



## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Ο σκοπός της παρούσης πτυχιακής εργασίας είναι η λεπτομερής παρουσίαση της «E.I Παπαδόπουλος Βιομηχανία Μπισκότων και Ειδών Διατροφής Α.Ε» και η ανάλυση όλων των στοιχείων που τη ξεχωρίζουν και την έχουν καθιερώσει μια από τις πιο πετυχημένες αμιγώς ελληνικές εταιρίες.

Η εργασία στηρίζεται σε θεωρητικό μοντέλο προσέγγισης με ποιοτικές πρωτογενείς και δευτερογενείς πηγές. Οι πρωτογενείς πηγές προέρχονται από το εσωτερικό περιβάλλον της εταιρείας οι οποίες αποκτήθηκαν κατόπιν συνεντεύξεως με υψηλό διοικητικό στέλεχος της εταιρείας και συγκεκριμένα με τη διευθύντρια του Ανθρώπινου Δυναμικού και αφορούν πληροφορίες για τον ανθρώπινο παράγοντα της εταιρείας. Τα οικονομικά στοιχεία της εταιρείας που παρουσιάζονται στην εργασία είναι δημοσιευμένα στην διαδικτυακή σελίδα της E.I Παπαδόπουλος Α.Ε και αφορούν την οικονομική χρήση του 2012.

Οι δευτερογενείς πηγές που χρησιμοποιήθηκαν είναι αποτέλεσμα μελέτης εθνικής και διεθνούς βιβλιογραφίας, η οποία περιλαμβάνει μεταξύ άλλων επιστημονικά άρθρα, δημοσιεύματα και πληροφορίες από εφημερίδες και περιοδικά ερευνητικών εταιριών τα οποία περιέχουν οικονομικά στοιχεία και αναλύσεις των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον κλάδο Αρτοποιίας και Ζαχαροπλαστικής καθώς και οικονομικά στοιχεία της ίδιας της εταιρείας.

Τέλος, τα βασικότερα αποτελέσματα που αποκομίζει ο αναγνώστης της παρούσης πτυχιακής εργασίας είναι πως η E.I Παπαδόπουλος Α.Ε είναι μια πετυχημένη ελληνική επιχείρηση, με ηγετική θέση στους κλάδους που δραστηριοποιείται, με καινοτόμα προϊόντα, σημαντικές επενδύσεις καθώς επίσης και σημαντικά βήματα σε διεθνείς αγορές. Προκύπτει επομένως το γεγονός πως η E.I Παπαδόπουλος Α.Ε αποτελεί πυλώνα της ελληνικής οικονομίας αφού παραμένει ανεπηρέαστη από την οικονομική κρίση αλλά και στήριγμα του ελληνικού λαού δεδομένου ότι δεν έχει πραγματοποιήσει περικοπές στο ανθρώπινο δυναμικό και πραγματοποιεί συνεχώς δράσεις εταιρικής κοινωνικής ευθύνης που εστιάζουν στο κοινωνικό σύνολο.

## **SUMMARY**

The aim of this study is the thorough presentation of E.J Papadopoulos S.A Biscuits and Food ware Industry and the analysis of the achievement that has establish it as one of the most successful Greek company.

The study is a theoretical approach relies on primary and secondary sources. The primary sources derive from the internal environment of the industry and have obtained after an interview with the Human Resource executive manager of the firm. This information is about the work environment of the company and the financial status which are published on E.J Papadopoulos S.A website. The financial status is from the 2012 financial year.

The secondary sources that have been used are the result of both local and international bibliographic review which contains scientific journals and articles about the analysis of Bakery Food Industry the past years. In addition to this, there is information about the Papadopoulos Company too.

With regard to the effect of the practices studied the result showed that Papadopoulos Company is a distinguish Greek Company and a leader of the market which launches innovative products and makes important investments. Furthermore, the company has a significant presence in the wider food sector. Therefore, E.J Papadopoulos S.A is a company ineffective by the economic crisis and is actively involved in the country's development via acting responsibly and as well as being sensitive to the society.

# ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Περίληψη .....	1
Abstract .....	2
<b>Ευχαριστίες.....</b>	<b>5</b>
<b>Εισαγωγή .....</b>	<b>6</b>
<b>Κεφάλαιο 1: Ιστορική Αναδρομή .....</b>	<b>8</b>
<b>Κεφάλαιο 2: Οργανωτική Δομή.....</b>	<b>12</b>
2.1 Λειτουργική Οργάνωση.....	12
<b>Κεφάλαιο 3: Ανθρώπινο Δυναμικό.....</b>	<b>17</b>
3.1 Διαδικασίες Προσλήψεων.....	19
3.2 Προγράμματα Εκπαίδευσης.....	19
3.3 Πρόσθετες Παροχές .....	20
3.4 Πολιτική Μισθών.....	20
3.5 Πολιτική Προαγωγών .....	20
3.6 Πολιτική Αποζημιώσεων .....	21
3.7 Υγεία και Ασφάλεια των εργαζομένων .....	21
3.8 Ευκαιρίες Καριέρας .....	23
<b>Κεφάλαιο 4: Χαρτοφυλάκιο Προϊόντων .....</b>	<b>24</b>
4.1 Μπισκότα .....	24
4.2 Φρυγανιές.....	29
4.3 Ψωμί.....	30
4.4 Μπάρες.....	31
<b>Κεφάλαιο 5: Ασφάλεια και Υγιεινή Εργοστασίου .....</b>	<b>33</b>
5.1: Ποιοτικός έλεγχος.....	34
5.2: Πρότυπα.....	35
<b>Κεφάλαιο 6: Μείγμα Marketing .....</b>	<b>40</b>
6.1 Προϊόν .....	40
6.2 Τιμολογιακή Πολιτική .....	41
6.3 Προώθηση .....	43
6.4 Κανάλια Διανομής .....	46
<b>Κεφάλαιο 7: Στρατηγική Ανάλυση της Επιχείρησης .....</b>	<b>48</b>
7.1 Εξωτερικό Μακροπεριβάλλον .....	48
7.2 Εξωτερικό Μικροπεριβάλλον .....	51

7.3 Ανάλυση SWOT .....	55
7.4 Ανάλυση του Κλάδου Αρτοποιίας και Ζαχαροπλαστικής .....	57
7.5 Ανταγωνισμός .....	60
7.6 Επενδύσεις .....	64
7.7 Ανταγωνιστικό Πλεονέκτημα Επιχείρησης .....	64
7.8 Διατήρηση Ελληνικότητας της Εταιρίας .....	65
<b>Κεφάλαιο 8: Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη.....</b>	<b>67</b>
<b>Κεφάλαιο 9: Βραβεία – Διακρίσεις.....</b>	<b>74</b>
<b>Κεφάλαιο 10: Διεθνείς Δραστηριότητες .....</b>	<b>79</b>
<b>Κεφάλαιο 11: Οικονομική Ανάλυση .....</b>	<b>81</b>
11.1 Διαχείριση Χρηματοοικονομικών Κινδύνων.....	84
11.2 Έκθεση Ορκωτού Λογιστή .....	85
11.3 Σύνοψη Σημαντικών Λογιστικών Αρχών .....	86
11.4 Ισολογισμός .....	89
11.5 Στοιχεία και Εκτιμήσεις για τη χρήση του 2013.....	91
11.6 Υπολογισμός της χρηματοοικονομικής ευρωστίας της εταιρείας .....	92
<b>Συμπεράσματα.....</b>	<b>94</b>
<b>Βιβλιογραφία .....</b>	<b>95</b>
<b>Παράρτημα .....</b>	<b>98</b>

## **ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ**

Θα θέλαμε να εκφράσουμε τις ευχαριστίες μας στην καθηγήτρια μας κα. Νίκη Κάβουρα για την πολύτιμη καθοδήγηση και τις σωστές συμβουλές οι οποίες οδήγησαν στην πετυχημένη εκπόνηση της παρούσης πτυχιακής εργασίας.

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία πραγματεύεται την οργάνωση και διοίκηση καθώς και ολόκληρη τη λειτουργία μιας επιχείρησης όπως επίσης και τη μελέτη κάθε τμήματός της ξεχωριστά. Η εταιρεία η οποία επιλέχθηκε να είναι αντικείμενο της μελέτης αυτής είναι η «Ε.Ι Παπαδόπουλος Α.Ε.». Η συγκεκριμένη επιχείρηση ηγείται στο χώρο της μπισκοτοποιίας ενώ κατέχει σημαντική θέση στην παραγωγή και εμπορία αρτοσκευασμάτων και εδρεύει στην Αθήνα. Σκοπός της εργασίας είναι η καλύτερη δυνατή παρουσίαση της πολύπλευρης εικόνας της εταιρείας προς το καταναλωτικό και μη κοινό της.

Από άποψη δομής η εργασία αποτελείται από οκτώ κύρια μέρη. Στο πρώτο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στη δημιουργία της επιχείρησης και στην πολύχρονη πορεία της. Παρουσιάζεται χρόνο με το χρόνο η εικόνα της εταιρείας, η εξέλιξή της, η διαχρονικότητά της αλλά και η προσαρμογή της, στις απαιτήσεις κάθε εποχής.

Στο δεύτερο κεφάλαιο παρουσιάζεται η οργανωτική δομή της « Ε.Ι Παπαδόπουλος Α.Ε». Σ' αυτό το μέρος γίνεται αναφορά και ανάλυση του κάθε τμήματος της επιχείρησης. Ο στόχος αυτού του κεφαλαίου είναι η ανάλυση της υφιστάμενης κατάστασης των τμημάτων της εταιρείας ώστε να γίνει ευρέως γνωστός ο τρόπος λειτουργίας του καθενός και ως συνέπεια ολόκληρης της επιχείρησης.

Παρακάτω η πτυχιακή αναφέρεται πολύ εκτεταμένα και με ιδιαίτερη προσοχή στο ανθρώπινο δυναμικό της εταιρείας, δηλαδή τον αριθμό των εργαζομένων, το περιβάλλον εργασίας και την ασφάλεια που τους παρέχεται, την πολιτική των μισθών που ακολουθεί η εταιρεία, αλλά και τις ευκαιρίες και προοπτικές εξελίξεις που δίνουν στο προσωπικό στο μέλλον.

Ως συνέχεια αναφέρονται τα προϊόντα που παράγει και εμπορεύεται η εταιρεία. Γίνεται μια μικρή ανάλυση για όλα και επισημαίνονται τα πιο δημοφιλή αλλά και οι λόγοι που προτιμώνται και έχουν αγαπηθεί από το καταναλωτικό κοινό.

Κάθε επιχείρηση έχει το δικό της μίγμα marketing. Έτσι λοιπόν δεν θα μπορούσε να μην γίνει αναφορά στο marketing mix της Παπαδοπούλου. Στο πέμπτο κεφάλαιο η

εργασία αναφέρεται στο προϊόν, στην τιμολογιακή πολιτική των προϊόντων, στην πολιτική προώθησης που χρησιμοποιεί η εταιρεία και στα κανάλια διανομής της.

Ακολουθεί η μελέτη της στρατηγικής της επιχείρησης και ο τρόπος που έχει καταφέρει να κρατηθεί νούμερο ένα στον κλάδο της. Δεν παραλείπονται οι ανταγωνιστές της και όλοι οι παράγοντες που επηρεάζουν τη πορεία της επιχείρησης. Αναλύονται οι δυνάμεις, οι αδυναμίες, οι απειλές από εξωτερικούς και εσωτερικούς παράγοντες αλλά και οι ευκαιρίες που της δίνονται ώστε να εξελιχθεί ακόμη περισσότερο.

Το προτελευταίο μέρος της εργασίας ασχολείται με την εταιρική κοινωνική ευθύνη. Δηλαδή τον τρόπο που η εταιρεία «στέκεται» δίπλα στον καταναλωτή, αναφέρεται στις ενέργειες της που αποσκοπούν στη συμβολή αντιμετώπισης περιβαλλοντικών και κοινωνικών ζητημάτων.

Το τελευταίο μέρος της εργασίας περιέχει τα οικονομικά στοιχεία της επιχείρησης. Αναφέρονται οι σημαντικότερες λογιστικές καταστάσεις συμπεριλαμβανομένων των χρηματοοικονομικών δεικτών της εταιρείας, η διαχείριση των χρηματοοικονομικών κινδύνων, ο ισολογισμός για την οικονομική χρήση του 2012 καθώς και οι εκτιμήσεις για την επόμενη οικονομική χρήση.



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ

1920

Το πρώτο μπισκότο Παπαδοπούλου μοσχοβόλησε στο φούρνο του σπιτιού της οικογένειας Παπαδοπούλου στην Κωνσταντινούπολη και σφραγίστηκε με μία απλή ξύλινη σφραγίδα. Το 1922, με τη Μικρασιατική Καταστροφή, ο Ευάγγελος Παπαδόπουλος με τη μητέρα του και τους αδελφούς του επιβιβάζονται σε πλοίο με προορισμό το λιμάνι του Πειραιά. Το πλοίο έδεσε στο λιμάνι και η οικογένεια επέλεξε να κάτσει σε ένα καφενείο να ξεκουραστεί, όπου τους περίμενε μια έκπληξη: πληροφορήθηκαν ότι στην Ελλάδα τα μπισκότα δεν ήταν γνωστά. Και έτσι γεννήθηκε η μεγάλη ιδέα να διαδώσουν στην Ελλάδα την μεγάλη τους αγάπη, την τέχνη του μπισκότου.

1930

Η οικογένεια εγκαθίσταται σε στέγη που προσέφερε το Κράτος, σε προσφυγική πολυκατοικία κοντά στο Λυκαβηττό. Μητέρα και παιδιά αγοράζουν ένα μικρό φούρνο και ξεκινούν πάλι τη γνωστή τους τέχνη: η μητέρα ζυμώνει και ψήνει Πτι Μπερ, τα παιδιά τα πουλούν χύμα. Το 1930 και το 1935 κυκλοφορούν για πρώτη φορά οι 3 από τις σημαντικότερες μάρκες της εταιρείας: τα Μιράντα, τα Γεμιστά και τα Cream Crackers που θα αγαπηθούν από όλες τις ελληνικές οικογένειες και θα συντροφεύουν κάθε ηλικία σε κάθε στιγμή. Το 1938, έτος σταθμός, η βιοτεχνία εγκαθίσταται στο πρώτο της μικρό εργοστάσιο στην Αθήνα, στην οδό Θεσσαλονίκης, στη γέφυρα Πουλόπουλου και αγοράζονται μηχανήματα ελληνικής κατασκευής για τις ανάγκες της παραγωγής.

1940

Η Ελλάδα μπαίνει στη δίνη του πολέμου. Τα Πτι Μπερ, τα Γεμιστά, τα Μιράντα που συσκευάζονται στα μεγάλα τετράγωνα κουτιά από λευκοσίδηρο, γίνονται τα αγαπημένα όλων των Ελλήνων. Τα Cream Crackers από προζύμι και τα 1.296 φύλλα ζύμης καταναλώνονται από τον ελληνικό στρατό ως ξηρά τροφή, χάρη στη

δυνατότητα μαζικής παραγωγής που προσφέρει ο καινούριος εξοπλισμός του εργοστασίου της τότε μικρής βιομηχανίας.

1950

Το έτος 1952 ανοίγει το πρώτο μεγάλο και σύγχρονο εργοστάσιο της εταιρείας στην Πέτρου Ράλλη. Ιδιαίτερη για τη σπουδαιότητα της η συγκεκριμένη τεχνολογία καθώς και τα όνειρα, οι προσπάθειες, οι κόποι τόσων χρόνων βρίσκουν την πρώτη τους σύγχρονη στέγη.

1960

Με οδηγό τη σκληρή δουλειά, το μεράκι και την αγάπη για το μπισκότο, η εταιρεία Παπαδοπούλου αποκτά ηγετική θέση στον κλάδο της μπισκοτοποιίας στην Ελλάδα, έχοντας κερδίσει επάξια την αγάπη και την προτίμηση των Ελλήνων. Ο ιδρυτής της εταιρείας, Ευάγγελος Παπαδόπουλος αναφέρει χαρακτηριστικά : «Εμείς οι παλαιοί κάναμε προσεκτικά επιχειρηματικά βήματα και όχι ριψοκίνδυνα άλματα και εφαρμόζαμε μια στρατηγική μακρόπνοη. Έτσι, με σκληρή δουλειά και αισιοδοξία, με εντιμότητα και τόλμη, με σεβασμό στον καταναλωτή μας, είδαμε τους κόπους μας να πιάνουν τόπο».

1970

Το 1972 πραγματοποιείται ο σχεδιασμός του γνωστού μέχρι σήμερα σήματος της εταιρείας: ένα κόκκινο «Π» που συμπληρώνεται από τις φιγούρες των τεσσάρων παιδιών του Ευάγγελου Παπαδόπουλου. Το 1974 ανοίγει το δεύτερο εργοστάσιο της εταιρείας, στη Θεσσαλονίκη. Το 1978 λανσάρεται ένα νέο προϊόν στην ελληνική αγορά, το Carrice το οποίο θα αποτελέσει και τη ναυαρχίδα των εξαγωγών της εταιρείας. Τα λατρεμένα Carrice από γκοφρέτα Viennoise και κρέμα φουντουκιού και κακάο που πολλοί αντέγραψαν αλλά κανένας δεν τα «πλησίασε». Η πιο γλυκιά λατρεία που δεν έχει ηλικία.

1980

Η συνεχώς αυξανόμενη ζήτηση των καταναλωτών για προϊόντα με επωνυμία «Παπαδοπούλου» οδηγεί στην δημιουργία του τρίτου εργοστασίου, στο Βόλο. Το 1989 ακολουθεί η δυναμική είσοδος της εταιρείας στην κατηγορία των αρτοσκευασμάτων με τα παξιμαδάκια Krispies. Έτσι, ανοίγεται ο δρόμος προς την ανάπτυξη μίας καινούριας προϊόντικης κατηγορίας για την εταιρεία.

1990

Πρόκειται για μία έντονα «σοκολατένια» περίοδο για την εταιρεία. Τα αγαπημένα σε όλους Πτι Μπερ, Μιράντα και Γεμιστά κυκλοφορούν πλέον και με επικάλυψη απολαυστικής σοκολάτας και αποτελούν έναν προκλητικά απολαυστικό συνδυασμό για τους λάτρεις της αυθεντικής και μοναδικά γευστικής σοκολάτας. Το 1990 αρχίζει να λειτουργεί το καινούριο εργοστάσιο στα Οινόφυτα, όπου στεγάζεται η παραγωγή των πρώτων φρυγανιών Παπαδοπούλου, κάτω από την επωνυμία Goldies.

2000

Τα επόμενα βήματα είναι ολοένα και πιο μεγάλα. Η περίοδος αυτή χαρακτηρίζεται από τη διεύρυνση της κατηγορίας των αρτοσκευασμάτων με το λανσάρισμα νέων προϊόντων όπως Φρυγανιές Χωριάτικες και Στρογγυλές Φρυγανιές, ενώ ακολουθεί το δυναμικό επαναλανσάρισμα των φρυγανιών Goldies κάτω από τη νέα επωνυμία φρυγανιές Παπαδοπούλου.

Σήμερα

Σήμερα, η εταιρεία έχει ηγετική θέση στην αγορά του μπισκότου και στην αγορά των αρτοσκευασμάτων στην ελληνική αγορά, ενώ το 2011 εισήλθε στην κατηγορία Μπάρες Δημητριακών με ένα επαναστατικό προϊόν, το Digestive Bar. Το 2013 η εταιρεία επεκτάθηκε και στην αγορά του συσκευασμένου ψωμιού με το Χωριανό (χωριάτικο ψωμί σε φέτες) και το Γεύση στο Τετράγωνο (ψωμί για τοστ). Ένας ολόκληρος στόλος φορτηγών μεταφέρει τα προϊόντα Παπαδοπούλου σε περισσότερες από 40 χώρες και στις 5 ηπείρους. Ένα πλήθος βραβείων σε ελληνικές και διεθνείς

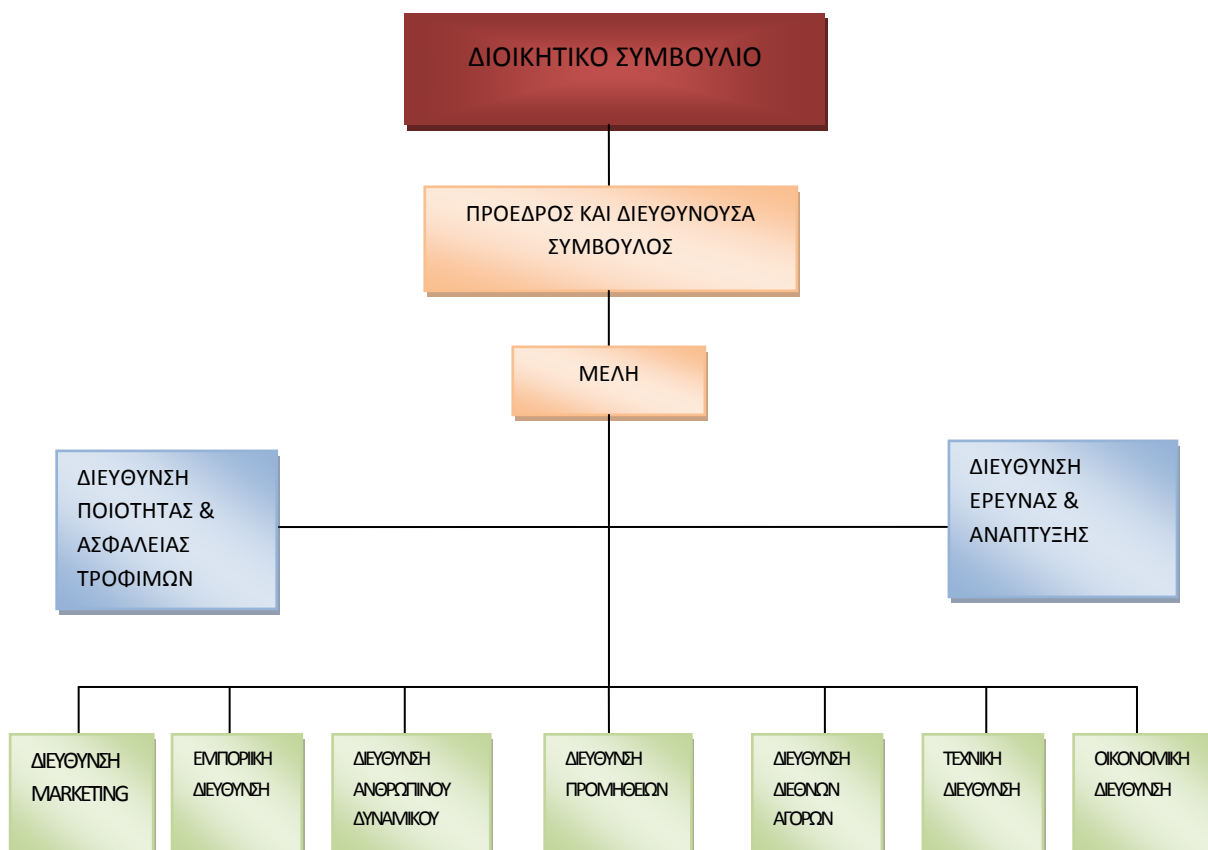
εκθέσεις κοσμεί τα γραφεία της εταιρείας και αποδεικνύει εμπράκτως ότι το ταξίδι της γευστικής αναζήτησης αποτελεί ένα στοίχημα που μας φέρνει συνεχώς πιο κοντά στις προτιμήσεις των καταναλωτών του σήμερα και στα προϊόντα του αύριο.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗ ΔΟΜΗ

Η εταιρεία Ε.Ι Παπαδοπούλου χαρακτηρίζεται από λειτουργική οργανωτική δομή η οποία λειτουργεί με πρώτο πλάνο τον ανθρώπινο παράγοντα. Στο παρόν κεφάλαιο παρουσιάζεται η λειτουργική οργάνωση της εταιρείας η οποία περιλαμβάνει το οργανόγραμμα και την παρουσίαση του Διοικητικού Συμβουλίου της εταιρείας.

### 2.1 ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΗ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

#### Οργανόγραμμα



Η εταιρεία καταρτίζεται από 9 λειτουργικά τμήματα τα οποία αποτελούνται από άτομα και στελέχη με γνώσεις και δεξιότητες που είναι σε θέση να ανταποκρίνονται στις συνθήκες της αγοράς και να προσαρμόζονται στις ενδεχόμενες αλλαγές του εξωτερικού περιβάλλοντος.

Τα τμήματα που αποτελούν την εταιρεία είναι :

#### -Διεύθυνση Ποιότητας και Ασφάλειας τροφίμων

Ο ρόλος της Διεύθυνσης Ποιότητας και Ασφάλειας τροφίμων είναι από τους πιο σημαντικούς και καθοριστικούς στη διαδικασία της παραγωγής των προϊόντων της εταιρείας Παπαδοπούλου αφού μέσα από τις διαδικασίες που πραγματοποιεί, ο τελικός καταναλωτής απολαμβάνει τα άριστης ποιότητας προϊόντα της.

Από τις πρώτες ύλες έως το τελικό προϊόν πραγματοποιούνται καθημερινά χιλιάδες αυστηροί έλεγχοι σε όλα τα στάδια της παραγωγής και συσκευασίας των προϊόντων ώστε να διασφαλίζεται η άριστη ποιότητα και ασφάλεια της υγιεινής των προϊόντων Παπαδοπούλου.

Διευθυντής: Σεραφείμ Βαρβάτος.

#### - Διεύθυνση Έρευνας και Ανάπτυξης

Η Διεύθυνση της Έρευνας και Ανάπτυξης αποτελεί το τμήμα της εταιρείας στο οποίο οφείλεται η επιτυχία των νέων και καινοτόμων προϊόντων που κατά καιρούς λανσάρει η εταιρεία με τελευταία του επιτυχία το ψωμί του τοστ «Χωριανό» και «Γεύση στο <sup>2</sup>». Είναι το τμήμα που μετατρέπει την ιδέα σε προϊόν.

Μια σειρά από ενέργειες που πραγματοποιεί το τμήμα Έρευνας και Ανάπτυξης συμβάλουν στο να δημιουργηθεί ένα νέο και καινοτόμο προϊόν το οποίο θα έχει αποδοχή από τους καταναλωτές (μπάρες πολυδημητριακών Digestive). Οι ενέργειες αυτές που διενεργούν τα στελέχη του τμήματος μεταξύ των άλλων είναι :

- Έρευνα της αγοράς που σχεδιάζει η εταιρεία να εισέλθει και των χαρακτηριστικών της
- Έρευνα του τμήματος της αγοράς που θα απευθύνεται το νέο προϊόν
- Έρευνα και ανάλυση των προϊόντων των ανταγωνιστών
- Χαρακτηριστικά του πληθυσμού της αγοράς (δημογραφικά, καταναλωτικές συνήθειες κτλ.)
- Ανάπτυξη στρατηγικής marketing
- Ανάλυση πωλήσεων

➤ Στάδιο ανάπτυξης του προϊόντος

Διευθυντής: Λευτέρης Μακράς

-Διεύθυνση Marketing

Οι διαδικασίες της Διεύθυνσης Marketing ουσιαστικά είναι η εικόνα της εταιρείας προς το κοινό. Σκοπός της είναι να διατηρεί άμεση επαφή με τους καταναλωτές της E.I Παπαδοπούλου. Έτσι μέσα από τις μεθόδους και τα εργαλεία Marketing, τα οποία αναφέρονται αναλυτικά σε επόμενο κεφάλαιο (Μείγμα Marketing) τα στελέχη του τμήματος ασχολούνται με την προώθηση της δημόσιας εικόνας της και των προϊόντων της εταιρείας. Μέσα από εκθέσεις, διαφημίσεις και άλλα μέσα προώθησης όπως το internet και οι δημόσιες σχέσεις η εταιρεία κάνει πετυχημένες προσπάθειες ώστε να διατηρεί στη μνήμη των καταναλωτών το brand της εταιρείας.

Διευθύντρια: Τζελίνα Κουκουμέλη

-Εμπορική Διεύθυνση

Τα καθήκοντα και οι αρμοδιότητες της εμπορικής διεύθυνσης είναι να υλοποιεί το πλάνο της στρατηγικής ανάπτυξης της εταιρείας και να οργανώνει το τμήμα πωλήσεων ώστε να διατηρείται η άριστη σχέση με τους πελάτες και τους προμηθευτές της εταιρείας αλλά και τη δημιουργία νέου πελατολογίου όταν η εταιρεία εισέρχεται σε μια νέα αγορά.

