

**Α.Τ.Ε.Ι. ΠΑΤΡΑΣ**  
**ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ**  
**ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**



**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**ΘΕΜΑ : « Ο ΡΟΛΟΣ ΚΑΙ Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗΣ  
ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΤΩΝ SUPER – MARKET ΜΕ ΤΟ  
ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΟ ΚΟΙΝΟ ΜΕ ΣΚΟΠΟ ΤΗΝ  
ΑΥΞΗΣΗ ΤΩΝ ΚΕΡΔΩΝ ΤΟΥΣ »**

**ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ**

**Κος ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ ΛΑΜΠΡΟΣ**

**ΣΠΟΥΔΑΣΤΕΣ**

**ΣΠΥΡΟΠΟΥΛΟΣ ΒΑΣΙΛΕΙΟΣ    ΜΩΡΑΪΤΑΚΗΣ ΑΝΤΩΝΙΟΣ**  
**ΛΙΒΕΡΗΣ – ΚΡΟΚΑΣ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ**

**ΠΑΤΡΑ ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ 2003**

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ	6327
----------------------	------

## ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η παρούσα εργασία εκπονήθηκε κατά το ακαδημαϊκό έτος 2002 – 2003 από τους σπουδαστές Βασίλειο Σπυρόπουλο, Αντώνιο Μωραϊτάκη και Εμμανουήλ Λιβέρη – Κροκά.

Ευχαριστούμε θερμά τον καθηγητή κο Λάμπρο Βασιλόπουλο για την υπόδειξη του θέματος και για την αμέριστη συμπαράσταση και καθοδήγηση του κατά τη διάρκεια της εργασίας.

Η επιμέλεια της συγγραφής της εργασίας έγινε από την κα Έφη Σπυροπούλου την οποία και ευχαριστούμε.

**Σεπτέμβριος 2003**

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

<b>ΕΙΣΑΓΩΓΗ</b>	1
<b>Α΄ ΜΕΡΟΣ</b>	3
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1<sup>ο</sup></b>	4
<b>ΓΕΝΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΚΛΑΔΟΥ SUPER – MARKET</b>	
1.1 Δομή , εξέλιξη και σημερινή εικόνα του κλάδου	5
1.1.1 Γενικά στοιχεία	5
1.1.2 Θεσμικό πλαίσιο	6
1.1.3 Διάρθρωση πωλήσεων και ανάπτυξη οργανωμένων τμημάτων πωλήσεων	6
1.1.4 Προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας (Own ή private label)	8
1.1.5 Καταστήματα «Discount» και «Hard discount»	14
1.1.6 Ανάπτυξη και υιοθέτηση νέων τεχνολογιών / πρακτικών	14
1.2 Γενικά στοιχεία για τα κυριότερα προϊόντα των super – market/ Εγχώρια , ιδιωτική κατανάλωση	17
1.2.1 Εγχώρια κατανάλωση κυριότερων προϊόντων	17
1.2.2 Λοιπά προϊόντα των super – market	19
1.3 Διάρθρωση του κλάδου	20
1.3.1 Επιχειρήσεις του κλάδου super – market και cash & carry	20
1.3.2 Κατάταξη επιχειρήσεων σύμφωνα με τον αριθμό καταστημάτων	31
1.3.3 Χωροταξική κατανομή των καταστημάτων super – market και cash & carry	32
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2<sup>ο</sup></b>	34
<b>ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ</b>	
A. Γενικά	35
B. Βασικά στοιχεία της επικοινωνιακής πολιτικής	35
Γ. Μέσα επικοινωνιακής πολιτικής	37
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3<sup>ο</sup></b>	38
<b>ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ</b>	
A. Εισαγωγή	39
B. Ιστορικό της διαφήμισης	39
Γ. Λόγοι διαφήμισης	42
Δ. Είδη διαφήμισης	42
E. Συνέπειες της διαφήμισης	44
ΣΤ. Σημασία της διαφήμισης	44
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4<sup>ο</sup></b>	46
<b>ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ</b>	
A. Εισαγωγή	47
B. Ιστορικό δημοσίων σχέσεων	48

Γ. Μέσα δημοσίων σχέσεων	50
Δ. Ρόλος δημοσίων σχέσεων	53
Ε. Σημασία δημοσίων σχέσεων	56
ΣΤ. Διαφορές και συσχετισμοί των δημοσίων σχέσεων με άλλες παρόμοιες επικοινωνιακές λειτουργίες	57
<b>Β΄ ΜΕΡΟΣ</b>	61
CARREFOUR – ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.	62
ΟΜΙΛΟΣ ΑΛΦΑ – ΒΗΤΑ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ	72
ΟΜΙΛΟΣ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΥ	84
<b>Γ΄ ΜΕΡΟΣ</b>	99
Α. Συμπεράσματα της έρευνας	100
Β. Προτάσεις για τη βελτίωση της επικοινωνιακής πολιτικής των super - market	101
Γ. Επίλογος	103
<b>ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ</b>	104

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το αντικείμενο της παρούσας εργασίας είναι η διερεύνηση της επικοινωνιακής πολιτικής των super – market με το καταναλωτικό κοινό με σκοπό την αύξηση των κερδών τους.

Ο κλάδος των καταστημάτων super – market και cash & carry αποτελεί έναν από τους πλέον «δυναμικούς» εμπορικούς κλάδους της ελληνικής οικονομίας, καλύπτοντας τη συνολική εγχώρια ιδιωτική κατανάλωση τροφίμων – ποτών και ειδών ατομικού ευπρεπισμού και καθαριότητας, σε ποσοστό 36,2 % κατά το 2000 και 34,3 % κατά το 1999.

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται ένταση του ανταγωνισμού, ο οποίος σε συνδυασμό με την είσοδο ξένων αλυσίδων καταστημάτων super – market και discount, έχει συμβάλει στην αύξηση κινήσεων εξαγορών και συγχωνεύσεων μεταξύ εταιριών του κλάδου. Παράλληλα, οι μικρότερες και μεμονωμένες επιχειρήσεις προσπαθούν να αντιμετωπίσουν το συγκεκριμένο φαινόμενο προσχωρώντας σε ομίλους κοινών αγορών, ενισχύοντας έτσι τη διαπραγματευτική τους ικανότητα.

Περίληπτικά, αναφέρουμε ότι στο **πρώτο** κεφάλαιο της μελέτης παρουσιάζονται γενικά χαρακτηριστικά, όπως η δομή και η σημερινή εικόνα του κλάδου, καθώς και στοιχεία για την εγχώρια κατανάλωση των κυριότερων καταναλωτικών προϊόντων. Στο **δεύτερο** κεφάλαιο παραθέτουμε ορισμό της επικοινωνιακής πολιτικής καθώς και αναλύουμε τα βασικά της στοιχεία και παρουσιάζουμε συνοπτικά τα μέσα της επικοινωνιακής πολιτικής. Στο **τρίτο** κεφάλαιο επιχειρείται ανάλυση του όρου Διαφήμιση και γίνεται αναφορά στην ιστορία της, στους λόγους διάδοσής της, καθώς και ποια είναι τα είδη, οι συνέπειες και η σημασία της Διαφήμισης. Στο **τέταρτο** κεφάλαιο αναλύονται οι Δημόσιες Σχέσεις των super – market. Περιλαμβάνει το ιστορικό των Δημοσίων Σχέσεων καθώς και τα μέσα και τον ρόλο τους. Το κεφάλαιο κλείνει με τη σημασία των Δημοσίων Σχέσεων και τις διαφορές και συσχετισμούς που έχουν με παρόμοιες επικοινωνιακές λειτουργίες.

Στο **δεύτερο μέρος** της εργασίας παρουσιάζονται τρεις (3) από τις σημαντικότερες επιχειρήσεις του κλάδου και συγκεκριμένα αναφέρονται ιστορικά, στοιχεία πωλήσεων, χωροταξικής κατανομής καταστημάτων καθώς και ερωτηματολόγιο που αφορά την επικοινωνιακή πολιτική των συγκεκριμένων επιχειρήσεων.

Τέλος, στο τρίτο μέρος παρατίθενται τα συμπεράσματα που προκύπτουν από την έρευνά μας καθώς και οι προτάσεις μας για τη βελτίωση της επικοινωνιακής πολιτικής των super - market με το καταναλωτικό κοινό.

Στην όλη προσπάθεια για συγκέντρωση των απαραίτητων στοιχείων, χρησιμοποιήθηκαν σαν πηγές πληροφόρησης η Εθνική Στατιστική Υπηρεσία Ελλάδος και η Βάση Δεδομένων της ICAP. Κυρίως όμως, συλλέχθηκαν ποσοτικά και ποιοτικά στοιχεία από συνεντεύξεις με εκπροσώπους των εταιριών του κλάδου.

Τέλος, θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε τους παράγοντες των επιχειρήσεων για τη συνεργασία και την πληροφόρηση που μας παρείχαν κατά τη διάρκεια εκπόνησης της εργασίας.

## **Α΄ ΜΕΡΟΣ**



**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1<sup>ο</sup>**  
**ΓΕΝΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΚΛΑΔΟΥ SUPER - MARKET**

## **1. ΓΕΝΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ**

### **1.1 Δομή, Εξέλιξη και Σημερινή Εικόνα του Κλάδου**

#### **1.1.1. Γενικά Στοιχεία**

Τα πρώτα καταστήματα σούπερ μάρκετ εμφανίστηκαν στη χώρα μας πριν από περίπου 30 χρόνια, ακολουθώντας την τάση που ήδη ίσχυε σε χώρες του εξωτερικού. Αρχικά, τα προϊόντα των σούπερ-μάρκετ περιλάμβαναν κυρίως είδη τροφίμων και ποτά και λιγότερο διάφορα είδη οικιακής χρήσεως (χαρτικά, απορρυπαντικά κ.α.). Στη συνέχεια, επεκτάθηκαν σταδιακά σε κρέατα και ψάρια, φρούτα και λαχανικά, γυαλικά και είδη εστίασης (πιάτα κ.α.), είδη ένδυσης και υπόδησης, καλλυντικά, ηλεκτρικά και ηλεκτρονικά είδη, διάφορα είδη εξοχής και θαλάσσης, μικροέπιπλα, έτοιμα φαγητά κλπ.

Σύμφωνα με τα σημερινά δεδομένα, δεν υπάρχουν θεσμοθετημένες προϋποθέσεις, σύμφωνα με τις οποίες μπορεί ένα κατάστημα να χαρακτηριστεί σαν «σούπερ-μάρκετ». Πάντως, στην αγορά έχει επικρατήσει η έννοια σούπερ-μάρκετ σαν κατάστημα κυρίως τροφίμων, με χώρο πώλησης πάνω από 200 τ.μ. και δύο τουλάχιστον ταμειακές μηχανές. Τα καταστήματα που διαθέτουν χώρο πώλησης πάνω από 2.500 τ.μ. χαρακτηρίζονται σαν «υπερμάρκετ».

Στην πράξη, ο χαρακτηρισμός ενός καταστήματος σαν «σούπερ-μάρκετ» εξαρτάται και από άλλους παράγοντες, όπως η ποικιλία των εμπορευμάτων που διαθέτει, καθώς και ο τόπος εγκατάστασης του. Για παράδειγμα, ένα κατάστημα που λειτουργεί στην επαρχία και διαθέτει αξιόλογη ποικιλία προϊόντων, μπορεί να χαρακτηριστεί σαν «σούπερ-μάρκετ», έστω και εάν δεν πληροί τις παραπάνω προϋποθέσεις.

Επίσης, ο όρος σούπερ-μάρκετ διαφέρει και από χώρα σε χώρα. Έτσι, σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες το σούπερ-μάρκετ ορίζεται ως πολυκατάστημα το οποίο έχει τουλάχιστον 400 τ.μ. επιφάνεια πώλησης και διαθέτει τρεις ταμειακές μηχανές και άνω.

Σε γενικές γραμμές, οι επιχειρήσεις σούπερ-μάρκετ διακρίνονται στις εξής τρεις κατηγορίες:

- Μεγάλες Αλυσίδες που έχουν καταστήματα σε διάφορα μέρη της Ελλάδας (περιλαμβάνονται και τα «υπερμάρκετ»)
- Μεσαίες-Τοπικές Αλυσίδες που επεκτείνονται κυρίως στην περιοχή τους (Νομό, Περιφέρεια κ.λ.π.) ή σε γειτονικές περιοχές.
- Μεμονωμένα καταστήματα σούπερ-μάρκετ.

### 1.1.2. Θεσμικό Πλαίσιο

Η ίδρυση και η λειτουργία ενός σούπερ-μάρκετ βασίζεται σε ένα νομοθετικό πλαίσιο του 1996 (Ν. 2323/95) το οποίο δεν έχει αλλάξει μέχρι σήμερα. Σύμφωνα με αυτό το νόμο, απαιτείται ειδική άδεια για την ίδρυση και λειτουργία των διαφόρων κατηγοριών καταστημάτων. Οι συγκεκριμένες κατηγορίες καταστημάτων αναφέρονται κατωτέρω :

- για καταστήματα πάνω από 200 τ.μ. στο μεγαλύτερο μέρος των μικρών νησιών
- για καταστήματα πάνω από 600 τ.μ. στα μεγάλα νησιά του Αιγαίου και του Ιονίου Πελάγους
- για καταστήματα πάνω από 1.000 τ.μ. σε πόλεις με πληθυσμό κάτω των 30.000 κατοίκων
- για καταστήματα άνω των 2.000 τ.μ. για πόλεις με πληθυσμό από 30.000-100.000 κατοίκους

Στους νομούς της Αττικής και Θεσσαλονίκης η ίδρυση και λειτουργία καταστημάτων επιτρέπεται χωρίς περιορισμούς αναφορικά με το εμβαδόν τους, ενώ για υπεραγορές λιανικού εμπορίου απαιτείται άδεια από το Νομαρχιακό Συμβούλιο της οικίας Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης και του οικείου Οργανισμού Τοπικής Αυτοδιοίκησης (ΟΤΑ).

### 1.1.3. Διάρθρωση Πωλήσεων και Ανάπτυξη Οργανωμένων Τμημάτων Πωλήσεων

Οι δύο ευρύτερες κατηγορίες προϊόντων που διατίθενται στα σούπερ-μάρκετ είναι:

- Τρόφιμα και ποτά
- Λοιπά καταναλωτικά και μη προϊόντα

Στην κατηγορία των τροφίμων και ποτών περιλαμβάνεται μια σειρά προϊόντων που αναφέρονται συνοπτικά παρακάτω :

- Αλκοολούχα ποτά
- Γάλα, τυριά, αυγά
- Είδη ζαχαροπλαστικής
- Έλαια και λίπη (μαργαρίνες κλπ.)
- Έτοιμα φαγητά
- Ζάχαρη, καφές, τσάι, κακάο κλπ.
- Ζυμαρικά, δημητριακά κλπ.
- Κρέας και ψάρια
- Παιδικές τροφές και γάλατα

- Ρύζι και όσπρια
- Φρούτα και λαχανικά
- Χυμοί και αναψυκτικά
- Ψωμί και αρτοσκευάσματα  
κ.α.

Η κατηγορία των λοιπών καταναλωτικών και μη προϊόντων περιλαμβάνει διάφορα είδη όπως :

- Απορρυπαντικά και λοιπά είδη καθαρισμού
- Γυάλινα διάφορα
- Διακοσμητικά – δώρα
- Είδη ένδυσης και υπόδησης
- Είδη εστίασης (σερβίτσια κλπ.)
- Είδη κουζίνας – οικιακά σκεύη
- Είδη ταξιδιού και εξοχής (camping κλπ.)
- Εποχιακά είδη (χριστουγεννιάτικα, είδη θαλάσσης κλπ.)
- Ηλεκτρικά και ηλεκτρονικά προϊόντα (λευκές συσκευές, μηχανήματα ήχου και εικόνας, μικροσυσκευές)
- Καλλυντικά και είδη προσωπικής περιποίησης
- Μικροέπιπλα
- Παιγνίδια
- Πληροφορική (προσωπικοί υπολογιστές, πακέτο λογισμικού κλπ.)
- Χαρτικά – βιβλία  
κ.α.

Το μεγαλύτερο μέρος των συνολικών πωλήσεων των σούπερ-μάρκετ καλύπτεται από τα τρόφιμα και ποτά, που σε αρκετές περιπτώσεις αντιπροσωπεύουν ποσοστό 70%-90%, ενώ η κατηγορία των «λοιπών καταναλωτικών και μη προϊόντων», καλύπτει ποσοστό το οποίο κυμαίνεται από 5% έως και 30%-35%.

Τμήματα όπως κρεοπωλείο, ιχθυοπωλείο, οπωροπωλείο, ζαχαροπλαστείο και αρτοποιείο, αναπτύχθηκαν στα τέλη της δεκαετίας του 1980 έως τις αρχές της δεκαετίας του 1990, αρχικά με τη μορφή εκμίσθωσης τους σε τρίτους και στη συνέχεια με ανάπτυξη από τις επιχειρήσεις του κλάδου των σούπερ-μάρκετ.

Σχετικά με επιμέρους τμήματα τροφίμων που λειτουργούν εντός καταστημάτων σούπερ-μάρκετ, παρατηρούνται τα εξής :

Τα πλέον διαδεδομένα τμήματα στο σύνολο των καταστημάτων του κλάδου είναι το κρεοπωλείο και το οπωροπωλείο. Σημειώνεται ότι

αρκετές επιχειρήσεις σούπερ-μάρκετ πραγματοποιούν δικές τους εισαγωγές κρεάτων, ενώ διατηρούν και εγκαταστάσεις τυποποίησης.

Το τμήμα αρτοποιείου / ζαχαροπλαστείου γνωρίζει ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια, διαθέτοντας φρέσκα προϊόντα όπως ψωμιά διαφόρων τύπων, γλυκά κλπ.

Στα επιμέρους τμήματα ειδών διατροφής, συμπεριλαμβάνονται αυτό των έτοιμων φαγητών, καθώς και το ιχθυοπωλείο που είναι το τμήμα άρχισε να αναπτύσσεται με μεγαλύτερη χρονική καθυστέρηση έναντι των προαναφερομένων.

Σημειώνεται ότι εκτός των τμημάτων τροφίμων υπάρχουν και άλλα τμήματα με καταναλωτικά είδη, που εδώ και αρκετά χρόνια παρουσιάζουν αξιόλογη ανάπτυξη. Τέτοια τμήματα είναι των καλλυντικών και των ειδών προσωπικής περιποίησης, καθώς και των ειδών ένδυσης και υπόδησης τα οποία διατίθενται ως επί το πλείστον από τα μεγάλα καταστήματα.

Διαδεδομένα επίσης σε αξιόλογο βαθμό, είναι τα τμήματα των οικιακών σκευών και των ηλεκτρικών μικροσυσκευών, ενώ ανάπτυξη γνωρίζουν τα τελευταία χρόνια τα τμήματα ηλεκτρικών και ηλεκτρονικών συσκευές, κυρίως μέσα από τα μεγαλύτερα καταστήματα του κλάδου.

#### **1.1.4. Προϊόντα Ιδιωτικής Ετικέτας (Own ή Private Label)**

Τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας (own ή private label), φέρουν εμπορικά σήματα τα οποία ανήκουν σε αλυσίδες σούπερ-μάρκετ και παράγονται από τρίτες εταιρείες για λογαριασμό επιχειρήσεων του εξεταζόμενου κλάδου.

Η παραγωγή των προϊόντων αυτών στηρίζεται στη διαθέσιμη τεχνολογία, τις περισσότερες δε φορές γίνεται στην ίδια γραμμή παραγωγής και με τις ίδιες προδιαγραφές όπως και τα «επώνυμα» προϊόντα (national brands). Σημειώνεται ότι, η επιχείρηση σούπερ-μάρκετ δεν συμμετέχει, από πλευράς κόστους, στην ανάπτυξη ενός νέου προϊόντος ή στην προώθηση και το marketing γενικότερα, με αποτέλεσμα τα προϊόντα own label να έχουν μεγαλύτερα περιθώρια κέρδους από τα λοιπά ανταγωνιστικά είδη.

Οι πιο διαδεδομένες κατηγορίες προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας είναι οι ακόλουθες:

- Απορρυπαντικά
- Γάλα (συμπυκνωμένο)
- Είδη προσωπικής περιποίησης
- Ελαιόλαδο – σπορέλαια
- Ζάχαρη, καφές κλπ.
- Ζυμαρικά
- Κατεψυγμένα λαχανικά
- Κονσέρβες φρούτων
- Μαρμελάδες
- Όσπρια
- Προϊόντα ντομάτας (πελτές κλπ.)
- Χαρτί καθαριότητας (χαρτοπετσέτες κ.α.)
- Χυμοί – αναψυκτικά – μύρες

Όπως προαναφέρθηκε, οι τιμές των προϊόντων αυτών για τον καταναλωτή είναι χαμηλότερες έναντι των άλλων «επώνυμων» προϊόντων, με αποτέλεσμα να έχουμε θετικές προοπτικές ανάπτυξης. Παράλληλα, αποτελούν ισχυρό όπλο των σούπερ-μάρκετ τόσο στην προσέλκυση των καταναλωτών, όσο και στις σχέσεις τους με τους παραγωγούς, επειδή αυξάνουν τη διαπραγματευτική τους ικανότητα.

Σε προϊόντα ευρείας κατανάλωσης, όπως τα ζυμαρικά, τα χαρτιά καθαριότητας, οι κονσέρβες ντομάτας, τα απορρυπαντικά κ.α., παρατηρούνται οι μεγαλύτερες διαφορές τιμών σε σχέση με τα «επώνυμα» προϊόντα, ενώ σε άλλα προϊόντα όπως έλαια, αναψυκτικά κλπ. Οι διαφορές είναι μικρότερες. Τέλος, μεγαλύτερες είναι οι διαφορές τιμών μεταξύ προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας και αντίστοιχων εισαγόμενων προϊόντων.

Σημειώνεται, ότι τα μερίδια αγοράς των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας στην Ελλάδα διαφοροποιούνται ανάλογα με την κατηγορία των προϊόντων. Τα χαρτιά καθαριότητας (χαρτί υγείας, χαρτοπετσέτες κλπ.) κατέχουν μεγαλύτερα μερίδια, ενώ μικρότερα ποσοστά κατέχουν τα προϊόντα προσωπικής περιποίησης (αφρόλουτρα, σαμπουάν κλπ.).

Στην Ελλάδα, τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας αναπτύσσονται με σταθερούς ρυθμούς. Ο μέσος όρος συμμετοχής των προϊόντων αυτών στον ετήσιο κύκλο εργασιών των επιχειρήσεων του εξεταζόμενου κλάδου, δεν ξεπερνάει το 10 %. Παρατηρείται λοιπόν ότι τα private labels προϊόντα βρίσκονται σε χαμηλό επίπεδο εάν συγκριθούν με τις αντίστοιχες ευρωπαϊκές αγορές στις οποίες τα μερίδια αυτών των προϊόντων φτάνουν σε υψηλότερα επίπεδα. Εντούτοις, ενδέχεται στο

μέλλον να υπάρξει ανοδική τάση στην ελληνική αγορά για την ζήτηση των προϊόντων αυτών.

Οι σημαντικότεροι παράγοντες που επηρεάζουν τη θετική πορεία της αγοράς των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας είναι η διείσδυση ξένων λιανέμπορων στην Ελλάδα, οι αλλαγές στην καταναλωτική συμπεριφορά του Έλληνα και η εγκατάσταση οικονομικών μεταναστών στη χώρα μας.

Είναι γεγονός ότι τα τελευταία χρόνια παρατηρείται η είσοδος και η εδραίωση μεγάλων ξένων λιανεμπορικών οργανισμών στη χώρα μας. Οι ξένες επιχειρήσεις ευνοούν την ανάπτυξη των προϊόντων αυτών, διαθέτοντας πολυετή πείρα στο συγκεκριμένο αντικείμενο, μέσω της δραστηριοποίησης τους σε αγορές του εξωτερικού. Οι ξένες αλυσίδες επεκτείνουν την γκάμα των προσφερομένων προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας και σε άλλες κατηγορίες όπως ηλεκτρικές και ηλεκτρονικές συσκευές, φωτογραφικά είδη κλπ.

Άλλος παράγοντας που επηρεάζει την εξέλιξη των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας είναι η εγκατάσταση οικονομικών μεταναστών στην Ελλάδα, σε αριθμό που προσεγγίζει το 1,5 εκατ. Άτομα. Η μετανάστευση αυτή, έχει ως αποτέλεσμα τη δημιουργία μιας ομάδας καταναλωτών με περιορισμένο εισόδημα, που τροφοδοτεί την αγορά των private labels, προϊόντων.

Οι παραπάνω παράγοντες συντελούν στην άνοδο της αγοράς των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας. Σύμφωνα με παράγοντες του κλάδου, το μερίδιο των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας ενδέχεται να τριπλασιαστεί μέσα στην επόμενη πενταετία.

Ανοδική πορεία των private labels παρουσιάζεται και στις αγορές του εξωτερικού, όπου τα προϊόντα αυτά καλύπτουν σημαντικό ποσοστό των συνολικών πωλήσεων των σούπερ-μάρκετ. Στην Ευρώπη και στην Αμερική η ανάπτυξη τους άρχισε στις αρχές της δεκαετίας το 1980, παράλληλα με την επέκταση και την ανάπτυξη των μεγάλων αλυσίδων σούπερ-μάρκετ των υπερμάρκετ, των discount και hard discount καταστημάτων.

Στο πίνακα που ακολουθεί δίδονται στοιχεία για τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας ορισμένων επιχειρήσεων του κλάδου των σούπερ-μάρκετ και cash & carry στην Ελλάδα. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι, σχεδόν όλες οι αλυσίδες που εμφανίζονται στο συγκεκριμένο πίνακα έχουν αυξήσει σημαντικά τον αριθμό των κωδικών προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας σε σχέση με την περίοδο 1998 – 1999.

**ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΙΔΙΩΤΙΚΗΣ ΕΤΙΚΕΤΑΣ ΣΕ ΟΡΙΣΜΕΝΕΣ  
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΤΩΝ ΣΟΥΠΕΡ – MARKET ΚΑΙ  
CASH & CARRY**

<b>ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ</b>	<b>ΑΡ. ΚΩΔΙΚΩΝ (ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2001)</b>
ΔΙΑ	620
Α-Β ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ	600 *
ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ	862
ΜΕΤΡΟ	600
ΑΤΛΑΝΤΙΚ	1.000
ΓΟΥΝΤΣΙΔΗΣ	100
ΞΥΝΟΣ	127
ΜΑΣΟΥΤΗΣ	193

\* Αφορά τον όμιλο ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ

**Αγοραστικές συνήθειες των καταναλωτών**

Οι συνήθειες για την αγορά προϊόντων για το σπίτι αποτέλεσαν το αντικείμενο μιας εκτεταμένης έρευνας του γνωστού Γραφείου Ερευνών Research International. Και είναι πραγματικά ενδιαφέροντα τα συμπεράσματα που διαφοροποιούνται σημαντικά από περιοχή σε περιοχή, από ηλικία σε ηλικία.

Σύμφωνα με την έρευνα της R.I., τα ψώνια πραγματοποιούνται στο διάστημα μιας εβδομάδας από τα 2/3 των νοικοκυριών (64%) αλλά το μεγαλύτερο τμήμα των ερωτηθέντων (35%) ψωνίζει μία φορά την εβδομάδα. Το ποσοστό αυτό φθάνει τα 48% στην Αθήνα και Θεσσαλονίκη και είναι λιγότερο στις κωμοπόλεις και τα χωριά. Γι' αυτό παρατηρούμε ότι οι Αθηναίοι και οι Θεσσαλονικείς αγοράζουν κυρίως μαζικά (53%) ενώ στις κωμοπόλεις και στα χωριά αγοράζουν, σχεδόν σε καθημερινή βάση, λίγα – λίγα τα προϊόντα (58% - 59%).

❖ Υπάρχει μία σημαντική διαφοροποίηση μεταξύ μεγάλων πόλεων και επαρχίας ως προς τον τρόπο που γίνονται τα ψώνια.

Απ' την άλλη, τα ψώνια, σχεδόν κάθε μέρα ή μέρα παρά μέρα, γίνονται λιγότερο στις μεγάλες πόλεις παρά στις κωμοπόλεις και χωριά, όπου τα τακτικά σχεδόν καθημερινά ψώνια φθάνουν σε ποσοστά 33% - 24%, που σημαίνει ότι :

❖ Η νοικοκυρά της επαρχίας επισκέπτεται πιο συχνά τα καταστήματα.



Σχεδόν οι επτά στους δέκα καταναλωτές δήλωσαν ότι επισκέπτονται τα καταστήματα μια φορά την εβδομάδα (35%) και περισσότερο από μια εβδομάδα (35%). Αυτά τα ποσοστά ανεβαίνουν σημαντικά στην Αθήνα και Θεσσαλονίκη. Κάθε εβδομάδα επισκέπτονται τα καταστήματα το 40%, περισσότερο από μια εβδομάδα 34%, αλλά ανεβαίνει επίσης και στις κωμοπόλεις και στα χωριά : κάθε εβδομάδα 26% και 31% αντίστοιχα και περισσότερο από μια εβδομάδα 35% και 38%.

- ❖ Οι συνήθειες των αγορών με μια επίσκεψη στο κατάστημα έχουν εξαπλωθεί σε όλη τη χώρα και είναι ισχυρές και στην επαρχία. Τα ψώνια λίγα – λίγα κυριαρχούν στις κωμοπόλεις όπου η νοικοκυρά επισκέπτεται το κατάστημα σχεδόν 3 φορές την εβδομάδα και μάλιστα κάθε μέρα 40%, ενώ στην Αθήνα και Θεσσαλονίκη είναι μόνο 12%, στις υπόλοιπες πόλεις 19% και στο χωριό 23%.
- ❖ Υπάρχουν πολλά νοικοκυριά, σχεδόν τα 25% που κάνουν μαζικές αγορές σε χρονικό διάστημα μεγαλύτερο της μας εβδομάδας. Από πλευράς ηλικίας φαίνεται από τα αποτελέσματα ότι στις μαζικές αγορές δεν υπάρχουν ουσιαστικές διαφοροποιήσεις αλλά είναι αξιοσημείωτο ότι οι πολύ νέες και οι πολύ μεγάλες ψωνίζουν μία φορά την εβδομάδα σε υψηλό ποσοστό. Στους παρακάτω πίνακες βλέπουμε πως ψωνίζει το ελληνικό νοικοκυριό.

#### ΜΕΘΟΔΟΣ ΠΟΥ ΨΩΝΙΖΟΥΝ (%)

	ΛΙΓΑ-ΛΙΓΑ/ ΤΑ ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΑ	ΜΑΖΙΚΑ/ ΓΙΑ ΚΑΠΟΙΑ ΠΕΡΙΟΔΟ	ΗΛΙΚΙΑ ΝΟΙΚΟΚΥΡΙΩΝ	ΛΙΓΑ-ΛΙΓΑ/ ΤΑ ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΑ	ΜΑΖΙΚΑ/ ΓΙΑ ΚΑΠΟΙΑ ΠΕΡΙΟΔΟ
ΜΕΓΕΘΟΣ ΠΟΛΗΣ			18-24 ΕΤΩΝ	67	33
ΑΘΗΝΑ ΘΕΣ/ΝΙΚΗ	47	53	25-34 ΕΤΩΝ	43	57
ΥΠΟΛΟΙΠΕΣ ΠΟΛΕΙΣ	55	45	35-44 ΕΤΩΝ	48	52
ΚΩΜΟΠΟΛΗ	58	42	45-54 ΕΤΩΝ	56	44
ΧΩΡΙΟ	59	41	55-64 ΕΤΩΝ	58	42

**ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΠΟΥ ΨΩΝΙΖΟΥΝ (%)**

	ΣΥΝΟΛΟ	ΚΑΤΑ ΜΕΓΕΘΟΣ ΠΟΛΗΣ			
		ΑΘΗΝΑ & ΘΕΣ/ΝΙΚΗ	ΥΠΟΛ. ΠΟΛΕΙΣ	ΚΩΜΟ-ΠΟΛΗ	ΧΩΡΙΟ
ΣΧΕΔΟΝ ΚΑΘΕ ΜΕΡΑ	10	6	11	23	14
ΜΕΡΑ ΠΑΡΑ ΜΕΡΑ / 3 ΦΟΡΕΣ ΤΗΝ ΕΒΔΟΜΑΔΑ	8	7	9	10	10
4 ΦΟΡΕΣ ΤΗΝ ΕΒΔΟΜΑΔΑ	11	14	14	7	7
1 ΦΟΡΑ ΤΗΝ ΕΒΔΟΜΑΔΑ	35	40	33	26	31
ΚΑΘΕ ΔΥΟ ΕΒΔΟΜΑΔΕΣ	19	20	17	18	20
ΚΑΘΕ 3-4 ΕΒΔΟΜΑΔΕΣ	13	11	14	13	15
ΛΙΓΟΤΕΡΟ ΣΥΧΝΑ	3	3	3	4	3
Η ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΑΓΟΡΩΝ ΑΝΑ ΕΒΔΟΜΑΔΑ	1,37	1,23	1,42	1,73	1,45

**ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΠΟΥ ΨΩΝΙΖΟΥΝ ΛΙΓΑ-ΛΙΓΑ (%)**

	ΣΥΝΟΛΟ	ΚΑΤΑ ΜΕΓΕΘΟΣ ΠΟΛΗΣ			
		ΑΘΗΝΑ & ΘΕΣ/ΝΙΚΗ	ΥΠΟΛ. ΠΟΛΕΙΣ	ΚΩΜΟ-ΠΟΛΗ	ΧΩΡΙΟ
ΣΧΕΔΟΝ ΚΑΘΕ ΜΕΡΑ	19	12	19	40	23
ΜΕΡΑ ΠΑΡΑ ΜΕΡΑ / 3 ΦΟΡΕΣ ΤΗΝ ΕΒΔΟΜΑΔΑ	15	13	15	17	17
4 ΦΟΡΕΣ ΤΗΝ ΕΒΔΟΜΑΔΑ	17	23	19	12	9
1 ΦΟΡΑ ΤΗΝ ΕΒΔΟΜΑΔΑ	41	46	39	30	40
ΚΑΘΕ ΔΥΟ ΕΒΔΟΜΑΔΕΣ	7	5	7	1	10
ΚΑΘΕ 3-4 ΕΒΔΟΜΑΔΕΣ	1	1	1	0	1
Η ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΑΓΟΡΩΝ ΑΝΑ ΕΒΔΟΜΑΔΑ	2,01	1,82	2,01	2,65	2,07

**ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΠΟΥ ΨΩΝΙΖΟΥΝ ΜΑΖΙΚΑ (%)**

	ΣΥΝΟΛΟ	ΚΑΤΑ ΜΕΓΕΘΟΣ ΠΟΛΗΣ			
		ΑΘΗΝΑ & ΘΕΣ/ΝΙΚΗ	ΥΠΟΛ. ΠΟΛΕΙΣ	ΚΩΜΟ-ΠΟΛΗ	ΧΩΡΙΟ
ΣΧΕΔΟΝ ΚΑΘΕ ΜΕΡΑ	0	0	0	0	0
ΜΕΡΑ ΠΑΡΑ ΜΕΡΑ / 3 ΦΟΡΕΣ ΤΗΝ ΕΒΔΟΜΑΔΑ	1	1	2	0	0
4 ΦΟΡΕΣ ΤΗΝ ΕΒΔΟΜΑΔΑ	5	5	8	0	4

1 ΦΟΡΑ ΤΗΝ ΕΒΔΟΜΑΔΑ	28	34	25	21	18
ΚΑΘΕ ΔΥΟ ΕΒΔΟΜΑΔΕΣ	34	34	28	41	35
ΚΑΘΕ 3-4 ΕΒΔΟΜΑΔΕΣ	26	20	30	30	36
ΛΙΓΟΤΕΡΟ ΣΥΧΝΑ	7	6	7	9	7
Η ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΑΓΟΡΩΝ ΑΝΑ ΕΒΔΟΜΑΔΑ	0,65	0,71	0,68	0,50	0,53

### 1.1.5. Καταστήματα «Discount» και «Hard Discount»

Τα καταστήματα discount διαφοροποιούνται σε σχέση με τα καταστήματα σούπερ – μάρκετ για τους παρακάτω λόγους :

- Διαθέτουν βασικά καταναλωτικά είδη
- Παρέχουν μικρή σχετικά ποικιλία προϊόντων με μεγαλύτερη έμφαση στα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας
- Προσφέρουν χαμηλές τιμές για την προσέλκυση πελατών
- Χαρακτηρίζονται από μεγάλο αριθμό καταστημάτων καθώς και αντίστοιχη διασπορά
- Έχουν μικρό μέσο εμβαδόν ανά κατάστημα
- Τα λειτουργικά τους έξοδα είναι χαμηλότερα

Το βασικό πλεονέκτημα για την εξέλιξη των «discount stores» και κατά συνέπεια και των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας είναι η διαφορά τιμών σε σύγκριση με τις τιμές των σούπερ-μάρκετ.

### 1.1.6. Ανάπτυξη και Υιοθέτηση Νέων Τεχνολογιών / Πρακτικών

Τα σούπερ-μάρκετ αποτελούν έναν από τους πλέον δυναμικούς εμπορικούς κλάδους, όσον αφορά την υιοθέτηση νέων τεχνολογιών. Αυτό οφείλεται ιδιαίτερα στην εντατικοποίηση αλλά και διεθνοποίηση του ανταγωνισμού, στα πλαίσια του οποίου οι επιχειρήσεις επιδιώκουν να βελτιώσουν την αποτελεσματικότητά τους, καθώς και τις υπηρεσίες τους προς τους καταναλωτές.

Σαν τέτοιες τεχνολογίες ή πρακτικές αναφέρονται οι SCANNING (bar-coding-γραμμωτός κώδικας) και EDI (Ηλεκτρονική Ανταλλαγή Δεδομένων – Electronic Data Interchange) και άλλες πρακτικές οι οποίες «πηγάζουν» από τον ECR (Efficient Consumer Response).

Αρχικά, ο ECR έκανε την εμφάνισή του στις ΗΠΑ, στις αρχές της δεκαετίας του '90 και στα μέσα της δεκαετίας εφαρμόστηκε και στην Ευρώπη, ως μη κερδοσκοπικός σύνδεσμος, στον οποίο λαμβάνουν μέρος το σύνολο των πανευρωπαϊκών και τοπικών βιομηχανιών και αλυσίδων. Αντίστοιχη δραστηριότητα στην Ελλάδα έχει ο σύνδεσμος ECR Hellas ο

οποίος ιδρύθηκε το 1995. Ο ECR Hellas δημιουργεί μία σειρά από προγράμματα που στοχεύουν στη συνεργασία του λιανεμπορίου με τη βιομηχανία. Τα προγράμματα του ECR εισάγουν μία καινούργια νοοτροπία στις σχέσεις λιανεμπορίου και βιομηχανίας και διευκολύνουν και τη μεταξύ τους συνεργασία. Ο ECR στηρίζεται στην ιδέα ότι για να αυξηθούν η παραγωγικότητα και η ανταγωνιστικότητα χρειάζεται η συμμετοχή όλων των παραγόντων που τις επηρεάζουν.

Σύμφωνα με τα τελευταία διαθέσιμα στοιχεία, μετά από τα λίγα χρόνια λειτουργίας του ECR Hellas, οι συμμετοχές σ' αυτό ανέρχονται στον αριθμό των 100 περίπου επιχειρήσεων, εκ των οποίων 14 προέρχονται από το χώρο του λιανεμπορίου, 64 από τη βιομηχανία και 21 επιχειρήσεις από τους χώρους των logistics, της πληροφορικής κλπ.

Στα πλεονεκτήματα από την εφαρμογή του ECR αναφέρονται η μείωση των αποθεμάτων, η μείωση του χρόνου παράδοσης των εμπορευμάτων, η εξάλειψη του φαινομένου της έλλειψης αποθεμάτων (out of stock) κ.α.

Μια αρκετά διαδεδομένη τεχνολογία στον τομέα του λιανεμπορίου είναι το EDI, το οποίο προσφέροντας την απαιτούμενη τεχνολογική υποδομή για την υποστήριξη πολλών από τις εφαρμογές του ECR, δίνει τη δυνατότητα στις επιχειρήσεις να ανταλλάσσουν με ηλεκτρονικό τρόπο τα διάφορα παραστατικά και εμπορικά τους έγγραφα, χωρίς τη χρήση του χαρτιού.

Επίσης, ο συνδυασμός των τεχνολογιών EDI και SCANNING απαλλάσσει ουσιαστικά τις επιχειρήσεις από τις γραφειοκρατικές διαδικασίες.

Άλλα μέσα του ηλεκτρονικού εμπορίου, εκτός από το EDI, είναι τα ακόλουθα :

- Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (E-Mail)
- Ηλεκτρονική Μεταφορά Κεφαλαίων (EFT)
- Ηλεκτρονικοί Κατάλογοι (E-CAT)
- Ηλεκτρονικές Φόρμες (E-Forms)
- Ηλεκτρονική Διαχείριση Εγγράφων (EDM)
- Διαχείριση Ροής Εργασίας (Workflow)

Το ηλεκτρονικό εμπόριο προσδίδει οφέλη σε βασικές επιχειρηματικές διαδικασίες, όπως προώθηση προϊόντων, διαχείριση αποθεμάτων, σύναψη συμφωνιών, τιμολόγηση προϊόντων. Παράλληλα, συμβάλλει σε μεγάλο βαθμό σε επιχειρηματικές διαδικασίες και λειτουργίες, όπως η ηλεκτρονική διανομή και πληρωμή, η υποστήριξη πελατών, η ανταλλαγή

πληροφοριών, καθώς και η ανάπτυξη κοινών επιχειρηματικών διαδικασιών μεταξύ επιχειρήσεων.

Μία άλλη «πρακτική» είναι η χρήση υπηρεσιών τρίτων για αποθήκευση προϊόντων ή/και για διανομή/μεταφορά των προϊόντων από τις αποθήκες (τρίτων ή μη) προς τα σούπερ-μάρκετ της αλυσίδας (Third Party Logistics).

Οι μεγάλες εταιρείες σούπερ-μάρκετ χρησιμοποιούν διαδικασίες logistics, είτε από μόνες τους είτε συνεργαζόμενες με τρίτες εξειδικευμένες επιχειρήσεις, για την καλύτερη διαχείριση των αποθεμάτων, καθώς και της αποθήκευσης και διανομής των προϊόντων τους, λογιστική παρακολούθηση, αποθήκευση – ταξινόμηση, έκδοση παραστατικών, ανασκευασία εφ' όσον απαιτείται, διανομή – παράδοση κλπ.

Στα προγράμματα μηχανοργάνωσης των logistics χρησιμοποιείται η τεχνολογία των bar-codes, του ECR και του EDI. Σημειώνεται πάντως ότι, συνήθως, η εφαρμογή των logistics γίνεται από τις ίδιες τις επιχειρήσεις του κλάδου και λιγότερο από τρίτες ή συνεργαζόμενες επιχειρήσεις. Συγκεκριμένα σούπερ-μάρκετ, επένδυσαν μεγάλα ποσά για την δημιουργία κεντρικών αποθηκών που λειτουργούν σύμφωνα με τις πλέον σύγχρονες προδιαγραφές για να βοηθήσουν το Supply Side (αφορά την μεταφορά και την προμήθεια των προϊόντων στα καταστήματα) της επιχείρησης. Με αυτόν τον τρόπο οι εταιρείες τοποθετώντας δύο τερματικά, στην αποθήκη της αλυσίδας και στην βιομηχανία, επιτυγχάνεται μέσα σε λίγες μόνο ώρες ο έλεγχος των αποθεμάτων και η παράδοση της αυτόματης παραγγελίας στην κεντρική αποθήκη των λιανεμπόρων. Επομένως, σαν αποτέλεσμα έχουμε να μειώνονται τα αποθέματα και οι ελλείψεις στις κεντρικές αποθήκες.

Αξιοσημείωτο είναι επίσης το γεγονός ότι το σύστημα EDI τείνει να αντικατασταθεί από το πρόγραμμα Web Ordering, που λειτουργεί σε δοκιμαστική βάση μέσω του Internet και του νέου τρόπου μέσω Market Places. Το καινούργιο αυτό πρόγραμμα έχει σαν στόχο την βελτίωση της ηλεκτρονικής επικοινωνίας μεταξύ λιανεμπόρων και προμηθευτών.

Οι εταιρείες λιανικού εμπορίου πρέπει ακόμα να προσέξουμε ιδιαίτερα τις εξελίξεις του ηλεκτρονικού εμπορίου (E-commerce) και γενικότερα τις αλλαγές που θα δημιουργηθούν στο εμπόριο μέσω του διαδικτύου, στο άμεσο μέλλον. Η ηλεκτρονική αγορά B2B (Business to Business) ορίζεται ως κόμβος συνάντησης αγοραστών και πελατών, στο οποίο διενεργούνται συναλλαγές σε πραγματικό χρόνο. Μια ηλεκτρονική

αγορά λειτουργεί ως εξής: Οι κατάλογοι των προμηθευτών επεξεργαζόμενοι κατάλληλα γίνονται διαθέσιμοι στο δίκτυο, όπου πλέον οι συμμετέχοντες στο marketplace αγοραστές μπορούν να ανατρέξουν για να κάνουν τις προμήθειες τους. Επιπλέον, αναμένεται να αντικατασταθεί το bar-code με το νέο chip RFID.

## **1.2. Γενικά Στοιχεία για τα Κυριότερα Προϊόντα των Σούπερ-Μάρκετ / Εγχώρια Ιδιωτική Κατανάλωση**

### **1.2.1 Εγχώρια Κατανάλωση Κυριοτέρων Προϊόντων**

Ο παρακάτω πίνακας παρουσιάζει την εξέλιξη της εγχώριας ιδιωτικής κατανάλωσης τροφίμων και ποτών για την περίοδο 1995 – 2000, σύμφωνα με στοιχεία της ΕΣΥΕ (Εθνικοί Λογαριασμοί). Από τα στοιχεία του πίνακα προκύπτει ότι, η συνολική δαπάνη των αναφερομένων προϊόντων ανήλθε σε 6.269.970 εκατ.δρχ το 2000, σημειώνοντας αύξηση κατά 7,4 % σε σχέση με το 1999.

Η μέση συνολική αύξηση κατά την εξεταζόμενη περίοδο είναι της τάξης του 6,3 %. Από τα επιμέρους προϊόντα, ο άρτος παρουσίασε τη μεγαλύτερη αύξηση κατά το 2000/99 (23,5 %), ενώ στη δεύτερη θέση κατατάσσεται η κατανάλωση ζάχαρης και προϊόντων ζαχαροπλαστικού (21,9 %).

Η υψηλότερη μέση ετήσια αύξηση για την περίοδο 1995-2000 παρατηρείται στην κατανάλωση των οινοπνευματωδών ποτών (10,33 %), ακολουθούν δε τα παγωτά (9,54 %) και η ζάχαρη & προϊόντα ζαχαροπλαστικού (9,73 %).

Τη μεγαλύτερη συμμετοχή στην κατανάλωση του 2000 εμφανίζει η κατηγορία των λοιπών τροφίμων (24,4 %), ακολουθούμενη από το κρέας (16,7 %) και τα λαχανικά (8,9 %).

ΕΓΧΩΡΙΑ ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΤΡΟΦΙΜΩΝ – ΠΟΤΩΝ

(1995 – 2000)

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	(Σε εκατ. Δρχ. – Σε τρέχουσες τιμές)					
	1995	1996	1997	1998	1999*	2000
Κρέας	826.517	880.439	931.165	988.389	973.972	1.049.097
Ψάρια	184.992	207.189	220.815	229.499	255.330	269.150
Αυγά	51.451	58.273	62.971	60.721	71.780	72.846
Γάλα, Βούτυρο και Γιαούρτι	251.178	266.057	276.987	303.350	312.835	330.207
Τυριά	357.822	348.810	375.858	405.914	429.237	451.970
Παγωτά	41.102	45.646	52.302	56.945	62.527	64.813
Άρτος	221.474	238.085	250.324	268.652	278.472	343.879
Λάδι	185.546	256.846	259.837	234.018	249.256	260.472
Λίπη	75.527	81.520	86.901	90.221	90.032	85.514
Λαχανικά	371.692	401.769	478.287	493.370	520.543	555.235
Φρούτα	272.285	311.755	326.090	353.062	358.974	368.410
Πατάτες & Οσπρια	70.282	66.659	75.538	86.152	97.859	101.669
Ζάχαρη & Προϊόντα Ζαχαροπλαστικής	160.597	172.519	183.732	197.974	209.590	255.485
Καφές, Τσάι, Σοκολάτα, Κακάο	77.786	86.407	93.113	101.063	107.369	111.491
Λουλά Τρόφιμα	1.186.238	1.276.672	1.355.255	1.445.773	1.417.332	1.527.784
Αναψυκτικά	106.004	118.256	130.124	144.696	142.141	151.553
Οινοπνευματώδη	69.510	82.623	97.943	106.379	108.483	113.646
Κρασιά	40.543	47.704	55.191	59.664	58.885	59.491
Βύνη & Ζύθος	68.748	79.621	87.914	93.319	94.075	97.258
<b>Σύνολο</b>	<b>4.619.294</b>	<b>5.026.850</b>	<b>5.400.347</b>	<b>5.719.161</b>	<b>5.837.692</b>	<b>6.269.970</b>

\* Προσωρινά Στοιχεία

Πηγή: ΕΣΥΕ (Εθνικοί Λογαριασμοί)

### 1.2.2. Λοιπά Προϊόντα των Σούπερ-Μάρκετ

Εκτός των τροφίμων και ποτών, άλλα κύρια καταναλωτικά προϊόντα που διακινούνται από τα σούπερ-μάρκετ και των οποίων η εγχώρια κατανάλωση παρακολουθείται από την ΕΣΥΕ, είναι τα είδη ατομικού ευπρεπισμού και τα είδη καθαρισμού.

Στον πίνακα που ακολουθεί δίδονται συγκεντρωτικά τα στοιχεία της εγχώριας ιδιωτικής κατανάλωσης τροφίμων-ποτών, λοιπών προϊόντων (είδη ατομικού ευπρεπισμού, είδη καθαρισμού κλπ.) καθώς και της συνολικής εγχώριας ιδιωτικής κατανάλωσης για την περίοδο 1995-2000.

Σημειώνεται ότι, στη συνολική εγχώρια ιδιωτική κατανάλωση, εκτός των ανωτέρω κατηγοριών προϊόντων που είναι από τις κύριες που διακινούνται από τα σούπερ-μάρκετ, περιλαμβάνονται και οι ακόλουθες κατηγορίες προϊόντων και υπηρεσιών :

- Αναψυχή και Πολιτιστικές δραστηριότητες
- Εκπαίδευση
- Ένδυση και Υπόδηση
- Επικοινωνία
- Έπιπλα, Οικιακός εξοπλισμός κλπ.
- Εστιατόρια και Ξενοδοχεία
- Καπνός – Τσιγάρα
- Μεταφορές
- Στέγαση – Ύδρευση – Ενέργεια – Φωτισμός
- Υγεία

### **ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΗΣ ΕΓΧΩΡΙΑΣ ΙΔΙΩΤΙΚΗΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ (1995-2000)**

(Σε εκατ. Δρχ. – Σε τρέχουσες τιμές)

	1995	1996	1997	1998	1999 *	2000 *
Τρόφιμα και μη αλκοολούχα ποτά	4.440.493	4.816.902	5.159.299	5.459.799	5.576.249	5.999.575
Οινοπνευματώδη ποτά (Οινοπνευματώδη, Κρασιά, Βύνη & Ζύθος)	178.801	209.948	241.048	259.362	261.443	270.395



Αιθέρια έλαια, αρώματα, ατομική τουαλέτα, σαπούνια, απορρυπαντικά, λευκαντικά	450.034	486.896	531.258	577.541	602.863	505.249
<b>Σύνολο</b>	<b>5.069.328</b>	<b>5.513.746</b>	<b>5.931.605</b>	<b>6.296.702</b>	<b>6.440.555</b>	<b>6.775.219</b>
<b>Συνολική Εγχώρια Ιδιωτική Κατανάλωση</b>	<b>20.852.682</b>	<b>23.055.125</b>	<b>25.405.047</b>	<b>27.492.428</b>	<b>28.766.682</b>	<b>30.713.261</b>

\* Προσωρινά στοιχεία

Πηγή : ΕΣΥΕ (Εθνικοί Λογαριασμοί)

### 1.3 Διάρθρωση του κλάδου

#### 1.3.1 Επιχειρήσεις του Κλάδου Σούπερ Μάρκετ και Cash & Carry

Στον πίνακα που ακολουθεί παρουσιάζονται, με αλφαβητική σειρά, ορισμένες από τις σημαντικότερες επιχειρήσεις σούπερ-μάρκετ και cash & carry, με κύκλο εργασιών πάνω από 2 δις. δρχ. κατά το 2000 σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία (δημοσιευμένοι ισολογισμοί).

Στον πίνακα περιλαμβάνονται συνολικά 79 εταιρείες (συμπεριλαμβανομένων έξι συνεταιρισμών) για τις οποίες δίνονται στοιχεία που αφορούν την επωνυμία τους, τη διεύθυνση των γραφείων τους, καθώς και τη δραστηριότητα τους.

Από την ανάλυση των στοιχείων του πίνακα προκύπτουν τα εξής :

Σε σύνολο 79 επιχειρήσεων, οι περισσότερες είναι εγκατεστημένες στην Αττική (36 επιχειρήσεις), ενώ στην περιοχή της Θεσσαλονίκης και στην Κρήτη είναι εγκατεστημένες επτά (7) και έξι (6) επιχειρήσεις αντίστοιχα. Επιπλέον, στην Πάτρα, στη Ρόδο, στα Ιωάννινα, στην Κέρκυρα, στο Αγρίνιο και στην Κορινθία είναι εγκατεστημένες από δύο (2) επιχειρήσεις, ενώ από μία (1) επιχείρηση λειτουργεί στη Σάμο, στην Τήνο, στο Γύθειο, στα Γιαννιτσά, στη Δράμα, στη Βέροια, στην Πτολεμαίδα, στην Κοζάνη, στην Καρδίτσα, στην Κατερίνη, στην Αλεξανδρούπολη, στη Θήρα, στα Τρίκαλα, στη Μύκονο, στην Καλαμάτα, στη Σύρο και στην Εύβοια.

Όσον αφορά τη νομική μορφή σημειώνεται ότι οι 70 είναι Ανώνυμες Εταιρείες, δύο (2) Εταιρείες Περιορισμένης Ευθύνης, έξι (6) Συνεταιρισμοί και μία (1) Ομόρρυθμη Εταιρεία.

Σχετικά με τους συνεταιρισμούς, θα πρέπει να αναφερθεί ότι αποτελούν νομικά πρόσωπα με ευρεία δραστηριότητα, κυρίως για λογαριασμό των μελών τους, πέρα από τη δραστηριοποίηση τους στο εμπόριο ειδών σούπερ-μάρκετ μέσω καταστημάτων λιανικής.

Τέλος, θα πρέπει να τονισθεί ότι τα τελευταία χρόνια πραγματοποιήθηκε ένας αριθμός συγχωνεύσεων και απορροφήσεων μεταξύ εταιρειών του κλάδου.

### ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗΣ ΣΟΥΠΕΡ-ΜΑΡΚΕΤ ΚΑΙ CASH & CARRY

ΕΤΑΙΡΕΙΑ	ΕΔΡΑ	ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ
BAZAAR ΑΕ	ΠΕΙΡΑΙΩΣ 8 183 46 Μοσχάτο τηλ: 2104827501-4	Σούπερ-μάρκετ
DIA HELLAS ΑΕ	Αγ. Δημητρίου 63 174 56 Άλιμος τηλ: 2109852404	Καταστήματα discount
EXTRA ΠΡΩΤΑ & ΦΘΗΝΑ ΑΕΕ	Θέση Βαθύ Πηγάδι 196 00 Μάνδρα τηλ: 2105559200-12	Σούπερ-μάρκετ
STAR MARKET ΠΡΙΤΣΟΥΛΗΣ ΑΕ	Γοργοποτάμου 20 301 00 Αγρίνιο τηλ: 2641039380	Σούπερ-μάρκετ, χονδρικό εμπόριο ειδών σούπερ-μάρκετ
ΑΒ ΑΦΟΙ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΙ ΑΕ	Αγ. Αλεξάνδρου 6 175 61 Παλαιό Φάληρο τηλ: 2109834473, 2109834472	Σούπερ-μάρκετ
ΑΛΙΜΕΝΤΑ – ΝΟΒΑ ΑΕ & ΒΕ	Αχαρνών 29 104 39 Αθήνα τηλ: 2108820092	Σούπερ-μάρκετ
ΑΛΙΜΕΝΤΑ – ΤΟΡ ΑΕ& ΒΕ	Γρ. Κυδωνίων 8 111 44 Αθήνα τηλ: 2102283888	Σούπερ-μάρκετ
ΑΛΦΑ ΒΗΤΑ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ ΑΕ	Λεωφ. Σπάτων 81 153 44 Γέρακας τηλ: 2106612501-9	Σούπερ-μάρκετ
ΑΛΦΑ ΔΕΛΤΑ SUPERMARKET ΑΕ	Κων/πόλεως 7 Βιοτεχνικό Πάρκο Σταυρούπολη 564 29 Θεσ/νίκη τηλ: 2310681238	Σούπερ-μάρκετ
ΑΝΔΡΙΚΟΠΟΥΛΟΣ ΑΕΒΕ	Ηλείας 7 Κάτω Οβριά 26500 Πάτρα τηλ: 2610336920	Σούπερ-μάρκετ, χονδρικό εμπόριο ειδών σούπερ-μάρκετ
ΑΝΕΔΗΚ ΚΡΗΤΙΚΟΣ ΑΕ	Κυψέλη 180 10 Αίγινα τηλ: 2297025949	Σούπερ-μάρκετ, cash & carry, χονδρικό εμπόριο ειδών σούπερ- μάρκετ

ΑΝΤΩΝΟΠΟΥΛΟΙ Σ. & ΧΡ.,ΑΕ	Γερδικίου & Αμερικής 431 00 Καρδίτσα τηλ: 2441074645	Σούπερ-μάρκετ
ΑΝΤΩΝΟΠΟΥΛΟΙ ΣΤ., & ΧΡ., ΑΕ	Σοφοκλέους 206-208 176 73 Καλλιθέα τηλ: 2109588267	Σούπερ-μάρκετ
ΑΡΒΑΝΙΤΗ ΑΦΟΙ ΑΕ	Μεσσαριά 847 00 Θήρα τηλ: 2286031840	Σούπερ-μάρκετ, χονδρικό εμπόριο ειδών σούπερ-μάρκετ
ΑΡΒΑΝΙΤΙΔΗΣ ΑΕ	Εθνική οδός Βέροιας- Νάουσας 591 00 Βέροια τηλ: 2331022246	Σούπερ-μάρκετ, χονδρικό εμπόριο ειδών σούπερ-μάρκετ
ΑΡΓΩ ΜΑΡΚΕΤ ΑΕΕ	Λένορμαν 129 104 42 Αθήνα τηλ: 2105145712	Σούπερ-μάρκετ
ΑΡΙΣΤΑ ΑΕ	Παλαιά Οδός Θεσ/νίκης- Βέροιας (13 <sup>ο</sup> χλμ) 570 08 Ιωνία Θεσ/νίκης τηλ: 2310723720	Σούπερ-μάρκετ, χονδρικό εμπόριο ειδών σούπερ-μάρκετ
ΑΣΤΗΡ ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ ΑΕΕ	Λ. Σπατών (17 <sup>ο</sup> χλμ) 190 04 Σπάτα τηλ: 2106025450-1	Σούπερ-μάρκετ
ΑΤΛΑΝΤΙΚ SUPER MARKET ΑΕΕ	Λεωφ. Βουλιαγμένης 516 174 56 Άλιμος τηλ: 2109941500	Σούπερ-μάρκετ , cash & carry
ΑΦΡΟΔΙΤΗ ΑΕΕ	Μαρασλή 18 542 48 Θεσ/νίκη τηλ: 2310326090	Σούπερ-μάρκετ
ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ ΑΦΟΙ ΑΕΒΕ	Εθν. Οδός Αθηνών-Λαμίας (11 <sup>ο</sup> χλμ) 144 51 Μεταμόρφωση τηλ: 2102893100	Σούπερ-μάρκετ
ΒΙΔΑΛΗΣ ΜΑΡΚΕΤ ΑΕ	Η. Γαφού 30 842 00 Τήνος τηλ: 2283023817	Σούπερ-μάρκετ , cash & carry
ΓΑΛΑΞΙΑΣ ΑΕ	Οδός Κέρκυρας- Λευκίμης (1 <sup>ο</sup> χλμ) 491 00 Κέρκυρα τηλ: 2661031343	Σούπερ-μάρκετ
ΓΑΛΗΝΟΣ-ΜΠΑΛΗΣ ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ ΑΕ	Λ. Βεΐκου 117-119 111 46 Γαλάτσι τηλ: 2102133784	Σούπερ-μάρκετ
ΓΟΥΝΤΣΙΔΗΣ ΑΕ	Τέρμα 1 <sup>ης</sup> Ιουλίου 661 00 Δράμα τηλ: 2521026671	Σούπερ-μάρκετ , cash & carry
ΕΛΙΤ ΕΠΕ	Ιδομενέως 11 712 02 Ηράκλειο τηλ: 2810237549	Σούπερ-μάρκετ
ΕΜΠΟΡΙΚΟΣ ΔΕΣΜΟΣ ΑΕ & ΒΕ	Λ. Βουλιαγμένης 519 163 41 Ηλιούπολη τηλ: 2109933713	Cash & carry

ΕΝΑ ΑΕ	Παλαιά Εθν. Οδός Αθηνών-Θηβών (27 <sup>ο</sup> χλμ) 196 00 Μάνδρα τηλ: 2105558312	Cash & carry και παροχή franchising
ΕΝΩΣΗ ΑΓΡΟΤ. ΣΥΝΕΤ. ΓΙΑΝΝΙΤΣΩΝ	Δ. & Μ. Παπαδοπούλου 9 581 00 Γιαννιτσά τηλ: 2382022203	Σούπερ-μάρκετ
ΕΝΩΣΗ ΑΕ	Χαρ. Τρικούπη 38 453 33 Ιωάννινα τηλ: 2651067959, 2651070961	Σούπερ-μάρκετ
ΕΝΩΣΗ ΟΙΝΟΠΟΙΗΤΙΚΩΝ ΣΥΝΕΤ. ΣΑΜΟΥ	Μαλαγάρι Σάμου 831 00 Σάμος τηλ: 2273027548	Σούπερ-μάρκετ
ΕΝΩΣΙΣ ΑΓΡΟΤΙΚΩΝ ΣΥΝΕΤ. ΑΓΡΙΝΙΟΥ	Παπαιωάννου 23 301 00 Αγρίνιο τηλ: 2641054468	Σούπερ-μάρκετ
ΘΑΝΟΠΟΥΛΟΣ Δ. ΑΕ	Ελαίων 38 145 64 Κηφισιά τηλ: 2106201888	Σούπερ-μάρκετ, εμπόριο ειδών σούπερ-μάρκετ
ΙΝΚΑ ΧΑΝΙΩΝ ΣΥΝ. ΠΕ	Ελυρού 21 730 05 Χανιά τηλ: 2281078781-8	Σούπερ-μάρκετ
ΚΑΝΑΚΗΣ Γ. ΥΠΕΡΑΓΟΡΑ ΑΕ	Α. Σαλαμίνας 155 189 00 Σαλαμίνα τηλ: 2104640801-2	Σούπερ-μάρκετ
ΚΑΡΑΓΙΑΝΝΗ ΑΦΟΙ ΑΕΕ	Βασ. Γεωργίου Β 47 232 00 Γύθειο τηλ: 2733022241	Σούπερ-μάρκετ, χονδρικό εμπόριο ειδών σούπερ-μάρκετ, φάρμες ζώων, εκμετάλλευση γης
ΚΑΡΦΟΥΡ-ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ ΑΕ	Αγ. Δημητρίου 63 174 56 Άλιμος τηλ: 2109893800	Σούπερ-μάρκετ
ΚΑΣΙΜΗΣ ΑΕ	Δερβενακίων 31 201 00 Κόρινθος τηλ: 2741020608	Σούπερ-μάρκετ
ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗΣ ΚΟΝΣΟΥΜ ΣΥΝ. ΠΕ	Γιαννιτσών 59 546 27 Θεσ/νίκη τηλ: 2310530105	Σούπερ-μάρκετ
ΚΟΚΩΣΗΣ Β. ΑΕΓΕ	Γλάδστανος 3-5 163 45 Ηλιούπολη τηλ: 2109701683	Σούπερ-μάρκετ
ΚΟΥΡΥΦΗ ΑΕ	Κόκκινα Χώματα, Παλαγία 681 00 Αλεξανδρούπολη τηλ: 2551088780	Σούπερ-μάρκετ
ΚΟΣΚΙΝΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΑΕΒΕ	Αλεπού 491 00 Κέρκυρα τηλ: 2661031343	Σούπερ-μάρκετ
ΚΡΟΝΟΣ Ν. ΚΑΡΑΚΙΤΣΟΣ ΑΕΒΕ	Τέρμα Θουκυδίδου 91 263 32 Πάτρα τηλ: 2610337516-7	Σούπερ-μάρκετ, cash & carry

ΛΑΔΑ ΑΦΟΙ ΑΕ	Βερμίου 71 501 00 Κοζάνη τηλ: 2461025894	Σούπερ-μάρκετ
ΛΑΟΥΤΑΡΗΣ Γ. ΓΑΛΗΝΟΣ ΑΕ & ΒΕ	Οδός Χαλκίδας Αιδηψού (14° χλμ) 344 00 Ψαχνά Εύβοια τηλ: 2228099223-28	Σούπερ-μάρκετ
ΛΑΡΙΣΑ ΑΒΕΕ	Οδός Λάρισας-Αμπελώνα (7° χλμ) 415 00 Λάρισα τηλ: 2410591720-1	Σούπερ-μάρκετ
ΛΙΑΣΚΟΣ ΑΕΕ	Κλεισθένους 235 153 44 Γέρακας τηλ: 2106004890	Σούπερ-μάρκετ
ΛΙΝΤΑ ΕΛΛΑΣ & ΣΙΑ ΟΕ	Οδός Θεσ/νίκης- Ν.Μηχανιώνας (14° χλμ) 570 01 Θέρμη Θεσ/νίκης τηλ: 2310490700	Σούπερ-μάρκετ
ΜΑΚΡΟ ΚΑΣ & ΚΑΡΥ ΧΟΝΔΡΕΜΠΟΡΙΚΗ ΑΕΕ	Κηφισού 98 & Π. Ράλλη 182 33 Αγ. Ιωάννης Ρέντης τηλ: 2103496500	Cash & carry
ΜΑΡΚΕΤ ΙΝ ΑΕΕ	Λεωφ. Αθηνών-Λαυρίου (21° χλμ) Θέση Καρελά 194 00 Κορωπί τηλ: 2106028561-2	Σούπερ-μάρκετ
ΜΑΣΟΥΤΗΣ Δ. ΣΟΥΠΕΡΜΑΡΚΕΤ ΑΕ	Οδός Θεσ/νίκης-Βασιλικών (14° χλμ) 570 01 Θέρμη Θεσ/νίκη Τηλ: 2310461663	Σούπερ-μάρκετ και cash & carry
ΜΕΡΙΜΝΑ ΑΕ	Μακρυγιάννη & Κατσιμπά 52 173 42 Αγ. Δημήτριος τηλ: 2109923150	Σούπερ-μάρκετ, χονδρικό εμπόριο ειδών σούπερ-μάρκετ
ΜΕΤΡΟ ΑΕΒΕ	Σωρού 1 144 10 Μεταμόρφωση τηλ: 2102893500	Σούπερ-μάρκετ και cash & carry
ΜΟΥΡΓΗ Π. ΑΦΟΙ ΑΕ	Ακρίτα 84 & Σοφοκλέους 241 00 Καλαμάτα τηλ: 27210254000	Σούπερ-μάρκετ
ΜΠΑΛΗΣ Α. & ΣΙΑ ΑΕ	Καλαμπάκας 69 Τ.Θ. 94 421 00 Τρίκαλα τηλ: 2431022535	Σούπερ-μάρκετ, χονδρικό εμπόριο ειδών σούπερ-μάρκετ
ΜΠΙΣΚΑ ΑΦΟΙ ΑΒΕΕ	Οδός Θεσ/νίκης-Πολυγύρου (13° χλμ) 570 01 Θέρμη Θεσ/νίκης τηλ: 2310467105	Σούπερ-μάρκετ
ΝΕΑ ΑΓΟΡΑ ΑΕ	Πλατ. Χορτατσών 15 731 00 Χανιά τηλ: 2821045916	Σούπερ-μάρκετ, χονδρικό εμπόριο ειδών σούπερ-μάρκετ

NIBO ΑΕ	Θέση Κουτέλα 846 00 Μύκονος τηλ: 2289027730	Σούπερ-μάρκετ, χονδρικό εμπόριο ειδών σούπερ-μάρκετ
ΕΥΝΟΣ ΣΟΥΠΕΡΜΑΡΚΕΤ ΑΕΕ	Βλαχάκη 44 115 25 Αθήνα τηλ: 2106741050	Σούπερ-μάρκετ
Π.Κ.Σ.Υ.Ε. ΝΕΩΡΙΟΥ ΣΥΝ. ΠΕ	Ηρώων Πολυτεχνείου 22 841 00 Σύρος τηλ: 2281080804	Σούπερ-μάρκετ
ΠΑΝΕΜΠΟΡΙΚΗ ΣΟΥΠΕΡΜΑΡΚΕΤ ΑΕ	Θέση Αλωνίστρα Τ.Θ. 161 194 00 Κορωπί τηλ: 2106624799	Σούπερ-μάρκετ
ΠΑΠΑΓΕΩΡΓΙΟΥ ΑΕ	Πλαπούτα 16 174 56 Άλιμος τηλ: 2109961618-9	Σούπερ-μάρκετ
ΠΑΠΑΓΕΩΡΓΙΟΥ Β. ΑΕ	28 <sup>ης</sup> Οκτωβρίου 33 454 44 Ιωάννινα τηλ: 2651033634	Σούπερ-μάρκετ
ΠΑΠΠΟΥ ΑΦΟΙ ΑΒΕΕ	25 <sup>ης</sup> Μαρτίου 17 851 00 Ρόδος τηλ: 2241078880	Σούπερ-μάρκετ, χονδρικό εμπόριο ειδών σούπερ-μάρκετ
ΠΑΣΧΑΛΙΔΗΣ ΑΕΕ	Οδός Κατερίνης-Σβορώνου 601 00 Κατερίνη τηλ: 2351038095	Σούπερ-μάρκετ, χονδρικό εμπόριο ειδών σούπερ-μάρκετ
ΠΕΙΡΑΪΚΟΝ ΑΕ	Μακράς Στοάς 1 & Ιπποκράτους 185 31 Πειραιάς τηλ: 2104175764	Σούπερ-μάρκετ
ΠΕΝΤΕ ΑΕ	Λένορμαν 129 104 42 Αθήνα τηλ: 2105147348	Σούπερ-μάρκετ
ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΙΚΗ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΑΕ	Ιού 19 136 71 Αχαρνές τηλ: 2106201233, 2106201244	Σούπερ-μάρκετ
ΠΤΟΛΕΜΑΪΣ ΕΠΕ	Οδός Πτολεμαΐδας-Φλώρινας (3 <sup>ο</sup> χλμ) 502 00 Πτολεμαΐδα τηλ: 2463027511-2	Σούπερ-μάρκετ, χονδρικό εμπόριο ειδών σούπερ-μάρκετ
ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ Ι. & ΣΙΑ ΑΕΕ	Λεωφ. Κηφισού 80 121 32 Περιστέρι τηλ: 2105739536	Σούπερ-μάρκετ
Σ.ΠΑ.Κ. ΑΕ	Άσσος 200 06 Βραχάτι τηλ: 2741087153	Σούπερ-μάρκετ, χονδρικό εμπόριο ειδών σούπερ-μάρκετ
ΣΠΑΝΟΥ Χ. ΥΙΟΙ ΑΕ	Μεγ. Κωνσταντίνου 53 851 00 Ρόδος τηλ: 2241032335	Σούπερ-μάρκετ
ΤΟ ΠΡΩΤΟ ΑΕ	Δημοκρατίας 46 163 45 Ηλιούπολη τηλ: 2109765765-7	Εμπόριο κρεάτων, σούπερ-μάρκετ

ΤΡΟΦΙΜΑ ΗΛΙΑΣ ΔΟΥΚΑΣ ΑΕ	Στριγγάρη 7 173 41 Αγ. Δημήτριος τηλ: 2109705197	Σούπερ-μάρκετ
ΤΡΟΦΙΝΟ ΑΒ & ΕΕ	Πίνδου 61 143 41 Ν. Φιλαδέλφεια τηλ: 2102519912	Σούπερ-μάρκετ
ΤΡΟΦΟ ΑΕ	Λ. Σπατών 81 153 44 Γέρακας τηλ: 2106612501	Σούπερ-μάρκετ
ΦΑΙΣΤΟΣ ΑΕΒΕ	Οδός Δ. ΒΙ.ΠΕ. 715 00 Ηράκλειο τηλ: 2810380237	Σούπερ-μάρκετ, χονδρικό εμπόριο ειδών σούπερ-μάρκετ
ΦΙΛΙΠΠΙΔΗΣ ΑΕΕ	Χαλικιάς Μάλια 700 07 Ηράκλειο τηλ: 2897033301	Σούπερ-μάρκετ και cash & carry
ΧΑΛΚΙΑΔΑΚΗΣ ΑΕ	Φοινικιά Τ.Θ. 2034 71002 Νέο Στάδιο Ηράκλειο Τηλ: 2810314026-7	Σούπερ-μάρκετ

Στον πίνακα που ακολουθεί, δίδονται στοιχεία για τον αριθμό των επιχειρήσεων σούπερ-μάρκετ και παντοπωλείων, τη μέση ετήσια απασχόληση και τον κύκλο εργασιών τους κατά νομό, για το έτος 2000, σύμφωνα με το μητρώο επιχειρήσεων της ΕΣΥΕ.

Ο πίνακας αναφέρεται στις επιχειρήσεις εκείνες οι οποίες είναι καταχωρημένες, σύμφωνα με την αναθεωρημένη Στατιστική Ταξινόμηση των Κλάδων Οικονομικής Δραστηριότητας (ΣΤΑΚΟΔ), στους παρακάτω κωδικούς :

- 521.1 : «Μεγάλα Καταστήματα» γενικών πωλήσεων, στα οποία υπερισχύουν τα τρόφιμα, τα ποτά ή ο καπνός.
- 521.2 : «Παντοπωλεία»

Τα στοιχεία αυτά παρατίθενται ενδεικτικά δεδομένου ότι, αφενός μεν αναφέρονται στο έτος 2000, αφετέρου δε πρέπει να έχουν επέλθει μέχρι σήμερα αρκετές διαφοροποιήσεις στον αριθμό των επιχειρήσεων κλπ.

Σύμφωνα με τα στοιχεία του πίνακα, το 2000 καταγράφηκαν περίπου 2.300 επιχειρήσεις του κωδικού 521.1 (μεγάλα καταστήματα) και περίπου 18.700 παντοπωλεία. Ο νομός Αττικής συγκεντρώνει το μεγαλύτερο αριθμό επιχειρήσεων και στους δύο κλάδους (492 μεγάλα καταστήματα και 2.872 παντοπωλεία). Ακολουθεί ο νομός Θεσσαλονίκης με 200 μεγάλα καταστήματα και 1.179 παντοπωλεία και ο νομός Ηρακλείου με 125 μεγάλα καταστήματα και 705 παντοπωλεία.

Η μέση απασχόληση του κλάδου των μεγάλων καταστημάτων, στο σύνολο των νομών, ήταν περίπου 22.000 εργαζόμενοι, ενώ το αντίστοιχο μέγεθος για τα παντοπωλεία ήταν περίπου 17.260 εργαζόμενοι.

Ο συνολικός κύκλος εργασιών των μεγάλων καταστημάτων (κωδικός 521.1) ανήλθε στα 915,8 δις δρχ., ενώ των παντοπωλείων (κωδικός 521.2) ανήλθε στα 671,2 δις δρχ.

### ΔΙΑΦΩΡΩΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ ΚΑΙ ΠΑΝΤΟΠΩΛΕΙΩΝ

ΝΟΜΟΣ	ΚΛΑΔΟΣ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (εκατ. Δρχ.)
ΔΙΑΦΟΡΟΙ ΝΟΜΟΙ*	521.1+521.2	6	310
ΑΙΤΩΛ/ΝΙΑΣ	521.1	56	4.115
	521.2	667	12.125
ΑΡΓΟΛΙΔΑΣ	521.1	34	2.709
	521.2	262	7.059
ΑΡΚΑΔΙΑΣ	521.1	21	4.157
	521.2	249	5.846
ΑΧΑΪΑΣ	521.1	54	22.167
	521.2	493	12.081
ΗΛΕΪΑΣ	521.1	26	1.173
	521.2	480	10.632
ΚΟΡΙΝΘΙΑΣ	521.1	34	2.571
	521.2	287	8.356
ΛΑΚΩΝΙΑΣ	521.1	21	1.189
	521.2	242	9.780
ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ	521.1	27	2.235
	521.2	496	10.506
ΑΤΤΙΚΗΣ	521.1	492	649.188
	521.2	2.872	233.905
ΖΑΚΥΝΘΟΥ	521.1	26	1.701
	521.2	166	3.765
ΚΕΡΚΥΡΑΣ	521.1	56	4.282
	521.2	468	9.853
ΚΕΦΑΛ/ΝΙΑΣ	521.1	28	1.766
	521.2	106	4.587
ΛΕΥΚΑΔΑΣ	521.1	18	1.152
	521.2	95	2.102
ΒΟΙΩΤΙΑΣ	521.1	23	1.339
	521.2	254	7.629
ΑΡΤΑΣ	521.1	12	601
	521.2	250	4.166
ΘΕΣΣΠΡΩΤΙΑΣ	521.1	12	1.386
	521.2	118	2.763



ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ	521.1	17	3.136
	521.2	289	6.321
ΠΡΕΒΕΖΑΣ	521.1	19	1.631
	521.2	176	3.225
ΕΥΒΟΙΑΣ	521.1	34	12.478
	521.2	505	20.863
ΚΑΡΔΙΤΣΑΣ	521.1	23	5.168
	521.2	321	7.743
ΛΑΡΙΣΑΣ	521.1	56	5.977
	521.2	504	10.993
ΜΑΓΝΗΣΙΑΣ	521.1	57	5.152
	521.2	420	11.236
ΤΡΙΚΑΛΩΝ	521.1	29	9.124
	521.2	305	6.201
ΕΥΡΥΤΑΝΙΑΣ	521.1	6	576
	521.2	67	1.033
ΓΡΕΒΕΝΩΝ	521.1	4	1.025
	521.2	80	1.407
ΔΡΑΜΑΣ	521.1	13	9.613
	521.2	196	4.679
ΗΜΑΘΙΑΣ	521.1	27	1.840
	521.2	240	13.018
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ	521.1	200	46.292
	521.2	1.179	54.354
ΚΑΒΑΛΑΣ	521.1	38	2.325
	521.2	364	10.732
ΚΑΣΤΟΡΙΑΣ	521.1	15	2.350
	521.2	108	2.141
ΚΙΛΚΙΣ	521.1	22	2.158
	521.2	201	6.469
ΚΟΖΑΝΗΣ	521.1	34	14.031
	521.2	275	6.497
ΠΕΛΛΑΣ	521.1	24	2.614
	521.2	313	9.568
ΦΘΙΩΤΙΔΑΣ	521.1	39	2.628
	521.2	356	8.378
ΠΙΕΡΙΑΣ	521.1	45	5.674
	521.2	287	7.753
ΣΕΡΡΩΝ	521.1	35	6.800
	521.2	498	11.632
ΦΛΩΡΙΝΑΣ	521.1	33	816
	521.2	112	3.326
ΧΑΛΚΙΔΙΚΗΣ	521.1	84	5.714
	521.2	376	9.667
ΦΩΚΙΔΑΣ	521.1	13	479
	521.2	96	3.258
ΕΒΡΟΥ	521.1	32	4.661
	521.2	324	7.778
ΞΑΝΘΗΣ	521.1	21	2.833
	521.2	250	5.726
ΡΟΔΟΠΗΣ	521.1	33	2.042
	521.2	289	5.930

ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΟΥ	521.1	118	16.729
	521.2	586	21.904
ΚΥΚΛΑΔΩΝ	521.1	42	5.330
	521.2	359	16.030
ΛΕΣΒΟΥ	521.1	21	3.609
	521.2	371	8.296
ΣΑΜΟΥ	521.1	15	1.362
	521.2	168	5.677
ΧΙΟΥ	521.1	8	2.488
	521.2	96	2.060
ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ	521.1	125	18.501
	521.2	705	15.080
ΛΑΣΙΘΙΟΥ	521.1	28	1.748
	521.2	219	5.999
ΡΕΘΥΜΝΗΣ	521.1	23	2.848
	521.2	175	4.444
ΧΑΝΙΩΝ	521.1	28	4.327
	521.2	287	6.603

Σύνολο Επιχειρήσεων της κατηγορίας 521.1 : ~ 2.300

Σύνολο Επιχειρήσεων της κατηγορίας 521.2 : ~ 18.700

\*Οι «Διάφοροι Νομοί» είναι το άθροισμα των νομών που έχουν από 3 επιχειρήσεις και κάτω στους κλάδους αυτούς.

Πηγή : Γ.Γ. ΕΣΥΕ – Μητρώο Επιχειρήσεων

Στον παρακάτω πίνακα δίδονται στοιχεία από την ICAP DATA BANK, για τις επιχειρήσεις Cash & Carry και σούπερ-μάρκετ, ανά νομό.

Σύμφωνα με το συγκεκριμένο πίνακα, η Αττική συγκεντρώνει 295 επιχειρήσεις (ποσοστό 22,5 % επί του συνόλου) και ακολουθούν οι νομοί Θεσσαλονίκης και Ηρακλείου με 82 επιχειρήσεις έκαστος (6,3 %).

### ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΣΟΥΠΕΡ – ΜΑΡΚΕΤ ΚΑΙ CASH & CARRY ΚΑΤΑ ΝΟΜΟ

ΝΟΜΟΣ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑ	23
ΑΡΓΟΛΙΔΑ	9
ΑΡΚΑΔΙΑ	7
ΑΡΤΑ	4
ΑΤΤΙΚΗ	295

ΑΧΑΪΑ	33
ΒΟΙΩΤΙΑ	11
ΓΡΕΒΕΝΑ	7
ΔΡΑΜΑ	7
ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΑ	56
ΕΒΡΟΣ	21
ΕΥΒΟΙΑ	24
ΕΥΡΥΤΑΝΙΑ	2
ΖΑΚΥΝΘΟΣ	8
ΗΛΕΙΑ	11
ΗΜΑΘΙΑ	8
ΗΡΑΚΛΕΙΟ	82
ΘΕΣΠΡΩΤΙΑ	8
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ	82
ΙΩΑΝΝΙΝΑ	9
ΚΑΒΑΛΑ	12
ΚΑΡΔΙΤΣΑ	28
ΚΑΣΤΟΡΙΑ	7
ΚΕΡΚΥΡΑ	27
ΚΕΦΑΛΛΗΝΙΑ	23
ΚΙΑΚΙΣ	16
ΚΟΖΑΝΗ	22
ΚΟΡΙΝΘΙΑ	22
ΚΥΘΗΡΑ	1
ΚΥΚΛΑΔΕΣ	62
ΛΑΚΩΝΙΑ	13
ΛΑΡΙΣΑ	37
ΛΑΣΗΘΙ	23
ΛΕΣΒΟΣ	13
ΛΕΥΚΑΔΑ	7
ΜΑΓΝΗΣΙΑ	29
ΜΕΣΣΗΝΙΑ	37
ΞΑΝΘΗ	18
ΠΕΛΛΑ	15
ΠΙΕΡΙΑ	11
ΠΡΕΒΕΖΑ	9
ΡΕΘΥΜΝΟ	18
ΡΟΔΟΠΗ	3
ΣΑΜΟΣ	8
ΣΕΡΡΕΣ	16
ΤΡΙΚΑΛΑ	19
ΦΘΙΩΤΙΔΑ	19
ΦΛΩΡΙΝΑ	8
ΦΩΚΙΔΑ	4
ΧΑΛΚΙΔΙΚΗ	33
ΧΑΝΙΑ	35
ΧΙΟΣ	7
ΣΥΝΟΛΟ	1.309

### 1.3.2 Κατάταξη Επιχειρήσεων Σύμφωνα με τον Αριθμό Καταστημάτων

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται επιχειρήσεις του κλάδου σούπερ – μάρκετ και cash & carry (οι οποίες παρουσιάζονται αναλυτικότερα σε παρακάτω κεφάλαιο) , σύμφωνα με το συνολικό αριθμό των καταστημάτων τους. Σημειώνεται ότι , ο αριθμός των καταστημάτων των συγκεκριμένων αλυσίδων αντιστοιχεί στην περίοδο κατά την οποία συγκεντρώθηκαν τα στοιχεία για την παρούσα μελέτη. Η διευκρίνιση αυτή είναι απαραίτητη , καθώς ο εξεταζόμενος κλάδος χαρακτηρίζεται από ανάπτυξη με αποτέλεσμα τα δίκτυα των καταστημάτων να διευρύνονται συνεχώς.

Από τα στοιχεία του πίνακα προκύπτει ότι η DIA HELLAS A.E. διατηρεί το μεγαλύτερο αριθμό καταστημάτων (215) , ακολουθούμενη από τις ΚΑΡΦΟΥΡ – ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ A.E. (138) , ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ ΑΦΟΙ A.E.B.E. (133) και ΑΤΛΑΝΤΙΚ SUPER MARKET A.E.E. (116). Σε συγκεντρωτικό επίπεδο, την πρώτη θέση καταλαμβάνει ο όμιλος ΚΑΡΦΟΥΡ (DIA HELLAS A.E. και ΚΑΡΦΟΥΡ – ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ A.E.) με 353 καταστήματα. Ακολουθεί ο όμιλος ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΥ (ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ ΑΦΟΙ A.E.B.E. ,ΧΑΛΚΙΑΔΑΚΗΣ A.E. και ΠΑΝΕΜΠΟΡΙΚΗ ΣΟΥΠΕΡΜΑΡΚΕΤ A.E.) με 203 καταστήματα.

#### **ΚΑΤΑΤΑΞΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΟΝ ΑΡΙΘΜΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ**

<b>ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ</b>	<b>ΑΡΙΘΜΟΣ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ</b>
DIA HELLAS A.E.	215
ΚΑΡΦΟΥΡ – ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ A.E.	138
ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ ΑΦΟΙ A.E.B.E.	133
ΑΤΛΑΝΤΙΚ SUPER MARKET A.E.E.	116
ΜΑΣΟΥΤΗΣ Δ. ΣΟΥΠΕΡΜΑΡΚΕΤ A.E.	79
ΠΕΝΤΕ A.E.	72
ΜΕΤΡΟ A.E. & B.E.	56
ΑΛΦΑ ΒΗΤΑ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ A.E.	53
ΠΑΝΕΜΠΟΡΙΚΗ ΣΟΥΠΕΡΜΑΡΚΕΤ A.E.	44
ΑΡΒΑΝΙΤΙΔΗΣ A.E.	43
ΜΠΙΣΚΑ ΑΦΟΙ A.B.E.E.	40
ΤΡΟΦΟ A.E.	40
ΛΑΟΥΤΑΡΗΣ Γ., ΓΑΛΗΝΟΣ A.E. & B.E	35
ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ Ι. & Σ. A.E.E.	34
ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗΣ ΚΟΝΣΟΥΜ ΣΥΝ.Π.Ε.	30
ΛΑΡΙΣΑ A.B.E.E.	30
ΑΛΦΑ ΔΕΛΤΑ SUPERMARKET A.E.	28

ΧΑΛΚΙΑΔΑΚΗΣ Α.Ε.	26
EXTRA ΠΡΩΤΑ & ΦΘΗΝΑ Α.Ε.	22
ΕΥΝΟΣ ΣΟΥΠΕΡΜΑΡΚΕΤ Α.Ε.Ε.	20
ΜΠΑΛΗΣ Α. & ΣΙΑ Α.Ε.	16
ΙΝ. ΚΑ. ΧΑΝΙΩΝ ΣΥΝ.Π.Ε.	15
ΕΝΑ Α.Ε.	13
ΑΡΓΩ ΜΑΡΚΕΤ Α.Ε.Ε.	12
ΓΟΥΝΤΣΙΔΗΣ Α.Ε.	10
ΜΠΙΣΚΑΣ Γ. Α.Ε.	9
ΜΑΚΡΟ ΚΑΣ & ΚΑΡΥ ΧΟΝΔΡΕΜΠΟΡΙΚΗ Α.Ε.	6

### 1.3.3 Χωροταξική Κατανομή των Καταστημάτων Σούπερ – Μάρκετ και Cash & Carry

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζεται η κατανομή του συνόλου σχεδόν των καταστημάτων σούπερ – μάρκετ στις διάφορες περιοχές της χώρας.

Σύμφωνα με τα στοιχεία του πίνακα, η περιοχή της πρωτεύουσας μαζί με το υπόλοιπο της Αττικής κάλυψαν το 39,1 % του συνόλου των καταστημάτων σούπερ – μάρκετ (χωρίς να περιλαμβάνονται τα μεμονωμένα καταστήματα). Στο γενικό σύνολο των καταστημάτων (μαζί με τα μεμονωμένα), η συγκεκριμένη περιοχή κάλυψε το 31%.

Η ευρύτερη περιοχή της Βόρειας Ελλάδας κάλυψε, αντίστοιχα, ποσοστά 28 % και 26,4 %, η Πελοπόννησος 9,20 % και 11,5 %, η Στερεά Ελλάδα / Εύβοια 6,4 % και 7,3 %, η Θεσσαλία 6,9 % και 6,7 %, η Κρήτη 4,3 % και 4,6 %, η Ήπειρος και τα νησιά του Ιονίου 3,6 % και 5,7 % και τα νησιά του Αιγαίου 2,3 % και 6,4 %.

### **ΧΩΡΟΤΑΞΙΚΗ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΤΩΝ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ ΣΟΥΠΕΡ – ΜΑΡΚΕΤ (Δεκ. 2000)**

ΠΕΡΙΟΧΗ	ΣΥΝΟΛΙΚΟΣ ΑΡΙΘΜΟΣ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ		
	ΑΛΥΣΙΔΕΣ	ΜΕΜΟΝΩΜΕΝΑ	ΣΥΝΟΛΟ
ΠΡΩΤΕΥΟΥΣΑΣ	670	141	811
ΥΠΟΛΟΙΠΟ ΑΤΤΙΚΗΣ	59	36	95
ΝΟΜΟΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ	246	61	307
Α. ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ & ΘΡΑΚΗΣ	66	59	125
ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	61	55	116
ΔΥΤΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	149	75	224
ΗΠΕΙΡΟΣ & ΝΗΣΙΑ ΙΟΝΙΟΥ	67	100	167
ΘΕΣΣΑΛΙΑ	129	69	198
ΑΝ. ΣΤΕΡΕΑ & ΕΥΒΟΙΑ	77	59	136
ΔΥΤΙΚΗ ΣΤΕΡΕΑ	42	36	78
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ	171	167	338

ΚΡΗΤΗ	81	54	135
ΝΗΣΙΑ ΑΙΓΑΙΟΥ	44	145	189
<b>ΣΥΝΟΛΑ</b>	<b>1.862</b>	<b>1.057</b>	<b>2.919</b>

Πηγή : Πανόραμα των Ελληνικών Σούπερ-Μάρκετ

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2<sup>ο</sup>  
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ**

## A. ΓΕΝΙΚΑ

Στη σημερινή εποχή όπου ο ανταγωνισμός μεταξύ των επιχειρήσεων αυξάνεται συνεχώς όλες οι επιχειρήσεις από τη μικρότερη μέχρι τη μεγαλύτερη προσπαθούν να βρουν τον καλύτερο δυνατό τρόπο για να προβάλλουν την εικόνα και τα προϊόντα τους.

Η εξέλιξη της τεχνολογίας σε συνδυασμό με την αύξηση των αναγκών των καταναλωτών οδήγησαν στη δημιουργία νέων προϊόντων και συνεπώς στην αύξηση του αριθμού των καταναλωτών. Σαν συνέπεια των παραπάνω οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στη σημερινή αγορά και έχουν σαν σκοπό να επιτύχουν τη μακροχρόνια βιωσιμότητα τους προσπαθούν όχι μόνο να αυξήσουν τον κύκλο εργασιών τους αλλά στοχεύουν και στην προσέγγιση νέων πελατών και στη διατήρηση των ήδη υπαρχόντων.

Ο σκοπός αυτός είναι δύσκολο να επιτευχθεί αφού υπάρχουν πολλές επιχειρήσεις ανά κλάδο παραγωγής και έντονος ανταγωνισμός μεταξύ αυτών. Για το λόγο αυτό η κάθε επιχείρηση αναπτύσσει διάφορες μεθόδους και στρατηγικές όπως προβολή μέσω διαφημίσεων, προσφορές προϊόντων, καλές σχέσεις με τους πελάτες κ.α. Έτσι καταφέρνει να προβληθεί η ίδια αυξάνοντας τους πελάτες της και πουλώντας περισσότερα προϊόντα. Με άλλα λόγια η αύξηση των πωλήσεων οδηγεί στη μεγιστοποίηση των κερδών της επιχείρησης. Αυτή η στρατηγική ονομάζεται επικοινωνιακή πολιτική.

Ειδικότερα με τον όρο επικοινωνιακή πολιτική εννοούμε το σύνολο των ενεργειών με τις οποίες διατυπώνονται και μεταβιβάζονται στους πελάτες πληροφορίες για τον κατατοπισμό τους ή τον επηρεασμό της συμπεριφοράς τους σχετικά με την επιχείρηση και τα προϊόντα της.

## B. ΒΑΣΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ

Σύμφωνα με τις αρχές της επικοινωνίας η διαδικασία της επικοινωνιακής πολιτικής αποτελείται από πέντε βασικούς παράγοντες :

1. Τον αποστολέα του μηνύματος (επιχείρηση)
2. Το μεταβιβαζόμενο μήνυμα
3. Το μέσο μετάδοσης
4. Τον αποδέκτη του μηνύματος (πελάτης)
5. Το αποτέλεσμα



1. **Ο αποστολέας** (επιχείρηση) είναι εκείνος που αρχίζει την επικοινωνία στέλνοντας το μήνυμα. Σκοπός της ενέργειας του είναι να πληροφορήσει, να πείσει και να προσελκύσει προς τις απόψεις του τον αποδέκτη (πελάτη) του μηνύματος. Για να επιτύχει χρειάζεται να διαθέτει «καλό προϊόν» και το περιεχόμενο του μηνύματος να παρουσιάζει ενδιαφέρον για τον αποδέκτη, ώστε να προσελκύσει την προσοχή του. Η ενέργεια αυτή του αποστολέα γίνεται είτε από εσωτερική, είτε από επαγγελματική ανάγκη.
2. **Το μήνυμα** είναι η πληροφορία, το νέο, η είδηση, το σύνθημα που μεταδίδεται. Το μήνυμα έχει σαν σκοπό να δώσει στον αποδέκτη το έναυσμα για να αρχίσει η επικοινωνιακή διαδικασία. Για να επιλεγεί το κατάλληλο μήνυμα που θα μπορέσει να πλησιάσει τον αποδέκτη, θα πρέπει αυτός να έχει εντοπιστεί ως κοινωνικός παράγοντας και ως ψυχική οντότητα.
3. **Το μέσο** είναι ο τεχνικός τρόπος με τον οποίο επιτυγχάνεται η επαφή με τον αποδέκτη. Το μέσο μπορεί να είναι :
  - **Βιολογικό** : τα όργανα των αισθήσεων με τα οποία βλέπουμε, ακούμε, αντιλαμβανόμαστε.
  - **Τεχνικό** : Μ.Μ.Ε. προφορικός λόγος, γραπτός λόγος, οπτικοακουστικά μέσα.
  - **Σύνθετο** : κοινωνικές εκδηλώσεις, ομαδικές γιορτές κ.α.
4. **Ο αποδέκτης** του μηνύματος μπορεί να είναι ένα μεμονωμένο άτομο, μια ομάδα ατόμων ή ένα οργανωμένο σύνολο κ.α. Προς αυτόν απευθύνεται ολόκληρο το κύκλωμα της επικοινωνίας. Κάθε αποδέκτης ανήκει ταυτόχρονα σε πολλές διαφορετικές ομάδες. Η ψυχική κατάσταση του αποδέκτη παίζει σημαντικό ρόλο. Πίσω από το μήνυμα ο κάθε άνθρωπος δίνει άλλο περιεχόμενο στην έννοια του με αποτέλεσμα πολλές φορές να οδηγούμαστε σε παρερμηνεία του μηνύματος.
5. **Το αποτέλεσμα** είναι πάντα μια ενέργεια που δείχνει το βαθμό της ανταπόκρισης που είχε το μήνυμα στον αποδέκτη. Κατά πόσο άλλαξε ή διαμορφώθηκε σύμφωνα με τις προθέσεις του αποστολέα η στάση του αποδέκτη και κατά πόσο δημιουργήθηκε αίσθημα κοινότητας συμφερόντων.

Η επιτυχία της επικοινωνιακής πολιτικής επηρεάζεται από πολλούς παράγοντες. Γενικά, μπορεί να υποστηριχθεί πως όσο μεγαλύτερη εμπειρία διαθέτει ένας πομπός τόσο ευκολότερη και σωστότερη θα είναι η κωδικοποίηση και μεταβίβαση του μηνύματος που θέλει να στείλει. Επίσης, όσο μεγαλύτερη είναι η εμπειρία ενός δέκτη, τόσο ευκολότερα θα αποκωδικοποιήσει το μήνυμα που δέχεται.

### Γ. ΜΕΣΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ

Η επικοινωνιακή πολιτική μιας επιχείρησης διακρίνεται σε δύο βασικούς τομείς που είναι η διαφήμιση και οι δημόσιες σχέσεις.

- i. Λέγοντας διαφήμιση εννοούμε τα μέσα και τις μεθόδους που χρησιμοποιεί η επιχείρηση για την προβολή της εικόνας της και την προώθηση των προϊόντων της προς τους καταναλωτές.
- ii. Λέγοντας δημόσιες σχέσεις εννοούμε το σύνολο των προσπαθειών που καταβάλλει η επιχείρηση για να αναπτύξει σχέσεις εμπιστοσύνης και κατανόησης με το καταναλωτικό κοινό, τους προμηθευτές και γενικότερα με όλους τους παράγοντες της αγοράς.

Σύμφωνα με τους ειδικούς τα δύο αυτά μέσα άσκησης επικοινωνιακής πολιτικής είναι απαραίτητα προκειμένου οι σύγχρονες επιχειρήσεις να διατηρηθούν και να αναπτυχθούν στην αγορά.

Οι δύο αυτές έννοιες αναλύονται εκτενέστερα στα παρακάτω κεφάλαια.

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3<sup>ο</sup>  
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ**

## A. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Πριν αρχίσουμε οποιαδήποτε ανάλυση του θέματος θεωρούμε χρήσιμο να παραθέσουμε ορισμένους ορισμούς που έχουν δοθεί κατά καιρούς για την διαφήμιση.

Διαφήμιση είναι η πρωτότυπη δημιουργία μηνυμάτων που αναφέρονται σε προϊόντα ή εμπορικές υπηρεσίες και η δημοσίευση τους, στα μέσα επικοινωνίας, με τελικό στόχο την παρακίνηση των αποδεκτών αυτών των μηνυμάτων να αγοράσουν τα διαφημιζόμενα προϊόντα – υπηρεσίες (Θαλής Π. Κουτούπης)

Πιο σύντομα και περιεκτικότερα, ένας από τους θεμελιωτές της σύγχρονης διαφήμισης, ο Αμερικάνος C. Hopkins, έλεγε ότι η «Διαφήμιση είναι η έντυπη πώληση».

Ακόμα διαφήμιση είναι η απρόσωπη μαζική επικοινωνία, η οποία περιέχει το στοιχείο της πληρωμής, της οποίας ο τελικός σκοπός είναι η μετάδοση πληροφοριών και η δημιουργία μιας ευνοϊκής «γνώμης» στον καταναλωτή για το προϊόν ή την επιχείρηση, που διαφημίζεται και έτσι να συμβάλλει στην προαγωγή των επιχειρησιακών στόχων. Το στοιχείο της πληρωμής στην διαφήμιση είναι απαραίτητο, διότι αν δεν υπάρχει θεωρείται δημοσιότητα.

Τέλος όταν κάνουμε λόγο για διαφήμιση εννοούμε τη μορφή εκείνη της επικοινωνίας με την οποία προβάλλεται στο ευρύ κοινό ένα μήνυμα αναφερόμενο στη γνωστοποίηση των πλεονεκτημάτων ενός προϊόντος, μιας υπηρεσίας, ενός ατόμου μιας ομάδας με σκοπό την εκμετάλλευσή τους.

## B. ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

Η διαφήμιση στις ημέρες μας γνωρίζει ιδιαίτερη αύξηση και αυτό δεν είναι τυχαίο. Η διαφήμιση ως κοινωνικό και οικονομικό φαινόμενο συνδέθηκε άρρηκτα με τον καπιταλιστικό τρόπο παραγωγής. Ωστόσο προϋπήρξε – με διάφορες μορφές – και σε άλλες περιόδους όπου ο κυρίαρχος τρόπος παραγωγής δεν ήταν καπιταλιστικός. Παρέμεινε όμως στο επίπεδο της ενδεικτικής παρουσίας. Σύμφωνα λοιπόν με μελέτες έχουμε διάφορες εκφράσεις της διαφήμισης σε όλη την ιστορική περίοδο. Η πρώτη μορφή εκδήλωσης της είναι αυτή της προφορικής διάδοσης πληροφοριών. Είναι γνωστός ο ρόλος των «κηρύκων» στην κλασική ελληνική περίοδο καθώς και στην ρωμαϊκή. Με λιγότερη βέβαια

συχνότητα συναντάμε «διαφημιστικές» κατά κάποιο τρόπο παραστάσεις αλλά και στα ερείπια αρχαίων πόλεων. Στην Πομπηία για παράδειγμα βρέθηκαν στους τοίχους των σπιτιών, ανακοινώσεις για θεατρικές παραστάσεις, για αγώνες μονομάχων αλλά ακόμα και για ταβέρνες.

Στο Βυζάντιο και στο Μεσαίωνα δεν συναντούμε καμία διαφορά όσον αφορά τη διάδοση των πληροφοριών, οι κήρυκες παρέμεναν το βασικό μέσο. Από τον 13<sup>ο</sup> μέχρι τον 16<sup>ο</sup> αιώνα οι «συντεχνίες» επικροτούν τις συλλογικές προσπάθειες προώθησης των πωλήσεων, την εποχή λοιπόν αυτή πραγματοποιούνται εκθέσεις και λειτουργούν οι μεγάλες αγορές. Αλλά και στην Αγγλία τον 15<sup>ο</sup> αιώνα η μορφή της διαφήμισης δεν διέφερε από εκείνη της ρωμαϊκής περιόδου. Προς τα τέλη αυτού του αιώνα, άρχισαν να εμφανίζονται γραπτές ανακοινώσεις που ξεκινούσαν με το λατινικό «Siquis» (αν κάποιος) που τις αναρτούσαν σε τοίχους και σε άλλα μέρη.

Το 1655 έχουμε για πρώτη φορά τη χρησιμοποίηση της λέξης «διαφήμιση» από εκδότες βιβλίων, ως επικεφαλίδα για τις ανακοινώσεις τους. Την ίδια περίοδο χρησιμοποιήθηκε και από τις εφημερίδες όταν ήθελαν να ανακοινώσουν κάποιο νέο ιδιαίτερης σημασίας.

Αποφασιστικός παράγοντας για τη διαμόρφωση της διαφήμισης στη σύγχρονη έκφραση της ήταν η εφεύρεση των κινητών στοιχείων της τυπογραφίας από τον Gutenberg το 1438.

Η πρώτη διαφήμιση σε εφημερίδα για καταναλωτικό προϊόν έγινε στην Αγγλία στις 25-5-1657 και αναφερόταν στον καφέ. Η εφημερίδα ήταν η «Public Adviser». Την ίδια εποχή εμφανίζονται περιοδικά που περιέχουν αποκλειστικά διαφημίσεις. Δεν πρέπει να παραβλέπουμε το γεγονός ότι τον 18<sup>ο</sup> αιώνα το ποσοστό των αναλφάβητων αποτελούσε ένα μεγάλο ποσοστό του πληθυσμού, έτσι ώστε οι κήρυκες και οι εικονογραφήσεις αποτελούσαν τις κύριες εκφράσεις της διαφήμισης.

Η βιομηχανική επανάσταση με τη συνακόλουθη ανάπτυξη του καπιταλισμού άνοιξε το δρόμο για την διαφήμιση ώστε να φθάσει στις αρχές του εικοστού αιώνα να αποτελεί η διαφήμιση αναπόσπαστο στοιχείο του συστήματος.

Το 1911 έχουμε και τις πρώτες αντιδράσεις για ανειλικρινή και υπερβολική διαφήμιση και το 1916 δημιουργούνται οι δύο πρώτες ενώσεις καταναλωτών (Consumers' Research και Con).

Το 1922 έχουμε την εμφάνιση του ραδιοφώνου και την πλατειά διάδοση του στο τέλος της δεκαετίας το '20, το οποίο πρόσφερε νέες δυνατότητες έκφρασης της διαφήμισης, σε εθνικό επίπεδο. Παράλληλα έχουμε την υποταγή της διαφήμισης στο βιομηχανικό και χρηματιστικό κεφάλαιο.

Το μεγάλο οικονομικό κραχ στην Αμερική το 1929-30 δημιούργησε νέες συνθήκες. Από την μια μεριά υπάρχει ο καθοριστικός ρόλος της διαφήμισης που τόνωσε την ζήτηση ορισμένων κλάδων και προϊόντων και από την άλλη ο ανασταλτικός της ρόλος σε κάποιες απόπειρες

περιορισμού του ανταγωνισμού των μονοπωλιακών επιχειρήσεων με συγκεκριμένα νομοθετήματα (Federal Food, Drug and Cosmetic Act).

Την εποχή αυτή η διαφήμιση έχει μπει σε ορισμένα πλαίσια, είναι προγραμματισμένη και τα στοιχεία της διαφημιστικής σύνθεσης (περίγραμμα, μήνυμα, επικεφαλίδα, οπτική απεικόνιση κ.α.) έχουν πια καθιερωθεί. Η διαφήμιση αποτελεί πλέον θεσμό. Παράλληλα έχουμε τώρα και τις πρώτες προσπάθειες έρευνας αγοράς και εμφανίζονται οι πρώτοι ερευνητικοί οργανισμοί όπως : «George Gallup, Claude Robinson, Daniel Staron και A.C. Nielsen».

Την περίοδο 1940-45 παρουσιάζεται μια υποχώρηση στην εξέλιξη της, μια και η παραγωγή αγαθών διαφόρων κατηγοριών και ιδιαίτερα καταναλωτικών έχει σχεδόν αντικατασταθεί από την παραγωγή υλικών απαραίτητων για τον πόλεμο. Στην δεκαετία του '50 έχουμε την είσοδο της τηλεόρασης στη ζωή των Αμερικανών η οποία δημιουργεί ακόμα καλύτερες συνθήκες για την διαφήμιση. Στην Ευρώπη όμως τα πράγματα δεν είναι ίδια, ο πόλεμος δημιούργησε πολλά προβλήματα (τεράστιες απώλειες σε έμψυχο και παραγωγικό δυναμικό). Αδυνατεί λοιπόν η διαφήμιση στην Ευρώπη να ακολουθήσει τον γοργό ρυθμό ανάπτυξης που αυτή ακολουθεί στην Αμερική.

Η εικοσαετία '60-'80 είναι περισσότερο πολύπλοκη για την εξέλιξη της. Στην πορεία της αντικατοπτρίζονται όλες οι αντιφάσεις και διακυμάνσεις της οικονομίας των Η.Π.Α. Έχουμε λοιπόν από τη μια μεριά τις διάφορες ενώσεις καταναλωτών, οι οποίες ασκούν έντονη κριτική σε αυτήν, και γίνονται προσπάθειες για να θέσουν όρια στη διαφήμιση ιδιαίτερα στο να μην είναι υπερβολικές και ανειλικρινείς, από την άλλη μεριά όμως συνεχίζεται η τάση για δαπάνη όλο και μεγαλύτερων κονδυλίων, για να μπορεί να ανταποκρίνεται στις σημερινές συνθήκες ανταγωνισμού του κρατικού – μονοπωλιακού καπιταλισμού.

Οι ιδιαίτερες οικονομικές, κοινωνικές και ιστορικές συνθήκες που επικρατούσαν στην Ελλάδα πριν τον 2<sup>ο</sup> παγκόσμιο πόλεμο τοποθέτησαν την διαφήμιση σε χαμηλά επίπεδα. Η Ελλάδα μέχρι το 1940 παρέμεινε μια οικονομικά καθυστερημένη, κύρια αγροτική χώρα. Τα μεταπολεμικά χρόνια άλλαξε βαθιά η εσωτερική οικονομική κατάσταση της χώρας και μετασχηματίστηκε η δομή των οικονομικών της σχέσεων. Το ξένο κεφάλαιο άσκησε τεράστια επίδραση όχι μόνο ως έκφραση οικονομική και χρηματιστηριακή αλλά και στη χρησιμοποίηση προχωρημένης τεχνολογίας, εφαρμογή καινοτομιών, εφαρμογής νέων επιστημονικών μεθόδων οργάνωσης και παραγωγής.

Η διαφήμιση στην Ελλάδα μπορούμε να πούμε ότι ουσιαστικά έκανε δειλά την εμφάνιση της στις αρχές του 20<sup>ου</sup> αιώνα. Ο έλληνας βιομήχανος, χρησιμοποίησε αρχικά την διαφήμιση, σε περιορισμένη όμως κλίμακα, και ακολούθησε ο έλληνας έμπορος. Τόσο όμως ο βιομήχανος όσο και ο έμπορος, για αρκετά χρόνια παρέμειναν

διστακτικοί απέναντι στη διαφήμιση και δεν μπορούσαν να συλλάβουν πια θα είναι η ωφελιμότητα της.

### Γ. ΛΟΓΟΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

Οι κύριοι λόγοι που συνέτειναν στη διάδοση της διαφήμισης είναι οι εξής :

- i. Η διαφήμιση βρίσκεται σε άμεση εξάρτηση με το καταναλωτικό πνεύμα των σύγχρονων βιομηχανικών κοινωνιών, το οποίο και εξυπηρετεί.
- ii. Ο οξύς ανταγωνισμός ανάμεσα στους επιχειρηματικούς, πολιτικούς κύκλους επιβάλλει την διαφήμιση.
- iii. Η σύγχρονη τεχνολογία συμβάλλει στην μετάδοση διαφημιστικών μηνυμάτων με τα πολυποικίλα μέσα που διαθέτει (τηλεόραση, ραδιόφωνο κλπ)

### Δ. ΕΙΔΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

Υπάρχουν πολλά είδη διαφήμισης, ανάλογα με τα κριτήρια που θα χρησιμοποιήσουμε, οι παρακάτω κατηγορίες όμως θα μπορούσε να υποστηριχθεί ότι εμφανίζονται με μεγαλύτερη συχνότητα.

1. Διαφήμιση προβολής προϊόντος (Display Advertising)  
Είναι εκείνη που με διάφορους τρόπους προβάλλει το προϊόν π.χ. τονίζει τα συγκριτικά πλεονεκτήματα του, αναφέρεται στις ιδιότητες του, στις χρήσεις και στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του και δίνει πληροφορίες για την τιμή του προϊόντος. Με αυτή τη διαφήμιση προσφέρεται η ευκαιρία στους δυνητικούς καταναλωτές να γνωρίζουν το προϊόν.
2. Διαφήμιση προώθησης των πωλήσεων (Sales Promotion Advertising)  
Σκοπός της είναι να δημιουργήσει τις προϋποθέσεις για συγκεκριμένη ενέργεια από τη μεριά των δυνητικών καταναλωτών. Διατυπώνει ένα σύντομο «επείγον» μήνυμα που περιέχει πληροφορίες για εκπτώσεις, ειδικές προσφορές, την έναρξη διαγωνισμών, εκθέσεων, παροχή κουπονιών και δώρων.
3. Διαφήμιση από την επιχείρηση προς τους ενδιάμεσους χονδρέμπορους και λιανέμπορους (Trade Advertising).  
Προτρέπει τους ενδιάμεσους (αγοραστές) να αγοράσουν τα προϊόντα της επιχείρησης, αφού τους εκθέσει τα ευεργετήματα που θα αποκομίσουν από την έγκαιρη αγορά

- και αποθήκευση των προϊόντων καθώς και από τους καλύτερους όρους πληρωμής που τους παρέχονται.
4. Διαφήμιση λιανοπωλητών (Retail Advertising) εμφανίζεται με δύο μορφές :
    - A. Ως διαφήμιση προβολής (display advertising) που σχεδιάζεται για να δημιουργήσει μια «εικόνα» (image), αλλά και να πληροφορήσει τους δυνητικούς καταναλωτές για τα ωφέληματα που θα αποκομίσουν αν επιλέξουν το συγκεκριμένο κατάστημα.
    - B. Ως διαφήμιση προώθησης πωλήσεων (sales promotion advertising) που σχεδιάζεται για να βοηθήσει το κατάστημα να εξαντλήσει τα υπάρχοντα αποθέματα των προϊόντων.
  5. Γενική διαφήμιση μιας επιχείρησης, ενός οργανισμού, ενός φορέα (Institutional Advertising). Αναφέρεται στις δραστηριότητες στις απόψεις και τα προβλήματα του φορέα στην προσπάθεια να αποκτήσει την εύνοια του κοινού και την υποστήριξη του, παρά για να πουλήσει κάποιο προϊόν. Ορισμένες φορές ονομάζεται και διαφήμιση δημοσίων σχέσεων (public relations advertising). Μορφή αυτής της κατηγορίας αποτελεί η διαφήμιση φήμης και πελατείας (goodwill advertising) που σχεδιάζεται για την δημιουργία του καλού ονόματος της επιχείρησης.
  6. Διαφήμιση εμπιστοσύνης προς το προϊόν (Brand Loyalty Advertising). Είναι εκείνη που σχεδιάζεται για τη δημιουργία, τη διατήρηση ή την αύξηση της εμπιστοσύνης του καταναλωτικού κοινού προς το συγκεκριμένο επώνυμο προϊόν.
  7. Διαφήμιση πρωτογενούς ή πρωταρχικής ζήτησης (Primary Demand Advertising). Είναι εκείνη που απευθύνεται στις δυνητικούς καταναλωτές και προσπαθεί να αυξήσει τις προτιμήσεις και τη συνολική κατανάλωση για διάφορες κατηγορίες προϊόντων, π.χ. μαλλί, δερμάτινα είδη, πορτοκάλια κ.α.
  8. Διαφήμιση επιλεκτικής ζήτησης (Selective Demand Advertising). Είναι η διαφήμιση που απευθύνεται στους δυνητικούς καταναλωτές και προωθεί το συγκεκριμένο επώνυμο προϊόν (brand) κάνοντας αναφορές στον ανταγωνισμό. Είναι η διαφήμιση που παρουσιάζει τη μεγαλύτερη συχνότητα εμφάνισης και αποτελεί τον αντίποδα της διαφήμισης πρωταρχικής ζήτησης.
  9. Συνδεδεμένη ή συνεργατική διαφήμιση (Cooperative Advertising). Είναι η διαφήμιση που αντιλαμβάνεται ταυτόχρονα από δύο ή περισσότερους φορείς και προωθεί



ένα ή περισσότερα προϊόντα π.χ. ηλεκτρικά πλυντήρια και ένα απορρυπαντικό. Η συνδεδεμένη διαφήμιση αντιπροσωπεύει εκστρατείες μεγάλης διάρκειας και υψηλής διαφημιστικής δαπάνης. Παρουσιάζει πλεονεκτήματα όπως η μείωση του κόστους που επιμερίζεται σε περισσότερους από ένας φορέας, βοηθάει προϊόντα που είναι νέα και βρίσκονται στο εισαγωγικό στάδιο του «κύκλου ζωής», όταν συνδέονται μ' ένα καθιερωμένο προϊόν να σταθούν ανταγωνιστικά στην αγορά κ.α.

### **Ε. ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ ΤΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ**

Γενικά η διαφήμιση έχει θετικές και αρνητικές συνέπειες προς τον άνθρωπο και την χώρα γενικότερα.

#### **A. Θετικές συνέπειες**

- i. Η διαφήμιση έχει ενημερωτικό χαρακτήρα και βοηθά τον καταναλωτή να καταλήξει σε συγκεκριμένες επιλογές χωρίς κόπο και χρόνο
- ii. Συμβάλλει στην ανάπτυξη της οικονομίας αφού αναπτύσσονται όλοι οι τομείς παραγωγής
- iii. Ο διαφημιστικός κλάδος παρέχει νέες θέσεις εργασίας
- iv. Μπορεί να αφυπνίσει συνειδήσεις, να προβληματίσει και να ωθήσει στην πνευματική και αισθητική αναβάθμιση.

#### **B. Αρνητικές συνέπειες**

- i. Η ώθηση των ατόμων στην υπερκατανάλωση. Η συνεχής προβολή διαφημιστικών μηνυμάτων εξασθενεί την κρίση, παθητικοποιεί τον άνθρωπο, προσβάλλει τον ψυχικό του κόσμο. Εθίζουν το άτομο στην αποδοχή μηνυμάτων με αποτέλεσμα την χειραγώγηση του και την μετατροπή του σε άβουλο ενεργούμενο
- ii. Προβάλλει πρόσωπα που δεν ανταποκρίνονται στην πραγματικότητα και τυποποιεί την ανθρώπινη συμπεριφορά
- iii. Ταυτίζουν ανθρώπινες ιδιότητες και συναισθήματα με την κατανάλωση συγκεκριμένων προϊόντων.

### **ΣΤ. ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ**

Η διαφήμιση λειτουργεί σαν συνδετικός κρίκος μεταξύ της επιχείρησης και του καταναλωτικού κοινού. Έτσι λοιπόν οι στόχοι της διαφήμισης συνδέονται άμεσα με τους κύριους στόχους της επιχείρησης και την χάραξη της στρατηγικής που ακολουθεί.

Πρωταρχικός στόχος είναι η προώθηση του προϊόντος και η αύξηση των πωλήσεων, δηλαδή θα κάνει γνωστό το προϊόν στον καταναλωτή και θα του δώσει το ερέθισμα να προτιμήσει το προϊόν αυτό. Μια διαφήμιση για να πετύχει τον σκοπό της πρέπει να επιτυγχάνει τα εξής ψυχολογικά αποτελέσματα στον αναγνώστη ή θεατή :α) προσοχή, β) ενδιαφέρον, γ) επιθυμία, δ) δράση δηλαδή (A.I.D.A. Attention, Interest, Desire, Action). Συνήθως ακολουθείται ένας συνδυασμός εικόνας, τίτλου, κειμένου και επωνυμίας και πετυχαίνουμε αυτές τις ψυχολογικές επιδράσεις.

Για να πετύχει η διαφήμιση πρέπει να ξεκινά από τον προγραμματισμό και τον καθορισμό συγκεκριμένων στόχων, έτσι θα δημιουργηθούν τα κατάλληλα μηνύματα για την αγορά στόχο. Μερικοί στόχοι επικοινωνίας που διατίθενται για την διαφήμιση είναι : γνωστοποίηση για εισαγωγή – παρουσίαση νέων προϊόντων στην αγορά, επέκταση σε νέα περιοχή αγοράς, άλλες προσπάθειες πώλησης και προώθησης, πλησίασμα πελατών που θα φτάσουν οι πωλητές, προβολή εικόνας, εντύπωση εταιρείας, απόκτηση αντιπροσωπειών, πληροφόρηση για την ύπαρξη προϊόντων σε σημεία αγοράς για νέες χρήσεις προϊόντων.

- i. Προβολή ή αλλαγή εντύπωσης προϊόντων
- ii. Αύξηση πωλήσεων X % μέσα σε Ψ χρόνο
- iii. Επιμόρφωση καταναλωτών
- iv. Προσπάθεια για ικανοποίηση των πραγματικών αναγκών του αναγνώστη – πελάτη

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4<sup>ο</sup>**  
**ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ**

## A. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στο προηγούμενο κεφάλαιο αναλύσαμε την έννοια και τη σημασία της διαφήμισης ως βασικό μέσο της επικοινωνιακής πολιτικής μιας επιχείρησης. Εξίσου σημαντικό μέσο είναι και οι Δημόσιες Σχέσεις.

Ο όρος «Δημόσιες Σχέσεις» είναι μετάφραση του αγγλικού όρου «Public Relations», ο οποίος δεν αποδίδει στην ελληνική γλώσσα την ακριβή έννοια του θεσμού.

Στην αγγλική γλώσσα ο όρος «Public Relations» σημαίνει «Σχέσεις με το Κοινό». Στην ελληνική γλώσσα το «Public» (= κοινό) αποδόθηκε με το επίθετο «Δημόσιος», που σημαίνει συνήθως αυτό που έχει σχέση με το Δημόσιο, δηλαδή με το Κράτος. Έτσι πολύ νομίζουν και είναι δυνατόν εύκολα να θεωρηθεί, ότι αντικείμενο των Δ.Σ. είναι είτε Σχέσεις με το Δημόσιο ή με το Κράτος, είτε ακόμη οι Σχέσεις του Δημοσίου με το Κοινό. Έτσι έχουν προταθεί διάφοροι όροι, όπως « οι Σχέσεις με το Κοινό», «η Ανάπτυξη των Σχέσεων» κ.α.

Από τους παραπάνω προταθέντες όρους, ο όρος «Σχέσεις με το Κοινό» είναι πιο επιτυχής. Στην πράξη όμως έχει επικρατήσει ο όρος Δημόσιες Σχέσεις.

Έχουν διατυπωθεί πολύ και διάφοροι ορισμοί, όμως οι τρεις που παραθέτουμε παρακάτω, κατά τις γνώμες των ειδικών, είναι οι πιο πληρέστεροι.

- Τον ορισμό του Βρετανικού Ινστιτούτου Δημοσίων Σχέσεων κατά τον οποίο Δημόσιες Σχέσεις είναι το σύνολο των προσπαθειών που καταβάλει η επιχείρηση για να αναπτύξει σχέσεις εμπιστοσύνης και κατανόησης με το καταναλωτικό κοινό, τους προμηθευτές και γενικότερα όλους τους παράγοντες της αγοράς.
- Τον ορισμό του καθηγητή Byron Christian, κατά τον οποίο «Δ.Σ. είναι η συνειδητή προσπάθεια παρακινήσεως και επηρεασμού της κοινής γνώμης, πρωταρχικά με την χρησιμοποίηση των μέσων επικοινωνίας, ώστε να διάκεται συμπαθώς για μια επιχείρηση, να τη σέβεται, να την υποστηρίζει και να της συμπαρίσταται σε περίπτωση δοκιμασιών και δυσκολιών»
- Τον ορισμό της Διεθνούς Ενώσεως Δημοσίων Σχέσεων, κατά τον οποίο «Δ.Σ. είναι λειτουργήματα διευθύνσεως μόνιμου και οργανωμένου χαρακτήρα, με το οποίο μια επιχείρηση ή ένας δημόσιος ή ιδιωτικός οργανισμός προσπαθεί να επιτύχει και να διατηρήσει την κατανόηση, την συμπάθεια και την συνδρομή εκείνων, με τους οποίους έχει ή μπορεί να έχει σχέσεις, ώστε να συντονίζονται όσο είναι δυνατό την πολιτική και τις εκδηλώσεις της επιχείρησης, για να πετύχουν με προγραμματισμένη και ευρεία ενημέρωση, μεγαλύτερη συνεργασία και αποδοτικότερη, αποτελεσματικότερη εκπλήρωση των κοινών τους συμφερόντων».

Εκτός από τους παραπάνω ορισμούς υπάρχουν και άλλοι, περισσότερο σύντομοι, όπως :

- «Δημόσιες Σχέσεις είναι η προώθηση της καλής θέλησης»
- «Δημόσιες Σχέσεις είναι η δραστηριότητα, η οποία δημιουργεί ευνοϊκές προϋποθέσεις στην κοινή γνώμη για ορισμένα προϊόντα, ιδέες ή πρόσωπα».
- «Δημόσιες Σχέσεις είναι να κάνεις κάτι το σωστό και να διατηρήσεις την πίστη γι' αυτό».
- «Δημόσιες Σχέσεις είναι η καλή καθοδήγηση συνοδευόμενη από μια καλή ανταπόκριση».
- «Δημόσιες Σχέσεις είναι το να κερδίσει κανείς αναγνώριση».

## **B. ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ**

Οι Δημόσιες Σχέσεις είναι ένας θεσμός, ο οποίος ενώ είναι νέος με τη σύγχρονη μορφή του, εν τούτοις έχει τις ρίζες του στις πολύ απομακρυσμένες ιστορικές ή και προϊστορικές εποχές, στο βάθος της Ιστορίας της Ανθρωπότητας. Ο E. Bompays αναφέρει, ότι τα κύρια στοιχεία των Δημοσίων Σχέσεων, ήτοι η πληροφόρηση, η επικοινωνία και η πειθώ του Λαού, είναι τόσο παλιά όσο και η Κοινωνία.

Σταθμός της Ιστορίας των Δημοσίων σχέσεων είναι ο Αρχαίος Ελληνικός Πολιτισμός, που τον δημιούργησαν οι πρόγονοι μας.

Από αυτόν ξεκινάει η σκόπιμη και προμελετημένη επικοινωνία και διαπιστώνουμε μέσα σ' αυτό το κλίμα αρκετά ουσιώδη συμβολή των Αρχαίων Ελλήνων στην ανάπτυξη αυτού που σήμερα το καλούμε Δημόσιες Σχέσεις.

Οι Αρχαίοι Έλληνες συγγραφείς και φιλόσοφοι, όπως αποδεικνύεται από την έρευνα και τη μελέτη των έργων τους, συνέβαλλαν πολύ στη θεωρητική θεμελίωση θεσμών, που συναρτώνται με τις Δημόσιες Σχέσεις.

Ο Αριστοτέλης στα «Ηθικά Νικομάχεια» μιλά για την σημασία των φιλικών σχέσεων.

Ο Πλάτων στους «Νόμους» ασχολείται με το θέμα της αναπτύξεως των σχέσεων μεταξύ των πολιτών και στην «Απολογία του Σωκράτους» αναφέρεται στις σχέσεις των ανθρώπων με την Πολιτεία.

Ο Ξενοφών στον «Οικονομικό» αναφέρεται στην παγίωση καλών σχέσεων μεταξύ εργαζομένων και εργοδοσίας.

Εκτός όμως από την θεωρητική θεμελίωση του θεσμού των Δημοσίων σχέσεων από τους συγγραφείς και τα ιστορικά πρόσωπα της Αρχαίας Ελλάδας, έχουμε και την καθιέρωση διαφόρων ειδικών εκδηλώσεων.

