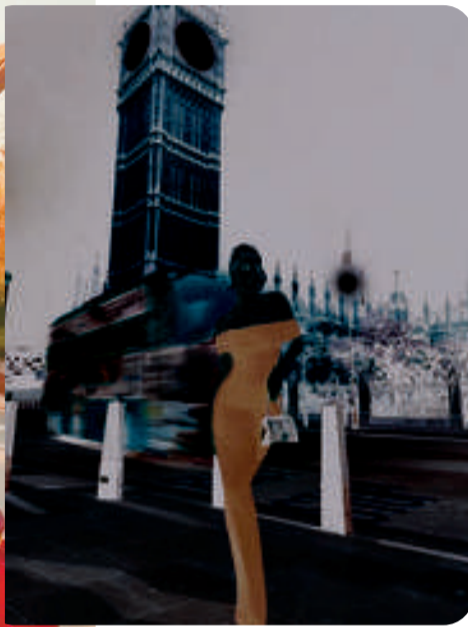


2024		2023	
242.023,36	3.047,25	5.847,26	
232.880,79	0,00	2.800,01	
931.184,79	1.518.828,61		
541.724,91	494.856,88		
447.217,85	440.028,45		
232.368,29	2.368.493,94		
475.112,15	1.488.211,78		
377.298,15	879.182,18		
252.948,29	2.368.493,94		

2024		2023	
193.213,83	1.698.898,61		
-5.827,51	-5.887,99		
-6.295,30	-3.047,25		
827.329,64	-153.901,36		
232.348,44	1.523.846,36		
231.263,82	234.853,47		
541.481,62	2.288.699,83		

Οι ισολογισμοί της J. Touni δείχνουν κέρδη από €60.687 το 2022 σε €1.541.461 το 2024. Υψηλοί και οι τζίροι στην εταιρεία ένδυσης Bubblegun, από €1 εκατ. το 2023 σε €1,372 εκατ. το 2024



ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΕΣ: INSTAGRAM

conversion, δηλαδή η μετατροπή της απλής προβολής σε πραγματική αγορά. Ένα ακόμη στοιχείο-κλειδί του μοντέλου της είναι οι μικρές, προγραμματισμένες κυκλοφορίες προϊόντων (drops). Όπως αναφέρει ο ίδιος, «οι μικρές παρτίδες (runs) επιτρέπουν ταχύτατη προσαρμογή στις τάσεις, μειώνουν το ρίσκο αποθέματος και δημιουργούν φυσικό αίσθημα επείγοντος: αν δεν προλάβεις, μπορεί να μην το ξαναβρεις». Γι' αυτό, προσθέτει, παρατηρείται συχνά το φαινόμενο των «sold out/back in stock» ανακοινώσεων, που αυξάνουν την επιθυμία και την πίεση αγοράς. Πέρα όμως από τα εμπορικά τεχνάσματα, η επιτυχία της, σύμφωνα με τον κ. Κιτριδίδη, στηρίζεται στην κοινότητα που έχει δημιουργήσει γύρω της: «Δεν έχει απλώς κοινό, αλλά μια δεμένη κοινότητα. Το ύφος "girls talk", ο αυτοσαρκασμός, οι μητρικές αναφορές και το χαρακτηριστικό Thessaloniki vibe δημιουργούν μια αυθεντική αίσθηση του ανήκειν που ενισχύει το word-of-mouth. Δεν είναι τυχαίο ότι σε κάθε της βήμα τη σταματούν στον δρόμο γυναίκες για να της μιλήσουν ή απλώς να τη χαιρετήσουν». Ο σύμβουλος στρατηγικής σημειώνει επίσης ότι πίσω από τον εντυπωσιακό τζίρο και το καθαρό κέρδος η αύξηση σε πάγια και αποθέματα υποδηλώνει ότι η Τούνη κινείται μεθοδικά προς την κατεύθυνση μιας πιο δομημένης retail επιχείρησης: «Η κλιμάκωση αυτή σημαίνει καλύτερη οργάνωση, μεγαλύτερη ανθεκτικότητα της ζήτησης και δυνατότητα επανάληψης των αποτελεσμάτων».