Επιπλέον, είναι υπεύθυνη για την επίτευξη των στόχων πωλήσεων και για να ενημερώνει την οικονομική διεύθυνση για την πορεία των πωλήσεων.

Διευθυντής: Παναγιώτης Ξηραντόπουλος

-Διεύθυνση Ανθρώπινου Δυναμικού

Η Διεύθυνση Ανθρώπινου Δυναμικού αποτελεί μια από τις σημαντικότερες λειτουργίες της εταιρείας Παπαδοπούλου αφού είναι αυτή που συντονίζει όλες τις υπόλοιπες λειτουργίες και τον ανθρώπινο παράγοντα της εταιρείας. Είναι υπεύθυνη για την οργάνωση των υπαλλήλων, την εύρεση την επιλογή και την εκπαίδευση των κατάλληλων εργαζομένων, τη μισθοδοσία και οποιαδήποτε άλλη λειτουργία αφορά τον ανθρώπινο δυναμικό της εταιρείας. Οι λειτουργίες της διεύθυνσης Ανθρώπινου Δυναμικού αναφέρονται αναλυτικά στο επόμενο κεφάλαιο.

Διευθύντρια: Μαριλίζα Γρηγοροπούλου

-Διεύθυνση Προμηθειών

Ρόλος της Διεύθυνσης Προμηθειών είναι η παρακολούθηση και ο έλεγχος των υλικών που είναι απαραίτητα για την ομαλή λειτουργία της πορείας των προϊόντων από τα εργοστάσια στον τελικό καταναλωτή. Πιο συγκεκριμένα η διεύθυνση είναι υπεύθυνη για τον έλεγχο επάρκειας των υλών κατά τη διάρκεια της παραγωγικής διαδικασίας, τον έλεγχο και τη συντήρηση των αποθεμάτων, την έγκαιρη παράδοση των προϊόντων στους διανομείς και στα τελικά σημεία πώλησης καθώς και για τις πολιτικές πίστωσης που εφαρμόζει η εταιρεία στους πελάτες της.

Διευθυντής: Γεώργιος Κτεναβέας

-Διεύθυνση Διεθνών Αγορών

Η Διεύθυνση Διεθνών Αγορών ασχολείται με τις εξαγωγικές δραστηριότητες της εταιρείας οι οποίες τα τελευταία χρόνια έχουν αυξηθεί σε όγκο αλλά και στις χώρες που πραγματοποιούνται εξαγωγές. Η Διεύθυνση παρακολουθεί τα χαρακτηριστικά των αγορών που δραστηριοποιείται και ερευνά τις νέες καταναλωτικές τάσεις προσπαθώντας να τις ερμηνεύσει σε ιδέες προϊόντων, όπου σε αρκετές περιπτώσεις εμφανίζονται/λανσάρονται με διαφορετική προσέγγιση (συσκευασία, επικοινωνία, γεύσεις) σε σχέση με την ελληνική αγορά.

Διευθύντρια: Αλεξάνδρα Μαντζούτσου

-Τεχνική Διεύθυνση

Η Τεχνική Διεύθυνση ασχολείται με τη γενικότερη κατάσταση των εργοστασίων της εταιρείας. Τα καθήκοντα του τμήματος είναι να ελέγχει την κατάσταση των εργοστασίων ώστε να βρίσκονται σε άριστη κατάσταση και να μην μπαίνει σε κίνδυνο η ασφάλεια των εργαζομένων και σε συνεργασία με τη διεύθυνση Ποιότητας και Ασφάλειας Τροφίμων να ελέγχει ότι τηρούνται τα πρότυπα διαχείρισης ποιότητας ISO 9001:2008 και Ασφαλείας Τροφίμων ISO 22000:2005, συμπεριλαμβανομένης της μελέτης HACCP.

Διευθυντής: Μάρκος Ρεβελάκης

-Οικονομική Διεύθυνση



Η Οικονομική διεύθυνση της εταιρείας είναι υπεύθυνη για την παρακολούθηση των οικονομικών δραστηριοτήτων της εταιρείας ώστε να διατηρεί την υγιή οικονομική κατάσταση της, που διατηρεί τις τελευταίες δεκαετίες. Η διεύθυνση παίρνει αποφάσεις για την οικονομική πολιτική που ακολουθεί, για την έγκριση project νέων προϊόντων της διεύθυνσης Έρευνας και Ανάπτυξης ή για την έγκριση εισόδου της εταιρείας σε μια νέα αγορά και για νέες επενδύσεις, για τη χρηματοδότηση των χορηγιών, την πληρωμή πελατών και προμηθευτών και την αποπληρωμή των δανείων. Επιπλέον, παρακολουθεί τις χρηματοοικονομικές καταστάσεις της εταιρείας και είναι υπεύθυνη για τη σύνταξη του ετήσιου ισολογισμού της εταιρείας στο τέλος κάθε χρήσης.

Διευθυντής: Μιχάλης Λαμπρόπουλος

### **Διοικητικό Συμβούλιο**

Την εταιρεία πλαισιώνει το υψηλότερο επίπεδο ιεραρχίας η οποία αποτελείται από το Διοικητικό Συμβούλιο και την Πρόεδρο της εταιρείας. Το διοικητικό συμβούλιο αποτελείται από :

- την πρόεδρο και Διευθύνουσα Σύμβουλο Ιωάννα Παπαδοπούλου
- τον Οικονομικό Διευθυντή Μιχάλη Λαμπρόπουλο
- το Διευθυντή Λογιστηρίου Μιχάλη Δέτση

και τα μέλη :

- Κωνσταντίνος Χ. Αργυρόπουλος
- Ευάγγελος Χ. Αργυρόπουλος – Παπαδόπουλος
- Ανδρέας – Θωμάς Ι. Ακάβαλος
- Αλέξανδρος Σ. Μεταλληνός
- Αικατερίνη Καρατζά
- Αικατερίνη Γ. Σαριδάκη

### ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ

Η εταιρεία Ε.Ι Παπαδόπουλος Α.Ε απασχολεί πάνω από 1000 εργαζόμενους και ανήκει στις εταιρείες με το μεγαλύτερο ανθρώπινο δυναμικό στην Ελλάδα σύμφωνα με πρόσφατη έκθεση της ICAP. Οι εργαζόμενοι της εταιρείας είναι μορφωμένα στελέχη απόφοιτοι ΑΕΙ/ΤΕΙ, κάτοχοι Masters ελληνικών ή ξένων πανεπιστημίων αλλά και ανειδίκευτο προσωπικό.

Σημαντικό είναι να σημειωθεί ότι η διοίκηση της εταιρείας το περασμένο έτος δεν πραγματοποίησε περικοπές μισθών και απολύσεις προσωπικού, αντιθέτως έδωσε αυξήσεις και δημιούργησε 55 νέες θέσεις εργασίας για να ενισχύσει τη νέα της επένδυση στην είσοδο της αγοράς ψωμιού. Η εταιρεία Παπαδοπούλου ανήκει στις 10 ελληνικές κερδοφόρες επιχειρήσεις που αύξησαν τις θέσεις εργασίας όπως φαίνεται στο παρακάτω πίνακα.

ΕΤΑΙΡΙΑ	ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ	
	2012	2011
<b>BIC ΒΙΟΛΕΞ Α.Ε</b>	1.076	1.032
<b>ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ Ε.Ι Α.Ε</b>	973	946
<b>ΕΛΒΑΛ ΕΛ. ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ Α.Ε</b>	717	713
<b>MONDELEZ ΕΛΛΑΣ Α.Ε</b>	500	372
<b>ΚΑΡΕΛΙΑ ΚΑΠΝΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ Α.Ε</b>	460	448
<b>ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΚΑΛΩΔΙΑ Α.Ε</b>	406	401
<b>ΦΑΡΜΑΤΕΝ Α.Β.Ε.Ε</b>	402	374
<b>ΠΛΑΣΤΙΚΑ ΚΡΗΤΗΣ Α.Β.Ε.Ε</b>	339	333
<b>BOEHRINGER INGELHEIM ΕΛΛΑΣ Α.Ε</b>	435	416
<b>ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε</b>	280	266

Πηγή: Το Βήμα (2013)

Η διοίκηση της εταιρείας δίνει ιδιαίτερη έμφαση στο ανθρώπινο δυναμικό της καθώς το θεωρεί το πολυτιμότερο της κεφάλαιο αλλά και βασικό στοιχείο του οράματος της το οποίο είναι : « Φροντίδα, Ποιότητα και σωστή διατροφή για τις επόμενες γενιές».

Η Διεύθυνση Ανθρώπινου Δυναμικού έχει σα ρόλο την αναζήτηση, την εξεύρεση, την επιλογή, την ανάπτυξη, την αξιοποίηση, και την προσαρμογή του ανθρώπινου κεφαλαίου στους οργανισμούς, τις επιχειρήσεις ή τις υπηρεσίες. Κάτω από τον όρο Διεύθυνση Ανθρώπινου Δυναμικού περιλαμβάνονται ορισμένες ενέργειες της εταιρείας όπως : ενέργειες επιλογής και πρόσληψης προσωπικού, προγραμματισμός εργατικού δυναμικού, εκπαίδευση προσωπικού, ανάπτυξη και εξέλιξη των εργαζομένων, σχεδιασμός της καθημερινής οργάνωσης (personal management), καθορισμός μισθοδοσίας, αδειών, υγεία, ασφάλεια, ανθρώπινες σχέσεις.

Η αξιοποίηση του Ανθρώπινου Δυναμικού αποτελεί για την εταιρεία Παπαδοπούλου τον σημαντικότερο παράγοντα ο οποίος συντελεί στην παραγωγική και δυναμική της ανάπτυξη. Η εταιρεία δεσμεύεται στην ανάπτυξη των ανθρώπων της δίνοντας τους την ευκαιρία εξέλιξης της τεχνογνωσίας και στοχεύοντας στην υψηλή ποιότητα εργασίας σε ένα δυναμικό περιβάλλον εργασίας. Η επαγγελματική εξέλιξη των υπαλλήλων αποτελεί προτεραιότητα της εταιρείας γι αυτό με την βοήθεια εργαλείων ανάπτυξης προσπαθεί να διασφαλίσει την εξέλιξη της.

Θεμελιώδη παράγοντα στην εξέλιξη και αξιοποίηση του ανθρώπινου δυναμικού αποτελούν οι παροχές και οι πολιτικές που προσφέρει η εταιρεία στους εργαζομένους της.

Πρώτα από όλα η Ε.Ι Παπαδοπούλου εξασφαλίζει μια ποιοτική εργασιακή ζωή η οποία διασφαλίζεται από ένα ασφαλές εργασιακό περιβάλλον, το οποίο προσφέρει. Πιο συγκεκριμένα η εταιρεία παρέχει στους εργαζόμενους της ένα εργασιακό περιβάλλον μέσα στο οποίο εξασφαλίζεται η ισορροπία ανάμεσα στην προσωπική και επαγγελματική ζωή. Στα πλαίσια του εργατικού περιβάλλοντος της εταιρείας υπάρχει και υποχρεωτικός κανονισμός εργασίας και δεοντολογικής συμπεριφοράς του προσωπικού ο οποίος πρέπει να τηρείται αυστηρά λόγω του μεγάλου αριθμού εργαζομένων πάντα εντός των ορίων της νομοθεσίας.

Η Διεύθυνση του Ανθρωπίνου Δυναμικού αποτελείται από πέντε άτομα στα κεντρικά γραφεία της εταιρείας, από δυο στις εγκαταστάσεις της στη Θεσσαλονίκη και από ένα άτομο στις εγκαταστάσεις της στα Οινόφυτα και το Βόλο αντίστοιχα.

### **3.1 ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΠΡΟΣΛΗΨΕΩΝ**

Η εταιρεία Παπαδοπούλου όταν υπάρχουν διαθέσιμες θέσεις εργασίας, σε συνεργασία με εταιρείες προσλήψεων ακολουθούν ορισμένες διαδικασίες και μεθόδους για την πρόσληψη των κατάλληλων ατόμων. Επομένως, πραγματοποιούν ατομικές συνεντεύξεις, πολλές φορές παραπάνω από μια ανάλογα με τη θέση εργασίας ώστε να αξιολογηθούν τα προσόντα των υποψήφιων εργαζομένων. Όταν η θέση εργασίας απευθύνεται σε ανώτερα διοικητικά στελέχη η Διεύθυνση του Ανθρωπίνου Δυναμικού γνωστοποιεί στους υποψήφιους το «Job Description» της θέσης.

### **3.2 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ**

Η εταιρεία δίνει τη δυνατότητα σε κάθε εργαζόμενο να αναπτυχθεί επαγγελματικά και να εξελιχθεί εντός της εταιρείας μέσα από τα προγράμματα εκπαίδευσης και κατάρτισης που προσφέρει στους εργαζομένους της με σκοπό να εμπλουτίσει τις γνώσεις και τις δεξιότητες του κάθε υπαλλήλου.

Η εταιρεία προσφέρει στους εργαζόμενους σεμινάρια κατάρτισης και εκπαίδευσης ανάλογα με το τμήμα της εταιρείας και τη θέση. Τα σεμινάρια αυτά πραγματοποιούνται είτε από εξωτερικούς φορείς ή εσωτερικά από την ίδια την εταιρεία. Επιπλέον οι εργαζόμενοι είναι σε θέση να εκπαιδευτούν και μέσα από την ίδια την εργασία αποκτώντας εργασιακή εμπειρία. Για παράδειγμα, υπάρχουν προγράμματα για την πρόληψη εργατικών ατυχημάτων και τήρηση κανόνων υγιεινής στα τμήματα παραγωγής και ποιότητας των προϊόντων.

Επιπλέον, η εταιρεία προσφέρει και πρόσθετες παροχές στους εργαζομένους όπως ασφάλεια υγείας και ιατρικής περίθαλψης.

### **3.3 ΠΡΟΣΘΕΤΕΣ ΠΑΡΟΧΕΣ**

Η Ε.Ι Παπαδοπούλου βρίσκεται σε μία συνεχή αναβάθμιση των παροχών που προσφέρουν στους εργαζομένους τους. Στα πλαίσια επομένως αυτών των παροχών προσφέρουν ένα σύνολο παροχών στο προσωπικό το οποίο μεταξύ άλλων περιλαμβάνει διατροφικά κουπόνια, κουπόνια (ticket restaurant) κτλ. σε διάφορες ομάδες εργαζομένων αλλά και στο σύνολο της εταιρείας. Επιπλέον για τη καλύτερη εξυπηρέτηση του ανθρωπίνου δυναμικού η εταιρεία προσφέρει διάφορα εργαλεία δουλειάς όπως αυτοκίνητα, πληρωμένη βενζίνη, car pooling και πολλά άλλα.

### **3.4 ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΜΙΣΘΩΝ**

Οι εργαζόμενοι της Ε.Ι Παπαδοπούλου Α.Ε αμείβονται με ανταγωνιστικές αμοιβές και παροχές βασιζόμενες στην απόδοση της εταιρείας καθώς και στην παραγωγική συμβολή του εργαζομένου (bonus).

Αξίζει να αναφερθεί πως οι εργαζόμενοι αμείβονται με μισθούς πολύ μεγαλύτερους από αυτούς που προέβλεπε η επίσημη συλλογική σύμβαση της ΓΣΕΕ-ΣΕΒ.

Όσο αναφορά το ασφαλιστικό πρόγραμμα της εταιρείας το προσωπικό είναι κυρίως ασφαλισμένο για την κύρια σύνταξη στο Ίδρυμα Κοινωνικών Ασφαλίσεων και οι αποζημιώσεις που καταβάλλει η εταιρεία στους απολυόμενους ή συνταξιοδοτούμενους υπαλλήλους είναι σύμφωνα με τις διατάξεις του Ν.2112/1920.

### **3.5 ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΠΡΟΑΓΩΓΩΝ**

Η εταιρεία έχει εντάξει ένα σύστημα προαγωγών το οποίο περιλαμβάνει ένα εσωτερικό σύστημα αξιολόγησης το οποίο βασίζεται σε ποσοτικά και ποιοτικά κριτήρια και στοχεύει στην επιβράβευση και την επαγγελματική ανάπτυξη των εργαζομένων. Ο κύριος αξιολογητής των εργαζομένων είναι ο προϊστάμενος του τμήματος στο οποίο ανήκει. Αυτός είναι ο άμεσος αξιολογητής αφού είναι σε θέση να αναδείξει τις ικανότητες του εργαζομένου. Η Διεύθυνση Ανθρωπίνου Δυναμικού παρακολουθεί όλες τις αξιολογήσεις των ικανοτήτων του προσωπικού και ανάλογα με τη θέση η αξιολόγηση μπορεί να φθάσει έως τη Διευθύνουσα Σύμβουλο της εταιρείας.

Επιπροσθέτως, η διαδικασία απόδοσης αξιολόγησης των εργαζομένων πραγματοποιείται σε ετήσια βάση αλλά και με συνεχόμενα feed μέσα στο έτος ανάλογα με τη θέση του εργαζομένου έτσι ώστε να αξιολογείται για συγκεκριμένους στόχους που έχει πετύχει.

Τέλος, όπως αναφέρεται και παραπάνω ο προϊστάμενος είναι αυτός που κατέχει την πλήρη εικόνα ενός εργαζομένου και είναι σε θέση να διακρίνει εάν το άτομο έχει ικανότητες για παραπάνω αρμοδιότητες και επομένως μέσα από εισηγήσεις που πραγματοποιούνται είτε για την ανάπτυξη του εργαζομένου λαμβάνοντας υπόψη μια συγκεκριμένη εκπαίδευση, είτε για εσωτερική μετακίνηση εφόσον υπάρχει ανώτερη θέση για την επαγγελματική του εξέλιξη.

### **3.6 ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΑΠΟΖΗΜΙΩΣΕΩΝ**

Η πολιτική της εταιρείας όσον αναφορά τις αποζημιώσεις των εργαζομένων είναι σύμφωνα με τις διατάξεις της εργατικής νομοθεσίας. Συνεπώς οι εργαζόμενοι δικαιούνται αποζημίωση στην περίπτωση απόλυσης ή συνταξιοδότησής τους. Οι εργαζόμενοι που παραιτούνται ή απολύονται αιτιολογημένα δε δικαιούνται αποζημίωση. Η πληρωτέα αποζημίωση σε περίπτωση συνταξιοδότησης ισούται με το 40% της αποζημίωσης που θα ήταν πληρωτέα σε περίπτωση αναίτιας απόλυσης.

### **3.7 ΥΓΙΕΙΝΗ ΚΑΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΤΩΝ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ**

Όσον αφορά την ασφάλεια και την υγιεινή των εργαζομένων στην εταιρεία, υπάρχει ένα σύνολο κανόνων και οδηγιών τόσο σε εθνικό αλλά και ευρωπαϊκό επίπεδο τα οποία ακολουθεί η εταιρεία προκειμένου να διασφαλίζεται η υγεία και το ασφαλές περιβάλλον εργασίας. Η εταιρεία λειτουργεί σύμφωνα με κανονισμούς και διεθνείς συμβάσεις της Διεθνούς Οργάνωσης Εργασίας (ΔΟΕ). Οι οδηγίες της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ) και οι κανονιστικές/νομοθετικές διατάξεις στην Ελλάδα υποχρεώνουν τους εργοδότες και τους εργαζομένους να λάβουν τα κατάλληλα μέτρα ασφάλειας και υγιεινής ώστε να προληφθούν τα εργατικά ατυχήματα, οι επαγγελματικές ασθένειες και να προστατευθεί η υγεία του ανθρώπινου δυναμικού. Ο υπεύθυνος Ασφάλειας των τροφίμων της εταιρείας Παπαδοπούλου ελέγχει καθημερινά όλους τους χώρους της επιχείρησης και ιδιαίτερα τους χώρους

παρασκευής και συσκευασίας των προϊόντων καθώς και το προσωπικό που εργάζεται σε αυτό το τμήμα της εταιρείας.

Το προσωπικό στον τομέα παραγωγής των τροφίμων στην εταιρεία Παπαδοπούλου τηρεί τους κανόνες του αρθ. 2, Π.Δ. 294/1988 του Ελληνικού Ινστιτούτου Υγιεινής και Ασφάλειας της Εργασίας, ορισμένοι από τους οποίους αναφέρουν: ότι το προσωπικό που απασχολείται στην παραγωγή των τροφίμων πρέπει να φορά ειδικούς επενδυτές εργασίας και καλύμματα κεφαλής διαφορετικού χρώματος, ο οποίος πρέπει να διατηρείται καθαρός και να αλλάζεται τακτικά, τα ρούχα και τα προσωπικά αντικείμενα των εργαζομένων φυλάσσονται σε ξεχωριστούς χώρους (αποδυτήρια), ο εργαζόμενος θα πρέπει να διατηρεί τα χέρια του καθαρά και υγιή και να τα πλένει συχνά ακόμα και αν δεν έρχεται σε άμεση επαφή με τα τρόφιμα και τέλος ο εργαζόμενος θα πρέπει να αναφέρει οποιαδήποτε μόλυνση δέρματος ή τραυματισμό των χεριών στον Υπεύθυνο Ασφάλειας.

Επιπλέον, προκειμένου να διατηρείται το περιβάλλον εργασίας καθαρό και να προληφθούν εργατικά ατυχήματα η διοίκηση έχει καταρτίσει προγράμματα εκπαίδευσης των εργαζομένων σύμφωνα με Κοινή Υπουργική Απόφαση (ΚΥΑ) 487/2000, η οποία αποτελεί προσαρμογή της ελληνικής νομοθεσίας σε σχετική κοινοτική οδηγία, το προσωπικό των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον χώρο των τροφίμων, σε όλα τα στάδια της τροφικής αλυσίδας, έχει την υποχρέωση να παρακολουθήσει σεμινάρια κατάρτισης σε θέματα υγιεινής και ασφάλειας τροφίμων και μοιράζονται επίσης στους εργαζομένους σχετικά εγχειρίδια. Συνεπώς, το προσωπικό είναι σε θέση να διασφαλίζει την ποιότητα των προϊόντων και η προστασία του καταναλωτή, είναι σε θέση να διατηρεί και να αυξήσει ακόμα περισσότερο το επίπεδο ατομικής προστασίας αλλά και να διασφαλίσει και βελτιώσει τη καθαριότητα των χώρων και την υγιεινή των τροφίμων.

Τέλος, η εταιρεία δίνοντας μεγάλη έμφαση στον τομέα αυτό παρέχει ιατρό εργασίας σε όλες τις εγκαταστάσεις της και στην Αττική (Αθήνα, Οινόφυτα, Ασπρόπυργος) υπάρχει και επισκέπτρια υγείας μόνιμα μέσα στις εγκαταστάσεις έτσι ώστε να παρέχεται στους εργαζομένους καλύτερη φροντίδα.

### **3.8 ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΚΑΡΙΕΡΑΣ**

Η εταιρεία Παπαδοπούλου προσφέρει ευκαιρίες προσωπικής και επαγγελματικής ανάπτυξης. Για την υλοποίηση της τελευταίας της επένδυσης στην αγορά του ψωμιού προσέφερε νέες θέσεις εργασίας σε 55 εργαζόμενους για τη στελέχωση του νέου της εργοστασίου στα Οινόφυτα, 38 από τους οποίους ήταν ανειδίκευτοι εργάτες.

Όταν υπάρχουν διαθέσιμες θέσεις εργασίας βγαίνει σχετική ανακοίνωση από την εταιρεία στο διαδίκτυο. Επίσης υπάρχει η δυνατότητα σε όποιον επιθυμεί, να καταχωρεί το βιογραφικό του σημείωμα στη βάση δεδομένων της εταιρείας αποστέλλοντας το στην ηλεκτρονική διεύθυνση [hr@papadopoulou.gr](mailto:hr@papadopoulou.gr)



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΧΑΡΤΟΦΥΛΑΚΙΟ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ



Υπάρχει μία τεράστια γκάμα όσον αναφορά τα προϊόντα της εταιρείας Παπαδοπούλου. Τα προϊόντα χωρίζονται σε τέσσερις κατηγορίες, τα μπισκότα (22 είδη), τα αρτοσκευάσματα (4 είδη), το ψωμί (2 είδη) και τις μπάρες δημητριακών.

### 4.1 ΜΠΙΣΚΟΤΑ

Τα είδη των μπισκότων Παπαδοπούλου είναι τα εξής :

1. Πτι Μπερ
2. Μιράντα
3. Cream Crackers
4. Caprice
5. Γεμιστά
6. Cookies
7. Πολυδημητριακά
8. Digestive
9. Marie
10. Mascot
11. Rondo
12. Βουτήματα
13. Mama's

14. Butter Cookies
15. Choco
16. Speculoos / Κανέλας
17. Pick Crackers
18. Κρακεράκια
19. Twist
20. Choco Shock
21. Γλυκοκεράσματα
22. Μπισκότα κακάο / βανίλιας

Όλα τα είδη μπισκότων έχουν δοκιμαστεί από το ελληνικό και όχι μόνο κοινό και έχουν αγαπηθεί εξίσου.

Παρακάτω αναλύονται μερικά από τα πιο δημοφιλή προϊόντα της εταιρείας:

### **Πτι Μπερ Παπαδοπούλου**



Τα μπισκότα **Πτι Μπερ Παπαδοπούλου** κατέχουν την πρώτη θέση στις καρδιές των Ελλήνων χάρη στην εδώ και χρόνια αυθεντική, μοναδική τους γεύση και επάξια θεωρούνται το αγαπημένο μπισκότο των Ελλήνων απολαμβάνοντάς τα σκέτα ή ως συστατικό συνταγών ζαχαροπλαστικής.

Οι επιλογές είναι πολλές:

- Πτι Μπερ με Σοκολάτα Γάλακτος
- Πτι Μπερ με Αλεύρι Ολικής Άλεσης και Μαύρη Σοκολάτα

- Πτι Μπερ με κρέμα Γάλακτος και Σοκολάτα
- Πτι Μπερ με Μαύρη Σοκολάτα

### **Μιράντα Παπαδοπούλου**



Τα Μπισκότα **Μιράντα** είναι τα αγαπημένα μπισκότα κάθε ηλικίας. Αγαπημένη γεύση των παιδιών για το πρωινό και για κολατσιό στο σχολείο αλλά και των μεγάλων για όλες τις ώρες.

Τα Μιράντα υπάρχουν σε τρεις γεύσεις:

- Μιράντα κλασσικά,
- Μιράντα με Αλεύρι Ολικής Άλεσης με Γάλα & Ασβέστιο
- Μιράντα με Σοκολάτας Γάλακτος.

Οι Ελληνίδες μητέρες εμπιστεύονται τα **Μιράντα Παπαδοπούλου** για τη διατροφή των παιδιών τους. Από τη νηπιακή ηλικία και για μια ζωή.

## Cream Crackers Παπαδοπούλου



Τα **Cream Crackers Παπαδοπούλου** είναι μοναδικά στο είδος τους γιατί παρασκευάζονται με παραδοσιακό προζύμι που ωριμάζει για 18-24 ώρες, ανοίγονται σε φύλλα λεπτής ζύμης που διπλώνονται χειροποίητα και ψήνονται αργά, για να δημιουργήσουν ένα προϊόν που συνδυάζει την παράδοση με την διατροφική αξία.

Διατίθενται σε τρεις γεύσεις: Σίτου, Σίκαλης και Χωρίς Ζάχαρη αλλά και σε πρακτικές ατομικές συσκευασίες (fresh packs)

## Caprice Παπαδοπούλου



Τα Caprice αποτελούν το no1 εξαγωγικό προϊόν της εταιρίας. Κυκλοφορεί σε δύο απολαυστικές γεύσεις: **Caprice** με κρέμα πραλίνας και **Caprice** με κρέμα μαύρης σοκολάτας.

## Γεμιστά Παπαδοπούλου



Τα κλασικά, αυθεντικά και αγαπημένα μπισκότα των περισσότερων καταναλωτών. Κυκλοφορούν σε μεγάλη ποικιλία γεύσεων:

- σοκολάτα
- λεμόνι
- πορτοκάλι
- φράουλα
- μπανάνα
- βανίλια

## Cookies Παπαδοπούλου



Τα Cookies κυκλοφορούν σε απολαυστικούς συνδυασμούς με διπλή σοκολάτα, με σοκολάτα και πορτοκάλι, με σοκολάτα και φουντούκι, με κομματάκια σοκολάτας, με κομματάκια μαύρης σοκολάτας και κακάο.