Οι διάφορες ειδικές εορταστικές εκδηλώσεις των Αρχαίων Ελλήνων συνέβαλλαν στην ανάπτυξη των Δημοσίων Σχέσεων όπως οι Ολυμπιακοί Αγώνες, τα Παναθήναια, τα Ελευσίνια.

Η επικοινωνία μεταξύ των ανθρώπων στην Αρχαία Ελλάδα είχε σημειώσει πρόοδο και είχαν θεσπισθεί και διάφοροι θεσμοί, με σκοπό να βελτιώσουν την κατανόηση και να συσφίξουν δεσμούς εμπιστοσύνης μεταξύ των ατόμων.

Σταθμός, με ιδιαίτερη σημασία για την επικοινωνία και τις Δημόσιες Σχέσεις, είναι η Αγορά των Αρχαίων Αθηνών.

Η Αγορά ήταν το κέντρο της δημοσίας ζωής. Ήταν η έδρα του εμπορίου, της επιχειρηματικής και της οικονομικής ζωής γενικότερα, αλλά και της διοικήσεως και της δικαιοσύνης. Στην Αγορά δημιουργείται ο διάλογος, που είναι ένα από τα χαρακτηριστικά των Δημοσίων Σχέσεων και αποτελεί συγχρόνως τη βάση τους.

Από τις αρχές του αιώνα μας οι Δημόσιες Σχέσεις αρχίζουν να παίρνουν άλλη μορφή, μπαίνουν με περισσότερο σύστημα και καλύτερες μεθόδους στη ζωή των ανθρώπων, των επιχειρήσεων, των Τραπεζών, των οργανισμών, των Κρατών και από μεμονωμένες ασυντόνιστες, πολλές φορές, ενέργειες γίνονται η Επιστήμη, που διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη και την καλυτέρευση του γενικού επιπέδου των ανθρώπων.

Η ανάπτυξη των Δημοσίων Σχέσεων μπορεί να διαιρεθεί σε 5 κύριες χρονικές περιόδους της σύγχρονης εποχής, όπως παρατηρεί ο καθηγητής S. Cutlip.

- i. 1900-1917 : Περίοδος αντεπιθετικής δημοσιογραφίας, εκκαθαρίσεως της «κόπρου» και σκανδαλοθηρίας με αμυντική δημοσίευση. Εποχή που επηρέασε πολύ τις πολιτικές μεταρρυθμίσεις.
- ii. 1917-1919 : Α΄ Παγκόσμιος Πόλεμος, ο οποίος έδειξε πάρα πολύ έντονα τη δύναμη της οργανωμένης υποκινήσεως στο ξύπνημα του φλογερού πατριωτισμού, στην πώληση μετοχών πολεμικών δανείων, στη στρατολόγηση ανθρώπου, στην ανεύρεση χρημάτων σημαντικού ύψους για έργα πρόνοιας κ.α.
- iii. 1919-1933 : Περίοδος κατά την οποία χρησιμοποιούνται οι αρχές και η πρακτική της Δημοσιότητας, που είχαν γίνει γνωστές κατά τον πόλεμο, για την προώθηση πωλήσεως προϊόντων, τη δημιουργία ευνοϊκών συνθηκών για την αποδοχή αλλαγών, που στηριζόντουσαν στην τεχνολογία, η οποία είχε συγκεντρωθεί κατά τον πόλεμο, την επιτυχή έκβαση πολιτικών αγώνων και για την ανεύρεση χρημάτων για φιλανθρωπικά έργα.

- iv. 1933-1975 : Εποχή του Ρούσβελτ, της Μεγάλης Υφέσεως και του Δεύτερου Παγκοσμίου πολέμου, γεγονότων σημαντικών και εντόνων που είχαν μεγάλη επίδραση με την πίεση τους και που προήγαγαν την τέχνη και ανέπτυξαν την πρακτική των Δημοσίων Σχέσεων.
- v. 1945-μέχρι σήμερα : Μεταβιομηχανική εποχή, που έφερε σοβαρότατη και απότομη ανάπτυξη στην πρακτική και τις εφαρμογές των Δημοσίων Σχέσεων, που συνέβαλλε σημαντικά στην ωρίμανση της έννοιας και την πρόοδο του επαγγέλματος.

### Γ. ΜΕΣΑ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ

Τα μέσα που χρησιμοποιεί η τεχνική των Δ.Σ. εξαρτάται τόσο από το γενικό αντικείμενο της δραστηριότητας του οργανισμού, του λογαριασμού του οποίου εκτελείται το πρόγραμμα, όσο και από το ειδικό περιεχόμενο και την έκταση του συγκεκριμένου αυτού προγράμματος. Τα μέσα είναι επίσης ανάλογα με τις ειδικές κατηγορίες και τη συγκεκριμένη κατάσταση των ομάδων της κοινής γνώμης, στις οποίες απευθύνονται οι διάφορες εκδηλώσεις του προγράμματος ( π.χ. φυσική κατάσταση, επίπεδο γνώσεων, κοινωνική θέση και λοιπά στοιχεία που συνθέτουν την ιδιαίτερη φυσιογνωμία της κάθε μίας ομάδας).

Όπως είναι γνωστό, η θεμελιώδης επιδίωξη των Δ.Σ. είναι να δημιουργήσουν μια σχέση. Η σχέση αυτή για να δημιουργηθεί, να διατηρηθεί και να αποδώσει καρπούς οφείλει να είναι ευθεία, συνεχής, ικανή να κατακτήσει τον ψυχοπνευματικό κόσμο του ατόμου, να συνεγείρει για έναν σκοπό ή για ένα στόχο και να δημιουργήσει θετικές θέσεις, δηλαδή καταστάσεις αποδοχής και συνεργασίας. Με αυτή την βάση αξιολογούνται και ανάλογα χρησιμοποιούνται, την κάθε φορά τα μέσα που έχουν στην διάθεση τους οι Δ.Σ. για να επιτύχουν τους στόχους τους, σε αναλογία πάντοτε με το υποκείμενο και το αντικείμενο της συγκεκριμένης ενέργειας.

Εκτός από το ειδικά μέσα, που χρησιμοποιούνται αποκλειστικά από τις Δ.Σ. υπάρχουν και τα γενικά μέσα μαζικής επικοινωνίας – δημοσιότητας, που χρησιμοποιούνται όχι μόνο από τις Δ.Σ. αλλά, επίσης, από την Διαφήμιση, την Προπαγάνδα και τις λοιπές λειτουργίες της επικοινωνίας. Ο τρόπος, όμως, και οι μέθοδοι με τις οποίες χρησιμοποιούνται από κάθε μια από τις λειτουργίες της επικοινωνίας, όπως επίσης και τα κίνητρα που καθοδηγούν τη χρησιμοποίησή τους, είναι διαφορετικά και αποτελούν μια, επιπλέον, μεταξύ αυτών των λειτουργιών διαχωριστική γραμμή.

Παράλληλα υπάρχουν περιπτώσεις που τα καθεαυτό μέσα των Δ.Σ. χρησιμοποιούνται από την Διαφήμιση και τις άλλες λειτουργίες με

διαφορές όμως, τόσο στη μεθοδολογία, όσο και στο πνεύμα της χρησιμοποιήσεώς τους.

## **I. ΑΚΟΥΣΤΙΚΑ ΜΕΣΑ**

### **1) Δημόσιες συζητήσεις – σεμινάρια – συμπόσια – συγκεντρώσεις – διαλέξεις – μαθήματα κλπ.**

Στις οργανωμένες αυτές συναθροίσεις εξετάζονται και συζητιούνται, από αρμόδια πρόσωπα, διάφορα θέματα, που αφορούν ή ενδιαφέρουν τους παρόντες – συμμετέχοντες ή παρακολουθούντες ή ακόμα και το κοινό γενικότερα.

### **2) Επαφή του κοινού με τον οργανισμό.**

Η επαφή αυτή μπορεί να γίνει είτε κατόπιν προσκλήσεως του οργανισμού, είτε με πρωτοβουλία του κοινού. Η επαφή αυτή μπορεί να είναι αυτοπρόσωπη ή να γίνει με τον γραπτό λόγο (επιστολή, κατάθεση αναφοράς, τηλεφώνημα κ.α.).

### **3) Συνέντευξη Τύπου (Press Conference)**

Η συνέντευξη τύπου πραγματοποιείται όταν υπάρχει σοβαρό θέμα για να ανακοινωθεί στους εκπροσώπους των Μέσων μαζικής ενημέρωσης ή της κοινής γνώμης.

### **4) Συνέντευξη**

Θα μπορούσαμε να πούμε ότι η Οικονομική Μονάδα μπορεί να χρησιμοποιήσει τον τρόπο αυτό της επικοινωνίας με υποψήφιους, που ζητούν εργασία σε αυτή και να αναθέσει σε κατάλληλα στελέχη της την πραγματοποίηση των συνεντεύξεων.

### **5) Ραδιόφωνο**

Το ραδιόφωνο είναι από τα μέσα, με τα οποία επηρεάζουμε εξ αποστάσεως το ακουστικό αισθητήριο των ανθρώπων, είτε ενός μόνου, είτε πολλών μαζί και γι' αυτό κατατάσσεται στα μέσα μαζικής επικοινωνίας, κυρίως μονής κατεύθυνσης. Αυτό σημαίνει, ότι ο ακροατής ακούει, αν θέλει την εκπομπή ή μπορεί να την διακόψει.



## II. ΟΠΤΙΚΑ ΜΕΣΑ

### 1) Διάφορες εκδόσεις

Τα προγράμματα των Δ.Σ. προβλέπουν συνήθως δυο ειδών εκδόσεις :

- α) Εκείνες που αναφέρονται στη δραστηριότητα του οργανισμού και
- β) Εκείνες που εκδίδονται από τον οργανισμό, σαν προσφορά του στο κοινωνικό σύνολο.

### 2) Εκθέσεις και επιδείξεις

Η προβολή, με στοιχεία και εικόνες, της δραστηριότητας του οργανισμού και οι παρουσιάσεις των υπηρεσιών και των προϊόντων του, βοηθούν στην επεξήγηση, κατανόηση και καταξίωση από την κοινή γνώμη του έργου του.

### 3) Περιοδικό της επιχείρησης.

Στην γενική αυτή αδόκιμη ονομασία περιλαμβάνονται όλες οι περιοδικές εκδόσεις, που κυκλοφορούν από έναν οργανισμό, σε τακτά χρονικά διαστήματα, σαν Μέσα των Δημοσίων Σχέσεων.

### 4) Επιστολές – εγκύκλιοι κ.α.

Η αποστολή εγκυκλίων, επιστολών, καρτών κλπ. χρησιμοποιούνται όταν ο οργανισμός απευθύνεται σε μικρό αριθμό ή σε ειδικό κύκλο παραληπτών. Σκοπός αυτής της επιστολής είναι η πληροφόρηση, η επεξήγηση ενός θέματος, η ερμηνεία μιας απόφασεως, η γνωστοποίηση ενός γεγονότος κ.α.

### 5) Τύπος

Οι εφημερίδες χρησιμοποιούν τις περισσότερες ειδήσεις που εκδίδουν οι εκπρόσωποι των Δ.Σ. Πρέπει όμως, να γίνεται σωστή επιλογή των εφημερίδων που θα πραγματοποιηθεί η συνεργασία, με προτίμησή μόνο στην μερίδα εκείνη, που αντιλαμβάνεται σωστά την αποστολή της.

### III. ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΑ ΜΕΣΑ

#### 1) Κινηματογράφος

Ο Κινηματογράφος είναι ένα μέσο επικοινωνίας, που απευθύνεται σε πολλά άτομα μαζί, γι' αυτό και ανήκει στα μαζικά μέσα επικοινωνίας. Επηρεάζει ταυτόχρονα και το ακουστικό και το οπτικό αισθητήριο των ανθρώπων, μέσα σε ορισμένο χώρο.

#### 2) Διαφάνειες – Ταινίες Διαφανειών (με συνοδεία ήχου)

Η χρήση αυτής της κατηγορίας των μέσων είναι για ενημέρωση ειδικής κατηγορίας κοινού π.χ. Μετόχους, για εκπαιδευτικούς σκοπούς, για καλύτερη ενημέρωση του κοινού σε μια διάλεξη κλπ.

#### 3) Τηλεόραση

Στην Ελλάδα χρησιμοποιείται η τηλεόραση, σε μικρότερο όμως βαθμό, για προβολή και εφαρμογή των αρχών των Δ.Σ. από τις ιδιωτικές Οικονομικές Μονάδες, κυρίως λόγω του μεγάλου κόστους της χρησιμοποίησής της.

#### 4) Τελέσεις – Επισκέψεις

Είναι οι διάφορες εκδηλώσεις που κάνει η Οικονομική Μονάδα, προς τιμήν κάποιου προσώπου ή για την αναγγελία κάποιου γεγονότος κ.α. Από την άλλη πλευρά και οι επισκέψεις στον χώρο της Οικονομικής Μονάδας, δηλαδή στους χώρους παραγωγής ή τα γραφεία, αποτελεί αντικείμενο, που υπάγεται στην κατηγορία των οπτικοακουστικών μέσων επικοινωνίας και εξυπηρετούν τις Δ.Σ. στο έργο τους.

### Δ. ΡΟΛΟΣ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ

Σήμερα κανείς πλέον δεν αμφιβάλλει και δεν αμφισβητεί το θεμελιώδη λειτουργικό ρόλο των Δημοσίων Σχέσεων. Όλο και περισσότεροι οργανισμοί εμπιστεύονται τις υπηρεσίες του θεσμού, ενώ ο ίδιος ο θεσμός, ολοκληρώνεται και τελειοποιείται καθημερινά.

Ήδη, στις περισσότερες αναπτυγμένες οικονομικά και πολιτιστικά χώρες, έχει εμφανιστεί η «ειδίκευση», δηλαδή υπάρχουν πλέον εταιρείες Δημοσίων Σχέσεων, που προσφέρουν ειδικευμένες υπηρεσίες.

Το τμήμα των δημοσίων σχέσεων έχει σαν κύρια αρμοδιότητα και ευθύνη να καλλιεργεί και να διαδίδει την καλή φήμη της επιχείρησης με τις ποικίλες ομάδες με τις οποίες έρχεται σε επαφή, όπως : προσωπικό

της επιχείρησης, καταναλωτικό κοινό, επενδυτές, κρατικές υπηρεσίες και το δημόσιο κοινό. Οι επαγγελματίες managers, που ασχολούνται με το τμήμα των δημοσίων σχέσεων, πρέπει να βλέπουν τον ρόλο τους σαν καταναμητές των πληροφοριών που αφορούν την επιχείρηση με όλες τις ομάδες που έρχονται σε επαφή, έτσι ώστε να δημιουργείται ένα καλό κλίμα για την λειτουργία και την ανάπτυξη της επιχείρησης.

Τα επικοινωνιακά μέσα που χρησιμοποιούνται συνδυάζουν την ενημέρωση, την προβολή και την διατήρηση της καλής εικόνας της επιχείρησης στο εσωτερικό και εξωτερικό περιβάλλον. Μέσα επικοινωνίας όπως : έντυπο υλικό που ενημερώνει για βασικά θέματα της επιχείρησης, επιστολές, διάφορα ψυχαγωγικά και ενημερωτικά προγράμματα, ετήσιες εκθέσεις, ραδιοφωνικό και τηλεοπτικό υλικό, συζητήσεις και διαλέξεις, πολιτιστικές εκδηλώσεις κ.λ.π.

Ένα σωστό τμήμα Δ.Σ. αφού εξετάζει προσεκτικά το εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης, προσπαθεί να εντοπίσει σοβαρά προβλήματα και αφού ευαισθητοποιήσει τα διευθυντικά στελέχη, εισηγείται μια σειρά ενεργειών για αντιμετώπιση και επίλυση των προβλημάτων.

Ορισμένες από τις δραστηριότητες που προσφέρονται από το τμήμα δημοσίων σχέσεων στα δυο κοινά της επιχείρησης είναι :

#### **Για το εσωτερικό κοινό :**

- Συντάσσει και παράγει το κάθε είδους έντυπο υλικό της επιχείρησης
- Επιμελείται της εμπορικής αλληλογραφίας
- Αναλαμβάνει τον δειγματισμό του προϊόντος ή της υπηρεσίας της επιχείρησης
- Οριοθετεί το ετήσιο χρονοδιάγραμμα των δημοσίων σχέσεων, αλλά και το μάρκετινγκ της επιχείρησης
- Επιλέγει εργαζόμενους και στελέχη της επιχείρησης
- Επικοινωνεί απευθείας με πρόσωπα κύρους για λογαριασμό της επιχείρησης (πολιτικοί, διοικητές οργανισμών, δ/ντές τραπεζών κ.α.)
- Πραγματοποιεί εκδηλώσεις ψυχαγωγικού χαρακτήρα για το προσωπικό της επιχείρησης
- Σύγχρονοι μέθοδοι εργασίας (διαλείμματα, μουσική κ.α.)
- Στολές υπηρεσίας σε μοντέρνα γραμμή
- Παιδικό σταθμό για τις εργαζόμενες γυναίκες της επιχείρησης
- Δώρα, μπόνους, βραβεία κ.α.
- Δωρεάν τροφή καλής ποιότητας
- Λεωφορεία για την μεταφορά του προσωπικού

- Ταξίδια των υπαλλήλων για μετεκπαίδευση

#### Για το εξωτερικό κοινό :

- Γνωρίζει την επιχείρηση στους τοπικούς δημοσιογράφους και γενικότερα στον Τοπικό Τύπο μέσω πρέσ κόνφερενς
- Σε τακτά χρονικά διαστήματα δωρεάν παράδοση των προϊόντων της επιχείρησης στους καταναλωτές
- Αναμνηστικά με τη φίρμα της επιχείρησης, όπως έκδοση ημερολογίου, τσιγαροθήκες, αναπτήρες κ.α.
- Αποστολή δελτίων τύπου στα μέσα μαζικής ενημέρωσης

Μέχρι και πρόσφατα οι έλληνες επιχειρηματίες «σνόμπαραν» την επιστήμη των Δ.Σ. , έχοντας την πεποίθηση ότι η προσφορά της στην ανάπτυξη των επιχειρήσεων είναι μηδαμινή και μόνο πρόσθετη δαπάνη θα πρόσφερε σε αυτή.

Βέβαια αυτό είναι λάθος γιατί μια σύγχρονη ελληνική επιχείρηση για να μπορέσει σήμερα να αντεπεξέλθει στις δυσκολίες που παρουσιάζει η εμπορική αγορά, τόσο από άποψη ζήτησης, όσο και από άποψη συναγωνισμού ξένων ανταγωνιστικών προϊόντων και ιδιαίτερα των χωρών της Ευρωπαϊκής Κοινότητας, θα πρέπει να πεισθεί ότι πολλά έχει να κερδίσει από τη συνεργασία της με ανθρώπους των Δ.Σ.

Οι παραπάνω βέβαια αντιλήψεις των ελλήνων επιχειρηματιών είναι κάπου δικαιολογημένες, γιατί οφείλονται σε μεγάλο βαθμό στους διάφορους ανίδεους συμβούλους των Δ.Σ. που χωρίς καμία ιδιαίτερη μόρφωση και ειδικευση αυτοαποκαλούνται άνθρωποι των Δ.Σ. και φυσικό επόμενο ήταν να δημιουργήσουν με αυτή τους την στάση μια όχι και τόσο κολακευτική εικόνα για το επάγγελμα των Δ.Σ.

Η μεγάλη όμως ανάπτυξη που είχαν ορισμένες ελληνικές επιχειρήσεις με τη βοήθεια των Δ.Σ. προβλημάτισαν και οπωσδήποτε έπεισαν αρκετούς έλληνες επιχειρηματίες, ότι οι Δ.Σ. είναι απαραίτητο στοιχείο μεγάλωματος του γοήτρου και της φήμης των επιχειρήσεων.

Συνήθως οι σύγχρονες επιχειρήσεις διαθέτουν δικό τους τμήμα Δ.Σ. που αποτελείται ή θα πρέπει να αποτελείται από ένα μικρό επιτελείο στελεχών Δ.Σ.

Μια επιχείρηση με τον μεγάλο αριθμό των εργαζομένων που απασχολεί είναι επόμενο να έχει στους κόλπους της όλες τις «ανθρώπινες αδυναμίες», που τις περισσότερες φορές αποτελούν τροχοπέδη για την εργασιακή τους απόδοση και είναι αδύνατο αυτή η μικρή ανθρώπινη κοινωνία να μην παρουσιάζει διάφορα αρνητικά κρούσματα. Μια σειρά από αντιζηλίες, «λυκοφιλίες», ραδιουργίες, κουτσομπολιά, «καρφώματα» και συκοφαντίες που γίνονται φανερά ή σιωπηρά, κρίνουν απαραίτητη την ύπαρξη κάποιου διαιτητή που στη συγκεκριμένη περίπτωση , ο πιο κατάλληλος μπορεί να είναι ο σύμβουλος των Δ.Σ.

Ακόμη, σημαντική βοήθεια μπορούν να προσφέρουν οι Δ.Σ. και στην ανάπτυξη των σχέσεων της επιχείρησης με το καταναλωτικό κοινό, όπου ο σύμβουλος των Δ.Σ. θα προσπαθήσει να μάθει έως ποιο βαθμό είναι ικανοποιημένο το καταναλωτικό κοινό από τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που προσφέρει η επιχείρηση.

Άρα βλέπουμε πόσο μεγάλος είναι ο ρόλος των Δ.Σ. για τη σωστή ανάπτυξη των επιχειρήσεων και ιδιαίτερα των ελληνικών με τα επιμέρους εσωτερικά προβλήματα που παρουσιάζονται από τις «ανθρώπινες αδυναμίες» των ελλήνων εργαζομένων που αναφέραμε πιο πάνω.

### **Ε. ΣΗΜΑΣΙΑ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ**

Η σημασία των Δ.Σ. στους διάφορους τομείς της κοινωνικής δραστηριότητας είναι μεγάλη. Ένα από τα ισχυρότερα εργαλεία στον τομέα της επικοινωνίας και των σχέσεων των ατόμων, ομάδων, οργανισμών κλπ. για την ανάπτυξη της κατανόησης, της εμπιστοσύνης και της αλληλοεκτίμησης είναι οι Δ.Σ. Η κατανόηση εκ μέρους του κοινού και η υποστήριξή του θεωρείται από τις πιο βασικές προϋποθέσεις επιτυχίας στο σημερινό ανταγωνιστικό σύστημα της κοινωνίας μας. Οι Δ.Σ. έχοντας σκοπό να αποτελέσουν τη διαδικασία επικοινωνίας με το κοινό και να εξασφαλίσουν την κατανόησή του, αλλά και να διαμορφώσουν μια ευνοϊκή κοινή γνώμη για ορισμένες ιδέες ή προσπάθειες έχουν γίνει σημαντικός παράγοντας στη σημερινή ζωή της κοινωνίας μας.

Τα διευθυντικά στελέχη της επιχείρησης, μέσω των Δ.Σ. προσπαθούν να θέσουν σε λειτουργία όλες τις δεξιότητες τους για να προγραμματίσουν, οργανώσουν, στελεχώσουν, ελέγξουν και διευθύνουν το προσωπικό.

Η υλοποίηση των επιχειρησιακών στόχων από την πλευρά του προσωπικού, αποτελεί μία από τις κυριότερες δραστηριότητες των διευθυντικών στελεχών που μόνο μέσω της επικοινωνίας μπορεί να πραγματοποιηθεί.

Η επιχείρηση, για να λειτουργήσει και να αναπτυχθεί, χρειάζεται πλήθος πληροφοριακού υλικού, που μέσω του τμήματος των Δ.Σ. κυκλοφορεί σε όλα τα σημεία της επιχείρησης.

Η ορθή επικοινωνία και η καθιέρωση των κανόνων της, μεταξύ των στελεχών και του προσωπικού της επιχείρησης υποβοηθάει στη σωστή λήψη των αποφάσεων.

Συντελεί στη διαμόρφωση κλίματος συνεργασίας και καλλιέργειας των καλών ανθρώπινων σχέσεων, έτσι ώστε να αποφεύγονται οι συγκρούσεις και οι έντονες αντιπαραθέσεις που πολλές φορές δημιουργούν προβλήματα στην καλή λειτουργία της επιχείρησης.

Το τμήμα των Δ.Σ. σε μια επιχείρηση, έχει τέτοια σπουδαιότητα και σοβαρότητα αφού με μια λανθασμένη αντιμετώπιση σε ένα επεισόδιο

κρίσης, μπορεί να καταστρέψει τη φήμη της επιχείρησης, να καταρρακώσει την οικονομική της δυνατότητα, να διαβρώσει το ηθικό των εργαζομένων, να προκαλέσει παρατεινόμενες έρευνες από κρατικές υπηρεσίες, να προκαλέσει βαριά πρόστιμα και το κυριότερο να υπάρξει αρνητική αντιμετώπιση από το καταναλωτικό κοινό.

Οι έκρυθμες καταστάσεις που είναι πιθανόν να αντιμετωπίσει μια επιχείρηση, είναι δυνατόν να χειριστούν με τιμιότητα και ειλικρίνεια, διαφορετικά τα αρνητικά συναισθήματα που θα δημιουργηθούν είναι δυνατόν να προκαλέσουν αλυσιδωτές αντιδράσεις, που θα παρασύρουν την επιχείρηση στην καταστροφή της.

Συμπερασματικά, σύμφωνα με όσα έχουμε αναλύσει παραπάνω, θα μπορούσαμε να παραθέσουμε αναφορικά, πώς οι Δ.Σ. συμβάλλουν στην αύξηση της παραγωγικότητας των επιχειρήσεων.

1. Αυξημένο γόητρο της επιχείρησης.
2. Δημιουργία μεγαλύτερης αποδοχής των προϊόντων της από τους καταναλωτές.
3. Δημιουργία καλών ανθρωπίνων σχέσεων μεταξύ των εργαζομένων αλλά και μεταξύ εργοδότη και εργαζομένων.

Οι Δ.Σ. είναι το λειτουργικό εκείνο τμήμα της επιχείρησης που συμβάλλει στην βελτίωση της συνεργασίας επιχείρησης-εργαζομένων, προωθείται ομαδικό πνεύμα εργασίας, απαραίτητο για την συνοχή της εργασιακής ομάδας, κάνουν την επιχείρηση περισσότερο προσιτή σε ολοένα και περισσότερους καταναλωτές και όλα αυτά έχουν σαν συνέπεια την αύξηση της παραγωγικότητας των επιχειρήσεων.

Έτσι βλέπουμε ότι οι Δ.Σ. εκφράζουν μια μοντέρνα αντίληψη της φιλοσοφίας της διοικητικής, συμβάλλουν στο «ζέσταμα» των ανθρωπίνων σχέσεων, πλουτίζουν τον χώρο των επιστημών σαν νέα δυναμική επιστήμη και αποβλέπουν στην καλύτερευση των σχέσεων μεταξύ των εργαζομένων με τη διεύθυνση και της διεύθυνσης με το κοινό.

## **ΣΤ. ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΚΑΙ ΣΥΣΧΕΤΙΣΜΟΙ ΤΩΝ Δ.Σ. ΜΕ ΑΛΛΕΣ ΠΑΡΟΜΟΙΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ**

### **♦ Δημόσιες Σχέσεις και Διαφήμιση**

Αρκετά συχνά γίνεται σύγχυση μεταξύ των εννοιών των Δ.Σ. και της διαφήμισης και ειδικότερα στο διαδραματιζόμενο ρόλο τους, στο χώρο της επικοινωνίας. Πολλοί είναι εκείνοι, που υποστηρίζουν ότι υπάρχει μεγάλη συγγένεια μεταξύ των δύο αυτών εννοιών της δημοσιότητας. Ακόμα αρκετοί είναι εκείνοι που πιστεύουν, ότι οι Δ.Σ. δεν είναι τίποτε άλλο παρά μια καθαρά νέα έκφραση της παραδοσιακής διαφήμισης. Όλα τα παραπάνω δεν εκφράζουν στο παραμικρό την πραγματική εικόνα των

δύο αυτών εννοιών, αλλά αντίθετα πιστοποιούν, και περισσότερο στην χώρα μας, την άγνοια του κοινού αλλά και πολλών ειδικών στελεχών της δημοσιότητας, σχετικά με το δεοντολογικό διαχωρισμό και την διαφορετική εφαρμογή των Δ.Σ. και της διαφήμισης.

Αλλά ας πάρουμε τα πράγματα με την σειρά τους, για να αποδείξουμε ότι υπάρχει τεράστια διαφορά μεταξύ των δύο αυτών λειτουργιών.

Οι Δ.Σ. βασίζονται στην ειλικρίνεια, είναι μια συνεχής προσπάθεια για την δημιουργία και την διατήρηση σχέσεων κατανόησης και καλής θέλησης, ανάμεσα στον οργανισμό και το κοινό του. Οι Δ.Σ. προετοιμάζουν το έδαφος της επιχείρησης, ώστε να λειτουργεί σωστά, να αποδίδει καλά και να συγκεντρώνει όλο και περισσότερους δικούς της πελάτες. Ενδιαφέρονται για το κοινό τους, αφού καταστρώνουν διάφορα προγράμματα μέσα στο χώρο κοινωνικών εκδηλώσεων της ανθρώπινης ζωής, ώστε η κοινή γνώμη να ενημερώνεται, χωρίς χρήματα, πάνω σε θέματα κοινού ενδιαφέροντος.

Όμως ακριβώς το αντίθετο συμβαίνει με τη διαφήμιση που αποβλέπει στην παραγωγή ή διακίνηση ιδεών. Ενέργειες δηλαδή που αποβλέπουν να παρακινήσουν το κοινό να αγοράσει τα προϊόντα. Και είναι γνωστό ότι για την πραγματοποίηση όλων αυτών των ενεργειών, χρησιμοποιείται άφθονη υπερβολή, που διοχετεύεται κατάλληλα μέσα από τα κανάλια των μέσων επικοινωνίας. Διευκρινίζουμε, πως την υπερβολή την αναφέρουμε απλώς και μόνο για λόγους καθαρά εκπαιδευτικής σκοπιμότητας και σε καμία περίπτωση δεν επιχειρούμε να πούμε ή να υποστηρίξουμε, ότι οι άνθρωποι της διαφήμισης είναι υπερβολικοί. Επίσης, οι διαφημιστικές εκστρατείες των διαφόρων προϊόντων πέρα από την πραγματοποίηση του αντικειμενικού τους σκοπού, δεν προσφέρουν τίποτε άλλο στο πλατύτερο κοινό, παρά μονάχα ελκυστικές, ίσως και παραπλανητικές ανακοινώσεις.

Πρέπει λοιπόν τόσο η διαφήμιση όσο και οι Δ.Σ. να συνεργάζονται αρμονικά για την παραγωγή και πραγματοποίηση μιας οποιασδήποτε επικοινωνιακής εκστρατείας.

#### ♦ Δημόσιες Σχέσεις και Marketing

Ιδιαίτερη προσοχή θα πρέπει να δώσουμε στην επιστήμη του Marketing δεδομένου ότι διαδραματίζει σπουδαιότατο ρόλο. Σχετικά με τις συνέπειες εφαρμογής του Marketing μέσα σε μια επιχείρηση, μπορούμε να πούμε σε γενικές γραμμές, ότι καλλιεργείται και στοχεύετε η γνώμη της αγοράς, η πολιτική του προϊόντος, η γνώση του κοινωνικού περιβάλλοντος, η πολιτική του σήματος, η τεχνολογία του προϊόντος, η τεχνική της διανομής, η τιμή και η πολιτική της επικοινωνίας.

Επαναλαμβάνουμε και πάλι ότι σε μια σωστή επιχείρηση, θα πρέπει να συνεργάζονται άμεσα το Marketing και οι Δ.Σ. Το Marketing δημιουργεί

το προϊόν, το πλασάρει επιστημονικά στην αγορά και το παρουσιάζει με την τεχνική της διαφήμισης, ενώ οι Δ.Σ. εκμεταλλεύονται διάφορα γεγονότα της ζωής της επιχείρησης και δημιουργούν γύρω από το όνομά της γεγονότα και ειδήσεις με αντικειμενικό σκοπό να ανεβάσουν το γόητρο και το κύρος της.

Σε μια οποιαδήποτε επιχείρηση το λεγόμενο επιχειρηματικό Marketing θα πρέπει να συνεργάζεται στενά με το τμήμα των Δ.Σ. προκειμένου από την μια πλευρά να μεγεθύνεται το «image» της επιχείρησης και από την άλλη μεριά να προωθείται το προϊόν μέσω της συγκεκριμένης δημοσιότητας. Αυτό σημαίνει πως στην σημερινή εποχή κανένα προϊόν δεν είναι δυνατόν να προωθηθεί αν προηγουμένως δεν έχει δρομολογηθεί ειδικό πρόγραμμα Δ.Σ.

#### ♦ Δημόσιες Σχέσεις και Προώθηση Πωλήσεων

Επειδή ο επικοινωνιακός μηχανισμός λειτουργίας της προώθησης πωλήσεων παρουσιάζει εκπληκτικές ομοιότητες με τις επικοινωνιακές ενέργειες των Δ.Σ. θα πρέπει να επισημάνουμε την ιδιαίτερη προσοχή όλων εκείνων που ασχολούνται με τις Δ.Σ. σχετικά με τα όρια δράσης τους στον χώρο της επιστήμης τους και ειδικότερα με την πιθανή διακίνησή τους σε χώρους άσχετους με την αρμοδιότητά τους.

Ο σύμβουλος των Δ.Σ. θα πρέπει να γνωρίζει ότι οποιαδήποτε επικοινωνιακή ενέργεια που αποβλέπει άμεσα στην παραμικρή αύξηση των πωλήσεων είναι οτιδήποτε άλλο εκτός από Δ.Σ.

Οι Δ.Σ. ούτε πωλούν, ούτε επιδιώκουν πρωταρχικά αύξηση πωλήσεων, αλλά αντίθετα πρώτα προσπαθούν να κερδίσουν την εκτίμηση του κοινού με την καλλιέργεια της αλήθειας, της ειλικρίνειας και της πραγματοποίησης διαφόρων κοινωνικών και επιμορφωτικών εκδηλώσεων και στη συνέχεια συνεισφέρουν με τη δική τους επικοινωνιακή τεχνική στην γενικότερη προσπάθεια πώλησης του προϊόντος.

Συμπερασματικά αναφέρουμε ότι η προώθηση των πωλήσεων μπορεί να χρησιμοποιήσει σχεδόν τα ίδια επικοινωνιακά μέσα με την διαφήμιση και τις Δ.Σ. αλλά διαφέρει ριζικά από αυτές, όπως και αυτές μεταξύ τους.

#### ♦ Δημόσιες Σχέσεις και Management

Ο Manager για να πετύχει στο έργο του χρειάζεται οπωσδήποτε την βοήθεια των Δ.Σ. έτσι ώστε να μπορέσει να πραγματοποιήσει την απαραίτητη και συνάμα αποδοτική επιχειρησιακή συνεργασία που θα πρέπει να υπάρχει μεταξύ εργατών και επιχειρηματία.

Εδώ ακριβώς υπεισέρχεται και ο παράγοντας των Δ.Σ. που είναι καταλυτικός, αληθινός και απόλυτα ειλικρινής και ο οποίος μας



ερμηνεύει, μας συμβουλεύει και μας καθοδηγεί στην πραγματοποίηση των διαφόρων στόχων μας.

Έτσι λοιπόν για να προωθηθεί ένα οποιοδήποτε προϊόν θα πρέπει είτε ο διευθυντής προϊόντος να ζητά την συμβουλή των Δ.Σ. ή οι Δ.Σ. της επιχείρησης να προκαθορίζουν τις παραμέτρους προώθησης του προϊόντος. Πρόκειται, δηλαδή, για εντυπωσιακή αλλαγή ρόλων μέσα στην επιχείρηση που οφείλεται στο ότι οι Δ.Σ. μπορούν και είναι σε θέση να διαμορφώνουν την προσωπικότητα του προϊόντος.

## **Β' ΜΕΡΟΣ**

**CARREFOUR – ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.**

Ιδρύθηκε τον Ιανουάριο του 1997 με έδρα την Αθήνα. Τον Δεκέμβριο του 2000, η τιτλούχος απορρόφησε τις εταιρίες ΝΙΚΗ Α.Ε., CONTINENT HELLAS Α.Ε., ΥΠΕΡΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ ΑΒΕΤΕ, ΚΕΑΠ Α.Ε., ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ ΒΟΡΕΙΟΥ ΕΛΛΑΔΟΣ ΑΒΕΤ & ΤΕ και ΕΤΑΒΙΚ Α.Ε. Η απορρόφηση αυτών των έξι (6) εταιριών ήταν αποτέλεσμα της συγχώνευσης της μητρικής Γαλλικής εταιρίας CARREFOUR με τον επίσης Γαλλικό όμιλο PROMODES. Σημειώνεται ότι ο όμιλος PROMODES συμμετείχε στον Ελληνικό όμιλο εταιριών ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΥ. Αξίζει να αναφερθεί ότι ο νέος όμιλος CARREFOUR – PROMODES αναμένεται να αποτελέσει τον δεύτερο σε μέγεθος όμιλο παγκοσμίως.

Η εταιρία διαθέτει συνολικά 138 καταστήματα σε όλη την Ελλάδα με την επωνυμία CARREFOUR – ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ και CHAMPION – ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ.

Ιδιόκτητες αποθήκες βρίσκονται στις εξής περιοχές : Σπάτα (Θέση Γυαλός), Σπάτα (Θέση Βούρβα), Ρέντης, Δρυμός, Κορωπί, Κρήτη, Ρόδος. Επίσης, υπάρχει μία ακόμη αποθήκη στον Ταύρο η οποία δεν είναι ιδιοκτησία της εταιρίας.

Πρόσφατα, η εταιρία δημιούργησε τα καταστήματα Champion Μαρινόπουλος, τα οποία διαφοροποιούνται από τα άλλα καταστήματα της CARREFOUR – ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ, ιδιαίτερα όσον αφορά την έμφαση που δίνεται στα φρέσκα προϊόντα.

Γενικά η CARREFOUR – ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ προσφέρει αρκετές υπηρεσίες στους πελάτες της όπως :

- Παροχή εκπτώσεων, προσφορών με κουπόνια κλπ. σε συνεργασία με προμηθευτές.
- Πωλήσεις παρεμφερών ή / και διαφορετικών προϊόντων σε κοινές συσκευασίες και ελκυστικές τιμές.
- Χρήση stands και προσωπικού προμηθευτών που δειγματίζουν προϊόντα ή / και προσφέρουν εκπτωτικά κουπόνια.
- Διαφημιστικά φυλλάδια με προσφορές προϊόντων (διάρκειας συνήθως 1-2 εβδομάδων).
- Έκδοση ενημερωτικών περιοδικών.
- Παραγγελίες μέσω fax.
- Διαφήμιση στα μέσα μαζικής ενημέρωσης.

- Κερδοκάρτα / Δραχμική έκπτωση για τις επόμενες αγορές.

Συγκεκριμένα υπάρχει η CLUB CARREFOUR, με την οποία ο πελάτης εξασφαλίζει αγορές με 5% και 10% φθηνότερα σε προϊόντα που έχουν ειδική σηματοδότηση στα ράφια των καταστημάτων. Επίσης, υπάρχει η κερδοκάρτα Champion Μαρινόπουλος που διατίθεται στους πελάτες δωρεάν μέσα στο κατάστημα. Ο πελάτης με αυτήν την κάρτα εξασφαλίζει μία δωροεπιταγή αγοράζοντας προϊόντα με το σηματάκι «χαμόγελο», στο οποίο αναγράφεται το ποσό που κερδίζει από την αγορά του αντίστοιχου προϊόντος. Προσκομίζοντας τη δωροεπιταγή στις επόμενες 10 ημέρες, το ποσό αφαιρείται αυτόματα από τις επόμενες αγορές του πελάτη. Η DYNAMIC VISA, είναι μία ακόμα υπηρεσία της εταιρίας προς τους πελάτες της. Πρόκειται για πιστωτική κάρτα της CARREFOUR – ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ και της ALPHA BANK, με την οποία επιστρέφεται 1% έως 36% της αξίας των αγορών σε προϊόντα διαφόρων εταιριών.

Οι δημοσιευμένες πωλήσεις της CARREFOUR – ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε. ανέρχονται σε 198,5 δις. δρχ. το έτος 2000. Όπως προαναφέρθηκε, τον Δεκέμβριο του 2000 η CARREFOUR – ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε. απορρόφησε έξι (6) εταιρίες. Σύμφωνα με σημειώσεις που υπάρχουν στον ισολογισμό της 31/12/2000, «η εταιρία ολοκλήρωσε τη συγχώνευση έξι (6) εταιριών, με βάση τους ισολογισμούς μετασχηματισμού που συνέταξαν οι εταιρίες αυτές με ημερομηνία 30/06/2000, σύμφωνα με σχετική έγκριση του Υπουργείου Εμπορίου». Έτσι, ο κύκλος εργασιών της CARREFOUR – ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε. για το 2000 δεν περιλαμβάνει τις πωλήσεις των έξι (6) εταιριών που απορροφήθηκαν για το σύνολο του συγκεκριμένου έτους.

### ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ ΤΗΣ CARREFOUR – ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ

#### ΑΤΤΙΚΗ

Α.Α	ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ
1.	ΠΑΛΑΙΣΤΙΝΗΣ ΚΑΙ ΛΑΜΙΑΣ 1 , ΑΛΙΜΟΣ
2.	ΚΗΦΙΣΙΑΣ 7 & ΑΙΤΩΛΙΑΣ 29 , ΑΜΠΕΛΟΚΗΠΟΙ
3.	Λ. ΜΑΡΑΘΩΝΑ 131 , ΓΕΡΑΚΑΣ
4.	Λ. ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑΣ 67 <sup>Α</sup>
5.	ΚΗΦΙΣΙΑΣ 41 , ΜΑΡΟΥΣΙ
6.	ΙΦΙΓΕΝΕΙΑΣ 47 , ΝΕΑ ΙΩΝΙΑ
7.	ΠΕΤΡΟΥ ΡΑΛΛΗ & ΚΗΦΙΣΟΥ , ΡΕΝΤΗ

8.	ΠΑΥΛΟΥ ΜΕΛΑ 5-7 , ΑΓΙΑ ΣΟΦΙΑ
9.	ΑΓ. ΔΗΜΗΤΡΙΟΥ 149 , ΑΓΙΟΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ
10.	ΙΕΡΑ ΟΔΟΣ 240 , ΑΙΓΑΛΕΩ
11.	ΒΑΣΙΛΕΩΣ ΠΑΥΛΟΥ 100, ΒΟΥΛΑ
12.	ΠΕΝΤΕΛΗΣ 51 , ΒΡΙΛΗΣΙΑ
13.	Ν. ΕΛΒΕΤΙΑΣ 9 , ΒΥΡΩΝΑΣ
14.	ΒΕΪΚΟΥ 35 , ΓΑΛΑΤΣΙ
15.	ΠΙΠΙΝΟΥ 5 , ΓΕΡΑΚΑΣ
16.	ΚΗΦΙΣΙΑΣ 118 , ΓΗΡΟΚΟΜΕΙΟ
17.	ΒΟΥΛΙΑΓΜΕΝΗΣ 140 , ΔΑΦΝΗ
18.	ΠΟΣΕΙΔΩΝΟΣ 73 , ΕΔΕΜ
19.	ΔΗΜΟΣΘΕΝΟΥΣ 101 , ΚΑΛΛΙΘΕΑ
20.	ΚΑΜΑΤΕΡΟΥ 6 & ΟΛΥΜΠΟΥ , ΚΑΜΑΤΕΡΟ
21.	ΜΑΚΡΥΓΙΑΝΝΗ 73-75 , ΜΟΣΧΑΤΟ
22.	Λ. ΜΑΡΑΘΩΝΟΣ 98 , ΝΕΑ ΜΑΚΡΗ
23.	ΠΕΤΡΟΥ ΡΑΛΛΗ 480 , ΝΙΚΑΙΑ
24.	ΑΘΗΝΑΣ 60 , ΟΜΟΝΟΙΑ
25.	ΠΑΙΑΝΙΑ , 17 <sup>ο</sup> ΧΛΜ Λ. ΛΑΥΡΙΟΥ
26.	ΦΙΛΟΛΑΟΥ 91 , ΠΑΓΚΡΑΤΙ
27.	ΠΑΤΗΣΙΩΝ 295 , ΠΑΤΗΣΙΑ
28.	ΜΠΟΥΜΠΟΥΛΙΝΑΣ 58 & Γ. ΛΑΜΠΡΑΚΗ , ΠΕΙΡΑΙΑΣ
29.	ΠΑΝΑΓΗ ΤΣΑΛΔΑΡΗ 20 , ΠΕΡΙΣΤΕΡΙ
30.	ΤΕΛΑΜΩΝΟΣ 93 , ΠΕΡΙΣΤΕΡΙ
31.	ΚΑΝΕΛΛΟΠΟΥΛΟΥ 21 , ΦΑΛΗΡΟ
32.	ΕΠΤΑΛΟΦΟΥ ΠΡΟΥΣΗΣ & ΦΑΝΑΡΙΟΥ , ΦΙΛΑΔΕΛΦΕΙΑ
33.	ΤΕΡΨΙΧΟΡΗΣ & ΜΠΟΥΜΠΟΥΛΙΝΑΣ , ΧΟΛΑΡΓΟΣ
34.	ΙΕΡΑ ΟΔΟΣ 339 & Ε. ΒΕΝΙΖΕΛΟΥ , ΑΓΙΑ ΒΑΡΒΑΡΑ
35.	ΑΓ. ΙΩΑΝΝΟΥ 23 <sup>Α</sup> , ΑΓ. ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ
36.	ΝΙΡΒΑΝΑ & ΡΕΓΚΟΥΚΟΥ
37.	ΚΗΦΙΣΙΑΣ 16 , ΑΜΠΕΛΟΚΗΠΟΙ
38.	Λ. ΑΜΦΙΘΕΑΣ 30-32 , ΑΜΦΙΘΕΑ
39.	ΕΘΝΑΡΧΟΥ ΜΑΚΑΡΙΟΥ 11 , ΑΡΓΥΡΟΥΠΟΛΗ
40.	3 <sup>η</sup> ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ 77 , ΒΙΚΤΩΡΙΑ
41.	Λ. ΒΟΥΛΙΑΓΜΕΝΗΣ & ΥΜΗΤΤΟΥ 2 , ΓΛΥΦΑΔΑ
42.	ΗΡΩΩΝ ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟΥ & ΠΑΓΚΑΛΟΥ , ΕΛΕΥΣΙΝΑ
43.	ΙΔΟΜΕΝΕΩΣ 102 , ΙΛΙΟΝ
44.	ΑΓ. ΝΙΚΟΛΑΟΥ 38 , ΙΛΙΟΝ
45.	ΑΓ. ΕΛΕΥΘΕΡΙΟΥ & ΝΑΞΟΥ , ΚΑΜΙΝΙΑ
46.	ΑΧΑΡΝΩΝ 300 , ΚΑΤΩ ΠΑΤΗΣΙΑ
47.	Ι. ΔΡΟΣΟΠΟΥΛΟΥ 155, ΚΟΛΙΑΤΣΟΥ
48.	ΚΑΝΑΡΗ 9 , ΚΟΛΩΝΑΚΙ

49.	ΧΕΙΜΑΡΡΑΣ 3 , ΜΑΡΟΥΣΙ
50.	Λ. ΑΛΕΞΑΝΔΡΑΣ 106 , ΝΕΑΠΟΛΗ
51.	Τ. ΚΕΝΝΕΝΤΥ 154 , ΠΕΡΙΣΤΕΡΙ
52.	21 <sup>ο</sup> ΧΛΜ Λ. ΜΑΡΑΘΩΝΟΣ , ΠΙΚΕΡΜΙ
53.	ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ 4Β & ΚΟΥΜΟΥΝΔΟΥΡΟΥ , ΡΕΝΤΗΣ
54.	ΑΝΑΠΑΥΣΕΩΣ & ΣΑΜΟΥ 1 , ΣΑΛΑΜΙΝΑ
55.	ΛΕΝΟΡΜΑΝ 226 & ΑΜΦΙΑΡΑΟΥ , ΣΕΠΟΛΙΑ
56.	ΑΘΑΝΑΤΩΝ 43 & ΡΟΔΟΥ , ΣΕΠΟΛΙΑ
57.	ΜΕΣΟΛΟΓΓΙΟΥ 17 , ΧΑΛΑΝΔΡΙ
58.	ΠΕΝΤΕΛΗΣ 94 , ΧΑΛΑΝΔΡΙ

### ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ

Α/Α	ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ
1.	ΠΕΡΙΦ. ΟΔΟΣ ΝΕΑΣ ΕΥΚΑΡΠΙΑΣ , ΕΥΚΑΡΠΙΑ
2.	ΤΟΜΠΙΑΖΗ 15 , ΠΥΛΑΙΑ
3.	ΠΑΝΤΑΖΙΔΟΥ 4 & ΜΑΝΔΗΛΑΡΑ , ΑΝΩ ΤΟΥΜΠΙΑ
4.	2 <sup>ο</sup> ΧΛΜ ΔΡΑΜΑΣ – ΚΑΒΑΛΑΣ , ΔΡΑΜΑ
5.	ΠΑΤΡΙΑΡΧΟΥ ΔΙΟΝΥΣΙΟΥ 19 – 21 , ΔΡΑΜΑ
6.	ΕΘΝΙΚΗΣ ΑΝΤΙΣΤΑΣΕΩΣ & Γ. ΛΑΜΠΡΑΚΗ , ΕΥΟΣΜΟΣ
7.	ΕΘΝΙΚΗΣ ΑΝΤΙΣΤΑΣΕΩΣ 285 & ΑΙΓΑΙΟΥ , ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ
8.	Β. ΟΛΓΑΣ 164 , ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ
9.	ΛΑΓΚΑΔΑ 11 , ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ
10.	ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥΠΟΛΕΩΣ 55 & ΨΑΡΡΩΝ , ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ
11.	ΑΜΥΝΤΑ 8 , ΔΗΜΟΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ , ΚΑΒΑΛΑ
12.	ΧΑΙΡΩΝΕΙΑΣ 29 <sup>Α</sup> , ΚΟΖΑΝΗ
13.	ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΟΥΣ & ΓΚΕΡΤΣΟΥ , ΚΟΖΑΝΗ
14.	Λ. ΣΤΡΑΤΟΥ , Ν. ΕΥΚΑΡΠΙΑ , ΝΕΑ ΕΥΚΑΡΠΙΑ
15.	Κ. ΚΑΡΑΜΑΝΛΗ 19 & ΑΝΑΠΑΥΣΕΩΣ , ΝΙΓΡΙΤΑ
16.	ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑΣ 3 , ΝΙΓΡΙΤΑ
17.	3 <sup>ο</sup> ΧΛΜ. ΣΕΡΡΩΝ - ΔΡΑΜΑΣ , ΣΕΡΡΕΣ
18.	ΒΕΝΙΖΕΛΟΥ 115 & 8 <sup>ΗΣ</sup> ΜΑΙΟΥ , ΣΕΡΡΕΣ
19.	ΑΡΧ. ΜΑΚΑΡΙΟΥ 8 , ΣΕΡΡΕΣ
20.	Ν. ΠΛΑΣΤΗΡΑ 5 & ΠΛΑΤΑΙΩΝ , ΣΕΡΡΕΣ
21.	Α. ΠΑΠΑΝΑΣΤΑΣΙΟΥ 124 , ΧΑΡΙΛΑΟΥ
22.	Λ. ΣΤΡΑΤΟΥ & ΝΕΑ ΕΘΝΙΚΗ ΟΔΟΣ ΒΕΡΟΙΑΣ , ΒΕΡΟΙΑ
23.	2 <sup>ο</sup> ΧΛΜ. ΕΘΝ. ΟΔΟΥ ΕΔΕΣΣΑΣ – ΓΙΑΝΝΙΤΣΩΝ
24.	ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ 60 , ΕΥΟΣΜΟΣ
25.	Λ. ΓΕΩΡΓΙΚΗΣ ΣΧΟΛΗΣ 127 , ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ
26.	ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥ ΣΒΩΛΟΥ 33 & Δ. ΓΟΥΝΑΡΗ , ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ

27.	Λ. ΙΑΣΣΩΝΙΔΗ 104 , ΚΑΤΕΡΙΝΗ
28.	1 <sup>ο</sup> ΧΛΜ. ΕΘΝ. ΟΔΟΥ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ – ΚΙΛΚΙΣ
29.	ΜΟΝΑΣΤΗΡΙΟΥ & Π. ΤΣΑΛΔΑΡΗ , ΚΟΡΔΕΛΙΟ
30.	ΕΔΕΣΣΗΣ & ΜΑΓΝΗΣΙΑΣ , ΣΤΑΥΡΟΥΠΟΛΗ
31.	Β. ΟΛΓΑΣ 9 , ΦΑΛΗΡΟ

**ΘΡΑΚΗ**

A/A	ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ
1.	Λ. ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑΣ & ΕΜΠΟΡΙΟΥ , ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗ
2.	ΤΣΙΜΙΣΚΗ & ΣΚΡΑ 44 , ΞΑΝΘΗ
3.	ΚΟΣΜΙΟΥ 5 , ΘΕΣΗ ΕΙΛΑΓΑΝΗ , ΚΟΜΟΤΗΝΗ
4.	ΗΠΕΙΡΟΥ & ΜΕΣΟΛΟΓΓΙΟΥ 12 , ΞΑΝΘΗ
5.	Β. ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥ 144 – 146 , ΟΡΕΣΤΙΑΔΑ

**ΘΕΣΣΑΛΙΑ**

A/A	ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ
1.	3 <sup>ο</sup> ΧΛΜ. ΕΘΝ. ΟΔΟΥ ΛΑΡΙΣΑΣ – ΤΥΡΝΑΒΟΥ , ΛΑΡΙΣΑ
2.	ΥΨΗΛΑΝΤΟΥ , ΑΓΡΑΦΩΝ & Λ. ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑΣ 36
3.	4 <sup>ο</sup> ΧΛΜ. ΕΘΝ. ΟΔΟΥ ΤΡΙΚΑΛΩΝ – ΛΑΡΙΣΑΣ , ΤΡΙΚΑΛΑ
4.	2 <sup>α</sup> ς ΝΟΕΜΒΡΙΟΥ & ΒΑΣΣΑΝΗ , ΒΟΛΟΣ
5.	ΗΡΩΩΝ ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟΥ , ΑΓΙΑΣ & ΜΗΤΡΟΠΟΥΛΟΥ
6.	ΚΟΛΟΚΟΤΡΩΝΗ & ΠΤΟΛΕΜΑΙΟΥ , ΤΡΙΚΑΛΑ

**ΕΠΤΑΝΗΣΑ**

A/A	ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ
1.	ΟΔΟΣ ΚΕΡΚΥΡΑΣ – ΠΑΛΑΙΟΚΑΣΤΡΙΤΣΑΣ , ΚΕΡΚΥΡΑ

**ΗΠΕΙΡΟΣ**

A/A	ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ
1.	1 <sup>ο</sup> ΧΛΜ. ΕΘΝ. ΟΔΟΥ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ – ΔΩΔΩΝΗΣ , ΙΩΑΝΝΙΝΑ

**ΚΡΗΤΗ & ΝΗΣΙΑ ΑΙΓΑΙΟΥ**

A/A	ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ
1.	Α. ΠΑΠΑΝΔΡΕΟΥ & ΞΗΡΟΠΟΤΑΜΟΥ , ΗΡΑΚΛΕΙΟ
2.	ΜΙΝΩΟΣ 65 & ΜΙΧ. ΑΡΧΑΓΓΕΛΟΥ , ΘΕΡΙΣΣΟΣ , ΗΡΑΚΛΕΙΟ
3.	ΤΥΜΠΑΚΙ , ΗΡΑΚΛΕΙΟ

4.	ΚΥΚΛΑΔΩΝ 17 , ΗΡΑΚΛΕΙΟ
5.	ΚΑΠΑΡΓΙΑΝΑ ΚΑΙΝΟΥΡΓΙΟΥ , ΗΡΑΚΛΕΙΟ
6.	ΙΕΡΟΛΟΧΙΤΩΝ & ΣΜΠΩΚΟΥ , ΗΡΑΚΛΕΙΟ
7.	6 <sup>ο</sup> ΧΛΜ. ΡΟΔΟΥ – ΚΑΜΕΙΡΟΥ , ΙΑΛΥΣΟΣ
8.	ΚΥΠΡΟΥ 21 , ΙΕΡΑΠΕΤΡΑ
9.	2 <sup>ο</sup> ΧΛΜ. ΟΔΟΥ ΡΟΔΟΥ – ΚΑΛΛΙΘΕΑΣ , ΡΟΔΟΣ
10.	ΘΕΣΗ ΜΑΡΜΑΡΩΤΟ , ΚΩΣ
11.	ΔΗΜΗΤΡΑΚΑΚΗ 9 – 11 , ΡΕΘΥΜΝΟ
12.	ΘΕΟΤΟΚΟΠΟΥΛΟΥ & ΚΟΥΝΤΟΥΡΙΩΤΟΥ , ΡΕΘΥΜΝΟ
13.	Κ. ΤΣΑΛΔΑΡΗ 1 , ΡΟΔΟΣ
14.	ΕΘΝ. ΒΕΝΙΖΕΛΟΥ 77 , ΣΟΥΔΑ
15.	ΜΙΧΕΛΟΓΙΑΝΝΗ 11 , ΧΑΝΙΑ
16.	Ε. ΒΕΝΙΖΕΛΟΥ 92 – 94 , ΧΑΝΙΑ
17.	ΚΝΩΣΣΟΥ 85 & ΑΛΕΞΑΝΔΡΕΙΑΣ , ΗΡΑΚΛΕΙΟ
18.	Ε. ΛΑΜΠΡΑΚΗ , ΙΕΡΑΠΕΤΡΑ
19.	ΔΡΑΚΟΠΟΥΛΟΥ & ΠΑΠΑΔΑΚΗ , ΡΕΘΥΜΝΟ
20.	ΕΘΝ. ΒΕΝΙΖΕΛΟΥ 5 , ΣΟΥΔΑ
21.	ΑΝΑΠΑΥΣΕΩΣ 28 , ΧΑΝΙΑ
22.	ΣΦΑΚΙΑΝΑΚΗ & ΡΕΝΙΕΡΗ , ΔΙΚΑΣΤΗΡΙΑ , ΧΑΝΙΑ
23.	ΠΕΙΡΑΙΩΣ & ΣΚΑΛΙΔΟΥ , ΧΑΝΙΑ
24.	3 <sup>ο</sup> ΧΛΜ. ΕΘΝ. ΟΔΟΥ ΧΑΝΙΩΝ – ΚΙΣΣΑΜΟΥ , ΧΑΝΙΑ

**ΣΤΕΡΕΑ ΕΛΛΑΔΑ**

Α/Α	ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ
1.	ΘΕΣΗ ΤΣΑΛΤΑΚΙ , 2 <sup>ο</sup> ΟΙΚΟΔΟΜΙΚΟ ΤΕΤΡΑΓΩΝΟ
2.	ΑΙΣΧΥΛΟΥ – ΑΓΙΟΣ ΜΕΛΕΤΙΟΣ , ΛΕΙΒΑΔΙΑ
3.	ΕΘΝ. ΑΝΤΙΣΤΑΣΕΩΣ 63 <sup>Α</sup> , ΑΓΡΙΝΙΟ
4.	ΒΕΝΙΖΕΛΟΥ & ΚΕΝΝΕΝΤΥ , ΑΓΙΟΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ , ΑΓΡΙΝΙΟ

**ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ**

Α/Α	ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ
1.	Α. ΛΟΝΤΟΥ 41 , ΑΙΓΙΟ
2.	1 <sup>ο</sup> ΧΛΜ. ΕΘΝ. ΟΔΟΥ ΑΡΓΟΥΣ – ΚΟΡΙΝΘΟΥ
3.	ΨΑΡΡΩΝ 16 & ΔΗΜΟΣΘΕΝΟΥΣ 11 , ΚΑΛΑΜΑΤΑ
4.	Α. ΣΥΓΓΡΟΥ & ΦΛΕΣΣΑ , ΝΑΥΠΛΙΟ
5.	ΕΘΝΟΜΑΡΤΥΡΩΝ 17 , ΤΡΙΠΟΛΗ
6.	ΗΡΩΩΝ ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟΥ 22 , ΤΡΙΠΟΛΗ
7.	ΜΠΟΥΛΟΥΚΟΥ 21 , ΚΑΛΑΜΑΤΑ



<b>8. ΠΕΡΙΟΧΗ ΠΕΡΙΒΟΛΑ ΠΑΤΡΩΝ, ΠΑΤΡΑ</b>
--

**ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ CARREFOUR –  
ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ ΣΤΗ ΠΑΤΡΑ**

Το κατάστημα CARREFOUR – ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ βρίσκεται στη Περιβόλα Πατρών. Ιδρύθηκε τον Αύγουστο του 2002. Έχει έκταση 6.500 τ.μ. ενώ ο χώρος στον οποίο βρίσκεται έχει συνολική έκταση 12.500 τ.μ. και λειτουργεί σαν εμπορικό κέντρο εξυπηρετώντας τις ανάγκες των καταναλωτών της ευρύτερης περιοχής και όχι μόνο.

Ο μέσος όρος του απασχοληθέντος προσωπικού του καταστήματος κατά τη διάρκεια της λειτουργίας του είναι 180 άτομα. Από αυτά οι περισσότεροι είναι απόφοιτοι Λυκείου ενώ υπάρχουν και 30 στελέχη τα οποία είναι απόφοιτοι σχολών Α.Ε.Ι.

Στο κατάστημα υπάρχει γραφείο Δημοσίων Σχέσεων το οποίο αποτελείται από 6 άτομα που προτείνουν τρόπους και λύσεις προκειμένου να αυξήσουν το αγοραστικό ενδιαφέρον του κοινού έτσι ώστε να επιλέξει το κατάστημα CARREFOUR – ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ. Φυσικά οι οριστικές αποφάσεις λαμβάνονται από το Διοικητικό Συμβούλιο της εταιρίας.

Στα πλαίσια της πληρέστερης έρευνας γύρω από το θέμα της επικοινωνιακής πολιτικής των super – market με το καταναλωτικό κοινό παραθέτουμε ερωτηματολόγιο, οι απαντήσεις του οποίου δόθηκαν από τον Κο Αθανασίου.

**ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ**

- 1. Ποια η σημασία που δίνει η επιχείρησή σας στην επικοινωνιακή πολιτική (διαφήμιση – δημόσιες σχέσεις) όσον αφορά την ενημέρωση του καταναλωτή ώστε να έχετε αποτελέσματα θετικά για τα προϊόντα σας ;**

Η σημασία που δίνει η επιχείρησή μας στον τομέα της επικοινωνιακής πολιτικής είναι πολύ μεγάλη. Αποτελεί σημαντικό παράγοντα της πορείας της. Κάθε χρόνο η CARREFOUR – ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ διαθέτει ένα αρκετά σημαντικό ποσό του προϋπολογισμού της στη διαφημιστική

της καμπάνια προκειμένου να παρουσιάσει τα προϊόντα της στο καταναλωτικό κοινό.

- 2. Ποια διαφημιστικά μέσα (τηλεόραση, ραδιόφωνο, φυλλάδια, τύπος κ.α) χρησιμοποιείται για την καμπάνια σας ; Με ποια κριτήρια τα επιλέγετε ;**

Χρησιμοποιούμε όλα τα διαφημιστικά μέσα και κυρίως αυτά που έχουν την μεγαλύτερη απήχηση στο κοινό. Όπως καταλαβαίνετε, η απήχηση στο κοινό είναι το σημαντικότερο κριτήριο. Από τα διαφημιστικά μέσα επιλέγουμε πιο πολύ το φυλλάδιο και αυτό γιατί με το φυλλάδιο, στοχεύουμε περιοχές και οικογένειες στις οποίες η CARREFOUR – ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ δεν έχει την απήχηση που έχει σε άλλες περιοχές.