Προκλήσεις

Ο κ. Κιτριδής όμως βλέπει και τις προκλήσεις του μοντέλου: «Το επόμενο βήμα ωρίμασης θα πρέπει να είναι η αποπροσωποποίηση του brand, δηλαδή η μετάβαση από ένα influence-driven σε ένα institution-ready fashion brand. Αυτό μπορεί να γίνει μέσα από συνεργασίες με άλλους δημιουργούς, pop-up stores ή συλλογές co-design. Είναι ο μόνος τρόπος ώστε η ανάπτυξη να μην εξαρτάται αποκλειστικά από την προσωπική προβολή της Τούνη».

Σε μια πιο επενδυτική οπτική, ο ίδιος αναγνωρίζει τη δυναμική της εταιρείας, αλλά και τα όριά της: «Αν σκεφτόμουν ως μελλοντικός επενδυτής στην J. Touni IKE, δεν θα μπορούσα να αγνοήσω την εξαιρετικά υψηλή κερδοφορία, τη σχεδόν μηδενική λειτουργική επιβάρυνση και την εντυπωσιακή ταμειακή ρευστότητα που ξεπερνά τα 3 εκατ. ευρώ. Το επιχειρηματικό μοντέλο είναι αποδοτικό, χωρίς τραπεζικό δανεισμό, με κεφαλαιακή αυτάρκεια και ευελιξία. Από την άλλη πλευρά, η ισχυρή εξάρτηση από την ίδια την ιδιοκτήτρια, η απουσία καταγεγραμμένου προσωπικού και η έλλειψη διαφοροποίησης των εσόδων δημιουργούν προβληματισμούς για τη μακροπρόθεσμη βιωσιμότητα». Και καταλήγει: «Προς το παρόν βλέπω μια εξαιρετική μηχανή παραγωγής μετρητών, όχι όμως ακόμη ένα πλήρες, μεταβιβάσιμο και επεκτάσιμο επιχειρηματικό οικοσύστημα. Για να γίνει αυτό, απαιτείται ξεκάθαρο πλάνο διαφοροποίησης, ενίσχυσης των δομών και αξιοποίησης των ρευστών διαθέσιμων σε μακροπρόθεσμες, παραγωγικές επενδύσεις».

σε 2,43 εκατ. το 2024. Αυτό δείχνει ότι η εταιρεία δεν διανέμει όλα τα κέρδη ως μερίσματα στη μοναδική εταιρεία, αλλά τα διατηρεί για επανεπένδυση, κάτι που μαρτυρά ορθολογική, μακροπρόθεσμη οικονομική στρατηγική. Με βάση όλα τα παραπάνω, η J. Touni Μονοπρόσωπη ΙΚΕ εμφανίζεται ως μια υγιής, συνεπής και κερδοφόρα επιχείρηση, χωρίς δάνεια ή ληξιπρόθεσμα χρέη, με εντυπωσιακή ρευστότητα και σταθερή ανάπτυξη. Τυπικά, όλα δείχνουν νόμιμα και μόνο ένας ενδελεχής έλεγχος της ΑΑΔΕ θα μπορούσε να αποκαλύψει αν υπάρχουν παρατυπίες ή λογιστικές ασυνέπειες. Ωστόσο, ανεξάρτητα από τον φορολογικό καθρέφτη, η περίπτωση της Ιωάννας Τούνη παραμένει ένα σύγχρονο success story του ελληνικού creator economy. Μια γυναίκα που αξιοποίησε τη δύναμη των social media, επένδυσε μεθοδικά στην εικόνα της και κατόρθωσε να δημιουργήσει μια εταιρεία που θυμίζει περισσότερο startup παρά παραδοσιακό e-shop. Ένα brand που παράγει χρήμα, επιρροή και κυρίως αυτοδυναμία. Αξιοσημείωτη είναι και οι τζίροι στην εταιρεία ένδυσης Bubblegun στην οποία κατέχει το 50% και το υπόλοιπο 50% ανήκει