Τα Cookies κυκλοφορούν και σε πρακτικές- οικονομικές mini συσκευασίες **Mini Cookies Παπαδοπούλου** με κομματάκια μαύρης σοκολάτας και **Mini Cookies Παπαδοπούλου** με κομματάκια μαύρης σοκολάτας και κακάο.

Στη συνέχεια παρουσιάζονται τα είδη αρτοσκευασμάτων :

## 4.2 ΦΡΥΓΑΝΙΕΣ

### Φρυγανιές Παπαδοπούλου



- 1) Krispies
- 2) Φρυγανιές
- 3) Krispies Μεσόγειος Γεύση
- 4) Κριτσίνια

Οι φρυγανιές στην κατηγορία των αρτοσκευασμάτων είναι το πιο δημοφιλές προϊόν και διακρίνεται στις εξής κατηγορίες:

#### Κλασικές φρυγανιές

Ολόφρεσκες, καλοψημένες, τραγανές φρυγανιές, στην εύχρηστη συσκευασία των fresh packs δίνουν ξεχωριστή γεύση σε κάθε γεύμα της ημέρας. Χωρίζονται σε τρεις γεύσεις: Σίτου, με Σίκαλη, με αλεύρι ολικής άλεσης.

### **Φρυγανιές Παπαδοπούλου “Χωρίς”**

Για όσους θέλουν να περιορίσουν την κατανάλωση ζάχαρης, λιπαρών και αλατιού στη διατροφή τους, η εταιρεία δημιούργησε τις φρυγανιές “Χωρίς” προσθήκη ζάχαρης με χαμηλά λιπαρά και αλάτι. Σε δύο γεύσεις, Σίτου και με Σίκαλη.

### **Φρυγανιές Παπαδοπούλου “Με”**

Σταρένιες Φρυγανιές με λιναρόσπορο, με Ω3 πολυακόρεστα λιπαρά οξέα, με προζύμι που κάνει τη γεύση της ξεχωριστή και με πολύτιμες φυτικές ίνες. Μια ιδιαίτερη γεύση για μια καθημερινή ισορροπημένη διατροφή.

### **Χωριάτικες φρυγανιές**

Οι Χωριάτικες φρυγανιές Παπαδοπούλου. Περιλαμβάνουν όλη τη νοστιμιά του χωριάτικου ψωμιού Σε τρεις αυθεντικές συνταγές: με 6 Δημητριακά, με προζύμι και Σουσάμι και Ολικής Άλεσης.

### **Στρογγυλές**

Οι στρογγυλές φρυγανιές Παπαδοπούλου είναι νόστιμες, αφράτες και τραγανές και αποτελούν ένα ιδανικό σνακ ή συνοδευτικό γευμάτων. Σε δύο υπέροχες γεύσεις: ολικής άλεσης και Brioche.

## **4.3 ΨΩΜΙ**

Τέλος η εταιρεία τον τελευταίο χρόνο όπως έχουμε αναφέρει έχει εντάξει στο χαρτοφυλάκιο των προϊόντων το συσκευασμένο ψωμί, το οποίο χωρίζεται σε δύο είδη :



## Ψωμί Παπαδοπούλου



- 1) Χωριανό
- 2) Γεύση<sup>2</sup>

### Το Χωριανό

Με σεβασμό στην παραδοσιακή τέχνη της αρτοποιίας, η εταιρεία Παπαδοπούλου δημιούργησε το «Χωριανό» ένα χωριάτικο ψωμί σε φέτες με αγνά, εκλεκτά υλικά, μοναδική πλούσια γεύση και υφή όπως αυτή του φρεσκοψημένου παραδοσιακού ψωμιού. Χάρης στον καινοτόμο για τα ελληνικά δεδομένα τρόπο παρασκευής και συσκευασίας του, στο φυσικό προζύμι που χρησιμοποιείται αλλά και σε κάποια ακόμη φυσικά συστατικά του όπως το αλεύρι φάβας και το ξύδι, διατηρείται αφράτο και μαλακό εκτός ψυγείου. Τα άλευρα δημητριακών και η μαγιά αναμειγνύονται και ζυμώνονται για να δημιουργήσουν μία εκλεκτή φρατζόλα, που φουρνίζεται και συσκευάζεται με φροντίδα ώστε να συμπληρώνει γευστικά την καθημερινή διατροφή. Ένα ψωμί με δημητριακά ολικής άλεσης, φυτικές ίνες και πρωτεΐνες. Διατίθεται σε 3 παραδοσιακές γεύσεις: Χωριανό Σταρένιο με 6 Δημητριακά, Χωριανό Ολικής άλεσης με σίκαλη και Χωριανό Πολύσπορο.

### 4.4 ΜΠΑΡΕΣ

Η τελευταία κατηγορία προϊόντων είναι οι μπάρες δημητριακών:



## Μπάρες δημητριακών Παπαδοπούλου



- 1) μπάρα δημητριακών κλασική
- 2) μπάρα δημητριακών με κόκκινα φρούτα και γάλα
- 3) μπάρα δημητριακών με κόκκινα φρούτα και σοκολάτα γάλακτος
- 4) μπάρα δημητριακών με κομματάκια σοκολάτας και σοκολάτα γάλακτος

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΚΑΙ ΥΓΙΕΙΝΗ ΕΡΓΟΣΤΑΣΙΟΥ**

Στους χώρους της βιομηχανίας τροφίμων πρέπει να τηρούνται οι κανόνες Υγιεινής και Ασφάλειας σύμφωνα με την οδηγία – πλαίσιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης 89/391/ΕΟΚ. Η τήρηση των οδηγιών είναι ευθύνη τόσο των εργοδοτών όσο και των εργαζομένων. Είναι απαραίτητο να γίνεται διαρκής ενημέρωση και εκπαίδευση σχετικά με τα εργατικά ατυχήματα και τις επαγγελματικές ασθένειες που αφορούν τους συγκεκριμένους χώρους εργασίας.

Η εταιρεία Παπαδοπούλου, πρωτοπόρος και υπερσύγχρονη Βιομηχανία Τροφίμων κατέχει ηγετική θέση στην ελληνική αγορά των μπισκότων και μία από τις πιο κυρίαρχες θέσεις σε όλους τους τομείς που δραστηριοποιείται.

Όλη η εταιρία καθώς και τα 4 σύγχρονα εργοστάσια σε Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Βόλο και Οινόφυτα είναι πιστοποιημένα και λειτουργούν κατά τα διεθνή Πρότυπα Διαχείρισης Ποιότητας ISO 9001:2008 και Ασφαλείας Τροφίμων ISO 22000:2005, συμπεριλαμβανομένης της μελέτης HACCP (Ανάλυση Κινδύνων και Κρίσιμα Σημεία Ελέγχου). Τα εν λόγω συστήματα Ποιότητας και Ασφάλειας Τροφίμων καλύπτουν όλες τις δραστηριότητες της εταιρείας (Διοικητικές – Παραγωγικές – Εμπορικές).

Σήμερα η εταιρία παραμένει σταθερά επικεντρωμένη στην υπεροχή της ποιότητας των προϊόντων και υπηρεσιών της καλύπτοντας κατά τον βέλτιστο τρόπο τους πελάτες και τους καταναλωτές της.

Υπεροχή που αντικατοπτρίζεται στο σύνολο των προϊόντων της προσφέροντας ασφαλή, υγιεινά, με εκείνα τα χαρακτηριστικά γεύσης, εμφάνισης, φρεσκάδας και διατροφικής ανωτερότητας προϊόντα, που τα καθιστούν αληθινή απόλαυση για τον καταναλωτή, οποιαδήποτε ώρα της ημέρας .

Παρακάτω παρουσιάζονται δύο πιστοποιητικά της επιχείρησης που έλαβε για τη συμμόρφωση του συστήματος της στη διαχείριση ασφάλειας τροφίμων και στη συμμόρφωση του συστήματός της στη διαχείριση της ποιότητας.

## 5.1 ΠΟΙΟΤΙΚΟΣ ΕΛΕΓΧΟΣ

Ο ποιοτικός έλεγχος έχει ξεκινήσει από τη βιομηχανία στο επίπεδο της παραγωγής. Πλέον έχει εξελιχθεί υπό τον όρο «έλεγχος ποιότητας» με την έννοια της επιβολής της ποιότητας σύμφωνα με τις σειρές των προτύπων ISO 9000 σε όλες τις φάσεις του σχεδιασμού, της παραγωγής, του ελέγχου και της υποστήριξης μετά την πώληση (έως και την εξάντληση του ορίου ζωής των προϊόντων και υπηρεσιών) άρα ενδιαφέρει άμεσα τον τεχνικό κόσμο και ειδικότερα τους Έλληνες μηχανικούς.

Ο έλεγχος της ποιότητας θεωρείται και εσωτερική λειτουργία της επιχείρησης, καθώς και εξωτερική επιθεώρηση ενός τρίτου μέρους όσον αφορά την ικανότητα (καταλληλότητα) της επιχείρησης αυτής να μπορεί να παράγει ή να προσφέρει τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες, για τα οποία δηλώνει ότι έχει αυτήν τη δυνατότητα παροχής τεχνολογίας (ή τεχνογνωσίας για υπηρεσίες).

Ο διευθυντής ποιοτικού ελέγχου ανήκει στη Γενική Διεύθυνση και αναφέρεται στο Γενικό Διευθυντή της επιχείρησης. Τα καθήκοντά του είναι τα εξής:

1. Δοκιμάζει τη λειτουργία των συστημάτων (ποιοτικός έλεγχος–testing)
2. Κάνει εσωτερικές επιθεωρήσεις σε όλα τα τμήματα της βιομηχανίας και επικοινωνεί τα αποτελέσματα αυτών των επιχειρήσεων στη Διοίκηση. Η Διοίκηση αποφασίζει τότε να προχωρήσει σε διορθωτικές ενέργειες που αφορούν στον τρόπο διοίκησης ή σε λάθη στην παραγωγική διαδικασία.
3. Εφαρμόζει διεθνή πρότυπα πιστοποίησης (π.χ. προϊόντα ISO) ώστε να αξιολογούνται οι ήδη υπάρχουσες διαδικασίες και να βελτιώνονται, όπου αυτό είναι απαραίτητο.
4. Ελέγχει τις διαδικασίες σε όλα τα στάδια της βιομηχανικής αλυσίδας ξεκινώντας από το τμήμα Σχεδιασμού, το τμήμα Προγραμματισμού Παραγωγής και Αποθήκης, το τμήμα Παραγωγής, το τμήμα Οικονομικής Διαχείρισης, την Τεχνική Διεύθυνση αλλά και τη διεύθυνση Προώθησης και Πωλήσεων και ειδικότερα το τμήμα εξυπηρέτησης πελατών.

Ο διευθυντής ποιοτικού ελέγχου είναι υπεύθυνος για τη διασφάλιση της ποιότητας του προϊόντος σε κάθε στάδιο της παραγωγής του (πρώτες ύλες, παραγωγική διαδικασία, συσκευασία, αποθήκευση, διανομή). Η παραγωγή προϊόντων ποιότητας είναι θέμα προτεραιότητας. Ο ποιοτικός έλεγχος εξασφαλίζει την αξιοπιστία της επιχείρησης και μεγιστοποιεί το κέρδος. Προστατεύει τους καταναλωτές από τη χρήση ακατάλληλων προϊόντων και υπηρεσιών.

Ο διευθυντής ποιοτικού ελέγχου συνεργάζεται με όλους τους διευθυντές όλων των τμημάτων της βιομηχανίας και οφείλει να γνωρίζει όλες τις διαδικασίες. Προσθέτει αξία στην επιχείρηση γιατί προτείνει τρόπους αποφυγής προβλημάτων αλλά και μεθόδους βελτίωσης και ανάπτυξης προϊόντων και υπηρεσιών.

## **5.2 ΠΡΟΤΥΠΑ**

Οι επιχειρήσεις της αλυσίδας τροφίμων οφείλουν να διασφαλίζουν το ενδεδειγμένο επίπεδο ελέγχου της ασφάλειας των τροφίμων και να παρέχουν προϊόντα που δεν εγκυμονούν κινδύνους για τους καταναλωτές. Τα Συστήματα Διαχείρισης Ασφάλειας Τροφίμων παρέχουν το πλαίσιο για τη συστηματική αναγνώριση, αξιολόγηση και διαχείριση των κινδύνων για την ασφάλεια των τροφίμων, με στόχο τη συμμόρφωση με τις νομικές απαιτήσεις, την πρόληψη της εμφάνισης των κινδύνων και της συνεχούς βελτίωσης.

Το πρότυπο ΕΛΟΤ EN ISO 22000 είναι ένα διεθνώς εφαρμοζόμενο πρότυπο, το οποίο καθορίζει τις απαιτήσεις για την ανάπτυξη και εφαρμογή ενός αποτελεσματικού Συστήματος Διαχείρισης Ασφάλειας των Τροφίμων. Το ΕΛΟΤ EN ISO 22000 μπορεί να εφαρμοστεί από οποιονδήποτε οργανισμό εμπλέκεται άμεσα ή έμμεσα στην αλυσίδα τροφίμων, είτε πρόκειται για οργανισμό που παράγει, επεξεργάζεται ή διαθέτει τρόφιμα ή ζωοτροφές, είτε πρόκειται για οργανισμό που παράγει υλικά ή εξοπλισμό που έρχεται σε επαφή με τρόφιμα ή παρέχει υπηρεσίες σε επιχειρήσεις τροφίμων.

Επιπροσθέτως, το ΕΛΟΤ EN ISO 22000 έχει σχεδιαστεί ώστε να είναι συμβατό με άλλα πρότυπα συστημάτων διαχείρισης όπως ΕΛΟΤ EN ISO 9001, και ΕΛΟΤ EN ISO 14001, ώστε να είναι δυνατή η ενοποίηση διαφορετικών συστημάτων διαχείρισης σε ένα ενιαίο ολοκληρωμένο σύστημα διαχείρισης.

Οφέλη από την εφαρμογή ενός Συστήματος Διαχείρισης Ασφάλειας Τροφίμων κατά ΕΛΟΤ EN ISO 22000 είναι μεταξύ άλλων:

- Η επίτευξη μεγαλύτερου βαθμού συμμόρφωσης με τις νομοθετικές απαιτήσεις για ασφαλή τρόφιμα
- Η πρόληψη των κινδύνων
- Η βελτιστοποίηση διαχείρισης πόρων
- Η μείωση των απωλειών τεχνογνωσίας
- Η προστασία της επωνυμίας της επιχείρησης
- Ο αποτελεσματικός έλεγχος των αλλαγών (νέα διεργασία /προϊόν)
- Η δυναμική επικοινωνία με άλλους οργανισμούς στην αλυσίδα τροφίμων, τις αρμόδιες αρχές και άλλα ενδιαφερόμενα μέρη
- Η βελτίωση των διατμηματικών σχέσεων και γενικότερα της εσωτερικής επικοινωνίας
- Η ευελιξία

Η ποιότητα, κινητήριοις μοχλός ανάπτυξης ενός οργανισμού, συμβάλλει στην αποτελεσματικότερη λειτουργία του, στη βελτίωση του επιπέδου των προσφερόμενων υπηρεσιών ή/και προϊόντων του και στην αύξηση του βαθμού ικανοποίησης των πελατών του. Τα Συστήματα Διαχείρισης της Ποιότητας παρέχουν το πλαίσιο μέσα στο οποίο κάθε οργανισμός μπορεί να μετρήσει και να βελτιώσει την απόδοσή του και τον τρόπο λειτουργίας του.

Το πρότυπο ΕΛΟΤ EN ISO 9001 είναι το πλέον διαδεδομένο παγκοσμίως πρότυπο διαχείρισης της ποιότητας, το οποίο θέτει τις απαιτήσεις για την ανάπτυξη και εφαρμογή ενός αποτελεσματικού Συστήματος Διαχείρισης της Ποιότητας. Το ΕΛΟΤ EN ISO 9001 μπορεί να εφαρμοστεί από οποιονδήποτε οργανισμό ενδιαφέρεται να βελτιώσει τον τρόπο λειτουργίας του, ανεξάρτητα από το μέγεθος ή τον τομέα στον οποίο δραστηριοποιείται. Εντούτοις καλύτερα αποτελέσματα επιτυγχάνονται από

οργανισμούς που εφαρμόζουν το πρότυπο σε όλες και όχι σε μεμονωμένες θέσεις ή δραστηριότητες.

Το ΕΛΟΤ EN ISO 9001 έχει σχεδιαστεί ώστε να είναι συμβατό με άλλα πρότυπα συστημάτων διαχείρισης, όπως ΕΛΟΤ EN ISO 22000, και ΕΛΟΤ EN ISO 14001, με στόχο να είναι δυνατή η ενοποίηση διαφορετικών συστημάτων διαχείρισης σε ένα ενιαίο ολοκληρωμένο σύστημα διαχείρισης.

Οφέλη από την εφαρμογή ενός Συστήματος Διαχείρισης Ποιότητας κατά ΕΛΟΤ EN ISO 9001 είναι μεταξύ άλλων:

- Η αύξηση της ικανοποίησης των πελατών
- Η δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος
- Η βελτίωση της επιχειρηματικής επίδοσης και η διαχείριση του επιχειρηματικού ρίσκου
- Η προσέλκυση επενδύσεων
- Η βελτίωση της εικόνας του οργανισμού
- Η μείωση του λειτουργικού κόστους και η εξοικονόμηση πόρων
- Η ενθάρρυνση της εσωτερικής επικοινωνίας, η αύξηση της ικανοποίησης του προσωπικού και η μεγαλύτερη ανάληψη ευθυνών



ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΤΙΚΟ ΣΥΜΜΟΡΦΩΣΗΣ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ  
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

Αριθμ. 03.07/32

Ο ΕΛΟΤ πιστοποιεί ότι το Σύστημα Διαχείρισης της Επιχείρησης:

**Ε.Ι. ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.**

αναφορικά με τις παρακάτω δραστηριότητες :

**Παραγωγή, συσκευασία, αποθήκευση και διανομή μπισκότων, κράκερς, γκοφρετών και αρτοσκευασμάτων**

οι οποίες εφαρμόζονται στις ακόλουθες θέσεις :

- Μονάδα Παραγωγής: Παλαιά Εθνική Οδός Θεσσαλονίκης-Βέροιας, 570 08 Ιωνία, Θεσσαλονίκη
- Μονάδα Παραγωγής: 320 11 Οινόφυτα Βοιωτίας
- Μονάδα Παραγωγής: Πέτρου Ράλλη 26, 118 10 Αθήνα
- Μονάδα Παραγωγής: ΒΙ.ΠΕ. Βόλου, 385 00 Βόλος
- Κέντρο Διανομής Μάνδρας: οδός Τσόκα, περιοχή Γκάροδη Κόλλια, 196 00 Μάνδρα Αττικής

αξιολογήθηκε και είναι σύμφωνο με:

**ΕΛΟΤ EN ISO 22000:2005**

Το παρόν Πιστοποιητικό χορηγείται σύμφωνα με το Γενικό Κανονισμό Αξιολόγησης και Πιστοποίησης Συστημάτων Διαχείρισης του ΕΛΟΤ, διέπεται από τους όρους της αντίστοιχης σύμβασης μεταξύ του ΕΛΟΤ και της Επιχείρησης και ισχύει ως : **07/06/2013**

Αθήνα, 08/06/2010



**Χρήστος Η. Ζακόλικος**  
Διευθύνων Σύμβουλος

Αρχική Έκδοση: 2003-06-20  
Τροποποίηση 1: 2004-05-27  
Τροποποίηση 2: 2007-05-27  
Τροποποίηση 3: 2010-06-08

α/α 0154-10

ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΤΥΠΟΠΟΙΗΣΗΣ Α.Ε.  
Λαοκράνων 313, 111 45, Αθήνα

E 630-14/01/2005-09-05





ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΤΙΚΟ ΣΥΜΜΟΡΦΩΣΗΣ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ  
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ

Αριθμ. 02.03.02/283

Ο ΕΛΟΤ πιστοποιεί ότι το Σύστημα Διαχείρισης της Επιχείρησης:

**Ε.Ι. ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.**

αναφορικά με τις παρακάτω δραστηριότητες :

Σχεδιασμός και ανάπτυξη, παραγωγή, συσκευασία, αποθήκευση, πωλήσεις και  
διανομή μπισκότων, κράκερς, γκοφρετών και αρτοσκευασμάτων

οι οποίες εφαρμόζονται στις ακόλουθες θέσεις :

- Κεντρικά Γραφεία & Μονάδα Παραγωγής: Π. Ράλλη 26, 118 10 Αθήνα
- Μονάδα Παραγωγής: 320 11 Οινόφυτα Βοιωτίας
- Μονάδα Παραγωγής: Παλαιά Εθνική Οδός Θεσσαλονίκης-Βέροιας, 570 08 Ιονία, Θεσσαλονίκη
- Μονάδα Παραγωγής: ΒΙ.Π.Ε. Βόλου, 385 00 Βόλος
- Κέντρο Διανομής Μάνδρας: Τσόκα, Θέση Γκαρδή Κόλλια, 196 00 Μάνδρα Αττικής

αξιολογήθηκε και είναι σύμφωνο με τις απαιτήσεις του Προτύπου:

**ΕΛΟΤ EN ISO 9001:2008**

Το παρόν Πιστοποιητικό χορηγείται σύμφωνα με το Γενικό Κανονισμό Αξιολόγησης και Πιστοποίησης Συστημάτων Διαχείρισης του ΕΛΟΤ, διέπεται από τους όρους της αντίστοιχης σύμβασης μεταξύ του ΕΛΟΤ και της Επιχείρησης και ισχύει ως : **14/06/2013**



**Χρήστος Π. Ζακολίκος**  
Διευθύνων Σύμβουλος

Αρχική Έκδοση: 1996-16-30  
Τροποποίηση 6: 2010-06-15

α/α 0165-10

ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΤΥΠΟΠΟΙΗΣΗΣ Α.Ε.  
Αχαρνών 313, 111 45, Αθήνα

E 630-14/01/2005-09-05





## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΜΕΙΓΜΑ MARKETING

### 6.1 ΠΡΟΪΟΝ (PRODUCT)

Η εταιρεία Παπαδοπούλου διαθέτει 287 κωδικούς προϊόντων. Τα προϊόντα χωρίζονται σε κατηγορίες ανάλογα με το είδος τους. Οι κατηγορίες είναι τα μπισκότα Παπαδοπούλου, τα αρτοσκευάσματα, οι μπάρες δημητριακών και το ψωμί για τوست.

Κύριο χαρακτηριστικό όλων των προϊόντων Παπαδοπούλου είναι οι υψηλού επιπέδου συσκευασίες που βοηθούν τα προϊόντα να παραμένουν αναλλοίωτα σε όλη τη διάρκεια ζωής τους. Όλες οι συσκευασίες των προϊόντων είναι από ανακυκλώσιμα υλικά όπως λευκοσίδηρος, διάφορα είδη πλαστικού, σύνθετες συσκευασίες τύπου Tetra Pak κτλ και είναι σύμφωνες με τους κανονισμούς και τη νομοθεσία που έχει θεσπιστεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση για την ασφάλεια της υγείας των καταναλωτών και του περιβάλλοντος. Πολλές ετικέτες προϊόντων κυκλοφορούν και σε mini πρακτικές συσκευασίες ώστε ο καταναλωτής να μπορεί να τις έχει μαζί του όπου και αν πάει. Υπάρχουν επίσης αρκετά ελκυστικές και καινοτόμες συσκευασίες προϊόντων όπως αυτές των caprice, cookies και τους τελευταίους μήνες των cream crackers οι οποίες ανοίγουν και κλείνουν μετά το άνοιγμα τους για καλύτερη συντήρηση και ασφάλεια των προϊόντων.

Επιπλέον, στο πίσω μέρος όλων των συσκευασιών αναφέρονται σύμφωνα με τον κανονισμό (ΕΕ) αριθ. 1169/2011 της Ευρωπαϊκής Ένωσης : το logo της εταιρείας, τα υλικά με τα οποία φτιάχτηκε το προϊόν, το καθαρό βάρος της συσκευασίας, τα διατροφικά στοιχεία που έχει το προϊόν ανά μερίδα και όλη η συσκευασία, η ημερομηνία ανάλωσης κατά προτίμηση, η κατάλληλη αποθήκευση του προϊόντος και ο τόπος και το μέρος που παρασκευάστηκε.

Σημαντικό είναι να αναφερθεί πως το barcode όλων των συσκευασιών αρχίζει με τον κωδικό 520 (520 Barcode Ελλάς), γεγονός που δείχνει ότι παρασκευάζεται στην Ελλάδα και είναι ελληνικό προϊόν ώστε να το γνωρίζουν οι καταναλωτές.

Όλα τα προϊόντα Παπαδοπούλου παρασκευάζονται με αγνά υλικά και παραδοσιακές συνταγές. Το κύριο συστατικό των προϊόντων είναι τα δημητριακά, όπως σιτάρι, σίκαλη, βρώμη και κριθάρι απαραίτητα στοιχεία σε μια καθημερινή ισορροπημένη

διατροφή, καθώς περιέχουν υδατάνθρακες, την βασική πηγή ενέργειας για τον οργανισμό.

Παράλληλα, τα μπισκότα περιέχουν ποσότητες πρωτεΐνης, η οποία προέρχεται κυρίως από τα δημητριακά και δευτερευόντως από άλλα συστατικά που μπορεί να περιέχουν, όπως είναι το γάλα. Από τα σημαντικότερα διατροφικά χαρακτηριστικά του μπισκότου είναι η περιεκτικότητά του σε φυτικές ίνες, οι οποίες περιέχονται στα δημητριακά και στα δημητριακά ολικής άλεσης. Όσον αφορά στα λιπαρά που περιέχονται στα μπισκότα, αυτά είναι φυτικής προέλευσης και δεν περιέχουν επιβλαβή trans λιπαρά. Επιπλέον, τα μπισκότα περιέχουν πολύτιμες βιταμίνες και μέταλλα τα οποία είναι απαραίτητα για την λειτουργία του οργανισμού.

Τέλος, χαρακτηρίζονται από την αναγνωρισιμότητα τους και το δυνατό brand name της εταιρείας Παπαδοπούλου. Συνεπώς είναι εύκολη η διαφοροποίηση τους από τα προϊόντα των ανταγωνιστών τους.

## **6.2 ΤΙΜΟΛΟΓΙΑΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ (PRICE)**

Η τιμολογιακή πολιτική που ακολουθεί η εταιρεία έχει διαμορφωθεί από πολλούς παράγοντες και αλλαγές στο περιβάλλον που δρα και κυρίως από τους οικονομικούς και την ύφεση στην οποία βρίσκεται η Ελλάδα τα τελευταία χρόνια.

Η εταιρεία Παπαδοπούλου γνωρίζοντας πολύ καλά τις οικονομικές συνθήκες που επικρατούν στην χώρα όπως η ανεργία, οι αλλαγές στις ανάγκες των καταναλωτών και οι μειώσεις στο εισόδημα προσπαθεί να εφαρμόζει μια φιλική προς τους Έλληνες καταναλωτές τιμολογιακή πολιτική. Δείγμα αυτής της προσπάθειας αποτελεί η μείωση τιμών στα προϊόντα της μέσω των πακέτων προσφορών η οποία έφτασε γύρω στο 5 με 10% το 2012 σε σχέση με το 2011. Οι συσκευασίες προσφορών που περιλαμβάνουν 1 συν 1 προϊόν ή 3 προϊόντα στη τιμή των 2 κτλ. είναι πολύ ελκυστικές αλλά και συμφέρουσες για το «καλάθι» του καταναλωτή. Οι έρευνες τα τελευταία χρόνια δείχνουν ότι το 75-80% των Ελλήνων καταναλωτών αγοράζουν μόνο προσφορές λόγω της οικονομικής τους κατάστασης, οπότε η διατήρησή τους για την εταιρεία είναι σχεδόν μονόδρομος.

Σημαντικό γεγονός είναι και η απορρόφηση των αυξήσεων σε φόρους, πρώτες ύλες και ενεργειακό κόστος, έτσι ώστε να μη προβεί η εταιρεία σε αυξήσεις τιμών. Σε αυτό φυσικά βοηθάει και η υγιής οικονομική κατάσταση της επιχείρησης με τα κέρδη να διατηρούνται σε υψηλά και σταθερά επίπεδα για ακόμη μια χρονιά.