- 3. Υπάρχει στην επιχείρησή σας τομέας που ασχολείται αποκλειστικά με την επικοινωνιακή σας πολιτική ή συνεργάζεστε με αρμόδια γραφεία ; Είστε βέβαιοι ότι η διαφήμισή σας φθάνει στο κοινό που επιδιώκετε παρουσιάζοντας σωστά τα προϊόντα σας ώστε να το πείθετε ;**

Φυσικά και έχουμε αντίστοιχο τομέα στην CARREFOUR – ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ. Ο τομέας αυτός αποτελείται από καταρτισμένα άτομα τα οποία βρίσκουν τις ιδέες πάνω στις οποίες θα κινηθεί η επικοινωνιακή πολιτική της επιχείρησής μας. Στη συνέχεια συνεργαζόμαστε με διαφημιστικές εταιρίες οι οποίες θα μεριμνήσουν για την υλοποίηση και προώθηση των ιδεών μας προς το καταναλωτικό κοινό. Σχετικά με το δεύτερο μέρος της ερώτησής σας, όσο κρίνουμε από τα αποτελέσματα, μπορούμε να πούμε με σιγουριά ότι πράγματι η διαφήμιση των προϊόντων μας φθάνει με τον σωστό τρόπο στους καταναλωτές οι οποίοι ανταποκρίνονται με θετικό τρόπο.

- 4. Η πάροδος του χρόνου σε συνδυασμό με την τεχνολογική εξέλιξη έχει επιφέρει αλλαγές στον τομέα της επικοινωνίας. Ποια η επικοινωνιακή πολιτική της επιχείρησής σας στο παρελθόν και ποια σήμερα ;**

Στο παρελθόν η επικοινωνιακή μας πολιτική βασιζόταν κυρίως στην καθημερινή μας επαφή με τους πελάτες. Σήμερα όπως ανέφερα και πιο πάνω, βασίζεται πέρα από την καθημερινή επαφή με τους πελάτες και

στα Μ.Μ.Ε. Επίσης δίνουμε βάση στις καλές τιμές και στην εξυπηρέτηση των καταναλωτών.

**5. Από πότε αρχίσατε την επικοινωνιακή πολιτική σας και για ποιο λόγο ;**

Από την πρώτη στιγμή που ήρθε ο όμιλος CARREFOUR στην Ελλάδα χρησιμοποιεί την επικοινωνιακή πολιτική. Ο λόγος είναι πολύ απλός και είναι η προσέγγιση του καταναλωτικού κοινού με σκοπό την αύξηση των πωλήσεων και των κερδών.

**6. Τι είδους διαφήμιση εννοιολογικά κάνετε, εταιρική ή προϊόντος και γιατί ;**

Χρησιμοποιούμε και εταιρική διαφήμιση και διαφήμιση προϊόντος. Αν μπορούσα να μιλήσω με ποσοστά θα έλεγα 60% προϊόντος και 40% εταιρική. Βασιζόμαστε παραπάνω στην παρουσίαση της ποιότητας των προϊόντων πάντα όμως τονίζοντας το όνομα της CARREFOUR – ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ που αποτελεί εγγύηση για την ποιότητα των προϊόντων της.

**7. Με ποια κριτήρια επιλέγονται τα Μ.Μ.Ε. που θα χρησιμοποιήσετε για να προβάλλεται τη διαφήμισή σας, και ποιο συγκεκριμένα, πώς προσεγγίζεται το καταναλωτικό κοινό ;**

Επιλέγουμε το μέσο που θα χρησιμοποιήσουμε για να προβάλλουμε τη διαφήμισή μας με βάση την απήχυσή του στο κοινό. Συνήθως επιλέγουμε τηλεοπτικούς σταθμούς πανελλαδικής εμβέλειας και μεγάλης θεαματικότητας καθώς και εφημερίδες με υψηλή αναγνωσιμότητα. Τέλος, προσεγγίζουμε το κοινό τονίζοντας τις καλές τιμές και την ποιότητα των προϊόντων μας.

**8. Πιστεύετε στην χρησιμοποίηση των «slogans» ; Χρησιμοποιείται αυτό το χαρακτηριστικό ;**

Θεωρώ απαραίτητη τη χρήση slogans. Και αυτό γιατί υπάρχει μεγάλος ανταγωνισμός σήμερα και χρειάζεται κάτι που να «μείνει» στον πελάτη. Εμείς σαν CARREFOUR – ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ χρησιμοποιούμε συχνά

slogans. Για τον μήνα Νοέμβριο είχαμε το εξής : «39 χρόνια CARREFOUR, 39 χρόνια ρεκόρ, μήνας ρεκόρ».

**9. Πιστεύετε ότι στη σημερινή εποχή η επικοινωνιακή πολιτική είναι απαραίτητη λειτουργία μιας επιχείρησης ;**

Φυσικά και τη θεωρώ απαραίτητη λειτουργία μιας επιχείρησης. Σε όλους τους κλάδους της αγοράς επικρατεί μεγάλος ανταγωνισμός και κάθε επιχείρηση προσπαθεί με κάθε τρόπο να διεκδικήσει το δικό της μερίδιο στην αγορά. Ένας από τους τρόπους να το πετύχει είναι η όσο το δυνατόν καλύτερη παρουσίαση των προϊόντων της στο κοινό.

**10. Πιστεύετε ότι η επικοινωνιακή πολιτική έχει συμβάλλει θετικά στην πρόοδο και στην αύξηση της ανταγωνιστικότητας και των πωλήσεων της επιχείρησής σας ;**

Έχει συμβάλλει θετικά σε πολύ μεγάλο βαθμό. Η CARREFOUR – ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ έχει σαν στόχο πάντα το καλύτερο, τόσο για την ίδια όσο και για τους πελάτες της. Έτσι προσπαθεί και μέσω της επικοινωνιακής της πολιτικής να προσελκύσει νέους πελάτες. Αλλά και γενικότερα στην αγορά η επικοινωνιακή πολιτική έχει συμβάλλει θετικά. Και αυτό γιατί έχει βοηθήσει στην κράτηση των τιμών αποφεύγοντας έτσι τα συμπτώματα αισχροκέρδειας, έχει αυξήσει την ανταγωνιστικότητα μεταξύ των επιχειρήσεων με τελικό αποτέλεσμα την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών.

Από 25 Αυγούστου έως 20 Σεπτεμβρίου

# Καλή σχολική χρονιά!



**6** ΑΤΟΚΕΣ ΔΟΣΕΙΣ σε ΟΛΑ τα σχολικά με συνολικό κόστος από 10€

**12** ΑΤΟΚΕΣ ΔΟΣΕΙΣ σε ΟΛΑ τα είδη πληροφορικής με συνολικό κόστος από 20€



ΣΑΚΙΔΙΑ EASTPACK σε ποικιλία σχεδίων και χρωμάτων

**€29** το τετ.

σελ.18-22



**€799** ΤΙΜΗ ΜΕΤΡΗΣΗΣ

ΤΙΜΗ ΧΩΡΙΣ ΤΙΜΗ ΘΕΩΡΗΣ

σελ.32-35

# Carrefour



Διαφέρουμε, γιατί σκεφτόμαστε σαν πελάτες.

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

- Για να είσαι πάντα στη μόδα



σελ. 3-11

- Για να ανανεώσεις τον χώρο σου



σελ. 12-17

- Για να ξεχωρίζεις στην τάξη



σελ. 18-22

- Για να είστε έτοιμοι για μάθημα



σελ. 23-29

- Για να είσαι κοντά στην τεχνολογία



σελ. 30-40

- Για εσάς και το σπίτι σας



σελ. 41-47



**6** ΑΤΟΚΕΣ ΔΟΣΕΙΣ  
σε ΟΛΑ  
τα σχολικά  
με συνολικές αγορές από 100€

**12** ΑΤΟΚΕΣ ΔΟΣΕΙΣ  
σε ΟΛΑ

τα είδη πληρωσόντων  
με συνολικές αγορές από 200€



ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΤΩΝ 6 & 12 ΑΤΟΚΕΣ ΔΟΣΕΩΝ ΙΣΧΥΕΙ ΜΕ ΚΑΡΤΕΣ: VISA, DYNAMIC, ΧΡΥΣΗ ΑΘΗΝΑ 2004 (ΠΡΟΣΕΛΙΚΗ ΚΑΙ ΕΤΑΙΡΙΚΗ), ΑΡΓΥΡΗ ΑΘΗΝΑ 2004 (ΠΡΟΣΕΛΙΚΗ ΚΑΙ ΕΤΑΙΡΙΚΗ), ALPHABANK (ΠΡΟΣΕΛΙΚΗ ΚΑΙ ΕΤΑΙΡΙΚΗ), ALPHABANK ELECTRON, CINEBANK, ARTION, ABN AMRO, IONICA, ΚΥΠΡΟΥ, NN CLASSIC, NN GOLD, NN TRON, ING BANK ELECTRON, ΓΕΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ, MASTERCARD, SILVER GOLD (ATE), (ATE), ΓΕΝΙΚΗ ΠΕΙΡΑΙΩΣ, STANDARD BANK, GOLD CARD (NOVA BANK), EUROCARD, ΕΘΝΙΚΗ, EXECUTIVE EUROCARD (ΕΘΝΙΚΗ), GOLD (ΕΘΝΙΚΗ), ΕΜΠΟΡΙΚΗ, EUROBANK, ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ-ΘΡΑΚΗΣ, GRAND (ΧΙΟΣ) EUROBANK, AMERICAN EXPRESS, ΠΡΑΣΙΝΗ (ΠΡΟΣΕΛΙΚΗ ΚΑΙ ΕΤΑΙΡΙΚΗ), ΧΑΛΚΙΔΙΚΗ (ΠΡΟΣΕΛΙΚΗ ΚΑΙ ΕΤΑΙΡΙΚΗ), ΠΙΣΤΩΤΙΚΗ, BMW DINERS, ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ. ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΤΩΝ 4 ΕΩΣ 36 ΕΝΤΟΚΩΝ ΔΟΣΕΩΝ ΙΣΧΥΕΙ ΜΕ ΚΑΡΤΑ DYNAMIC VISA ΤΗΝ ΟΠΟΙΑ ΜΠΟΡΕΙΤΕ ΝΑ ΑΠΟΚΤΗΣΕΤΕ ΣΤΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΜΑΣ ΜΕΣΑ ΣΕ 30 ΛΕΠΤΑ.

**ΚΕΡΔΙΣΤΕ ΠΛΟΥΣΙΑ ΔΩΡΑ ΜΕ ΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΣΧΟΛΙΚΗΣ ΤΣΑΝΤΑΣ ΡΑΧΟΣ ΣΤΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ CARREFOUR!**

ΑΓΟΡΑΖΟΝΤΑΣ ΜΙΑ ΣΧΟΛΙΚΗ ΤΣΑΝΤΑ ΡΑΧΟΣ ΠΑΡΑΛΑΜΒΑΝΕΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΥΠΟΔΟΧΗ ΤΟΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ ΣΧΟΛΙΚΑ ΔΩΡΑ...



**ραχο**

...ΚΑΙ ΙΣΩΣ ΜΠΟΡΕΙΤΕ ΕΙΣΤΕ ΚΑΙ ΕΣΕΙΣ ΕΝΑΣ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΜΕΓΑΛΟΥΣ ΝΙΚΗΤΕΣ ΠΟΥ ΘΑ ΚΕΡΔΙΣΕΙ Ο PC TURBO-X PENTIUM 4 Ή ΕΝΑΝ ΕΓΧΡΩΜΟ ΕΚΤΥΠΩΤΗ HP DESKJET 3820 COLOUR INK

ΓΙΑ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΑΠΕΥΘΥΝΘΕΙΤΕ ΣΤΗΝ ΥΠΟΔΟΧΗ ΤΟΥ ΚΑΘΕ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ.



Οι πιο καλοί οι μαθητές...



ΠΛΟΥΖΑ ΓΙΑ  
ΓΟΡΙΤΣΙ TeX  
ρού, ροζ  
4 ετών

€ 9,90λ

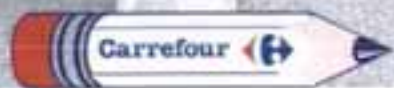
ΜΠΕΛΟΝΙ ΓΙΑ  
ΓΟΡΙΤΣΙ TeX  
4 ετών  
κίτρινο, μπλε

€ 14,90λ

ΦΟΡΜΑ ΓΙΑ  
ΑΓΟΡΙ **BASICS**  
2-14 ετών  
μπλε, γκρι

€ 14,90λ

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ ΤΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΗΡΙΑ "Ο ΠΛΑΤΩΝ" ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΑΧΩΡΗΣΗ ΤΩΝ ΧΩΡΩΝ ΣΤΟΥΣ ΟΠΟΙΟΥΣ ΕΠΙΧΕΙΡΟΥΜΕ



TeX

ΣΙΤ ΦΟΡΜΑΣ

8-14 ετών  
μυλε/ γκρι, μυλε/ μπλε

€21,90Λ

ΠΑΝΤΕΛΟΝΙ  
ΠΑΙΔΙΚΗΣ ΦΟΡΜΑΣ

2-14 ετών  
σε διάφορα χρώματα

€9,90Λ

ΜΠΛΟΥΖΑ ΓΙΑ ΚΟΡΙΤΣΙ

2-14 ετών, εφαρμογή  
σε διάφορα χρώματα

€7,90Λ

ΠΑΝΤΕΛΟΝΙ ΓΙΑ ΚΟΡΙΤΣΙ

ρούλε, εφαρμογή  
8-14 ετών

€17,90Λ





**Βάλτε τους... στην τάξη!**



**ΦΟΥΤΕΡ ΠΑΙΔΙΚΟ  
BASICS**  
2-13 ετών  
μολύβι

**€ 6,90Λ**

**ΠΑΝΤΕΛΟΝΙ ΠΑΙΔΙΚΟ  
BASICS**  
φούτερ  
2-14 ετών  
μολύβι, γκρι

**€ 6,90Λ**

**ΠΑΝΤΕΛΟΝΙ ΓΙΑ  
ΚΟΡΙΤΣΙ**  
τύπη  
8-14 ετών

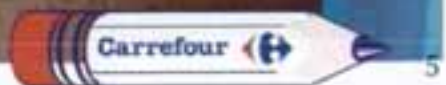
**€ 17,90Λ**

**ΤΖΑΚΕΤ ΓΙΑ ΑΓΟΡΙ BASICS**  
τύπη  
2-16 ετών

**€ 7,90Λ**

**ΠΑΝΤΕΛΟΝΙ ΓΙΑ ΑΓΟΡΙ BASICS**  
τύπη  
2-16 ετών

**€ 7,90Λ**



ΠΑΙΔΙΚΗ ΦΟΡΜΑ  
UNISEX

1-14 ετών

€12,50Λ

ΔΩΡΟ  
ΕΝΑ ΑΛΟΜΑ  
ΠΑΝΤΕΛΟΝ

ΦΟΡΕΜΑ

1-14  
2-6 ετών

€15,90Λ

ΦΟΡΜΑ ΠΑΙ  
ΑΓΟΡΙ

€21,90Λ

ΑΠΛΟΥΣΑ ΓΙΑ  
ΚΟΡΙΤΣΙ

1-14 ετών

€9,90Λ

ΦΟΥΣΤΑ ΜΙΝΙ

1-14 ετών

€11,50Λ

ΠΑΝΤΕΛΟΝΙ

ΓΙΑ ΑΓΟΡΙ

2-14 ετών

€9,90Λ

ΞΑΛΟΠΕΤΑ ΓΙΑ  
ΚΟΡΙΤΣΙ

1-14 ετών

€14,90Λ

ΜΠΟΥΦΑΝ ΤΖΑΚΕΤ  
ΓΙΑ ΚΟΡΙΤΣΙ ΤΕΧ

1-14 ετών

€18,90Λ



# Φροντίστε τα βήματά τους



**1** ΥΠΟΔΗΜΑ ΠΑΙΔΙΚΟ ΣΠΙΤΙΒΟΥ  
No 28-36, σε παικιλία χρωμάτων  
**€ 9,90Λ**

**2** ΥΠΟΔΗΜΑ ΠΑΙΔΙΚΟ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΟΥ  
μαύρο/ γκρι, No 30-38  
**€ 12,90Λ**

**3** ΥΠΟΔΗΜΑ ΑΝΔΡΙΚΟ ΑΘΛΗΤΙΚΟ  
No 39-46, λευκό, μαρίν  
**€ 11,90Λ**

**4** ΥΠΟΔΗΜΑ ΠΑΙΔΙΚΟ  
No 28-34, παγύ, κόκκινο  
**€ 24,90Λ**

**5** ΥΠΟΔΗΜΑ ΠΑΙΔΙΚΟ  
κίτρινο, No 28-38, μαύρο  
**€ 19,90Λ**

No 39-45  
**€ 14,90Λ**

**6** ΥΠΟΔΗΜΑ ΠΑΙΔΙΚΟ CASUAL  
velcro, No 28-38, καφέ, denim  
**€ 27**

**7** ΥΠΟΔΗΜΑ ΠΑΙΔΙΚΟ CASUAL  
No 28-38, μαύρο, καφέ  
**€ 27**

**8** ΚΑΛΤΖΑ ΠΑΙΔΙΚΗ  
No 27-38, κερύ, κόκκινη  
**€ 2,20Λ**

**9** ΚΑΛΤΖΑ ΠΑΙΔΙΚΗ  
No 27-38, κερύ, ροζ  
**€ 2,80Λ**

**10** ΚΑΛΤΖΑ ΠΑΙΔΙΚΗ  
No 27-38, γκρι, ροζ  
**€ 3,20Λ**

**11** ΚΑΛΤΖΑ ΠΑΙΔΙΚΗ  
No 27-38, σιλ, κερύ  
**€ 3,30Λ**

Disney

**ΦΑΝΕΛΑ ΠΑΙΔΙΚΗ MICKEY**  
4-10 ετών  
Λευκή  
**€3,20Λ**

**ΣΙΛΠ ΠΑΙΔΙΚΟ MICKEY**  
4-10 ετών  
Λευκό  
**€2,60Λ**

Disney

**ΦΑΝΕΛΑ ΠΑΙΔΙΚΗ MINNIE**  
4-10 ετών  
**€3,90Λ**

**ΣΙΛΠ ΠΑΙΔΙΚΟ MINNIE**  
4-10 ετών  
**€3,20Λ**

LOONEY TUNES

**ΦΑΝΕΛΑ ΠΑΙΔΙΚΗ TWEETY**  
4-10 ετών  
**€3,35Λ**

**ΣΙΛΠ ΠΑΙΔΙΚΟ TWEETY**  
4-10 ετών  
**€2,90Λ**

TeX

**ΦΑΝΕΛΑ ΠΑΙΔΙΚΗ**  
8-14 ετών  
Λευκή/σέλι  
**€3,35Λ**

**ΣΙΛΠ ΠΑΙΔΙΚΟ TEX**  
8-14 ετών  
Λευκή/σέλι  
**€3,15Λ**

TeX

**ΦΑΝΕΛΑ ΠΑΙΔΙΚΗ**  
6-12 ετών  
σε ποικιλία χρωμάτων  
**€3,95Λ**

**ΣΙΛΠ ΠΑΙΔΙΚΟ**  
6-12 ετών  
σε ποικιλία χρωμάτων  
**€3,15Λ**

TeX

**ΦΑΝΕΛΑ ΠΑΙΔΙΚΗ**  
8-14 ετών  
Λευκή/γκρι, μπλε/γκρι  
**€2,85Λ**

**ΣΙΛΠ ΠΑΙΔΙΚΟ**  
8-14 ετών  
Λευκή/γκρι, μπλε  
**€2,75Λ**



# Από μικρά... στη μόδα!



1



2



3



4



5



6



7



8

**ΦΟΡΜΑ ΒΕΒΕ ΠΑΝΤΕΛΟΝΙ**  
σε ποικιλία χρωμάτων  
3/6-23/36 μηνών

**€ 14,90Λ**

**2 ΜΠΛΟΥΖΑ ΒΕΒΕ ΓΙΑ ΑΓΟΡΙ**  
κόκκινο, σε ποικιλία χρωμάτων  
2/3-23/36 μηνών

**€ 3,90Λ**

**3 ΣΑΛΟΠΕΤΑ ΒΕΒΕ**  
κοτλέ, σε ποικιλία  
χρωμάτων  
3/6-23/36 μηνών

**€ 11,90Λ**

**4 ΦΟΡΜΑ ΒΕΒΕ**  
φούτερ, σε ποικιλία  
χρωμάτων  
3/6-23/36 μηνών

**€ 14,90Λ**

**ΜΠΛΟΥΖΑ ΒΕΒΕ**  
εμφανίσιμη, με κουμπιά, λευκό,  
εκρού, 3/6-23/36 μηνών

**€ 6,90Λ**

**ΠΑΝΤΕΛΟΝΙ ΒΕΒΕ DENIM**  
ΤΖΗΝ  
3/6-23/36 μηνών

**€ 9,90Λ**

**7 ΜΠΛΟΥΖΑ ΠΟΛΟ**  
ΒΕΒΕ  
εκρού, ροζ  
3/6-23/36 μηνών

**€ 4,90Λ**

**8 ΦΟΡΜΑ ΒΕΒΕ**  
φούτερ, σε ποικιλία  
χρωμάτων  
3/6-23/36

**€ 14,90Λ**

**ΠΑΝΤΕΛΟΝΙ ΒΕΒΕ**  
σε ποικιλία χρωμάτων  
3/6-23/36 μηνών

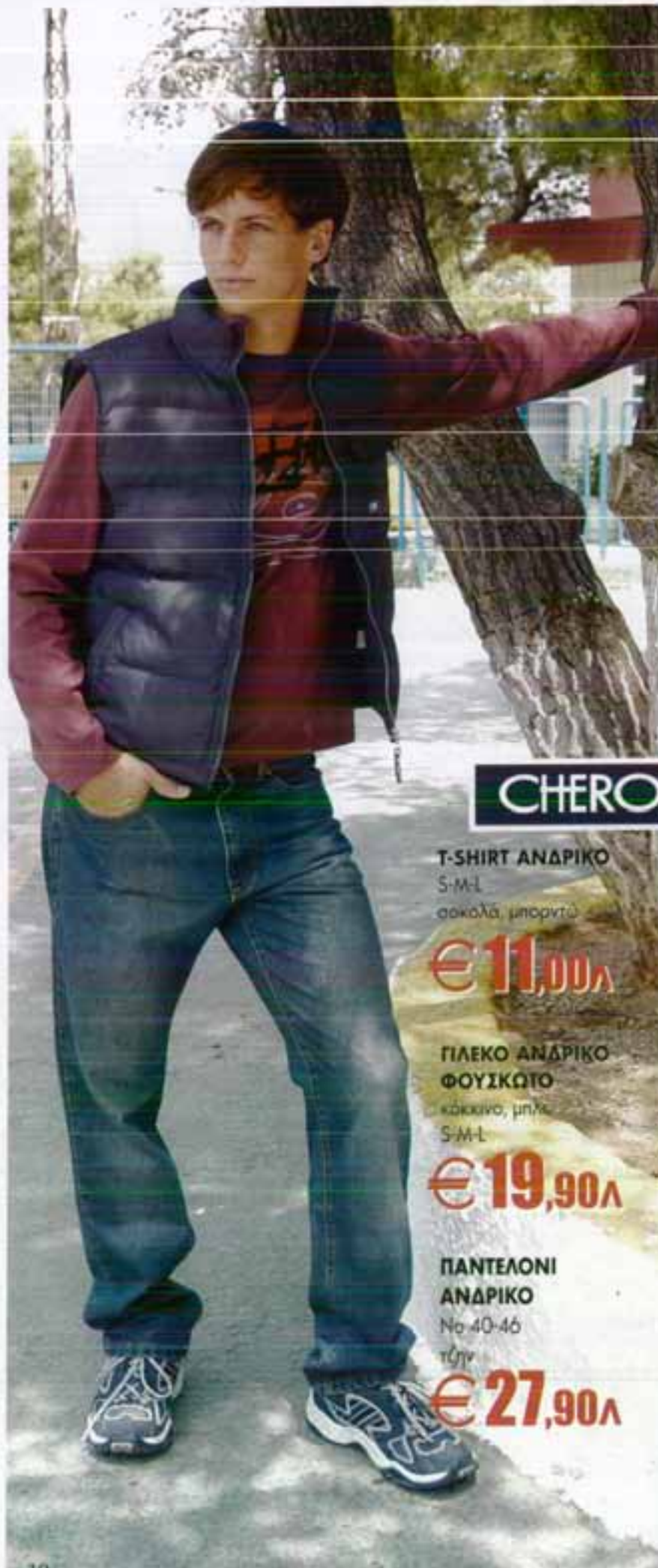
**€ 9,90Λ**

**6 ΣΕΤ ΒΕΒΕ ΦΟΡΕΜΑ +**  
ΜΠΛΟΥΖΑ  
σιέλ, ροζ  
6/9-23/36 μηνών

**€ 14,90Λ**

**ΣΑΛΟΠΕΤΑ-ΦΟΡΕΜΑ**  
ΒΕΒΕ DENIM  
τίγρι, δ/9-23/36 μηνών

**€ 9,90Λ**



# CHEROKEE

T-SHIRT ΑΝΔΡΙΚΟ  
S-M-L  
σκόλα, μπορντό

€11,00Λ

ΓΙΛΕΚΟ ΑΝΔΡΙΚΟ  
ΦΟΥΣΚΩΤΟ  
κόκκινο, μπλε  
S-M-L

€19,90Λ

ΠΑΝΤΕΛΟΝΙ  
ΑΝΔΡΙΚΟ  
Νο 40-46  
τζην

€27,90Λ



T-SHIRT ΑΝΔΡΙΚΟ  
S-M-L  
κόκκινο, μπορντό

€11,00Λ

ΠΑΝΤΕΛΟΝΙ ΑΝ  
σκούρο μπλε, τζην  
Νο 40-46  
τζην

€26,00Λ



ΜΠΟΥΦΙΑΝ  
ΑΝΔΡΙΚΟ  
διπλής όψης  
τζην/ κοιλί  
ιτιγκο  
S-M-L

€27,90Λ

ΠΑΝΤΕΛΟΝΙ  
ΑΝΔΡΙΚΟ  
Νο 40-46  
τζην

€27,90Λ



## Άνετα και μοντέρνα



**ΜΠΛΟΥΖΑ  
ΜΕ ΣΤΑΜΠΑ**  
κοίτομανηκή  
S-M-L

γκρι, κόκκινη

**€ 8,90Λ**

**ΠΑΝΤΕΛΟΝΙ  
ΓΥΝΑΙΚΕΙΟ**

τζιν  
No 36-44

**€ 19,90Λ**



**ΜΠΛΟΥΖΑ  
ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ**

S-M-L

κόκκινο/ γκρι,  
μαύρο/ γκρι

**€ 11,90Λ**

**ΠΑΝΤΕΛΟΝΙ  
ΓΥΝΑΙΚΕΙΟ**

τζιν με τσέπες  
No 36-44

**€ 27,90Λ**

**CHEROKEE.**



**ΜΠΛΟΥΖΑ  
ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ**

S-M-L

καθαρό, κόκκινο

**€ 11,90Λ**

**ΠΑΝΤΕΛΟΝΙ  
ΓΥΝΑΙΚΕΙΟ**

τζιν, No 36-44

**€ 27,90Λ**



**ΜΠΛΟΥΖΑ ΜΕ  
ΣΤΑΜΠΑ**

κοίτομανηκή

S-M-L

καφέ/ μαύρο

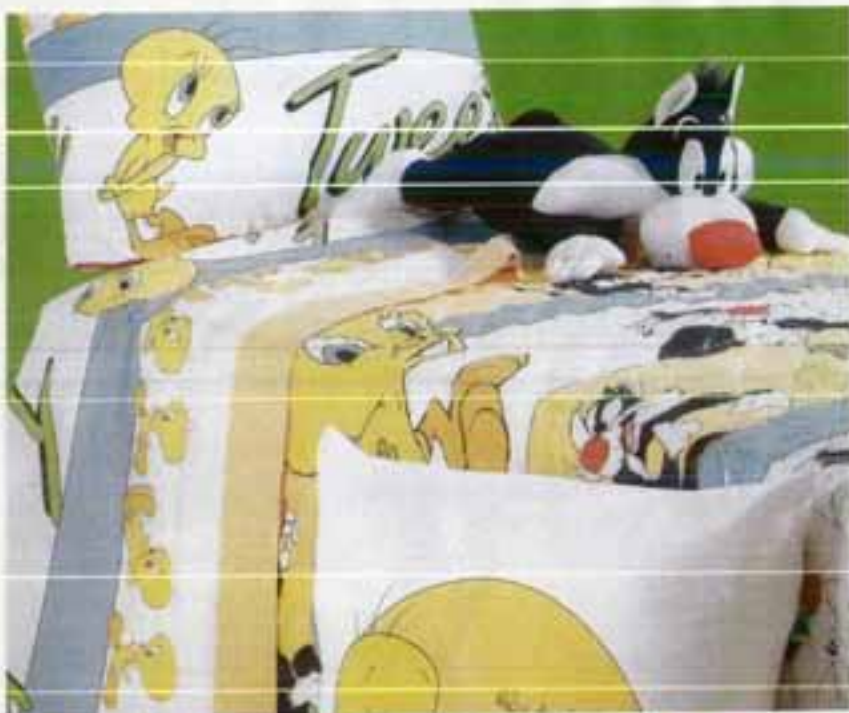
**€ 7,90Λ**

**ΦΟΥΣΤΑ**

κοίτο με τσέπες

No 36-42

**€ 16,90Λ**



**ΜΑΣΙΛΑΡΙ WARNER TWEETY**  
60 x 60 cm

**€16**

**ΣΕΤ 3 ΤΕΜ.  
ΣΕΝΤΟΝΙΑ WARNER TWEETY**  
150 x 250 cm

**€35**  
TO OCT

**ΠΑΠΛΩΜΑΤΟΘΗΚΗ WARNER  
TWEETY**  
160 x 230 cm

**€40**

**ΠΑΠΛΩΜΑ WARNER TWEETY**  
155 x 225 cm

**€48**



**ΜΑΣΙΛΑΡΙ WARNER TAZ**  
60 x 60 cm

**€16**

**ΣΕΤ 3 ΤΕΜ.  
ΣΕΝΤΟΝΙΑ WARNER TAZ**  
160 x 250 cm

**€35**  
TO OCT

**ΠΑΠΛΩΜΑΤΟΘΗΚΗ WARNER  
TAZ**  
160 x 230 cm

**€40**

**ΠΑΠΛΩΜΑ WARNER TAZ**  
155 x 285 cm

**€48**

**Disney**

**ΠΑΠΛΩΜΑΤΟΘΗΚΗ DISNEY  
MICKEY ΚΑΙ MINNIE**

σιέλ-κίτρινο  
160 x 230 cm

**€40**

**ΣΕΤ 3 ΤΕΜ.  
ΣΕΝΤΟΝΙΑ DISNEY MICKEY ΚΑΙ  
MINNIE**

σιέλ-κίτρινο  
160 x 240 cm

**€35**  
TO OCT

**ΠΑΠΛΩΜΑ DISNEY MICKEY ΚΑΙ  
MINNIE**

σιέλ-κίτρινο  
155 x 225 cm

**€48**







Όνειρα γλυκά!

6

**ΑΤΟΚΕΣ ΔΟΣΕΙΣ**  
σε **ΟΛΑ**  
τα **σχολικά**  
με πιστώσεις στους επί τόπου



**ΚΡΕΒΑΤΙ**  
198 x 106 cm, με τάβλες

**€89**

**2 ΠΡΟΣΘΕΤΟ ΣΥΡΤΑΡΙ ΚΡΕΒΑΤΙΟΥ**

**€49**

**3 ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ**  
80 x 42X x 162 cm

**€85**

**4 ΓΡΑΦΕΙΟ**  
135 x 68 x 75 cm

**€125**

**ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ-ΓΡΑΦΕΙΟ DERBY**  
80 x 90 x 35 cm

**€57**

**ΚΡΕΒΑΤΙ DERBY**

**ΜΟΝΟ**  
200 x 200 cm

**€57**

**ΜΙΔΙΠΛΟ**  
20 x 200 cm

**€75**

**ΜΟΜΟΔΙΝΟ DERBY**

με ένα ράφι  
15 x 40 x 40 cm

**€22**

με 2 συρτάρια  
22 x 38 x 39 cm

**€26**

**ΜΟΜΜΟΤΑ DERBY**

με 4 συρτάρια  
22 x 35 x 70 cm

**€55**



# ΚΑΛΗ ΣΧΟΛΙΚΗ ΧΡΟΝΙΑ!

€34

**ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ DOLCE**  
με πλάτη και με 5 ράφια  
75 x 25 x 180 cm

**-5%** €32,30Λ  
ΤΙΜΗ ΜΕ ΚΑΡΤΑ  
CLUB CARREFOUR

**ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ DOLCE**  
με πλάτη και με 3 ράφια  
75 x 25 x 105 cm

€29



**\*ΣΤΡΩΜΑ RIGHT**  
σε ποικιλία  
διαστάσεων

από:  
**€54**



**\*ΘΕΜΑΤΙΚΟ ΠΑΙΔΙΚΟΥ  
ΔΩΜΑΤΙΟΥ  
SYLVESTER & TWEETY**  
κρεμαστό, 60W

**€29,90Λ**



- 1 **ΚΟΜΟΔΙΝΟ**  
42 x 47 x 46 cm  
βίλο αχλαδιά  
σε χρώμα μπλε τζιν
- 2 **ΚΡΕΒΑΤΙ ΗΜΙΔΙΠΛΟ**  
120 x 200 cm  
βίλο αχλαδιά  
σε χρώμα μπλε τζιν
- 3 **ΣΥΝΘΕΤΟ**  
90 x 32 x 200 cm  
βίλο αχλαδιά  
σε χρώμα μπλε τζιν
- 4 **ΠΟΡΤΑ**  
190 x 44 cm  
βίλο αχλαδιά  
σε χρώμα μπλε τζιν
- 5 **ΣΙΦΟΝΙΕΡΑ**  
με 4 συρτάρια  
94 x 55 x 83 cm  
βίλο αχλαδιά  
σε χρώμα μπλε τζιν

# Εργασία και χαρά!

# 6

**ΑΤΟΚΕΣ ΔΟΣΕΙΣ**  
σε όλα  
τα σχολικά  
με πιστωτική κάρτα επί 100%



- 1 ΓΡΑΦΕΙΟ CAMBRIDGE  
160 x 74 x 73 cm  
κερασιά/ γραφίτης **€51**
- 2 ΓΩΝΙΑ CAMBRIDGE  
74 x 74 cm  
γραφίτης **€16,50Λ**
- 3 ΓΡΑΦΕΙΟ ΓΙΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ  
ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΗ CAMBRIDGE  
110 x 74 x 73 cm  
κερασιά/ γραφίτης **€51**
- 4 ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ ΨΗΛΗ CAMBRIDGE  
186 x 75 x 37 cm  
κερασιά/ γραφίτης **€54**
- 5 ΣΕΤ ΠΟΡΤΕΣ ΨΗΛΗΣ CAMBRIDGE  
183 x 37 cm  
κερασιά **€37**



**ΓΡΑΦΕΙΟ GINO**  
ξύλινο  
με 1 συρτάρι  
102 x 50 x 72 cm

**€41**

**-5%** **€38,95Λ**  
ΤΙΜΗ ΜΕ ΚΑΡΤΑ  
CLUB CARREFOUR



**ΚΑΡΕΚΛΑ  
ΓΡΑΦΕΙΟΥ  
RUDOLFO**

**€79**



**ΓΡΑΦΕΙΟ TINA**  
ξύλινο  
4+1 συρτάρια  
110 x 55 x 72 cm

**€65**

**-5%** **€61,75Λ**  
ΤΙΜΗ ΜΕ ΚΑΡΤΑ  
CLUB CARREFOUR

## ΚΑΛΗ ΣΧΟΛΙΚΗ ΧΡΟΝΙΑ!



**ΓΡΑΦΕΙΟ KIT**  
ξύλινο  
με 2 συρτάρια  
110 x 70 cm

**€52**

**ΚΑΛΗ ΣΧΟΛΙΚΗ ΧΡΟΝΙΑ!**



**ΓΡΑΦΕΙΟ  
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ  
ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΗ**  
ξύλινο, τροχήλατο  
95 x 50 x 85 cm

**€27**



**ΓΡΑΦΕΙΟ  
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ  
ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΗ**  
ξύλινο  
110 x 65

**€**



**ΓΡΑΦΕΙΟ  
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ  
ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΗ  
CONCEPT**  
ξύλινο  
88 x 86

**€**



**ΓΡΑΦΕΙΟ ΓΙΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ  
ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΗ**

ξύλινο  
105 x 52 x 72 cm

**€59**



**ΓΡΑΦΕΙΟ ΓΙΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ  
ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΗ MICRO**

ξύλινο  
82 x 50 x 74 cm

**€60**

**-5% €57**  
ΤΙΜΗ ΜΕ ΚΑΡΤΑ  
CLUB CABRIOUR



**ΓΡΑΦΕΙΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ  
ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΗ**

ξύλινο  
100 x 75 x 131 cm

**€69**



**ΓΡΑΦΕΙΟ ΓΙΑ  
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ  
ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΗ TRENDY**

ξύλινο  
147 x 76 x 60 cm

**€76**



**-10%**

**ΣΕ ΟΛΕΣ...  
ΤΙΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ  
ΒΑΣΕΙΣ &  
ΠΑΓΚΟΥΣ**  
ΜΕ ΤΗΝ ΚΑΡΤΑ CLUB CABRIOUR

# Επίπλωση γραφείου

**6** ΑΤΟΚΕΣ ΔΟΣΕΙΣ ΣΕ ΟΛΑ ΤΑ ΣΧΟΛΙΚΑ με απολύτως ελαφρύ τόκο



ΚΑΡΕΚΛΑ ΓΡΑΦΕΙΟΥ SECRETARY σε ποικιλία χρωμάτων

**€16**



ΚΑΡΕΚΛΑ ΓΡΑΦΕΙΟΥ JUNIOR DRAGON BALL

**€22**



ΚΑΡΕΚΛΑ ΓΡΑΦΕΙΟΥ SONIA/STAR σε ποικιλία χρωμάτων

**€26**

**-5%** €24,70  
ΤΙΜΗ ΜΕ ΚΑΡΤΑ CLUB CARREFOUR



ΚΑΡΕΚΛΑ ΓΡΑΦΕΙΟΥ DACTYLO σε ποικιλία χρωμάτων

**€34**



ΚΑΡΕΚΛΑ ΓΡΑΦΕΙΟΥ με μπράτσα, σε δύο χρώματα

**€62**



ΠΟΡΤΑΤΙΟ ΓΡΑΦΕΙΟΥ MINI 40 W σε ποικιλία χρωμάτων

**€2,90λ**

το τεμ.



ΠΟΡΤΑΤΙΟ ΓΡΑΦΕΙΟΥ ATLAS 60 W σε ποικιλία χρωμάτων

**€5,30λ**



ΦΩΤΙΣΤΙΚΟ ΓΡΑΦΕΙΟΥ/ ΣΧΕΔΙΑΣΤΗΡΙΟΥ PRACTICA 40 W σε ποικιλία χρωμάτων

**€9,50λ**



ΠΟΡΤΑΤΙΟ RODOS

ΠΟΡΤΑΤΙΟ CERO 12 V, 50 W, ιαβίδου σε ποικιλία χρωμάτων

**€21,90λ**

**ΚΑΛΗ ΣΧΟΛΙΚΗ ΧΡΟΝΙΑ!**



ΦΩΤΙΣΤΙΚΑ ΓΡΑΦΕΙΟΥ αλογόνου σε ποικιλία χρωμάτων

**€5**

το τεμ.

**€16**

**ΚΑΛΗ ΣΧΟΛΙΚΗ ΧΡΟΝΙΑ!**



**ΤΣΑΝΤΑ ΚΛΑΣΙΚΗ  
LILO & STICH  
paxos**  
με παγούρι

**€17,99λ**



**ΤΣΑΝΤΑ MINNIE  
HEARTIES paxos**  
3 βέLOUR

**€24,99λ**

**ΚΑΣΕΤΙΝΑ MINNIE  
HEARTIES paxos**  
με φερμουάρ γεμάτη δοληή

**€9,99λ**



**ΤΣΑΝΤΑ MINNIE**

**€13,20λ**



**ΣΕΤ  
6 τεμ**

**ΜΟΛΥΒΙ  
MINNIE  
paxos**  
με γόμα

**€1,55λ**



**ΣΑΚΙΔΙΟ MICKEY  
paxos**  
με 1 τσέπη

**€24,99λ**



**ΓΟΜΑ MICKEY  
paxos**  
με σχέδιο

**€1,60λ**

**ΚΑΣΕΤΙΝΑ MICKEY  
paxos**  
με φερμουάρ γεμάτη

**€9,99λ**



**ΣΕΤ  
6 τεμ**

**ΜΟΛΥΒΙΑ MICKEY  
paxos**  
με γόμα

**€1,50λ**

TO ΟΣΤ

**Disney**



**ΣΑΚΙΔΙΟ  
WINNIE & FRIENDS  
paxos**  
με 2 τσέπες

**€39,99λ**

**ΚΑΣΕΤΙΝΑ WINNIE  
& FRIENDS paxos**

**€6,99λ**



**ΤΣΑΝΤΑ ΝΗΠΙΟΥ  
JUNGLE BOOK 2**

**€7,90λ**



**ΚΑΣΕΤΙΝΑ ΒΑΡΕΛΑΚΙ  
JUNGLE BOOK 2**

**€1,80λ**



**ΤΣΑΝΤΑ ΑΡΧΕΙΟ  
WINNIE & FRIENDS**

**€7,20λ**

**ΤΣΑΝΤΑ ΚΛΑΣΙΚΗ JUNGLE  
BOOK 2 paxos**  
με παγούρι

**€17,99λ**

**ΚΑΣΕΤΙΝΑ JUN  
BOOK 2 paxos**  
με φερμουάρ γεμάτη

**€9,99λ**

Έτοιμοι για το σχολείο!

**6** ΑΤΟΚΕΣ ΔΟΣΕΙΣ σε ΟΛΑ τα σχολικά με πιστωτικές κάρτες από 100€



ΣΑΚΙΔΙΟ LOONEY TUNES PACHOS με 1 τσάνη

€19,99λ

ΣΕΤ 6 τεμ



ΚΑΣΕΤΙΝΑ LOONEY TUNES PACHOS με γυαλιά, δισκίο

€9,99λ



ΜΟΛΥΒΙΑ LOONEY TUNES PACHOS με γόμα

€1,55λ

TO GET



ΣΑΚΙΔΙΟ ΤΡΟΛΛΕΪ SNOOPY

€32,50λ

ΚΑΣΕΤΙΝΑ SNOOPY δισκίο, γόμα

€20,90λ



ΚΑΣΕΤΙΝΑ LOONEY TUNES με φερμουάρ

€2,20λ

-5% €2,00λ  
ΤΙΜΗ ΜΕ ΚΑΡΤΑ CLUB CARREFOUR



ΚΑΣΕΤΙΝΑ DOUBLE BIG FAB BABY δισκίο, γόμα

€26,90λ



ΤΖΑΝΤΑΚΙ ΓΙΑ ΚΟΛΑΤΣΙΟ

€1,70λ

-5% €1,61λ  
ΤΙΜΗ ΜΕ ΚΑΡΤΑ CLUB CARREFOUR



ΤΖΑΝΤΑ ΝΗΠΙΟΥ με αρκουδάκι

€10,50λ



ΚΑΣΕΤΙΝΑ ΒΑΡΕΛΑΚΙ BENETTON

€7,50λ



ΚΑΣΕΤΙΝΑ BENETTON δισκίο, γόμα

€16,60λ

ΣΑΚΙΔΙΟ BENETTON

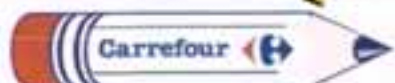
€32,99λ

ΚΑΛΗ ΣΧΟΛΙΚΗ ΧΡΟΝΙΑ!



ΣΑΚΙΔΙΟ ΤΡΟΛΛΕΪ BENETTON

€46,90λ



ΚΑΛΗ ΣΧΟΛΙΚΗ ΧΡΟΝΙΑ!



ΣΑΚΙΔΙΟ BARBIE  
SILVER STAR  
paxos  
με 2 τσέπες

€19,99λ



ΣΑΚΙΔΙΟ BARBIE COUNTRY  
paxos  
4 θέσεων

€24,99λ



ΚΑΛΑΘΑΚΙ BARBIE  
FOLDING SILVER  
STAR paxos

€12,99λ



ΚΑΛΑΘΑΚΙ BARBIE  
COUNTRY paxos  
3 θέσεων

€9,99λ

Barbie



ΚΑΣΕΤΙΝΑ BARBIE SILVER STAR paxos  
με φερμουάρ, γεμάτη

€9,99λ



ΣΥΛΟΜΠΟΠΙΣ  
BARBIE  
paxos

€2,60λ



ΜΟΛΥΒΙΑ BARBIE  
paxos  
με γόμα

€1,50λ



ΤΕΤΡΑΔΙΟ BARBIE  
paxos  
40 φύλλον

90λ



ΚΑΣΕΤΙΝΑ WINNIE  
THE POOH  
Disney  
τριπλή, γεμάτη

€25,90λ



ΚΑΣΕΤΙΝΑ ΒΑΡΕΛΑΚΙ  
NAF-NAF

€6,20λ



ΣΑΚΙΔΙΟ ΠΡΙΓΚΙΠΙΣΣΕΣ

Disney  
€26,90λ

-5% €25,55λ  
ΤΙΜΗ ΜΕ ΚΑΡΤΑ  
CLUB CARREFOUR



ΤΣΑΝΤΑ ΠΛΑΤΗΣ ΕΘΝΙΚΗ  
NAF-NAF

€41,90λ

-5% €39,80λ  
ΤΙΜΗ ΜΕ ΚΑΡΤΑ  
CLUB CARREFOUR



Αχώριστοι φίλοι...  
και στο σχολείο!

**6** ΑΤΟΚΕΣ ΔΟΣΕΙΣ  
σε όλα  
τα σχολικά  
με 0% επιτόκιο



ΣΑΚΙΔΙΟ ΤΡΟΛΛΕΪ  
ραχος

€39,99Λ



ΣΑΚΙΔΙΟ ΔΙΠΛΟ  
ραχος

€29,99Λ

ΚΑΣΙΤΙΝΑ  
ραχος  
με φερμουάρ

€6,99Λ



ΚΑΣΙΤΙΝΑ ΡΑΧΟΣ  
με φερμουάρ

€6,99Λ



ΣΑΚΙΔΙΟ FERRARI  
3 θέσεων

€29,99Λ



ΤΣΑΝΤΑ ΠΛΑΤΗΣ DUCATI

€39,90Λ



ΣΑΚΙΔΙΟ LOIS

€24,99Λ

ΚΑΛΗ ΣΧΟΛΙΚΗ ΧΡΟΝΙΑ!

ΣΕΤ  
4 τεμ.



ΣΕΤ ΣΧΟΛΙΚΕΣ ΤΣΑΝΤΕΣ  
σε ποικιλία χρωμάτων  
περιλαμβάνει: αθλητικό σάκο,  
σακίδιο, κασετίνα βαρελάκι  
και τσάντα πορτοφόλι

€14,90Λ

10 OCT

**ΚΑΛΗ ΣΧΟΛΙΚΗ ΧΡΟΝΙΑ!**



ΤΣΑΝΤΑ  
ΠΛΑΤΗΣ

€13,90Λ

-5% €13,21Λ  
ΤΙΜΗ ΜΕ ΚΑΡΤΑ  
CLUB CARRÉFOUR

**6**

**ΑΤΟΚΕΣ  
ΔΟΥΣΕΙΣ**  
ΣΕ ΟΛΑ  
ΤΑ ΣΧΟΛΙΚΑ  
με ετήσια τόκο επί 100%



ΣΑΚΙΔΙΟ ΠΛΑΤΗΣ

2 θέσεων  
σε ποικιλία χρωμάτων

€2,50Λ

-5% €2,37Λ  
ΤΙΜΗ ΜΕ ΚΑΡΤΑ  
CLUB CARRÉFOUR



ΣΑΚΙΔΙΟ ΠΛΑΤΗΣ

2 θέσεων  
σε ποικιλία χρωμάτων

€3,90Λ

-5% €3,71Λ  
ΤΙΜΗ ΜΕ ΚΑΡΤΑ  
CLUB CARRÉFOUR

**Τα φόρτωσαν...  
στον ώμο!**



ΣΑΚΙΔΙΟ ΠΛΑΤΗΣ  
2 θέσεων  
σε ποικιλία χρωμάτων

€5,20Λ

-5% €4,94Λ  
ΤΙΜΗ ΜΕ ΚΑΡΤΑ  
CLUB CARRÉFOUR



ΣΑΚΙΔΙΟ ΠΛΑΤΗΣ  
LE COQ SPORTIF  
MARATHON

€30,90Λ



ΣΑΚΙΔΙΟ  
EVERLAST  
με χωρίσματα

€43,90Λ



ΣΑΚΙΔΙΟ ΠΛΑΤΗΣ  
DELSEY

σε ποικιλία χρωμάτων

€44,90Λ

το τεμ.



ΤΣΑΝΤΑ  
ΤΑΧΥΔΡΟΜΟΥ  
O'NEILL

€28,90Λ



ΔΕΡΜΑΤΙΝΟΣ  
ΧΑΡΤΟΦΥΛΑΚΑΣ  
με χωρίσματα

€21,50Λ

-5% €20,42Λ  
ΤΙΜΗ ΜΕ ΚΑΡΤΑ  
CLUB CARRÉFOUR



ΚΑΣΕΤΙΝΑ  
ΒΑΡΕΛΑΚΙ  
σε ποικιλία  
χρωμάτων

90Λ

-5% 85Λ  
ΤΙΜΗ ΜΕ ΚΑΡΤΑ  
CLUB CARRÉFOUR



ΚΑΣΕΤΙΝΑ  
ΒΑΡΕΛΑΚΙ  
EVERLAST

€7,90Λ



ΚΑΣΕΤΙΝΑ  
ΒΑΡΕΛΑΚΙ  
O'NEILL

€8,80Λ



ΚΑΣΕΤΙΝΑ ΟΒΑΛ  
LE COQ SPORTIF  
MARATHON

€6,90Λ

1

ΤΟ ΦΘΗΝΟΤΕΡΟ



ΚΟΠΙΔΙ

29Λ



ΨΑΛΙΔΙ

35Λ



ΣΕΤ  
2 τεμ.  
ΓΟΜΕΣ  
λευκές

40Λ

ΤΟ ΟΚΤ



ΣΥΣΤΡΑ  
μεταλλική

40Λ



ΜΟΛΥΒΙ  
ΜΗΧΑΝΙΚΟ  
με μύτες 0,5

50Λ



ΣΕΤ  
6 τεμ.

ΜΟΛΥΒΙΑ  
μαύρα

75Λ

ΤΟ ΟΚΤ



ΣΕΤ  
4 τεμ.

ΣΕΤ  
ΓΕΩΜΕΤΡΙΑΣ

€1,15Λ

ΤΟ ΟΚΤ



ΣΕΤ  
3 τεμ.

ΣΥΡΡΑΠΤΙΚΟ +  
ΑΠΟΣΥΡΡΑΠΤΙΚΟ  
ΚΑΙ  
ΑΝΤΑΛΛΑΚΤΙΚΑ

€1,30Λ

ΤΟ ΟΚΤ



ΠΙΝΕΛΑ  
ΣΩΓΡΑΦΙΚΗΣ

49Λ

ΤΟ ΟΚΤ



ΣΕΤ  
11 τεμ.

ΠΛΑΣΤΕΛΙΝΕΣ

65Λ

ΤΟ ΟΚΤ



ΣΕΤ  
12 τεμ.

ΝΕΡΟΜΠΟΓΙΣ

99Λ

ΤΟ ΟΚΤ



ΣΕΤ  
3 τεμ.

ΜΑΡΚΑΔΟΡΟΙ

€1,20Λ

ΤΟ ΟΚΤ



ΜΑΡΚΑΔΟΡΟΙ  
ΣΩΓΡΑΦΙΚΗΣ

Λεπτοί

45Λ

ΤΟ ΟΚΤ



ΜΑΡΚΑΔΟΡΟΙ ΣΩΓΡΑΦΙΚΗΣ

χονδροί

€1,60Λ

ΤΟ ΟΚΤ

ΚΑΛΗ ΣΧΟΛΙΚΗ ΧΡΟΝΙΑ!

ΡΟΛΑ ΑΥΤΟΚΟΛΗΤΑ  
σε πακέτλια χρωμάτων  
200 x 45 cm

€70Λ

ΤΟ ΤΕΜ.

Carrefour

# ΚΑΛΗ ΣΧΟΛΙΚΗ ΧΡΟΝΙΑ!

ΣΤΥΛΟ BIC CRISTAL SCENTS  
MEGA

€3,35<sup>Λ</sup> TO OCT

ΔΩΡΟ  
τα δύο

ΣΤΥΛΟ BIC CRISTAL GEL  
MEGA

€4,85<sup>Λ</sup> TO OCT

ΔΩΡΟ  
τα δύο



ΣΤΥΛΟ BIC CRISTAL  
μπλε

84<sup>Λ</sup> TO OCT



ΣΤΥΛΟ FLIP YOUR BIC  
μπλε

€1,75<sup>Λ</sup>



ΜΑΡΚΑΔΟΡΟΙ PELIKAN  
LINER 52EF ΜΑΥΡΟ + ΜΠΛΕ

€2,35<sup>Λ</sup> TO OCT



ΜΑΡΚΑΔΟΡΟΙ PELIKAN  
ROLLER 448EF ΜΑΥΡΟ + ΜΠΛΕ

€3,50<sup>Λ</sup> TO OCT



ΣΤΥΛΟ STAEDTLER  
TRIPLUS BALL

€4,80<sup>Λ</sup>



ΜΟΛΥΒΙΑ FABER  
CASTELL

€2,65<sup>Λ</sup>

TO OCT



ΜΗΧΑΝΙΚΟ ΜΟΛΥΒΙ  
TRIPLUS MICRO 0,5  
+ ΜΥΤΣΙ 0,5

€4,60<sup>Λ</sup>



ΣΤΥΛΟ ΚΑΙ  
ΜΗΧΑΝΙΚΟ ΜΟΛΥΒΙ  
PILOT

€13,80<sup>Λ</sup>



ΜΑΡΚΑΔΟΡΟΙ  
TOP STAR

€3,8<sup>Λ</sup>



ΕΥΣΤΡΑ  
σε ποικιλία σχεδίων

45<sup>Λ</sup>



ΕΥΣΤΡΑ ΜΙΚΡΗ MARPED  
BUBLO

€1,25<sup>Λ</sup>

-5%

€1,19<sup>Λ</sup>

ΤΙΜΗ ΜΕ ΚΑΡΤΑ  
CLUB CARREFOUR



ΨΑΛΙΔΙ ΣΧΟΛΙΚΟ  
MARPED MAGIC'UP

€3,20<sup>Λ</sup>

-5%

€3,04<sup>Λ</sup>

ΤΙΜΗ ΜΕ ΚΑΡΤΑ  
CLUB CARREFOUR



ΠΕΡΦΟΡΑΤΕΡ  
MARPED VIVO  
μικρό

€3,50<sup>Λ</sup>

-5%

€3,32<sup>Λ</sup>

ΤΙΜΗ ΜΕ ΚΑΡΤΑ  
CLUB CARREFOUR



ΧΑΡΑΚΑΚΙ MARPED  
COMPACT-CUT  
με κοιλιά

€15,00<sup>Λ</sup>

-5%

€14,25<sup>Λ</sup>

ΤΙΜΗ ΜΕ ΚΑΡΤΑ  
CLUB CARREFOUR

# Οργανωθείτε με... στυλ!

**6** ΑΤΟΚΕΣ ΔΟΣΕΙΣ σε όλα τα σχολικά με πιστωτικές κάρτες από 100€



**1+1 ΔΩΡΟ**

ΚΟΛΛΑ UHU ΣΤΙΚ MATZIK

€1,20λ

€1,1λ  
ΤΙΜΗ ΜΕ ΚΑΡΤΑ CLUB CARREFOUR



ΚΟΛΛΑ PRITT ΣΤΙΚ

€1,30λ



ΚΟΛΛΑ TESA ΣΤΙΚ

€1,65λ

-5% €1,57λ  
ΤΙΜΗ ΜΕ ΚΑΡΤΑ CLUB CARREFOUR



ΚΟΛΛΑ UHU ΣΤΙΚ 8,2 g

€2,20λ



ΣΕΤ ΚΟΛΛΑ UHU ΣΤΙΚ ΥΓΡΗ

€3,30λ



ΧΑΡΤΙΑ ΣΗΜΕΙΩΣΕΩΝ

85λ  
ΤΟ ΤΕΤ.



ΧΑΡΤΙΑ ΣΗΜΕΙΩΣΕΩΝ λευκά

€1,50λ  
-5% €1,42λ  
ΤΙΜΗ ΜΕ ΚΑΡΤΑ CLUB CARREFOUR



ΣΕΤ ΑΥΤΟΚΟΛΛΗΤΕΣ ΣΗΜΕΙΩΣΕΙΣ ΚΑΙ ΑΥΤΟΚΟΛΛΗΤΟΙ ΣΕΛΙΔΟΔΕΙΚΤΕΣ POST-IT

€4,35λ



ΣΕΛΟΤΕΙΠ 60λ

-5% 57λ  
ΤΙΜΗ ΜΕ ΚΑΡΤΑ CLUB CARREFOUR



ΒΑΣΗ ΤΑΙΝΙΑΣ + 1 ΠΟΛΟ 810 SCOTCH MAGIC

€2,50λ



ΚΟΛΛΗΤΗ ΤΑΙΝΙΑ TESA

€2,55λ



ΒΑΣΗ TEAPOT + 2 MAGIC SCOTCH 810

€8,35λ



ΥΠΟΓΡΑΜΜΙΣΤΗ BIC LINER

€1,90λ



ΥΠΟΓΡΑΜΜΙΣΤΕΣ STABILO σε ποικιλία χρωμάτων

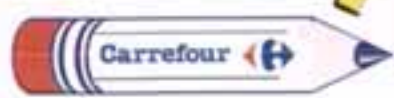
€2,20λ  
-5% €2,09λ  
ΤΙΜΗ ΜΕ ΚΑΡΤΑ CLUB CARREFOUR

## ΚΑΛΗ ΣΧΟΛΙΚΗ ΧΡΟΝΙΑ!

**ΔΩΡΟ**  
2 ΜΑΡΚΑΔΟΡΟΙ PELICAN

ΔΙΟΡΘΩΤΙΚΟ PRITT CORRECT IT με ανταλλακτικό

€2,65λ



# ΚΑΛΗ ΣΧΟΛΙΚΗ ΧΡΟΝΙΑ!



ΤΕΤΡΑΔΙΟ  
50 φύλλων

**8Λ**



ΤΕΤΡΑΔΙΑ  
με  
με ράφη ετικέτα

από:

**18Λ**

το τεμ.



ΜΠΛΟΚ ΜΟΥΣΙΚΗΣ ΠΛΑΓΙΟ  
20 φύλλων

**40Λ**



ΤΕΤΡΑΔΙΑ  
50 φύλλων  
σε ποικιλία χρωμάτων

**25Λ**

το τεμ.



ΤΕΤΡΑΔΙΑ  
PRINCESS  
WINNIE THE POOH

**60Λ**



ΤΕΤΡΑΔΙΟ SPORT  
σπύρα

από:

**€1,05Λ**



ΤΕΤΡΑΔΙΑ  
με σκληρό εξώφυλλο  
σπύρα, σπύρα  
από:

**€2,60Λ**



ΤΕΤΡΑΔΙΟ TAZ  
σπύρα

**€1,30Λ**

το τεμ.



ΤΕΤΡΑΔΙΟ MAX STEEL  
σπύρα

**€1,30Λ**

το τεμ.



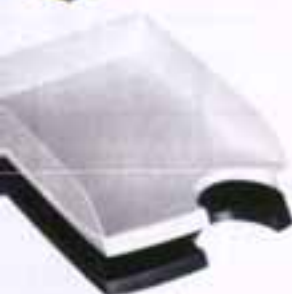
ΤΕΤΡΑΔΙΟ FERRARI  
σπύρα

**€1,45Λ**

# Κρατήστε σημειώσεις...

**6**

**ΑΤΟΚΕΣ ΔΟΣΕΙΣ**  
ΣΕ ΟΛΑ  
ΤΑ ΣΧΟΛΙΚΑ  
με συνολικές ερωτήσεις από 100€



**ΔΙΣΚΟΙ ΓΡΑΦΕΙΟΥ C4**  
σε ποικιλία χρωμάτων

**€1,90Λ**

**-5%** **€1,81Λ**  
ΤΙΜΗ ΜΕ ΚΑΡΤΑ  
CLUB CARREFOUR

το τεμ.



**ΔΙΣΚΟΙ ΓΡΑΦΕΙΟΥ A4 TENEX**  
διάφανος, μετ.

**€5,60Λ**



**ΘΗΚΗ ΠΕΡΙΟΔΙΚΩΝ TENEX**  
διάφανη, μετ.

**€6,10Λ**



**ΚΑΛΑΘΙ ΓΡΑΦΕΙΟΥ TENEX**  
μεγάλο, διάφανο, μετ.

**€15,99Λ**



**ΥΔΡΟΓΕΙΟΙ ΣΦΑΙΡΑ**  
με καλύτερο φως

**€24,99Λ**



**ΣΥΡΤΑΡΟΘΗΚΗ QUADRA**  
με 4 συρτάρια  
σε χρώμα γκρι/ μετ.

**€23,20Λ**



**ΚΟΥΤΙ A4**  
με λάστιχο  
4 χρώματα

**€2,65Λ**



**€2,60Λ**

**ΚΛΑΣΙΡ A4**  
τυπωμένο  
σε 4 χρώματα

**-5%** **€2,47Λ**  
ΤΙΜΗ ΜΕ ΚΑΡΤΑ  
CLUB CARREFOUR



**ΚΛΑΣΙΡ A4 JUNGLE BOOK 2**

**€1,65Λ**

**ΚΛΑΣΙΡ A5 DISNEY STRIPES**

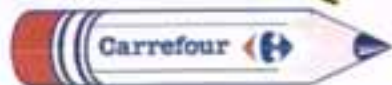
**€2,10Λ**



**€1,25Λ**

**ΚΛΑΣΙΡ A4 KRAFT**  
σε ποικιλία χρωμάτων

**€2,99Λ**



# ΚΑΛΗ ΣΧΟΛΙΚΗ ΧΡΟΝΙΑ!

**ΝΤΟΣΙΕ ΑΠΟ ΧΑΡΤΟΝΙ**  
με 3 ελαστικά καλύμματα σε ποικιλία χρωμάτων

**29Λ**

το τεμ.

**ΦΑΚΕΛΟΣ** με λάστιχο, πλαστικοποιημένος σε ποικιλία χρωμάτων **29Λ**

**ΝΤΟΣΙΕ ΜΕ FIX-CLIP** διαφανές, σε ποικιλία χρωμάτων

€1  
-5%  
ΤΙΜΗ ΜΕ ΚΑΡΤΑ CLUB CARREFOUR

**ΝΤΟΣΙΕ A4 DISNEY** με λάστιχο

**€1,90Λ**



**ΝΤΟΣΙΕ** με 3 ελαστικά καλύμματα, τυπωμένο, σε 4 χρώματα

**€2,20Λ**



**ΙΣΟΥΠΑ** 60 βέσσες, τυπωμένα, σε 4 χρώματα

**€2,90Λ**



**ΦΩΤΟΤΥΠΙΚΟ ΧΑΡΤΙ A4**  
Α ποιότητας, 70 g, 500 φύλλα

**€2,90Λ**



**ΦΩΤΟΤΥΠΙΚΟ ΧΑΡΤΙ A4**  
80 g

**€4,35Λ**



**ΡΟΛΟ FAX ΧΕΙΡΟΧ**  
21,0 x 12,7 x 30 m

**€2,09Λ**



**ΑΛΜΠΟΥΜ** για 200 φωτογραφίες

**€2,99Λ**



**ΣΕΛΑΤΙΝΑ** διαφανής Γ A4 ή Π A4 από:

**15Λ**

το τεμ.



