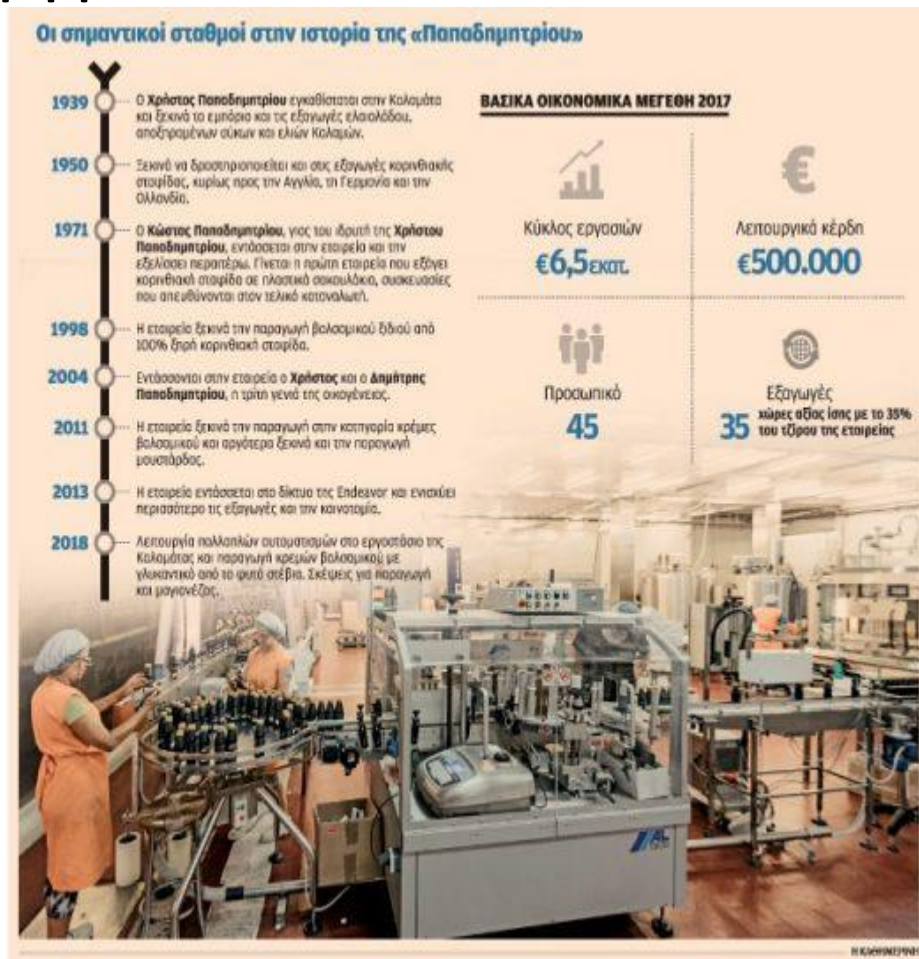


## ‘Αλλαξε κάνοντας το «εμπόρευμα» πρώτη ύλη η «Παπαδημητρίου»



‘Η αλλάζουμε ή βουλιάζουμε. Μπορεί να χρησιμοποιήθηκε το 2010 από τον τότε πρωθυπουργό Γιώργο Παπανδρέου, όταν η Ελλάδα έμπαινε στο μνημόνιο, αλλά δεν σημαίνει ότι δεν βρίσκει εφαρμογή και σε άλλες περιπτώσεις. Οπως, για παράδειγμα, στην εταιρεία «Παπαδημητρίου Χ. Κ. ΑΒΕΤ» στην Καλαμάτα, η οποία στα τέλη της δεκαετίας του 1990 βρέθηκε μπροστά σε ένα κρίσιμο δίλημμα: ή να συνεχίσει την παραδοσιακή της δραστηριότητα, το εξαγωγικό εμπόριο κορινθιακής σταφίδας με φθίνουσα και αμφίβολη πορεία λόγω της ανταγωνιστικής τουρκικής σουλτανίνας, ή να αξιοποιήσει τα χαρακτηριστικά της κορινθιακής σταφίδας –φυσικά σάκχαρα και μαύρο φυσικό χρώμα– για να φτιάξει...ξίδι και μάλιστα βαλσαμικό.