Η εταιρεία ως επικεφαλής στον κλάδο των μπισκότων και δεδομένης της αναγνωρισιμότητας της από τον κόσμο διατηρεί αυξημένη τη ζήτηση των προϊόντων της και επομένως είναι σε θέση να προσφέρει τα προϊόντα της σε χαμηλότερη τιμή έναντι των ανταγωνιστών. Αυτό συμβαίνει και στον τομέα της φρυγανιάς στην οποία δεν είναι πρωτοπόρος αλλά και στο χώρο του ψωμιού στον οποίο βρίσκεται τους τελευταίους μήνες.

Στο παρακάτω πίνακα αναφέρονται οι ενδεικτικές τιμές ορισμένων προϊόντων Παπαδοπούλου και των ανταγωνιστών τους σε συσκευασίες ίδιου βάρους.

ΠΡΟΪΟΝ	ΕΤΑΙΡΕΙΑ	ΤΙΜΗ
Μπισκότα	Πτι-μπερ Παπαδοπούλου	0,80
	Πτι-μπερ Αλλατίνη	0,83
	Cookies Παπαδοπούλου	1,10
	Cookies Αλλατίνη	1,25
Φρυγανιές	Σταρένιες Παπαδοπούλου	0,95
	Σταρένιες Elite	1,07
Ψωμί του τoστ	Σικάλεως Παπαδοπούλου	1,90
	Σικάλεως Καραμολέγκος	1,56
	Σικάλεως Κρις Κρις	1,58

Πηγή : timimas.gr, 2013

Φυσικά η εταιρεία, δε ξεχνάει ότι τα προϊόντα της πρέπει να είναι προσιτά σε όλους τους Έλληνες καταναλωτές. Για αυτό το λόγο κυκλοφορεί και μικρότερες mini

συσκευασίες των 60g σε πολλά προϊόντα κυρίως μπισκότων, σε ακόμη πιο ανταγωνιστικές τιμές.

### **6.3 ΠΡΟΩΘΗΣΗ (PROMOTION)**

Όσον αναφορά τις ενέργειες προώθησης που χρησιμοποιεί η εταιρεία για τα προϊόντα είναι ποικίλες. Η εταιρεία Παπαδοπούλου δίνει ιδιαίτερη έμφαση σε αυτό το εργαλείο marketing και δαπανά μεγάλα ποσά στα μέσα προώθησης προκειμένου να διατηρεί καθημερινή επαφή με τους καταναλωτές.

#### **-Διαφήμιση**

Μόνο το 2013 η εταιρεία δαπάνησε συνολικά για διαφημίσεις των προϊόντων της 7.980.011,70 €. Για την επιτυχία των διαφημίσεων της συνεργάζεται με μια πληθώρα διαφημιστικών εταιρειών όπως : HAVAS WW Athens, Arrow, Ashley&Holmes com, Services κ.τ.λ. Το λανσάρισμά των συσκευασμένων ψωμιών επιμελήθηκε η McCann Erickson Athens, η οποία εισέρχεται στο roster των διαφημιστικών εταιρειών της εταιρείας Παπαδοπούλου. Τα media της εταιρείας χειρίζεται η Tempo OMD Hellas. Όπως ανέφερε η πρόεδρος της εταιρείας Ι. Παπαδοπούλου, η κίνηση αυτή αποτελεί φυσική συνέχεια για την εταιρεία, η οποία ενισχύει την παρουσία της στο χώρο των αρτοσκευασμάτων, στην οποία κατέχει ισχυρή θέση από τα τέλη της δεκαετίας του '80 με μία ποικιλία προϊόντων, όπως οι Φρυγανιές, τα Krispies και τα Κριτσίνια.

Τα διαφημιστικά σποτ των προϊόντων της είναι μικρής διάρκειας και τις περισσότερες φορές καταγράφουν τη χρήση των προϊόντων στη καθημερινότητα των καταναλωτών, την ιστορία των προϊόντων, τη ανωτερότητα στη γεύση τους και τη διατροφική τους αξία. Συνήθως οι διαφημίσεις των προϊόντων είναι διαφημίσεις υπομνηστικές και κύρους και χρησιμοποιούν επίκληση στο συναίσθημα των καταναλωτών με φράσεις και σλόγκαν όπως «τα δικά μας γεμιστά», «το παρεάκι μου σε κάθε ταξίδι» κ.α.

Οι διαφημίσεις της εταιρείας αναπαράγονται στα πιο δημοφιλή μαζικά μέσα όπως η τηλεόραση, το ραδιόφωνο, τα περιοδικά, το internet και ορισμένες φορές σε έκθεση στο σημείο πώλησης.

## **-Προώθηση Πωλήσεων**

Ένα ακόμα μέσο το οποίο χρησιμοποιεί η εταιρεία είναι η προώθηση πωλήσεων με την οποία στοχεύει στην αύξηση των πωλήσεων. Συνεπώς για να το πετύχει αυτό προσφέρει στους καταναλωτές δωρεάν προϊόν μέσω των πακέτων προσφορών που πουλάει, πραγματοποιεί με τη βοήθεια συνεργατών διάφορες προβολές συνήθως καινούριων προϊόντων σε μεγάλα supermarket προκειμένου ο καταναλωτής να μπορεί να δοκιμάσει τα προϊόντα και στη συνέχεια να τα αγοράσει. Επιπλέον, κατά τη διάρκεια των Χριστουγέννων ή το Πάσχα πολλές φορές η εταιρεία προσφέρει συλλεκτικές συσκευασίες σε πολύ συμφέρουσες τιμές οι οποίες περιλαμβάνουν μια μικρή ποικιλία προϊόντων.



## **-Δημοσιότητα**

Μεγάλο ρόλο παίζει και η δημοσιότητα που λαμβάνει η επιχείρηση από διάφορους συντελεστές των μέσων μαζικής ενημέρωσης οι οποίοι λόγω της ισχύουσας θέσης τους μπορούν εύκολα να πείσουν μεγάλες μέρους των καταναλωτών να αγοράσουν κάποιο προϊόν. Για παράδειγμα τα προϊόντα της εταιρείας μπορεί να εμφανίζονται σε κάποια εκπομπή μαγειρικής ως υλικά για την παρασκευή κάποιας συνταγής.

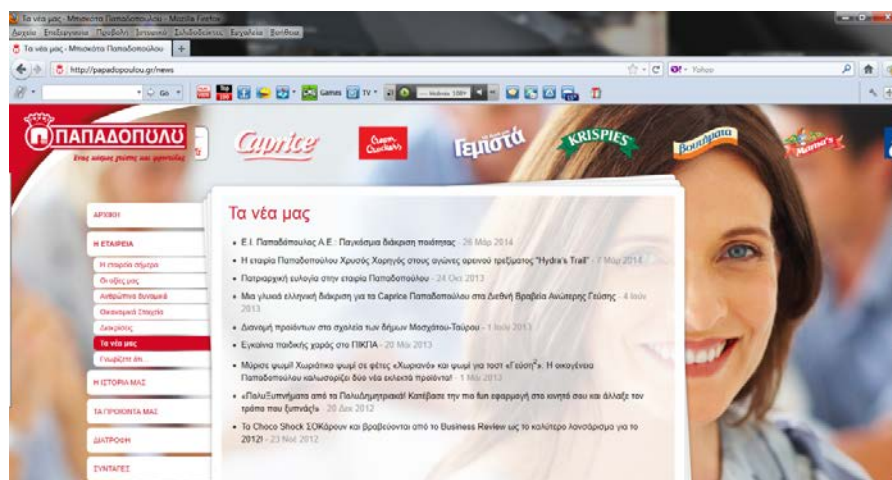
## **-Merchandising**

Η εταιρεία Παπαδοπούλου συνεργάζεται με εταιρείες merchandising για την πετυχημένη προώθηση και πώληση των προϊόντων της στα σημεία διανομής. Μέσω αυτών των εταιρειών έχουν την κατάλληλη τοποθέτηση στα ράφια των σουπερ μάρκετ, τη σωστή διαχείριση των stocks και τις κατάλληλες εκθέσεις και

παρουσιάσεις προϊόντων όταν κρίνεται απαραίτητο από την εταιρεία π.χ. stands σε μεγάλα supermarket για τη δοκιμή νέων προϊόντων.

### -Δημόσιες σχέσεις

Οι δημόσιες σχέσεις είναι ένα ακόμα μέσο προώθησης που χρησιμοποιεί η Ε.Ι Παπαδοπούλου προκειμένου να διατηρεί αμεσότητα στη σχέση της με τους καταναλωτές αλλά και να τους ενημερώνει τακτικά για τα μελλοντικά της σχέδια. Τα μέσα των δημοσίων σχέσεων που χρησιμοποιεί η εταιρεία είναι κυρίως το διαδίκτυο και αυτό λόγω της μεγάλης επιρροής που έχει το συγκεκριμένο μέσο τα τελευταία χρόνια. Έτσι διατηρεί μια επίσημη ιστοσελίδα στη διεύθυνση [www.papadopoulou.gr](http://www.papadopoulou.gr) η οποία παρουσιάζει: την ιστορία της εταιρείας, τα προϊόντα της, τα νέα της, τις βραβεύσεις της, οικονομικές πληροφορίες όπως ο ετήσιος ισολογισμός και διάφορες δράσεις Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Η ιστοσελίδα λειτουργεί με βάση ένα συγκεκριμένο νομικό πλαίσιο το οποίο προστατεύει τα πνευματικά δικαιώματα και τις ιδιοκτησίες της εταιρείας αλλά και τα προσωπικά δεδομένα των επισκεπτών.



Επιπλέον η εταιρεία λαμβάνοντας υπόψη της την έλευση των social media στη καθημερινότητα των Ελλήνων διατηρεί και επίσημο site στο Facebook τόσο της ίδιας της εταιρείας αλλά και ορισμένων δημοφιλών προϊόντων της. Έτσι καθημερινά περίπου 48.000 άνθρωποι που «ακολουθούν» την εταιρεία μαθαίνουν πρώτοι για τα νέα προϊόντα που λανσάρει, για τα θρεπτικά συστατικά των προϊόντων της και για διάφορες συνταγές. Επίσης έχουν τη δυνατότητα να παίρνουν μέρος σε διαγωνισμούς προκειμένου να κερδίσουν δωρεάν προϊόντα της εταιρείας και διάφορα άλλα δώρα.

Φυσικά μπορούν μέσα από το συγκεκριμένο site να πουν τη γνώμη τους για κάποιο προϊόν αλλά και τα παράπονα τους.

Τέλος, η εταιρεία δημιούργησε μια μοναδική εφαρμογή για κινητά και tablets. Η εφαρμογή «πολυξυπνήματα» είναι μια καινούρια εφαρμογή για τα πολυδημητριακά Παπαδοπούλου η οποία περιλαμβάνει ξυπνητήρι, συνταγές για πρωινό με τα πολυδημητριακά, πληροφορίες για υγιεινή διατροφή και επικοινωνία μεταξύ φίλων.

### **-Εκθέσεις**

Σημαντική είναι η και η συμμετοχή της εταιρείας στην online έκθεση «online expo» η οποία αποτελεί και την αποτελεσματικότερη online Έκθεση Ελληνικών Τροφίμων και Ποτών. Πρόκειται για ένα σημείο συνάντησης όλων των εμπλεκόμενων επιχειρήσεων στην αλυσίδα παραγωγής και προώθησης του κλάδου τροφίμων και ποτών. Συνδυάζει τα πλεονεκτήματα των συμβατικών εκθέσεων με αυτά της διαδικτυακής παρουσίας 365 ημέρες το χρόνο, 24 ώρες την ημέρα. Αποτελείται από καταχωρήσεις – περίπτερα επιχειρήσεων που «εκθέτουν» τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους με αναλυτική περιγραφή και δυνατότητα άμεσης επικοινωνίας των επισκεπτών με τους αρμόδιους της επιχείρησης. Με άρθρα και συμβουλευτικές υπηρεσίες για την οργάνωση και διοίκηση των εξαγωγών αποτελεί πολύτιμο συνεργάτη στην διαδικασία ανάπτυξης της εξωστρέφειας κάθε επιχείρησης.

Η επιχείρηση είναι επανδρωμένη από μια ομάδα στελεχών με επιστημονική κατάρτιση και επαγγελματική εμπειρία σε όλους τους τομείς. Ανάλογα με τις απαιτήσεις κάθε ενέργειας ή έργου επιλέγει για συνεργασία επιφανείς και σοβαρές επιχειρήσεις από κάθε κλάδο σε όλη την επικράτεια καθώς και σε ορισμένες χώρες της Ευρώπης.

## **6.4 ΚΑΝΑΛΙΑ ΔΙΑΝΟΜΗΣ (PLACE)**

Σχετικά με τη σωστή διάθεση των προϊόντων στην αγορά αλλά και την τοποθέτηση τους στα ράφια των καταστημάτων, η εταιρεία διαθέτει ένα επεκταμένο κύκλο συνεργατών. Συνολικά διαθέτει τρία τμήματα πωλήσεων στην Αθήνα, στο Βόλο και τη Θεσσαλονίκη από τα οποία τροφοδοτεί την κεντρική, τη βόρεια Ελλάδα και στη

συνέχεια την υπόλοιπη επικράτεια. Επιπλέον διαθέτει και μια κεντρική αποθήκη έτοιμων προϊόντων στη Μάνδρα Αττικής.

Το δυναμικό του τμήματος πωλήσεων αποτελείται συνολικά από 200 πωλητές και merchandisers σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη και πάνω από 30 αποκλειστικούς αντιπρόσωπους σε όλη την Ελλάδα οι οποίοι καθημερινά επισκέπτονται μεγάλα ή μικρά σούπερ μάρκετ για τη συνεχή τροφοδότηση των προϊόντων.

Επιπροσθέτως 2.000 χονδρέμποροι σε όλη την Ελλάδα εξυπηρετούν και καλύπτουν όλα τα μικρά σημεία πώλησης όπως περίπτερα, κυλικεία, γαλακτοπωλεία, κάβες, φούρνους, ψιλικατζίδικα. Συγχρόνως η εταιρεία διαθέτει ένα μεγάλο στόλο αυτοκινήτων ο οποίος ταξιδεύει καθημερινά σε όλη την Ελλάδα για τη διανομή των προϊόντων.

Την τελευταία δεκαετία η εταιρεία γνωρίζοντας τις εξελίξεις της τεχνολογίας στο χώρο αυτό δίνει ιδιαίτερη βαρύτητα στο merchandising των προϊόντων σε όλα τα σημεία πώλησης. Για αυτό το λόγο και όλα τα κέντρα αποθήκευσης έχουν μετατραπεί σε εξελιγμένα αυτοματοποιημένα κέντρα.----

Σημαντικό κανάλι διανομής για την εταιρεία αποτελεί και το οργανωμένο εμπόριο (μεγάλες αλυσίδες supermarket) με το οποίο και διατηρεί άριστες σχέσεις λόγω του όγκου των πωλήσεων που πραγματοποιείται από αυτό.

Τέλος, η εταιρεία έχει αναπτύξει συνεργασίες με διάφορες εταιρείες και εργαλεία logistics προκειμένου να εξασφαλίζεται η ομαλή λειτουργία της διανομής των προϊόντων από τα κέντρα της εταιρείας στην ελληνική αγορά. Ένα από τα πιο εξελιγμένα μέσα logistics που χρησιμοποιεί είναι το PocketBiz Sales το οποίο είναι ένα ενοποιημένο σύστημα που επιτρέπει στην εταιρεία τον ηλεκτρονικό έλεγχο των πωλήσεων, των παραγγελιοληψιών, της τιμολόγησης, των εισπράξεων, της καταγραφής του ραφίου κτλ.), όπως επίσης και την παροχή πληροφοριών σχετικά με το ιστορικό παραγγελιών, τα stock, στατιστικά στοιχεία κτλ.



## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ**

Η επιχείρηση Παπαδοπούλου ανήκει στον κλάδο της αρτοποιίας και ζαχαροπλαστικής και είναι μια από τις επικεφαλής του κλάδου. Παρόλα αυτά όμως έχει να αντιμετωπίσει δυνατούς ανταγωνιστές που απειλούν να αποκτήσουν μερίδια αγοράς του κλάδου καθώς και τις συνεχείς αλλαγές στο χρηματοοικονομικό περιβάλλον της χώρας.

Συνεπώς είναι αρκετά χρήσιμο να αναλυθούν όλοι οι παράγοντες που επηρεάζουν την πορεία της επιχείρησης.

Έτσι στο παρόν κεφάλαιο παρουσιάζεται ανάλυση του εξωτερικού περιβάλλοντος, swot analysis, μια ανάλυση των δυνάμεων του Porter και το πως επιδρούν στην ανάπτυξη και στη βιωσιμότητα της εταιρείας, μία χρηματοοικονομική ανάλυση του κλάδου και το πώς έχει επηρεασθεί από την οικονομική ύφεση της Ελλάδας, οι επενδύσεις της και το ανταγωνιστικό της πλεονέκτημα.

### **7.1 ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ ΜΑΚΡΟΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ**

Οι σημαντικότεροι παράγοντες που επηρεάζουν την επιχείρηση από το εξωτερικό της περιβάλλον είναι οι εξής:

#### **-Οικονομικοί Παράγοντες**

Οι αλλαγές στους οικονομικούς παράγοντες αποτελούν σίγουρα τη μεγαλύτερη απειλή για τις οικονομικές μονάδες και τις βιομηχανίες στη χώρα μας. Η οικονομική ύφεση έχει οδηγήσει στο κλείσιμο πολλών επιχειρήσεων και στη μεταφορά παραγωγικών μονάδων αλλά και ολόκληρων επιχειρήσεων εκτός γεωγραφικών συνόρων.

Παρόλα αυτά την εταιρεία Παπαδοπούλου οι οικονομικές αλλαγές δεν την έχουν επηρεάσει σε μεγάλο βαθμό. Αυτό φυσικά είναι αποτέλεσμα του μεγέθους της και της υγιούς οικονομικής της κατάστασης. Η εταιρεία μέσα στο 2012 αύξησε τις πωλήσεις της και τα κέρδη της, διατήρησε τα μερίδια αγοράς της, δεν πραγματοποίησε

περικοπές μισθών και ανθρώπινου δυναμικού και τέλος το πιο αξιοσημείωτο γεγονός είναι τα σχέδια της για νέες επενδύσεις οι οποίες και υλοποιήθηκαν μέσα στο 2013.

Επιπλέον, η εταιρεία δε θα μπορούσε να μη μείνει επηρεαζόμενη από τη δραματική αύξηση της ανεργίας και τη μείωση στα εισοδήματα των καταναλωτών. Αυτό οδήγησε την εταιρεία στο να ακολουθήσει εκτεταμένη πολιτική προσφορών, με συνέπεια τα προϊόντα της να πωλούνται σε τιμές χαμηλότερες κατά 5 με 10% σε σχέση με το 2011.

#### -Πολιτικοοικονομικοί παράγοντες

Φυσικά οι αλλαγές στους πολιτικοοικονομικούς παράγοντες δε θα μπορούσαν να μην αποτελούν απειλή για την εταιρεία και συγκεκριμένα οι φορολογικές αλλαγές όπως η αύξηση στο φόρο εισοδήματος. Παρόλα αυτά η εταιρεία κατάφερε να απορροφήσει το φόρο χωρίς να αυξήσει τις τιμές των προϊόντων της.

Επιπλέον ένα σύνολο από κανονισμούς που ισχύουν τόσο στην εγχώρια αγορά αλλά στην Ευρωπαϊκή Ένωση επιδρούν στην καθημερινή λειτουργία της εταιρείας. Στο αυστηρό αυτό νομοθετικό πλαίσιο υπάρχουν κανόνες και οδηγίες για την ποιότητα των πρώτων υλών, τη σωστή συντήρηση των προϊόντων αλλά και τον ασφαλή και υγιεινό περιβάλλον εργασίας. Τέλος οι έλεγχοι από τα υγειονομικά ινστιτούτα της χώρας είναι αρκετά συχνοί.

#### -Κοινωνικοπολιτιστικοί παράγοντες

Ο βασικότερος παράγοντας που επιδρά στην εταιρεία είναι η αλλαγή στις προτιμήσεις των καταναλωτών. Οι Έλληνες καταναλωτές στρέφονται πλέον σε ελληνικά προϊόντα. Αυτή η ελληνικότητα αποτελεί πλέον σοβαρό κριτήριο επιλογής σε όλο και μεγαλύτερο τμήμα καταναλωτών. Τα προϊόντα Παπαδοπούλου συνδυάζουν την ελληνικότητα με τη σωστή τιμή και αυτό τους δίνει συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι των προϊόντων των ανταγωνιστών τους.

Φυσικά η τάση που έχει δημιουργηθεί από τη νέα γενιά καταναλωτών είναι η υιοθέτηση μιας υγιεινής στάσης ζωής γεγονός που οδήγησε την εταιρεία στην παραγωγή και το λανσάρισμα προϊόντων με αλεύρι ολικής αλέσεως, μπισκότων με δημητριακά και προϊόντων χαμηλά σε νάτριο αλλά και χωρίς trans λιπαρά.

#### -Δημογραφικοί παράγοντες

Η δημογραφική διάσταση της περιβαλλοντικής ανάλυσης που επηρεάζει την εταιρεία αφορά τη γεωγραφική κατανομή του εισοδήματος αλλά και το εθνικό μείγμα που έχει αλλάξει πολύ τα τελευταία χρόνια.

Στην Ελλάδα σύμφωνα με τα επίσημα στατιστικά της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής τα γεωγραφικά διαμερίσματα της Ηπείρου αλλά και της Βόρειας Ελλάδας είναι τα πιο φτωχά. Γεγονός που η εταιρεία πρέπει να λάβει υπόψη της για τη διάθεση των προϊόντων της.

Το μέγεθος της μετανάστευσης στη χώρα μας είναι από τα μεγαλύτερο στην Ευρώπη και αποτελείται από ένα κράμα εθνικοτήτων και διαφορετικών κουλτούρων. Είναι ένα σημάδι που μπορεί να επηρεάσει αλλά και πρέπει να λάβει υπόψη της η εταιρεία.

#### -Τεχνολογικοί παράγοντες

Το επίπεδο της τεχνολογίας είναι από τους καθοριστικότερους παράγοντες επιρροής μιας εταιρείας καθώς η άμεση προσαρμογή της στις νέες τάσεις είναι σημάδι βιωσιμότητας. Η Ε.Ι Παπαδοπούλου έχει προσαρμοστεί στα νέα τεχνολογικά δεδομένα τόσο σε επίπεδο παραγωγής αλλά και σε διάφορους άλλους τομείς όπως η εικόνα της επιχείρησης και η προώθηση των προϊόντων της. Διαθέτοντας 4 υπερσύγχρονα εργοστάσια έχει καταφέρει με τη βοήθεια της τεχνολογίας να δημιουργεί καινοτόμα προϊόντα (μπάρες δημητριακών) τα οποία συμβάλουν θετικά στο ρυθμό ανάπτυξης στην εταιρεία. Σημαντικά βήματα πραγματοποιεί και στον τρόπο διανομής των προϊόντων μέσα από αυτοματοποιημένες διαδικασίες οι οποίες αναφέρονται σε επόμενο κεφάλαιο.

#### -Παγκόσμιοι παράγοντες

Το παγκόσμιο περιβάλλον είναι το γενικό περιβάλλον που δρα η επιχείρηση δεδομένου πως δεν υπάρχουν σύνορα και περιορισμοί που να περιορίζουν την εταιρεία σε εθνικό επίπεδο. Έτσι η εταιρεία την τελευταία δεκαετία έχει αναπτύξει αξιοσημείωτες διεθνείς δραστηριότητες. Μέσα από μελέτες και έρευνα αγοράς η εταιρεία έχει καταφέρει να εξάγει τα προϊόντα της σε πολλές κυρίως ευρωπαϊκές χώρες. Η εταιρεία μελετώντας τα χαρακτηριστικά της αγοράς που την ενδιαφέρει να

επεκτείνει τις δραστηριότητες της αλλά και τις αλλαγές των αγορών που ήδη δραστηριοποιείται καταφέρνει να διεισδύει σε όλο και περισσότερες διεθνείς αγορές.

## **7.2 ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ ΜΙΚΡΟΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ**

Οι παράγοντες που επιδρούν στην επιχείρηση από το εξωτερικό μικροπεριβάλλον της μπορούν να αναλυθούν με τη βοήθεια των πέντε δυνάμεων του Porter.

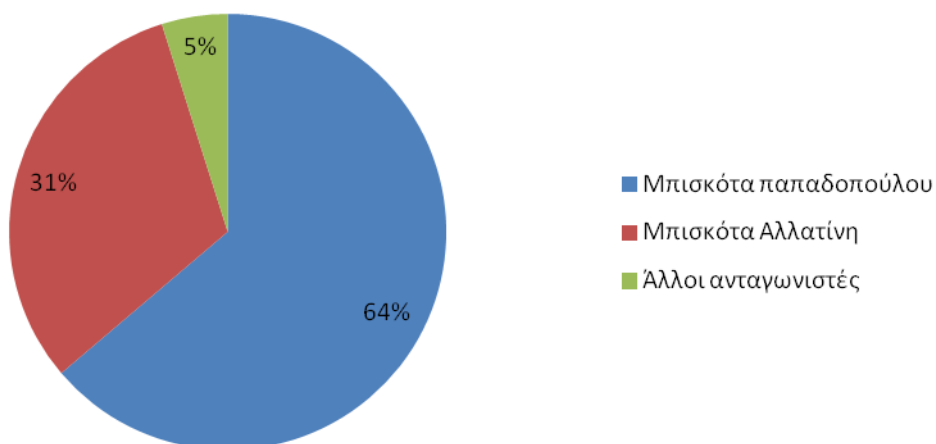
### **ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ 5 ΔΥΝΑΜΕΩΝ ΤΟΥ PORTER**

Το μοντέλο του Porter περιέχει πέντε ανταγωνιστικές δυνάμεις οι οποίες αναλύουν την ένταση του ανταγωνισμού στο κλάδο, που δραστηριοποιείται η επιχείρηση. Οι δυνάμεις αυτές είναι :

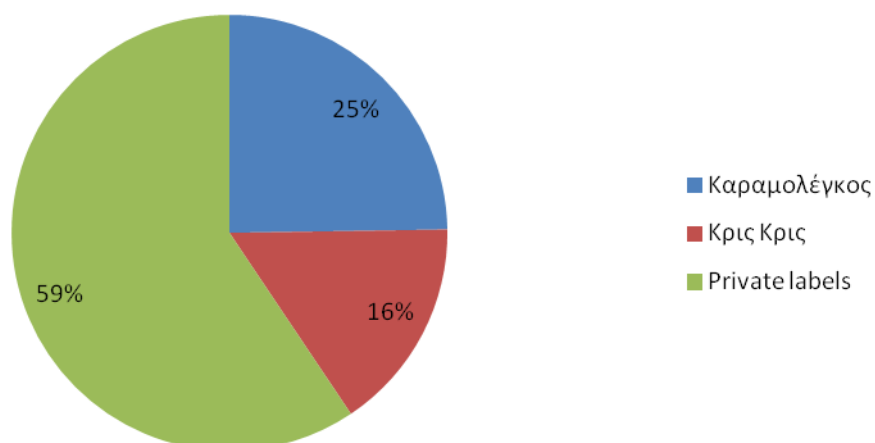
#### **Υφιστάμενος ανταγωνισμός**

Ο ανταγωνισμός που αντιμετωπίζει η εταιρεία ποικίλει ανάλογα με τις κατηγορίες των προϊόντων της. Σε γενικά πλαίσια ο κύριος ανταγωνιστής της είναι ο όμιλος εταιριών ELBISCO. Στο κλάδο των μπισκότων η εταιρεία κατέχει το μερίδιο της αγοράς με 65,2% έναντι των μπισκότων Αλλατίνη. Στον τομέα της φρυγανιάς βρίσκεται δεύτερη με μερίδιο αγοράς 32%. Στην αγορά του ψωμιού στον οποίο τώρα εισέρχεται η επιχείρηση έχει να αντιμετωπίσει την αρτοβιομηχανία Καραμολέγκος Α.Ε με μερίδιο αγοράς 25% , το ψωμί Κρις Κρις που ανήκει στην εταιρεία ELBISCO με μερίδιο γύρω στο 16% και τέλος κύριος ανταγωνιστής με συντριπτική κατοχή του μεριδίου αγοράς 60% είναι τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας (private labels) λόγω της χαμηλής – ανταγωνιστικής τιμής τους.

