de Put. «Η Evirth έχει μια τεχνολογία που είναι καλά προηγμένη, ώστε να μπορούν να φτιάξουν ένα φρέσκο γευστικό προϊόν από παγωμένη μορφή και μπορούμε να το φέρουμε στον υπόλοιπο κόσμο, κατά τη γνώμη μου».

Ποντάροντας στην Chipita

Από τις τρεις εξαγορασθείσες επιχειρήσεις, ο Van de Put προέβλεψε ότι η Chipita θα έχει τον μεγαλύτερο βραχυπρόθεσμο αντίκτυπο ενώ το Give and Go θα έχει τον μεγαλύτερο μακροπρόθεσμο αντίκτυπο.

«Τα κρουασάν είναι σαν την πίτσα», είπε ο Van de Put για την κύρια σειρά προϊόντων της Chipita. «Ο περισσότερος κόσμος το γνωρίζει. Παίρνετε αρκετή ποσότητα για την τιμή και είναι μια ευκαιρία φαγητού που ανταγωνίζεται τα μπαρ. Οπότε, νομίζω ότι θα πάει γρήγορα».

Με το Give and Go, η Mondelez υπολογίζει ότι η ανάπτυξη των αρτοποιείων στα καταστήματα σε όλο τον κόσμο θα είναι σημαντική.

Ο Van de Put ελπίζει σε μια εποχή που οι λιανοπωλητές σε όλο τον κόσμο θα διαθέτουν αρτοποιεία στα καταστήματα καθώς και διαδρόμους αφιερωμένους σε κέικ και αρτοσκευάσματα. Τέτοιες μορφές υπάρχουν σε ορισμένες ευρωπαϊκές αγορές και η Mondelez σχεδιάζει να πρωτοστατήσει στη μεταφορά αυτών των format στις Ηνωμένες Πολιτείες.

Η νέα στρατηγική

Η παγκόσμια αγορά για κέικ και αρτοσκευάσματα απέφερε περίπου 97 δισεκατομμύρια δολάρια σε πωλήσεις το 2024 και προβλέπεται να έχει σύνθετο ετήσιο

ρυθμό ανάπτυξης (CAGR) 4,4% για να φτάσει τις εκτιμώμενες πωλήσεις των 125 δισεκατομμυρίων δολαρίων έως το 2030, σύμφωνα με τη Mondelez. Η εταιρεία ακολουθεί την Grupo Bimbo SAB de CV και την Yamazaki Baking Co., Ltd. στην παγκόσμια αγορά κέικ και αρτοσκευασμάτων και προηγείται του No. 4 ανταγωνιστή της Hostess Brands, η οποία ανήκει στην JM Smucker Co.

Η Mondelez εφαρμόζει μια στρατηγική τριών οδών για να επιτύχει τους στόχους της παγκόσμιας ανάπτυξης. Το πρώτο σκέλος αφορούσε την ανάπτυξη προϊόντων κέικ Oreο όπως τα Cakesters, το δεύτερο ήταν η ανάπτυξη αυτού που η εταιρεία αποκαλεί «chocobakery» και το τρίτο περιλάμβανε την επέκταση σε νέα τμήματα.

«Η τούρτα Oreο με επικεφαλής τους Cakesters αποδίδει αρκετά καλά», είπε ο Van de Put. «... (απέδωσαν) έσοδα 125 εκατομμυρίων δολαρίων πέρυσι και φθάνουν σε διείσδυση των νοικοκυριών περίπου 6% στις ΗΠΑ και στην Κίνα. Φιλοδοξία μας είναι να αυξήσουμε τα έσοδα από κέικ και αρτοσκευάσματα Oreο 4 φορές μεγαλύτερα από πέρυσι».

Η επέκταση στα κρουασάν

Ο πυλώνας επέκτασης της στρατηγικής της εταιρείας θα περιλαμβάνει την ανάπτυξη της επιχείρησής της στα συσκευασμένα κρουασάν μέσω της μετάβασης σε νέες αγορές.

«Προχωρώντας προς τα εμπρός, διπλασιάζουμε την ανάπτυξη των κρουασάν και των μεγάλων ρολών με σχέδια να επεκταθούμε στις Ηνωμένες Πολιτείες και σε άλλες αναδυόμενες αγορές», δήλωσε ο Van de Put. «Αναμένουμε να διπλασιαστεί περίπου το μέγεθος αυτής της επιχείρησης μέχρι το 2030».

Η επιχείρηση συσκευασμένων κρουασάν παράγει επί του παρόντος περίπου 500 εκατομμύρια δολάρια στην Ευρώπη, σύμφωνα με την εταιρεία.

Οι εξαγορές ήταν αναπόσπαστο κομμάτι της ανάπτυξης της Mondelez στα κέικ και τα αρτοσκευάσματα και ο Van de Put δεν απέκλεισε μελλοντικές εξαγορές, αλλά είπε ότι η αγορά συγχωνεύσεων και εξαγορών είναι επί του παρόντος «ανταγωνιστική» και ότι «οι τιμές ξεφεύγουν λίγο».

«Οι εξαγορές παίζουν ρόλο για εμάς, αλλά δεν είναι το πιο σημαντικό. Κάνουμε τις σωστές, αυτές που μας αφήνουν να αναπτυχθούμε και μας δίνουν τις σωστές ευκαιρίες

με το σωστό κόστος για εμάς. Γίνεται λίγο πιο δύσκολο να διατηρηθεί αυτή η πειθαρχία στο κόστος. Έτσι, εξαιτίας αυτού, υπάρχουν (λιγότερες) ευκαιρίες για εμάς ».