Ευτυχώς για την εταιρεία, τους εργαζομένους της, τους παραγωγούς σταφίδας, αλλά και τους καταναλωτές ο κ. Κώστας Παπαδημητρίου, πρόεδρος σήμερα του διοικητικού συμβουλίου της εταιρείας «Παπαδημητρίου» και εκπρόσωπος της δεύτερης γενιάς της οικογένειας, επέλεξε το δεύτερο, την αλλαγή πορείας, και το 1998 αποφάσισε να ξεκινήσει την παραγωγή βαλσαμικού ξιδιού. Το 2011 η εταιρεία εισήλθε σε μία ακόμη νέα κατηγορία για τις ελληνικές διατροφικές συνήθειες, τις κρέμες βαλσαμικού, κλάδος από τον οποίο πλέον έρχονται οι περισσότερες πωλήσεις για την εταιρεία σε Ελλάδα και ξένες αγορές, ενώ αργότερα εισήλθε και στην κατηγορία της μουστάρδας.

## **Η πρώτη καινοτομία**

Η καινοτομία που εφαρμόστηκε στα τέλη της δεκαετίας του 1990 δεν ήταν, πάντως, κάτι ξένο για την οικογένεια Παπαδημητρίου. Στις αρχές της δεκαετίας του 1970 ήταν η εταιρεία που εφήρμοσε πρώτη και καθιέρωσε την πώληση της κορινθιακής σταφίδας σε σακουλάκι, συσκευασμένης δηλαδή, για τους τελικούς καταναλωτές κατά βάση στην Αγγλία, εκεί όπου κατευθυνόταν το 70% με 75% της σοδειάς, αλλά και στην Ολλανδία και τη Γερμανία.

Η σχέση της εταιρείας με την πρωτογενή παραγωγή ξεκινά το 1939, όταν ο Χρήστος Παπαδημητρίου εγκαθίσταται στην Καλαμάτα και αρχίζει το εμπόριο και τις εξαγωγές αποξηραμένων σύκων, ελιών Καλαμών και ελαιολάδου. Τη δεκαετία του 1950 και έχοντας αποκτήσει εμπειρία, κατόρθωσε να διεισδύσει σε μια πολύ δύσκολη και απαιτητική αγορά, αυτή της Μεγάλης Βρετανίας με ένα ακόμα

τοπικό προϊόν: την κορινθιακή σταφίδα. Σταδιακά, επικεντρώνεται στη σταφίδα και αποκτά εξειδίκευση στο προϊόν αυτό, επεκτεινόμενος και σε νέες αγορές όπως η Ολλανδία και η Γερμανία. Πώς εξηγείται η διείσδυση στη βρετανική αγορά με την κορινθιακή σταφίδα; Σκεφτείτε μόνο τα συστατικά που περιέχει η αγγλική πουτίγκα και αρκετές ακόμη παραδοσιακές αγγλικές συνταγές.

Ο γιος του ιδρυτή της εταιρείας, ο οινολόγος Κώστας Παπαδημητρίου, επιστρέφει από τις σπουδές του, εντάσσεται στην εταιρεία και την εξελίσσει περαιτέρω, εδραιώνοντας τη θέση της στο εξωτερικό. Σύντομα η εταιρεία γίνεται ο δεύτερος μεγαλύτερος εξαγωγέας κορινθιακής σταφίδας παγκοσμίως. Από τα μέσα της δεκαετίας του 1980 και κυρίως στις αρχές της δεκαετίας του 1990 οι τουρκικές εξαγωγές σταφίδας αρχίζουν να ξεπερνούν τις ελληνικές. Αν και πρόκειται για διαφορετική ποικιλία και δη σουλτανίνα, οι μεγαλύτερες εκτάσεις καλλιέργειας που διαθέτει η γείτονα καθιστά το προϊόν της πολύ πιο ανταγωνιστικό στις διεθνείς αγορές, πουλά με άλλα λόγια σε χαμηλότερες τιμές. Την ίδια εποχή, εκεί γύρω στα μέσα της δεκαετίας του 1990, το βαλσαμικό ξίδι αρχίζει να γίνεται παγκόσμια μόδα στη γαστρονομία. Τα δύο παραπάνω στοιχεία αποτέλεσαν το βασικό κίνητρο για τη δημιουργία του γνωστού πλέον «Βαλσαμικό Ξίδι Kalamata Papadimitiou».