### Κλάδος μπισκότων



### Κλάδος Ψωμιού



#### Απειλή εισόδου νέων ανταγωνιστών στο κλάδο

Η επιχείρηση λόγω του μεγέθους της και των δυνάμεων της, δε δείχνει να απειλείται από νέους ανταγωνιστές. Όσον αφορά τον κλάδο των μπισκότων, τόσο τα μπισκότα Παπαδοπούλου όσο και οι υπάρχοντες ανταγωνιστές κατέχουν μεγάλα μερίδια αγοράς και έχουν σταθερούς καταναλωτές τα τελευταία χρόνια. Συνεπώς η είσοδος νέων ανταγωνιστών είναι αρκετά δύσκολη. Στην κατηγορία των φρυγανιών τα μερίδια των οποίων κρατούν η ELBISCO και η Ε.Ι Παπαδοπούλου εισήρθε

πρόσφατα οι Chirita με τις 7 Days Φρυγανιές Παξιμαδιού διεκδικώντας το 15% του μεριδίου αγοράς. Η είσοδος ενός νέου ανταγωνιστή με προϊόν το οποίο δεν υπάρχει παρόμοιο στον κλάδο (φρυγανιές παξιμαδιού) αποτελεί σίγουρα απειλή για την επιχείρηση αφού είναι ένα καινοτόμο προϊόν που θα μπορούσε να της αποσπάσει μερίδια αγοράς. Τέλος ο κλάδος των ψωμιών χαρακτηρίζεται από μεγάλο ανταγωνισμό. Χαρακτηριστικό γεγονός είναι ότι η είσοδος της εταιρείας Παπαδοπούλου έγινε λίγο μετά την αποχώρηση της αρτοβιομηχανίας Κατσέλη από τον κλάδο η οποία διατηρούσε το 40% του μεριδίου αγοράς. Αυτό σε συνδυασμό με την ύπαρξη πολλών ιδιωτικών ετικετών και της πολυετούς πείρας των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στο χώρο αλλά και της μεγάλης αναγνωρισιμότητας των εμπορικών τους σημάτων, δείχνει τη δυσκολία να εισέλθει μια νέα εταιρεία στον κλάδο αυτό. Παρόλα αυτά ο κλάδος του ψωμιού αποτελεί έναν ισχυρό και ανθεκτικό κλάδο. Σύμφωνα με περσινή μελέτη της ICAP Group, προ κρίσης η συνολική εγχώρια κατανάλωση βιομηχανοποιημένου ψωμιού το διάστημα 1995-2010 αυξανόταν με μέσο ετήσιο ρυθμό μεταβολής 5%, ενώ την προηγούμενη διετία αυξήθηκε με μέσο ετήσιο ρυθμό μεταβολής 1,2%. Όπως σημειώνεται, το 2010 το ψωμί για τοστ κάλυψε το 68,8% της συνολικής κατανάλωσης. Με βάση αυτές τις έρευνες μια ακόμα εταιρεία η Vivartia αποφάσισε να εισέρθει στον κλάδο και έτσι στα τέλη Αυγούστου ξεκίνησε πανελλαδικά, σε μικρά σημεία πώλησης, η διάθεση πέντε κωδικών ψωμιού. Τα προϊόντα πωλούνται στη Θεσσαλονίκη και η Vivartia φιλοδοξεί ότι θα της δώσουν ηγετική θέση στη μικρή αγορά λόγω των πολύ ανταγωνιστικών τιμών τους.

### **Απειλή υποκατάστατων προϊόντων**

Τα υποκατάστατα προϊόντα μπορούν να προκαλέσουν διάφορα προβλήματα στις επιχειρήσεις κυρίως όταν παρουσιάζουν κοντινά χαρακτηριστικά. Στον κλάδο που δραστηριοποιείται η εταιρία Παπαδοπούλου παρουσιάζονται πολλά παρόμοια προϊόντα τα οποία μπορούν να καταναλωθούν για τον ίδιο σκοπό. Τα πιο κοντινά υποκατάστατα των μπισκότων μπορούν να θεωρηθούν τα κουλούρια, τα οποία μπορούν να βρεθούν στην αγορά σε πολύ πιο χαμηλές τιμές. Ως υποκατάστατο της φρυγανιάς θεωρούνται το ψωμί, τα κριτσίνια, τα παξιμάδια και διάφορα άλλα αρτοπαρασκευάσματα όπως τα κρουασάν. Κύριο υποκατάστατο του ψωμιού είναι η φρυγανιά. Συνεπώς στον συγκεκριμένο κλάδο τα υποκατάστατα προϊόντα είναι πολλά

και διαφορετικά και γι αυτό το λόγο η απειλή των υποκατάστατων προϊόντων είναι μεγάλη.

### **Διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών**

Οι αγοραστές των προϊόντων μπισκότων και αρτοπαρασκευασμάτων είναι πολλοί. Οι κύριοι αγοραστές είναι οι μεγάλες αλυσίδες supermarket, που εκφράζουν τον κύριο όγκο κατανάλωσης στο δίκτυο ευρείας διανομής. Τα περίπτερα, τα ψιλκατζίδικα και διάφορα πρατήρια άρτου τα οποία εκφράζουν τον κύριο όγκο της επιλεκτικής διανομής και σε μικρότερο βαθμό τα κυλικεία διαφόρων υπηρεσιών.

Στον κλάδο υπάρχουν πολλά παρόμοια προϊόντα καθώς και προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας. Οι επιχειρήσεις λόγω του έντονου ανταγωνισμού που επικρατεί προσπαθούν μέσω πακέτων προσφορών και άλλων προωθητικών ενεργειών να πετύχουν την καλύτερη συμφωνία για την προνομιακή τοποθέτηση των προϊόντων τους στα ράφια των σημείων πώλησης.

Βλέπουμε λοιπόν ότι λόγω των παραπάνω οι αγοραστές μπορούν να αλλάξουν προμηθευτές χωρίς μεγάλο κόστος καθιστώντας την διαπραγματευτική τους δύναμη ισχυρή.

### **Διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών**

Γενικά η διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών κρίνεται μικρή στον κλάδο. Οι πρώτες ύλες για τα μπισκότα και τα διάφορα αρτοπαρασκευαστικά είδη διατίθενται από διάφορες επιχειρήσεις και οι κύριες πρώτες ύλες είναι το αλεύρι και τα διάφορα σιτηρά. Επομένως το κόστος μεταπήδησης για κάποια επιχείρηση είναι μικρό.

Παρόλα αυτά υπάρχουν περιπτώσεις όπου ο προμηθευτής μπορεί να βρεθεί σε θέση ισχύος. Αυτό συμβαίνει όταν ο προμηθευτής παράγει αποκλειστικά κάποια εξειδικευμένη πρώτη ύλη για συγκεκριμένα προϊόντα είτε λόγω κλιματικών συνθηκών (λχ μακεδονικά κριτσίνια), είτε λόγω καινοτομίας (πολυδημητριακά digestive). Οι περιπτώσεις αυτές θεωρούνται μεμονωμένες.

## 7.3 ΑΝΑΛΥΣΗ SWOT

<p><u><b>Δυνάμεις</b></u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Ηγέτης στον κλάδο των μπισκότων</li><li>• Ελληνικά προϊόντα</li><li>• Κατοχή καινοτομίας των πολυδημητριακών</li><li>• Δεκάδες διακρίσεις</li><li>• Υγιής οικονομική κατάσταση</li><li>• Σύγχρονος τεχνολογικός εξοπλισμός</li><li>• Διεθνής Δραστηριότητα</li></ul>	<p><u><b>Αδυναμίες</b></u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Μεγάλος ανταγωνισμός στον κλάδο του ψωμιού</li><li>• Δυσκολία εξαγωγής λόγω της φύσης του προϊόντος (φρέσκο ψωμί)</li></ul>
<p><u><b>Ευκαιρίες</b></u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Στροφή των καταναλωτών σε υγιεινή διατροφή</li><li>• Στροφή των καταναλωτών στα ελληνικά προϊόντα</li></ul>	<p><u><b>Απειλές</b></u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Αύξηση στο συντελεστή φορολογίας εισοδήματος</li><li>• Αύξηση τιμών των υλών</li><li>• Αύξηση του ενεργειακού κόστους</li><li>• Ενδεχόμενη μείωση της αγοραστικής δύναμης των καταναλωτών</li><li>• Αστάθεια στο οικονομικό και κοινωνικό περιβάλλον</li></ul>

Στην παραπάνω ανάλυση SWOT διακρίνονται οι μεταβλητές που επηρεάζουν τη λειτουργία της εταιρείας τόσο στο εσωτερικό της περιβάλλον όσο και στο γενικό εξωτερικό περιβάλλον.

### **Δυνάμεις**

Τα μπισκότα Παπαδοπούλου κατέχουν την πρώτη θέση στην αγορά των μπισκότων με μερίδιο αγοράς 65,2%. Μεγάλο τους επίτευγμα είναι η καινοτομία τους στα μπισκότα Digestive και digestive bars, αφού αποτελούν τα πρώτα δημητριακά από



μπισκότο. Επιπλέον παράγουν προϊόντα άριστης ποιότητας, τα οποία έχουν διακριθεί με δεκάδες βραβεία. Αυτό σε συνδυασμό με τη λογική τιμή πώλησης τους και την ελληνικότητα τους καθιστούν τα προϊόντα Παπαδοπούλου πρώτα στην επιλογή των καταναλωτών. Τη δυναμικότητα της εταιρείας δείχνει και η μεγάλη της εξαγωγική δραστηριότητα.

### **Αδυναμίες**

Το πρόβλημα που παρουσιάζεται για την επιχείρηση είναι η είσοδος στην αγορά του ψωμιού. Στο κλάδο αυτό έχει να αντιμετωπίσει το μεγάλο ανταγωνισμό τόσο των άλλων επιχειρήσεων όσο και των ιδιωτικών ετικετών οι οποίες κατέχουν το μεγαλύτερο μερίδιο της αγοράς. Τέλος ένα ακόμα γεγονός που μπορεί να θεωρηθεί εμπόδιο για την εταιρεία είναι η αδυναμία εξαγωγής των νέων προϊόντων λόγω της μικρής διάρκειας ζωής τους.

### **Ευκαιρίες**

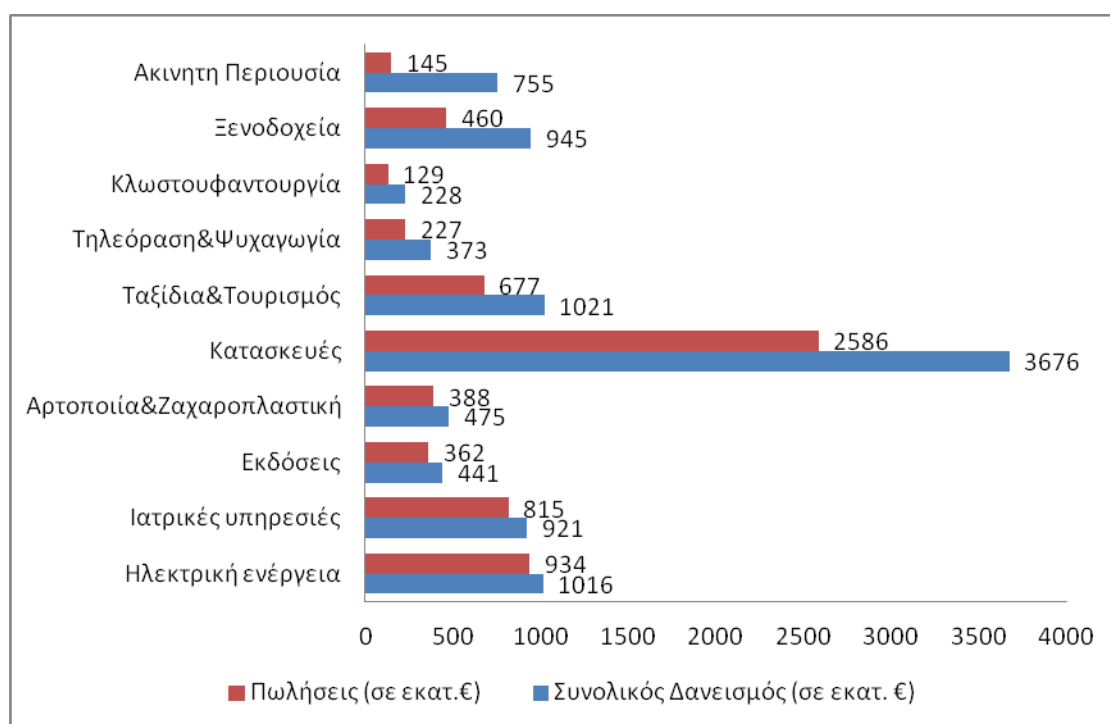
Η εταιρεία Παπαδοπούλου έχοντας γνώση για τις συνθήκες που επικρατούν στην αγορά και στον καθημερινό ρυθμό αλλαγής του εξωτερικού της περιβάλλοντος κατάφερε να προσαρμοστεί στις νέες ανάγκες των καταναλωτών της. Συνεπώς με τη δημιουργία των πολυδημητριακών digestive και το λανσάρισμα γνωστών μπισκότων όπως τα πτι μπερ και τα μιλάντα Παπαδοπούλου με αλεύρι ολικής άλεσης και μαύρη σοκολάτα καταφέρνουν να καλύψουν την ανάγκη των καταναλωτών για μια πιο υγιεινή και ισορροπημένη διατροφή. Τέλος η οικονομική κρίση έχει στρέψει τους καταναλωτές στην αναζήτηση και κατανάλωση ελληνικών προϊόντων. Μια τάση η οποία βοηθάει την επιχείρηση να παραμένει πρώτη στην επιλογή των Ελλήνων.

### **Απειλές**

Οι κίνδυνοι που παρουσιάζονται στο εξωτερικό περιβάλλον της εταιρείας έχουν σχέση κυρίως με τις συνεχείς αλλαγές στο οικονομικοκοινωνικό περιβάλλον της χώρας. Έτσι απειλές για τη βιωσιμότητα της εταιρείας αποτελούν η αύξηση στο συντελεστή του φόρου εισοδήματος από 20% σε 26% , οι αυξήσεις στις πρώτες ύλες και το ενεργειακό κόστος και φυσικά μια πιθανή μείωση της αγοραστικής δύναμης των καταναλωτών λόγω της μείωσης των εισοδημάτων τους.

## 7.4 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΑΡΤΟΠΟΪΑΣ ΚΑΙ ΖΑΧΑΡΟΠΛΑΣΤΙΚΗΣ

Σύμφωνα με έρευνα της Grant Thornton για τις επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης στις ελληνικές επιχειρήσεις, οι εταιρείες του κλάδου παρουσιάζουν αρνητικό κεφάλαιο κίνησης το 2012 κατά 262 εκατομμύρια €. Όσον αφορά τις πωλήσεις του κλάδου κατά το 2012 βλέπουμε ότι ο κλάδος αδυνατεί να καλύψει τις δανειακές του υποχρεώσεις.



Πηγή : Grant Thornton 2013

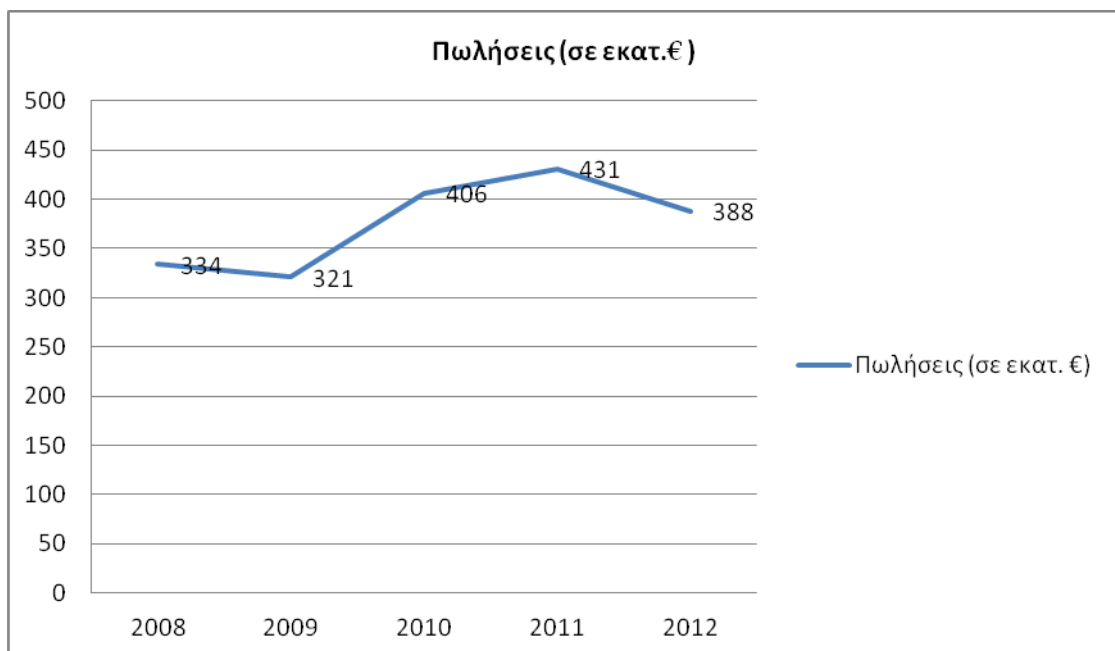
Το κεφάλαιο κίνησης του κλάδου αν και το 2010 εμφάνισε προσωρινή αύξηση η οποία οφειλόταν κυρίως σε μια εκ των εταιρειών του κλάδου Chipita, η οποία απορρόφησε τον κλάδο «παραγωγής και εμπορίας προϊόντων αρτοποιίας και ζαχαρωδών» της τότε μητρικής της εταιρείας Vivartia ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ Α.Ε.

Παρόλα αυτά το 2012 ο κλάδος παρουσίασε αρνητικό κεφάλαιο κίνησης το οποίο οφείλεται κυρίως στη μείωση των εμπορικών απαιτήσεων του κλάδου.



Πηγή : Grant Thornton 2013

Οι Πωλήσεις του κλάδου καταδεικνύουν την κάμψη που εμφανίζει ο κύκλος διαχρονικά δεδομένων των μετασχηματισμών που έλαβαν χώρα το 2012



Πηγή : Grant Thornton 2013

### **Κλάδος των μπισκότων**

Ο κλάδος των μπισκότων βρίσκεται σε συνεχή άνοδο και όλα δείχνουν ότι μέχρι στιγμής δεν έχει επηρεαστεί καθόλου από την οικονομική κρίση. Το εντυπωσιακό

στις έρευνες που δημοσιεύονται είναι ότι η αύξηση των πωλήσεων δεν βασίζεται στη μείωση των τιμών που όλες οι μεγάλες εταιρείες έχουν πραγματοποιήσει.

Αναλυτικότερα η αύξηση σε όγκο πωλήσεων για τους πρώτους δέκα μήνες του 2012, σε σχέση με το αντίστοιχο διάστημα του 2011, ήταν 4,1% , ενώ η αύξηση σε αξία πωλήσεων ήταν 4,2%.

Τα γλυκά μπισκότα αποτελούν το δημοφιλέστερο προϊόν του κλάδου, το μερίδιό των οποίων ανήλθε στο 87% της συνολικής αγοράς των προϊόντων και παρουσίασαν ομοιόμορφη ανάπτυξη, τόσο σε όγκο (4,4%), όσο και σε αξία πωλήσεων (4,8%). ακολουθούν τα αλμυρά μπισκότα τα οποία επίσης σημείωσαν ανάπτυξη, αν και μικρότερη (1,7% σε όγκο, 1,1% σε αξία).

Μεγάλη όμως είναι και η ανάπτυξη του μεριδίου σε όγκο των μπισκότων ιδιωτικής ετικέτας (private label) η οποία άγγιξε το 20% στο πρώτο δεκάμηνο του 2012, σε σχέση με το αντίστοιχο διάστημα του 2011. Το γεγονός αυτό φυσικά οφείλεται στη τιμολογιακή πολιτική που ακολουθούν η οποία είναι πολύ ανταγωνιστική. Η αύξηση του μεριδίου τους σε αξία ήταν 12,9%. Το μερίδιο των μπισκότων private labels στο σύνολο της αγοράς του προϊόντος έφτασε φέτος στο 14,5%, έναντι 13% το 2011 και 9% το 2010.

#### **Μπισκότα: Όγκος πωλήσεων (σε χιλ. κιλά)**

	Πρώτο δεκάμηνο 2011	Πρώτο δεκάμηνο 2012	Μεταβολή
Μπισκότα Σύνολο	14.238,9	14.817,7	4,1%
Γλυκά μπισκότα	12.399,3	12.946	4,4%
Αλμυρά μπισκότα	1.839,6	1.871,7	1,7%
Ιδιωτική ετικέτα	1.788,1	2.152,1	20,4%

Πηγή: SymphonyIRI, 2013

### Μπισκότα: Αξία πωλήσεων (σε χιλ. ευρώ)

	Πρώτο δεκάμηνο 2011	Πρώτο δεκάμηνο 2012	Μεταβολή
Μπισκότα Σύνολο	79.191,1	82.501,3	4,2%
Γλυκά μπισκότα	66.317,5	69.487,8	4,8%
Αλμυρά μπισκότα	12.873,6	13.013,5	1,1%
Ιδιωτική ετικέτα	7.614,5	8.596,2	12,9%

Πηγή: SymphonyIRI, 2013

## 7.5 ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ

### Κλάδος μπισκότων

Στον κλάδο αυτό τα μπισκότα Παπαδοπούλου κυριαρχούν στην ελληνική αγορά. Όπως αναφέραμε στον κλάδο των μπισκότων ο μεγάλος ανταγωνιστής της εταιρείας είναι τα μπισκότα «Αλλατίνη» του ομίλου ELBISCO. Τα μπισκότα Αλλατίνη κατέχουν το δεύτερο μεγαλύτερο μερίδιο της αγοράς (31%).



Τα μπισκότα Αλλατίνη διαθέτουν αρκετά ανταγωνιστική ποικιλία προϊόντων παρόμοια με αυτή των μπισκότων Παπαδοπούλου η οποία περιλαμβάνει μπισκότα πι

μπερ, cookies, γεμιστά, digestive με αλεύρι ολικής άλεσης και τα soft kings τα οποία είναι και τα πιο πετυχημένα μπισκότα της Αλλατίνη. Ακόμα ένα κοινό σημείο με τα μπισκότα Παπαδοπούλου είναι ότι και τα μπισκότα Αλλατίνη είναι 100% ελληνικά προϊόντα.

Τέλος η ELBISCO προσπαθεί με διάφορες ενέργειες να αυξήσει το μερίδιο αγοράς της όπως λανσάρισμα των προϊόντων με νέες συσκευασίες, καινοτομίες στη γεύση (τα πτι μπερ με γεύση σοκολάτα ήταν τα πρώτα που λανσαρίστηκαν στην ελληνική αγορά), προωθητικές ενέργειες όπως πακέτα προσφορών και διαφημιστικά μηνύματα.

### **Κλάδος φρυγανιάς**



Οι φρυγανιές Elite είναι πρώτες στον κλάδο και αποτελούν και τις πρώτες τυποποιημένες φρυγανιές στην Ελλάδα. Διατηρούν το μερίδιο τους με αρκετές καινοτομίες τόσο στις γεύσεις που λανσάρουν αλλά και στις συσκευασίες τους. Έτσι η εταιρεία Παπαδοπούλου έχει να ανταγωνιστεί μεταξύ των άλλων στρογγυλές φρυγανιές, φρυγανιές σε σχήμα ψωμιού, χωριάτικες, ολικής αλέσεως, σταρένιες, με σίκαλη αλλά και χωρίς ζάχαρη και αλάτι.

Επιπλέον οι φρυγανιές έχουν πρακτικές συσκευασίες για εύκολο άνοιγμα και κλείσιμο και προσφέρονται σε συσκευασίες προσφορών κάνοντας τις αρκετά ελκυστικές στους έλληνες καταναλωτές.

## Κλάδος του ψωμιού

Ο κλάδος αυτός στον οποίο εισήρθε πρόσφατα η εταιρεία Παπαδοπούλου είναι και ο κλάδος που έχει να αντιμετωπίσει το μεγαλύτερο ανταγωνισμό τόσο από άλλες ισχυρές εταιρείες του κλάδου αλλά και από συσκευασμένο ψωμί με ιδιωτική ετικέτα.

Οι κυριότεροι ανταγωνιστές είναι :

-το ψωμί για τост Καραμολέγκος και

-το ψωμί Κρις Κρις του ομίλου ELBISCO



Το ψωμί για τост Καραμολέγκος κατέχει τα πρωτεία στον κλάδο και έχει μια μεγάλη ποικιλία ψωμιού που ικανοποιεί όλους τους καταναλωτές. Έτσι λοιπόν διαθέτει ψωμί σταρένιο, ολικής αλέσεως με προζύμι, πολύσπορο, σικάλεως με προζύμι καθώς και καινοτομίες με ψωμί χωρίς ψίχα και τις «φωλιές» το οποίο είναι το μοναδικό διπλωτό ψωμί για τост.

Όσον αφορά τις συσκευασίες υπάρχουν οικογενειακές και μίνι σε πολύ ανταγωνιστικές τιμές



Το ψωμί Κρις Κρις αποτελεί ένα ψωμί συνυφασμένο με την καινοτομία και αποσπάει κάθε χρόνο πολλές διακρίσεις. Αυτή τη στιγμή κυκλοφορούν στην αγορά, ψωμί του τοστ υψηλής διατροφικής αξίας όπως με προσθήκη φυτικών στερολών για τη μείωση της χοληστερόλης, αλλά και ψωμί με ελληνικές γεύσεις όπως το Κρις Κρις «Τόστιμο!» με γεύση μεσογειακό με ρίγανη και ελαιόλαδο αλλά και το Κρις Κρις «Τόστιμο!» με γεύση τσουρέκι με αυθεντική μαστίχα Χίου.

Τα βραβεία για το Κρις Κρις είναι δεκάδες τόσο για τις γεύσεις του αλλά και την ποιότητα του, μεταξύ αυτών το Κρις Κρις «Τόστιμο!» έχει κατακτήσει βραβεία ανώτερης γεύσεις στα Superior Taste Awards 2010, 2012 και 2013 και οι Κρις Κρις «Φέτες Ζωής» έχουν τιμηθεί με μετάλλια ποιότητας από το ινστιτούτο Monde Selection στις Βρυξέλλες το 2011 και το 2013.

Αξίζει όμως να αναφερθούμε και στο συσκευασμένο ψωμί του τοστ ιδιωτικής ετικέτας. Όπως έχει ήδη αναφερθεί τα private labels κατέχουν το 50% στο λευκό συσκευασμένο ψωμί και το 30% επί του συνόλου της αγοράς και αποτελούν το μεγαλύτερο πλήγμα για τα μερίδια των άλλων εταιρειών. Ο σκοπός όλων των μεγάλων εταιρειών είναι να αποσπάσουν μερίδια από αυτήν την κατηγορία, κάτι που φαίνεται να επιτυγχάνεται.

Οι παράγοντες της αγοράς αναφέρουν πως με την ανατροπή των δεδομένων τους τελευταίους μήνες, τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας χάνουν τα πρωτεία του κλάδου εξαιτίας του γεγονότος ότι οι κυρίαρχες εταιρείες της αγοράς αναγκάστηκαν να λανσάρουν πακέτα με προσφορές και μειωμένες τιμές με συνέπεια και οι



καταναλωτές να τους προτιμήσουν λόγω φυσικά και της υψηλότερης ποιότητας τους σε σχέση με αυτά των ιδιωτικών ετικετών. Συνεπώς πήραν όλοι μερίδια από τα private label, το ποσοστό των οποίων τους τελευταίους μήνες αρχίζει και μειώνεται.

## **7.6 ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ**

Η κίνηση της εταιρίας να ανοιχτεί επιχειρηματικά σε μια νέα αγορά έχει μεγάλη σημασία τόσο για την πορεία της επιχείρησης όσο και για την ελληνική οικονομία αφού μια αμιγώς ελληνική επιχείρηση συνεχίζει να επενδύει εντός συνόρων, δημιουργώντας μάλιστα και 55 νέες θέσεις εργασίας και ένα νέο εργοστάσιο.

Η είσοδος της στην αγορά συσκευασμένου ψωμιού ανέρχεται στα 6 εκατομμύρια και στόχος της είναι τα επόμενα τρία χρόνια η κατάκτηση 30% του μερίδιο αγοράς. Σύμφωνα με την πρόεδρο της εταιρείας αν και είναι αρκετά φιλόδοξος στόχος είναι επιτεύξιμος αφού

-η αγορά ακολουθεί αύξουσα πορεία με ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης 3%.