**ΠΑΙΔΙΚΟ ΑΡΙΘΜΗΤΗΡΙΟ + ΜΙΚΡΟ ΡΟΛΟΪ**

**€2,50Λ**

-5%  
**€2,37Λ**  
ΤΙΜΗ ΜΕ ΚΑΡΤΑ CLUB CARREFOUR



**ΣΕΤ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΓΡΑΦΕΙΟΥ**

**€1,65Λ**

-5%  
**€1,57Λ**  
ΤΙΜΗ ΜΕ ΚΑΡΤΑ CLUB CARREFOUR



**ΦΕΛΛΟΠΙΝΑΚΑΣ**  
40 x 60 cm

**€2,29Λ**

-5%  
**€2,17Λ**  
ΤΙΜΗ ΜΕ ΚΑΡΤΑ CLUB CARREFOUR



# Εξοπλίστε το γραφείο σας!

1

ΤΟ ΦΘΗΝΟΤΕΡΟ

ΕΤΙΚΕΤΕΣ  
ΑΥΤΟΚΟΛΗΤΕΣ

29λ

-5% 27λ

ΤΙΜΗ ΜΕ ΚΑΡΤΑ  
CLUB CARREFOUR  
TO OCT



ΓΟΜΑ RELIKAN

70λ

ΣΕΤ  
12 τεμ.



ΣΥΛΟΜΠΟΓΙΣ

45λ

-5% 43λ

ΤΙΜΗ ΜΕ ΚΑΡΤΑ  
CLUB CARREFOUR  
TO OCT

6

ΑΤΟΚΕΣ  
ΔΟΣΕΙΣ  
σε ΟΛΑ  
τα σχολικά  
μέχρι συνολικό κόστος από 100€

ΣΥΛΟΜΠΟΓΙΣ  
STAEDTLER  
σε ποικιλία χρωμάτων

€8,90λ

-5% €8,45λ

ΤΙΜΗ ΜΕ ΚΑΡΤΑ  
CLUB CARREFOUR  
TO OCT



ΜΑΡΚΑΔΟΡΟΙ JOY CARIOSA

€1,30λ

-5% €1,23λ

ΤΙΜΗ ΜΕ ΚΑΡΤΑ  
CLUB CARREFOUR  
TO OCT



ΜΑΡΚΑΔΟΡΟΙ JUMBO CARIOSA  
γονόβροιλ

€3,20λ

-5% €3,04λ

ΤΙΜΗ ΜΕ ΚΑΡΤΑ  
CLUB CARREFOUR  
TO OCT



ΤΕΜΠΕΡΑ/ ΠΑΛΕΤΑ  
YOUNG ARTIST

€2,60λ

-5% €2,47λ

ΤΙΜΗ ΜΕ ΚΑΡΤΑ  
CLUB CARREFOUR  
TO OCT



ΠΛΗΡΗΣ  
ΚΑΣΕΤΙΝΑ  
ΣΧΕΔΙΟΥ

€4,50λ

-5% €4,28λ

ΤΙΜΗ ΜΕ ΚΑΡΤΑ  
CLUB CARREFOUR  
TO OCT



ΧΑΡΤΙΑ  
ΧΕΙΡΟΤΕΧΝΙΑΣ  
σε ποικιλία χρωμάτων

από: €1,45λ

-5% €1,38λ

ΤΙΜΗ ΜΕ ΚΑΡΤΑ  
CLUB CARREFOUR  
TO OCT

ΧΑΡΤΙ ΓΚΟΦΡΕ  
σε ποικιλία χρωμάτων

35λ

-5% 33λ

ΤΙΜΗ ΜΕ ΚΑΡΤΑ  
CLUB CARREFOUR  
TO OCT



ΠΗΛΟΣ  
σε ποικιλία χρωμάτων  
500 g

€1,79λ

TO OCT



ΒΟΗΘΗΚΗ "ROBODOG"

€3,80λ

-5% €3,61λ

ΤΙΜΗ ΜΕ ΚΑΡΤΑ  
CLUB CARREFOUR



ΜΠΛΟΚ ΑΚΟΥΑΡΕΛΛΑ

€2,10λ

SUPER BOX JOVI  
ΚΑΛΛΙΤΕΧΝΙΚΩΝ  
ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ  
+ 3 κτών

€26,90λ

-5% €25,56λ

ΤΙΜΗ ΜΕ ΚΑΡΤΑ  
CLUB CARREFOUR

ΚΑΛΗ ΣΧΟΛΙΚΗ ΧΡΟΝΙΑ!



ΜΠΛΟΚ  
ΣΧΗΜΑΤΩΝ

30λ



# THE LORD OF THE RINGS



ΣΕ DVD

**MONO!**  
**€26,90Λ**



ΣΕ ΒΙΝΤΕΟΚΑΣΕΤΑ

**MONO!**  
**€16,90Λ**

Για μικρά και... μεγάλα παιδιά!

ΕΠΙΛΕΞΤΕ ΜΕ  
4 εις 36  
ΔΟΣΕΙΣ

ΕΠΙΛΕΞΤΕ  
4 εις 24  
ΔΟΣΕΙΣ ΜΕ ΟΛΕΣ ΤΙΣ ΚΑΡΤΕΣ

**ΣΕ ΟΛΕΣ... ΤΙΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΕΜΦΑΝΙΣΗΣ & ΕΚΤΥΠΩΣΗΣ ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΩΝ**

**15%**



**BLUESky**

€120

+ 120 min

**€1,16λ**

**-10% €1,04λ**  
ΤΙΜΗ ΜΕ ΚΑΡΤΑ CLUB CARREFOUR



**ΒΙΝΤΕΟΚΑΣΕΤΖ HOME TV MASTER**

EXCELLENCE 8-180

+ 180 min

**€6,99λ**

**-5% €6,54λ**  
ΤΙΜΗ ΜΕ ΚΑΡΤΑ CLUB CARREFOUR



**CD-R ΗΧΟΥ SONY**

+ 74 min

**99λ**

**6 ΚΕΦΑΛΩΝ ΣΤΕΡΕΟΦΩΝΙΚΟ**



**FUNAI 234-630**

• 99 προγραμμάτων • προγραμματισμός 8 κεφαλών το  
• κλειδί για παιδιά • αυτοκαθαριζόμενες κεφαλές

**€119**

**2 ΚΕΦΑΛΩΝ**



**ΒΙΝΤΕΟ PHILIPS VR120**

• σύστημα DIGITAL STUDIO PICTURE CONTROL • σύστημα  
PLUG&PLAY • ενδείξεις επί της οθόνης

**€109**



**BLUESky BK 14**

- 60 προγράμματα
- ενδείξεις επί της οθόνης
- κουτι κεραιών

**€109**



**SONY 21Π1**

- απόλυτα επίπεδη οθόνη FD TRINITRON
- 100 προγράμματα
- αυτόματη εξομάλυνση ήχου
- λειτουργία 16:9
- αυτόματη αναμνή

**€259**

**€12,19λ** **€246,00λ**  
ΤΙΜΗ ΜΕΤΡΗΤΟΙ

**-5% €292,00λ**  
ΣΥΝΔΕΚΟ ΠΟΣΟ ΜΕ ΔΟΣΕΙΣ

**ΚΑΛΗ ΣΧΟΛΙΚΗ ΧΡΟΝΙΑ!**



ΕΠΙΛΕΞΤΕ ΜΕ  
4 εις 36  
ΔΟΣΕΙΣ

ΕΠΙΛΕΞΤΕ  
4 εις 24  
ΔΟΣΕΙΣ ΜΕ ΟΛΕΣ ΤΙΣ ΚΑΡΤΕΣ

2 χρόνια εγγύηση Carrefour

**€179**

**BLUESky TS55**

- 100 προγράμματα
- ενδείξεις επί της οθόνης

**-5% €170,05λ**  
ΤΙΜΗ ΜΕ ΚΑΡΤΑ CLUB CARREFOUR

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΤΩΝ ΕΝΤΟΚΩΝ ΔΟΣΕΩΝ (ΣΥΣΤΗΜΟ ΜΟΝΟ ΓΙΑ ΗΛΕΚΤΡΙΚΑ ΚΑΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΒΙΒΛΙΑ ΑΣΙΑΣ ΑΝΩ ΤΩΝ €200, ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΤΩΝ 4 ΕΙΣ 36 ΔΟΣΕΩΝ (ΣΥΣΤΗΜΟ ΜΕ ΚΑΡΤΕΣ) VISA, DYNAMIS, ΕΥΡΩΚΑΡΤΑ 2004 ΠΡΟΣΕΛΕΓΜΗ ΚΑΙ ΕΞΑΡΧΩΣ ΑΡΤΗΡΗ ΑΘΗΝΑ 2004ΠΡΟΣΕΛΕΓΜΗ ΚΑΙ ΕΞΑΡΧΩΣ ΑΡΧΑΙΑΝΚΑΡΤΑ ΑΡΧΑΙΑΝΚΑΡΤΑ ΑΡΧΑΙΑΝΚΑΡΤΑ (ΕΙΣΤΡΟΦΗ ΝΑ ΣΠΕΙΝΑΚΙ), ΑΙΟΛΟΣ, ΑΒΗ ΑΜΑΡΟ, ΙΟΝΟΚΑΡΤΑ, ΚΥΡΟΣ ΝΗ-CLASIC, ΝΗ-GOLD, ΝΗ-ELICTON, ING BANK, ELICTON, ΠΕΝΟΣ, MASTERCARD, SILVER GOLD (AT), SILVER (AT), ΠΕΝΟΣ, ΠΕΡΑΚΙΣ, STANDARD, ΠΟΝΑ BANK, GOLD CARD, ΠΟΝΑ BANK, EUROCARD, FORTIS, EXECUTIVE EUROCARD, GOLD, ΕΒΕΡΕΣ, ΕΥΡΩΠΑΙΚΗ, ΕΥΡΩBANK, ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ-ΘΡΑΚΗΣ, ΟΚΕΑΝΟ (ΕΙΣΤΡΟΦΗ), EUROBANK, AMERICAN EXPRESS, ΠΡΑΞΟΝ, ΠΑΝΟΝ, ΚΑΙ ΠΑΝΟΝ, ΕΥΡΩΚΑΡΤΑ ΠΡΟΣΕΛΕΓΜΗ ΚΑΙ ΕΞΑΡΧΩΣ ΠΕΠΟΛΙΣ, BANK FINNERS, ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΤΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΤΩΝ 4 ΕΙΣ 36 ΕΝΤΟΚΩΝ ΔΟΣΕΩΝ ΚΑΡΤΑ ΔΥΝΑΜΙΣ VISA ΤΗΝ ΟΠΟΙΑ ΜΠΟΡΕΙΤΕ ΝΑ ΑΠΟΚΤΗΣΕΤΕ ΣΤΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΜΑΖΙ ΜΕΤΑ ΣΕ 20 ΛΕΠΤΑ, ΕΠΙΤΟΚΙΟ: 12%, ΕΠΙ: 0,12683 ΤΙΣ ΔΟΣΕΙΣ ΕΙΝΑΙ ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΟΙ ΚΑΙ ΑΦΟΡΑ ΣΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΤΩΝ 36 ΕΝΤΟΚΩΝ ΔΟΣΕΩΝ

# ΚΑΛΗ ΣΧΟΛΙΚΗ ΧΡΟΝΙΑ!

H/Y **ATOC** P4 2,4 GHz/800

**HYPERTHREADING**

- MIDI TOWER ATX 300W • 2 x 256 MB DDR
- HDD 40 GB/7200 RPM • VGA INTEL EXTREME GRAPHICS 2 (ON BOARD)
- DVD 16x • CD-RW 52x24x52 • AUDIO 6 CHANNEL AUDIO (ON BOARD) • MODEM 56k

**ΔΩΡΟ 3 ΜΗΝΕΣ**  
ΕΥΝΟΙΑ ΣΤΟ ΙΝΤΕΡΝΕΤ

**€66,58λ**  
ΤΟ ΜΗΝΑ

**€799**  
ΤΙΜΗ ΜΕΤΡΗΤΟΙΣ

H/Y **ATOC** P4 2,8 GHz/800

**HYPERTHREADING**

- MIDI TOWER ATX 300W • 2x256 MB DDR
- HDD 40 GB/7200 RPM • VGA INTEL EXTREME GRAPHICS 2
- DVD 16x • CD-RW 52x24x52 • AUDIO 6 CHANNEL AUDIO (ON BOARD) • MODEM 56k

**ΔΩΡΟ 12 ΜΗΝΕΣ**  
ΕΥΝΟΙΑ ΣΤΟ ΙΝΤΕΡΝΕΤ

**€79,08λ**  
ΤΟ ΜΗΝΑ

**€949**  
ΤΙΜΗ ΜΕΤΡΗΤΟΙΣ

**3 χρόνια**  
εγγύηση  
ΑΥΤ/ΠΕΙΔΟΣ

**ΔΩΡΟ**  
ΕΚΤΥΠΩΤΗΣ  
HP 3420



**3 χρόνια**  
εγγύηση  
ΑΥΤ/ΠΕΙΔΟΣ

ΘΟΟΝΗ H/Y LG 7005

**€115**



**2 χρόνια**  
εγγύηση  
ΑΥΤ/ΠΕΙΔΟΣ

ΘΟΟΝΗ H/Y TFT NEC

**€25,75λ**  
ΤΟ ΜΗΝΑ

**€309**  
ΤΙΜΗ ΜΕΤΡΗΤΟΙΣ



**3 χρόνια**  
εγγύηση  
ΑΥΤ/ΠΕΙΔΟΣ

ΘΟΟΝΗ H/Y SONY SDM-H553R

**€39,33λ**  
ΤΟ ΜΗΝΑ



**3 χρόνια**  
εγγύηση  
ΑΥΤ/ΠΕΙΔΟΣ

ΘΟΟΝΗ H/Y TFT PHILIPS 17054

**€40,75λ**  
ΤΟ ΜΗΝΑ

**€489**  
ΤΙΜΗ ΜΕΤΡΗΤΟΙΣ



**DVD-RW**

**2 χρόνια**  
εγγύηση  
ΑΥΤ/ΠΕΙΔΟΣ

NOTEBOOK ACER 1312LM ATHLON XP 2000 + ME DVD-RW

- επεξεργαστής ATHLON XP 2000
- μνήμη 512MB
- VGA 32 MB
- σκληρός 40GB
- εσωτερικό MODÈM
- WIN XP HOME

**€112,92λ**  
ΤΟ ΜΗΝΑ



ΤΣΙΑΝΤΑ ΜΕΤΑΘΟΡΑΙ  
NOTEBOOK SOLIDEX  
SOL-K111

**€25,90λ**



**DVD-RW**

**2 χρόνια**  
εγγύηση  
ΑΥΤ/ΠΕΙΔΟΣ

NOTEBOOK FUJITSU SIEMENS AMILO D P4 2,4GHz ME DVD-RW

- επεξεργαστής P4 2,4 GHz • μνήμη 512MB
- σκληρός 40GB
- κάρτα γραφικών ATI RADEON 9000
- WIN XP ΕΛΛΗΝΙΚΑ

**€137,42λ**  
ΤΟ ΜΗΝΑ

**€1.649**  
ΤΙΜΗ ΜΕΤΡΗΤΟΙΣ

# Βάλτε την υψηλή τεχνολογία στη ζωή σας

**12** ΑΤΟΚΕΣ ΔΟΣΕΙΣ με **0%** για ειδή πληροφοριακές με πιστωτική κάρτα από 200€



**ΣΚΑΝΩΤΗΣ BEN-Q 3300U**  
 • ανάλυση 600x1200dpi (max 9.600x9.600dpi)  
 • Βάθος χρώματος 48bit  
 • USB

€52,90Λ



**ΣΚΑΝΩΤΗΣ EPSON 3500C**  
 • οπτική ανάλυση σκαναρίσματος έως 1200dpi • ηλεκτρο "QUICK E-MAIL"  
 • συμβατό με PC και MAC

€81



**ΣΚΑΝΩΤΗΣ EPSON 1360**  
 • ανάλυση σκαναρίσματος 1200x2400dpi(max 9.600x9.600dpi)  
 • USB PLUG & PLAY  
 • Βάθος χρώματος 48bit

€89



**ΣΚΑΝΩΤΗΣ Canon i1612**  
 • ανάλυση 600x1200dpi  
 • Βάθος χρώματος 48bit  
 • USB 2.0(συμβατό και με USB 1.1)  
 • συμβατό με PC και MAC

€93



**ΕΚΤΥΠΩΤΗΣ LEXMARK 2603**  
 • ταχύτητα 12PPM ασπρόμαυρα/ 8PPM έγχρωμα  
 • 4800 x 1200dpi  
 • USB  
 • τροφοδοσία 100 σελιδών  
 • συμβατό με PC και MAC

€69



**ΕΚΤΥΠΩΤΗΣ LEXMARK 2605**  
 • ταχύτητα 14PPM ασπρόμαυρα/ 8PPM έγχρωμα  
 • 4800x1200dpi  
 • USB  
 • τροφοδοσία 100 σελιδών  
 • συμβατό με PC και MAC

€81



**ΕΚΤΥΠΩΤΗΣ EPSON 3630**  
 • ταχύτητα 17PPM ασπρόμαυρα και 12 PP έγχρωμα  
 • 4800x1200dpi  
 • συμβατό με USB 2.0  
 • συμβατό με PC και MAC

€93



**ΕΚΤΥΠΩΤΗΣ Canon i320**  
 • μέγεθος εκτύπωσης A4  
 • ταχύτητα 10PPM ασπρόμαυρα και 7PPM έγχρωμα  
 • 2400 x 1200dpi  
 • τροφοδοσία 100 σελιδών  
 • USB 2.0  
 • σύστημα EASY PHOTO PRINT  
 • συμβατό με PC και MAC

€116



**CD-RW INTERNAL ARTEC WR8-32X (32Xx32X32)**

€54,90Λ



**DVD±RW EMPREX DUAL ΕΣΩΤΕΡΙΚΟ DVD-R & DVD+R (4x), DVD-RW & DVD+RW (2x), CD-R (40x), CD-RW (24x)**

€199



**ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΚΑΡΤΑ PLAY TV-BOX II PROLINK**  
 • παίξει TV ή VIDEOS ΑΠΟ VCR/ LCD/ ΒΙΝΤΕΟΚΑΜΕΡΑ ή TV GAMES στον Η/Υ σας  
 • RESOLUTION 1024x768  
 • RCA • S-VIDEO  
 • AUDIO IN-OUT  
 • τηλεχειριστήριο

€95

ΚΑΛΗ ΣΧΟΛΙΚΗ ΧΡΟΝΙΑ!



1 χρόνο εγγύηση αντ/πείας

**ΕΚΤΥΠΩΤΗΣ EPSON 3550**  
 • ταχύτητα 14PPM ασπρόμαυρα και 10PPM έγχρωμα  
 • 2400 x 1200dpi  
 • συμβατότητα USB 2.0  
 • συμβατό με PC και MAC

€69

Carrefour

**ΚΑΛΗ ΣΧΟΛΙΚΗ ΧΡΟΝΙΑ!**



3 χρόνια  
εγγύηση  
αντίστοιχας

ΑΣΥΡΜΑΤΟ ΠΛΗΚΤΡΟΛΟΓΙΟ  
Logitech & ΟΠΤΙΚΟ  
ΠΟΝΤΙΚΙ DELUXE

**€99**



ΠΛΗΚΤΡΟΛΟΓΙΟ  
MULTIMEDIA EDNET

**€19,90Λ**



ΑΣΥΡΜΑΤΟ  
ΠΛΗΚΤΡΟΛΟΓΙΟ BTC PS/2

**€24,90Λ**



ΠΛΗΚΤΡΟΛΟΓΙΟ  
MICROSOFT  
MULTIMEDIA  
PS/2

**€31,90Λ**



5 χρόνια  
εγγύηση  
αντίστοιχας

ΠΛΗΚΤΡΟΛΟΓΙΟ  
Logitech  
INTERNET  
NAVIGATOR

**€43,90Λ**



OPTICAL MOUSE  
BTC  
PS/2

**€13,90Λ**



OPTICAL  
MOUSE  
MICROSOFT  
PS/2

**€29,90Λ**



OPTICAL MOUSE  
1.1  
MICROSOFT  
INTELLIMOUSE  
PS/2 - USB

**€35,90Λ**



CORDLESS  
MOUSE  
Logitech

3 χρόνια  
εγγύηση  
αντίστοιχας

**€42,90Λ**



GAMEPAD  
Logitech PRECISION  
USB

2 χρόνια  
εγγύηση  
αντίστοιχας

**€15,90Λ**



JOYSTICK  
Logitech ATTACK 2

2 χρόνια  
εγγύηση  
αντίστοιχας

**€24,90Λ**



ΜΙΚΡΟΦΩΝΟ &  
ΑΚΟΥΣΤΙΚΑ EDNET

**€10,90Λ**



WEB-CAMERA Logitech  
QUICKCAM EXPRESS

2 χρόνια  
εγγύηση  
αντίστοιχας

**€35,90Λ**



WEB-CAMERA  
Logitech  
QUICKCAM Z

2 χρόνια  
εγγύηση  
αντίστοιχας

**€79,90Λ**

2x2,5 W



HXEIA CREATIVE  
SOUNDBLASTER  
250 BLACK  
• VOLUME • TONE

**€19,90Λ**

2x6 W + 17 W



HXEIA C  
INSPIRE  
B 300  
• WIRED V  
CONTRO

**€41,90Λ**

**12** ΑΤΟΚΕΣ ΔΟΣΕΙΣ  
 σε ΟΛΑ  
 τα είδη πληρωτέων με δόσεις από 22%



ΡΕΤΕΙ RPS 3.5MF  
 2005  
 MB  
**€3,85λ**  
 10 ΔΕΤ



ΘΗΚΗ ΠΙΑ  
 CD/DVD  
 RPS  
**38λ**  
 10 ΔΕΤ



CD-R **EMTEC**  
 HIGH  
 PERFORMANCE  
 WEB 80/700MB 48x  
**95λ**  
 10 ΔΕΤ

ΣΕΤ  
 5 τεμ.



CD-R RPS 80/700MB  
 52x SLIM  
**€2,45λ**  
 10 ΔΕΤ



DVD-R RPS  
 4.7GB  
**€2,85λ**

ΣΕΤ  
 10 τεμ.



CD-R **EMTEC**  
 HIGH  
 PERFORMANCE  
 WEB80  
 CAKEBOX 48x  
**€5,90λ**  
 10 ΔΕΤ

ΣΕΤ  
 50 τεμ.



CD-R RPS  
 80/700MB 52x  
 BULK  
**€15,85λ**  
 10 ΔΕΤ



ΠΟΛΥΠΡΙΖΟ  
 ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ MGE  
 PULSAR CL1 TTL DIN  
**€16,90λ**

ΣΕΤ  
 10 τεμ.



TFT SCREEN  
 CLEANING **EMTEC**  
 3 IN 1  
**€3,75λ**

ΣΕΤ  
 100 τεμ.



CLEANING  
 WIPES **EMTEC**  
 3 IN 1  
**€4,05λ**



ΠΟΛΥΠΡΙΖΟ  
 UPS APC 87350-08  
 • 350 VA  
**€119**



OS USB INFRARED  
 PC με κλητά  
 και PDA's  
**€41,90λ**

BLUETOOTH WIRELESS  
 USB CHRONOS  
 • συνδέει ασύρματα Η/Υ  
 με άλλες ηλεκτρονικές  
 συσκευές  
 • οκτίνα 10m  
**€33,90λ**

## ΚΑΛΗ ΣΧΟΛΙΚΗ ΧΡΟΝΙΑ!



Mobile Disk  
 64 MB  
 128 MB  
 256 MB

FLASH DRIVE MOBILE DISK

64 MB **€29**

128 MB **€45**

256 MB **€85**

# ΚΑΛΗ ΣΧΟΛΙΚΗ ΧΡΟΝΙΑ!

“Talk to Me”

ΑΥΤΟ  
ΑΚΟΥΣΤΙΚΑ

CD-ROM  
ΕΚΜΑΘΗΣΗ ΑΓΓΛΙΚΩΝ  
“TALK TO ME”  
ΑΡΧΑΡΙΟΙ/ΜΕΣΟΙ

Αγγλικά

€34,90Λ

“Talk to Me”

ΑΥΤΟ  
ΑΚΟΥΣΤΙΚΑ

CD-ROM  
ΕΚΜΑΘΗΣΗ ΑΓΓΛΙΚΩΝ  
“TALK TO ME”  
ΠΡΟΧΩΡΗΜΕΝΟΙ

Αγγλικά

€34,90Λ



CD-ROM  
Η ΤΑΞΗ ΜΟΥ  
ΝΗΠΙΑΓΩΓΕΙΟ

€34,92Λ



CD-ROM  
Η ΤΑΞΗ ΜΟΥ  
Α' & Β' ΔΗΜΟΤΙΚΟΥ

€34,50Λ



CD-ROM  
Η ΤΑΞΗ ΜΟΥ  
Γ' ΔΗΜΟΤΙΚΟΥ

€34,50Λ



CD-ROM  
Η ΤΑΞΗ ΜΟΥ  
Δ' ΔΗΜΟΤΙΚΟΥ

€34,50Λ



CD-ROM  
TELL ME MORE  
KIDS  
ENGLISH I  
4-7 ετών

€34,99Λ



CD-ROM  
TELL ME MORE  
KIDS  
ENGLISH II  
7-9 ετών

€34,99Λ



CD-ROM  
TELL ME MORE  
KIDS  
ENGLISH II  
9-11 ετών

€34,99Λ



Η τεχνολογία...  
στην υπηρεσία σας!

**12** ΑΤΟΚΕΣ ΔΟΣΕΙΣ  
σε **0%**  
τα είδη πληρωσιμής  
με πιστωτική κάρτα της TSBK



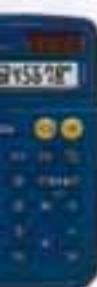
ΑΡΙΘΜΟΜΗΧΑΝΗ  
ΤΣΕΠΗΣ CASIO  
HS-888

€5,99Λ



ΣΕΤ ΑΡΙΘΜΟΜΗΧΑΝΗ+  
ΜΟΛΥΒΙ + ΓΟΜΑ + ΣΥΣΤΡΑ +  
ΧΑΡΑΚΑ + ΔΙΑΒΗΤΗ  
**LEXIBOOK**

€7



ΑΡΙΘΜΟΜΗΧΑΝΗ  
SHARP  
EL-245 E

€9,90Λ



ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΗ  
ΑΡΙΘΜΟΜΗΧΑΝΗ  
**LEXIBOOK**  
SC 300  
με κάλυμμα

€13,50Λ



ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΗ  
ΑΡΙΘΜΟΜΗΧΑΝΗ  
CASIO FX-82MS

€15,50Λ



ΑΡΙΘΜΟΜΗΧΑΝΗ  
SHARP  
EL-501 V

€18,90Λ



ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΗ  
ΑΡΙΘΜΟΜΗΧΑΝΗ  
CASIO  
FX-570MS

€24,90Λ



ORGANIZER  
RADIO **LEXIBOOK**  
FM-PLL TM400

€29,90Λ



ΤΑΦΡΑΣΤΗΣ  
**LEXIBOOK** NTL 1500

€45,50Λ

ΚΑΛΗ ΣΧΟΛΙΚΗ ΧΡΟΝΙΑ!



ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΗ ΑΡΙΘΜΟΜΗΧΑΝΗ  
**LEXIBOOK**  
SC 300  
με κάλυμμα

€9,90Λ

# ΚΑΛΗ ΣΧΟΛΙΚΗ ΧΡΟΝΙΑ!



## ΑΣΥΡΜΑΤΟ ΤΗΛΕΦΩΝΟ DECT Panasonic KX-TC0410

- αναγνώριση κλήσεων σε όνομα και αριθμό και στην αναμονή
- 20 μήνες
- λίστα 30 εισερχόμενων κλήσεων

1 χρόνο  
εγγύηση  
αντ/πείας

€ 89



## ΑΣΥΡΜΑΤΟ ΤΗΛΕΦΩΝΟ DECT Panasonic KX-TC0430

- αναγνώριση κλήσεων σε όνομα και αριθμό και στην αναμονή • 200 μήνες
- λίστα 50 εισερχόμενων κλήσεων
- ανοικτή συνομιλία από το ακουστικό
- φωτιζόμενη οθόνη και πληκτρολόγιο
- ελληνικό μενού

€ 125

## Περισσότερη επικοινωνία στη ζωή σας!



### ΤΗΛΕΦΩΝΟ ΓΟΝΔΟΛΑ BELL PHONES 77519

- αναγνώριση κλήσεων 65 αριθμών
- ενδεικτική λυχνία νέων κλήσεων
- ρολόι
- χρονόμετρο
- σε ποικιλία χρωμάτων

1 χρόνο  
εγγύηση  
αντ/πείας

€ 19,90Λ



### ΕΠΙΤΡΑΠΕΖΙΟ ΤΗΛΕΦΩΝΟ BELL PHONES 77330

- αναγνώριση κλήσεων 65 αριθμών • ενδεικτική λυχνία νέων κλήσεων
- ρολόι
- χρονόμετρο
- οπτικό κουδούνισμα

1 χρόνο  
εγγύηση  
αντ/πείας

€ 29,90Λ



### ΦΑΞ Panasonic KX-FP151

- αναγνώριση κλήσης
- 100 μήνες τηλεφώνων και αναγμάτων
- μήνιμη κεμένου 28 σελίδων
- κασέτα χαρτού 50 φύλλων
- αποστολή FAX σε πολλούς παραλήπτες

1 χρόνο  
εγγύηση  
αντ/πείας

€ 197



### ΑΣΥΡΜΑΤΟ ΑΚΟΥΣΤΙΚΟ DECT

### FAX Panasonic KX-FP195 A4

- με ενσωματωμένο ασύρματο ακουστικό DECT • ψηφιακός τηλεφωνητής 18 λεπτών
- 100 μήνες • αναγνώριση κλήσης
- μήνιμη κεμένου 28 σελίδων
- κασέτα χαρτού 50 φύλλων
- ανοικτή συνομιλία

1 χρόνο  
εγγύηση  
αντ/πείας

€ 15,49Λ

€ 371,00Λ





# Κάθε γουλιά και απόλαυση!



1

ΤΟ ΦΘΗΝΟΤΕΡΟ



COLA CAPITAL  
330 ml

19Λ



ΜΕΤΑΛΛΙΚΟ ΝΕΡΟ ΑΥΡΑ  
500 ml

€1,10Λ

TO OCT



ΕΝΕΡΓΕΙΑΚΟ ΠΟΤΟ  
POWERADE  
500 ml  
σε 3 γυάλιες

€1,45

-10% €1,31Λ

TO OCT

ΚΟΥΠΟΝΙ  
-15Λ

ΠΑΙΔΙΚΟ  
ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΟ  
BELLY WASHERS  
LOONEY TUNES  
355 ml  
σε 4 γυάλιες

€2,99Λ



ΓΡΑΝΙΤΑ  
ΑΜΙΤΑ FUN  
65 ml

€1,75Λ

-5% €1,66Λ

TO OCT



ΦΡΟΥΤΟΠΟΤΟ  
ΠΟΡΤΟΚΑΛΙ  
ΛΑΚΩΝΙΑ  
250 ml

78Λ

TO OCT



ΦΡΟΥΤΟΠΟΤΟ ΠΟΡΤΟΚΑΛΙ/  
ΜΗΛΟ/ ΒΕΡΥΚΟΚΟ ΛΑΚΩΝΙΑ  
250 ml

96Λ

TO OCT

ΔΩΡΟ  
ΠΑΙΔΙΚΟ  
ΒΙΒΛΙΟ



ΣΕΤ  
6 τεμ.

ΔΩΡΟ  
ΦΡΟΥΤΟΠΟΤΟ  
ΠΟΡΤΟΚΑΛΙ/  
ΜΗΛΟ/  
ΒΕΡΥΚΟΚΟ  
1 L



ΠΙΣΤΙΚΟΙ ΧΥΜΟΙ  
ΠΟΡΤΟΚΑΛΙ REFRESH

€1,09Λ

-5% €1,04Λ

TO OCT

ΔΩΡΟ  
ΦΡΟΥΤΟΠΟΤΟ  
ΠΟΡΤΟΚΑΛΙ/  
ΜΗΛΟ/  
ΒΕΡΥΚΟΚΟ  
1 L



ΦΡΟΥΤΟΠΟΤΟ  
ΡΟΔΑΚΙΝΟ REFRESH  
1 L

€1,09Λ

-5% €1,04Λ

TO OCT

ΦΡΟΥΤΟΠΟΤΟ ΑΜΙΤΑ FUN  
200 ml  
σε 3 γυάλιες

€2,16Λ

TO OCT

ΣΤΗΝ ΑΝΑΓΡΑΦΟΜΕΝΗ ΤΙΜΗ ΤΩΝ  
ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΟΥΠΟΝΙ Ή ΣΤΙΚΕΡ  
ΕΧΕΙ ΑΒΑΙΡΕΘΕΙ Η ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΗ ΑΞΙΑ



# Προϊόν Carrefour

σημαίνει: ποιότητα και οικονομία.



ΓΛΑΥΡΗ  
ΣΤΡΑΓΓΙΣΤΟ  
με 10% λιπαρά  
2 x 200 g

€1,38λ

-10%  
€1,24λ  
ΤΙΜΗ ΜΕ ΚΑΡΤΑ  
CLUB CARREFOUR



ΓΚΟΦΡΕΤΙΝΙΑ  
ΒΙΕΝΝΟΙΣ  
ΜΕ  
ΠΡΑΛΙΝΑ  
250 g

€1,28λ

-10%  
€1,15λ  
ΤΙΜΗ ΜΕ ΚΑΡΤΑ  
CLUB CARREFOUR



ΧΑΛΩΡΟΛΕΥΚΑΝΤΙΚΟ  
ULTRA  
1250 ml  
σε 3 τόνους

€1,21λ

-10%  
€1,09λ  
ΤΙΜΗ ΜΕ ΚΑΡΤΑ  
CLUB CARREFOUR



## ΚΕΡΔΙΣΤΕ

ΤΥΧΕΡΟ ΚΟΥΠΟΝΙ ΜΕ ΔΩΡΟ  
ΣΧΟΛΙΚΗ ΤΣΑΝΤΑ ΡΟΛΟ,  
ΚΑΣΕΤΙΝΕΣ ή ΤΕΤΡΑΔΙΑ  
ΑΓΟΡΑΖΟΝΤΑΣ 2  
ΑΠΟ ΤΑ ΠΑΡΟΝΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ  
KELLOGG'S

ΔΗΜΗΤΡΙΑΚΑ COCO POPS,  
CHOCOS  
ή FROSTIES KELLOGG'S  
375 g

€2,50λ

## ΚΕΡΔΙΣΤΕ

ΤΥΧΕΡΟ ΚΟΥΠΟΝΙ ΜΕ ΔΩΡΟ ΜΠΑΛΕΣ  
ΜΠΑΣΚΕΤ, ΣΧΟΛΙΚΑ ΣΑΚΙΔΙΑ, ΤΕΤΡΑΔΙΑ  
ή ΦΑΝΕΛΕΣ ΜΠΑΣΚΕΤ ΜΟΛΤΟ ΑΓΟΡΑΖΟΝΤΑΣ  
ΕΝΑ ΑΠΟ ΤΑ ΠΑΡΟΝΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ



ΚΡΟΥΑΣΙΑΝ ΠΡΑΛΙΝΑ  
CHIRICAO  
65 g

50λ



ΚΡΟΥΑΣΙΑΝ ΜΕ ΚΑΚΑΟ  
ΜΟΛΤΟ WAY  
85 g

52λ

## ΚΕΡΔΙΣΤΕ

ΤΥΧΕΡΟ ΚΟΥΠΟΝΙ ΜΕ ΔΩΡΟ  
ΕΚΤΥΠΩΤΗ ΒΡΙΣΚΟΝΤΑΣ ΤΟ  
ΤΥΧΕΡΟ ΣΗΜΑ ΣΤΙΣ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΕΣ  
ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΥ

ΣΤΕ  
3 τόνους



ΜΠΙΣΚΟΤΑ ΓΕΜΙΣΤΑ ΚΑΚΑΟ  
ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΥ  
200 g

€2



Με τις πρέσ μας,  
είστε πάντα  
κερδισμένοι!

Κρατάμε τις υποσχέσεις μας!  
Ή σας επιστρέφουμε τη διαφορά στο 10πλόσιο!

Στα καταστήματα από 10/10/2014. Το κέρδισμα, ως το κέρδισμα, αφορά προϊόντα Carrefour και Carrefour Market. Δεν ισχύει για άλλα προϊόντα.

ΣΤΗΝ ΑΝΑΓΡΑΦΟΜΕΝΗ ΤΙΜΗ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ  
ΜΕ ΚΟΥΠΟΝΙ Ή ΣΤΙΚΕΡ ΕΧΕΙ ΑΦΑΙΡΕΘΕΙ Η  
ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΗ ΑΞΙΑ

# Οι αγαπημένες τους λικουδιές

**ΚΕΡΔΙΣΤΕ**

ΤΥΧΕΡΟ ΚΟΥΠΟΝΙ  
ΜΕ ΔΩΡΟ  
ΥΠΟΤΡΟΦΙΑ  
ΕΝΟΣ ΕΤΟΥΣ ΣΤΟ  
ΦΡΟΝΤΙΣΤΗΡΙΟ  
ΑΓΓΛΙΚΩΝ  
ΕΥΡΟΓΝΩΣΗ



ΚΟΚΟΤΑ MARS, TWIX,  
CANDY ή M&M's

€1,85λ

το τεμ.

**ΚΕΡΔΙΣΤΕ**

ΤΥΧΕΡΟ ΚΟΥΠΟΝΙ  
ΜΕ ΔΩΡΟ  
MOUNTAIN BIKE  
ΑΓΟΡΑΖΟΝΤΑΣ  
4 ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΕΣ  
ΓΛΥΦΙΤΖΟΥΡΙΑ  
BUBBA XTREME



ΓΛΥΦΙΤΖΟΥΡΙΑ  
BUBBA XTREME

29λ

το τεμ.

ΣΕΤ  
2 τεμ.



ΔΩΡΟ  
ΦΟΥΝΤΟΥΝΙΑ  
100 g

ΤΣΙΠΙΣ LAY'S  
με αλάτι  
120 g

€1,74λ



ΔΩΡΟ  
ΝΤΟΣΙΕ

ΜΑΤΟΥΧΟ  
ΜΑ  
ΝΙΚ

€3,89λ



ΣΤΙΚΕΡ  
-23λ

ΣΑΝΤΟΥΙΤΣ ή  
ΧΑΜΠΟΥΡΓΚΕΡ  
ROLLS MISTER  
BREAD  
400 g

€1,05λ

το τεμ.



ΔΩΡΟ  
ΜΟΛΥΒΟΘΗΚΗ

ΓΑΛΑ ΕΒΑΠΟΡΕ  
ΝΟΥΝΟΥ  
με 1,5% λιπαρά  
8 x 415 g

€6,05λ



ΔΩΡΟ  
ΜΟΛΥΒΟΘΗΚΗ

ΑΙΔΙΚΟ ΓΑΛΑ ΕΒΑΠΟΡΕ  
NULAC ή ΝΟΥΝΟΥ KID  
8 x 415 g

€6,39λ



ΜΟΛΥΒΟΘΗΚΗ  
JELLY-POP  
ECLAIR ΛΑΒΔΑ

€3,49λ

**ΚΕΡΔΙΣΤΕ**

CD ΜΕ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΒΡΙΣΚΟΝΤΑΣ  
ΤΟ ΤΥΧΕΡΟ ΚΟΥΠΟΝΙ ΜΕΣΑ ΣΤΙΣ  
ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΕΣ ΣΧΟΛΙΚΟΥ  
ΛΕΩΦΟΡΕΙΟΥ ΑΛΛΑΤΙΝΗ



ΔΩΡΟ  
ΜΟΛΥΒΟΘΗΚΗ

ΣΧΟΛΙΚΟ ΛΕΩΦΟΡΕΙΟ ΜΕ  
ΠΟΙΚΙΛΙΑ ΜΠΙΣΚΟΤΩΝ  
ΑΛΛΑΤΙΝΗ

€6,69λ



ΚΟΥΠΟΝΙ  
-60Λ



ΑΤΟΜΙΚΕΣ  
ΠΙΤΣΕΣ ΒΕΑΤ  
NINE  
580 g

€3,09Λ



ΚΟΥΠΟΝΙ  
-20Λ

ΛΟΥΚΑΝΙΚΑ  
ΠΑΡΜΕΖΑΝ.  
ΣΑΜΠΡΟΡΙΟ  
200 g

€89



ΚΟΥΠΟΝΙ  
-20Λ

ΦΕΤΑ ΣΕ ΑΛΑ  
ΔΕΛΦΟΙ  
400 g

€3,0



ΑΓΟΡΑΖΟΝΤΑΣ  
1 ΤΕΜ. ΓΡΑΒΙΕΡΑ  
ΔΕΛΦΟΙ ΕΧΕΤΕ  
ΕΠΙΠΛΕΟΝ  
ΕΚΠΤΩΣΗ -20Λ

ΓΡΑΒΙΕΡΑ ΔΕΛΦΟΙ  
ασαλευσμένη

€9,65Λ

το κιλό



ΚΟΥΠΟΝΙ  
-14Λ

ΤΡΙΓΩΝΟ ΤΥΡΙ LA VACHE  
QUI RIT  
400 g

€2,91Λ



ΚΟΥΠΟΝΙ  
-10Λ

ΤΥΡΙ ΜΙΝΙ BABYBEL LA VACHE  
QUI RIT  
130 g

€1,3



ΣΤΙΚΕΡ  
-23Λ

ΤΥΡΙ ΣΕ ΦΕΤΕΣ EMMENTAL  
ή GOUDA HOCHLAND  
200 g

€1,52Λ



ΔΩΡΟ

ΤΕΤΡΑΔΙΟ ΑΓΟΡΑΖΟΝΤΑΣ  
2 ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΕΣ ΑΥΓΑ  
"ΧΡΥΣΑ ΑΥΓΑ"

6οδα ΑΥΓΑ ΗΜΕΡΑΣ LARGE  
"ΧΡΥΣΑ ΑΥΓΑ"  
63 έως 73g

€1,15Λ



6οδα ΑΥΓΑ ΚΑΘΕ ΜΕΡΑ  
MEDIUM "ΧΡΥΣΑ ΑΥΓΑ"  
53 έως 63g

€1,75Λ



ΣΟΚΟΛΑΤΟΥΧΟ  
ΓΑΛΑ ΜΙΛΚΟ  
500 ml

€1,05Λ



ΓΑΛΑ ΥΨΗΛΗΣ  
ΠΑΣΤΕΡΙΩΣΗΣ  
ΝΟΥΝΟΥ KID  
1 L

€1,20Λ



ΦΡΟΥΤΟΠΟΤΟ  
ΠΟΡΤΟΚΑΛΙ FRUIT  
ON THE GO  
500 ml

€97Λ



Με τις τιμές μας  
είστε πάντα  
κερδισμένοι!

Κοιτάμε τις υποσχέσεις μας!  
Ή σας επιστρέφουμε τη διαφορά στο 10ηλόδο!

Στην περίπτωση αυτή κάθε 10€ υποχρέωση, το διάστημα, από τη συμπλήρωση φάσης προϊόντος, μέχρι να ελεγχθεί και ελεγχθεί.

ΣΤΗΝ ΑΝΑΓΡΑΦΟΜΕΝΗ ΤΙΜΗ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ Μ  
ΚΟΥΠΟΝΙ Η ΣΤΙΚΕΡ ΕΧΕΙ ΑΦΑΙΡΕΘΕΙ Η ΑΝΤΙΣΤΟΙΧ



# Νοστιμιές από το ψυγείο



ΣΤΗΘΟΣ ΓΑΛΟΠΟΥΛΑΣ ΣΑΜΡΟΦΡΙΟ  
440 g

€3,67λ



ΔΩΡΟ  
η μία

ΑΤΟΜΙΚΕΣ ΤΥΡΟΠΙΤΕΣ ή ΣΠΑΝΑΚΟΠΙΤΕΣ  
ΚΑΝΑΚΙ  
125 g

€2,09λ



ΣΤΙΚΕΡ  
-50λ

ΜΑΡΙΑ ΛΩΡΙΔΕΣ  
ΚΑΛΛΙΜΑΝΙΣ

€3,30λ



ΚΟΥΡΟΝΙ  
-30λ

ΜΠΟΥΚΙΕΣ ΨΑΡΙΩΝ  
ΠΑΝΕ VICI  
400 g

€2,80λ



ΕΠΙΔΟΡΠΙΟ ΓΛΑΥΡΤΙΟΥ  
ΜΕ ΜΠΑΝΑΝΑ JUNIOR  
ΦΑΓΕ  
150 g

€88λ

## Προϊόν Carrefour



ΠΑΓΩΤΙΝΙΑ  
ΠΟΙΚΙΛΙΑ ή ΣΟΚΟΛΑΤΑ  
10 x 25 ml

€2,12λ

-10%  
€1,91λ  
ΤΙΜΗ ΜΕ ΚΑΡΤΑ  
CLUB CARREFOUR

Εγγύηση ποιότητας Carrefour



ΠΑΓΩΤΑ CARTE D'OR ALGIDA  
σε 6 γεύσεις  
1L

€4,45λ

## ΔΩΡΟ

VIENETTA BROWNIE  
ΑΓΟΡΑΖΟΝΤΑΣ 2  
ΠΑΓΩΤΑ CARTE D'OR  
750 ml - 1L



ΠΑΓΩΤΟ CARTE D'OR ORIGIN  
ALGIDA  
750 ml  
σε 5 γεύσεις

€5,72λ



ΣΕΤ  
3 τεμ.

ΠΑΡΙΖΑΚΙ  
ΝΙΚΑΣ  
370 g

ΣΧΟΛΙΚΗ  
ΚΑΣΕΤΙΝΑ

€5,95λ

**1+1 ΔΩΡΟ**

ΥΓΡΟ ΠΙΑΤΩΝ  
DOSIA ΜΕ ΞΥΔΙ  
750 ml

**€1,69λ**

ΣΤΙΚΕΡ  
-€2,35λ

**2,35λ**

**ΔΩΡΟ**  
ΘΗΚΗ ΠΕΡΙΟΔΙΚΩΝ

ΑΠΟΡΡΥΠΑΝΤΙΚΟ ΠΛΥΝΤΗΡΙΟΥ ΡΟΥΧΩΝ ARIEL 72 μεζ, σε 2 τύπους

**€19,9λ**



ΣΤΙΚΕΡ  
-€2

**2€**

ΒΟΗΘΗΤΕΡΑ

**ΔΩΡΟ**  
ΘΗΚΗ ΠΕΡΙΟΔΙΚΩΝ

ΥΓΡΟ ΑΠΟΡΡΥΠΑΝΤΙΚΟ ΠΛΥΝΤΗΡΙΟΥ ΡΟΥΧΩΝ ARIEL 4,5 L

**€15,9λ**



**ΔΩΡΟ**  
ΤΑ 400 ml

ΜΑΛΑΚΤΙΚΟ ΡΟΥΧΩΝ SOUPLINE 4 l, σε 8 αρώματα

**€5,25λ**

**-10%** **€4,73λ**  
ΤΙΜΗ ΜΕ ΚΑΡΤΑ CLUB CARDIFOUR

**1+1 ΔΩΡΟ**

ΛΕΥΚΑΝΤΙΚΟ ΡΟΥΧΩΝ ΕΥΡΗΚΑ SENSO 1 L

**€1,59λ**

ΣΕΤ 3 τεμ.

**ΔΩΡΟ**  
ΤΟ ΚΥΒ

ΛΕΥΚΑΝΤΙΚΟ ΡΟΥΧΩΝ ΕΥΡΗΚΑ 75 g

**69λ**

**ΔΩΡΟ**  
ΑΡΩΜΑΤΙΚΟ ΠΛΥΝΤΗΡΙΟΥ ΠΙΑΤΩΝ CALGONIT 20 τεμ.

ΑΠΟΡΡΥΠΑΝΤΙΚΟ ΠΛΥΝΤΗΡΙΟΥ ΠΙΑΤΩΝ CALGONIT LEMON 3in1 48 ταμπλέτες

**€12,50λ**

ΣΤΙΚΕΡ  
-€2

**ΔΩΡΟ**  
ΤΑ 600 ml

ΥΓΡΟ ΓΕΝΙΚΟΥ ΚΑΘΑΡΙΣΜΟΥ BREF 1,5 L σε 3 τύπους

**€1,49λ**

**-10%** **€1,34λ**  
ΤΙΜΗ ΜΕ ΚΑΡΤΑ CLUB CARDIFOUR

ΣΕΤ 2 τεμ.

ΑΡΩΜΑΤΙΚΟ ΞΘΟΥ ΚΟΥΖΙΝΑΣ SCOTCH BRITE

**€1,37λ**



ΣΤΗΝ ΑΝΑΓΡΑΦΟΜΕΝΗ ΤΙΜΗ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΟΥΠΟΝΙ Ή ΣΤΙΚΕΡ ΕΧΕΙ ΑΦΑΙΡΕΘΕΙ Η ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΗ ΑΞΙΑ

Με τις τιμές μας είστε πάντα κερδισμένοι!

Κριτίκερ τις υποσχέσεις μας! Ή σας επιστρέφουμε τη διαφορά στο 10ηλόσιο!



www.washright.com

# Λάμπουν από καθαριότητα... και χαρά!



**ΔΩΡΟ**  
ΑΛΜΠΟΥΜ  
ΓΙΑ 200  
ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΣ

ΣΕΡΒΙΕΤΕΣ ALWAYS  
DUORACK  
σε 3 τύπους

€8,50Λ

10 ΔΕΤ



ΚΟΚΚΑΛΑΚΙΑ  
ΗΛΙΟΤΡΟΠΙΟ  
BABYLISS

€4,99Λ



ΥΓΡΑ ΜΑΝΘΛΑΚΙΑ  
SCHOOL HANKIES  
15 τετ.

**ΔΩΡΟ**  
ΣΧΟΛΙΚΗ  
ΚΑΣΕΤΙΝΑ



€3,28Λ

**ΚΕΡΔΙΣΤΕ**

ΕΚΠΩΤΙΚΟ ΚΟΥΠΟΝΙ  
ΑΣΙΑΣ 1€  
ΑΓΟΡΑΖΟΝΤΑΣ 2  
ΟΔΟΝΤΟΚΡΕΜΕΣ ή  
ΟΔΟΝΤΟΒΟΥΡΤΣΕΣ  
COLGATE

ΠΑΙΔΙΚΗ  
ΟΔΟΝΤΟΒΟΥΡΤΣΑ  
LOONEY TUNES  
COLGATE

€2,12Λ



ΠΑΙΔΙΚΗ  
ΟΔΟΝΤΟΚΡΕΜΑ  
LOONEY TUNES  
COLGATE  
75 ml

€2,22Λ



**ΔΩΡΟ**  
ΣΧΟΛΙΚΗ ΤΣΑΝΤΑ  
ή ΣΕΤ  
ΜΑΡΚΑΔΟΡΟΙ

ΠΑΙΔΙΚΟ  
ΑΦΡΟΛΟΥΤΡΟ  
JOHNSON'S  
KIDS  
300 ml  
σε 3 αρώματα

€3,09Λ



ΣΧΟΛΙΚΗ ΤΣΑΝΤΑ  
BANG ON THE  
DOOR  
CAT&FROG

**ΔΩΡΟ**  
ΚΑΣΕΤΙΝΑ

€21,99Λ



ΣΧΟΛΙΚΗ ΤΣΑΝΤΑ  
BANG ON THE  
DOOR  
ELEPHANT&HIPPO

**ΔΩΡΟ**  
ΚΑΣΕΤΙΝΑ

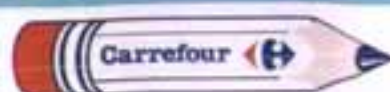
€27,85Λ



**ΔΩΡΟ**  
ΣΧΟΛΙΚΗ ΤΣΑΝΤΑ  
ή ΣΕΤ  
ΜΑΡΚΑΔΟΡΟΙ

ΠΑΙΔΙΚΟ  
ΣΑΜΠΟΥΑΝ  
JOHNSON'S  
KIDS  
300 ml  
σε 3 αρώματα

€3,09Λ



ΕΝΑ ΕΚΠΛΗΚΤΙΚΟ ΔΩΡΟ ΓΙΑ ΟΛΟΥΣ ΤΟΥΣ ΝΕΑΡΟΥΣ ΜΑΣ ΦΙΛΟ



ΤΟ ΔΩΡΟ ΙΣΧΥΕΙ ΜΕΧΡΙ ΕΞΑΝΤΛΗΣΕΩΣ ΤΩΝ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ  
ΓΙΑ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΑΠΕΥΘΥΝΘΕΙΤΕ ΣΤΗΝ  
ΥΠΟΔΟΧΗ ΤΩΝ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ ΜΑΣ

**Με τις τιμές μας, είστε πάντα κερδισμένοι!**

**Επώνυμα και φθηνά!**

Σε όλα τα προϊόντα με το σημάδι...

**©ΘΗΝΟΤΕΡΑ**

**Η καλύτερη ποιότητα στις καλύτερες τιμές!**

Σε όλα τα προϊόντα της μάρκας...

**Carrefour**

**Οι χαμηλότερες τιμές!**

Σε όλα τα προϊόντα με το σημάδι...

**1 ΤΟ ΣΦΟΔΡΙΣΤΕΡΟ**

**Κρατάμε τις υποσχέσεις μας!**

Η σας επιστροφή τη διαφορά στις **10πλάσιες**

**Carrefour**

ΑΘΗΝΑ: ΑΘΗΝΩΝ: Λεωφ. Αθηνών 93 - 97, 210 34.88.800 ΛΑΛΙΜΟΥ: Παλαιστής 1 & Λαμία, 210 98.80.986 ΑΜΑΡΟΥΣΙΟΥ: Λεωφ.Κηφισίας 41-43, 210 61.61.661 ΔΗΜΕΤΡΟΠΟΛΙΣ ΠΑΤΡΩΝ: 27 & Κηφισίας 7, 210 64.19.700 ΓΕΡΑΚΑ: Λεωφ. Μαραθώνος 131, 210 66.01.300 ΜΑΙΟΥ: Λεωφ. Δημοκρατίας 67Α, 210 23.70.000 ΝΙΣΙΩΝΙΑΣ: Ιφικλείας 47, 210 27.17.781 ΠΛΑΚΑΙΑ Π.Π.ΡΟ. & Κηφισίας, 210 34.02.100 ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ: ΕΥΚΑΡΠΙΑΣ: Περιφερειακή Οδός Η.Σκουρτίου, 2310 691.300 ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ: Τσιμισίου 7, ΘΕΣ/ΝΗΚΗΣ, 2310 499.100 ΛΑΡΙΣΑ: 3ο χιλ. Λογ. Τυρνόβου, 2410 563.400 ΗΡΑΚΛΕΙΟ ΚΡΗΤΗΣ: Τηλ. Στρατηγόπουλος, 2810 312.767 ΠΑΤΡΑ: Γλαύκου 9, Περσική Περιβάλα από περιμετρική Πατρίων - ελεύθερο Γλαύκου, 2610 630

Αν μετανιώσετε για κάποια αγορά που κάνατε σας επιστρέφουμε τα χρήματα της αξίας αυτού του αντικειμένου με την προϋπόθεση να το επιστρέψετε μέσα στη συσκευασία του στις επόμενες 8 ημέρες και παρουσιάζοντας την αποδειξη του ταμείου (εξαιρούνται CD, κινητά τηλέφωνα, CD-ROM, DVD, προγράμματα πληροφορικής, βιντεοκασέτες και σαφύρια).

**ΣΥΜΦΩΝΙΑ ΕΠΙΣΤΡΟΦΗΣ**  
Αν αγοράσετε ένα προϊόν από εμάς και σε διάστημα 10 ημερών βρείτε το ίδιο προϊόν φθηνότερα σε ακτίνα 30 χιλμ. από το κατάστημά μας, όχι σε προσφορά ή με έκπτωση, θα σας επιστρέψουμε τη διαφορά αφού ελέγξουμε ότι αυτό ισχύει.

ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΤΩΝ ΕΠΙΤΟΚΩΝ ΔΟΣΕΩΝ ΙΣΧΥΕΙ ΜΟΝΟ ΓΙΑ ΗΛΕΚΤΡΙΚΑ ΚΑΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΒΙΒΛΙΑ ΑΣΙΑΣ ΑΝΩ ΤΩΝ €200. ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΤΩΝ 4 ΕΩΣ 24 ΕΠΙΤΟΚΩΝ ΔΟΣΕΩΝ ΜΕ ΚΑΡΤΕΣ: VISA: ΔΥΝΑΜΙΣ, ΖΥΓΗ ΑΘΗΝΑ ΣΕΧΑ ΠΡΟΣΩΠΩΝ ΚΑΙ ΕΣΤΡΩΣ, ΑΡΤΥΝΗ ΑΘΗΝΑ 2004 ΠΡΟΣΩΠΩΝ ΚΑΙ ΕΣΤΡΩΣ, ΑΛΦΑΜΑΚΗ ΠΡΟΣΩΠΩΝ ΚΑΙ ΕΣΤΡΩΣ, ΑΛΦΑΜΑΚΗ ΕΣΤΡΩΣΗ ΝΕΑ ΣΠΕΡΜΑΤΑ ΤΩΝ ΑΣΗΛΑΜΩ, ΙΣΟΚΟΑΙΣΙΑ, ΚΥΡΟΥ ΝΗ CLASSIC, ΝΥΧΟΣ ΝΗ ΕΣΤΡΩΣΗ, ΝΟ ΒΑΝΚ ΕΣΤΡΩΣΗ, ΠΛΗΘΟΣ ΤΡΑΠΕΖΩΝ. MASTERCARD: SONY GOLD JAZZ, SONY JAZZ, ΤΕΝΟΚΙ, PEARCE, STANDARD INOVA, GOLD CARD INOVA BANK, EUROCARD ΕΘΝΙΚΗ, EXECUTIVE EUROCARD ΕΘΝΙΚΗ, GOLD INOVA, EMPORION, EUROBANK, ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ-ΘΡΑΚΗΣ, GRAND GOLD BANK, EUROBANK, AMER EXPRESS, ΠΡΑΣΙΝΗ ΠΡΟΣΩΠΩΝ ΚΑΙ ΕΣΤΡΩΣΗ, ΖΥΓΗ ΠΡΟΣΩΠΩΝ ΚΑΙ ΕΣΤΡΩΣΗ, ΠΟΣΙΤΩΝ, ΒΙΒΛΙΑ DINERS: ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΤΡΑΠΕΖΕΣ ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΤΩΝ 4 ΕΩΣ 24 ΕΠΙΤΟΚΩΝ ΔΟΣΕΩΝ ΙΣΧΥΕΙ ΚΑΡΤΑ ΔΥΝΑΜΙΣ VISA ΤΗΝ ΟΠΟΙΑ ΧΡΗΣΙΖΕΤΕ ΣΤΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΜΑΣ ΜΕΧΡΙ ΤΙΣ 30 ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΑ. ΕΠΙΤΟΚΙΟ 12%, ΣΠ: 0,15643

**Ώρες λειτουργίας:**  
08.30 π.μ. - 21.00 μ.μ.  
(Δευτέρα - Παρασκευή)  
08.30 π.μ. - 18.00 μ.μ.  
(Σάββατο)

**Ώρες λειτουργίας Πατρών:**  
08.30 π.μ. - 21.00 μ.μ. (Δευτ./Τρ./Πέμ./Παρ.)  
08.30 π.μ. - 16.00 μ.μ. (Τετάρτη)  
08.30 π.μ. - 18.00 μ.μ. (Σάββατο)

Οι τιμές ισχύουν έως **20 Σεπτεμβρίου**

**ΕΥΡΩ = 340,73 ΔΡΧ.**

**εξοφλες ηλεκτρονικά**

Τα εμπόρευμα με τις τιμές που αναγράφονται στο φυλλάδιο θα τα βρείτε στο κατάστημά μας με την προϋπόθεση της έγκαιρης παράδοσής τους από τους προμηθευτές και μέχρι εξαντλήσεως των αποθεμάτων. Η CARREFOUR δεν φέρει καμία ευθύνη για τυχόν τυπογραφικά λάθη. Διατηρούμε το γνήσιο μας ενδιαφέρον. Παρακαλούμε ανακαλύψτε μαζί με φίλους τα φθηνότερα προϊόντα.

**ΟΜΙΛΟΣ ΑΛΦΑ – ΒΗΤΑ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ**

Η εταιρία ΑΛΦΑ ΒΗΤΑ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε. ιδρύθηκε το 1969 και μέχρι τον Ιούνιο του 1988 η επωνυμία της ήταν ΑΛΦΑ ΒΗΤΑ Γ. & Χ. ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε. SUPER – MARKETS. Η επωνυμία της εταιρίας άλλαξε το 1999 από ΑΛΦΑ ΒΗΤΑ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ «GASTRONOMIA – DELICATESSEN» σε ΑΛΦΑ ΒΗΤΑ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε. Το 1990 η εταιρία εισήχθη στο Χρηματιστήριο Αξιών Αθηνών. Στον όμιλο ανήκουν οι εταιρίες ΤΡΟΦΟ Α.Ε. και ΕΝΑ Α.Ε. οι οποίες εξαγοράστηκαν τον Ιανουάριο του 2001. Οι δραστηριότητες του ομίλου δεν περιορίζονται μόνο σε σούπερ – μάρκετ αλλά και σε cash & carry.

Η πλειοψηφία των μετοχών ανήκει στη Βελγική εταιρία πωλήσεων DELHAIZE «THE LION» GROUP S.A., η οποία διαθέτει καταστήματα σε Ευρώπη, Αμερική και Ασία. Η DELHAIZE λειτουργεί σε 11 χώρες με 2.112 καταστήματα και προσωπικό 124.933 άτομα. Οι συνολικές πωλήσεις της DELHAIZE ανήλθαν το 1999 στα 577,3 δις. βελγικά φράγκα.

Η εταιρία ΤΡΟΦΟ Α.Ε. ιδρύθηκε το 1985 με έδρα τον Πειραιά, η οποία μεταφέρθηκε το 1987 στη Μάνδρα Αττικής. Προήλθε από μετατροπή σε Α.Ε. της ΤΡΟΦΟ ΕΠΕ, η οποία είχε ιδρυθεί το 1975. Η εταιρία ΕΝΑ Α.Ε. ιδρύθηκε το 1991, με έδρα την Μάνδρα Αττικής, η οποία ανέλαβε και ανέπτυξε το τμήμα χονδρικής που είχε ξεκινήσει η μέτοχος εταιρία ΤΡΟΦΟ Α.Ε. Και οι δύο εταιρίες ανήκαν στον όμιλο ΣΠΑΝΟΥ.

Τα εμπορικά σήματα των καταστημάτων του ομίλου είναι: ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ, SUPER MARKETS ΤΡΟΦΟ και ΕΝΑ CASH & CARRY. Στον όμιλο απασχολούνται 3.340 άτομα.

Η ΑΛΦΑ ΒΗΤΑ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε. εκμεταλλεύεται 53 καταστήματα σε όλη την Ελλάδα, από τα οποία σαράντα (40) στην Αττική, οκτώ (8) στην Πελοπόννησο, δύο (2) στη Στερεά Ελλάδα και τρία (3) στη Βόρεια Ελλάδα. Μέχρι το τέλος του 2000, τα καταστήματα MEGA ανήρχοντο σε οκτώ (8).