«Η μετάβαση αυτή κάθε άλλο παρά εύκολη ήταν. Όχι μόνο διότι έπρεπε να γίνουν επενδύσεις για την αλλαγή της παραγωγής, αλλά και διότι έπρεπε να αλλάξουμε συνεργασίες που είχαμε με κορυφαίους “παίκτες” του οργανωμένου λιανεμπορίου, όπως για

παράδειγμα με την Tesco στην Αγγλία από τη δεκαετία του 1980», επισημαίνει στην «Κ» ο κ. Χρήστος Παπαδημητρίου, διευθύνων σήμερα σύμβουλος της εταιρείας, εγγονός του ιδρυτή και εκπρόσωπος της τρίτης γενιάς της οικογένειας.

Το βαλσαμικό ξίδι γίνεται το Νο 1 σε πωλήσεις στην Ελλάδα, ηγετική θέση που διατηρεί μέχρι σήμερα, ενώ εδώ και δύο χρόνια η εταιρεία έχει σταματήσει τις εξαγωγές κορινθιακής σταφίδας προς την Αγγλία, δραστηριότητα που πλέον αποτελεί μόνο το 5% του τζίρου της από 70% πριν από μερικά χρόνια. Για τις ανάγκες, πάντως, της παραγωγής των προϊόντων της προμηθεύεται ετησίως από ομάδα παραγωγών 600 τόνους κορινθιακής σταφίδας.

### **Γκουρμέ κρέμες, μουστάρδα και στο βάθος... μαγιονέζα**

Το βαλσαμικό ξίδι ήταν μόνον η αρχή. Το 2011 και εν μέσω κρίσης, η «Παπαδημητρίου» τοποθετεί στην αγορά κρέμες βαλσαμικού, οι οποίες πλέον αποτελούν το κομμάτι της εταιρείας από το οποίο προέρχονται οι περισσότερες πωλήσεις, αλλά και τα προϊόντα με τη μεγαλύτερη εξαγωγική δραστηριότητα. Ακολούθησε η παραγωγή προϊόντων μουστάρδας, η οποία μάλιστα βρίσκεται πλέον στη δεύτερη θέση σε μερίδια, μετά τον ηγέτη της εν λόγω κατηγορίας (το σήμα Hellmann's της Unilever). Τι λείπει αυτή τη στιγμή από το χαρτοφυλάκιο με τις σάλτσες; Η μαγιονέζα, η παραγωγή της οποίας βρίσκεται στις σκέψεις των διοικούντων την εταιρεία «Παπαδημητρίου», αν και ακόμη οι σκέψεις αυτές είναι σε σχετικά πρώιμο στάδιο.

Η εταιρεία εξάγει τα προϊόντα της σε 35 χώρες σε όλες τις ηπείρους, φτάνοντας ακόμη και στη μακρινή Νέα Ζηλανδία με τις εξαγωγές να αποτελούν το 35% του συνολικού τζίρου της.

Βασικές, ωστόσο, ξένες αγορές, εκεί όπου δίνει τη μεγαλύτερη έμφαση η εταιρεία είναι οι αγορές της Τσεχίας, της Φινλανδίας, της Σλοβακίας, της Ρουμανίας και της Κύπρου. Σημαντική αγορά ειδικά για τις κρέμες βαλσαμικού είναι επίσης τα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα. Το τελευταίο διάστημα έχουν ξεκινήσει και κάποια δειλά βήματα στις εξαγωγές μουστάρδας.

Ακολουθώντας τις σύγχρονες καταναλωτικές τάσεις για πιο υγιεινό τρόπο διατροφής, η εταιρεία έχει τοποθετήσει στην αγορά εδώ και περίπου ένα μήνα δύο κρέμες βαλσαμικού με γλυκαντικό από το φυτό στέβια (κλασική και με ρόδι), ενώ διαθέτει στην αγορά και μουστάρδα με 50% λιγότερο αλάτι.