-τα προϊόντα της εταιρίας είναι σε θέση να αποσπάσουν μερίδια από τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας

-τα νέα προϊόντα θα διατίθενται σε χαμηλότερη τιμή από αυτά των ανταγωνιστριών εταιριών.

## **7.7 ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ**

Η εταιρεία Παπαδοπούλου έχει εδραιωθεί εδώ και πάρα πολλά χρόνια στην ελληνική αγορά και έχει αποκτήσει την εμπιστοσύνη των καταναλωτών. Αυτό που την έχει καθιερώσει όλα αυτά τα χρόνια είναι ο συνδυασμός πολλών στοιχείων όπως :

-η καθιέρωση ενός ισχυρού brand name που συνοδεύει τα προϊόντα της

-η ιστορία της επιχείρησης που μετρά πάνω από 90 χρόνια

-η ελληνικότητα των προϊόντων της

-το μέγεθος της επιχείρησης όπου την καθιστά μια από τις μεγαλύτερες ελληνικές βιομηχανίες

-η αξεπέραστη ποιότητα των προϊόντων

-η καινοτομία τόσο των προϊόντων όσο και των συσκευασιών (μπισκότα πολυδημητριακών, λειτουργικές συσκευασίες κτλ. )

-η άμεση ανταπόκριση στις ανάγκες των καταναλωτών (πχ. η δημιουργία προϊόντων ολικής αλέσεως ή χωρίς αλάτι, με φυτικές ίνες κτλ)

Όλα αυτά τα στοιχεία είναι που τη διαφοροποιούν από τους ανταγωνιστές της και την έχουν εδραιώσει στην πρώτη επιλογή των Ελλήνων καταναλωτών εδώ και πάρα πολλά χρόνια.

## **7.8 ΔΙΑΤΗΡΗΣΗ ΕΛΛΗΝΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ**

Στις αρχές της δεκαετίας του '90 ο γαλλικός όμιλος BSN αγοράζει το 10% των μετοχών της εταιρείας Παπαδοπούλου και ξεκινάει μια νέα σελίδα για την εταιρεία. Το 1994 η γαλλική Danone συμμετέχει στο 40% των μετοχών και το 1995 στο 60%. Παρόλα αυτά όμως η συμμαχία αυτή δεν ήταν υπέρ της ελληνικότητας της εταιρείας και έτσι η διευθύντρια της εταιρείας αποφάσισε να ξαναπάρει πίσω το πλειοψηφικό πακέτο των μετοχών. Επιχείρημα που μόνο εύκολο δεν ήταν αφού η Danone είναι ένα κολοσσός όπου το 2010 είχε κύκλο εργασιών 17 δις Ευρώ έναντι 14,9 δις Ευρώ του 2009.

Η αμφίροπη μάχη κράτησε πολλά χρόνια. Αποφασιστικός σύμμαχος της ελληνικής πλευράς ήταν η απόφαση του γαλλικού ομίλου να αποχωρήσει από τη διεθνή αγορά της αρτοποιίας. Λίγες ημέρες προτού γίνει γνωστό ότι η ελληνική βιομηχανία περνά εξ ολοκλήρου στα χέρια της κυρίας Παπαδοπούλου, η Danone ανακοίνωσε ότι πούλησε τον κλάδο της αρτοποιίας στην Kraft.

Έτσι το έτος 2008 έληξε η περιπέτεια της εταιρείας και από τότε μέχρι αυτή τη στιγμή είναι 100% ελληνική εταιρεία.

Σύμφωνα με την ετήσια οικονομική έκθεση της εταιρείας του 2008 στην αρχή της οποίας αναφέρονται τα «σημαντικά γεγονότα» που έλαβαν χώρα το έτος 2008 και οδήγησαν στην πλήρη απόκτηση του ελέγχου της οικογενειακής επιχείρησης από την Ιωάννα Παπαδοπούλου, ενώ στην ενότητα Γενικές Πληροφορίες αναφέρεται ότι «Στις 31 Δεκεμβρίου 2008 η κ.α. Ιωάννα Παπαδοπούλου συμμετείχε άμεσα στο μετοχικό κεφάλαιο της Εταιρίας κατά 100%». Η επαναγορά των μετοχών πραγματοποιήθηκε με δάνειο από τις τράπεζες Alpha Bank και Eurobank ύψους 105 εκατ. €

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8: ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ

Ο όρος εταιρική κοινωνική ευθύνη αναφέρεται στις ενέργειες των επιχειρήσεων που αποσκοπούν στη συμβολή αντιμετώπισης περιβαλλοντικών και κοινωνικών ζητημάτων. Για την εταιρεία η εταιρική κοινωνική ευθύνη σημαίνει προσφορά και όχι μία ακόμη υποχρέωση στην ορολογία του σύγχρονου επιχειρείν αλλά προσφορά που χαρακτηρίζεται ανιδιοτελής, πρέπει να υπάρχει καθημερινά και να πηγάζει αβίαστα από την επιχείρηση.

Για τους κατόχους της εταιρείας η εταιρική κοινωνική ευθύνη είναι ένα σύνολο πράξεων με τις οποίες προσπαθούν να επιστρέψουν στην ελληνική αγορά μέρος της αγάπης και της εμπιστοσύνης που τους δείχνει εδώ και 91 χρόνια. Σκοπός ουσιαστικά της εταιρείας είναι να μοιράζει χαμόγελα σε όλο και περισσότερο κόσμο κάθε μέρα. Αυτά τα «χαμόγελα» όπως τα χαρακτηρίζει η εταιρεία είναι χωρισμένα σε κατηγορίες που όλες όμως απαρτίζουν μία κατηγορία και αυτή δεν είναι άλλη από την ίδια την κοινωνία ως σύνολο.

Η εταιρική υπευθυνότητα της εταιρείας στρέφει αρκετά την προσοχή της στα παιδιά. Τα παιδιά όπως υποστηρίζει η εταιρεία, η πλέον ευαίσθητη κοινωνική ομάδα, είναι το μέλλον. Οι ανάγκες πολλές και διαφορετικές. Από τη διατροφή και την εκπαίδευση, τον αθλητισμό, και τη ψυχαγωγία μέχρι τις δομές και τις υπηρεσίες πρόνοιας.

Όσον αφορά την εκπαίδευση η εταιρεία αναλαμβάνει και υποστηρίζει δράσεις που συμβάλλουν στην πνευματική και σωματική αγωγή των παιδιών καθώς και τη διάδοση της αξίας της καθημερινής και ισορροπημένης διατροφής που αποτελούν πρωταρχικής σημασίας ζήτημα για την εταιρεία Παπαδοπούλου.



Η εταιρεία Παπαδοπούλου τα τελευταία χρόνια βρίσκεται με ουσιαστικές δράσεις κοντά σε παιδιά όλων των ηλικιών. Ενδεικτικά αναφέρουμε:

1. Σχεδιασμός και οργάνωση προγραμμάτων εκπαιδευτικών επισκέψεων σχολείων στις εγκαταστάσεις του εργοστασίου της εταιρείας στον Ταύρο και στη Θεσσαλονίκη. Σκοπός αυτών των προγραμμάτων είναι να γνωρίσουν τα παιδιά τον όμορφο κόσμο του μπισκότου, να ξεναγηθούν στο εργοστάσιο και να παρακολουθήσουν τη δημιουργία ενός μπισκότου σε όλη τη διαδρομή του, από την επεξεργασία των πρώτων υλών του μέχρι και τη συσκευασία και αποθήκευσή του.

2. Συνεργασία με το Παιδικό Μουσείο.

Η εταιρεία Παπαδοπούλου αποτελεί φίλο και μόνιμο χορηγό του Παιδικού Μουσείου εδώ και 15 χρόνια με στόχο να προσφέρει στα παιδιά πολλαπλά ερεθίσματα και να κεντρίζει τη φαντασία και τη δημιουργικότητά τους, μέσα στο δικό τους χώρο, το δικό τους Μουσείο. Το έκθεμα «Κουζίνα» που χορηγεί κάθε χρόνο η Εταιρεία στεγάζεται σε έναν από τους χώρους του νεοκλασικού σπιτιού στην Πλάκα όπου είναι εγκατεστημένο το Μουσείο. Σε μια μικρή παραδοσιακή κουζίνα, τα παιδιά ζυμώνουν και ψήνουν μπισκότα, φορώντας ρόμπες και σκουφάκια που τους προμηθεύει η Εταιρεία με παραδοσιακές συνταγές και θρεπτικά αγνά υλικά. Η μαγειρική, υποστηρίζουν οι ειδικοί, θεωρείται σημαντική εκπαιδευτική δραστηριότητα γιατί εξασκεί τις αισθήσεις, καλλιεργεί το ομαδικό πνεύμα και επιβραβεύει τη δημιουργικότητα.

3. Συμμετοχή και ενίσχυση σχολικών εκδηλώσεων με θέμα την αγωγή της υγείας και τη διατροφή, προκειμένου να μπορέσουν τα παιδιά να κατανοήσουν την αξία της διατροφής.



Στην συνέχεια αναφέρουμε τις προσφορές της εταιρείας στον πολιτισμό και στη ψυχαγωγία :

1. Χορηγία παιδικών θεατρικών παραστάσεων
2. Μόνιμη συνεργασία με το Αττικό Ζωολογικό Πάρκο: Η εταιρεία Παπαδοπούλου αποτελεί μόνιμο χορηγό του Αττικού Ζωολογικού Πάρκου εδώ και 20 χρόνια. Η αγάπη και ο σεβασμός στα ζώα και στο φυσικό περιβάλλον είναι αξίες οι οποίες πρέπει να μεταδίδονται στα παιδιά από την πολύ μικρή τους ηλικία. Η επαφή των παιδιών μέσα από τις επισκέψεις και τα προγράμματα του ΑΖΠ, ενισχύουν την οικολογική τους συνείδηση ενώ τα βοηθά να έχουν καλή σχέση με το φυσικό περιβάλλον
3. Συμμετοχή σε εκδηλώσεις και παιδικές γιορτές σε παιδικούς σταθμούς, νηπιαγωγεία, δημοτικά και γυμνάσια σχολεία σε όλη την Ελλάδα.
4. Ενίσχυση θερινών κατασκηνώσεων πολύτεκνων οικογενειών και κοινωνικά ευπαθών ομάδων.
5. Στήριξη Οργανώσεων Προσκόπων και Σωμάτων Ελληνικού Οδηγισμού.



Η εταιρεία Παπαδοπούλου προσπαθεί να συνδράμει και να ενισχύει τους σκοπούς των οργανώσεων που δραστηριοποιούνται υπέρ του παιδιού με κάθε δυνατό τρόπο, προκειμένου να συνεχίσουν να προσφέρουν απρόσκοπτα τις υπηρεσίες τους σε όλα τα παιδιά που το έχουν ανάγκη. Παρακάτω παρουσιάζονται τα ιδρύματα που στηρίζει η επιχείρηση :

1. Φλόγα (Σύλλογος Γονέων Παιδιών με Νεοπλασματική Ασθένεια)
2. Ελληνική Εταιρεία Παιδιατρικής Αιματολογίας Ογκολογίας
3. ΚΑΑΠΒ (πρώην ΠΙΚΠΑ Βούλας)
4. Αναρρωτήριο Πεντέλης (πρώην ΠΙΚΠΑ Πεντέλης)
5. ΕΛΕΠΑΠ (Ελληνική Εταιρεία Προστασίας και Αποκατάστασης Αναπήρων Παίδων)
6. Παιδικά Χωριά SOS
7. Χατζηκυριάκειο Ίδρυμα Παιδικής Προστασίας
8. Μαζί για το Παιδί
9. Αμαλίειο Οικοτροφείο Θηλέων
10. Make a wish

Στις μέρες μας οι ευπαθείς ομάδες και τα άτομα που έχουν ανάγκη γίνονται όλο και περισσότερα. Η Ε.Ι Παπαδόπουλος ΑΕ βρίσκεται σταθερά δίπλα τους. Ιδιαίτερα έντονα τα τελευταία χρόνια η εταιρεία υλοποίησε δράσεις για τη στήριξη των φορέων που βρίσκονται δίπλα στους συναθρώπους μας που το έχουν ανάγκη. Ειδικά όσον αφορά στην κάλυψη των επισιτιστικών αναγκών που η οικονομική κρίση των τελευταίων χρόνων έχει αυξήσει αυτές τις ανάγκες, η εταιρεία

Παπαδοπούλου βρίσκεται σθεναρά δίπλα σε αυτήν την προσπάθεια των οργανισμών που συμμετέχει.

Οι οργανισμοί που συμμετέχει είναι οι εξής :

- 1) Τράπεζα Τροφίμων, ίδρυμα για την καταπολέμηση της πείνας
- 2) Κοινωνικά Παντοπωλεία δήμων και κοινοτήτων
- 3) Ιερείς Μητροπόλεις Αθηνών, Πειραιώς, Νεαπόλεως, Μεγάρων – Σαλαμίνας, Πετρούπολης, Άνω Λιοσίων, Μονεμβασιάς και Σπάρτης (ενορία Σελλασίας)
- 4) Κέντρο Συμπαράστασης του Ανθρώπου
- 5) Δεσμός, μη Κερδοσκοπικό Σωματείο

Όπως λοιπόν αντιλαμβανόμαστε, μέλημα της εταιρείας Παπαδοπούλου είναι ο σεβασμός στη απαίτηση των καταναλωτών τους για άριστη σχέση ποιότητας και τιμής αλλά κυρίως η διατήρηση του σεβασμού και της φροντίδας απέναντι στην προσωπικότητα του κάθε προσώπου καταναλωτή και μη. Με βάση αυτές τις αξίες η επιχείρηση έχει καταφέρει να δημιουργήσει μία ουσιαστική σχέση ζωής, όπως και η ίδια η εταιρεία την χαρακτηρίζει, με τους καταναλωτές της.

Πολλές και διάφορες είναι και οι συνεργασίες της εταιρείας με διάφορες άλλες επιχειρήσεις και οργανισμούς που έρχονται να προστεθούν μαζί με τις δράσεις της περί Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.

Η Ε.Ι Παπαδοπούλου γνωρίζοντας την δύσκολη οικονομική κατάσταση που βρίσκονται πολλές ελληνικές οικογένειες ανέλαβε σε συνεργασία με τον Δήμο Μοσχάτου-Ταύρου να προσφέρει κάθε μέρα και για 9 εβδομάδες ένα υγιεινό και θρεπτικό σνακ με την εγγύηση ποιότητας της εταιρείας, στους 2.700 μαθητές των έντεκα Δημοτικών Σχολείων και των δέκα Νηπιαγωγείων της περιοχής. Συγκεκριμένα, η εταιρεία στα πλαίσια των δράσεων για το 2013 του προγράμματος Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης «Χαμόγελο» όπως αναφέρεται σε προηγούμενο κεφάλαιο, ανέλαβε να μοιράζει κάθε Παρασκευή στα σχολεία που προαναφέρθηκαν ένα σνακ το οποίο κάλυπτε τα παιδιά για όλες τις ημέρες της εβδομάδας. Το «Γλυκό Σχολικό» όπως ονομάστηκε η συγκεκριμένη ενέργεια παραδιδόταν κάθε εβδομάδα στους μαθητές και περιείχε μπισκότα μέσα από τη μεγάλη ποικιλία της εταιρείας σε



πολλούς γευστικούς συνδυασμούς που εναλλάσσονταν μεταξύ των προϊόντων Μιράντα, Μιράντα Σοκολάτας, Πολυδημητριακά, Cream Crackers και Γεμιστά Παπαδοπούλου.

Η ενέργεια ξεκίνησε κατά το τέλος του περασμένου Μαρτίου και διήρκησε μέχρι το πέρας της προηγούμενης σχολικής χρονιάς. Το πρώτο «Γλυκό σχολικό» που παραδόθηκε στους μαθητές περιείχε μαζί με τα προϊόντα της εταιρείας Παπαδοπούλου και ένα ενημερωτικό έντυπο με τίτλο «Εκδρομή στη διατροφή» με χρήσιμες πληροφορίες για τις διατροφικές αξίες και τη σημασία της καθημερινής ισορροπημένης διατροφής.

Μια ακόμα συνεργασία της εταιρείας τον περασμένο χρόνο ήταν η συνεργασία με μαζί με τη διοίκηση του ΚΑΑΠΑΒ Βούλας. Στο πλαίσιο της συνεργασίας η εταιρεία δημιούργησε μια παιδική χαρά αποκλειστικά για τα παιδιά του κέντρου.

Η εταιρεία συνεργάστηκε με αρκετούς συντελεστές, όπως μηχανικούς και αρχιτέκτονες, προκειμένου να σχεδιάσει και να παραδώσει μία ασφαλή και εξοπλισμένη με παιχνίδια και ειδικές κατασκευές παιδική χαρά, με σκοπό τη ψυχαγωγία των παιδιών.

Επιπλέον, η εταιρεία έχει πραγματοποιήσει μια σειρά από επιτυχημένες συνεργασίες με τον όμιλο Palmie Bistro. Οι δύο γνωστές ελληνικές επιχειρήσεις προκειμένου να αναδείξουν τη σημασία των ελληνικών προϊόντων ένωσαν τις δυνάμεις τους και δημιούργησαν μία συνεργασία στην οποία οι πελάτες των καταστημάτων Palmie Bistro με κάθε παραγγελία καφέ απολαμβάνουν δωρεάν ένα μπισκότο Παπαδοπούλου, τονίζοντας έτσι τη ποιότητα των ελληνικών προϊόντων

Εν μέσω των δύσκολων οικονομικών συνθηκών που επικρατούν στη χώρα και αποθαρρύνουν κάθε επιχειρηματική προσπάθεια, οι δύο επιχειρήσεις αντιστέκονται πεισματικά και καταφέρνουν με διάφορες ενέργειες προς το καταναλωτικό κοινό να αναδεικνύουν την ελληνική μοναδικότητα και να στηρίζουν την εγχώρια αγορά.

Η εταιρεία Παπαδοπούλου συνεπής στη δέσμευσή της να ενισχύει δράσεις που έχουν σχέση με τα παιδιά, την εκπαίδευσή και τη διατροφή τους, πραγματοποίησε μία ακόμα συνεργασία, αυτή τη φορά με τους μαθητές-μέλη του Επιχειρηματικού Ομίλου

Γυμνασίου Νέας Γενιάς Ζηρίδη. Μέσα από αυτήν τη συνεργασία οι μαθητές είχαν την ευκαιρία να δημιουργήσουν το πρώτο μπισκότο με μέλι, το “Beescoto”.

Ο Επιχειρηματικός Όμιλος Γυμνασίου της Νέας Γενιάς Ζηρίδη λειτουργεί σαν μια εικονική επιχείρηση και λαμβάνει μέρος κάθε χρόνο σε διαγωνισμό που διεξάγεται από το ΣΕΝ (Σωματείο Επιχειρηματικότητας Νέων) υπό την αιγίδα του Υπουργείου Παιδείας και Δια Βίου Μάθησης και με τη συνεργασία του ΣΕΒ. Για τις ανάγκες του φετινού διαγωνισμού, οι μαθητές απευθύνθηκαν στην εταιρεία Παπαδοπούλου την κορυφαία εταιρεία μπισκότων στην Ελλάδα. Στελέχη της εταιρείας από τα τμήματα Marketing και Παραγωγής συνεργάστηκαν με τους μαθητές του Επιχειρηματικού Ομίλου του Γυμνασίου του σχολείου, τους οποίους καθοδήγησαν με την εμπειρία και τις πολύτιμες γνώσεις τους σε όλη τη διαδικασία σχεδιασμού και παραγωγής ενός νέου προϊόντος. Αποτέλεσμα ήταν το διπλό Digestive με αλεύρι ολικής άλεσης και γέμιση κρέμας μελιού, το “Beescoto”.

Τέλος, σημαντική θεωρείται η συνεργασία της εταιρείας με το διάσημο ζαχαροπλάστη Στέλιο Παρλιάρo. Ο πετυχημένος pâtissier δημιούργησε μια σειρά συνταγών με πρώτη ύλη τα πτι μπερ Παπαδοπούλου και τα Digestive Παπαδοπούλου που περιλαμβάνουν δροσερά, σοκολατένια και μη γλυκά όπως το κλασικό μωσαϊκό σε πιο μοντέρνα εκδοχή, cheese cake με βύσσινο αλλά και τούρτα σοκολάτα. Οι γλυκές συνταγές που ετοίμασε ο γνωστός Έλληνας δημιουργός κυκλοφορούσαν στα super markets μαζί με τις πολυσυσκευασίες ΠΤΙ-ΜΠΕΡ Παπαδοπούλου και Digestive.

Το κοινωνικό σύνολο είναι μόνο ένας πυλώνας της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στον οποίο δραστηριοποιείται η Ε.Ι Παπαδοπούλου. Σημαντικός τομέας είναι και οι περιβαλλοντικές δράσεις της εταιρείας. Η εταιρεία δεν αποτελεί βαριά βιομηχανία επομένως δεν επιβαρύνει ιδιαίτερα το περιβάλλον. Παρόλα αυτά προσπαθεί συνεχώς να μειώνει τους δείκτες ρύπανσης θέτοντας νέους στόχους κάθε έτος.

Αξίζει να σημειωθεί ότι φέτος η εταιρεία θα εκδώσει το πρώτο εταιρικό απολογισμό για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9: ΒΡΑΒΕΙΑ – ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ

Πλήθος βραβείων από Ελληνικές και Διεθνείς εκθέσεις Τροφίμων κοσμούν τα γραφεία της εταιρίας. Οι βραβεύσεις ξεκινούν από πολύ νωρίς, σχεδόν από την ίδρυση της εταιρίας:

- Χρυσά μετάλλια στη Διεθνή Έκθεση Θεσσαλονίκης
- Χρυσός Σταυρός στη Διεθνή Έκθεση Βρυξελλών
- Χρυσό μετάλλιο στη Διεθνή Έκθεση Παρισίων
- διακρίσεις στη Διεθνή Έκθεση Λονδίνου καθώς και τα βραβεία Superbrands «Κορυφαία Επωνυμία της Ελληνικής Αγοράς» στην κατηγορία «Ζαχαρώδη και Snacks» τις χρονιές 2005 , 2007 και 2009.είναι λίγες μόνο από τις βραβεύσεις της εταιρίας.

Μία από τις πιο πρόσφατες διακρίσεις της εταιρίας αφορά το βραβείο «Exceptional Manager 2011» που απονεμήθηκε στην Πρόεδρο και Διευθύνουσα Σύμβουλο της εταιρίας κυρία Ιωάννα Παπαδοπούλου, στο 11<sup>ο</sup> Συνέδριο Πωλήσεων που διοργανώθηκε από το «The Business Review».

Στο πλαίσιο ειδικής εκδήλωσης που πραγματοποιήθηκε από το περιοδικό Business Review την Παρασκευή 23 Νοεμβρίου 2012 στο Μουσείο Γουλανδρή Φυσικής Ιστορίας Κέντρο “ΓΑΙΑ” στην Κηφισιά, τα μπισκότα Choco Shock της εταιρείας Παπαδοπούλου βραβεύτηκαν με μετάλλιο σαν ένα από τα καλύτερα λανσαρίσματα για τη χρονιά 2012.

Τα μπισκότα Choco Shock, τα νέα μεγάλα cookies της εταιρείας Παπαδοπούλου, διατίθενται σε 2 γεύσεις : με λαχταριστά κομμάτια απολαυστικής σοκολάτας και με λαχταριστά κομμάτια σοκολάτας και καραμελωμένα φουντούκια. Το λανσάρισμα του Choco Shock στην ελληνική αγορά έγινε το Μάρτιο του 2012 και υποστηρίχτηκε άμεσα με ένα πλάνο διαφημιστικής καμπάνιας αλλά και με γευστικές δοκιμές σε όλη την Ελλάδα.

Μια ακόμη διάκριση για τα Carrice, ένα από τα αγαπημένα προϊόντα της ελληνικής εταιρείας μπισκότων Παπαδοπούλου, διακρίθηκαν στα Διεθνή Βραβεία Ανώτερης Γεύσης 2013 συγκεντρώνοντας την υψηλότερη συνολική βαθμολογία με 3 αστέρια.

Η εκδήλωση της απονομής των βραβείων πραγματοποιήθηκε την Πέμπτη 30 Μαΐου στις Βρυξέλλες και το βραβείο παρέλαβε η κα Τζελίνα Κουκουμέλη, Marketing Director της E.I. Παπαδόπουλος Α.Ε., η οποία δήλωσε σχετικά: «Μολονότι στα 91 χρόνια από την ίδρυση της εταιρίας μας έχουμε λάβει πολλές διακρίσεις, η σημερινή μας τιμά και μας συγκινεί ιδιαίτερα. Η διάκριση αυτή δεν αποτελεί μόνο μια αναγνώριση της δουλειάς πολλών ετών αλλά, κυρίως, αναγνώριση της ποιότητας και της ιδιαίτερης γεύσης των Caprice. Συνεχίζουμε με περισσότερη δύναμη και διάθεση με σκοπό να κατακτήσουμε τις καρδιές όχι μόνο των Ελλήνων αλλά και των ξένων καταναλωτών, καθώς τα Caprice αποτελούν και τη ναυαρχίδα των προϊόντων που εξάγουμε σε περισσότερες από 40 χώρες σε όλο τον κόσμο».

Η ανάδειξη έγινε βάσει αξιολόγησης της Κριτικής Επιτροπής η οποία αποτελείται από 60 διεθνώς αναγνωρισμένους chefs από όλον τον κόσμο. Δεκάδες διαφορετικά καταναλωτικά προϊόντα δοκιμάστηκαν τυφλά, το καθένα για τη δική του αξία με γνώμονα τη γευστική απόλαυση. Τα οργανοληπτικά κριτήρια αξιολόγησης αφορούσαν στην πρώτη εντύπωση, στην εμφάνιση, στο άρωμα, στην υφή, στην αίσθηση στο στόμα και στη μετά γεύση.

Σημειώνεται ότι το International Taste and Quality Institute (ITQI) είναι ο πρώτος ανεξάρτητος οργανισμός που βασίζεται σε μεγάλους Σεφ και Γευσιγνώστες για να κρίνει, να βραβεύει και να προωθεί τρόφιμα και ποτά ανώτερης ποιότητας από όλο τον κόσμο. Οι κριτές επιλέγονται από τις 14 πιο αναγνωρισμένες λέσχες μαγείρων και γευσιγνωστών, στην Ευρώπη όπως τις *Maîtres Cuisiniers of France and Belgium, Academy of Culinary Arts, Hellenic Chefs' Association* (Ελληνική Λέσχη Αρχιμαγείρων), *Académie Culinaire of France, Verband der Köche Deutschlands, Jeunes Restaurateurs d'Europe, the Federación de Asociaciones de Cocineros of Spain, Federazione dei Cuochi Italiana, Portuguese Chefs Association, Årets Kock of Sweden, Euro-Toques* και *Association de la Sommellerie Internationale (ASI)*.

Λίγο αργότερα θα ακολουθήσει και η αποκορύφωση για την εταιρεία. Η κορυφαία ελληνική βιομηχανία μπισκότων και τροφίμων E. I. Παπαδόπουλος Α.Ε. απέσπασε

μία μοναδική παγκόσμια διάκριση από το «Business Initiative Directions» (BID) ως αναγνώριση για τη δέσμευσή της στην ποιότητα. Το Χρυσό Βραβείο «Century International Gold Quality ERA Award» αποτελεί επιστέγασμα της προσπάθειας της εταιρείας για τη διασφάλιση της μοναδικής ποιότητας των προϊόντων της, την καινοτομία, την τεχνολογία και τη διοίκησή της.