Η ΤΡΟΦΟ Α.Ε. διαθέτει 16 καταστήματα στο νομό Αττικής, έξι (6) καταστήματα στη Στερεά Ελλάδα, δύο (2) στη Βόρεια Ελλάδα, οκτώ (8) στην Πελοπόννησο, δύο (2) στα νησιά του Αιγαίου, τρία (3) στην Ήπειρο και τρία (3) στα νησιά του Ιονίου. Επίσης, η εταιρία ΕΝΑ Α.Ε. διαθέτει 13 cash & carry, εκ των οποίων 11 βρίσκονται εκτός Αττικής.

Όλα τα καταστήματα και τα τμήματα του ομίλου υποστηρίζονται από ένα ευέλικτο δίκτυο εξειδικευμένων μηχανογραφικών δυνατοτήτων, καθώς και με τη μέθοδο Scanning. Επίσης, ο όμιλος είναι χρήστης συστημάτων ηλεκτρονικής μεταφοράς δεδομένων (EDI).

Σε ορισμένες περιπτώσεις ο όμιλος χρησιμοποιεί τις υπηρεσίες τρίτων για την αποθήκευση, διανομή και μεταφορά των προϊόντων της. Ο όμιλος διαθέτει δύο κεντρικές αποθήκες. Η μία βρίσκεται στο 27<sup>ο</sup> χλμ. Παλαιάς Εθνικής Οδού Αθηνών – Θηβών στη Μάνδρα Αττικής με 36.000 τ.μ. κάλυψης και η άλλη στο Καλοχώρι Θεσσαλονίκης με 2.000 τ.μ. κάλυψης.

Χαρακτηριστικό της εταιρίας ΑΛΦΑ ΒΗΤΑ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε. είναι η μεγάλη ποικιλία ειδών διατροφής που προσφέρει, καθώς και η διάθεση ετοιμού φαγητού και η κατ οίκον διανομή του. Επιπλέον, σημαντικές παράμετροι της ανάπτυξης της επιχείρησης είναι η δημιουργία μικρού μεγέθους καταστημάτων και η χρήση της κάρτας AB plus. Η κάρτα AB plus δίνει τη δυνατότητα στον καταναλωτή με τη συμπλήρωση κάποιων πόντων μετά από κάθε αγορά, να κερδίσει μεγάλα δώρα και εκπτώσεις σε ολόκληρες κατηγορίες προϊόντων. Δεν είναι πιστωτική, δεν έχει συνδρομή, ούτε ημερομηνία λήξης.

Ο όμιλος ΑΛΦΑ ΒΗΤΑ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε. στα πλαίσια της επικοινωνιακής πολιτικής του, συμπεριλαμβάνει και την αποστολή των προϊόντων στο σπίτι (home delivery). Η αποστολή γίνεται για αγορές άνω των 60 ΕΥΡΩ χωρίς καμία επιβάρυνση του καταναλωτή.

Σημειώνεται ότι, ο όμιλος διαθέτει 600 κωδικούς προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας σε τυποποιημένα προϊόντα, απορρυπαντικά, καλλυντικά, μη τρόφιμα και σε μικρό ποσοστό σε κατεψυγμένα. Τα προϊόντα αυτά καλύπτουν ποσοστό της τάξεως του 6% επί των συνολικών πωλήσεων.

Οι καθαρές πωλήσεις της ΑΛΦΑ ΒΗΤΑ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε. το 1999 ανήλθαν σε 148,8 δις. δρχ. και το 2000 σε 170,2 δις. δρχ. (αύξηση 14,4%).

Οι συνολικές πωλήσεις της ΤΡΟΦΟ Α.Ε. ανήλθαν το 1999 σε 57,06 δις. δρχ. και το 2000 σε 56,1 δις. δρχ. Ο κύκλος εργασιών της ΕΝΑ Α.Ε. ανήλθε το 1999 σε 40,2 δις. δρχ. και το 2000 σε 39,46 δις. δρχ.

Ακολουθεί κατάλογος των καταστημάτων του ομίλου ανά περιοχή.

Οι τύποι των καταστημάτων βάσει τ.μ. είναι οι εξής:

- MEGA: 2.000 – 3.000 τ.μ.



# τι καλά σας φέρνει η Άλφα Βήτα Plus;

## σας φέρνει όλο και περισσότερα

### τί είναι η Άλφα Βήτα Plus;

Είναι η κάρτα που κάνει τις αγορές σας στα καταστήματά μας ακόμα πιο συμφέρουσες. Δεν είναι πιστωτική, δεν έχει συνδρομή, ούτε ημερομηνία λήξης.

### πώς την αποκτάτε;

Αμέσως και δωρεάν, συμπληρώνοντας μια Αίτηση Χορήγησης, στο Τμήμα Εξυπηρέτησης Πελατών του καταστήματος ΑΛΦΑ ΒΗΤΑ που συνήθως κάνετε τις αγορές σας ή μέσω internet στη διεύθυνση [www.ab.gr](http://www.ab.gr).



### πώς λειτουργεί η κάρτα Plus;

Κάθε φορά που κάνετε τις αγορές σας στα καταστήματά μας δείχνετε την κάρτα σας ΑΛΦΑ ΒΗΤΑ Plus στο ταμείο και συγκεντρώνετε πόντους Plus.

Κάθε πόντος ισοδυναμεί με έκπτωση 3 λεπτών.

### πώς συγκεντρώνετε πόντους;

Με πολλούς τρόπους:

- 1 πόντος για κάθε 2,94 € αγορών σας.
- 1 πόντος για κάθε Αλφαβητικό Προϊόν που αγοράζετε.
- Πολλούς πόντους με τις προσφορές του έντυπου Plus που κυκλοφορεί κάθε 15 μέρες στα καταστήματά μας, αλλά και με τις προσφορές των καταστημάτων μας.

### τί κερδίζετε με τους πόντους;

Με κάθε 200 πόντους κερδίζετε αυτόματα στο ταμείο μια Επιταγή Έκπτωσης αξίας 6,00 € που αφαιρούνται από το λογαριασμό σας σε μια επόμενη επίσκεψή σας.



Παράδειγμα: Αν ο λογαριασμός σας είναι 30 € κερδίζετε:

- 10 πόντους από τις αγορές σας.
- 5 πόντους αν προτιμήσετε 5 Αλφαβητικά προϊόντα.
- 20 πόντους αν επιλέξετε 4 προϊόντα που καθένα τους σας προσφέρει 5 πόντους Plus.

Κερδίζετε δηλαδή συνολικά 35 πόντους Plus! Δηλαδή 1,05 €.

Γι' αυτό μην την ξεχνάτε στο σπίτι σας.

Είναι έξυπνο να κερδίζετε καθημερινά!

### τί άλλα σας προσφέρει η ΑΛΦΑ ΒΗΤΑ Plus;

- Μεγάλα Δώρα και μοναδικές προσφορές
- Εκπτώσεις σε ολόκληρες κατηγορίες προϊόντων.
- Εκπαιωτικά κουπόνια, που σας στέλνουμε στο σπίτι.
- και πολλές Εκπληξίες

### απορίες & συμβουλές

#### 1. Κερδίζω από όλα τα ΑΛΦΑ ΒΗΤΑ & ΤΡΟΦΟ;

- Βεβαίως, απ' όπου και αν φωνίζετε!

Οι πόντοι που συγκεντρώνετε σε άλλα καταστήματα, μεταφέρονται αυτόματα μετά από 3 μέρες, στο κατάστημα που έχετε εκδώσει την κάρτα σας (HOME STORE).

#### 1. Πως βλέπω τους πόντους μου;

- Τους βλέπετε αναλυτικά στην απόδειξή σας. Το σύνολο όμως των πόντων σας εμφανίζεται μόνο στο κατάστημα που έχετε εκδώσει την κάρτα σας (HOME STORE), από το οποίο - και μόνο - παίρνετε την επιταγή σας.



#### 3. Πως κερδίζω περισσότερες δωροεπιταγές;

- Χρησιμοποιώντας τα έντυπα Plus, σαν οδηγό αγορών, γιατί κερδίζετε έξυπνα και γρήγορα περισσότερους πόντους Plus.

**30% 20% 10% 20%**  
**15% 10% 8%**

**Plus**  
 Η ΠΡΟΤΙΜΗΧΗ ΣΑΣ ΑΝΤΑΜΕΙΒΕΤΑΙ

...πόντους ακόμα και στις μικρές καθημερινές αγορές σας  
 ...εκπτώσεις σε προϊόντα ή κατηγορίες προϊόντων των καταστημάτων μας  
 ...δώρα αγαστημένων σας εταιριών κάθε 15ήμερο στο έντυπο plus  
 ...και πολλές εκπληξίες που ετοιμάζει η Άλφα Βήτα Plus συνεχώς για σας

Αποστολή στο σπίτι / Home delivery



Πείτε μας τι θέλετε



ΜΕ ΕΝΑ ΤΗΛΕΦΩΝΗΜΑ, FAX ή e-mail

και το έχετε!

Με Δωρεάν αποστολή  
στο σπίτι ή στο γραφείο σας

\* ( ΓΙΑ ΑΓΟΡΕΣ ΑΝΩ ΤΩΝ 60€ )



**Βασιλόπουλος**  
...και του πουλιού το γάλα!

- ΤΡΟΦΟ ΠΑΤΡΑ 2: ΕΓΝΑΤΙΑΣ 3 & ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ - ΑΓ. ΑΛΕΙΣΙΟΣ, ΤΗΛ: (0610) 435035, FAX: (0610) 426341
- ΤΡΟΦΟ ΠΑΤΡΑ 3: ΕΥΒΟΙΑΣ 190 ΖΑΡΟΥΧΛΕΪΚΑ, ΤΗΛ: (0610) 335727, FAX: (0610) 311338
- ΤΡΟΦΟ ΠΑΤΡΑ 4: ΑΛΕΞ. ΠΑΠΑΝΑΣΤΑΣΙΟΥ 124 & ΖΕΡΒΑ (ΓΩΝΙΑ), ΤΗΛ: (0610) 332521, 339361, FAX: (0610) 332522
- ΑΒ ΠΑΤΡΑ 1: ΑΚΤΗ ΔΥΜΑΙΩΝ & ΠΡΟΕΔΡΟΥ ΜΑΚΑΡΙΟΥ, ΤΗΛ: (0610) 317090-3, FAX: (0610) 317094
- ΑΒ ΠΑΤΡΑ 2: ΕΘ. ΟΔΟΣ ΠΑΤΡΩΝ - ΑΘΗΝΩΝ & ΑΜΕΡΙΚΗΣ, ΤΗΛ: (0610) 451532, FAX: (0610) 453480



- LARGE: 1.200 – 1.600 τ.μ.
- MEDIUM: 800 – 1.100 τ.μ.
- SMALL: 400 – 600 τ.μ.

**ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ ΤΗΣ ΑΛΦΑ ΒΗΤΑ**  
**ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ ΑΕ**

**ΑΤΤΙΚΗ**

ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ		ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ	ΤΥΠΟΣ ΚΑΤ/ΤΟΣ
1.	ΨΥΧΙΚΟ	ΚΗΦΙΣΙΑΣ 228 , Ν.ΨΥΧΙΚΟ	MEGA
2.	MEGA ΘΕΣ/ΝΙΚΗΣ	110 ΧΙΛ. ΘΕΣ/ΝΙΚΗΣ – ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΟΥ	MEGA
3.	ΑΓ. ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ Ι	Λ. ΜΕΣΟΓΕΙΩΝ 316 & ΚΟΝΔΥΛΑΚΗ	LARGE
4.	ΑΓ. ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ ΙΙ	Λ. ΜΕΣΟΓΕΙΩΝ 430	LARGE
5.	ΑΜΠΕΛΟΚΗΠΟΙ	ΚΟΝΟΠΗΣΟΠΟΥΛΟΥ 18 – ΓΕΡΟΥΛΑΝΟΥ & ΓΕΝΝΗΜΑΤΑ 19	SMALL
6.	ΒΑΡΗ	ΛΕΩΦ. ΒΑΡΗΣ, ΚΕΡΚΥΡΑΣ & ΚΕΚΡΩΠΟΣ	MEDIUM
7.	ΒΡΙΛΗΣΣΙΑ	ΛΕΩΦ. ΠΕΝΤΕΛΗΣ 39	LARGE
8.	ΒΥΡΩΝΑΣ	ΚΑΝΑΡΗ 28-30 & Π. ΤΣΑΛΔΑΡΗ 29	SMALL
9.	ΒΥΡΩΝΑΣ	ΚΑΡΑΟΛΗ ΔΗΜΗΤΡΙΟΥ 34	LARGE
10.	ΓΑΛΑΤΣΙ	ΚΑΡΑΪΣΚΑΚΗ 19 & ΒΑΛΑΩΡΙΤΟΥ	SMALL
11.	ΓΛΥΚΑ ΝΕΡΑ	Λ. ΛΑΥΡΙΟΥ 113-115 & ΛΕΟΝΤΑΡΙΟΥ	MEDIUM
12.	ΓΛΥΦΑΔΑ	ΠΛ. ΜΠΙΖΑΝΙΟΥ 2, ΓΛΥΦΑΔΑ	LARGE
13.	ΓΟΥΔΙ	ΚΟΝΙΤΣΗΣ 1 & Γ. ΠΑΠΑΝΔΡΕΟΥ	SMALL
14.	ΕΘΝΙΚΗ	20° ΧΙΛ. ΕΘΝ. ΟΔΟΥ ΑΘΗΝΩΝ – ΛΑΜΙΑΣ	LARGE
15.	ΕΛΛΗΝΙΚΟ	Λ. ΒΟΥΛΙΑΓΜΕΝΗΣ 43-45	MEGA
16.	ΕΡΥΘΡΑΙΑ	ΚΗΦΙΣΙΑΣ 326 , Ν. ΕΡΥΘΡΑΙΑ	MEGA
17.	ΖΩΓΡΑΦΟΥ	ΚΟΥΣΙΔΟΥ 28 & ΥΑΚΙΝΘΩΝ	MEDIUM
18.	ΗΛΙΟΥΠΟΛΗ	ΠΛ. ΕΘΝ. ΑΝΤΙΣΤΑΣΕΩΣ 7, ΑΝΩ ΗΛΙΟΥΠΟΛΗ	MEDIUM
19.	ΙΛΙΟΝ	ΘΗΒΩΝ – ΙΔΟΜΕΝΕΩΣ ΚΑΙ ΑΝΩΝΥΜΟΥ ΟΔΟΥ	LARGE

20.	ΚΑΛΛΙΘΕΑ 09	ΓΡΥΠΑΡΗ 141 , ΚΑΛΛΙΘΕΑ	MEDIUM
21.	ΚΑΛΛΙΘΕΑ	Λ. ΕΛΕΥΘ. ΒΕΝΙΖΕΛΟΥ 284 & ΕΥΡΙΠΙΔΟΥ	MEDIUM
22.	ΚΑΣΤΕΛΑ	ΑΛ. ΠΑΠΑΝΑΣΤΑΣΙΟΥ 21	MEDIUM
23.	ΚΗΦΙΣΙΑ	ΚΑΣΣΑΒΕΤΗ & ΛΕΒΙΔΟΥ 2	MEDIUM
24.	ΚΥΨΕΛΗ	ΑΓ. ΜΕΛΕΤΙΟΥ 35 & ΕΠΤΑΝΗΣΟΥ	MEDIUM
25.	ΚΥΨΕΛΗ ΙΙ	ΚΕΡΚΥΡΑΣ 28 & ΠΛΑΞΩΝ 21	MEDIUM
26.	ΜΕΛΙΣΣΙΑ	ΚΑΛΑΜΒΟΚΗ 2 & Λ. ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑΣ	LARGE
27.	Ν. ΣΜΥΡΝΗ	25 <sup>ης</sup> ΜΑΡΤΙΟΥ 5	MEDIUM
28.	Ν. ΗΡΑΚΛΕΙΟ	Λ. ΚΥΜΗΣ & ΣΚΟΥΦΑ , Ν. ΗΡΑΚΛΕΙΟ	MEDIUM
29.	ΝΕΑ ΙΩΝΙΑ	Λ. ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ 350	MEDIUM
30.	ΠΑΓΚΡΑΤΙ	ΣΠ. ΜΕΡΚΟΥΡΗ 38	MEDIUM
31.	ΠΑΠΑΓΟΣ	ΠΙΝΔΟΥ 116 – 118 ΠΑΠΑΓΟΥ	SMALL
32.	ΠΑΤΗΣΙΑ	ΠΑΤΗΣΙΩΝ 342 & ΓΑΒΡΙΗΛΙΔΟΥ	MEDIUM
33.	ΠΕΡΙΣΤΕΡΙ	ΕΘ. ΜΑΚΑΡΙΟΥ 54 & ΑΓ. ΠΑΥΛΟΥ	MEGA
34.	ΠΕΥΚΗ	Λ. ΕΙΡΗΝΗΣ 48 & ΚΟΡΑΗ	LARGE
35.	ΠΚΕΡΜΙ	Λ. ΜΑΡΑΘΩΝΟΣ 22 Γ	MEDIUM
36.	ΦΑΛΗΡΟ	ΑΓ. ΚΥΡΙΑΚΗΣ 5 & ΧΑΡΙΤΩΝ	MEDIUM
37.	ΦΙΛΟΘΕΗ	ΚΗΦΙΣΙΑΣ & ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΟΥ ΦΙΛΟΘΕΗ	LARGE
38.	ΦΥΛΗΣ	ΦΥΛΗΣ 245 & ΟΛΥΜΠΙΑΣ 27	SMALL
39.	ΧΑΪΔΑΡΙ	Λ. ΑΘΗΝΩΝ 250	LARGE
40.	ΧΟΛΑΡΓΟΣ	ΠΕΡΙΚΛΕΟΥΣ 56	LARGE

### ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ

ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ	ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ	ΤΥΠΟΣ ΚΑΤ/ΤΟΣ	
1.	ΙΣΘΜΟΣ	ΙΣΘΜΟΣ ΚΟΡΙΝΘΟΥ	MEDIUM
2.	ΚΙΑΤΟ	ΚΙΑΤΟΥ ΦΕΝΑΙΟΥ ΘΕΣΗ ΑΓ. ΝΙΚΟΛΑΟΥ	SMALL
3.	ΚΟΡΙΝΘΟΣ	Π. ΕΘΝ. ΟΔΟΣ ΚΟΡΙΝΘΟΥ – ΠΑΤΡΩΝ 91	MEDIUM
4.	ΠΑΤΡΑ Ι	ΑΚΤΗ ΔΥΜΑΙΩΝ & ΠΡΟΕΔΡΟΥ ΜΑΚΑΡΙΟΥ	MEGA
5.	ΠΑΤΡΑ ΙΙ	ΕΘ. ΟΔΟΣ ΠΑΤΡΩΝ – ΑΘΗΝΩΝ & ΑΜΕΡΙΚΗΣ	MEGA
6.	ΠΥΡΓΟΣ	95 <sup>ος</sup> ΧΛΜ. ΕΘΝ. ΟΔΟΥ ΠΑΤΡΩΝ –	LARGE

		ΠΥΡΓΟΥ	
7.	ΣΠΑΡΤΗ	ΘΕΡΜΟΠΥΛΩΝ ΓΚΟΡΤΣΟΛΟΓΛΟΥ	& SMALL
8.	ΤΡΙΠΟΛΗ	ΝΑΥΠΛΙΟΥ 39 & ΟΗΕ & ΔΙΟΤΙΜΑΣ	MEDIUM

## ΣΤΕΡΕΑ ΕΛΛΑΔΑ

ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ		ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ	ΤΥΠΟΣ ΚΑΤ/ΤΟΣ
1.	ΧΑΛΚΙΔΑ	ΓΕΩΡΓ. ΠΑΠΑΝΔΡΕΟΥ & ΑΝΔΡΟΥ 1	MEDIUM
2.	ΛΑΜΙΑ	ΘΕΡΜΟΠΥΛΩΝ & ΚΑΛΑΜΑ & ΔΟΪΡΑΝΗΣ	MEDIUM

## ΒΟΡΕΙΑ ΕΛΛΑΔΑ

ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ		ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ	ΤΥΠΟΣ ΚΑΤ/ΤΟΣ
1.	ΣΟΦΟΥΛΗ	ΣΟΦΟΥΛΗ 54 - 56 & ΚΑΘΗΓ. ΡΩΣΙΔΗ	MEDIUM
2.	ΣΥΝΔΙΚΑ	ΣΥΝΔΙΚΑ 16 ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ	MEDIUM
3.	ΤΟΥΜΠΑ	ΓΡ. ΛΑΜΠΡΑΚΗ 25 & ΣΙΦΝΟΥ 10	MEDIUM

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ ΤΗΣ ΤΡΟΦΟ Α.Ε.

## ΑΤΤΙΚΗ

ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ		ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ	ΤΥΠΟΣ ΚΑΤ/ΤΟΣ
1.	ΚΑΛΟΓΡΕΖΑ	ΜΟΥΤΑΛΑΣΚΗ 53	MEDIUM
2.	ΛΑΜΠΡΙΝΗ	ΣΥΡΑΚΟΥΣΩΝ 56 - 58	MEDIUM
3.	ΠΕΤΡΟΥΠΟΛΗ	ΠΕΤΡΟΥΠΟΛΕΩΣ 96	MEDIUM
4.	ΕΛΕΥΣΙΝΑ	ΠΛΑΤΕΙΑ ΕΘΝΙΚΗΣ ΑΝΤΙΣΤΑΣΕΩΣ	MEDIUM
5.	ΜΕΓΑΡΑ	28 <sup>Η</sup> ΟΚΤΩΒΡΙΟΥ 5	MEDIUM
6.	ΑΓΙΑ ΒΑΡΒΑΡΑ	ΕΛΕΥΘΕΡΙΟΥ ΒΕΝΙΖΕΛΟΥ 95	MEDIUM
7.	ΝΙΚΑΙΑ	ΕΛΛΗΣΠΟΝΤΟΥ 2	SMALL
8.	ΜΕΤΑΜΟΡΦΩΣΗ	ΠΕΥΚΩΝ 26	SMALL
9.	ΧΑΛΑΝΔΡΙ	ΧΙΟΥ 53 - 55	SMALL
10.	ΜΑΡΟΥΣΙ	Β. ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥ 18 & ΠΛΟΥΤΑΡΧΟΥ	SMALL

11.	ΚΑΛΛΙΘΕΑ	ΠΛΑΤΩΝΟΣ 9	MEDIUM
12.	ΠΕΡΙΣΤΕΡΙ 1	ΦΑΡΣΑΛΩΝ 43	SMALL
13.	ΠΕΡΙΣΤΕΡΙ 2	ΚΑΡΠΕΝΗΣΙΟΥ 25	MEDIUM
14.	ΑΣΠΡΟΠΥΡΓΟΣ	ΙΣΙΦΩΡΟΥ ΤΣΙΓΚΟΥ & ΠΕΡ. ΚΑΛΛΕΡΓ.	SMALL
15.	ΑΝΑΒΥΣΣΟΣ	ΛΕΩΦ. ΣΟΥΝΙΟΥ & ΚΑΡΑΜΑΝΛΗ 2	SMALL
16.	ΠΑΤΗΣΙΑ	ΜΟΝΗΣ ΣΕΛΤΣΟΥ & ΠΑΝ. ΜΑΚΡΗ	MEDIUM

## ΣΤΕΡΕΑ ΕΛΛΑΔΑ

ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ		ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ	ΤΥΠΟΣ ΚΑΤ/ΤΟΣ
1.	ΑΓΡΙΝΙΟ 1	ΑΡΓΥΡΟΚΑΣΤΡΟΥ 54	LARGE
2.	ΑΓΡΙΝΙΟ 2	ΣΟΥΛΙΟΥ 18	SMALL
3.	ΧΑΛΚΙΔΑ 1	ΧΑΪΝΑ 271	LARGE
4.	ΧΑΛΚΙΔΑ 2	ΑΡΕΘΟΥΣΗΣ & ΚΙΑΠΕΚΟΥ	MEDIUM
5.	ΧΑΛΚΙΔΑ 3	ΝΕΟΦΥΤΟΥ & ΚΟΤΟΠΟΥΛΗ	SMALL
6.	ΘΗΒΑ	1 <sup>ο</sup> ΧΛΜ. Ε.Ο. ΘΗΒΩΝ - ΛΙΒΑΔΕΙΑΣ	MEDIUM

## ΒΟΡΕΙΑ ΕΛΛΑΔΑ

ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ		ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ	ΤΥΠΟΣ ΚΑΤ/ΤΟΣ
1.	ΒΟΛΟΣ 1	2 <sup>α</sup> ς ΝΟΕΜΒΡΙΟΥ 107	LARGE
2.	ΒΟΛΟΣ 2	ΠΟΥΜΕΡΗ 163 & ΓΑΡΕΦΗ	LARGE

## ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ

ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ		ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ	ΤΥΠΟΣ ΚΑΤ/ΤΟΣ
1.	ΑΡΓΟΣ 1	1 <sup>ο</sup> ΧΛΜ. Ε.Ο. ΑΡΓΟΥΣ - ΝΑΥΠΛΙΟΥ	MEGA
2.	ΑΡΓΟΣ 2	ΜΥΣΤΑΚΟΠΟΥΛΟΥ 8	MEDIUM
3.	ΚΟΡΙΝΘΟΣ	ΚΟΛΟΚΟΤΡΩΝΗ 10	MEDIUM
4.	ΚΑΛΑΜΑΤΑ 1	ΚΡΗΤΗΣ 13	LARGE
5.	ΚΑΛΑΜΑΤΑ 2	ΑΡΤΕΜΙΔΟΣ 99	MEDIUM
6.	ΠΑΤΡΑ 1	ΕΓΝΑΤΙΑΣ 3 & ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	SMALL
7.	ΠΑΤΡΑ 2	ΕΥΒΟΙΑΣ 190 ΖΑΡΟΥΧΛΕΪΚΑ	MEDIUM

8.	ΠΑΤΡΑ 3	ΑΛΕΞ. ΠΑΠΑΝΑΣΤΑΣΙΟΥ 124	SMALL
----	---------	-------------------------	-------

**ΝΗΣΙΑ ΑΙΓΑΙΟΥ**

ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ		ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ	ΤΥΠΟΣ ΚΑΤ/ΤΟΣ
1.	ΜΥΤΙΛΗΝΗ	ΣΜΥΡΝΗΣ 5	MEDIUM
2.	ΡΟΔΟΣ	5 <sup>ο</sup> ΧΛΜ. ΡΟΔΟΥ - ΛΙΝΔΟΥ	LARGE

**ΗΠΕΙΡΟΣ**

ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ		ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ	ΤΥΠΟΣ ΚΑΤ/ΤΟΣ
1.	ΙΩΑΝΝΙΝΑ 1	Μ. ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥ 1	SMALL
2.	ΙΩΑΝΝΙΝΑ 2	ΑΓ. ΜΑΡΙΝΗΣ 24	MEDIUM
3.	ΙΩΑΝΝΙΝΑ 3	ΛΕΩΦΟΡΟΣ ΓΡΑΜΜΟΥ 28	MEGA

**ΝΗΣΙΑ ΙΟΝΙΟΥ**

ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ		ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ	ΤΥΠΟΣ ΚΑΤ/ΤΟΣ
1.	ΚΕΡΚΥΡΑ 1	Ε.Ο. ΚΕΡΚΥΡΑΣ - ΛΕΥΚΙΜΗΣ 27	SMALL
2.	ΚΕΡΚΥΡΑ 2	6 <sup>ο</sup> ΧΛΜ. ΟΔΟΥ ΚΕΡΚΥΡΑΣ - ΠΑΛΛΑΣ	LARGE
3.	ΚΕΡΚΥΡΑ 3	2 <sup>ο</sup> ΧΛΜ. ΟΔΟΥ ΚΕΡΚΥΡΑΣ - ΠΑΛΛΑΣ	LARGE

**ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ ΤΗΣ ΕΝΑ Α.Ε.****CASH & CARRY**

ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ		ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ
1.	ΒΟΛΟΣ	ΕΥΣΤΡΑΤΙΟΥ ΑΡΓΙΝΤΗ & ΘΕΟΔ. ΝΕΓΡΗ
2.	ΧΑΛΚΙΔΑ	ΑΡΕΘΟΥΣΗΣ 148
3.	ΑΡΓΟΣ	1 <sup>ο</sup> ΧΛΜ. ΕΘΝΙΚΗΣ ΟΔΟΥ ΑΡΓΟΥΣ - ΝΑΥΠΛΙΟΥ
4.	ΡΕΝΤΗΣ	ΚΟΝΔΥΛΗ 16
5.	ΣΕΡΡΕΣ	7 <sup>ο</sup> ΧΛΜ. ΣΕΡΡΩΝ - ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ
6.	ΚΑΛΑΜΑΤΑ	ΨΑΡΡΩΝ 106 & ΤΡΙΩΝ ΝΑΥΑΡΧΩΝ
7.	ΠΑΤΡΑ	ΑΓΙΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ, ΡΙΟ ΠΑΤΡΩΝ

8.	ΚΕΡΚΥΡΑ	3 <sup>ο</sup> ΧΛΜ. ΕΘΝΙΚΗΣ ΟΔΟΥ ΚΕΡΚΥΡΑΣ – ΠΕΛΕΚΑ
9.	ΙΩΑΝΝΙΝΑ	5 <sup>ο</sup> ΧΛΜ. ΕΘΝ. ΟΔΟΥ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ – ΗΓΟΥΜΕΝΙΤΣΑΣ
10.	ΗΡΑΚΛΕΙΟ	ΒΙ. ΠΕ. ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ ΚΡΗΤΗΣ
11.	ΚΗΦΙΣΟΣ	ΚΗΦΙΣΟΥ 88 ΑΓ. ΙΩΑΝΝΗΣ ΡΕΝΤΗΣ
12.	ΜΥΤΙΛΗΝΗ	ΚΑΡΑ ΤΕΜΠΕ ΜΥΤΙΛΗΝΗ
13.	ΛΑΡΙΣΑ	6 <sup>ο</sup> ΧΛΜ. ΕΘΝΙΚΗΣ ΟΔΟΥ ΛΑΡΙΣΑΣ – ΣΥΚΟΥΡΙΟΥ

### ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ ΑΛΦΑ – ΒΗΤΑ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ ΣΤΗ ΠΑΤΡΑ

Η εταιρία ΑΛΦΑ – ΒΗΤΑ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε. δραστηριοποιείται στη Πάτρα με δύο (2) καταστήματα. Το πρώτο (1) βρίσκεται επί της οδού Ακτής Δυμαίων και Προέδρου Μακαρίου και το δεύτερο (2) επί της Εθνικής Οδού Πατρών – Αθηνών και Αμερικής. Ο τύπος και των δύο (2) καταστημάτων βάσει τ.μ. είναι MEGA (2.000 – 3.000 τ.μ.).

Στα πλαίσια της έρευνας ασχοληθήκαμε με το κατάστημα επί της οδού Ακτής Δυμαίων και Προέδρου Μακαρίου. Ιδρύθηκε τον Ιούνιο του 1997. Έχει έκταση 3.000 τ.μ. και στους χώρους του περιλαμβάνει μικρότερα μαγαζιά όπως περίπτερα, ανθοπωλεία, αρτοποιείο κτλ. Λειτουργεί δηλαδή σαν εμπορικό κέντρο διευρύνοντας τα πλαίσια ενός τυπικού super – market. Αξίζει να τονιστεί το γεγονός ότι βρίσκεται σε μια «δύσκολη» θέση από την άποψη ότι σε μικρή απόσταση βρίσκονται άλλα δύο (2) ανταγωνιστικά super – market.

Ο μέσος όρος του απασχοληθέντος προσωπικού κατά τη διάρκεια λειτουργίας του καταστήματος είναι 150 άτομα. Η πλειοψηφία του προσωπικού είναι απόφοιτοι Λυκείου ενώ υπάρχουν και 30 – 35 άτομα που είναι απόφοιτοι σχολών Α.Ε.Ι. , η πλειοψηφία των οποίων στελεχώνουν διοικητικές θέσεις.

Όπως όλες οι εταιρίες έτσι και η ΑΛΦΑ – ΒΗΤΑ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε. λειτουργεί γραφεία Δημοσίων Σχέσεων στα καταστήματά της. Στο κατάστημα της Πάτρας το γραφείο των Δημοσίων Σχέσεων το στελεχώνουν 7 άτομα τα οποία είναι πλήρως καταρτισμένα γύρω από την επιστήμη των Δημοσίων Σχέσεων. Είναι αυτονόητο ότι οι τελικές αποφάσεις λαμβάνονται από το Διοικητικό Συμβούλιο της εταιρίας.

Στα πλαίσια της πληρέστερης έρευνας γύρω από το θέμα της επικοινωνιακής πολιτικής των super – market με το καταναλωτικό κοινό παραθέτουμε ερωτηματολόγιο, οι απαντήσεις του οποίου δόθηκαν από την Κα Αριστοδήμου.

### ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

1. Ποια η σημασία που δίνει η επιχείρησή σας στην επικοινωνιακή πολιτική (διαφήμιση – δημόσιες σχέσεις) όσον αφορά την ενημέρωση του καταναλωτή ώστε να έχετε αποτελέσματα θετικά για τα προϊόντα σας ;

Η εταιρία ΑΛΦΑ – ΒΗΤΑ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε. δίνει μεγάλη σημασία στην επικοινωνιακή πολιτική. Και αυτό γιατί μέσω αυτής προσπαθεί να προσελκύσει νέους αγοραστές για τα προϊόντα της. Κάθε χρόνο η εταιρία διαθέτει ένα σημαντικό χρηματικό ποσό στην επικοινωνιακή της πολιτική. Προσπαθεί συνεχώς να παρουσιάζει στο καταναλωτικό κοινό τα προϊόντα της προκειμένου να αυξήσει τις πωλήσεις της και συνεπώς τα κέρδη της.

2. Ποια διαφημιστικά μέσα (τηλεόραση, ραδιόφωνο, φυλλάδια, τύπος κ.α) χρησιμοποιείται για την καμπάνια σας ; Με ποια κριτήρια τα επιλέγετε ;

Χρησιμοποιούμε όλα τα διαφημιστικά μέσα. Είτε πρόκειται για τηλεόραση, είτε για ραδιόφωνο, είτε για φυλλάδια, προσπαθούμε συνεχώς να βρισκόμαστε σε επαφή με το καταναλωτικό κοινό. Κάθε εβδομάδα κυκλοφορούμε φυλλάδια που παρουσιάζουν τα προϊόντα μας, ενώ η τηλεόραση και το ραδιόφωνο «παίζουν» συνεχώς τις διαφημίσεις μας.

Τα κριτήρια με τα οποία επιλέγουμε τα διαφημιστικά μέσα είναι η απήχηση που έχουν στο καταναλωτικό κοινό καθώς και το κόστος και η ποιότητα προβολής.

3. Υπάρχει στην επιχείρησή σας τομέας που ασχολείται αποκλειστικά με την επικοινωνιακή σας πολιτική ή συνεργάζεστε με αρμόδια γραφεία ; Είστε βέβαιοι ότι η διαφήμισή σας φθάνει στο κοινό που επιδιώκετε παρουσιάζοντας σωστά τα προϊόντα σας ώστε να το πείθετε ;

Στο κατάστημά μας όπως και σε όλα τα καταστήματα της ΑΛΦΑ – ΒΗΤΑ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε. υπάρχει γραφείο Δημοσίων Σχέσεων. Απαρτίζεται από επτά (7) άτομα τα οποία είναι πλήρως καταρτισμένα γύρω από την επιστήμη των Δημοσίων Σχέσεων. Δεν συνεργαζόμαστε με άλλα γραφεία.

Σχετικά με το δεύτερο μέρος της ερώτησής σας, κρίνοντας από τις πωλήσεις των προϊόντων μας και την πορεία της επιχείρησής μας, μπορώ να πω με σιγουριά ότι η επικοινωνιακή μας πολιτική έχει αποδώσει.

- 4. Η πάροδος του χρόνου σε συνδυασμό με την τεχνολογική εξέλιξη έχει επιφέρει αλλαγές στον τομέα της επικοινωνίας. Ποια η επικοινωνιακή πολιτική της επιχείρησής σας στο παρελθόν και ποια σήμερα ;**

Η εταιρία ΑΛΦΑ – ΒΗΤΑ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε. από την πρώτη στιγμή που ιδρύθηκε το 1969 παρακολουθεί την τεχνολογική εξέλιξη στον κλάδο των super – market. Τα πρώτα χρόνια η επικοινωνιακή μας πολιτική βασιζόταν στην καθημερινή μας επαφή με τους πελάτες και στη σχέση εμπιστοσύνης που είχε δημιουργηθεί. Τα τελευταία χρόνια που η τεχνολογία έχει αναπτυχθεί, η επικοινωνιακή μας πολιτική στηρίζεται στα Μ.Μ.Ε. και το internet. Φυσικά και η καθημερινή μας επαφή με τους πελάτες αποτελεί την βασικότερη μορφή επικοινωνιακής πολιτικής.

- 5. Από πότε αρχίσατε την επικοινωνιακή πολιτική σας και για ποιο λόγο ;**

Όπως ανέφερα και προηγουμένως, από το 1969 που ιδρύθηκε η εταιρία ΑΛΦΑ – ΒΗΤΑ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε. ξεκίνησε και η επικοινωνιακή μας πολιτική. Ο λόγος ήταν και είναι πολύ απλός. Η αύξηση των πελατών η οποία θα οδηγήσει στην αύξηση των πωλήσεων και των κερδών της επιχείρησής μας.

- 6. Τι είδους διαφήμιση εννοιολογικά κάνετε, εταιρική ή προϊόντος και γιατί ;**

Κάνουμε και των δύο (2) ειδών τη διαφήμιση. Θα μπορούσα να πω 50 – 50. Τονίζουμε τόσο την καλή ποιότητα των προϊόντων μας όσο και την εγγύηση που παρέχει το όνομα της εταιρίας. Είναι πολύ σημαντικό για τον πελάτη να ξέρει ότι το προϊόν που αγόρασε ανταποκρίνεται στις



απαιτήσεις του. Και τέτοιου είδους προϊόντα η εταιρία ΑΛΦΑ – ΒΗΤΑ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε. τα παρέχει.

- 7. Με ποια κριτήρια επιλέγονται τα Μ.Μ.Ε. που θα χρησιμοποιήσετε για να προβάλλεται τη διαφήμισή σας, και ποιο συγκεκριμένα, πώς προσεγγίζεται το καταναλωτικό κοινό ;**

Τα κριτήρια βάση των οποίων επιλέγουμε τα Μ.Μ.Ε. για να προβάλλουμε τη διαφήμισή μας είναι τα εξής: Αν πρόκειται για τηλεοπτικό σταθμό η υψηλή του θεαματικότητα και η πανελλαδική του εμβέλεια. Αν πρόκειται για εφημερίδα η υψηλή της αναγνώσιμότητα. Τέλος αν πρόκειται για ραδιοφωνικό σταθμό η υψηλή του ακροαματικότητα.

Η προσέγγιση του καταναλωτικού κοινού γίνεται τονίζοντας δύο (2) χαρακτηριστικά. Την ποιότητα των προϊόντων μας και την εγγύηση που παρέχει το όνομα της ΑΛΦΑ – ΒΗΤΑ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.

- 8. Πιστεύετε στην χρησιμοποίηση των «slogans» ; Χρησιμοποιείται αυτό το χαρακτηριστικό ;**

Η χρησιμοποίηση slogan κρίνεται απαραίτητη από την εταιρία. Έχει αποδειχθεί μέσω ερευνών ότι ένα επιτυχημένο slogan είναι πολύ πιθανό να προσελκύσει νέους πελάτες σε μία επιχείρηση. Για αυτό και εμείς σαν εταιρία χρησιμοποιούμε slogan. Το πιο γνωστό είναι «ΑΛΦΑ – ΒΗΤΑ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ και του πουλιού το γάλα».

- 9. Πιστεύετε ότι στη σημερινή εποχή η επικοινωνιακή πολιτική είναι απαραίτητη λειτουργία μιας επιχείρησης ;**

Φυσικά και είναι απαραίτητη η επικοινωνιακή πολιτική για την λειτουργία μιας επιχείρησης. Μία επιχείρηση που δεν χρησιμοποιεί επικοινωνιακή πολιτική είναι εντελώς αποκομμένη από τους καταναλωτές και οδηγείται με μαθηματική ακρίβεια στο «κλείσιμο». Για αυτό και επιβάλλεται η συνεχής επαφή με τους καταναλωτές είτε απευθείας είτε μέσω των Μ.Μ.Ε. και των φυλλαδίων.

**10. Πιστεύετε ότι η επικοινωνιακή πολιτική έχει συμβάλλει θετικά στην πρόοδο και στην αύξηση της ανταγωνιστικότητας και των πωλήσεων της επιχείρησής σας ;**

Αν κρίνω από την πορεία των πωλήσεων και των κερδών, τότε μπορώ με μεγάλη σιγουριά να πω ότι η επικοινωνιακή μας πολιτική έχει πετύχει. Έχουμε καταφέρει να αυξήσουμε τον αριθμό των πελατών μας καθώς και των εταιριών με τις οποίες συνεργαζόμαστε. Πλέον η ΑΛΦΑ – ΒΗΤΑ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε. βρίσκεται στην κορυφή του κλάδου των super – market και αυτό οφείλεται σε πολύ μεγάλο στην επιτυχημένη επικοινωνιακή πολιτική της.



# Plus

Bonus

ΤΕΥΧΟΣ 16/2003

ΕΝΤΥΧΟ ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ - ΕΙΣΤΡΑ ΠΟΝΤΩΝ - ΕΚΠΙΣΤΩΣΗ - ΑΝΤΙΠΡΟΣΩΠΩΝ & ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΕΝΕΡΓΕΙΩΝ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΠΛΑΤΕΣ ΤΩΝ SUPER MARKETS ΑΛΦΑ ΒΗΤΑ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ & ΤΡΩΦΟ

**ΙΣΧΥΕΙ ΑΠΟ 7/8 ΜΕΧΡΙ 27/8/2003**

ΧΡΩΜΙΟΥ  
ΣΤΗΜΑ 46x38cm  
€ **4,90**Λ

ΩΡΟ

ΜΑΣΤΙΑ

ΜΠΙΡΑ STELLA ARTOIS 500ml  
το περιεχόμενο  
**98**Λ

4+1  
ΔΩΡΟ

Α ΚΡΗΤΗΣ Προστατευόμενης  
Πρώτης Προέλευσης  
€ **7,89**Λ

Προτηγανισμένες  
ΠΑΤΑΤΕΣ ΜΑΜΑ'S  
ΑΛΦΑ ΒΗΤΑ 1kg  
το πακ.  
€ **1,30**Λ

ΧΟΙΡΙΝΑ ΛΟΥΚΑΝΙΚΑ  
€ **4,89**Λ

Φρέσκα ΧΟΙΡΙΝΕΣ  
ΜΠΡΙΖΟΛΕΣ ΟΛΛΑΝΔΙΑΣ  
με κόκαλο  
το κιλό  
€ **4,19**Λ



**Βασιλόπουλος**

...και του πουλιού το γάλα!



## Μαρινάδα για 6 χοιρινές μπριζόλες

Υλικά για 6 άτομα

- ▶ 1 φλιτζάνι αλάτι
- ▶ 1 κουταλιά μουστάρδα
- ▶ 1 κουταλιά ξίδι λευκό
- ▶ 1 κρεμμύδι κομμένο σε λεπτές φέτες
- ▶ 2 φλιτζάνια ελαιόλαδο
- ▶ 2 κουταλιές δεινυροβότο
- ▶ 2 φύλλα δόνητος

### Εκτέλεση

Βάζουμε όλα τα υλικά σ' ένα μπολ, αναμειγνύουμε καλά και προσθέτουμε τις μπριζόλες. Τις αφήνουμε για 3-4 ώρες μέσα στο ψυγείο πριν τις ψήσουμε. Καλό είναι να τις γυρίσουμε 2-3 φορές όσο μαρινάζονται.

Μπορούμε να τις συνοδεύουμε με μια σάλτσα γαουρνό. Για την εκτέλεσή της κρεαζόμαστε.

• 500g γαουρνό • 1 κουταλιά χυμό λεμονιού • 2 κουταλιές ελαιόλαδο • αλάτι - πιπέρι • 1 κουταλιά δεινό γαουρνό

Βάζουμε όλα τα υλικά στο μπλέντερ, τα κτυπάμε και στη συνέχεια βάζουμε τη σάλτσα στο ψυγείο μέχρι να παχυνθεί.

### Σημείωση

Μια επιπλέον γευστική συνοδεία: Ξαυθιάδα με λευκό κρεαζόμαστο • φρέσκα ροζέτακια λιαχόλιας • 1/2 παπρής χρωματιστής • μερικά φρέσκα κρεμμυδάκια • λίγη μουστάρδα και καλύτερα για αναβίβαση.

Διακόζουμε τη μαρινάδα σε λίγα λάδι και τη βάζουμε με πηλό πάνω στα κομμάτια σε ροδέλες λευκό κρεαζόμαστο. Περνάμε το λευκό κρεαζόμαστο, τις παπρές και το κρεμμύδι στο καλαμίνι και ψήνουμε.



...ψητή

ΚΟΥΤΕ ΚΑΙ ΚΡΑΤΗΤΕ ΤΙΣ ΣΥΝΤΑΓΕΣ ΠΟΥ ΣΑΣ ΠΡΟΤΕΙΝΟΥΜΕ ΠΟΛΥ ΓΡΗΓΟΡΑ ΘΑ ΕΧΕΤΕ ΜΙΑ ΥΠΕΡΟΧΗ ΚΑΙ ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΗ ΣΕΡΑ ΕΞΑΡΕΤΙΚΩΝ ΓΕΥΣΕΩΝ

ΧΟΙΡΙΝΑ  
το κιλό

ΝΤΟΠΙΑ ΚΑΤΣΙΚΑΚΙΑ  
το κιλό

€ 6,40 Λ



ΝΤΟΠΙΑ ΑΡΝΑΚΙΑ  
το κιλό

€ 6,30 Λ



ΘΑ ΤΑ ΒΡΕΙΤΕ ΟΛΟΚΛΗΡΑ  
ΓΙΑ ΤΗΝ ΣΟΥΒΛΑ  
Η ΣΕ ΚΟΜΜΑΤΙΑ ΠΟΥ ΕΠΙΘΥΜΕΤΕ



# Ε φαντασία

**ΜΟΥΣΤΑΡΔΑ BORNIER  
DIJON** σε ποτήρι

285g το 1εμ.

€ 1,60λ +8 PLUS

195g το 1εμ.

€ 1,10λ +5 PLUS

**ΧΑΛΟΥΜΙ CHRISTIS  
ΣΕ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ  
ΠΕΡΙΠΟΥ 250g**  
το 1εμ.

€ 2,24λ +6 PLUS

**ΟΙΡΙΝΗ ΠΑΝΙΣΕΤΑ**  
κilo

€ 3,29λ



**ΜΟΥΣΤΑΡΔΑ  
BORNIER POIVRE  
VERT 210g** με  
κόκκους πράσινου  
πιπεριού  
το 1εμ.

€ 1,49λ  
+9 PLUS

**ΜΠΙΡΑ ΜΥΘΟΣ 500ml**  
5 φιάλες  
το πακ.

€ 3,15λ +5 PLUS

**ΡΟΔΟΣ, ΜΥΤΙΛΗΝΗ**  
€ 3,00λ



**ΔΩΡΟ**  
1 ΠΟΤΗΡΙ

# ...και ότι ακριβώ χρειάζεστε γ να τα απολαύσετ

ΚΑΤΙΚΙ ΔΟΜΟΚΟΥ  
Προσπατημένης  
Ονομασίας Προέλευσης  
10 κιλά  
**€ 3,89Λ**

ΓΙΑΟΥΡΤΙ FAMILY  
1kg της ΦΑΓΕ  
10 τεμ.  
**€ 3,29Λ**  
**+5%**

Καπνισμένες ΠΙ  
ΕΛΙΒΙΑΡ 30 τεμάχια  
10 πακ.  
**€ 1,74Λ +**



ΤΥΡΟΣΑΛΑΤΑ ΚΑΥΤΕΡΗ  
ΥΦΑΝΤΗΣ 200g  
10 τεμ.  
**€ 1,52Λ +5%**

ΤΖΑΤΖΙΚΙ ΥΦΑΝΤΗΣ 400g  
10 τεμ.  
**€ 1,84Λ +6%**



ΑΡΑΒΙΚΟ ΨΩΜΙ LIC LAC  
ΜΙΚΡΟ 20 τεμάχια  
ή ΜΕΣΑΙΟ 8 τεμάχια  
10 πακ.  
**€ 1,71Λ +4%**

ΜΠΙΡΑ  
LOWENBRAU 5l  
10 Βορβέλια  
**€ 14,46Λ**  
ΡΟΔΟΣ  
ΜΥΤΙΛΗΝΗ  
**€ 13,85Λ**  
**+34%**





ΜΠΙΡΑ AMSTEL 330ml  
6 κούπα  
ΤΟ ΠΟΣ. € 3,54Λ + 6€  
ΡΟΔΟΣ, ΜΥΤΙΛΗΝΗ € 3,39Λ



ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΑ ΛΟΥΞ 250ml  
ΠΟΡΤΟΚΑΛΑΔΑ  
ή ΛΕΜΟΝΑΔΑ  
η φιάλη

42Λ  
+ 2€



330ml  
2,54Λ + 4€



SPRITE 330ml 6 κούπα  
ΤΟ ΠΟΣ. € 2,58Λ + 4€



PEPSI 500ml  
4 φιάλες  
ΤΟ ΠΟΣ. € 2,40Λ  
+ 4€

4 φιάλες  
2,45Λ + 4€



ΣΤΡΟΓΓΥΛΛΗ ΦΙΣΤΑΡΙΑ  
ΜΕ ΚΑΠΑΚΙ Φ55  
ΤΟ ΠΟΣ. € 41,20Λ

ΠΙΡΟΥΝΑ ΚΟΙ  
ΠΙΝΕΛΟ PEDRINI  
ΤΟ ΠΟΣ. € 4,45Λ



ΛΑΔΑ ΗΒΗ  
1000ml 4 φιάλες  
2,45Λ + 4€



## Κεφτεδάκια

- 1/2 kg κουνι
- 1 μεγάλo κρεμμυδι τριμμένο
- 1-2 σκελίδες σκόρδο ψιλοκομμένο
- 2 φέτες ψωμί χωρίς την πέτρα
- 4 κοτυλιές λάδι
- 3 κοτυλιές δικέμο ή μαϊντανό ψιλοκομμένο
- 1 κοτυλιέ ζιζι
- 1/2 κοτυλιές κτηνικό
- αλάτι - πιπέρι
- αλεύρι και λάδι για το τηγάνισμα

### Εκτέλεση

Βάζουμε σ' ένα μπoλ με νερό το ψωμί και το αφήνουμε να μαλακώσει.

Του αφαιρούμε το νερό πιέζοντάς το με τις παλάμες μας και το βάζουμε σ' ένα μπoλ με το υπόλοιπο υλικό.

Τα ζυμώνουμε όλα μαζί για 3-5 λεπτά και στη συνέχεια σκεπάζουμε το μίγμα

και το βάζουμε στο ψυγείο για μία ώρα.

Βγάζουμε το μίγμα από το ψυγείο και πλάθουμε

τα κεφτεδάκια στο μίγμην της προσέταξής μας.

Τα αλευρώνουμε και πιέζοντάς το

λίγο ώστε να πλάθινουν

τα τηγανίζουμε σε καυτό λάδι.



# και οι 4 γεύσεις

## Κολοκυθοκεφτεδες

- 1kg κολοκυθάκια μέτρια
- 1/4 φλιτζανιό λάδι
- 1 μεγάλο κρεμμυδι τριμμένο ή 4-5 φρέσκα κρεμμυδάκια ψιλοκομμένα
- 1 φλιτζάνι κτηνικό τριμμένο
- 1/4 φλιτζανιό αλεύρι που φουσκώνει μόνο του
- 2 στοφί
- 1 μικρό ματσάκι δικέμο ή άνηθο ψιλοκομμένο
- αλάτι - πιπέρι
- λάδι για τηγάνισμα

### Εκτέλεση

Πλένουμε τα κολοκυθάκια και τα τρίβουμε στον τρίφτη. Το αλατίζουμε ελαφρώς

και τα σπάζουμε ώστε να φύγουν τα πολλά υγρά. Στρώουμε το κρεμμυδι.

Σ' ένα μπoλ αναμειγνύουμε τα κολοκυθάκια με τα υπόλοιπα υλικά

και το αποξηραμένο κρεμμυδι. Ζεσταίνουμε το λάδι σ' ένα τηγάνι

και βάζουμε κοτυλιές από το μίγμα στο τηγάνι δημιουργώντας

μικρά μπoλάκια. Με μια σπάτουλα τα στρώνουμε ληθά

και τα τηγανίζουμε και από τις δύο πλευρές

μέχρι να ροδοκοκκίσουν.

Σερβίρουμε τους κολοκυθοκεφτεδες

ζεσταίους με τζατζικί ή σκορδαλιά.





# Τυροκεφτέδες ή κροκετάκια τυριού

• 1 κούπα τριμμένο κρεμμύδι • 1 κούπα αλεύρι • 1 κούπα κρέμα γάλακτος • 1 κούπα τυρί τριμμένο • 1 κούπα τυρί κίτρινο • 1 κούπα τυρί λευκό • 1 κούπα τυρί κίτρινο • 1 κούπα τυρί λευκό • 1 κούπα τυρί κίτρινο • 1 κούπα τυρί λευκό

σημείωση

Ανακατεύουμε το τυρί με τα αλεύρια, το κρεμμύδι και το κρεμμύδι. Βάζουμε το μίγμα στο ψυγείο για λίγη ώρα. Αν μας φαίνεται πολύ αραιό βάζουμε λίγο ακόμη κρέμα γάλακτος ή τυρί. Πλάθουμε τα μίγματα σε σφαίρες και τα τηγανίζουμε. Λίγα - λίγα σε κομμάτια λάδι για να μην τα βράζουμε με τριμμένη κουνιά και τα τοποθετούμε σ' ένα πιάτο με κομμάτια κουνιά για να στραγγίσουν από το λάδι. Τους τυροκεφτέδες ζεσταίνουμε.



## είναι υπέροχες!

### Ρεβιθοκεφτέδες

• 1 κούπα κρεμμύδι τριμμένο • 2 κούπες σκόρδο τριμμένο • 1 κούπα κρεμμύδι τριμμένο • 1/4 φλιτζάνι λάδι • 1 κούπα κρεμμύδι τριμμένο • 1 κούπα αλεύρι • 1/2 φλιτζάνι αλεύρι • 1 κούπα κρεμμύδι τριμμένο • αλάτι • πιπέρι • καλαμποκέλι για το τηγάνισμα

σημείωση

Βάζουμε τα ρεβίθια σ' ένα μπλ με νερό για αρκετή ώρα. Τα στραγγίζουμε και τριβονιάς τα με τις παλάμες μας. Βάζουμε τα βράζουμε σε μια κατσαρόλα με αρκετό νερό και τα βράζουμε μέχρι να μαλακώσουν. Βάζουμε και τα κόβουμε στο μπλέντερ ή να περνάμε από τη μηχανή του σουρι. Βάζουμε το αλεύρι και προσθέτουμε το αλάτι με το μπλέντερ. Βάζουμε το κρεμμύδι, αλάτι και πιπέρι. Σιτάρουμε τα κρεμμύδια και το σκόρδο μέχρι να μαλακώσουν ελαφρά και τα προσθέτουμε στο μίγμα. Βάζουμε τον σουρι ρεβιθών και την καλύτερη πιπεριά. Χωρίζουμε το μίγμα σε μικρές ποσότητες, φτιάχνουμε τους κεφτέδες στο μπλέντερ και τους τηγανίζουμε σε κομμάτι λάδι. Τους ρεβιθοκεφτέδες ζεσταίνουμε.

Τους ρεβιθοκεφτέδες

ζεσταίνουμε

σε μίγμα

λάδι

ζεσταίνουμε

τους

ρεβιθοκεφτέδες

ζεσταίνουμε

σε μίγμα

λάδι

ζεσταίνουμε

τους

ρεβιθοκεφτέδες



## ΦΡΕΣΚΑ ΚΡΕΑΤΙΚΑ



ΜΙΣΧΑΡΙΚΙΟ ΜΠΟΥΤΙ  
ΓΑΛΛΙΑΣ κορής κόκορο  
10 κιλά

€ 6,85 Λ

ΛΟΥΚΑΝΙ  
ΓΑΛΟΠΟΥΛΑΣ  
10 κιλά

€ 5,2



## ΑΛΛΑΝΤΙΚΑ

ΜΟΡΤΑΛΑΓΛΑΚΙ  
ΝΙΚΑΣ 330g  
10 τεμ.

€ 2,53 Λ  
+ 8 PLUS



ΚΑΠΝΙΣΤΟ ΦΙΛΕΤΟ  
ΓΑΛΟΠΟΥΛΑΣ  
ΥΦΑΝΤΗΣ 100g  
10 τεμ.

€ 1,58 Λ  
+ 5 PLUS



ΖΑΜΠΙΟΝ  
ΝΙΚΑΣ 135g  
10 τεμ.

€ 2,00 Λ  
+ 6 PLUS



ΠΑΡΙΖΑΚΙ VETTO 700g  
10 τεμ.

€ 2,98 Λ  
+ 9 PLUS

## ΕΤΟΙΜΑ ΦΑΓΗΤΑ

ΧΤΑΠΟΔΙ ΜΕ ΚΟΦΤΟ ΜΑΚΑΡΟΝΑΚΙ  
n μερίδα

€ 4,69 Λ + 8 PLUS

ΜΠΑΜΙΕΤ ΛΑΔΕΡΕΙ  
n μερίδα

€ 2,70 Λ

+ 5 PLUS

ΜΠΡΙΑΜ  
n μερίδα

€ 2,92 Λ + 5 PLUS



ΘΑ ΤΑ ΒΡΕΙΤΕ ΣΤΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ  
ΠΟΥ ΔΙΑΘΕΤΟΥΝ ΤΜΗΜΑ ΕΤΟΙΜΩΝ ΦΑΓΗΤΩΝ

Φρέσκα ΛΑΥΡΑΚΙΑ  
το κιλό  
**€ 5,96 λ**



ΘΑ ΤΑ ΒΡΕΙΤΕ ΣΤΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ  
ΠΟΥ ΔΙΑΘΕΤΟΥΝ ΤΜΗΜΑ ΙΧΘΥΟΠΩΛΕΙΟΥ

## ΨΑΡΙΚΑ

Καταψυγμένα ΜΠΑΡΜΠΟΥΝΙΑ  
το κιλό  
**€ 1,65 λ**



Καταψυγμένα ΦΙΛΕΤΟ ΠΕΡΚΑΙ  
το κιλό

**€ 4,81 λ**



ΦΙΛΕΤΟ ΓΛΩΣΣΙΑΙ

7 λ



Καταψυγμένα ΧΤΑΠΟΔΙ ΨΙΛΟ ΑΜΑΣΑ  
το κιλό

**€ 7,17 λ**



## ΟΠΩΡΟΛΑΧΑΝΙΚΑ

ΜΕΙ ΑΡΓΙΤΙΚΕΙ

**68 λ**

Α

**1,69 λ**

ΣΤΑΦΥΛΙΑ ΒΙΚΤΟΡΙΑ

το κιλό **98 λ**



ΟΙ ΤΙΜΕΣ  
ΤΩΝ ΦΡΟΥΤΟΛΑΧΑΝΙΚΩΝ ΙΣΧΥΟΥΝ ΓΙΑ:  
**7, 8 & 9/8/2003**  
ΤΙΣ ΕΠΟΜΕΝΕΣ ΗΜΕΡΕΣ ΘΑ ΒΡΙΣΚΕΤΕ  
ΤΑ ΦΡΟΥΤΟΛΑΧΑΝΙΚΑ ΣΑΣ  
ΣΤΙΣ ΚΑΛΥΤΕΡΕΣ ΤΙΜΕΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

ΟΙ ΤΙΜΕΣ ΙΣΧΥΟΥΝ ΜΕΧΡΙ ΕΞΑΝΤΗΣΕΩΣ ΤΩΝ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ

# ΚΑΤΑΨΥΓΜΕΝΑ

ΕΥΨΥΞΑΚΙΑ ΚΑΙ ΚΑΒΑΡΙΕΣ ΚΟΡΟΨΟΥΛΟΥ

ΑΓΡΟΚΤΗΜΑ ΑΓ. ΙΩΑΝΝΗΣ 500g

ΤΟ ΠΟΚ.

€ 1,14λ + 4λ



ΦΑΙΤΟΛΑΚΙΑ ΠΡΟΠΥΛΑΕ VETTO 1kg

ΤΟ ΠΟΚ.

€ 1,10λ + 4λ

ΑΡΑΚΑΣ VETTO 1kg

ΤΟ ΠΟΚ.

€ 1,12λ + 4λ



## ΕΤΟΙΜΑ ΦΑΓΗΤΑ ΚΑΛΛΙΜΑΝΗΣ

ΧΤΑΠΟΔΙ ΜΕ ΚΟΦΤΟ ΜΑΚΑΡΟΝΑΚΙ 750g

ΤΟ ΠΟΚ.

€ 7,09λ + 15λ

ΤΟΝΟΣ ΜΕ ΦΑΡΦΑΛΕΣ 750g

ΤΟ ΠΟΚ.

€ 4,38λ + 15λ

ΣΟΛΟΜΟΣ ΜΕ ΠΕΝΝΕΣ 750g

ΤΟ ΠΟΚ.

€ 5,30λ + 15λ

ΡΙΖΟΤΟ ΜΕ ΘΑΛΑΣΣΙΝΑ 650g

ΤΟ ΠΟΚ.

€ 4,97λ + 15λ



ΡΟΛΛΑ ΜΙΝΙ ΗΟΤ ΔΟΓ ΑΛΦΑ 1kg

ΤΟ ΠΟΚ.

€ 4,99λ + 16λ



ΤΑΡΤΕΣ ΜΑΡΙΕ 400g εις λοιπών

με 3 τυριά



BLUE BELL 1kg

ΛΟΥΚΑΝΙΚΟΠΙΤΑΚΙΑ

ΤΟ ΠΟΚ.

€ 4,29λ + 20λ

ΚΑΣΕΡΟΠΙΤΑΚΙΑ

ΤΟ ΠΟΚ.

€ 4,37λ + 20λ



ΣΠΑΝ

ΚΑΛΑΜ

€ 4,79λ



ΔΩΡΟ

2 ΦΙΛΕΣ ΠΟΡΤ

ΕΥΑ 240ml αλ



ΟΙ ΤΙΜΕΣ ΠΟΥ ΑΝΑΓΡΑΦΟΝΤΑΙ ΕΙΝΑΙ ΤΕΛΙΚΕΣ ΚΑΙ ΤΥΧΟΝ ΕΚΠΤΩΣΗ ΕΚΕΙ ΑΝΑΡΤΗΣΕΙΣ

# ...και τα παγωτά σας!



**NICE CREAMS 500ml**  
mystery, symposium, promise, ecstasy ή surprise  
το τεμ.

€ 3,99λ + 9 PLUS



stracciatella, black  
cherry, panacotta, noisette  
with honey

4,75λ + 10 PLUS

**ΤΟΥΡΤΑ ΑΛΟΜΑ** καραμέλα ή catalana  
το τεμ.

€ 5,99λ + 11 PLUS



ΜΟΛΙΤΙΚΟ 2h

5,99λ + 14 PLUS

**COOL & SLIM**  
ΒΑΝΙΛΙΑ - ΚΑΚΑΟ 2h  
της ΔΕΛΤΑ  
το τεμ.

€ 6,69λ + 12 PLUS



ΠΑΓΩΤΟΥ  
CHOCOLATE

9λ

ΙΦΥΡΗΛΑΤΟ  
ΠΟΤΗΡΙ  
ΠΑΓΩΤΟΥ  
HELSINKI 26cl  
το τεμ.