σε επιστήθια φίλη της. Το 2023 η εταιρεία έκανε τζίρο 1 εκατ. ευρώ και το 2024 1,372 εκατ. ευρώ. **Πουλάει «ζωή» μαζί με προϊόν** Ως ένα από τα πιο χαρακτηριστικά case studies του ελληνικού creator economy περιγράφει την Ιωάννα Τούνη ο **Διαμαντής Κιτριδής**, σύμβουλος στρατηγικής επιχειρήσεων και ιδρυτής της Citrine Marketing Communication. Σε δηλώσεις του στο «ΘΕΜΑ» ο έμπειρος αναλυτής αναλύει μεθοδικά το επιχειρηματικό μοντέλο της Θεσσαλονικιάς influencer, εξηγώντας γιατί θεωρείται υπόδειγμα σύγχρονου DTC brand (Direct-to-Consumer) και ταυτόχρονα γιατί η μακροπρόθεσμη ανθεκτικότητά του θα εξαρτηθεί από την ικανότητά του να αποπροσωποποιηθεί. «Η Ιωάννα Τούνη είναι case study του ελληνικού creator economy», τονίζει. «Με σαφές

positioning, πειθαρχημένο λειτουργικό μοντέλο και αυθεντική καθημερινή φωνή, έχει καταφέρει να μετατρέψει σταθερά την προσοχή του κοινού σε ζήτηση. Το επιχειρηματικό της μοντέλο δεν βασίζεται απλώς σε sponsored posts, αλλά σε ένα ολοκληρωμένο σύστημα άμεσων πώλησης προς τον καταναλωτή (Direct-to-Consumer) μέσω του e-shop και του Instagram της. Έτσι, αποκτά μεγαλύτερα περιθώρια κέρδους, καθώς δεν υπάρχουν μεσάζοντες, και διατηρεί πλήρη έλεγχο στην εμπειρία και τα δεδομένα των πελατών της». Ο εμπορικός μηχανισμός, όπως εξηγεί ο κ. Κιτριδής, είναι απόλυτα ξεκάθαρος: attention, storyselling, άμεσο checkout. Η Τούνη πουλά «ζωή» μαζί με το προϊόν χρησιμοποιώντας το προσωπικό της περιεχόμενο (δοκιμές, ερωτήσεις-απαντήσεις, άμεσες προτροπές αγοράς) ως όχημα πώλησης. Οι εκπαιδευτικοί κωδικοί «Touni» επιτρέπουν να μετρηθεί το

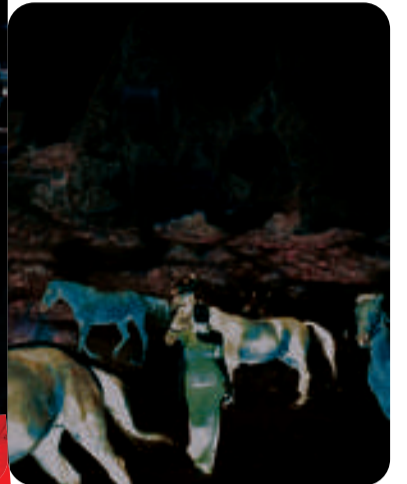


Ο σύμβουλος στρατηγικής επιχειρήσεων **Διαμαντής Κιτριδής**

«Δεν έχει απλώς κοινό, αλλά μια δεμένη κοινότητα. Το ύφος "girls talk", ο αυτοσαρκασμός, οι μητρικές αναφορές και το χαρακτηριστικό Thessaloniki vibe δημιουργούν μια αυθεντική αίσθηση του ανήκειν που ενισχύει το word-of-mouth. Δεν είναι τυχαίο ότι σε κάθε της βήμα τη σταματούν στον δρόμο γυναίκες για να της μιλήσουν ή απλώς να τη χαιρετήσουν»