Η εταιρεία έχει δραστηριότητα και στην κατηγορία του HORECA (ξενοδοχεία, εστίαση, catering) έχοντας δημιουργήσει ατομικές συσκευασίες, μέγεθος ατομικής μερίδας, αποτελώντας βασικό προμηθευτή αεροπορικών εταιρειών, αλυσίδων εστιατορίων και ξενοδοχείων.

### **«Αν έχεις καλό σχέδιο, βρίσκεις τα κεφάλαια»**

Ολα αυτά, βεβαίως, απαιτούν επενδύσεις, και μάλιστα συνεχείς. Τα τελευταία δύομισι χρόνια η εταιρεία έχει υλοποιήσει επενδύσεις συνολικού ύψους 1,5 εκατ. ευρώ, ενώ και τα προηγούμενα χρόνια επένδυε κάθε έτος 300.000-400.000 ευρώ. Σύμφωνα με τον κ.

Χρήστο Παπαδημητρίου, το 2018 ήδη η πορεία της εταιρείας είναι σημαντικά βελτιωμένη, καθώς ολοκληρώθηκε η εγκατάσταση πολλαπλών αυτοματισμών, οι οποίοι τέθηκαν σε λειτουργία στις γραμμές παραγωγής από την 1η Ιανουαρίου 2018.

Η εταιρεία χρησιμοποιεί τη λύση του leasing (π.χ. στον μηχανολογικό εξοπλισμό), ίδια κεφάλαια, αλλά και τραπεζικό δανεισμό. Πώς επετεύχθη το τελευταίο σε μία εποχή όπου οι τράπεζες, λόγω των γνωστών ζητημάτων της ελληνικής οικονομίας, δεν είναι ιδιαίτερες «γενναιόδωρες»; «Εάν έχεις να παρουσιάσεις ένα καλό σχέδιο, με βάσεις, σωστό σχεδιασμό και στόχους, βρίσκεις κεφάλαια», είναι η απάντηση που μας δίνει ο κ. Χρ. Παπαδημητρίου.

Καθοριστικό ρόλο στην ανάπτυξη της εταιρείας και ειδικά σε ό,τι αφορά την καινοτομία και την εξωστρέφεια διαδραμάτισε και η ένταξή της στο δίκτυο της Endeavor από το 2013. Ο κ. Χρ. Παπαδημητρίου με σπουδές, όχι στην οινολογία, αλλά στην οργάνωση και διοίκηση επιχειρήσεων στο Πανεπιστήμιο Πειραιά μάς μεταφέρει την εμπειρία του: «Η ένταξη στο δίκτυο της Endeavor ήταν καθοριστική για τη στροφή της εταιρείας. Τα στελέχη καταξιωμένων επιχειρήσεων αφιέρωναν σημαντικό χρόνο για να ασχοληθούν μαζί μας, να μας παρουσιάσουν ενδιαφέρουσες προοπτικές που είτε δεν τις είχαμε εντοπίσει ή δεν τολμούσαμε να τις υλοποιήσουμε. Ακόμη και οι επικεφαλής εταιρειών, όπως η κ. Παπαδοπούλου (της γνωστής βιομηχανίας μπισκότων) και ο κ. Σπ. Θεοδωρόπουλος (της Chipita), ασχολήθηκαν με την

“Παπαδημητρίου” σε θέματα για παράδειγμα ανάπτυξης των εξαγωγών».

Εντελώς διαφορετικά συναισθήματα προκαλεί, από την άλλη, η ερώτηση σχετικά με το εάν η εταιρεία ενδιαφέρθηκε να αξιοποιήσει τα εργαλεία χρηματοδότησης που παρέχει ο αναπτυξιακός νόμος. «Η εμπειρία μας από τον αναπτυξιακό νόμο, λόγω κυρίως των πολλών καθυστερήσεων, ήταν αποθαρρυντική», υποστηρίζει ο κ. Παπαδημητρίου.