Η εκδήλωση απονομής των βραβείων πραγματοποιήθηκε στις 9 Μαρτίου στη Γενεύη, παρουσία διακεκριμένων εκπροσώπων επιχειρήσεων από όλο τον κόσμο, μελών του διπλωματικού σώματος, δημοσιογράφων και ειδικών σε θέματα εταιρικής επικοινωνίας και δημοσίων σχέσεων. Το βραβείο εκ μέρους της εταιρείας Παπαδοπούλου παρέλαβε ο κος Σεραφείμ Βαρβάτος, Διευθυντής Ποιότητας & Ασφάλειας Τροφίμων, ο οποίος δήλωσε σχετικά «Η παγκόσμια αυτή διάκριση μας κάνει ιδιαίτερα υπερήφανους καθώς τοποθετεί την εταιρεία Παπαδοπούλου, μία αμιγώς ελληνική βιομηχανία τροφίμων, στην κορυφή του κόσμου. 92 χρόνια τώρα, παράγουμε προϊόντα με έμφαση στην ποιότητα και στη γεύση και με σεβασμό στον καταναλωτή. Αξιοποιώντας τα υπερσύγχρονα εργοστάσια παραγωγής, την κορυφαία τεχνογνωσία αλλά και με πνεύμα καινοτομίας και σημείο αιχμής το σύγχρονο μοντέλο διοίκησης της εταιρείας μας, αναπτυσσόμαστε συνεχώς. Οι προσπάθειές μας δικαιώνονται σήμερα εδώ με τον καλύτερο τρόπο και μας δίνουν δύναμη για να συνεχίσουμε στο μέλλον. Αυτά άλλωστε αποτελούν και το ανταγωνιστικό μας πλεονέκτημα και διασφαλίζουν την πρόοδό μας στους δύσκολους καιρούς που διανύουμε».

Το Business Initiative Directions (BID) αποτελεί τον κορυφαίο ιδιωτικό οργανισμό που προωθεί και επιβραβεύει την αριστεία και την καινοτομία εταιρειών από όλο τον κόσμο. Κάθε χρόνο, μία επιτροπή αποτελούμενη από κορυφαίους εκπροσώπους διακεκριμένων επιχειρήσεων επιλέγει τις καλύτερες, σε όρους ποιότητας, εταιρείες από 178 χώρες.



Άλλα σημαντικά βραβεία και διακρίσεις της εταιρείας είναι :

- Πλατινένιο βραβείο για τα 90 χρόνια παρουσίας στην Ελληνική αγορά στο πλαίσιο του τριήμερου συμποσίου για τα 100 χρόνια Ιστορίας της Ελληνικής Αγοράς Τροφίμων και Ποτών.
- Το «Χωριανό» και η «Γεύση στο<sup>2</sup>» οι τελευταίες δημιουργίες της εταιρείας βραβεύτηκαν στο 13<sup>ο</sup> Συνέδριο Πωλήσεων Sales marketing & Business Review, ως καλύτερα λανσαρίσματα στις κατηγορίες συσκευασμένο ψωμί σε φέτες και ψωμί για τοστ.

- Bronze award στη κατηγορία Best user generated Content στα Social Media Award 2013
- Best launches για το 2012 σε πολλά μπισκότα της εταιρείας

Ωστόσο, το μεγαλύτερο επίτευγμα της εταιρείας είναι ότι καταφέρνει εδώ και 90 χρόνια να κατέχει ξεχωριστή θέση στις καρδιές των Ελλήνων, προσφέροντας ποιοτικά προϊόντα υψηλής διατροφικής αξίας. Λίγες εταιρίες κατάφεραν να δημιουργήσουν μια τόσο δυνατή σχέση με τους καταναλωτές τους, μια σχέση που αποτελεί 91 χρόνια τώρα την πιο γλυκιά σχέση ζωής!

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10: ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

Υπακούοντας στις απαιτήσεις των καιρών και παρακολουθώντας διαρκώς τις εξελίξεις, τις συγκυρίες και τις ανακατατάξεις στη διεθνή αγορά, η εταιρεία Παπαδοπούλου λειτουργεί ως ανοικτό μοντέλο καινοτομίας και συμμετέχει σε πλήθος συνεργασιών με περισσότερες από 40 χώρες, δηλώνοντας έτσι αισθητά την παρουσία της και εκτός συνόρων.

Οι εξαγωγές των προϊόντων Παπαδοπούλου πραγματοποιούνται και στις 5 ηπείρους με εξαγωγική έμφαση κυρίως στα Βαλκάνια σε χώρες όπως η Βουλγαρία, η Σερβία, η Πρώην Γιουγκοσλαβική Δημοκρατία της Μακεδονίας, η Αλβανία, η Ρουμανία και η Σλοβενία.

Ως νούμερο 1 εξαγωγικό προϊόν ανάμεσα στην πληθώρα των προϊόντων που εξάγει η εταιρεία μπορούν να χαρακτηριστούν τα Caprice Παπαδοπούλου τα οποία εξάγονται σε χώρες όπως η Αυστραλία, η Νότια Αφρική, το Μεξικό και ο Καναδάς.

Όσον αφορά τώρα το οικονομικό κομμάτι των διεθνών δραστηριοτήτων της εταιρείας γνωστοποιείται πως το χρονικό διάστημα 2011 - 2012 ανήλθαν σε 7 εκατ. € και επιπλέον το 10% του τζίρου από τις εξαγωγές της προέρχεται από τις εξής χώρες: Αγγλία, Ιταλία, Γαλλία, Κύπρο και Σαουδική Αραβία.

Η πολιτική διεθνοποίησης που ακολουθεί η εταιρεία Παπαδοπούλου σε κάθε αγορά εξαρτάται από πολλούς παράγοντες όπως μακροοικονομικούς, ανταγωνισμό και χαρακτηριστικά προϊόντος που θα εξάγει. Όλα αυτά λαμβάνει υπόψη του το τμήμα Έρευνας και Ανάπτυξης ώστε να συλλέξει τα απαραίτητα δεδομένα που θα τη βοηθήσουν να αποφασίσει τον τρόπο εισόδου στην νέα αγορά με τη συνεργασία εισαγωγέων και διανομέων.

Η εταιρεία για να επιλέξει τον κατάλληλο διανομέα συλλέγει πληροφορίες παρακολουθώντας το χαρτοφυλάκιο προϊόντων του, την προϊστορία του και γνώμες άλλων manager που έχουν συνεργαστεί μαζί του. Από τα πιο σημαντικά κριτήρια που λαμβάνει υπόψη της η εταιρεία είναι οι εγκαταστάσεις και ο εξοπλισμός καθώς και τα



εργαλεία διανομής που χρησιμοποιεί π.χ. Logistics. Επιπλέον, η εταιρεία αξιολογεί το εκτεταμένο δίκτυο διανομής, την πιστωτική πολιτική, τη γνώση της αγοράς όπως τις καταναλωτικές προτιμήσεις, την οικονομική του φερεγγυότητα, το μέγεθος της εταιρεία και τα θετικά σχόλια. Επιπροσθέτως, η εταιρεία Παπαδοπούλου αναζητά συνεχώς πληροφορίες σχετικά με τον διανομέα αλλά και για τους πελάτες του, το προφίλ του, την πιστοληπτική του ικανότητα και τη φήμη του στην αγορά.

Τέλος, η εταιρεία ανάλογα με τα χαρακτηριστικά του κάθε διανομέα, εισαγωγέα πραγματοποιεί προσαρμογές στο marketing mix και ειδικότερα στα κανάλια διανομής.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 11: ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Η βιομηχανία μπισκότων και ειδών διατροφής Ε.Ι Παπαδόπουλος Α.Ε συστάθηκε το 1971 και είναι μια βιομηχανική και εμπορική εταιρεία η οποία δραστηριοποιείται στη παραγωγή και εμπορία μπισκότων και ειδών διατροφής.

Η έδρα της βρίσκεται στην οδό Πέτρου Ράλλη 26, 118 10 Ταύρος και λειτουργούν τέσσερα εργοστάσια της Εταιρείας τα οποία βρίσκονται στον Ταύρο, Θεσσαλονίκη, Βόλο και Οινόφυτα και ένα κέντρο διανομής στην Μάνδρα Αττικής.

Η εταιρεία κάθε χρόνο συντάσσει τον ετήσιο ισολογισμό σύμφωνα με τα διεθνή πρότυπα χρηματοοικονομικής αναφοράς (ΔΠΧΑ) και ελέγχεται η οικονομική της λειτουργία και απόδοση από ανεξάρτητο ορκωτό ελεγκτή λογιστή και στη συνέχεια δημοσιεύεται στον τύπο καθώς και στην ηλεκτρονική διεύθυνση της εταιρείας.

Με βάση τον ισολογισμό του έτους 2012 αναφέρονται τα σημαντικότερα γεγονότα που πραγματοποιήθηκαν κατά τη διάρκεια της οικονομικής χρήσης (1.1.2012 - 31.12.2012) και παρουσιάζεται ο ισολογισμός.

Τα γεγονότα τα οποία αξίζουν να σημειωθούν είναι τα εξής :

-Στις 31 Δεκεμβρίου 2012 η κ. Ιωάννα Παπαδοπούλου συμμετείχε άμεσα στο μετοχικό κεφάλαιο της Εταιρείας κατά 100%.

-Οι μετοχές της εταιρείας είναι κοινές ανώνυμες, ονομαστικής αξίας είκοσι (20) ευρώ έκαστη και δεν είναι εισηγμένες σε οργανωμένη χρηματιστηριακή αγορά.

-Η νέα σειρά προϊόντων από μπάρες δημητριακών με μπισκότο (Digestive Bars) που εγκαινίασε το 2011, εδραίωσε το 2012 ένα σταθερά διψήφιο ποσοστό αγοράς.

-Εντός του 2012 λανσάρισε δυο νέα προϊόντα όπως το Choco Shock και τις Premium και κλασσικές φρυγανιές ολικής αλέσεως, αλλά και στην ενίσχυση της λιανικής με μικρές συσκευασίες κάτω του 1 € αλλά και στις προωθητικές ενέργειες. Ως αποτέλεσμα, η εταιρεία πέτυχε αξιοσημείωτη αύξηση στα μερίδια αγοράς τόσο στο μπισκότο όσο και στη φρυγανιά.

-Δρομολόγηση της επένδυσης για επέκταση στην αγορά του συσκευασμένου ψωμιού. Η σημαντική αυτή επένδυση, συνολικού ύψους περίπου 6,5 εκ. € χρηματοδοτήθηκε

από ίδια κεφάλαια της εταιρείας και από τον αναπτυξιακό νόμο 3299/2004 και ολοκληρώθηκε στις αρχές του 2013 δημιουργώντας 55 νέες θέσεις εργασίας στο ιδιόκτητο εργοστάσιο της εταιρείας στα Οινόφυτα.

-Ο κύκλος εργασιών της εταιρείας στη χρήση 2012 ανήλθε σε 121.009.432 € έναντι 118.494.009€ το 2011 σημειώνοντας αύξηση 2,1%. Η αύξηση αυτή πραγματοποιήθηκε χωρίς η εταιρεία να αυξήσει τις τιμές των προϊόντων της και οφείλεται στην επιτυχία της εταιρείας όχι μόνο να διατηρήσει αλλά σε αρκετές περιπτώσεις και να αυξήσει το μερίδιο αγοράς της.

	2011 (€ χιλ.)	2012 (€ χιλ.)
<b>Σύνολο Ενεργητικού</b>	161.690	164.661
<b>Ίδια Κεφάλαια</b>	76.734	81.046
<b>Υποχρεώσεις</b>	84.956	83.615
<b>Κύκλος Εργασιών</b>	118.494	121.009
<b>Καθαρά Κέρδη προ Φόρων</b>	12.301	12.527

Πηγή : Οικονομικές καταστάσεις Ε.Ι Παπαδοπούλου, 2012

-Τα καθαρά κέρδη προ φόρων της εταιρείας της χρήσης 2012 ανήλθαν σε 12.527.032 € έναντι 12.301.846 € το 2011, σημειώνοντας αύξηση κατά 1,8%.

-Τα καθαρά κέρδη μετά από φόρους στη χρήση 2012 ανήλθαν σε 8.312.085 € έναντι 9.753.092 € το 2011, σημειώνοντας μείωση 1,4 εκ € περίπου (ποσοστό 14,8%). Η μείωση των κερδών μετά από φόρους οφείλεται στην επιβάρυνση της χρήσης 2012 με πρόσθετο αναβαλλόμενο φόρο λόγω της αύξησης του συντελεστή φόρου εισοδήματος (από 20% σε 26%) που ψηφίστηκε πρόσφατα από τη Βουλή. Ο αυξημένος αυτός συντελεστής, που ισχύει από το 2013, υποχρέωσε την εταιρεία να αναθεωρήσει την πρόβλεψη που είχε δημιουργήσει για αναβαλλόμενους φόρους που προκύπτουν από τις διαφορές μεταξύ των Διεθνών Λογιστικών Προτύπων και της φορολογικής βάσης υπολογισμού των στοιχείων ενεργητικού και παθητικού της εταιρείας. Η αναθεώρηση αυτή επιβάρυνε τα αποτελέσματα του 2012 με πρόσθετο αναβαλλόμενο φόρο ύψους 1,4 εκ € περίπου.

-Οι βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της Εταιρείας ανήλθαν στο τέλος του 2012 σε 27.943.782€ σε σύγκριση με 23.839.978€ το 2011, οι δε μακροπρόθεσμες

υποχρεώσεις στις 31/12/2012 ανήλθαν σε 55.670.878 € σε σύγκριση με 61.116.232 € το 2011.

Στο παρακάτω πίνακα παρουσιάζεται η χρηματοοικονομική ανάλυση βασικών χρηματοοικονομικών μεγεθών για τη χρήση του 2012 σε σύγκριση με τη χρήση του 2011.

<b>ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ</b>	<b>2012</b>	<b>2011</b>
<b>ΔΕΙΚΤΕΣ ΕΞΕΛΙΞΗΣ</b>		
i. Κύκλοι εργασιών (σε χιλ €)	121.009	118.494
ii. Κέρδη προ φόρων (σε χιλ €)	12.527	12.302
iii. Κέρδη μετά φόρων (σε χιλ €)	8.312	9.753
<b>ΔΕΙΚΤΕΣ ΑΠΟΔΟΣΗΣ ΚΑΙ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑΣ</b>		
i. Καθαρά κέρδη προ φόρων/ Κύκλος εργασιών	10,4%	10,4%
ii. Καθαρά κέρδη μετά φόρων/ Κύκλος εργασιών	6,9%	8,2%
<b>ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΙΔΙΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ</b>		
Καθαρά κέρδη μετά φόρων/ Ίδια κεφάλαια	10,3%	12,7%
<b>ΔΕΙΚΤΕΣ ΔΑΝΕΙΑΚΗΣ ΕΠΙΒΑΡΥΝΣΗΣ</b>		
i. Ξένα κεφάλαια/ Ίδια κεφάλαια	0,59	0,67
ii. Βραχυπρόθεσμα κεφάλαια/ Ίδια κεφάλαια	0,05	0,05
<b>ΔΕΙΚΤΕΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΔΙΑΘΡΩΣΗΣ</b>		
i. Κυκλοφορούντα περιουσιακά στοιχεία/Σύνολο ενεργητικού (ρευστότητα)	0,46	0,47
ii. Κυκλοφορούν ενεργητικό/ Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις (δείκτης ρευστότητας)	2,7	3,2
iii. Κυκλοφορούντα χωρίς αποθέματα/ Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις (άμεση ρευστότητα)	2,4	2,8

Πηγή : Οικονομικές καταστάσεις Ε.Ι Παπαδοπούλου, 2009

## **11.1 ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΙΝΔΥΝΩΝ**

Το κυριότερο χρηματοπιστωτικό μέσο που χρησιμοποιεί η Εταιρεία είναι το Μακροπρόθεσμο Ομολογιακό Δάνειο. Πολιτική της Εταιρείας κατά τη διάρκεια του έτους ήταν και παραμένει να μην ασχολείται με την εμπορία χρηματοπιστωτικών μέσων. Στα πλαίσια των δραστηριοτήτων της, η Εταιρεία εκτίθεται σε αρκετούς χρηματοοικονομικούς κινδύνους όπως κινδύνους αγοράς (μεταβολές σε συναλλαγματικές ισοτιμίες, επιτόκιο), πιστωτικό κίνδυνο, κίνδυνο ρευστότητας, κίνδυνο ταμειακών ροών και κίνδυνο εύλογης αξίας από μεταβολές επιτοκίων. Η Διοίκηση της Εταιρείας εξετάζει και εγκρίνει αρχές για τη διαχείριση κάθε ενός από αυτούς τους κινδύνους, οι οποίοι συνοψίζονται πιο κάτω.

### **Κίνδυνος επιτοκίου**

Ο κίνδυνος διακύμανσης των επιτοκίων προέρχεται κυρίως από τις μακροπρόθεσμες δανειακές υποχρεώσεις. Το Ομολογιακό Δάνειο της Εταιρείας είναι με μεταβλητό επιτόκιο Euribor, σημαντική αύξηση του οποίου ενδέχεται να έχει αρνητική επίπτωση στα αποτελέσματα της Εταιρείας. Η Εταιρεία έχει περιορίσει τον κίνδυνο από αύξηση των επιτοκίων με την υπογραφή συμφωνίας με τράπεζα για τον καθορισμό ανώτατου επιτοκίου Euribor 6 μηνών (cap) 4%.

### **Κίνδυνος τιμών ξένου συναλλάγματος**

Η Εταιρεία δραστηριοποιείται κυρίως στην Ελλάδα και, ως εκ τούτου, δεν εκτίθεται σε σημαντικό συναλλαγματικό κίνδυνο από μεταβολές λοιπών νομισμάτων έναντι του Ευρώ. Τα χρηματικά διαθέσιμα και οι δανειακές υποχρεώσεις της Εταιρείας εκφράζονται σε Ευρώ, άρα δεν εκθέτουν την Εταιρεία σε συναλλαγματικό κίνδυνο.

### **Πιστωτικός κίνδυνος**

Η μέγιστη έκθεση σε πιστωτικό κίνδυνο αντανακλάται από το ύψος του κάθε στοιχείου του ενεργητικού. Η πολιτική της Εταιρείας είναι να συνάπτει συμβάσεις με μέρη που ικανοποιούν υψηλά πιστοληπτικά κριτήρια. Όπου κρίνεται σκόπιμο λαμβάνονται πρόσθετες εξασφαλίσεις για τις παρεχόμενες πιστώσεις. Η Εταιρεία έχει ασφαλίσει τις πιστώσεις της σε γνωστή ασφαλιστική εταιρεία, προκειμένου να προστατευτεί κατά το δυνατόν από τυχόν επισφάλειες στο σημερινό αβέβαιο οικονομικό περιβάλλον.

### **Κίνδυνος ρευστότητας**

Ο κίνδυνος ρευστότητας διατηρείται σε χαμηλά επίπεδα, μέσω της διαθεσιμότητας επαρκών ταμειακών διαθεσίμων και εφεδρικών τραπεζικών πιστωτικών ορίων.

### **Εύλογη Αξία**

Τα ποσά που εμφανίζονται στον συνημμένο ισολογισμό για τα διαθέσιμα, τις απαιτήσεις και τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις, προσεγγίζουν τις αντίστοιχες εύλογες αξίες τους λόγω της βραχυπρόθεσμης λήξης τους.

### **Κίνδυνος Κεφαλαίου (Μόγλευση)**

Οι στόχοι της Εταιρείας κατά τη διαχείριση του κεφαλαίου είναι να διασφαλίσει την ικανότητα της Εταιρείας να συνεχίσει να υπάρχει ως οικονομική οντότητα και στο μέλλον, για να είναι σε θέση να προσφέρει αποδόσεις στους μετόχους και οφέλη σε όλους τους εμπλεκόμενους και να διατηρήσει μία κατάλληλη κεφαλαιακή δομή για να μειώσει το κόστους του κεφαλαίου.

## **11.2 ΕΚΘΕΣΗ ΕΛΕΓΧΟΥ ΑΠΟ ΟΡΚΩΤΟ ΛΟΓΙΣΤΗ**

Οι οικονομικές καταστάσεις της εταιρείας οι οποίες αποτελούνται από τις καταστάσεις αποτελεσμάτων χρήσεως και συνολικού εισοδήματος, μεταβολών ιδίων κεφαλαίων και ταμειακών ροών της χρήσεως που έληξε την ημερομηνία αυτή καθώς και περίληψη σημαντικών λογιστικών αρχών και μεθόδων και λοιπές επεξηγηματικές πληροφορίες ελέχθησαν από ορκωτό λογιστή και στη συνέχεια συντάχθηκε έκθεση των αποτελεσμάτων προς τους μετόχους της εταιρείας.

Ο έλεγχος πραγματοποιήθηκε σύμφωνα με τα διεθνή πρότυπα ελέγχου και περιλαμβάνει την αξιολόγηση της καταλληλότητας των λογιστικών αρχών και μεθόδων που χρησιμοποιήθηκαν και του εύλογου των εκτιμήσεων που έγιναν από τη διοίκηση, καθώς και αξιολόγηση της συνολικής παρουσίασης των οικονομικών καταστάσεων.

Τα αποτελέσματα του ελέγχου από τις οικονομικές καταστάσεις παρουσιάζουν εύλογα, από κάθε ουσιώδη άποψη, την οικονομική θέση της Εταιρείας «ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΜΠΙΣΚΟΤΩΝ ΚΑΙ ΕΙΔΩΝ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ Ε. Ι.

ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.» κατά την 31<sup>η</sup> Δεκεμβρίου 2012 και τη χρηματοοικονομική της επίδοση και τις ταμειακές της ροές για τη χρήση που έληξε την ημερομηνία αυτή, σύμφωνα με τα Διεθνή Πρότυπα Χρηματοοικονομικής Αναφοράς, όπως αυτά έχουν υιοθετηθεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση.

Ως προς τα νομικά θέματα επαληθεύτηκε η συμφωνία και η αντιστοίχιση του περιεχομένου της Έκθεσης Διαχείρισης του Διοικητικού Συμβουλίου με τις συνημμένες οικονομικές καταστάσεις, στα πλαίσια των οριζόμενων από τα άρθρα 43α και 37 του Κ.Ν. 2190/1920.

### **11.3 ΣΥΝΟΨΗ ΣΗΜΑΝΤΙΚΩΝ ΛΟΓΙΣΤΙΚΩΝ ΑΡΧΩΝ**

Βάση σύνταξης των Οικονομικών Καταστάσεων

Η κατάσταση οικονομικής θέσης, η κατάσταση συνολικών εσόδων, η κατάσταση μεταβολών ιδίων κεφαλαίων, η κατάσταση ταμειακών ροών και οι σημειώσεις (εφεξής οι Οικονομικές Καταστάσεις) με ημερομηνία 31 Δεκεμβρίου 2012 καλύπτουν την χρήση από 1 Ιανουαρίου 2012 έως 31 Δεκεμβρίου 2012 και είναι οι ατομικές Οικονομικές Καταστάσεις της Εταιρείας.

Οι συνημμένες Οικονομικές Καταστάσεις συντάχθηκαν για πέμπτη χρήση από την Εταιρεία σύμφωνα με τα Διεθνή Πρότυπα Χρηματοοικονομικής Αναφοράς [εφεξής ΔΠΧΑ] μετά από σχετική απόφαση της Γενικής Συνέλευσης των Μετόχων σύμφωνα με τα οριζόμενα στο άρθρο 134 §2 του ΚΝ 2190/1920 για την προαιρετική εφαρμογή των προτύπων αυτών για τουλάχιστον πέντε συνεχείς χρήσεις.

Οι συνημμένες οικονομικές καταστάσεις έχουν συνταχθεί σύμφωνα με τα Διεθνή Πρότυπα Χρηματοοικονομικής Αναφοράς (ΔΠΧΑ), όπως έχουν υιοθετηθεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση.

Οι Οικονομικές Καταστάσεις της χρήσης από 1 Ιανουαρίου 2012 έως 31 Δεκεμβρίου 2012 έχουν συνταχθεί με βάση την αρχή του ιστορικού κόστους, εκτός από τα άυλα περιουσιακά στοιχεία και τα ενσώματα πάγια στοιχεία (γήπεδα, κτίρια, μηχανήματα, μηχανολογικός εξοπλισμός, μεταφορικά μέσα και έπιπλα και λοιπός εξοπλισμός) τα οποία κατά την ημερομηνία της μετάβασης στα ΔΠΧΑ, (1 Ιανουαρίου 2007)

αποτιμήθηκαν στην εύλογη αξία τους και αυτή η εύλογη αξία χρησιμοποιήθηκε ως τεκμαρτό κόστος κατά την προαναφερθείσα ημερομηνία. Επίσης, οι Οικονομικές Καταστάσεις έχουν συνταχθεί με βάση την αρχή της συνεχούς επιχειρηματικής δραστηριότητας (going concern), την αρχή των δεδουλευμένων εσόδων και εξόδων (accruals basis) και την αρχή αυτοτέλειας των χρήσεων.

Οι οικονομικές καταστάσεις συντάχθηκαν με βάση τις ίδιες λογιστικές αρχές που εφαρμόστηκαν κατά τη σύνταξη των οικονομικών καταστάσεων της προηγούμενης χρήσης με εξαίρεση τα νέα πρότυπα και διερμηνείες η εφαρμογή των οποίων είναι υποχρεωτική για τις λογιστικές χρήσεις που ξεκινούν την 1 Ιανουαρίου 2012 ή μεταγενέστερα και δεν διαφοροποιεί ουσιωδώς τις οικονομικές καταστάσεις της προηγούμενης χρήσης.

Η προετοιμασία των συνημμένων Οικονομικών Καταστάσεων σύμφωνα με τα ΔΠΧΑ απαιτεί από τη Διοίκηση της Εταιρείας τον σχηματισμό κρίσεων, εκτιμήσεων και υποθέσεων οι οποίες επηρεάζουν τα δημοσιευμένα στοιχεία του ενεργητικού και τις υποχρεώσεις, όπως επίσης την γνωστοποίηση ενδεχόμενων απαιτήσεων και υποχρεώσεων κατά την ημερομηνία σύνταξης των οικονομικών καταστάσεων και τα δημοσιευμένα ποσά εσόδων και εξόδων κατά την περίοδο αναφοράς.

Τα πραγματικά αποτελέσματα μπορεί να διαφέρουν από αυτά τα οποία έχουν εκτιμηθεί. Οι εκτιμήσεις και οι κρίσεις βασίζονται σε ιστορικά δεδομένα, σε υιοθέτηση παραδοχών και σε υποκειμενικές κρίσεις οι οποίες, υπό τις παρούσες συνθήκες, κρίνονται από την Διοίκηση λογικές.

Οι εκτιμήσεις και οι κρίσεις επανεκτιμώνται για να λάβουν υπόψη τις τρέχουσες εξελίξεις και οι επιπτώσεις από τυχόν αλλαγές τους αναγνωρίζονται στις οικονομικές καταστάσεις κατά το χρόνο που πραγματοποιούνται.

Οι περιοχές που εμπεριέχουν μεγάλο βαθμό υποκειμενικότητας και είναι περίπλοκες ή οι υποθέσεις και εκτιμήσεις που είναι σημαντικές αναφέρονται στην Σημείωση 4. Τα ποσά που περιλαμβάνονται στις Οικονομικές Καταστάσεις παρουσιάζονται σε Ευρώ.



### **Ενοποιημένες οικονομικές καταστάσεις**

Η Εταιρεία έχει επιλέξει την μη παρουσίαση ενοποιημένων οικονομικών καταστάσεων λόγω του ότι τα οικονομικά μεγέθη της κατά 100% θυγατρικής της εταιρείας με την επωνυμία «Ελληνικά Τρόφιμα ΑΕ» δεν είναι σημαντικά και ιδιαίτερα αφού ληφθούν υπόψη οι ενδοεταιρικές απαλοιφές συναλλαγών και υπολοίπων

### **Συμμετοχές σε θυγατρικές εταιρείες**

Οι συμμετοχές της Εταιρείας σε θυγατρικές αποτιμώνται στο κόστος κτήσεως μείον τυχόν σωρευμένες ζημίες απομείωσης.

### **Νόμισμα λειτουργίας και παρουσίασης**

Το νόμισμα λειτουργίας και παρουσίασης της Εταιρείας είναι το Ευρώ. Οι συναλλαγές σε άλλα νομίσματα μετατρέπονται σε Ευρώ σύμφωνα με τις συναλλαγματικές ισοτιμίες που ήταν σε ισχύ κατά την ημερομηνία των συναλλαγών. Κέρδη και ζημίες από συναλλαγματικές διαφορές οι οποίες προκύπτουν από την εκκαθάριση τέτοιων συναλλαγών κατά τη διάρκεια της περιόδου και από τη μετατροπή των νομισματικών στοιχείων του ενεργητικού και παθητικού που είναι εκφρασμένα σε άλλα νομίσματα προσαρμόζονται ώστε να αντανακλούν τις τρέχουσες συναλλαγματικές ισοτιμίες. Τα κέρδη και οι ζημίες που προκύπτουν από συναλλαγές σε ξένα νομίσματα αλλά και από την αποτίμηση τέλους χρήσεως νομισματικών στοιχείων σε ξένα νομίσματα, καταχωρούνται στα αποτελέσματα.