Πόσα κερδίζουν οι influencers



CASH MACHINE

ΕΠΙΔΙΤΤΕΛΜΑ ΤΟΥ ΝΗ



Το κορίτσι που συστήθηκε στο ευρύ κοινό από το «My Style Rocks» μετέτρεψε την προσωπική της επιχείρηση σε case study για τον κόσμο των εταιρειών και το όνομά της σε πανίσχυρο brand. Πίσω από τα stories, τα βίντεο και τις καμπάνιες, υπάρχει μια καλοστημένη μηχανή, με κερδοφορία που θα ζήλευαν ακόμα και μεγάλες εταιρείες. Χωρίς τραπεζικό δανεισμό, λειτουργικά έξοδα και προσωπικό, εκτίναξε τα έσοδά της σε εκατομμύρια με ποσοστό κερδοφορίας που αγγίζει το 90%

— Του **Φρίξου Δρακοντίδη** fdrakonidis@yahoo.gr

Από την εποχή που οι influencers θεωρούνταν απλώς πρόσωπα της προβολής, μέχρι σήμερα που λειτουργούν ως αυτόνομες επιχειρήσεις, η **Ιωάννα Τούνη** είναι ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα του πώς η «προσωπική μάρκα» μπορεί να μετατραπεί σε κερδοφόρα εταιρική οντότητα. Ξεκινώντας το 2017 μέσα από το «My Style Rocks» και χτίζοντας μεθοδικά την παρουσία της στα social media, κατάφερε να δημιουργήσει ένα προσωπικό brand που δεν βασίζεται πια μόνο στην εικόνα της, αλλά σε ένα ολόκληρο οικονομικό σύστημα με εταιρική δομή, στρατηγική και εντυπωσιακούς ισολογισμούς.

Η ίδια δεν είναι απλώς ένα «πρόσωπο του Instagram», αλλά ένα επιχειρηματικό μοντέλο που μελετάται πια ως case study. Με καθημερινή παρουσία, αμεσότητα με το κοινό της και συνεχή επικοινωνία, η Ιωάννα Τούνη έχει καταφέρει να μετατρέψει την προσοχή σε εμπιστοσύνη, την εμπιστοσύνη σε κατανάλωση και τελικά την κατανάλωση σε καθαρό κέρδος. Το brand Τουρνι λειτουργεί με επαγγελματική ακρίβεια, χωρίς περιττά έξοδα και χωρίς ενδιάμεσους. Μία γυναίκα, μία κάμερα, ένα κοινό εκατομμυρίων και μία αλυσίδα παραγωγής περιεχομένου που αποδίδει.

Αυτή ακριβώς η μετάβαση από το lifestyle στην πραγματική επιχειρηματικότητα είναι που προκαλεί ενδιαφέρον στους οικονομικούς αναλυτές. Γιατί πίσω από τα stories, τα βίντεο και τις καμπάνιες υπάρχει μια καλοστημένη εταιρική μηχανή, με δείκτες κερδοφορίας που θα ζήλευαν ακόμα και μεγάλες εταιρείες. Οπως λένε οι ειδικοί, «η **Ιωάννα Τούνη είναι από μόνη της ένα κερδοφόρο σύστημα**». Το «**ΘΕΜΑ**» απευθύνθηκε σε έμπειρους φοροτεχνικούς οι οποίοι ανέλυσαν διεξοδικά τους ισολογισμούς της J. Τουρνι Μονοπρόσωπη Ιδιωτική Κεφαλαιουχική Εταιρεία, προκειμένου να διαπιστώσουν πώς δομήθηκε και εξελίχθηκε αυτή η επιχειρηματική επιτυχία. Τα ευρήματα είναι αποκαλυπτικά και σκιαγραφούν την πορεία μιας influencer που πέρα από χιλιάδες followers έχει πλέον και οικονομικά μεγέθη να επιδείξει.