€ 1,30λ

ΠΟΤΗΡΙ ΠΑΓΩΤΟΥ  
ΙΤΑΛΙΑΣ FORTUNA  
το τεμ.

€ 3,15λ

ΠΟΥΡΑΚΙΑ CAPRICE MINI  
ΠΡΑΛΙΝΑ 115g 2 πακέτα  
το σετ

€ 1,88λ + 6 PLUS

ΚΟΥΤΑΛΑ  
ΠΑΓΩΤΟΥ  
με κροματιστή λαβή  
το τεμ.

€ 2,75λ



# ΤΥΡΙΑ

**ΚΕΦΑΛΟΓΡΑΒΙΕΡΑ ΛΑΜΠΙΛΟΥΝΙΑ**

Προστατευμένη Ονομασία Προέλευσης  
το κιλό

€ 8,68 λ



**ΚΑΣΙΡΙ**  
φραντζόλα  
Προ-Ονομασίας



**ΦΕΤΑ ΦΙΛΕΜΑ ΕΛΑΣΙΟΝΑΙ**

Προστατευμένη Ονομασία Προέλευσης  
το κιλό

€ 5,99 λ



**ΦΕΤΑ ΗΓΕΙΡΟΣ 1kg**  
Προστατευμένη Ονομασία Προέλευσης  
το 1kg

€ 8,92 λ + 25%



**GRANA PADANO**  
ΣΕ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΠΕΡΙ  
το 1kg

€ 5,11 λ  
(την κιλό)



**ΚΑΜΙΝΙΤΟ REGATO  
KERRYGOLD ΙΡΛΑΝΔΙΑΣ**  
το κιλό

€ 7,82 λ



**ΓΚΟΥΝΤΑ ΟΛΛΑΝΔΙΑΣ**  
το κιλό

€ 4,37 λ



**ΕΝΤΑΜ ΦΙΛΑΝΔΙΑΣ**  
το κιλό

€ 5,09 λ



**ΤΥΡΙ ΚΡΕΜΑ  
LA VACHE QUI RIT**  
αιόλο, ημερήσιο  
το 1kg

€ 1,63 λ



# DELICATESSEN

ΠΑΡΑΜΟΠΟΛΙΤΟΣ  
ROYAL  
100g **98Λ**

(τημέ κιλού €9,80Λ)

ΚΑΠΝΙΣΤΟΣ  
ΣΟΛΟΜΟΣ  
AURORA 100g  
10 τεμ.

€ **3,68Λ**  
+ **12<sup>PLUS</sup>**



ΟΣΙΑΛΑΤΑ  
9

Λ + **6<sup>PLUS</sup>**



ΛΙΑΣΤΗ ΤΟΜΑΤΑ ΣΠΡΟΦΥΛΙΑΣ 220g  
10 τεμ.

€ **3,98Λ** + **13<sup>PLUS</sup>**



ΤΑΧΙΝΙ  
ΧΑΪΤΟΓΛΟΥ  
300g  
10 τεμ.

€ **1,88Λ**  
+ **6<sup>PLUS</sup>**



ΟΛΥΜΠΟΣ ΒΑΝΙΛΙΑ 400g

81Λ + **6<sup>PLUS</sup>**



ΧΑΛΒΑΣ ΟΛΥΜΠΟΣ ΚΑΚΑΟ 400g  
10 τεμ.

€ **1,81Λ** + **6<sup>PLUS</sup>**



ΧΑΛΒΑΣ ΧΑΪΤΟΓΛΟΥ  
ΑΜΥΓΔΑΛΟΥ 400g  
10 τεμ.

€ **2,88Λ** + **9<sup>PLUS</sup>**



# ΕΙΔΗ ΨΥΓΕΙΟΥ

10\* 1l της ΦΑΓΕ  
λασπερίωσης

2Λ + **3<sup>PLUS</sup>**

5Λ + **3<sup>PLUS</sup>**

ONLY 2%  
% 200g

8Λ  
3<sup>PLUS</sup>



ΦΡΕΣΚΟΣ ΧΥΜΟΣ  
LIFE 1l καρφά -  
μήλο - πορτοκάλι -  
γραπεύτι - ανανάς -  
πορτοκάλι -  
γραπεύτι - αγκουίν -  
πορτοκάλι ή μήλο -  
κανέλα  
10 τεμ.

€ **1,56Λ**  
+ **3<sup>PLUS</sup>**



ΒΟΥΤΥΡΟ ΛΥΡΠΑΚ 250g  
ανάλατο ή με αλάτι  
10 τεμ.

€ **2,43Λ** + **4<sup>PLUS</sup>**



ΓΛΑΥΡΤΙ TOTAL 200g 3 τεμάχια  
το πακ.

€ 2,86Λ + 3 PLUS

ΡΥΖΟΓΑΛΟ ΓΛΥΚΟΚΟΥΤΑΛΙΣ  
150g 2 τεμάχια  
το πακ.

€ 1,77Λ + 3 PLUS



ΜΙΚΡΗ ΟΛΛΑΝΔΕΖΑ 125g 4 τεμάχια  
βανίλια ή σοκολάτα - βανίλια  
το πακ.

€ 1,75Λ + 3 PLUS



ΕΞΕΙ  
ΜΗΝ ΑΝΑΡΤΩΣΕΙ  
STICKER  
25Λ

ΑΥΤΑ ΗΜΕΡΑΙ "ΧΡΥΣΙΑ ΑΥΤΑ  
LARGE 63-73g  
η δόξα

€ 1,59Λ + 3 PLUS



5+1  
ΔΩΡΟ

## ΠΑΝΤΟΠΩΛΕΙΟ

ΣΥΜΠΥΚΝΩΜΕΝΟ ΓΑΛΑ  
VETTO LIGHT 410g  
το πακ.

58Λ

3+1  
ΔΩΡΟ



ΣΥΜΠΥΚΝΩΜΕΝΟ ΓΑΛΑ  
ΜΙΚΡΗ ΟΛΛΑΝΔΕΖΑ 340g  
το πακ.

69Λ

+ 2 PLUS



ΦΡΥΓΑΝΙΣ FORMA 3 πακέτα

ΟΛΙΚΗΣ ΑΛΕΙΣΙΩΣ  
10 OCT

€ 1,10

ΣΙΚΑΛΗΣ 382g  
10 OCT

€ 1,14



2+1  
ΔΩΡΟ

ΣΤΑΡΕΝΙΣ ΦΡΥΓΑΝΙΣ FORMA 520g  
4 πακέτα

το OCT

€ 1,23Λ + 4 PLUS



### BAKE BARS

70g σουσάμι  
ή everything  
το πακ.

76Λ + 2 PLUS

115g φυσική γεύση  
ή με τυρί  
το πακ.

€ 1,23Λ + 3 PLUS



ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΟ  
ΠΑΡΘΕΝΟ  
ΒΙΟΛΟΓΙΚΟ  
ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ  
ΑΛΤΙΣ 500ml  
η φιάλη

€ 4,39Λ

+ 15 PLUS



ΟΙ ΤΙΜΕΣ ΠΟΥ ΑΝΑΓΡΑΦΟΝΤΑΙ ΕΣΤΑΙ ΤΕΛΙΚΕΣ ΚΑΙ ΤΥΧΟΝ ΕΝΤΥΠΩΝ ΕΙΝΑΙ ΑΝΑΡΤΩΣΕΙΣ



THAI KITCHEN

ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΑ  
ΠΡΟΪΟΝΤΑ

LES 250g

JASMINE RICE 500g

10 τεμ.

€ 1,62 Λ

CURRY MIX 250g green ή red

10 τεμ.

€ 3,32 Λ



ΑΓΟΡΑΖΟΝΤΑΣ 1 JASMINE RICE ή 1 NOODLES RICE και 1 CURRY MIX RED ή GREEN ΔΩΡΟ  
1 SAUCE SWEET CHILLI 200ml αξίας € 1,82Λ ή 1 SAUCE SPRING ROLL 170ml αξίας € 1,72Λ

ΔΩΡΟ

FAT 2 τεμάχια  
αλάτι, ανανάς  
και δόσους

PLUS

1

0

MEDITERRANEAS ΦΕΤΑ 108g



ΔΩΡΟ

1 ΤΣΙΠΕΣ LAY'S ΚΛΑΣΙΚΟ 130g

ΜΠΙΣΚΟΤΑ ΜΙΡΑΝΤΑ

250g 3 πακέτα

10 ΔΩΡ

€ 2,48 Λ +8 PLUS



POP CORN JOLLYTIME 300g

με βούτυρο ή με γαρί

10 πακ.

€ 2,85 Λ

+7 PLUS



ΖΩΟΤΡΟΦΕΣ

LES BARBECUE 120g

1,00 Λ



ΔΩΡΟ

1 ΤΣΙΠΕΣ RUFFLES HEINZ 100g

ΤΡΟΦΗ ΓΙΑ ΣΚΥΛΟΥΣ

FAMILY FRIENDS 1240g

γαλοπούλα - κοτόπουλο,  
μιασάρι - κοτόπουλο ή  
αρνί - κοτόπουλο  
10 τεμ.

€ 1,45 Λ



ΔΩΡΟ

ΑΓΟΡΑΖΟΝΤΑΣ 2 ΤΕΜΑΧΙΑ ΔΩΡΟ 1 ΤΕΜΑΧΙΟ FAMILY FRIENDS  
ΜΟΙΑΣΑΡΙ - ΚΟΤΟΠΟΥΛΟ 400g αξίας 58¢

ΕΛΙΣ ΛΕΙΑ 250g

ΚΑΛΑΜΩΝ  
το τεμ.

€ 1,48λ +5 PLUS

ΧΟΝΔΡΟΛΙΣ  
το τεμ.

€ 1,22λ +4 PLUS

ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΟ  
ΠΑΡΘΕΝΟ  
ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ  
SPARTA 1l  
η φιάλη

€ 4,87λ  
+15 PLUS



ΠΑΙΣΤΑ ΕΛΙΑΣ ΑΛΤΣ 100g  
παρδοσιακή ή απαλή  
το τεμ.

€ 1,54λ +5 PLUS



# τα νησιτίσιμα έχου

ΕΙΔΙ  
ΑΛΦΑ ΒΗΤΑ 500ml  
η φιάλη

60λ +3 PLUS



ΦΑΡΙΝΑ  
ΑΛΦΑ ΒΗΤΑ 500g  
το πακ.

42λ +2 PLUS



ΚΑΚΑΟ  
ΑΛΦΑ ΒΗΤΑ 125g  
το τεμ.

68λ  
+2 PLUS



ΖΑΧΑΡΟΥΧΟΣ  
ΧΥΜΟΣ ΦΙΝΑ  
ΠΟΡΤΟΚΑΛΙ 1l  
η φιάλη

€ 1,45λ  
+3 PLUS



ΒΑΝΙΛΙΑ ΑΛΦΑ ΒΗΤΑ  
σε φακελάκι 5 τρένια  
το πακ.

37λ +2 PLUS



ΣΟΔΑ ΑΛΦΑ ΒΗΤΑ 40g  
τη φακελάκι

47λ +2 PLUS



## Πριρακή Ελιόπιτα

3 κλάδες ελιάς • 1 μπιτάκι άσπρο • 1 μπιτάκι κίτρινο • 2-3 κρεμμυδάκια φρέσκα • 3 κινεζικά baking powder  
1 φαγόπυρο πορτοκαλάδα • 1kg αλεύρι • 1 ποτήρι φρέσκο

### Προετοιμασία

Τις ελιάς στη 4 και αφαιρούμε το καλαμάκι. Ψιλοκόβουμε τα κλωνάρια, το βούτυρο, κρεμμυδάκια και το ανακατεύουμε με τις ελιάς. Βάζουμε το αλεύρι σε μία λεκανίτσα. Ανακατεύουμε με το baking powder. Κάνουμε μια λεκανούτσα στη μέση και βάζουμε την πορτοκαλάδα και το λάδι και με μπάκι να γίνει λείο και να ανοίγει φύλλο. Βάζουμε 10-20 λεπτά να ξεκουραστεί και το ανοίγουμε σε τετράγωνο. Τοποθετούμε κατά μήκος στη ταψί, το τυλίγουμε σε ρολό και ενώνουμε τις δύο άκρες. Ζεσταίνουμε καυκαίριστα. Αδειάζουμε στο ταψί. Κόβουμε σε 4 ζεύγη προς τα μέσα. Βάζουμε το κρέμα και μέρι το 2/3 του πάκου της ζύμης σε "φισόλες" πάτους 1-1,5 cm. Βάζουμε σε προθερμασμένο φούνο στους 180°C για 1 ώρα περίπου.

Προετοιμασία  
Με το αλεύρι κόβουμε (καράβι) την πριρακή σε τρεις φισόλες γυρίζουν τη ζύμη για να φαίνεται η γέμιση και την βάζουμε στον πάκο από τις δύο πλευρές της πριρακής από 3 φισόλες η μία προς από την άλλη εκάστη λεκανούτσα.

# Η δική τους νοστιμιιά!

## Πριρακό Κέικ Σοκολάτας Νηστίσιμο

1 ποτήρι ζάχαρη • 3/4 ποτήρι φρέσκο • 3 ποτήρια αλεύρι φρέσκο • 6 κινεζικές της ασπίδας κακάο • 1/2 ποτήρι κρεμμύδι κομμένο  
1 φαγόπυρο πορτοκαλάδα • 1 ποτήρι νερό • 3 κινεζικές ζύμη • 2 βανίλιες • 2 κινεζικά αλάτι • 1/2 κινεζικό αλάτι

1 ποτήρι κακάο • 3 κινεζικές κακάο • 1 ποτήρι ζάχαρη άσπρη • 3-4 κινεζικές ζεστό νερό • 1/2 κινεζικό φρέσκο

### Προετοιμασία

Βάζουμε το αλεύρι μαζί με το κακάο και το ανακατεύουμε. Χτυπάμε στο μίξερ τη ζάχαρη και το αλάτι μαζί με το λάδι. Βάζουμε τη βανίλια και ανακατεύουμε το κτύπημα. Ρίχνουμε στο μίγμα το κρέμα κακάο και το κρεμμύδι. Μόλις το μίγμα είναι έτοιμο, βάζουμε σε ένα ποτήρι το ζεστό νερό με το αλάτι και μόλις αφαιρείται το νερό με το μίγμα και ανακατεύουμε. Βάζουμε καυκαίριστα για να πάει παντού. Βάζουμε σε βουτυρωμένη και αλευρωμένη φόρμα και βάζουμε στους 180°C για 45' με 1 ώρα. Βάζουμε το γλάσο ανακατεύοντας το σιρόφι όλα τα υλικά γίνεται παχύτερο. Βάζουμε το κέικ το βάζουμε με το γλάσο και βάζουμε το έτοιμο φρέσκο.



# KABA

ΟΥΙΣΚΙ FAMOUS  
GROUSE 700ml  
n φιάλες



€ 10,80Λ + 18<sup>PLUS</sup>

ΡΟΔΟΣ  
€ 8,83Λ

ΜΥΤΙΑΗΝΗ  
€ 10,34Λ

**ΔΩΡΟ**

4 ΣΟΥΒΕΡ



ΒΟΤΚΑ  
ΣΤΟΛΙΧΝΑΤΑ  
700ml  
n φιάλες



€ 9,78Λ

ΡΟΔΟΣ  
€ 7,86Λ

ΜΥΤΙΑΗΝΗ  
€ 9,36Λ

+ 17<sup>PLUS</sup>

ΤΕΚΙΛΑ SIE  
COLD 700ml  
n φιάλες



€ 13,31Λ

ΡΟΔΟΣ  
€ 11,83Λ

ΜΥΤΙΑΗΝΗ  
€ 13,31Λ

+ 33<sup>PLUS</sup>

**ΔΩΡΟ**

4 ΣΟΧΝΑΚΙΑ

ΒΟΤΚΑ VK 275ml watermelon mix, ice,  
apple mix ή orange mix  
n φιάλες



€ 1,44Λ + 4<sup>PLUS</sup>

ΡΟΔΟΣ  
€ 1,38Λ

ΜΥΤΙΑΗΝΗ  
€ 1,44Λ

**ΔΩΡΟ**

ΑΓΟΡΑΖΟΝΤΑΣ  
3 ΦΙΑΛΕΣ ΔΩΡΟ  
1 ΤΑΞΑΚΙ

ΑΓΟΡΑΖΟΝΤΑΣ 4 ΦΙΑΛΕΣ ΔΩΡΟ  
1 ΑΝΟΙΧΤΗΡΙ GORDON'S SPACE

ΑΓΟΡΑΖΟΝΤΑΣ 4 ΦΙΑΛΕΣ ΔΩΡΟ  
1 ΑΝΟΙΧΤΗΡΙ GORDON'S SPACE

ΑΓΟΡΑΖΟΝΤΑΣ 4 ΦΙΑΛΕΣ ΔΩΡΟ  
1 ΑΝΟΙΧΤΗΡΙ GORDON'S SPACE



GORDON'S SPACE 275ml  
classic, red star ή dark star  
n φιάλες



€ 1,50Λ + 4<sup>PLUS</sup>

ΡΟΔΟΣ  
€ 1,36Λ

ΜΥΤΙΑΗΝΗ  
€ 1,44Λ

**ΔΩΡΟ**

ΑΓΟΡΑΖΟΝΤΑΣ 4 ΦΙΑΛΕΣ ΔΩΡΟ  
1 ΑΝΟΙΧΤΗΡΙ GORDON'S SPACE

ΑΓΟΡΑΖΟΝΤΑΣ 4 ΦΙΑΛΕΣ ΔΩΡΟ  
1 ΑΝΟΙΧΤΗΡΙ GORDON'S SPACE

ΑΓΟΡΑΖΟΝΤΑΣ 4 ΦΙΑΛΕΣ ΔΩΡΟ  
1 ΑΝΟΙΧΤΗΡΙ GORDON'S SPACE

ΑΓΟΡΑΖΟΝΤΑΣ 4 ΦΙΑΛΕΣ ΔΩΡΟ  
1 ΑΝΟΙΧΤΗΡΙ GORDON'S SPACE

ΑΓΟΡΑΖΟΝΤΑΣ 4 ΦΙΑΛΕΣ ΔΩΡΟ  
1 ΑΝΟΙΧΤΗΡΙ GORDON'S SPACE

ΑΓΟΡΑΖΟΝΤΑΣ 4 ΦΙΑΛΕΣ ΔΩΡΟ  
1 ΑΝΟΙΧΤΗΡΙ GORDON'S SPACE

ΑΓΟΡΑΖΟΝΤΑΣ 4 ΦΙΑΛΕΣ ΔΩΡΟ  
1 ΑΝΟΙΧΤΗΡΙ GORDON'S SPACE

ΑΓΟΡΑΖΟΝΤΑΣ 4 ΦΙΑΛΕΣ ΔΩΡΟ  
1 ΑΝΟΙΧΤΗΡΙ GORDON'S SPACE

ΑΓΟΡΑΖΟΝΤΑΣ 4 ΦΙΑΛΕΣ ΔΩΡΟ  
1 ΑΝΟΙΧΤΗΡΙ GORDON'S SPACE

ΑΓΟΡΑΖΟΝΤΑΣ 4 ΦΙΑΛΕΣ ΔΩΡΟ  
1 ΑΝΟΙΧΤΗΡΙ GORDON'S SPACE

ΑΓΟΡΑΖΟΝΤΑΣ 4 ΦΙΑΛΕΣ ΔΩΡΟ  
1 ΑΝΟΙΧΤΗΡΙ GORDON'S SPACE

ΑΓΟΡΑΖΟΝΤΑΣ 4 ΦΙΑΛΕΣ ΔΩΡΟ  
1 ΑΝΟΙΧΤΗΡΙ GORDON'S SPACE

ΑΓΟΡΑΖΟΝΤΑΣ 4 ΦΙΑΛΕΣ ΔΩΡΟ  
1 ΑΝΟΙΧΤΗΡΙ GORDON'S SPACE

ΑΓΟΡΑΖΟΝΤΑΣ 4 ΦΙΑΛΕΣ ΔΩΡΟ  
1 ΑΝΟΙΧΤΗΡΙ GORDON'S SPACE

ΑΓΟΡΑΖΟΝΤΑΣ 4 ΦΙΑΛΕΣ ΔΩΡΟ  
1 ΑΝΟΙΧΤΗΡΙ GORDON'S SPACE

ΑΓΟΡΑΖΟΝΤΑΣ 4 ΦΙΑΛΕΣ ΔΩΡΟ  
1 ΑΝΟΙΧΤΗΡΙ GORDON'S SPACE

ΑΓΟΡΑΖΟΝΤΑΣ 4 ΦΙΑΛΕΣ ΔΩΡΟ  
1 ΑΝΟΙΧΤΗΡΙ GORDON'S SPACE

ΑΓΟΡΑΖΟΝΤΑΣ 4 ΦΙΑΛΕΣ ΔΩΡΟ  
1 ΑΝΟΙΧΤΗΡΙ GORDON'S SPACE

ΑΓΟΡΑΖΟΝΤΑΣ 4 ΦΙΑΛΕΣ ΔΩΡΟ  
1 ΑΝΟΙΧΤΗΡΙ GORDON'S SPACE

ΑΓΟΡΑΖΟΝΤΑΣ 4 ΦΙΑΛΕΣ ΔΩΡΟ  
1 ΑΝΟΙΧΤΗΡΙ GORDON'S SPACE

ΑΓΟΡΑΖΟΝΤΑΣ 4 ΦΙΑΛΕΣ ΔΩΡΟ  
1 ΑΝΟΙΧΤΗΡΙ GORDON'S SPACE

ΑΓΟΡΑΖΟΝΤΑΣ 4 ΦΙΑΛΕΣ ΔΩΡΟ  
1 ΑΝΟΙΧΤΗΡΙ GORDON'S SPACE

ΑΓΟΡΑΖΟΝΤΑΣ 4 ΦΙΑΛΕΣ ΔΩΡΟ  
1 ΑΝΟΙΧΤΗΡΙ GORDON'S SPACE

ΑΓΟΡΑΖΟΝΤΑΣ 4 ΦΙΑΛΕΣ ΔΩΡΟ  
1 ΑΝΟΙΧΤΗΡΙ GORDON'S SPACE

ΑΓΟΡΑΖΟΝΤΑΣ 4 ΦΙΑΛΕΣ ΔΩΡΟ  
1 ΑΝΟΙΧΤΗΡΙ GORDON'S SPACE

ΑΓΟΡΑΖΟΝΤΑΣ 4 ΦΙΑΛΕΣ ΔΩΡΟ  
1 ΑΝΟΙΧΤΗΡΙ GORDON'S SPACE

ΑΓΟΡΑΖΟΝΤΑΣ 4 ΦΙΑΛΕΣ ΔΩΡΟ  
1 ΑΝΟΙΧΤΗΡΙ GORDON'S SPACE

ΑΓΟΡΑΖΟΝΤΑΣ 4 ΦΙΑΛΕΣ ΔΩΡΟ  
1 ΑΝΟΙΧΤΗΡΙ GORDON'S SPACE

**ΝΕΟ  
ΕΙΔΟΣ**

ΤΙΠΟΥΡΟ ΠΙΛΙΝΗ  
ΜΕ ΓΛΥΚΑΝΙΣΟ 700ml  
n φιάλες

€ 7,60Λ + 18<sup>PLUS</sup>

ΡΟΔΟΣ  
€ 6,67Λ



ΛΕΥΚΟΙ ΟΙΝΟΙ  
ΑΜΕΘΥΣΤΟΙ 750ml  
n φιάλες

€ 8,95Λ

ΡΟΔΟΣ  
€ 8,57Λ

+ 21<sup>PLUS</sup>



ΛΕΥΚΟΙ ΟΙΝΟΙ  
ΑΜΠΕΛΟΙ 750ml  
n φιάλες

€ 3,34Λ

ΡΟΔΟΣ  
€ 3,20Λ

+ 8<sup>PLUS</sup>



ΛΕΥΚΟΙ ΟΙΝΟΙ  
ΑΘΑΝΑΣΙΑΔΗ 750ml  
n φιάλες

€ 4,40Λ

ΡΟΔΟΣ  
€ 4,21Λ

+ 10<sup>PLUS</sup>



ΛΕΥΚΟΙ ΟΙΝΟΙ  
ΑΓΙΑΜΠΕΛΟΙ 750ml  
2 φιάλες  
to πακ. € 4,99

ΡΟΔΟΣ, ΜΥΤΙΑΗΝΗ  
€ 4,99

+ 4<sup>PLUS</sup>



ΡΟΖΕ ΟΙΝΟΙ  
ΙΣΜΕΛΗ 750ml  
n φιάλες

€ 6,55Λ

ΡΟΔΟΣ  
€ 6,27Λ

+ 16<sup>PLUS</sup>



ΡΗΘΙΣ  
DUE  
750ml  
36 Λ  
ΡΗ  
ΡΑ  
PLUS  
ΕΙΧΤΙΚΟ  
ΟΙΟΝ



ΕΡΥΘΡΟΙ ΟΙΝΟΙ  
ΝΟΤΙΟΣ 750ml  
n φιάλες

€ 6,60 Λ  
ΡΟΔΟΣ  
ΜΥΤΙΛΗΝΗΣ  
€ 6,32 Λ  
+15<sup>PLUS</sup>



SANGRIA DON  
SIMON 1.5l  
n φιάλες

€ 2,90 Λ  
ΡΟΔΟΣ  
ΜΥΤΙΛΗΝΗΣ  
€ 2,78 Λ  
+7<sup>PLUS</sup>

3+1  
ΔΩΡΟ



## ΜΠΙΡΕΣ - ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΑ - ΧΥΜΟΙ

ΚΥΠΡΙΑΚΗ  
ΜΠΙΡΑ ΚΕΟ  
500ml  
n φιάλες

99 Λ  
ΡΟΔΟΣ  
ΜΥΤΙΛΗΝΗΣ  
95 Λ  
+2<sup>PLUS</sup>



ΤΣΕΧΙΚΗ ΜΠΙΡΑ  
BUDWEISER  
330ml  
n φιάλες

€ 1,33 Λ  
ΡΟΔΟΣ  
ΜΥΤΙΛΗΝΗΣ  
€ 1,27 Λ  
+3<sup>PLUS</sup>

5+1  
ΔΩΡΟ



ΤΣΕΧΙΚΗ ΜΠΙΡΑ  
PILSNER 330ml  
6 φιάλες  
το πακ.

€ 6,55 Λ  
ΡΟΔΟΣ  
ΜΥΤΙΛΗΝΗΣ  
€ 6,25 Λ  
+16<sup>PLUS</sup>



ΕΝΕΡΓΕΙΑΚΟ ΠΟΤΟ  
RED BULL 250ml  
το κουτί

€ 1,30 Λ +3<sup>PLUS</sup>

ΦΥΣΙΚΟΣ  
ΧΥΜΟΣ ΑΜΙΤΑ  
ΠΟΡΤΟΚΑΛΙ 330ml  
το τετ.

52 Λ +2<sup>PLUS</sup>



DE  
EN  
ΥΡΟ  
1 Λ  
4<sup>PLUS</sup>



LIFTON FUSION 250ml  
peach - cactus  
ή orange  
- apple  
n φιάλες

89 Λ  
+2<sup>PLUS</sup>



ΦΥΣΙΚΟΣ  
ΧΥΜΟΣ Η2O  
ΠΟΡΤΟΚΑΛΙ  
1l  
το τετ.

€ 1,35 Λ  
+3<sup>PLUS</sup>



ΧΥΜΟΣ ΑΜΙΤΑ  
FUN ΦΡΑΟΥΛΑ -  
ΚΟΚΚΙΝΟ ΣΤΑΦΥΛΙ  
- ΜΗΛΟ 200ml  
το τετ.

40 Λ +2<sup>PLUS</sup>

E  
ΑΜΙΤΑ  
ΡΟΥΤ 1l  
5 Λ  
3<sup>PLUS</sup>



ΕΠΙΤΡΑΠΕΖΙΟ ΝΕΡΟ ΥΔΡ  
ΣΟΥΡΩΤΗΣ 1.5l 6 φιάλες  
το πακ.

€ 1,80 Λ +4<sup>PLUS</sup>

5+1  
ΔΩΡΟ



ΑΝΘΡΑΚΟΥΧΟ ΦΥΣΙΚΟ  
ΜΕΤΑΛΛΙΚΟ ΝΕΡΟ  
"ΣΥΝΟ ΝΕΡΟ" 250ml  
n φιάλες

36 Λ +2<sup>PLUS</sup>



ΦΥΣΙΚΟ  
ΕΠΙΤΡΑΠΕΖΙΟ  
ΝΕΡΟ ΑΥΡΑ  
500ml  
n φιάλες

24 Λ  
+2<sup>PLUS</sup>

# Κερδίστε ένα



Με 1 συσκευασία Fanta 6x330ml

 Πορτοκαλάδα,

ή

με 1 συσκευασία Fanta 4x330ml



Madness Καρπούζι,



Λεμονίτα,



Πορτοκαλάδα  
χωρίς ανθρακικό,



Μανταρίνι,



Πορτοκάλι Λι

Ισχύει μόνο για τα καταστήμα

windsurf και... Share the Fun.



Fanta®



...μπίτε στη ΜΕΓΑΛΗ κλήρωση για ένα από τα

**5 Madness windsurf!**

Ζητήστε το κουπόνι από το ταμείο, συμπληρώστε τα στοιχεία σας, ρίξτε το στην κόλλη που θα βρείτε μέσα στο κατάστημα, και αυτόματα θα μπείτε στη μεγάλη κλήρωση, που θα πραγματοποιηθεί στις 11/9/03, στο κατάστημα ΑΒ ΜΕΓΑ ΕΒΝΘΩΣ. Ο διαγωνισμός ισχύει από 7/8/03 έως 27/8/03.

ΑΛΦΑΒΗΤΙΚΑ



ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Η καλύτερη ποιότητα στην καλύτερη τιμή

ΚΡΕΜΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ 500ml

το τεμάχιο

€ 2,45 Λ

+4 PLUS



ΚΑΘΗ  
ΜΕΡΑ ΑΝΑΡΤΗΣΗ  
ΣΤΙΣ ΣΕΛΙΔΕΣ  
73 Λ

SPAGHETTI Νο6  
ή SPAGHETTINI Νο10 500g

το πακέτο 45 Λ



ΔΩΡΟ

ΑΓΟΡΑΖΟΝΤΑΣ 2 ΠΑΚΕΤΑ ΔΩΡΟ  
1 ΠΑΚΕΤΟ ΒΙΔΕΣ 500g αξίας 57Λ

ΨΗΤΕΣ ΠΙΠΕΡΙΕΣ 350g

το τεμάχιο

€ 1,71 Λ +6 PLUS

ΝΙΟΛΜΑΔΑΚΙΑ  
ΓΙΑΛΑΝΤΖΙ 280g

το πακέτο

€ 1,43 Λ

+7 PLUS



ΣΤΙΓΜΙΑΙΟΣ  
ΚΑΦΕΣ 100g

το τεμάχιο

€ 2,60 Λ



ΔΩΡΟ

1 ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΚΑΦΕΣ  
300g αξίας € 1,39Λ

ΦΑΣΟΛΙΑ ΠΓΑΝΤΕΣ  
ΓΙΑΧΝΙ 280g

το πακέτο

€ 1,10 Λ +5 PLUS



3+1  
ΔΩΡΟ

COOKIES  
DIGESTIVE  
το πακέτο

97 Λ

ΔΗΜΗΤΡΙΑΚΑ LODDI  
CHOCO FLAKES 375g

το τεμάχιο

€ 2,14 Λ

+5 PLUS



ΟΥΖΟ 1,5l  
η φιάλη

€ 7,45 Λ

ΡΟΔΟΣ  
ΜΥΤΙΛΗΝΗ

€ 7,13 Λ

+18 PLUS



ΑΝΑΦΥΚΤΙΚΟ ΑΠΟ ΧΥΜΟ  
ΕΞΩΤΙΚΩΝ ΦΡΟΥΤΩΝ  
ΕΧΟΤΙΣ 2l  
η φιάλη

€ 2,00 Λ

+6 PLUS



ΧΥΜΟΣ 2l

μήλο  
ή φράντζελα

€ 2,26 Λ

+6 PLUS

πορτοκάλι  
ή φράντζελα

€ 2,13 Λ

+6 PLUS





ΣΤΡΑΠΕΖΙΟ ΝΕΡΟ 1,5l

€ 1,49λ + 9 PLUS



ΩΤΟΚΑΘΑΡΙΣΤΕΣ  
200 τεμάχια  
το πακ.

76λ + 2 PLUS



ΣΦΟΥΓΓΑΡΙΑ ΜΠΑΝΙΟΥ  
No207  
το τεμ.

95λ + 2 PLUS

No2050  
το τεμ.

83λ + 2 PLUS



ΧΛΩΡΙΟ ACTIVE  
CHLOR 2l

lemon ή fresh  
το τεμ.

€ 1,19λ + 4 PLUS

regular  
το τεμ.

96λ + 3 PLUS



ΡΟΦΗΤΙΚΗ  
Α 2 τεμάχια

+ 3 PLUS

1λ + 3 PLUS



ΧΟΧΑΡΤΟ 30 μέτρα

2,92λ + 5 PLUS



ΜΕΜΒΡΑΝΗ 50 μέτρα

2,35λ + 5 PLUS



ΜΑΞΙΛΑΡΙ ΥΓΝΟΥ 45x65cm

το τεμ.

€ 5,20λ

ΣΑΚΟΥΛΕΣ ΑΠΟΡΡΙΜΜΑΤΩΝ ΠΓΑΙ

με κορδόνι 100x70cm 10 τεμάχια  
το πακ.

€ 1,76λ + 4 PLUS



ΚΑΛΥΜΜΑ ΣΤΡΩΜΑΤΟΣ ΚΑΠΙΤΟΝΕ

μόνο 100x200cm

το τεμ.

€ 8,90λ

διπλό 160x200cm

το τεμ.

€ 11,60λ



ΘΗΚΗ ΜΑΞΙΛΑΡΙΟΥ  
ΚΑΠΙΤΟΝΕ 50x70cm

το τεμ.

€ 3,80λ



ΟΙ ΤΙΜΕΣ ΕΙΝΑΙ ΑΝΑΓΡΑΦΟΜΕΝΕΣ ΕΝΔΕΙΞΕΙΣ ΚΑΙ ΤΥΠΟΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΕΧΕΙ ΑΝΑΡΤΗΣΕΙ  
ΟΙ ΠΡΟΣΒΟΡΕΣ ΦΥΣΙΩΝ ΜΕΩΣ ΕΣΑΝΤΡΑΦΕΣΕΩΣ ΤΩΝ ΑΠΟΣΒΕΜΑΤΩΝ

# ΟΙΚΙΑΚΑ

ΣΕΤ ΦΑΓΗΤΟΥ από ΠΟΡΣΕΛΑΝΗ  
ακέραιο happy 18 τεμάχια  
10 σετ

€ 17,50Λ



ΑΝΤΙΚΟΛΛΗΤΙΚΗ ΦΡΙΤΕΖΑ 24cm

10 τεμ.

€ 19,65Λ

ΧΡΟΜΑΤΙΣΤΗ  
ΦΙΑΛΗ  
ΜΕ ΓΟΜΑ 1l  
10 τεμ.

€ 1,95Λ



ΜΑΧΑΙΡΟΠΙΡΟΥΝΑ

ΜΠΛΕ 24 τεμάχια

10 σετ

€ 18,50Λ



ΠΟΤΗΡΙ  
ΙΣΤΑΝΝΑΙ  
ΔΕΛΦΙΝΙ 5  
10 τεμ.

€ 1,45Λ

ΚΟΥΠΑ ακέραιο flowers ή coffee

10 τεμ.

€ 2,80Λ



ΠΕΤΣΕΤΕΣ ΜΕ ΚΥΚΛΑΚΙΑ κίτρινες, πορτοκαλί, λακωνί ή τρεκούζι  
 ΜΠΑΝΙΟΥ 70x140cm ΠΡΟΣΩΠΟΥ 50x100cm  
 το τεμ. €11,30Λ το τεμ. €5,75Λ

30%  
ΕΚΠΤΩΣΗ

ΑΛΕΚΙΑΣΤΑ ΤΡΑΠΕΖΟΜΑΝΤΙΛΑ

140x180cm  
το τεμ.

150x240cm  
το τεμ.

ΚΑΦΕ 75x75cm  
το τεμ.

€13,50Λ

€18,10Λ

€4,30Λ

ΠΕΤΣΕΤΕΣ ΜΕ ΛΟΥΛΟΥΔΙΑ κίτρινες, ροζ, σιελ ή ασπρό  
 ΠΡΟΣΩΠΟΥ 50x90cm  
το τεμ.

€4,20Λ

€13,10Λ

ΜΠΑΝΙΟΥ 70x140cm

το τεμ. €9,10Λ

30%  
ΕΚΠΤΩΣΗ

30%  
ΕΚΠΤΩΣΗ

ΠΟΔΟΜΑΚΤΡΟ  
ALASKA 40x60cm  
το τεμ.

€7,08Λ

30%  
ΕΚΠΤΩΣΗ

ΟΙ ΠΡΟΣΦΕΡΕΣ ΙΣΧΥΟΥΝ ΜΕΧΡΙ ΕΞΑΝΤΛΗΣΕΩΣ ΤΩΝ ΑΠΟΘΗΚΕΜΕΝΩΝ

Ο ΜΟΝΟΧΡΩΜΟ  
ΜΙΣΟ με κοινό μανίκι

€3,80Λ

ΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΑΥΤΩΝ ΤΩΝ ΣΕΛΙΔΩΝ  
ΥΠΑΡΧΟΥΝ ΜΟΝΟ ΣΤΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ:

ΕΘΝΙΚΗ, ΕΛΛΗΝΙΚΟ, ΕΡΥΘΡΑΙΑ, ΨΥΧΙΚΟ, ΠΕΡΙΣΤΕΡΙ (ΕΘΝ. ΜΑΚΑΡΙΟΥ),  
 ΠΕΡΙΣΤΕΡΙ (ΚΑΡΠΕΝΗΣΙΟΥ), ΛΑΜΠΡΙΝΗ, ΧΑΛΚΙΔΑ (ΧΑΪΝΑ),  
 ΠΑΤΡΑ (ΑΚΤΗ ΔΥΜΑΙΩΝ), ΠΑΤΡΑ (ΕΘΝ. ΟΔΟΣ), ΑΡΓΟΣ (ΕΘΝ. ΟΔΟΣ),  
 ΚΑΛΑΜΑΤΑ (ΚΡΗΤΗΣ), ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ, ΙΩΑΝΝΙΝΑ (ΛΕΩΦ. ΓΡΑΜΜΟΥ),  
 ΑΓΡΙΝΙΟ (ΑΡΓΥΡΟΚΑΣΤΡΟΥ), ΒΟΛΟΣ (2ος ΝΟΕΜΒΡΙΟΥ 107),  
 ΚΕΡΚΥΡΑ (ΚΟΝΤΟΚΑΛΙ), ΣΠΑΡΤΗ & ΡΟΔΟΣ.

και όπως πάντα  
**τα ομορφότερα**  
**σχολικά**  
**σε απίθανες**  
**τιμές!**



## ΑΠΟΡΡΥΠΑΝΤΙΚΑ - ΧΑΡΤΙΚΑ

ΑΠΟΡΡΥΠΑΝΤΙΚΟ ΠΛΥΝΤΗΡΙΟΥ ΡΟΥΧΩΝ ARIEL  
 72 μεζούρες regular ή alpine  
 το τεμ.

€21,96 Λ  
 +50%



14 ΜΕΖΟΥΡΕΣ ΕΠΙΠΛΕΩΝ  
 & 1 ΑΠΟΡΡΥΠΑΝΤΙΚΟ  
 ΠΛΥΝΤΗΡΙΟΥ ΡΟΥΧΩΝ  
 ARIEL MAXI CLEAN 750ml

ΑΠΟΡΡΥΠΑΝΤΙΚΟ  
 ΠΛΥΝΤΗΡΙΟΥ  
 ΡΟΥΧΩΝ  
 ΝΕΟΜΑΤ  
 60 μεζούρες  
 το τεμ.

€9,75 Λ  
 +40%



ΟΙ ΤΙΜΕΣ ΠΟΥ ΑΝΑΓΡΑΦΟΝΤΑΙ ΕΡΝΑΙ ΤΕΛΙΚΕΣ ΚΑΙ ΤΥΧΟΝ ΕΚΤΙΤΟΙΣΗ ΕΚΕΙ ΑΝΑΡΤΗΣΕΙΣ

ΠΑΝΤΙΚΟ ΠΛΥΝΤΗΡΙΟΥ  
ROL PROGRAM  
12 μεζούρες

€ 3,76λ +10 PLUS



ΥΓΡΟ ΠΙΑΤΩΝ ROL ΞΥΔΙ  
500ml αέρας € 1,09λ

ΥΓΡΟ ΑΠΟΡΡΥΠΑΝΤΙΚΟ  
ΡΟΥΧΩΝ ROL ΠΡΑΣΙΝΟ  
ΣΑΠΟΥΝΙ 3λ  
10 τεμ.

€ 7,55λ +16 PLUS



ΔΩΡΟ  
ΤΟ 1LT

ΑΠΟΣΚΛΗΡΥΝΤΙΚΟ ΠΛΥΝΤΗΡΙΟΥ  
ΡΟΥΧΩΝ ΠΛΥΝΤΗΡΕΣ 950g  
10 τεμ.

€ 4,62λ +15 PLUS



ΔΩΡΟ  
200g ΕΠΙΠΛΕΩΝ

ΥΓΡΟ ΠΙΑΤΩΝ AVA  
PERLE CLASSIC 2λ  
10 τεμ.

€ 3,75λ +10 PLUS



ΔΩΡΟ  
1 ΥΓΡΟ ΠΙΑΤΩΝ AVA  
300ml αέρας 94λ

ΙΚΟ ΡΟΥΧΩΝ ΟΜΙΝΟ ΒΙΑΝΚΟ  
ΜΑΪΣΑΛΙΑΣ 2λ  
αέρας  
10 τεμ.



ΔΩΡΟ  
ΥΑ 500ml

ΑΠΟΡΡΥΠΑΝΤΙΚΟ ΠΛΥΝΤΗΡΙΟΥ  
ΠΙΑΤΩΝ CALGONIT POWERBALL  
3 IN 1 σε ταμπλέτες 16 τεμαχίων  
10 πακ.

€ 4,70λ +10 PLUS



ΕΞΕΙ  
ΝΗΑ ΑΝΑΡΤΗΣΗ  
STICKER  
20 λ

ΥΓΡΟ ΤΖΑΜΙΩΝ GLASSEX  
MULTI ΑΜΜΟΝΙΑ 500ml  
αέρας  
10 τεμ.

€ 1,58λ +3 PLUS

ανταλλακτικό  
10 τεμ.

€ 1,12λ +3 PLUS



ΥΓΡΟ BREF DUO ACTIVE για το WC  
αέρας αερακιού συσκευασίας και ανταλλακτικό  
10 πακ.

€ 1,60λ +4 PLUS



ΕΝΙΚΟΥ ΚΑΘΑΡΙΣΜΟΥ AZAX  
ΜΟΥΛΟΥΔΙΩΝ 750ml  
αέρας  
10 τεμ.



ΔΩΡΟ  
ΕΠΙΠΛΕΩΝ

ΙΑ ΚΑΘΑΡΙΣΜΟΥ SWIFFER  
αέρας 32 τεμαχίων

€ 7,30λ +6 PLUS



ΔΩΡΟ  
15 ΤΕΜΑΧΙΑ  
ΕΠΙΠΛΕΩΝ

ΠΑΓΟΚΥΦΕΛΕΣ SANITAS  
AUTO - CLOSE 2 IN 1  
10 πακ.

€ 1,22λ +3 PLUS



ΧΑΡΤΙ ΚΟΥΖΙΝΑΣ KLEENEX ULTRA  
4 ρολά  
10 πακ.

€ 2,59λ +5 PLUS

3+1  
ΔΩΡΟ



ΔΩΡΟ  
1  
ΡΟΛΟ

ΟΙ ΠΡΟΪΟΝΤΕΣ ΔΕΙΧΝΟΥΝ ΜΕΤΡΑ ΕΞΑΝΤΙΛΙΣΣΕΙΣ ΤΩΝ ΑΠΟΒΕΒΑΤΩΝ

ΑΝΤΙΚΟΥΝΟΥΠΙΚΑ ΚΕΡΙΑ

ΣΕ ΠΟΤΗΡΙ ΚΟΥΚΟΥΝΑΡΑ  
το τεμάχιο  
**€ 2,95Λ**

ΣΕΛΕ ΣΕ ΣΦΗΝΑΚΙ  
ΠΟΤΗΡΙ  
το τεμάχιο  
**€ 1,30Λ**

ΣΕ ΓΥΑΛΙΝΟ Νο1  
το τεμάχιο  
**€ 1,50Λ**

ΣΕ ΓΥΑΛΙΝΟ Νο3  
το τεμάχιο  
**€ 2,10Λ**

ΣΕ ΓΥΑΛΙΝΟ Νο4  
το τεμάχιο  
**€ 2,99Λ**

ΚΥΛΙΝΔΡΟΣ 10x10cm  
το τεμάχιο  
**€ 5,40Λ**

ΡΕΙΣΟ 25 τεμάχια  
το πακέτο  
**€ 2,90Λ**

ΛΙΟΝ VOTIVE  
το τεμάχιο  
**63Λ**  
**+2€**

ΒΟΤΙΒΕ ΣΕ ΠΟΤΗΡΙ  
3 τεμάχια  
γαλάζιο ή μπλε  
το σετ  
**€ 2,99Λ**

ΚΟΥΒΑΔΑΚΙ  
ΜΕ ΚΕΡΙ  
άρωμα θανάκι  
το τεμάχιο  
**€ 3,50Λ**

ΕΠΤΟΜΟΑΠΟΘΗΤΙΚΕΣ  
ΤΑΜΠΛΕΤΕΣ BOSS  
30 τεμάχια  
το πακέτο  
**€ 2,05Λ +5€**

ΛΑΔΙ ΣΠΡΟΝΕΛΑΙ  
ΓΙΑ ΛΑΜΠΕΣ 7h  
η φίλη  
**€ 4,99Λ**

ΕΠΤΟΜΟΑΠΟΘΗΤΙΚΗ  
ΣΥΣΚΕΥΗ  
FIS TAI MAT  
το τεμάχιο  
**€ 2,72Λ +6€**

ΥΓΡΟ ΕΠΤΟΜΟΑΠΟΘΗΤΙΚΟ  
συσκεύη και ανταλλακτικό  
το σετ  
**€ 4,10Λ**

...μα  
πού πήγαν  
τα  
κουνούπια;



# Bonus

# L'ORÉAL

ΑΠΟ 15 ΕΤΩΝ ΔΙΑΡΚΗΣ ΔΡΑΣΗ

ΑΠΟ 20 ΕΤΩΝ ΕΝΕΡΓΗ ΕΝΥΔΑΤΩΣΗ

ΑΠΟ 30 ΕΤΩΝ ΕΝΑΝΤΙΑ ΣΤΑ ΠΡΩΤΑ ΣΗΜΑΔΙΑ ΤΟΥ ΧΡΟΝΟΥ

ΑΠΟ 40 ΕΤΩΝ ΒΑΘΙΑ ΑΝΤΙΡΥΤΙΔΙΚΗ ΔΡΑΣΗ

ΑΠΟ 50 ΕΤΩΝ ΠΕΡΙΠΟΙΗΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΩΡΙΜΗ ΕΠΙΔΕΡΜΙΔΑ



ΑΓΟΡΑΖΟΝΤΑΣ 2 ΠΡΟΪΟΝΤΑ PLENITUDE

## κερδίζετε

ΔΙΠΛΑΣΙΟΥΣ ΠΟΝΤΟΥΣ PLUS (10+10=20X2=40)



ΑΝΤΙΡΥΤΙΔΙΚΗ ΔΡΑΣΗ



ΓΙΑ ΤΙΣ ΠΡΩΤΕΣ ΡΥΤΙΔΕΣ



ΕΝΥΔΑΤΩΣΗ ΓΙΑ ΚΑΝΟΝΙΚΑ ΔΕΡΜΑΤΑ



ΕΝΥΔΑΤΩΣΗ ΓΙΑ ΞΗΡΑ ΔΕΡΜΑΤΑ

# ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΠΕΡΙΠΟΙΗΣΗ

ΑΦΡΟΛΟΥΤΡΟ  
SANEX  
DERMOPROTECTOR  
500ml  
10 τεμ.

€ 4,10 λ + 7 PLUS



**ΔΩΡΟ**

1 ΑΦΡΟΛΟΥΤΡΟ SANEX  
DERMO OIL 250ml

ΑΦΡΟΛΟΥΤΡΟ  
JELLYBON'S  
SOFTWASH 250ml  
fresh, regular  
ή χαρούνη  
10 τεμ.

€ 2,80 λ + 6 PLUS



**ΔΩΡΟ**

150ml



VITA CARE SHOWER GEL  
300ml ΚΑΙ BODY MILK 300ml  
10 τεμ.

€ 5,40 λ + 5 PLUS

**ΔΩΡΟ**

1 ΣΦΟΥΓΓΑΡΑΚΙ ΣΙΜΑΤΟΣ LIFOPUS



ΣΑΜΠΟΥΑΝ  
300ml 2 τεμ.  
10 πακ.

€ 7,34 λ

**ΔΩΡΟ**

1 STYLING ΜΑΛΛΟΥ

## CARE

GEL ΜΑΛΛΙΩΝ  
WELLAFLEX FOR MEN  
150ml σε 3 τύπους  
10 τεμ.

€ 4,85 λ  
+ 16 PLUS

**ΔΩΡΟ**

1 ΣΑΜΠΟΥΑΝ - ΝΤΟΥΣ  
WELLAFLEX FOR MEN



ΓΑΛΑΚΤΩΜΑ ΣΙΜΑΤΟΣ VALLEY  
250ml summer ή autumn  
10 τεμ.

€ 9,80 λ + 8 PLUS



**ΔΩΡΟ**

1 ΑΠΟΣΜΗΤΙΚΟ ROLL ON VALLEY 75ml  
αξίας € 2,45λ

ΔΙΣΚΟΙ  
ΚΑΘΑΡΙΣΜΟΥ  
ΠΡΟΣΩΠΟΥ  
POM PON  
70 τεμαχίων  
3 πακέτα  
10 σετ

€ 3,62 λ  
+ 12 PLUS

**2+1  
ΔΩΡΟ**



ΑΝΤΗΛΙΑΚΑ COPPERTONE

+50 PLUS



ΚΡΕΜΟΣΑΠΟΥΝΟ  
FA 500ml  
αντιλλοστικό  
vitalizing,  
sensitive  
ή refreshing  
10 τεμ.

€ 2,15 λ  
+ 10 PLUS





ΠΡΟΪΟΝΤΑ NOXZEMA

ΡΟΝΤΟΥΙ  
ΔΕΤΕΡΟ  
20ml  
το τετ.

1,80 Λ  
+2 PLUS

ΕΞΕΙ  
ΝΕΟΝ ΑΝΑΦΟΡΗΣ  
STICKER  
70 Λ



ΑΠΟΣΙΜΗΤΙΚΟ STICK  
50ml oceanic ή pure  
to τετ.

€ 3,80 Λ +2 PLUS

ΑΠΟΣΙΜΗΤΙΚΟ ROLL ON  
CLASSIC 85ml  
to τετ.

€ 5,24 Λ +2 PLUS



ΑΠΟΣΙΜΗΤΙΚΟ SPRAY 150ml  
oceanic ή pure fresh  
to τετ.

€ 2,94 Λ +2 PLUS

ΕΞΕΙ  
ΝΕΟΝ ΑΝΑΦΟΡΗΣ  
STICKER  
70 Λ

ΑΠΟΣΙΜΗΤΙΚΟ ΚΡΕΜΑ 50ml  
oceanic ή pure  
to τετ.

€ 3,80 Λ  
+2 PLUS



ΑΠΟΣΙΜΗΤΙΚΟ ROLL ON 50ml  
classic, memories ή pilot  
to τετ.

€ 3,85 Λ +2 PLUS



ΑΠΟΣΙΜΗΤΙΚΟ  
SPRAY 150ml  
classic,  
memories  
ή pilot  
to τετ.

€ 3,69 Λ  
+2 PLUS



ΑΦΡΟΣ  
ΣΥΡΙΣΜΑΤΟΣ 300ml  
to τετ.

€ 4,33 Λ +2 PLUS

ΑΓΟΡΑΖΟΝΤΑΣ 1 ΟΠΟΙΟΔΗΠΟΤΕ ΠΡΟΪΟΝ NOXZEMA ΔΩΡΟ 1 ΣΑΠΟΥΝΙ CAMAY CHIC 100g αξίας 56λ

ΣΕΡΒΙΕΤΑΚΙΑ EVERYDAY ALL  
COTTON 2 πακέτα 36 τεμαχίων  
to σετ

€ 4,56 Λ +6 PLUS



ΣΕΡΒΙΕΤΕΣ EVERYDAY SENSITIVE  
ULTRA PLUS 2 πακέτα super ή normal  
to σετ

€ 4,40 Λ +15 PLUS



ΣΕΡΒΙΕΤΕΣ EVERYDAY HYPERDRY  
ULTRA PLUS 2 τεμάχια super ή normal  
to πακ.

€ 4,14 Λ +15 PLUS



ΜΑΝΤΙΛΙΑ JOHNSON'S EXTRA CARE  
από 64 τεμαχίων

€ 6,50 Λ +10 PLUS



ΜΙΝΟΜΑΝΤΙΛΙΑ JOHNSON'S SKIN CARE  
ανταλλακτικό 72 τεμαχίων  
to πακ.

€ 6,50 Λ +10 PLUS



ΟΙ ΠΡΟΪΟΝΤΕΣ ΕΙΣΑΓΑΓΟΝΤΑΙ ΕΞ ΑΝΓΛΙΑΣ ΚΑΙ ΕΙΣΑΓΑΓΟΝΤΑΙ ΤΟΝ ΑΓΟΡΕΜΑΤΟΝ



# Plus

Bonus

ΤΕΥΧΟΣ 16/2003

ΙΣΧΥΕΙ ΑΠΟ 7/8 ΜΕΧΡΙ 27/8/2003

ΑΠΟΡΡΥΠΑΝΤΙΚΟ ΠΛΥΝΤΗΡΙΟΥ  
ΡΟΥΧΩΝ DIXAN  
σε σακούλα 45 μεζούρες  
10 τεμ.

€ 14,20Λ

ΑΠΟΡΡΥΠΑΝΤΙΚΟ ΠΛΥΝΤΗΡΙΟΥ  
ΡΟΥΧΩΝ DIXAN 54 μεζούρες  
10 τεμ.

€ 16,48Λ

ΔΩΡΟ

1 ΜΑΛΑΚΤΙΚΟ SOUPLINE  
1H ΡΟΔΑΚΙΝΟ ή ΜΙΝΙΟ  
αξίας € 1,62Λ



ΔΩΡΟ

1 ΥΓΡΟ ΠΙΑΤΩΝ  
PALMOLIVE SPRING  
SENSATIONS 500ml  
αξίας € 1,39Λ



ΧΑΡΤΙ ΥΓΙΕΙΑΣ SOFTEX GIGA  
SUPER 8 ρολό  
10 πακ.

€ 5,49Λ

ΣΑΜΠΟΥΑΝ WASH & GO 400ml  
2 τεμάχια  
10 πακ.

€ 7,50Λ

ΔΩΡΟ

1 ΜΠΑΛΑ



6+2  
ΔΩΡΟ

2 ΡΟΛΑ  
ΔΩΡΟ  
Softex  
GIGA SUPER



ΔΩΡΟ

1 ΠΑΚΕΤΟ ΧΑΡΤΟΠΕΤΣΕΤΕΣ  
SOFTEX GIGA ΛΕΥΚΕΣ  
αξίας 70Λ



ΟΔΟΝΤΟΚΡΕΜΑ AQUAFRESH  
WHITENING 75ml fresh & multi action  
10 οστ.

€ 5,36Λ

ΔΩΡΟ

1 ΟΔΟΝΤΟΚΡΕΜΑ  
AQUAFRESH WHITENING  
NATURAL 75ml



Βασιλόπουλος

...και του πουλιού το γάλα!

ΟΜΙΛΟΣ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΥ

Η εταιρία ΑΦΟΙ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ Α.Ε.Β.Ε. ιδρύθηκε το 1969 προκειμένου να συνεχίσει τις επιχειρηματικές δραστηριότητες της οικογένειας Βερόπουλου, η οποία ασχολείτο με την εμπορία τροφίμων από το 1880. Το 1995 η τιτλούχος απορρόφησε την εταιρία ΑΘΗΝΑ ΣΟΥΠΕΡΜΑΡΚΕΤ ΑΕΕ, η οποία εκμεταλλευόταν 24 καταστήματα.

Στον όμιλο ανήκει η εταιρία ΧΑΛΚΙΑΔΑΚΗΣ Α.Ε., η οποία εξαγοράστηκε στις αρχές του 1994 και εκμεταλλεύεται 26 καταστήματα σούπερ - μάρκετ. Στον όμιλο Βερόπουλου ανήκει επίσης και η εταιρία ΠΑΝΕΜΠΟΡΙΚΗ ΣΟΥΠΕΡΜΑΡΚΕΤ Α.Ε. η οποία εξαγοράστηκε τον Μάιο του 2001.

Ο συνολικός αριθμός των καταστημάτων της ΑΦΟΙ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ Α.Ε.Β.Ε. ανέρχεται σε 133 και της ΠΑΝΕΜΠΟΡΙΚΗ ΣΟΥΠΕΡΜΑΡΚΕΤ Α.Ε. σε 44.

Η εταιρία ΑΦΟΙ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ Α.Ε.Β.Ε. απασχολεί 5.500 άτομα προσωπικό. Χρησιμοποιεί το δικό της σύστημα αποθήκευσης και διανομής. Διαθέτει μία κεντρική αποθήκη στη Μάνδρα Αττικής (22.538 τ.μ.), συσκευαστήριο κρεάτων (2.710 τ.μ.), το οποίο έχει δημιουργηθεί σύμφωνα με τις προδιαγραφές της Ε.Ε., και ψυγεία για τη συντήρηση των προϊόντων (5.520 τ.μ.).

Όσον αφορά τα οργανωμένα τμήματα πωλήσεων σημειώνεται ότι, έχουν αναπτυχθεί κυρίως το κρεοπωλείο και το οπωροπωλείο. Συγκεκριμένα, λειτουργούν τα εξής τμήματα σε όλα σχεδόν τα καταστήματα : κρεοπωλείο, οπωροπωλείο, ιχθυοπωλείο (σε ορισμένα καταστήματα), αρτοποιείο / ζαχαροπλαστείο (σε ορισμένα καταστήματα).

Άλλα οργανωμένα τμήματα που λειτουργούν σε καταστήματα του ομίλου, είναι αυτά των οικιακών σκευών, της ένδυσης, των εποχιακών, των ηλεκτρικών, των παιχνιδιών και των έτοιμων φαγητών.

Η ανάπτυξη της ΑΦΟΙ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ Α.Ε.Β.Ε. προωθείται και μέσω των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας. Σήμερα, η εταιρία διαθέτει 862 κωδικούς προϊόντων private label (το 1998 διέθετε 420 είδη ιδιωτικής ετικέτας) σε τρόφιμα και είδη νοικοκυριού, τα οποία καλύπτουν ποσοστό 5% περίπου επί των συνολικών πωλήσεων.

Η προαναφερόμενη εταιρία εφαρμόζει τις μεθόδους EDI, SCANNING, E-mail, ηλεκτρονική μεταφορά κεφαλαίων, ηλεκτρονικούς καταλόγους, ηλεκτρονικές φόρμες και ηλεκτρονική διαχείριση εγγράφων. Άμεσος

στόχος της εταιρίας είναι η πλήρης μηχανοργάνωση όλων των καταστημάτων.

Ο κύκλος εργασιών της ΑΦΟΙ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ Α.Ε.Β.Ε. το 1999 ανήλθε σε 122 δις. δρχ. περίπου και το 2000 σε 124,1 δις. δρχ.

Οι πωλήσεις της ΠΑΝΕΜΠΟΡΙΚΗ ΣΟΥΠΕΡΜΑΡΚΕΤ Α.Ε. το 1999 ανήλθαν σε 27,2 δις. δρχ. και το 2000 σε 26,2 δις. δρχ. Επίσης, οι πωλήσεις της ΧΑΛΚΙΑΔΑΚΗΣ Α.Ε. το 1999 ήταν 20,9 δις. δρχ. και το 2000 διαμορφώθηκαν σε 22,3 δις. δρχ.

### ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ ΤΗΣ ΑΦΟΙ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ Α.Ε.Β.Ε.