## 11.4 ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΧΡΗΣΗΣ 2012

ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	31/12/2012	31/12/2011
<b>Μη κυκλοφορούν ενεργητικό</b>		
Ενσώματα πάγια στοιχεία	38.411.096	36.168.315
Άυλα περιουσιακά στοιχεία	47.755.703	48.004.228
Υπεραξία	2.061.981	2.061.981
Συμμετοχές σε θυγατρικές	60.000	60.000
Λοιπές μακροπρόθεσμες απαιτήσεις	100.811	100.811
<b>Σύνολο μη κυκλοφορούντος ενεργητικού</b>	<b>88.389.591</b>	<b>86.395.335</b>
<b>Κυκλοφορούν ενεργητικό</b>		
Αποθέματα	9.079.772	8.909.298
Εμπορικές απαιτήσεις	22.138.026	23.266.959
Προκαταβολές και λοιπές απαιτήσεις	3.109.983	3.420.398
Ταμειακά διαθέσιμα	41.943.261	39.698.108
<b>Σύνολο κυκλοφορούντος ενεργητικού</b>	<b>76.271.042</b>	<b>75.294.763</b>
<b><u>ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ ΚΑΙ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ</u></b>		
<b>Ίδια κεφάλαια</b>		
Μετοχικό κεφάλαιο	10.500.000	10.500.000
Διαφορά υπέρ άρθιο	1.828.903	1.828.903
Λοιπά αποθεματικά	68.717.070	64.404.985
<b>Σύνολο ιδίων κεφαλαίων</b>	<b>81.045.973</b>	<b>76.733.888</b>
<b>Μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις</b>		
Ομολογιακό δάνειο	44.280.000	47.970.000
Επιχορηγήσεις	3.752.285	4.068.002
Υποχρεώσεις παρ. προσωπικού	3.172.464	3.551.701
Αναβαλλόμενες φορ. Υποχρεώσεις	4.466.129	5.526.529
<b>Σύνολο μακροπρόθεσμων υποχρεώσεων</b>	<b>55.670.878</b>	<b>61.116.232</b>

<b>Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις</b>		
Εμπορικές υποχρεώσεις	15.981.580	15.319.778
Λοιπές υποχρεώσεις κ' δεδ. Έξοδα	4.063.145	3.704.859
Φόροι εισοδήματος πληρωτέοι	4.209.057	1.125.341
Βραχυπρόθεσμο μέρος ομ. Δανείου	3.690.000	3.690.000
<b>Σύνολο βραχυπρ. Υποχρεώσεων</b>	<b>27.943.782</b>	<b>23.839.978</b>
<b>Σύνολο υποχρεώσεων</b>	<b>83.614.660</b>	<b>84.956.210</b>
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΙΔΙΩΝ ΚΕΦ. ΚΑΙ</b>		
<b>ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ</b>	<b>164.660.633</b>	<b>161.690.098</b>

	<u>1/1-31/12/2012</u>	<u>1/1-31/12/2011</u>
Κύκλος εργασιών	121.009.432	118.494.009
Κόστος πωλήσεων	(61.568.764)	(58.898.216)
<b>Μικτό κέρδος</b>	<b>59.440.668</b>	<b>59.595.793</b>
Άλλα έσοδα εκμεταλλεύσεως	561.721	645.744
Έξοδα διάθεσης	(39.616.359)	(39.684.984)
Έξοδα διοίκησης	(8.208.305)	(8.039.446)
Λοιπά έσοδα / (έξοδα) (καθαρά)	(542.247)	(563.888)
<b>Αποτελέσματα εκμεταλλεύσεως</b>	<b>11.635.478</b>	<b>11.953.219</b>
Έσοδα από τόκους	1.905.452	1.758.368
Χρηματοοικονομικά έξοδα	(1.013.898)	(1.409.741)
<b>Κέρδη προ φόρων</b>	<b>12.527.032</b>	<b>12.301.846</b>
Φόρος εισοδήματος	(4.214.947)	(2.548.754)
<b>Καθαρά κέρδη περιόδου μετά από φόρους</b>	<b><u>8.312.085</u></b>	<b><u>9.753.092</u></b>

Καθαρά κέρδη περιόδου μετά από φόρους	8.312.085	9.753.092
Λοιπά συνολικά έσοδα περιόδου μετά από φόρους	0	0
Συγκεντρωτικά συνολικά έσοδα μετά από φόρους	<u>8.312.085</u>	<u>9.753.092</u>

- Τα κέρδη ανά μετοχή για το έτος 2012 ανέρχονται σε 15,8325 €.

- Η Γενική Συνέλευση των Μετόχων της 29ης Ιουνίου 2012 αποφάσισε τη διανομή μερίσματος ύψους 4.000.000 € από τα καθαρά διανεμηθέντα κέρδη της Εταιρείας. Το Διοικητικό Συμβούλιο της Εταιρείας αποφάσισε να προτείνει στη Γενική Συνέλευση των Μετόχων τη μη διανομή μερίσματος για τη χρήση 2012. Η πρόταση αυτή του Διοικητικού Συμβουλίου, τελεί υπό την έγκριση της Ετήσιας Γενικής Συνέλευσης.

- Η επιχείρηση έχει ομολογιακά δάνεια ύψους 47.970.000 € από τις τράπεζες EFG Eurobank Ergasias AE και Alpha Τράπεζα AE. Η αποπληρωμή του θα γίνει : μέχρι 1 έτος 3.690.000 και από 1 έως 5 44.280.000 €.

- Το επιτόκιο του δανείου είναι κυμαινόμενο (Euribor πλέον περιθωρίου). Το επιτόκιο κατά την 31<sup>η</sup> Δεκεμβρίου 2012 ήταν 0,885% (31η Δεκεμβρίου 2011 ήταν 2.340%).

## **11.5 ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΚΑΙ ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗ ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ 2013**

Η Εταιρεία προβλέπει ότι κατά την τρέχουσα χρήση θα διατηρήσει ικανοποιητική δραστηριότητα στα ίδια περίπου επίπεδα με αυτά της κλειόμενης χρήσης. Η Διοίκηση της Εταιρείας δεν είναι σε θέση να εκτιμήσει την πορεία της αγοράς, δεδομένης της ρευστότητας και αστάθειας που επικρατούν στον οικονομικό και στο κοινωνικό περιβάλλον.

Η Διοίκηση επικεντρώνει τις προσπάθειές της στα μερίδια της εγχώριας αγοράς που πιθανόν να προκύψουν από την αναδιοργάνωση της αγοράς, στην αύξηση της εξαγωγικής της δραστηριότητας και στη συγκράτηση των εξόδων.

## 11.6 ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΕΥΡΩΣΤΙΑΣ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ

Βάση όλων των στοιχείων που παρουσιάζονται στα παραπάνω υποκεφάλαια προκύπτει πως η εταιρεία Παπαδοπούλου παρουσιάζει μια εύρωστη εικόνα σχετικά με την οικονομική της επίδοση.

Για να ενισχυθεί ο ισχυρισμός αυτός εξετάζεται η χρηματοοικονομική της «υγεία» χρησιμοποιώντας τη μέθοδο του Altman και συγκεκριμένα το Z score. Το υπόδειγμα αυτό έχει αναπτυχθεί τις τελευταίες δεκαετίες και θεωρείται ένα αξιόπιστο μοντέλο στην εκτίμηση της επίδοσης μια εταιρείας. Το μοντέλο έχει δύο μορφές: το εξειδικευμένο που αφορά τις εισηγμένες εταιρείες και το γενικευμένο που αφορά της υπόλοιπες εταιρείες. Στη συγκεκριμένη περίπτωση λόγω του ότι η εταιρεία δεν είναι εισηγμένη στο χρηματιστήριο, εφαρμογή έχει το γενικευμένο μοντέλο. Το γενικευμένο μοντέλο έχει σα βάση τέσσερις αριθμοδείκτες που σταθμίζονται με συντελεστές βαρύτητας και αθροιστικά δίνουν το Z score.

<b>ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ ALTMAN Z SCORE</b>	<b>ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΕΣ ΣΤΑΘΜΙΣΗΣ ΚΑΤΑ ALTMAN</b>
<i>ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ/ ΣΥΝ. ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ</i>	6,56
<i>ΚΕΡΔΗ ΕΙΣ ΝΕΟΝ/ ΣΥΝ. ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ</i>	3,26
<i>ΚΕΡΔΗ ΠΡΟ ΤΟΚΩΝ&amp;ΦΟΡΩΝ./ ΣΥΝ. ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ</i>	6,72
<i>ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ / ΣΥΝ. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ</i>	1,05

Το αποτέλεσμα του Z score δίνει μια τιμή, όπου χαρακτηρίζει την εταιρεία, όσον αναφορά την πιθανότητα αποτυχίας της.

<b>ΕΠΙΔΟΣΗ Z-SCORE</b>	<b>ΠΙΘΑΝΟΤΗΤΑ ΑΠΟΤΥΧΙΑΣ</b>	<b>ΚΡΙΤΙΚΕΣ ΤΙΜΕΣ ΠΤΩΧΕΥΣΗΣ</b>	<b>ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΜΟΣ</b>
<i>&lt;1,80</i>	<i>ΠΟΛΥ ΥΨΗΛΗ</i>	<i>1,62</i>	<i>ΠΤΩΧΕΥΣΗ</i>
<i>1,81&lt; ΚΑΙ &lt;2,67</i>	<i>ΥΨΗΛΗ</i>		
<i>2,68&lt; ΚΑΙ &lt;2,99</i>	<i>ΠΙΘΑΝΗ</i>	<i>4,45</i>	<i>ΜΗ ΠΤΩΧΕΥΣΗ</i>
<i>3,00&lt;</i>	<i>ΧΑΜΗΛΗ</i>		

Για την εταιρεία Παπαδοπούλου το Z score υπολογίζεται για τα έτη 2011 και 2012 ως εξής:

<b>Z SCORE</b>	
<b>2011</b>	<b>2012</b>
4,831295	4,778417

Χρησιμοποιώντας το μοντέλο Altman Z score επιβεβαιώνεται ότι η εταιρεία Παπαδοπούλου μπορεί να χαρακτηριστεί ως μια εταιρεία η οποία δεν αντιμετωπίζει πρόβλημα σχετικά με την ορθή λειτουργία της, έχοντας χαμηλή πιθανότητα αποτυχίας και καθίσταται σίγουρη σχετικά με την πορεία της στο μέλλον.

## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Με την ενδελεχή παρουσίαση και ανάλυση που πραγματοποιήθηκε στα παραπάνω κεφαλαία της συγκεκριμένης πτυχιακής εργασίας προκύπτουν τα εξής σημαντικά συμπεράσματα :

Η Ε.Ι Παπαδόπουλος Α.Ε είναι μια ελληνική επιχείρηση η οποία ηγείται στο κλάδο των μπισκότων και κατέχει σημαντικά μερίδια στους υπόλοιπους κλάδους όπου δραστηριοποιείται.

Η εταιρεία αποτελεί πρότυπο για τις υπόλοιπες ελληνικές εταιρίες για το λόγο ότι δεν έχει πραγματοποιήσει περικοπές στη μισθοδοσία και στο προσωπικό της, ενώ παρέχει στους εργαζομένους της ένα υγιές περιβάλλον εργασίας με πολλά κίνητρα για επαγγελματική εξέλιξη.

Το τμήμα Έρευνας και Ανάπτυξης της εταιρείας είναι από τα σημαντικότερα τμήματα αφού με τις διεργασίες που πραγματοποιεί καταφέρνει να λανσάρει καινοτόμα προϊόντα αλλά και να εισέρχεται πετυχημένα σε νέες αγορές όπως στον κλάδο του ψωμιού.

Επιπλέον, αξιοσημείωτος είναι ο ρόλος της Διεύθυνσης Marketing. Αξιοποιώντας τα κατάλληλα εργαλεία συνεχίζει να διατηρεί τη δύναμη του brand name των προϊόντων στο κοινό.

Σημαντικό τομέας της εταιρίας και οι δράσεις Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, οι οποίες εστιάζουν στο κοινωνικό σύνολο.

Στο τελευταίο κεφάλαιο της εργασίας συμπεραίνουμε ότι η εταιρία είναι σε θέση να συνεχίσει την πετυχημένη πορεία της ανεπηρέαστη από την κρίση, με αυξημένες πωλήσεις αλλά και κέρδη, τα οποία είναι αυτά που της επιτρέπουν να πραγματοποιεί νέες επενδύσεις και να θέτει νέους μεγαλύτερους στόχους όπως αύξηση της ζήτησης και της διανομής των προϊόντων στις ήδη υπάρχουσες αγορές που δραστηριοποιείται, αύξηση εξαγωγών στο 15%, επέκταση σε νέες αγορές, δημιουργία εργοστασίου στα Βαλκάνια, καθώς και εξαγωγή και άλλων πετυχημένων προϊόντων της, πραγματοποιώντας συνεπώς το όραμα της το οποίο είναι : «Το όραμα μας είναι να αναγνωριστούμε ως μία από τις καλύτερες εταιρείες παγκοσμίως, προσφέροντας ποιότητα και γεύση στη ζωή μας».

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

### Ελληνική

- Δημητράτος, Π., (2006). *Η ελληνική επιχείρηση στα χρόνια της παγκοσμιοποίησης*. Αθήνα: Σιδέρης
- Κυριαζόπουλος, Π., (2001). *Εφαρμοσμένο Marketing*. Αθήνα: Σύγχρονη Εκδοτική.
- Λιάπης, Κ., (2011). *Οικονομική των Επιχειρήσεων και Λογιστική*. Αθήνα: Μπένου
- Μαντάς, Ν., (1992). *Διοίκηση Προσωπικού*. Αθήνα: Σύγχρονη Εκδοτική.
- Μαντάς, Ν., Κακούνης, Π. και Ντάνος, Α., (1992). *Διοικητική Δεοντολογία και Πρακτική*. Αθήνα: Σύγχρονη Εκδοτική.
- Νικολάου, Ι., (2006). *Διοικώντας το ανθρώπινο κεφάλαιο, ελληνικές μελέτες περιπτώσεως*. Αθήνα: Σιδέρης
- Παπαδάκης, Β., (2012). *Στρατηγική των Επιχειρήσεων, Ελληνική και Διεθνής Εμπειρία*. 6<sup>η</sup> εκδ. τόμος Α. Αθήνα: Μπενού.
- Πρωτοπαπαδάκης, Ι., (2010). *Επιχειρείν αλλά Ελληνικά, η άγνωστη ιστορία των ελληνικών επιχειρήσεων*. Αθήνα: Σταμούλης.
- Grant Thornton Greece, (2013). *Ελληνικές επιχειρήσεις και οι επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης ανά κλάδο*. Αθήνα: Grant Thorton
- ICAP group A.E, (2013). *Leading employers in Greece*. Αθήνα: ICAP group A.E
- Noe, R., Hollenbeck, J., Gerhart, B. and Wright, P., (2007). *Διαχείριση ανθρωπίνων πόρων*. 4<sup>η</sup> εκδ. τόμος Α. Αθήνα: Παπαζήση.
- Noe, R., Hollenbeck, J., Gerhart, B. and Wright, P., (2007). *Διαχείριση ανθρωπίνων πόρων*. 4<sup>η</sup> εκδ. τόμος Β. Αθήνα: Παπαζήση.

### Ξένη

- Kotler, P., (2005). *Corporate Social Responsibility*. New Jersey: economia publishing



## Ηλεκτρονικές Πηγές

- Μανιφάβα, Δ.,(2013). Στα προϊόντα ψωμιού εισέρχεται η Ε.Ι Παπαδοπούλου. *Καθημερινή*, [online], Απρίλιος. Διαθέσιμο: <http://www.kathimerini.gr/484794/article/oikonomia/epixeirhseis/sta-proionta-ywmioy-eiserxetai-h-e-i-papadopoylos>
- Στεργίου, Α.,(2013). Τα μπισκότα Παπαδοπούλου ψηφίζουν Ελλάδα. *Ελευθεροτυπία*, [online], Απρίλιος. Διαθέσιμο: <http://www.enet.gr/?i=news.el.article&id=355152>
- Το Βήμα, (2013). Μπισκότα Παπαδοπούλου, νέες θέσεις εργασίας στη κρίση. *Το Βήμα*, [online], Δεκέμβριος. Διαθέσιμο: <http://www.tovima.gr/finance/article/?aid=552546>
- Χαροντάκης, Δ., (2013). Η μπισκότα Παπαδοπούλου επιχειρεί είσοδο στην αγορά ψωμιού. *Το Βήμα*, [online], Απρίλιος. Διαθέσιμο: <http://www.tovima.gr/finance/article/?aid=505987>
- Χαροντάκης, Δ.,(2012). Τα γλυκά χαρτιά της οικονομίας. *Το Βήμα*, [online], Απρίλιος. Διαθέσιμο: <http://www.tovima.gr/finance/article/?aid=462654>
- Athensvoice, (2014). *Χρυσά τα μπισκότα Παπαδοπούλου*. [online] Διαθέσιμο: <http://www.athensvoice.gr/article/ειδήσεις> [Accessed 27 Μαρτίου 2014].
- Deal news online, (2013). *Μαχαίρια για τα μερίδια της Nutriart*. [online] Διαθέσιμο: <http://www.dealnews.gr/epixeiriseis/item/79366>
- Imerisia, (2014). *Απονεμήθηκαν τα super brands*. [online] Διαθέσιμο: <http://www.imerisia.gr/article.asp?catid>
- Parakato.gr, (2013). *Η Κυρία «Μπισκότα Παπαδοπούλου»: «Δεν θα μετέφερα ποτέ την έδρα μας εκτός Ελλάδας»*. [online] Διαθέσιμο: [http://www.parakato.gr/2013/04/blog-post\\_2118.html](http://www.parakato.gr/2013/04/blog-post_2118.html)
- Protagon.gr, (2013). *Υπάρχουν και Παπαδοπούλου*. [online] Διαθέσιμο: <http://www.protagon.gr/?i=protagon.el.article&id=23528>
- <http://www.selfservice.gr>
- <http://www.marketingweek.gr>
- <http://www.paragogi.net/1666/h-vivartia-sth-maxh-gia-to-pswmi>
- [http://www.onlineexpo.gr/start\\_gr.php](http://www.onlineexpo.gr/start_gr.php)
- <http://www.papadopoulou.gr>
- <http://libweb.anglia.ac.uk/referencing/harvard.htm>

### Άλλες πηγές

- Ελληνικό Ινστιτούτο Υγιεινής και ασφάλειας της εργασίας, (2008). *Θέματα υγείας και ασφάλειας της εργασίας για επιχειρήσεις γ' κατηγορίας (αθρ. 2, Π.Δ294/1988)*. Αθήνα: Ελληνικό Ινστιτούτο Υγιεινής και ασφάλειας της εργασίας.

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Συνέντευξη με τη Διευθύντρια Ανθρωπίνου Δυναμικού κα. Μαριλίζα Γρηγοροπούλου.

### **1. Ποιος είναι ο ρόλος της Διεύθυνσης Ανθρωπίνου Δυναμικού; Από πόσα άτομα απαρτίζεται;**

Η Διεύθυνση Ανθρωπίνου Δυναμικού ασχολείται με όλους τους πυλώνες της εταιρείας. Με την επιλογή και την πρόσληψη των εργαζομένων, την εκπαίδευση και την ανάπτυξή τους. Ασχολείται με το personal management δηλαδή με την καθημερινότητα των εργαζομένων, όσον αφορά τις άδειες, τις ασθένειες, τη μισθοδοσία. Η μισθοδοσία στην Ε.Ι Παπαδόπουλος υπάγεται στη Διεύθυνση Προσωπικού. Η Διεύθυνση Ανθρωπίνου Δυναμικού ασχολείται με τα πάντα όσον αφορά το ανθρώπινο κεφάλαιο της εταιρείας. Στα κεντρικά γραφεία απαρτίζεται από πέντε άτομα συμπεριλαμβανομένου και εμένα. Από δύο άτομα στη Θεσσαλονίκη και από ένα άτομο στις εγκαταστάσεις μας στα Οινόφυτα και το Βόλο.

### **2. Η Διεύθυνση Ανθρωπίνου Δυναμικού γνωστοποιεί στους εργαζομένους το job description της θέσης τους;**

Όταν αφορά διοικητικά στελέχη βεβαίως αλλά και το εργατικό δυναμικό ενημερώνεται για το τι περιμένουμε από αυτούς να εκτελέσουν.

### **3. Πραγματοποιείται μόνοι σας τις προσλήψεις ή συνεργάζεστε με εταιρείες προσλήψεων;**

Και τα δύο ανάλογα με τη θέση.

### **4. Ποιες διαδικασίες - μεθόδους ακολουθείτε στη πρόσληψη προσωπικού; (συνεντεύξεις, τεστ αξιολόγησης). Πως ενημερώνεται το κοινό για νέες θέσεις εργασίας;**

Δεν πραγματοποιούμε τεστ αξιολόγησης, τουλάχιστον προς το παρόν. Οι συνεντεύξεις είναι απαραίτητη προϋπόθεση για την πρόσληψη και πολλές φορές πραγματοποιούνται πάνω από δύο ανάλογα με τη θέση εργασίας. Το κοινό ενημερώνεται κυρίως από αγγελίες στο internet αν και πολλές φορές οι αγγελίες

που δημοσιεύουμε στο internet , δημοσιεύονται και σε εφημερίδες σαν είδηση ότι προσλαμβάνουμε εργαζομένους. Πλέον στις μέρες μάλλον αποτελεί είδηση ότι προσλαμβάνεις.

**5. Ποια προγράμματα εκπαίδευσης παρέχετε στο προσωπικό;**

Ανάλογα με τη θέση εργασίας το προσωπικό χρειάζεται κάποιες εκπαιδεύσεις. Αν είναι εργαζόμενοι στη παραγωγή ή στον έλεγχο ποιότητας κτλ υπάρχουν διαφορετικού τύπου εκπαιδεύσεις ανάλογα με τη θέση. Τα σεμινάρια πραγματοποιούνται είτε από εξωτερικό φορέα, είτε εσωτερικά από την ίδια την εταιρεία με εσωτερικούς εκπαιδευτές.

**6. Πόσο αναπτυγμένο είναι το ανθρώπινο κεφάλαιο στην εταιρεία; Η εταιρεία αξιολογεί όλο το εύρος των ικανοτήτων των εργαζομένων;**

Υπάρχει διαδικασία αξιολόγησης της απόδοσης των εργαζομένων. Οι εργαζόμενοι αξιολογούνται σε ετήσια βάση, εκλαμβάνονται συνεχόμενα feed μέσα στο έτος. Υπάρχουν συγκεκριμένοι στόχοι ανά θέση που πρέπει να πετύχει ο κάθε εργαζόμενος στη θέση που βρίσκεται, οπότε και βάση αυτών αξιολογείται. Το εύρος ικανοτήτων που μου λέτε είναι ανάλογα με τη θέση στην οποία βρίσκεται. Θα μπορούσαμε να πούμε ότι υπάρχει εικόνα από τον προϊστάμενο να διαγνώσει κατά πόσο ο εργαζόμενος μπορεί να αναλάβει επιπλέον πράγματα. Υπάρχουν εισηγήσεις που γίνονται είτε για ανάπτυξη του εργαζομένου λαμβάνοντας υπόψη μια συγκεκριμένη εκπαίδευση ή γνώση από τον προϊστάμενο, είτε ενθάρρυνση για εσωτερική μετακίνηση εφόσον υπάρχει θέση και έχει τις ικανότητες ο εργαζόμενος. Ο προϊστάμενος κάνει την αξιολόγηση, είναι ο άμεσος αξιολογητής. Μέσω της αξιολόγησης θα αναδείξει τις ικανότητες του ατόμου. Το HR πάντα βλέπει όλες τις αξιολογήσεις όλου του προσωπικού και μπορεί να φτάσει μέχρι τη Δ. Σύμβουλο ανάλογα με το επίπεδο της θέσης.

**7. Παρέχετε στους εργαζομένους ιατρική περίθαλψη και ασφάλεια υγείας. Ποιες άλλες πρόσθετες παροχές παρέχεται στους εργαζομένους;**

Όσον αφορά την ιατροφαρμακευτική κάλυψη δεν υπάρχει ιδιωτική ασφάλεια στην εταιρεία προς το παρόν αλλά βρισκόμαστε σε μια συνεχή προσπάθεια αναβάθμισης των παροχών που προσφέρουμε. Υπάρχουν πρόσθετες παροχές όπως κουπόνια διατροφής όπως ticket restaurant κτλ σε διάφορες ομάδες

εργαζομένων αλλά και στο σύνολο της εταιρείας. Υπάρχουν κάποιες άλλες παροχές ή εργαλεία δουλειάς όπως αυτοκίνητα. Υπάρχει και car pooling για να εξυπηρετούνται και οι άνθρωποι στην εργασία τους.

#### **8. Η οικονομική κρίση έχει επηρεάσει την εταιρεία;**

Η εταιρεία δεν έχει επηρεαστεί από την οικονομική κρίση. Δεν έχουμε κάνει περικοπές και απολύσεις αντίθετα έχουμε κάνει προσλήψεις.

#### **9. Υπάρχει κανονισμός εργασίας προσωπικού;**

Κανονισμός εργασίας προσωπικού υπάρχει και είναι υποχρεωτικός λόγω του μεγάλου αριθμού εργαζομένων που έχουμε στην εταιρεία και εφαρμόζεται πάντα στα πλαίσια της νομοθεσίας.

#### **10. Ποιους κανόνες τηρείται ώστε να διασφαλίζεται η υγιεινή και η ασφάλεια των εργαζομένων; Υπάρχει ιατρός εργασίας και τεχνικός ασφαλείας;**

Βεβαίως υπάρχει και δίνουμε και πολύ μεγάλη έμφαση στην ασφάλεια και υγιεινή. Σε όλες τις εγκαταστάσεις μας υπάρχει ιατρός εργασίας. Στην Αθήνα, τα Οινόφυτα και στο κέντρο διανομής στον Ασπρόπυργο υπάρχει και επισκέπτρια υγείας μόνιμα έτσι ώστε να μπορούμε να φροντίζουμε καλύτερα το προσωπικό μας. Τηρούνται όλοι οι κανονισμοί όπως ορίζει και ο νόμος για την υγιεινή και ασφάλεια. Τεχνικός ασφαλείας υπάρχει επίσης σε όλες τις εγκαταστάσεις και υπάρχουν σχετικά εγχειρίδια, σχετικές εκπαιδεύσεις και σεμινάρια.

#### **11. Υπάρχει σύστημα εσωτερικού ελέγχου στην εταιρεία;**

Υπάρχει σύστημα εσωτερικού ελέγχου.

#### **12. Στις δράσεις Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης περιλαμβάνεται σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης;**

Το περιβάλλον είναι μόνο ένας πυλώνας της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Η εταιρεία είναι ευαισθητοποιημένη και στο παρελθόν και τώρα ως προς το κοινωνικό σύνολο αλλά και το περιβάλλον. Λόγω της φύσεως της εταιρείας επειδή δεν είμαστε βαριά βιομηχανία δεν έχουμε κάποια ιδιαίτερη επιβάρυνση, τηρούμε τους κανονισμούς και προσπαθούμε βέβαια κάθε χρόνο να μειώνουμε τους δείκτες ρύπανσης.

Φέτος θα εκδώσουμε και τον πρώτο μας εταιρικό απολογισμό για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και δουλεύουμε προς όλους τους πυλώνες και στο περιβάλλον και στους εργαζομένους και στη κοινωνία. Δίνουμε έμφαση σε όλα και προσπαθούμε να βάζουμε μια στοχοθέτηση σε κάθε πυλώνα της ΕΚΕ. Ο κάθε ένας από εμάς αναλαμβάνει κάτι. Εγώ είμαι υπεύθυνη για τους εργαζομένους και για πως μπορούμε να βελτιώσουμε πράγματα που τους αφορούν.

Είμαστε ιδιαίτερα ευαισθητοποιημένοι και στις τοπικές κοινωνίες και ιδιαίτερα στα παιδιά, αισθανόμαστε πολύ κοντά τους εξαιτίας και της φύσης του προϊόντος και προσπαθούμε να κάνουμε ότι μπορούμε περισσότερο για αυτά και για τη διατροφή τους και για την οικονομική τους υποστήριξη.