Η ανάλυση

Εως τον Σεπτέμβριο του 2022 η Ιωάννα Τούνη εμφανιζόταν ως ατομική επιχείρηση. Λόγω των αυξανόμενων κερδών της, υπαγόταν στη φορολογία των ελεύθερων επαγγελματιών, δηλαδή περίπου στο 44%. Όταν όμως

τα εισοδήματά της άρχισαν να εκκινάσσονται, έκανε το επόμενο λογικό βήμα: ίδρυσε μονοπρόσωπη ΙΚΕ, μειώνοντας νόμιμα τη φορολογία της στο 22%. Οπως εξηγούν οι ειδικοί, πρόκειται για μια συνηθισμένη πρακτική την οποία ακολουθούν πολλοί επαγγελματίες που βλέπουν τα καθαρά τους κέρδη να ξεπερνούν τα όρια της ατομικής δραστηριότητας. Το 2022 η ΙΚΕ λειτούργησε μόλις για τρεις μήνες, γεγονός που δικαιολογεί τα χαμηλά νούμερα στους πρώτους ισολογισμούς. Από το 2023 και ιδίως μέσα στο 2024 η εικόνα αλλάζει ριζικά. Η εταιρεία παρουσιάζει τζίρο 2 εκατ. ευρώ και καθαρά κέρδη 1,5 εκατ. ευρώ, δηλαδή ένα ποσοστό κερδοφορίας που αγγίζει το 90%. Ένα εξαιρετικά σπάνιο φαινόμενο που αποτυπώνει την ευελιξία και το χαμηλό λειτουργικό κόστος της επιχείρησης.

Σύμφωνα με τους φοροτεχνικούς, «**το ότι τα καθαρά κέρδη προσεγγίζουν σχεδόν το σύνολο του τζίρου, σημαίνει ότι η εταιρεία δεν έχει μεγάλες δαπάνες, ούτε πολυάριθμο προσωπικό. Ουσιαστικά, όλη τη δουλειά την κάνει μόνη της**». Το επιχειρηματικό της μοντέλο είναι απλό αλλά αποτελεσματικό: η ίδια είναι το πρόσωπο, η παραγωγός, η επικοινωνία και

το marketing. Αξιοσημείωτο είναι ότι η εταιρεία δεν έχει ληξιπρόθεσμες οφειλές, δείχνοντας υψηλό επίπεδο συνέπειας. Εντυπωσιακή επίσης είναι η αύξηση στα πάγια περιουσιακά στοιχεία: από 5.847 ευρώ στις 31/12/2023 εκτοξεύονται σε 242.023 ευρώ στο τέλος του 2024, εξέλιξη που αποδίδεται πιθανότατα στην αγορά ακινήτου ή άλλου περιουσιακού στοιχείου μεγάλης αξίας. Αλλωστε, στις 27 Φεβρουαρίου του 2024 η Ιωάννα Τούνη τροποποίησε το καταστατικό της εταιρείας εμπλουτίζοντας τους σκοπούς της μεταξύ αυτών και την εκμετάλλευση ακινήτων. Σύμφωνα με πληροφορίες, έχει αποκτήσει και ανακαινίσει νεοκλασικό διαμέρισμα επί της οδού Αγίας Σοφίας στη Θεσσαλονίκη, ένα ακίνητο 170 τ.μ. του 1954, το οποίο αγόρασε από κοινού με εταιρεία real estate που εξειδικεύεται στην αναπαλαίωση ιστορικών κατοικιών. Το ύψος της επένδυσης εκτιμάται γύρω στις 250.000 ευρώ, με σκοπό να χρησιμοποιηθεί είτε ως έδρα της εταιρείας είτε ως πολυώροφος showroom και δημιουργικού γραφείου. Ταυτόχρονα, αυξάνονται και οι απαιτήσεις της εταιρείας (τα ποσά που της οφείλουν τρίτοι): από 1,5 εκατ. ευρώ το 2023

«Το ότι τα καθαρά κέρδη προσεγγίζουν σχεδόν το σύνολο του τζίρου σημαίνει ότι η εταιρεία δεν έχει μεγάλες δαπάνες, ούτε πολυάριθμο προσωπικό. Ουσιαστικά, όλη τη δουλειά την κάνει μόνη της». Το επιχειρηματικό της μοντέλο είναι απλό αλλά αποτελεσματικό: η ίδια είναι το πρόσωπο, η παραγωγός, η επικοινωνία και το marketing