

Κινήσεις ανάπτυξης σε Ελλάδα και εξωτερικό δρομολογεί η Παπουτσάνης, η οποία προχωρά σε σημαντικά βήματα ενίσχυσης της εξωστρέφειας της.

Όπως ανέφεραν σε χθεσινή συνάντηση με δημοσιογράφους ο Διευθύνων Σύμβουλος της εταιρείας Μιχάλης Παναγής και ο εκτελεστικός αντιπρόεδρος της Μενέλαος Τασόπουλος στόχος είναι το ισοζύγιο εγχώριων πωλήσεων και εξαγωγών της Παπουτσάνης να ανέλθει σταδιακά στο 50%-50% σε σχέση με το 60%-40%, που είναι σήμερα. Συγκεκριμένα, στην χρήση του 2018 οι εξαγωγές της Παπουτσάνης ενισχύθηκαν περαιτέρω κατά 24% και ανήλθαν σε 10 εκατ. ευρώ, αντιπροσωπεύοντας ποσοστό 41% του συνολικού κύκλου εργασιών.

Βασικός στόχος είναι η περαιτέρω ανάπτυξη στην αγορά των ΗΠΑ όπου η Παπουτσάνης διαθέτει παρουσία σε περίπου 400 ανεξάρτητα φαρμακεία του δικτύου της Windmill Health Products, αλλά αφενός θέλει να τα διπλασιάσει αφετέρου εξετάζει την πιθανότητα εισόδου και σε άλλα κανάλια. Ακόμη για την Παπουτσάνης που διαθέτει ήδη παρουσία σε 25 χώρες σε όλο τον κόσμο ενδιαφέρον ανάπτυξης υπάρχει και για αγορές όπως ο Καναδάς και η Κορέα αλλά και συγκεκριμένες χώρες της Ευρώπης.

Φυσικά σημαντική παράμετρος στην περαιτέρω ανάπτυξη της εξωστρέφειας της εταιρείας είναι και η πρόσφατη στρατηγική συνεργασία με την πολωνική σαπωνοποιία Betasoar, που όπως ανέφεραν οι άνθρωποι της Παπουτσάνης θα αρχίσει να επιδεικνύει αποτελέσματα στην επόμενη διετία και θα συνδράμει την προσπάθεια της ελληνικής επιχείρησης να διεισδύσει στην αγορά καλλυντικών της Ρωσίας και της Κοινοπολιτείας Ανεξάρτητων Κρατών (ΚΑΚ/ΚΙΣ).

Σημειώνεται πως γενικότερα η Παπουτσάνης αναμένει διψήφιο ποσοστό ανάπτυξης του κύκλου εργασιών κατά την τρέχουσα χρήση και ανάπτυξη και στους τέσσερις τομείς δραστηριότητας της εταιρείας, με ενίσχυση των επώνυμων προϊόντων, αύξηση των εξαγωγών ξενοδοχειακών προϊόντων και στόχευση σε νέες αγορές και συνεργασίες. Το επενδυτικό της πλάνο για το 2019 θα κυμανθεί περί το 1,2 εκατ ευρώ, μειωμένο σε σχέση με τα 2 εκατ. ευρώ ετησίως, της προηγούμενης διετίας αλλά εάν προκύψουν συγκεκριμένα ειδικά projects θα αυξηθεί.

Σχέδια για Relaunching

Επίσης, Relaunching για την σειρά προϊόντων Aromatics σχεδιάζει προς το τέλος του έτους η Παπουτσάνης, με τον Διευθύνοντα Σύμβουλο της εταιρείας Μιχάλη Παναγή, να αναφέρει αφενός πως έχουν ήδη γίνει κάποιες πρώτες επαφές σε αναζήτηση του κατάλληλου συνεργάτη για το project αφετέρου ότι το εν λόγω rebranding θα αποτελέσει το πρώτο βήμα και, μάλλον, το «πάτημα» και για άλλες ανάλογες κινήσεις στην συνέχεια.

Η Παπουτσάνης, γενικότερα, σχεδιάζει την ενίσχυση της κατηγορίας επώνυμων προϊόντων (Olivia, Karavaki, Natura, Aromatics κ.λπ.), τόσο μέσω της επέκτασης της προϊοντικής γκάμας και της προώθησης των υφιστάμενων εμπορικών σημάτων της, όσο και με το λανσάρισμα νέων εμπορικών σημάτων. Όπως σημείωσε ο κ. Παναγής σκέψη της εταιρείας είναι να προχωρήσει σε κινήσεις που θα βοηθήσουν τα brands να έχουν μεγαλύτερη ανταπόκριση με το σύγχρονο lifestyle και να προσεγγίσουν με πιο αποτελεσματικό τρόπο το νεότερο σε ηλικία κοινό. Σημείωσε, επίσης, πως σκέψη της εταιρείας είναι να αναδείξει και να αξιοποιήσει όσο το δυνατόν περισσότερο το σήμα «Καραβάκι» που είναι ταυτισμένο σαν ονομασία με την Παπουτσάνης και την ελληνικότητα της εταιρείας ενώ σύμφωνα με σχετικές έρευνες, διατηρεί ακόμη σημαντικό awareness.

Επίσης, ο κ. Παναγής σημείωσε πως επιδίωξη της Παπουτσάνης είναι να παρουσιάσει δυναμικές καμπάνιες που θα δίνουν και σημαντικό βάρος στο digital marketing, ενώ ανέφερε, επίσης, πως σχεδιάζει να επενδύσει περισσότερο στο πλαίσιο αυτής της νέας στρατηγικής στην επικοινωνία.

Αξίζει να σημειωθεί πως στα τέλη του 2018 η Παπουτσάνης παρουσίασε την νέα σειράς περιποίησης μαλλιών υπό το νέο σήμα HAIRCHIC, για την υποστήριξη της οποίας, υλοποιείται ήδη ολοκληρωμένο πρόγραμμα επικοινωνίας με την υπογραφή της Magnet.