#### ΑΤΤΙΚΗ

	ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ	ΕΠΙΦΑΝΕΙΑ ΠΩΛΗΣΗΣ ΣΕ Τ.Μ.	ΕΠΙΦΑΝΕΙΑ ΑΠΟΘΗΚΗΣ ΣΕ Τ.Μ.	ΣΥΝΟΛΟ
1.	ΑΒΕΡΩΦ 22 – 24, ΑΒΕΡΩΦ	165	137	302
2.	Σ. ΒΕΝΙΖΕΛΟΥ 62 & ΛΑΡΙΣΗΣ, ΑΓ. ΑΝΑΡΓΥΡΟΙ	700	200	900
3.	Ν. ΠΛΑΣΤΗΡΑ & ΑΙΟΛΟΥ, ΑΓ. ΑΝΑΡΓΥΡΟΙ	676	460	1.136
4.	ΚΑΜΠΙΑΝΗ 10 & ΑΓ. ΜΕΛΕΤΙΟΥ, ΑΓ. ΜΕΛΕΤΙΟΣ	750	500	1.250
5.	ΧΑΛΑΝΔΡΙΟΥ 15 – 17, ΑΓ. ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ	2.000	1.000	3.000
6.	ΔΙΟΝΥΣΟΥ & ΑΛΑΜΑΝΑΣ 48, ΑΓ. ΦΑΝΟΥΡΙΟΣ	800	200	1.000
7.	ΘΗΒΩΝ 509 & ΠΕΤΜΕΖΑ, ΑΓ. ΣΠΥΡΙΔΩΝ ΑΙΓΑΛΕΩ	480	100	580
8.	ΚΥΠΑΡΙΣΣΙΑΣ 7 & ΑΒΕΡΩΦ, ΑΙΓΑΛΕΩ	900	450	1.350
9.	ΑΓ. ΚΩΝ/ΝΟΥ 40 & ΔΙΟΝΥΣΟΥ, ΑΙΘΡΙΟ	1.700	500	2.200
10	ΒΙΚΕΛΑ 2 & ΠΑΓΑΝΕΛΛΗ, ΑΧΑΡΝΩΝ	800	500	1.300
11	ΨΑΡΩΝ & Κ. ΠΑΛΑΙΟΛΟΓΟΥ, ΒΑΘΗΣ	320	250	570

12	Λ. ΠΕΝΤΕΛΗΣ 98 & ΚΙΣΑΒΟΥ, ΒΡΙΑΗΣΣΙΑ	1.750	700	2.450
13	ΜΕΣΟΛΟΓΓΙΟΥ 48 & ΚΙΣΣΑΜΟΥ 3, ΒΥΡΩΝΑΣ	850	400	1.250
14	ΤΡΑΛΛΕΩΝ 152, ΓΑΛΑΤΣΙ	1.173	800	1.973
15	Γ. ΠΑΠΑΝΔΡΕΟΥ (πρώην ΛΕΩΦ. ΑΘΗΝΩΝ 111), ΓΛΥΦΑΔΑ	630	500	1.130
16	ΓΕΝΝΗΜΑΤΑ & ΜΥΣΤΡΑΣ, ΓΛΥΦΑΔΑ	260	150	410
17	ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΥ 148, ΗΓΗΜΟΝΟΣ-Α. ΛΑΥΡΑΣ, ΓΟΥΔΙ	897	420	1.317
18	11 <sup>ο</sup> ΧΛΜ. ΑΘΗΝΩΝ - ΛΑΜΙΑΣ, ΜΕΤΑΜΟΡΦΩΣΗ	1.400	600	2.000
19	Γ. ΠΑΠΑΝΔΡΕΟΥ & ΘΕΑΓΟΥΣ, ΖΩΓΡΑΦΟΥ	460	400	860
20	ΛΕΩΦ. ΠΑΠΑΓΟΥ 122, ΖΩΓΡΑΦΟΥ	683	540	1.223
21	ΑΓ. ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥ 7, ΗΛΙΟΥΠΟΛΗ	800	400	1.200
22	ΓΡΙΒΑ 18 & ΚΑΡΝΕΑΔΟΥ, ΗΛΙΟΥΠΟΛΗ	250	1	251
23	ΚΟΥΝΤΟΥΡΙΩΤΟΥ & ΜΟΥΣΩΝ, ΗΡΑΚΛΕΙΟ	632	497	1.129
24	ΗΡΑΚΛΕΙΔΩΝ 11 - 13, ΘΗΣΕΙΟ	155	170	325
25	ΜΙΧΑΛΑΚΟΠΟΥΛΟΥ 120, ΙΛΙΣΙΑ	375	250	625
26	ΦΙΛΑΡΕΤΟΥ 94, ΚΑΛΛΙΘΕΑ	350	200	550
27	ΕΛ. ΒΕΝΙΖΕΛΟΥ 222, ΚΑΛΛΙΘΕΑ	700	543	1.243
28	ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑΣ & ΠΑΠΑΝΑΣΤΑΣΙΟΥ 2, ΚΕΡΑΤΣΙΝΙ	430	200	630
29	ΑΧΑΡΝΩΝ 80, Κ. ΚΗΦΙΣΙΑ	2.000	800	2.800
30	ΒΟΡ. ΗΠΕΙΡΟΥ 37 - 41, ΚΟΛΩΝΟΣ	320	300	620

31	ΠΑΡΘΕΝΩΝΟΣ 4 - 6 ( ΓΑΡΓΑΡΕΤΤΑ), ΚΟΥΚΑΚΙ	500	200	700
32	ΦΑΛΗΡΟΥ 48 & ΜΑΡΚΟΥ ΜΠΟΤΣΑΡΗ 47, ΚΟΥΚΑΚΙ	198	162	360
33	ΛΕΛΑΣ ΚΑΡΑΓΙΑΝΝΗ 68 - 70, ΚΥΨΕΛΗ	482	405	890
34	ΛΕΩΦ. ΑΛΕΞΑΝΔΡΑΣ 105, Λ. ΑΛΕΞΑΝΔΡΑΣ	400	190	590
35	Λ. ΠΕΤΡΟΥΠΟΛΕΩΣ 28 & ΣΟΦΟΥΛΗ, ΛΙΟΣΙΑ	780	200	980
36	ΛΕΩΦ. ΕΛΑΙΩΝ 46, Ν. ΛΙΟΣΙΑ	820	200	1.020
37	ΠΕΤΡΟΥΠΟΛΕΩΣ 47 & ΜΑΥΡΙΚΙΟΥ, ΛΙΟΣΙΑ	330	110	440
38	ΣΥΜΒΟΛΗ ΑΡΤΕΜΙΔΟΣ - ΜΙΑΟΥΛΗ - ΓΡΗΓΟΡΙΟΥ Ε', ΛΟΥΤΣΑ	1.485	0	1.485
39	ΜΗΤΡΟΠΟΛΕΩΣ 45, ΜΑΡΟΥΣΙ	700	250	950
40	Μ. ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥ & Β. ΗΠΕΙΡΟΥ, ΜΑΡΟΥΣΙ	668	502	1.170
41	ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΟΥΣ 164 & ΠΑΡΝΗΘΟΣ, ΜΕΝΙΔΙ	600	250	850
42	ΚΟΛΟΚΥΝΘΟΥΣ 67 - 69, ΜΕΤΑΞΟΥΡΓΕΙΟ	328	180	508
43	ΠΛΑΤΑΙΩΝ 51 & ΠΑΡΑΜΥΘΙΑΣ, ΜΕΤΑΞΟΥΡΓΕΙΟ	800	940	1.740
44	ΑΓ. ΓΕΩΡΓΙΟΥ - ΤΕΝΕΔΟΥ & ΚΡΕΣΝΑΣ, Ν. ΙΩΝΙΑ	790	300	1.090
45	ΕΛ ΑΛΑΜΕΙΝ 20, Ν. ΙΩΝΙΑ	205	0	205
46	ΕΛ. ΒΕΝΙΖΕΛΟΥ 158, Ν. ΣΜΥΡΝΗ	2.000	1.000	3.000
47	ΕΦΕΣΟΥ 9 & Ν. ΠΛΑΣΤΗΡΑ, Ν. ΣΜΥΡΝΗ	480	390	870
48	ΚΡΑΤΗΡΟΣ 52, Ν. ΣΜΥΡΝΗ	330	110	440
49	ΚΑΣΟΜΟΥΛΗ & ΚΑΚΛΑΜΑΝΟΥ 14 - 18, Ν. ΚΟΣΜΟΣ	530	1	531

50	ΓΡΕΒΕΝΩΝ 32 & ΚΑΡΑΚΟΥΛΟΞΗ, ΝΙΚΑΙΑ	800	200	1.000
51	ΑΙΤΩΛΙΚΟΥ 198, ΝΙΚΑΙΑ	390	210	600
52	ΚΥΠΡΟΥ 109 & ΡΟΔΟΠΟΛΕΩΣ, ΝΙΚΑΙΑ	230	230	460
53	ΦΟΡΜΙΩΝΟΣ 23, ΠΑΓΚΡΑΤΙ	950	200	1.150
54	ΚΑΛΟΣΓΟΥΡΟΥ 14, ΠΛ. ΠΑΠΑΔΙΑΜΑΝΤΗ	360	200	560
55	ΠΕΡΓΑΜΟΥ & ΡΕΜΟΥΝΔΟΥ	200	1	201
56	ΡΑΒΙΝΕ 8, ΠΕΡΙΣΤΕΡΙ	700	300	1.000
57	ΚΥΠΡΟΥ 4, ΠΕΡΙΣΤΕΡΙ	467	400	867
58	ΘΗΒΩΝ 88, ΠΕΡΙΣΤΕΡΙ	480	400	880
59	Λ. ΕΙΡΗΝΗΣ 42 & ΗΡΩΩΝ ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟΥ, ΠΕΥΚΗ	1.150	750	1.900
60	ΧΡ. ΣΜΥΡΝΗΣ 30, ΠΕΥΚΗ	160	1	161
61	ΠΛΑΤΩΝΟΣ 91, ΚΟΛΩΝΟΣ	300	300	600
62	ΠΛΑΤΩΝΑΣ 103 & ΚΡΑΤΥΛΟΥ 2, ΠΛΑΤΩΝΑΣ	384	120	504
63	ΦΛΕΜΙΝΓΚ 42, ΡΑΦΗΝΑ	871	1	872
64	ΣΟΥΤΣΟΥ 40 & ΑΘΑΝΑΣΙΑΔΟΥ, ΑΜΠΕΛΟΚΗΠΟΙ	400	1	401
65	Λ. ΑΘΗΝΩΝ & ΔΙΑΔ. ΚΩΝ/ΝΟΥ, ΣΠΑΤΑ	1.570	500	2.070
66	ΣΤΟΥΡΝΑΡΗ 32 - 34, ΣΤΟΥΡΝΑΡΗ	210	145	355
67	ΦΥΛΗΣ 118, ΑΘΗΝΑ	520	150	670
68	Λ. ΚΑΒΑΛΑΣ 364 & ΑΓ. ΠΑΡΑΣΚΕΥΗΣ, ΧΑΪΔΑΡΙ	1.200	900	2.100
69	ΒΑΣ. ΓΕΩΡΓΙΟΥ & ΣΟΛΩΜΟΥ, ΧΑΛΑΝΔΡΙ	400	400	800

70	ΜΕΣΟΓΕΙΩΝ 208, ΧΟΛΑΡΓΟΣ	840	532	1.372
71	ΧΑΡ. ΤΡΙΚΟΥΠΗ 149 & ΑΓΑΘΙΟΥ	250	250	500

## ΕΠΑΡΧΙΑ

	ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ	ΕΠΙΦΑΝΕΙΑ ΠΩΛΗΣΗΣ ΣΕ Τ.Μ.	ΕΠΙΦΑΝΕΙΑ ΑΠΟΘΗΚΗΣ ΣΕ Τ.Μ.	ΣΥΝΟΛΟ
1.	ΤΕΡΤΣΕΤΗ - ΚΥΡΙΑΖΗ - ΠΑΠΑΦΛΕΣΣΑ, ΑΓΡΙΝΙΟ	2.000	1.000	3.000
2.	1 <sup>ο</sup> ΧΛΜ. ΑΓΡΙΝΙΟΥ - ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ, ΑΓΡΙΝΙΟ	600	1.200	1.800
3.	ΛΑΜΠΕΙΑΣ 3 & ΑΝΤ. ΠΕΤΡΑΛΙΑ, ΑΜΑΛΙΑΔΑ	430	500	930
4.	ΝΕΑ ΕΠΑΡΧ. ΟΔΟΣ ΑΤΑΛΑΝΤΗΣ - ΣΚΑΛΑΣ, ΑΤΑΛΑΝΤΗ	550	200	750
5.	ΜΗΤΡΟΠΟΛΕΩΣ 36, ΒΕΡΟΙΑ	550	200	750
6.	ΞΕΝΟΦΩΝΤΟΣ - ΠΑΠΑΔΙΑΜΑΝΤΗ - ΒΑΣΣΑΝΗ, ΒΟΛΟΣ	800	400	1.200
7.	ΛΑΡΙΣΗΣ 99 & ΝΕΑΠΟΛΕΩΣ, ΒΟΛΟΣ	900	300	1.200
8.	ΑΝΑΛΗΨΕΩΣ & ΠΑΓΑΣΩΝ, ΒΟΛΟΣ	900	150	1.050
9.	ΓΕΩΡΓΙΑΔΟΥ 227 & ΔΕΛΗΓΙΩΡΓΗ, ΒΟΛΟΣ	350	350	700
10	ΑΝΘΙΜΟΥ ΓΑΖΗ & ΚΟΡΑΗ, ΒΟΛΟΣ	235	1	236
11	34 <sup>ο</sup> ΧΛΜ. Π.Ε.Ο. ΛΑΜΙΑΣ - ΚΑΡΔΙΤΣΑΣ, ΔΟΜΟΚΟΣ	450	200	650
12	ΓΕΩΡΓ. ΣΧΟΛΗΣ 50, ΠΕΡΙΟΧΗ ΦΟΙΝΙΣ, ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ	950	0	950
13	ΑΡΑΒΙΣΣΟΥ 16 & Ρ. ΦΕΡΑΙΟΥ 106, ΣΥΚΙΕΣ, ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ	700	400	1.100
14	ΓΡ. ΛΑΜΠΡΑΚΗ & ΓΛΗΝΟΥ, ΗΛΙΟΥΠΟΛΗ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ	700	1.000	1.700
15	ΠΟΝΤΟΥ - ΒΡΥΟΥΛΩΝ, Ν. ΚΡΗΝΗ, ΚΑΛΑΜΑΡΙΑ, ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ	450	450	900



16	ΧΡ. ΣΜΥΡΝΗΣ & ΑΧΙΛΛΕΩΣ 25, ΕΥΟΣΜΟΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ	650	1.000	1.650
17	ΑΝΑΞΙΜΕΝΟΥΣ 26 & ΔΟΥΛΑ. 96, Κ. ΤΟΥΜΠΑ, ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ	445	230	675
18	2 <sup>ο</sup> ΧΛΜ. ΘΕΣΣ/ΝΙΚΗΣ - ΩΡΑΙΟΚΑΣΤΡΟΥ, ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ	1.100	400	1.500
19	ΒΑΣ. ΟΛΓΑΣ 223, ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ	440	465	905
20	ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ & ΓΡΗΓΟΡΙΟΥ Ε', ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ	380	100	480
21	ΡΟΣΤΑΝ & ΑΘΑΝ. ΔΙΑΚΟΥ, ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ	300	1	301
22	ΧΑΛΚΙΔΙΚΗΣ 98, ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ	280	100	380
23	ΚΩΝ/ΠΟΛΕΩΣ & ΑΧΕΡΩΝΤΟΣ, ΙΩΑΝΝΙΝΑ	800	600	1.400
24	ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ 4, ΑΝΑΤΟΛΗ, ΙΩΑΝΝΙΝΑ	1.000	500	1.500
25	ΦΑΡΩΝ 179, ΚΑΛΑΜΑΤΑ	500	500	1.000
26	1 <sup>ο</sup> ΧΛΜ. Ε.Ο. ΚΑΡΠΙΕΝΗΣΙΟΥ - ΛΑΜΙΑΣ, ΚΑΡΠΙΕΝΗΣΙ	500	300	800
27	Ε.Ο. ΚΕΡΚΥΡΑΣ - ΠΑΛΑΙΟΚΑΣΤΡΙΤΣΑΣ, ΚΕΡΚΥΡΑ	1.200	800	2.000
28	ΒΕΡΜΙΟΥ 170, ΚΟΖΑΝΗ	972	450	1.422
29	ΚΑΡΑΓΙΑΝΝΟΠΟΥΛΟΥ 3, ΛΑΜΙΑ	480	80	560
30	ΦΛΕΜΙΝΓΚ 3, ΠΕΡΙΟΧΗ ΝΟΣΟΚΟΜΕΙΟ, ΛΑΜΙΑ	250	90	340
31	Λ. ΑΘΗΝΩΝ 18, ΧΑΙΡΩΝΕΙΑΣ & ΓΡΑΒΙΑΣ, ΛΑΜΙΑ	700	300	1.000
32	ΕΝΑΝΤΙ ΕΚΘΕΣΕΩΣ ΛΑΜΙΑΣ, ΛΑΜΙΑ	920	800	1.720
33	ΣΥΜΒ. ΛΑΡ. - ΤΡΙΚΑΛΩΝ, ΛΑΡ. - ΦΑΡΣΑΛΩΝ, ΛΑΡΙΣΑ	1.800	2.000	3.800
34	ΧΩΡΙΟ ΓΙΑΝΝΟΥΛΗ, ΛΑΡΙΣΑ	950	650	1.600

35	28 <sup>ης</sup> ΟΚΤΩΒΡΙΟΥ 39 & ΚΑΛΛΙΑΡΧΟΥ, ΛΑΡΙΣΑ	600	250	850
36	28 <sup>ης</sup> ΟΚΤΩΒΡΙΟΥ 25 - 27, ΛΑΡΙΣΑ	255	1	256
37	ΘΕΣΗ ΑΓ. ΓΕΡΑΣΙΜΟΣ, ΛΕΧΑΙΟ ΚΟΡΙΝΘΙΑΣ	860	300	1.160
38	ΜΠΟΥΚΑ & ΑΝΑΣΤ. ΜΟΥΤΣΟΠΟΥΛΟΥ, ΜΕΣΣΗΝΗ	700	500	1.200
39	ΛΟΧΑΓΟΥ ΠΕΤΡΟΥΛΑΚΗ 5, ΠΛ. ΕΘΝ. ΑΝΤΙΣΤΑΣΗΣ, ΜΕΣΣΗΝΗ	231	0	231
40	ΕΛ. ΒΕΝΙΖΕΛΟΥ 27, ΜΥΤΙΛΗΝΗ	940	940	1.880
41	ΙΣΑΥΡΩΝ & ΑΓ. ΣΟΦΙΑΣ, ΜΥΤΙΛΗΝΗ	320	1	321
42	Ε.Ο. ΠΑΤΡΩΝ - ΠΥΡΓΟΥ & ΑΝΘΕΙΑΣ, ΠΑΤΡΑ	1.850	800	2.650
43	ΦΙΛΙΠΠΟΥ ΟΛΥΜΠΙΑΔΑΣ 39, ΠΑΤΡΑ	600	380	980
44	ΤΣΕΡΤΙΔΟΥ 3, ΠΑΤΡΑ	1.070	1.070	2.140
45	ΚΑΡΑΤΖΑ 35 - 39, ΠΛ. ΟΜΟΝΟΙΑΣ, ΠΑΤΡΑ	297	182	479
46	ΑΓ. ΤΡΙΑΔΟΣ 33 - 35, ΠΑΤΡΑ	197	167	364
47	ΑΓ. ΤΡΙΑΔΟΣ & ΔΗΜΗΤΡΑΣ, ΠΤΟΛΕΜΑΪΔΑ	655	290	945
48	ΧΡΥΣΟΣΤΟΜΟΥ ΣΜΥΡΝΗΣ 1, ΠΤΟΛΕΜΑΪΔΑ	285	350	635
49	2 <sup>ο</sup> ΧΛΜ. ΠΥΡΓΟΥ - ΠΑΤΡΩΝ, ΠΥΡΓΟΣ	1.500	1.000	2.500
50	ΑΓ. ΚΥΡΙΑΚΗΣ & ΛΕΤΡΙΝΩΝ, ΠΥΡΓΟΣ	152	350	502
51	ΠΕΡΙΟΧΗ ΜΕΓΓΑΒΛΗ, ΙΞΙΑ ΡΟΔΟΥ, ΡΟΔΟΣ	1.540	1.500	3.040
52	ΤΡΙΑΝΤΩΝ 1, ΠΕΡΙΟΧΗ ΙΑΛΥΣΟΣ, ΡΟΔΟΣ	900	400	1.300
53	ΠΑΝΑΓ. ΡΟΔΙΟΥ & ΑΝΝΗΣ ΜΑΡΙΑΣ 38, ΡΟΔΟΣ	350	400	750
54	3 <sup>ο</sup> ΧΛΜ. ΕΠΑΡΧ. ΟΔΟΥ ΡΟΔΟΥ - ΚΑΛΛΙΘΕΑΣ, ΡΟΔΟΣ	1.300	1.100	2.400

55	ΠΕΤΡΙΔΟΥ 8 , ΣΤΥΛΙΔΑ	350	200	550
56	6° ΧΛΜ. ΤΡΙΚΑΛΩΝ – ΚΑΡΔΙΤΣΑΣ , ΤΡΙΚΑΛΑ	1.650	1.000	2.000
57	ΛΕΩΦ. Ο.Η.Ε. (ΣΟΥΤΣΟΥ) 20 , ΤΡΙΠΟΛΗ	1.000	1.000	2.000
58	ΠΛΑΠΟΥΤΑ 4-6, ΤΡΙΠΟΛΗ	280	80	360
59	1° ΧΛΜ. ΠΑΛ. Ε.Ο. ΦΑΡΣΑΛΩΝ-ΛΑΜΙΑΣ, ΦΑΡΣΑΛΑ	500	300	800
60	ΣΥΜΒΟΛΗ ΟΔΩΝ ΧΙΟΥ & ΦΡΑΓΚΟΒΟΥΝΙΟΥ, ΧΙΟΣ	1.050	400	1.450
61	ΝΕΩΡΙΩΝ 9 & ΤΣΙΤΣΕΚΛΗ, ΧΙΟΣ	270	1	271

### ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ ΤΗΣ ΧΑΛΚΙΑΔΑΚΗΣ Α.Ε.

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ	
1.	ΚΑΛΟΚΑΙΡΙΝΟΥ 176, ΚΑΜΑΡΑΚΙ, ΗΡΑΚΛΕΙΟ
2.	ΚΑΛΟΚΑΙΡΙΝΟΥ 198, ΚΑΜΑΡΑΚΙ, ΗΡΑΚΛΕΙΟ
3.	ΕΘΝΙΚΗΣ ΑΝΤΙΣΤΑΣΕΩΣ 16, ΑΓ. ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ
4.	62 ΜΑΡΤΥΡΩΝ 56, ΧΑΝΙΟΠΟΡΤΑ, ΗΡΑΚΛΕΙΟ
5.	ΙΚΑΡΟΥ 71, ΑΔΙΚΑΡΝΑΣΣΟΣ, ΗΡΑΚΛΕΙΟ
6.	ΕΜΜ. ΜΠΑΝΤΟΥΒΑ 24, ΗΡΑΚΛΕΙΟ
7.	Λ. ΚΝΩΣΟΥ 216, ΑΓ. ΙΩΑΝΝΗΣ, ΗΡΑΚΛΕΙΟ
8.	ΠΑΠΑΝΔΡΕΟΥ & ΔΡΑΚΑΝΤΟΠΟΥΛΟΥ, ΗΡΑΚΛΕΙΟ
9.	ΙΚΑΡΟΥ 80, ΠΟΡΟΣ, ΗΡΑΚΛΕΙΟ
10.	ΑΚΑΔΗΜΙΑΣ & ΕΡΩΦΙΛΗΣ, ΜΑΣΤΑΜΠΑΣ, ΗΡΑΚΛΕΙΟ
11.	ΙΩΝΙΑΣ & Ν. ΛΥΤΡΑ, ΗΡΑΚΛΕΙΟ
12.	ΕΠΙΜΕΝΙΔΟΥ 17, ΑΓ. ΝΙΚΟΛΑΟΣ, ΛΑΣΙΘΙ
13.	ΠΑΠΑΝΑΣΤΑΣΙΟΥ 126, ΗΡΑΚΛΕΙΟ
14.	ΟΔΟΣ ΕΛΕΥΘΕΡΙΑΣ, ΚΑΜΑΡΑ ΤΟΥ ΚΟΡΑΚΑ, ΡΕΘΥΜΝΟ
15.	ΧΑΤΖΗΔΑΚΗ 24 (ΚΕΝΤΡΟ), ΡΕΘΥΜΝΟ
16.	ΛΕΒΗΝΟΥ & ΘΕΡΙΣΟΥ, ΗΡΑΚΛΕΙΟ
17.	ΚΟΛΟΝΕΛΟ ΣΗΤΕΙΑΣ, ΛΑΣΙΘΙ
18.	ΚΟΡΩΝΑΙΟΥ 7, (ΕΒΕΑ), ΗΡΑΚΛΕΙΟ
19.	ΓΡΑ ΛΥΤΙΑ, ΙΕΡΑΠΕΤΡΑ
20.	1° ΧΛΜ. ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ – ΜΟΙΡΩΝ, ΗΡΑΚΛΕΙΟ
21.	ΙΑΤΡ. ΠΑΠΑΓΕΩΡΓΙΟΥ & ΗΡ. ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟΥ, ΙΕΡΑΠΕΤΡΑ

22.	ΘΕΡΙΣΟΥ 7, ΠΕΡΙΟΧΗ ΠΑΧΙΑΝΑ, ΧΑΝΙΑ
23.	ΑΚΡΩΤΗΡΙΟΥ 102, ΠΕΡΙΟΧΗ ΧΑΛΕΠΑ, ΧΑΝΙΑ
24.	ΜΑΧΗΣ ΚΡΗΤΗΣ 44, ΤΑΛΩΣ ΚΑΜΙΝΙΑ, ΗΡΑΚΛΕΙΟ
25.	Κ. ΠΑΛΑΙΟΛΟΓΟΥ & ΝΙΚΩΝΟΣ, ΑΓ. ΝΙΚΟΛΑΟΣ
26.	ΘΕΟΤΟΚΟΠΟΥΛΟΥ, ΝΕΑΠΟΛΗ

**ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ ΤΗΣ ΠΑΝΕΜΠΟΡΙΚΗ**  
**ΣΟΥΠΕΡΜΑΡΚΕΤ Α.Ε.**

<b>ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ</b>	
1.	ΑΓ. ΣΟΦΙΑΣ 47, ΒΥΡΩΝΑΣ
2.	ΟΜΗΡΟΥ 60, Ν. ΣΜΥΡΝΗ
3.	ΚΟΛΟΚΟΤΡΩΝΗ 29, ΚΑΛΛΙΘΕΑ
4.	ΓΟΥΝΑΡΗ 66 – 68, ΓΛΥΦΑΔΑ
5.	ΓΡ. ΞΕΝΟΠΟΥΛΟΥ 44 – 46, ΗΛΙΟΥΠΟΛΗ
6.	ΚΕΙΡΙΑΔΩΝ 44, Κ. ΠΕΤΡΑΛΩΝΑ
7.	ΑΛ. ΠΑΝΑΓΟΥΛΗ 3, ΑΓ. ΜΑΡΙΝΑ
8.	ΑΒΕΡΩΦ 7, Ν. ΙΩΝΙΑ, ΒΟΛΟΣ
9.	ΦΙΛΩΝΟΣ 18, ΛΙΒΑΔΕΙΑ
10.	ΘΕΣΗ ΚΑΜΑΡΙΖΑ, ΜΑΡΚΟΠΟΥΛΟ
11.	ΚΑΡΑΟΛΗ ΔΗΜΗΤΡΙΟΥ 58, Ν. ΕΛΒΕΤΙΑ
12.	ΤΡΩΩΝ 38, Α. ΠΕΤΡΑΛΩΝΑ
13.	ΡΗΓΑ ΦΕΡΑΙΟΥ 11, ΑΜΑΛΙΑΔΑ
14.	Λ. ΘΡΑΚΟΜΑΚΕΔΟΝΩΝ 218, ΘΡΑΚΟΜΑΚΕΔΟΝΕΣ
15.	ΚΑΡΠΕΝΗΣΙΩΤΟΥ 38, ΚΑΡΠΕΝΗΣΙ
16.	ΠΑΠΑΦΛΕΣΣΑ 98, ΠΥΡΓΟΣ
17.	ΑΛΦΕΙΟΥ 4, ΠΥΡΓΟΣ
18.	Λ. ΛΑΥΡΙΟΥ & ΧΡΥΣΑΝΘΕΜΩΝ, ΓΛΥΚΑ ΝΕΡΑ
19.	ΑΓ. ΔΗΜΗΤΡΙΟΥ 19 & ΗΦΑΙΣΤΟΥ, ΒΟΛΟΣ
20.	ΛΥΚΙΑΡΔΟΠΟΥΛΑΤΑ ΑΡΓΟΣΤΟΛΙΟΥ, ΚΕΦΑΛΟΝΙΑ
21.	ΣΠΥΡΙΔΗ & ΚΩΝΣΤΑΝΤΑ, ΒΟΛΟΣ
22.	28 <sup>ης</sup> ΟΚΤΩΒΡΙΟΥ 48, ΒΟΛΟΣ
23.	ΕΘΝΙΚΗ ΟΔΟΣ ΖΑΚΥΝΘΟΥ – ΒΟΛΙΜΩΝ, ΘΕΣΗ ΦΛΟΚΑ, ΖΑΚΥΝΘΟΣ
24.	ΑΓ. ΜΑΡΙΝΗΣ 50 & ΑΠΟΛΛΩΝΙΑΣ, ΠΕΡΙΣΤΕΡΙ
25.	ΕΚΤΟΡΟΣ 130, Ν. ΛΙΟΣΙΑ
26.	ΔΗΜΑΡΧΕΙΟΥ 21, Α. ΛΙΟΣΙΑ
27.	ΑΓ. ΝΙΚΟΛΑΟΥ 98, Ν. ΛΙΟΣΙΑ
28.	ΗΡΩΩΝ 5 & ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟΥ, ΚΥΨΕΛΗ
29.	Λ. ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑΣ 130, ΑΓΡΙΑ ΒΟΛΟΥ

30.	ΥΨΗΛΑΝΤΟΥ 5, ΚΑΤΕΡΙΝΗ -
31.	1 <sup>ο</sup> ΧΛΜ. Π.Ε.Ο. ΚΑΤΕΡΙΝΗΣ – ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ
32.	ΕΘΝΙΚΗ ΟΔΟΣ ΑΡΗΝΗΣ – ΖΑΧΑΡΩΣ, ΖΑΧΑΡΩ ΗΛΕΪΑΣ
33.	ΑΝΤ. ΤΡΙΤΣΗ 1, ΑΡΓΟΣΤΟΛΙ, ΚΕΦΑΛΟΝΙΑ
34.	ΦΩΣΚΟΛΟΥ 39 & ΦΙΛΙΤΑ 24, ΠΑΤΗΣΙΑ
35.	ΕΛΛΗΝΟΣ ΣΤΡΑΤΙΩΤΗ 112, ΠΑΤΡΑ
36.	Λ. ΡΙΖΟΣΠΑΣΤΩΝ, ΛΗΞΟΥΡΙ, ΚΕΦΑΛΟΝΙΑ
37.	ΕΘΝΙΚΗ ΟΔΟΣ ΛΕΥΚΑΔΑΣ – ΒΑΣΙΛΙΚΗΣ, ΛΕΥΚΑΔΑ
38.	Λ. ΚΑΡΕΑ 72 & ΙΕΡΟΥ ΛΟΧΟΥ, ΚΑΡΕΑΣ
39.	ΑΓ. ΣΟΦΙΑΣ 102, ΒΥΡΩΝΑΣ
40.	ΠΛΩΜΑΡΙΟΥ 85, ΠΕΡΙΣΤΕΡΙ
41.	ΙΩΛΚΟΥ & ΜΥΚΗΝΩΝ, ΒΟΛΟΣ
42.	ΕΘΝΙΚΗ ΟΔΟΣ ΒΟΝΙΤΣΑΣ – ΛΕΥΚΑΔΑΣ, ΒΟΝΙΤΣΑ
43.	ΘΗΡΑΣ & ΠΑΤΜΟΥ, Α. ΛΙΟΣΙΑ
44.	ΑΓ. ΔΙΟΝΥΣΙΟΥ & ΨΗΛΟΡΕΪΤΗ, ΜΕΝΙΔΙ

### ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ ΟΜΙΛΟΥ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΥ ΣΤΗ ΠΑΤΡΑ

Ο όμιλος ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΥ δραστηριοποιείται στη Πάτρα με πέντε (5) καταστήματα. Τα καταστήματα βρίσκονται επί των εξής οδών :

1. ΕΘΝΙΚΗ ΟΔΟΣ ΠΑΤΡΩΝ – ΠΥΡΓΟΥ & ΑΝΘΕΙΑΣ
2. ΦΙΛΙΠΠΟΥ ΟΛΥΜΠΙΑΔΑΣ 39
3. ΤΣΕΡΤΙΔΟΥ 3
4. ΚΑΡΑΤΖΑ 35 – 39, ΠΛΑΤΕΙΑ ΟΜΟΝΟΙΑΣ
5. ΑΓ. ΤΡΙΑΔΟΣ 33 – 35

Στα πλαίσια της έρευνας ασχοληθήκαμε με το κατάστημα επί της Εθνικής Οδού Πατρών – Πύργου και Ανθείας. Το συγκεκριμένο κατάστημα ιδρύθηκε τον Σεπτέμβριο του 1986. Έχει συνολική έκταση 2.650 τ.μ. από τα οποία τα 1.850 τ.μ. αποτελούν την επιφάνεια πώλησης και τα υπόλοιπα 800 τ.μ. αποτελούν την επιφάνεια αποθήκης.

Ο μέσος όρος του απασχοληθέντος προσωπικού κατά τη διάρκεια λειτουργίας του καταστήματος είναι 60 άτομα. Το 10% του προσωπικού είναι απόφοιτοι σχολών Α.Ε.Ι. ενώ η πλειοψηφία είναι απόφοιτοι Λυκείου.

Ο όμιλος ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΥ όπως κάθε σύγχρονη εταιρία, λειτουργεί γραφεία Δημοσίων Σχέσεων στα καταστήματά του. Στο κατάστημα της

Πάτρας, το γραφείο των Δημοσίων Σχέσεων αποτελείται από 5 άτομα, τα οποία έχουν την ευθύνη να αυξήσουν το αγοραστικό ενδιαφέρον των καταναλωτών για τα προϊόντα του super – market ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΥ προτείνοντας διάφορους τρόπους και πολιτικές. Όπως είναι αυτονόητο οι οριστικές αποφάσεις λαμβάνονται από το Διοικητικό Συμβούλιο του ομίλου στην Αθήνα.

Στα πλαίσια της πληρέστερης έρευνας γύρω από το θέμα της επικοινωνιακής πολιτικής των super – market με το καταναλωτικό κοινό παραθέτουμε ερωτηματολόγιο, οι απαντήσεις του οποίου δόθηκαν από τον Κο Λαγκαδινό.

### ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

- 1. Ποια η σημασία που δίνει η επιχείρησή σας στην επικοινωνιακή πολιτική (διαφήμιση – δημόσιες σχέσεις) όσον αφορά την ενημέρωση του καταναλωτή ώστε να έχετε αποτελέσματα θετικά για τα προϊόντα σας ;**

Ο όμιλος ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΥ βασίζει σημαντικό μέρος της πορείας του στην επιτυχημένη επικοινωνιακή πολιτική του με τους καταναλωτές. Και αυτό γιατί με σωστή διαφήμιση και πετυχημένες δημόσιες σχέσεις προσελκύει συνεχώς νέους καταναλωτές των προϊόντων που προσφέρει. Για εμάς στον όμιλο ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΥ, η επικοινωνιακή πολιτική με τους πελάτες μας αποτελεί από τα σημαντικότερα πράγματα.

- 2. Ποια διαφημιστικά μέσα (τηλεόραση, ραδιόφωνο, φυλλάδια, τύπος κ.α) χρησιμοποιείται για την καμπάνια σας ; Με ποια κριτήρια τα επιλέγετε ;**

Χρησιμοποιούμε όλα τα διαφημιστικά μέσα. Κυρίως χρησιμοποιούμε την τηλεόραση μέσω της οποίας παρουσιάζουμε στο καταναλωτικό κοινό μια «δυνατή» προσφορά κάποιου προϊόντος. Επίσης κάθε εβδομάδα διανέμουμε φυλλάδια που παρουσιάζουν επώνυμα προϊόντα με τις ενδεικτικές τιμές τους. Τέλος κάθε τρεις (3) εβδομάδες προσφέρουμε κάποια προϊόντα σε ιδιαίτερα χαμηλές τιμές και για όλη τη διάρκεια της εβδομάδας.

Όσον αφορά το δεύτερο μέρος της ερώτησής σας, το βασικότερο κριτήριο επιλογής διαφημιστικού μέσου είναι η απήχηση που έχει στο καταναλωτικό κοινό. Επίσης άλλα κριτήρια είναι το κόστος και η

ποιότητα προβολής καθώς και το μερίδιο αγοράς που έχει το διαφημιστικό μέσο στην αγορά.

- 3. Υπάρχει στην επιχείρησή σας τομέας που ασχολείται αποκλειστικά με την επικοινωνιακή σας πολιτική ή συνεργάζεστε με αρμόδια γραφεία ; Είστε βέβαιοι ότι η διαφήμισή σας φθάνει στο κοινό που επιδιώκετε παρουσιάζοντας σωστά τα προϊόντα σας ώστε να το πείθετε ;**

Στο κατάστημά μας υπάρχει γραφείο Δημοσίων Σχέσεων το οποίο αποτελείται από πέντε (5) άτομα που είναι πλήρως καταρτισμένα. Δεν συνεργαζόμαστε με εταιρίες που έχουν αντικείμενο την επικοινωνιακή πολιτική των εταιριών.

Σχετικά με το δεύτερο μέρος της ερώτησής σας, αν κρίνω από την προσέλευση των πελατών τότε μπορώ να πω με σιγουριά ότι έχουμε πετύχει το στόχο μας.

- 4. Η πάροδος του χρόνου σε συνδυασμό με την τεχνολογική εξέλιξη έχει επιφέρει αλλαγές στον τομέα της επικοινωνίας. Ποια η επικοινωνιακή πολιτική της επιχείρησής σας στο παρελθόν και ποια σήμερα ;**

Ο όμιλος ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΥ παρακολουθεί από κοντά την εξέλιξη της τεχνολογίας η οποία έχει επιφέρει αλλαγές στην επικοινωνιακή μας πολιτική. Τα πρώτα χρόνια η επικοινωνιακή μας πολιτική ήταν η καθημερινή μας επαφή με τους πελάτες. Τώρα είναι η τηλεόραση, οι εφημερίδες ακόμα και το internet. Στο σημείο αυτό να τονίσω ότι ο όμιλος ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΥ πρωτοπορούσε πάντα στον τομέα της τεχνολογίας. Ήταν η πρώτη αλυσίδα καταστημάτων super – market που χρησιμοποίησε scanner bar code στα προϊόντα της.

- 5. Από πότε αρχίσατε την επικοινωνιακή πολιτική σας και για ποιο λόγο ;**

Η επικοινωνιακή πολιτική του ομίλου ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΥ ξεκίνησε από την πρώτη στιγμή λειτουργίας του ομίλου. Ο λόγος είναι πολύ απλός. Να βρισκόμαστε συνεχώς σε επαφή με τους καταναλωτές και να γνωρίζουμε τις ανάγκες τους. Αυτή τη στιγμή λειτουργεί τηλεφωνική γραμμή 0800 εξυπηρέτησης – παραπόνων πελατών. Μέσω αυτής της γραμμής οι

πελάτες μπορούν να κάνουν τις παραγγελίες τους ή να παραπονεθούν για τυχόν προβλήματα στη ποιότητα των προϊόντων.

**6. Τι είδους διαφήμιση εννοιολογικά κάνετε, εταιρική ή προϊόντος και γιατί ;**

Ο όμιλος ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΥ και κατ' επέκταση και το κατάστημά μας, χρησιμοποιεί και εταιρική διαφήμιση και διαφήμιση προϊόντος. Όταν αποφασίζουμε να διαφημίσουμε ένα προϊόν, τονίζουμε τα ποιοτικά του χαρακτηριστικά καθώς και την εγγύηση που προσφέρει ο όμιλος ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΥ για αυτό το προϊόν. Έτσι θα μπορούσα να πω ότι 50% είναι διαφήμιση προϊόντος και 50% εταιρική διαφήμιση.

**7. Με ποια κριτήρια επιλέγονται τα Μ.Μ.Ε. που θα χρησιμοποιήσετε για να προβάλλεται τη διαφήμισή σας, και ποιο συγκεκριμένα, πώς προσεγγίζεται το καταναλωτικό κοινό ;**

Όπως τόνισα και προηγουμένως, η απήχηση στο καταναλωτικό κοινό αποτελεί το βασικό κριτήριο επιλογής Μ.Μ.Ε. Επιλέγουμε τηλεοπτικούς σταθμούς υψηλής θεαματικότητας και εφημερίδες και περιοδικά με μεγάλη αναγνωσιμότητα. Επίσης το κόστος και η ποιότητα προβολής αποτελούν σημαντικά κριτήρια. Η προσέγγιση του καταναλωτικού κοινού βασίζεται στην εγγύηση ποιότητας που παρέχει ο όμιλος ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΥ.

**8. Πιστεύετε στην χρησιμοποίηση των «slogans» ; Χρησιμοποιείται αυτό το χαρακτηριστικό ;**

Και στον τομέα χρησιμοποίησης slogan ο όμιλος ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΥ είναι πρωτοπόρος. Ήταν η πρώτη αλυσίδα καταστημάτων super – market που χρησιμοποίησε slogan. Ένα slogan το οποίο γνωρίζει όλος ο κόσμος και είναι το «Είναι κεφάτη γυρίζει από του Βερόπουλου». Ένα πετυχημένο slogan αποτελεί σημαντικό παράγοντα προσέλκυσης νέων καταναλωτών, οπότε όπως καταλαβαίνετε η χρήση slogan κρίνεται απαραίτητη από τον όμιλο ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΥ.



**9. Πιστεύετε ότι στη σημερινή εποχή η επικοινωνιακή πολιτική είναι απαραίτητη λειτουργία μιας επιχείρησης ;**

Στη σημερινή εποχή η επικοινωνιακή πολιτική κρίνεται απαραίτητη για την λειτουργία και την επιβίωση μιας επιχείρησης στην αγορά. Και αυτό γιατί ο ανταγωνισμός είναι μεγάλος και πρέπει διαρκώς η επιχείρηση να διατηρεί τους πελάτες της αλλά και να προσελκύει νέους. Αυτό θα το πετύχει μόνο με τη σωστή επικοινωνιακή πολιτική.

**10. Πιστεύετε ότι η επικοινωνιακή πολιτική έχει συμβάλλει θετικά στην πρόοδο και στην αύξηση της ανταγωνιστικότητας και των πωλήσεων της επιχείρησής σας ;**

Φυσικά και έχει συμβάλλει θετικά η επικοινωνιακή πολιτική. Μέσω αυτής έχουμε αυξήσει τους πελάτες μας και συνεπώς τις πωλήσεις και τα κέρδη μας. Η εξέλιξη που έχει όλα αυτά τα χρόνια ο όμιλος ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΥ οφείλονται σε μεγάλο βαθμό στην επικοινωνιακή του πολιτική. Έχουμε καταφέρει να εδραιωθούμε σαν μία από τις μεγαλύτερες εταιρίες στο χώρο των super – market και αυτό το οφείλουμε στην επιτυχημένη επικοινωνιακή μας πολιτική. Και μην ξεχνάτε ότι ο κλάδος των super – market είναι από τους πιο ανταγωνιστικούς στην ελληνική αγορά.

Χρόνια Πολλά με γιορτινές  
προσφορές από το Βερόπουλο!



ΕΜΠΟΡΙΚΗ

ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ

SPAR 

*Εκεί που τα ψώνια... δίνουν κέφι!*

[www.veropoulos.gr](http://www.veropoulos.gr)



1. Λούτρινος αρκούδος 1 m\* 29,99 €  
 2. Χριστουγεννιάτικο Δέντρο T. COLORADO 1,80 εκ. με δώρα 1 φωτιζόμενο Άγιο Βασίλη\* 14,90 €  
 3. Κάλυψα Χριστουγεννιάτικη για κορίτσια με SINDY Beach και LILO & STITCH HASBRO\* ή για αγόρια με ACTION MAN Snowboard extreme και MARTIANS HASBRO\* 24,99 €  
 4. Αυτοκίνητο σχήματα\* 11,99 €



14,99 €

Αυτοκίνητο ηλεκτροκινούμενο WIND EXPLORER\*



14,99 €

Αυτοκινητόδρομος μπιταρίας ARTIN\*



19,99 €

Αυτοκίνητο RALLI EXPRESS Turbo ηλεκτροκινούμενο\*



6,99 €



Παιχνίδια δραστηριοτήτων BEBE (μικρόφωνο, κινητό ή melody animal) AS\*



Επιτραπέζιο παιχνίδι Σκιτσογραφίες AS\*

29,90 €



συμπληρώστε τα στοιχεία σας, δώστε το απόκριμα στο πακέτο και πάρετε μέρος στη μεγάλη κλήρωση.

Όνομα: \_\_\_\_\_  
 Επώνυμο: \_\_\_\_\_  
 Διεύθυνση: \_\_\_\_\_  
 Περιοχή: \_\_\_\_\_ Τηλέφωνο: \_\_\_\_\_

Η κλήρωση θα γίνει στις 31/01/03 παρουσία συμβολαιογράφου. Ο τυχερός θα ειδοποιηθεί τηλεφωνικά.



Κουζίνα Άρωμα AS\*

24,90 €



Πάγκος εργασίας AS\*



17,90 €

Μικρό Pop Station AS\*

29,99 €



29,90 €

ACTION MAN Operation SOS\*



Μυράκι ζουζουνάκι EL GRECO\*

44,90 €



14,99 €

Χριστουγεννιάτικο τρένο μπαταρίας με μουσική\*



44,90 €

Επιτραπέζιο παιχνίδι  
Ο ΠΙΟ ΑΔΥΝΑΤΟΣ ΚΡΙΚΟΣ\*



Αρμόνιο μπαταρίας-ρεύματος  
με μετακινησιμότητα, μικρόφωνο,  
21 demo songs, 8 ρυθμούς,  
8 όργανα & εγγραφή\*

29,99 €



2,50 €

Μπάλες Χριστουγεννιάτικες  
6 τεμ. 8 mm σε κόκκινο,  
κρυσό ή ασπρή\*

Χριστουγεννιάτικες  
8 mm σε κόκκινο,  
κρυσό ή ασπρή\*

3,50 €



Χριστουγεννιάτικος  
σκούφος  
με φωτάκια\*

1,30 €

Κούκλα SINDY Νεράιδα  
με 3 λαλουδομυράκια\*



29,90 €



Βολίτσα συρόμενη με κούκλα  
PRINCESS και αξεσουάρ\*

19,99 €



9,90 €

Κεριά KODAK ULTRA COLD  
σετ με 4 μπαταρίες  
KODAK AA MINION



1,80 €

Κεριά Βενετσιάνικα  
σετ 2 τεμ.  
πληρώνετε  
1 σετ παίρνετε 2\*

Αγοράζοντας 1 πακέτο  
μπαταρίες αλκαλικές  
ENERGIZER MINION  
4 τεμ. παίρνετε  
μέρος σε κλήρωση για

- 10 φωτογραφικές μηχανές CANON
- 10 επιδαπέδια Hi-Fi SANYO

ΜΕΓΑΛΗ ΚΛΗΡΩΣΗ

**Energizer**

ΔΩΡΑ που σας πάνε από τη Γη στη Σελήνη

10 φωτογραφικές μηχανές Canon

10 επιδαπέδια Hi-Fi Sanyo

No1

Σοκολατάκια OSCAR  
σε σχήμα Χριστουγεννιάτικου  
δέντρου 185 γρ.

3,10 €



3,05 €

Σοκολατένιος Άγιος Βασίλης  
με σοκολατάκια OSCAR  
και λαούτρινα Άγιο Βασίλη 120 γρ.



0,9

Σοκολατένιος  
Άγιος Βασίλης  
OSCAR 1

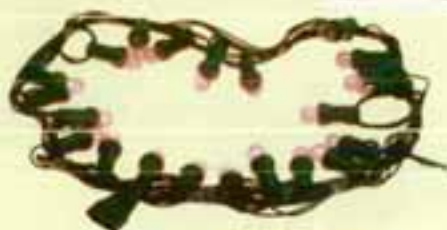


Σοκολατένιος Άγιος Βασίλης  
με σοκολατάκια OSCAR  
και λαούτρινα Άγιο Βασίλη 200 γρ.

4,58 €

19,90 €

ΔΩΡΟ!



Φωτάκια εξωτερικού  
χώρου 22 τεμ.\*

5,85 €

Σοκολάτα mini  
γάλακτος ION 400 γρ.

3,39 €



Άγιος Βασίλης μισοφέγγαρο  
φατιζόμενος  
με δύο φωτάκια  
διακοσμητικά σε σχήμα αστέρι\*

4,50 €

Σετ πιστέλα κεριά  
χρυσό ή ασήμι\*



3,39 €

Σοκολάτα  
αμυγδαλιού  
ION 400



Χάρτινες πιστέλες  
DECORATA  
PARTY  
σετ 3 τεμ.\*



1,70 €

Τραπεζοράντιλο  
κάρτινο  
Χριστουγεννιάτικο  
ΚΟΚΛΙΚΟ  
120X180 cm\*



2,99 €

Χαρτοπετσέτες DUNI  
σε χριστουγεννιάτικη  
συσκ. 75 τεμ.\*

2,99 €



ΔΩΡΟ

1 αντικαλλητική\*  
φόρμα για κέικ



αγοράζοντας 2 από τα παρακάτω προϊόντα



στο SPAR  
πορτοκαλάκι  
600 γρ.

1,64 €

Αmandelle  
100 γρ.

2 €

Μπισκότα Japonais ή Chocarré  
SPAR 100 γρ.

1,32 €

Μπισκότα Gaufrettes ή Abricot SPAR 150 γρ.

1,32 €

3 τεμ. CAPRICE  
πραλίνα 250 γρ.

5,68 €

Σετ 3 τεμ. CAPRICE  
πραλίνα 115 γρ.



2,88 €



4,52 €



Παγωτά ALOMA 1L με εκπαιτικό κρουτόνι 0,50  
cciatella, Black Forest, Noisette, Panacotta, Tiramisu



Σοκολατάκια ROVELLI Extra  
γεμιστά με λικέρ & κεράσι  
σε σχήμα καρδιάς 220 γρ.

3,17 €

Σοκολατάκια ROVELLI Carlotta  
με λικέρ & κεράσι 250 γρ.

2,82 €



Σοκολατάκια ROVELLI Carlotta  
με κρέμα γάλακτος 230 γρ.

2,82 €

Σοκολατάκια ROVELLI  
με λικέρ & κεράσι 150 γρ.

2,21 €



Τασουρέκι Χριστουγεννιάτικο ΚΑΤΣΙΛΗΣ 500 γρ.

1,78 €



Μελαροκόρονα ή Κουζουμπέδες  
ARTEN το κιλό

3,30 €



1,79 €



Σοκολατάκια πραλίνας σε σχήμα θαλασσινών 250 γρ.



**ΔΩΡΟ!**

Ουίσκι BALLANTINE'S 70 cl σε μεταλλικό κουτί με **δωρο** 1 PEPSI 1,5 λίτρο

**9,74 €**  
ΠΟΣΕ  
**9,49 €**



**10,54 €**  
ΠΟΣΕ  
**8,90 €**  
ΣΙΣΕ ΜΥΤΙΛΗΝΗ  
**9,98 €**

Ουίσκι JOHNNIE WALKER Red Label 70 cl



Ουίσκι CUTTY SAKE 700 ml **δωρο** τράφι  
**10,54 €**  
ΠΟΣΕ  
**7,98 €**  
ΣΙΣΕ ΜΥΤΙΛΗΝΗ  
**9,98 €**



American Cola SPAR ουσκ. 6 τεμ. 330 ml

**1,65 €**



Σετ 2 κρασιά CAVINO ερυθρός από τις πλαγιές Αιγαλείας ποικιλία Cabernet Sauvignon 750 ml σε ξύλινη συσκευασία

**14,67 €**



Ουίσκι DIMPLE 70 cl 15 ετών σε ουγκί

**19,98 €**  
ΠΟΣΕ  
**17,98 €**  
ΣΙΣΕ ΜΥΤΙΛΗΝΗ  
**19,59 €**



Λικέρ KAHLUA 70 cl σε κουτί

**10,68 €**  
ΠΟΣΕ  
**8,90 €**  
ΣΙΣΕ ΜΥΤΙΛΗΝΗ  
**9,39 €**



Δοράσκινα SUNSWEET χωρίς κουκούτσι 500 γρ.

**4,06 €**



Original IRISH CREAM BAILEY'S 700 ml σε κουτί

**11,24 €**  
ΠΟΣΕ  
**10,49 €**  
ΣΙΣΕ ΜΥΤΙΛΗΝΗ  
**10,90 €**



METAXA 5\* σε κουτί με 8 παγοκυβέτα

**8,48 €**  
ΠΟΣΕ  
**6,90 €**  
ΣΙΣΕ ΜΥΤΙΛΗΝΗ  
**7,98 €**



**0,22 €**  
Σόδα SPAR 330 ml



**10,78 €**

Σετ 1 πακ. Κάσιους SPAR 500 γρ. & 1 πακ. Φουντούκια φημένα 500 γρ. με **δωρο** 1 πακ. Φιστίκια Αράπικα SPAR 250 γρ.



**1,39 €**

Σετ Chips κλασικό 200 γρ. με **δωρο** 1 πακ. κλασικό 120 γρ.

**PEPSI turns Christmas BLUE**



**2,29 €**

**ΔΩΡΟ**

Ενα τριτογεννημένο ποτήρι με την αγορά 2 συσκευασιών 1,5 λίτρο

Pepsi  
Pepsi Twist  
Pepsi Light



**1,84 €**  
HARMONY ούκα ή βερούκοκα 250 γρ.



**3,15 €**

Φουντούκια φημένα ανάλοτα KALATHERI 175 γρ. πληρώνετε 1 παίρνετε 2

Στραγάλια αργά KALATHERI 175 γρ. πληρώνετε 1 παίρνετε 2

**1,39 €**



**0,96 €**

Στραγάλια αργά KALATHERI 175 γρ. πληρώνετε 1 παίρνετε 2



- Κουτί ποτών ξύλινο **28,00 €**  
 Αφρώδης οίνος ASTI MARTINI 75 cl **7,59 €**  
**ΡΟΔΟΣ 6,59 € ΧΙΟΣ - ΜΥΤΙΑΗΝΗ 7,29 €**  
 Αφρώδης οίνος MOSCATO 75 cl **2,33 €**  
**ΡΟΔΟΣ 1,99 € ΧΙΟΣ - ΜΥΤΙΑΗΝΗ 2,19 €**  
 Κρασί Cellar NEMEA Αγιωργίτικο ερυθρός 75 cl **3,98 €**  
**ΡΟΔΟΣ - ΧΙΟΣ - ΜΥΤΙΑΗΝΗ 3,80 €**  
 Ουίσκι DEWAR'S 70 cl με δώρο  
 υπέροχο κερί με βόσπ **10,95 €**  
**ΡΟΔΟΣ 8,98 € ΧΙΟΣ - ΜΥΤΙΑΗΝΗ 10,79 €**  
 Κρασί ΚΡΗΤΙΚΟΣ CAVINO ερυθρός 0,75 L **2,59 €**  
 Κρασί Μοσχοφιλέρα ΜΑΝΤΙΝΕΙΑ λευκό ΟΠΑΠ 0,75 L  
 ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΚΕΛΛΑΡΙΑ **4,39 €**  
 Κρασί Cellar Μοσχοφιλέρα ΜΑΝΤΙΝΕΙΑ λευκό 750 ml **4,29 €**  
**ΡΟΔΟΣ - ΧΙΟΣ - ΜΥΤΙΑΗΝΗ 3,99 €**  
 Κρασί ΕΠΙΛΟΓΗ βορειών Αγιωργίτικο 750 ml **6,49 €**  
**ΡΟΔΟΣ - ΧΙΟΣ - ΜΥΤΙΑΗΝΗ 6,19 €**  
 Σετ 2 κρασιά ΟΠΑΠ 750 ml (1 Μαντινεία Μοσχοφιλέρα  
 1 Αγιωργίτικο NEMEA ) ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΚΕΛΛΑΡΙΑ **9,39 €**  
**ΡΟΔΟΣ - ΧΙΟΣ - ΜΥΤΙΑΗΝΗ 8,90 €**

11. Ουίσκι GRANT'S 70 cl **10,49 € ΡΟΔΟΣ 7,58 €**  
 12. Vodka URSUS ROTER 700 ml **8,98 €**  
**ΡΟΔΟΣ - ΜΥΤΙΑΗΝΗ 8,68 €**  
 13. Κρασί VILLARE λευκό 75 cl **6,59 €**  
**ΡΟΔΟΣ 5,59 € ΧΙΟΣ - ΜΥΤΙΑΗΝΗ 5,98 €**  
 14. Ρούμι BACARDI Superior 100 cl με δώρο  
 2 ποτήρια **11,90 € ΡΟΔΟΣ 9,98 €**  
 15. Ουίσκι CHIVAS REGAL 12 ετών 70 cl **18,95 €**  
**ΡΟΔΟΣ 16,98 € ΧΙΟΣ - ΜΥΤΙΑΗΝΗ 17,98 €**  
 16. Σκοταέζικο ουίσκι GLENSHIRE 1 L **8,59 €**  
 17. Κρασί Αγαιοπελαγίτικος λευκός EMERY 750 ml **3,10 €**  
**ΡΟΔΟΣ 2,49 € ΧΙΟΣ - ΜΥΤΙΑΗΝΗ 2,98 €**  
 18. Κρασί Cabernet Sauvignon 750 ml  
 ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΚΕΛΛΑΡΙΑ **4,69 €**  
 19. Κρασί Συλλογή ερυθρός ACHAIA CLAUSS 750 ml **3,80 €**  
 20. Σετ 1 πακ. Κάσιους SPAR 500 γρ.  
 & 1 πακ. Φιστίκια κελυφατά 500 γρ.  
 με δώρο 1 πακ. Πίνατς SPAR 250 γρ. **10,53 €**



# Γιορτινά καλάθια...

## ΚΑΛΑΘΙ Νο 2

Ουίσκι CUTTY SARK 700ml & ΜΕΤΑΧΑ 5\* 70cl  
Τιμή 38€ ΡΟΔΟΣ: 32€ ΧΙΟΣ - ΜΥΤΙΛΗΝΗ: 35€



## ΚΑΛΑΘΙ Νο 3

Ουίσκι BALLANTINE'S 70cl  
& Βότκο SERKOVA 70cl  
Τιμή 36€ ΡΟΔΟΣ: 30€  
ΧΙΟΣ - ΜΥΤΙΛΗΝΗ: 33€

## ΚΑΛΑΘΙ Νο 1

Ουίσκι DEWAR'S 70cl, Ρούμι BACARDI 70cl  
& MARTINI BIANCO 100cl  
Τιμή 45€ ΡΟΔΟΣ: 40€ ΧΙΟΣ - ΜΥΤΙΛΗΝΗ: 42€



## ΚΑΛΑΘΙ Νο 7

Κρασί Αιγαιοπελαγίτικος Λευκός EMERY 750 ml,  
Κρασί Villare λευκό EMERY 75cl,  
& Κρασί Cellar NEMEA Αγιωργίτικο Ερυθρός 75cl  
Τιμή 30€ ΡΟΔΟΣ - ΧΙΟΣ - ΜΥΤΙΛΗΝΗ: 29€



# ΓΙΑ ΤΙΣ ΠΙΟ ΖΕΣΤΕΣ ΕΥΧΕΣ!



## ΚΑΛΑΘΙ Νο 4

Ουίσκι JOHNNIE WALKER Red Label 70cl,  
BAILEYS' IRISH CREAM 700ml  
& Gin GORDON'S 70cl  
Τιμή 48€ ΡΟΔΟΣ : 45€

**ΚΑΛΑΘΙ Νο 5**  
Αρωματιστός οίνος ASTI MARTINI 75cl,  
VODKA ABSOLUT 700ml &  
Ουίσκι CHIVAS REGAL 12 ετών 70cl  
Τιμή 52€  
ΡΟΔΟΣ - ΧΙΟΣ - ΜΥΤΙΛΗΝΗ: 49€



## ΚΑΛΑΘΙ Νο 6

Κρασί Μοσκοφιλέρο ΜΑΝΤΙΝΕΙΑ λευκό  
ΟΠΑΠ 0,75l Ελληνικά Κελλάρια Οίνων,  
Κρασί ΣΥΛΛΟΓΗ ερυθρός 750ml & Κρασί CABERNET  
SAUVIGNON 750ml Ελληνικά Κελλάρια Οίνων  
Τιμή 30€ ΡΟΔΟΣ - ΧΙΟΣ - ΜΥΤΙΛΗΝΗ: 29€





1. Προσούτο Ιταλίας MONVISO Α/Δ το κιλό **14,98 €** 2. Σαλάμι αέρος SPAR το κιλό **8,49 €**  
 3. Παρμεζάνα REGGIANO Ιταλίας το κιλό **13,90 €** 4. Τυρί EMMENTAL Σουηδίας GREVE το κιλό **5,19 €**  
 5. Τυρί BRIE Γαλλίας το κιλό **7,49 €** 6. Μανούρι ΒΟΣΚΟΣ το κιλό **4,98 €**  
 7. Τυρί Πεκορίνο ΑΣΤΑΚΟΥ το κιλό **7,98 €** 8. Κασέρι ΜΕΒΓΑΛ παραδοσιακό το κιλό **8,49 €**  
 9. Μορταδέλλα MODENA Montorsi το κιλό **8,49 €**



Φέτα επιλεγμένη  
SPAR Π.Ο.Π 1 κιλό

**5,98 €**



**8,49 €**

Γραβιέρα  
Κρήτης ΚΡΙΑΡΑ  
το κιλό



Κρέμα γάλακτος  
200ml ασ...

**2,05 €**



**5,26 €**

Σετ 3 τεμ. κρέμα γάλακτος ΝΟΥΝΟΥ  
250ml 15% φθινότερη  
Φτιάξτε τη συλλογή σας  
με αυτοκόλλητες  
συνταγές που υπάρχουν πάνω  
σε κάθε συσκευασία  
για τα βιβλία συνταγών σας

**6,91 €**



Όλες οι μαργαρίνες **ΜΙΝΕΡΒΑ**  
**20% φθινότερη!**

Αγοράζοντας 1 δοσεύκιο τυρί Αγορευτικό παραδοσιακό ΚΟΦΙΝΑΚΙ  
800 γρ. παίρνετε **δωρό** 1 κεριά Χριστουγεννιάτικο



10. Ζαμπόν μπουτί χοιρινό Fouatre **ΥΦΑΝΤΗΣ** το κιλό **9,39 €**

11. EMMENTAL Ελβετίας Block το κιλό **10,69 €** ΡΟΔΟΣ - ΧΙΟΣ - ΜΥΤΙΑΗΝΗ **10,49 €**

12. Αγοράζοντας αλλαντικά **ΝΙΚΑΣ** αξίας **6,50 €** παίρνετε **δωρό** 1 Χριστουγεννιάτικο κερί

13. Φιλέτο γαλοπούλας καπνιστό **ΘΡΑΧΗ** το κιλό **8,59 €** 14. Καπνιστό τυρί **ΜΕΤΣΟΒΟΝΕ** ιδρύματος Τσαΐτσα το κιλό **12,98 €**

15. Blue Cheese **KRAFT** το κιλό **7,78 €** 16. Ρακφόρ Γαλλίας το κιλό **15,98 €**



Γραβιέρα **ΝΑΞΟΥ** 10 κιλό

**7,59 €**



Λουκάνικα χωριάτικα  
Τρικάλων **DIRO** 380 γρ.

**2,21 €**



**5,55 €**

Φέτα βορέλι  
**ΚΑΛΑΒΡΥΤΩΝ** 10 κιλό



Vital **KOLIOS** 10 κιλό

**6,98 €**

Στα καταστήματά μας  
θα βρείτε γαλοπούλες  
Γαλλίας με θερμόμετρο!

**7,58 €**



Αγοράζοντας 1 κιλό Φέτα **ΔΩΔΟΝΗΣ** δοκίμιο παίρνετε  
δωρό 1 δοκίμιο γιαούρτι στραγγιστό **ΔΩΔΟΝΗ** 1 κιλό



**5,98 €**

Λουκάνικα χωριάτικα  
καπνιστά **ΜΟΥΤΕΒΕΛΗΣ**  
Τ. Καλαμών το κιλό



6,46 €

Βούτυρο vani  
σαβοί το κιλό



Ρώσικη σαλάτα  
το κιλό

2,28 €

4,07 €

Τυροσαλάτα  
το κιλό



2,27 €

Σολομός καπνιστός  
AURORA\* 100 γρ.

24,06 €

Σολομός καπνιστός φιλέτο  
Νορβηγίας\* το κιλό



Υποκατάστατο Χαβηριάς  
ΠΑΣΣΑΛΗΣ 45 γρ.

2,08 €



2,39 €

ΡΟΔΙΟ ΣΙΣΕ

2,19 €

Κρασί CAMBAS  
1,5L κόκκινο  
τιμή περιεχομένου



1,89 €

ΡΟΔΙΟ ΣΙΣΕ

1,69 €

Κρασί CAMBAS  
1,5L λευκό  
τιμή περιεχομένου



ΔΩΡΟ!

Σετ 2 κρασιών  
Αγιουργίτικο Β  
750 ml με δώ  
1 μεταλλικό  
& ένας κεφα

9,88

Κρασί ΜΑΚΕΔΟΝΙΚΟΣ  
ΤΣΑΝΤΑΛΗ 0,75 L  
λευκό, ροζ ή ερυθρό



3,19 €

ΡΟΔΙΟ ΣΙΣΕ ΜΥΤΙΛΗΝΗ

2,98 €

Αγοράζοντας 1 κιλό μοσχάρι σπάλα χωρίς κόκκο  
παίρνετε δώρο 1 πακ. κριθαράκι με  
Primo Gusto 500



ΔΩΡΟ!

Primo



Παραδοσιακή Κοζανίτικη πίτα  
ΚΙΚΙ ALFA 1000 γρ.

3,86 €

Παραδοσιακή Κοζανίτικη πίτα  
ΚΙΚΙ ALFA με πράσο 1000 γρ.



3,86 €



Παραδοσιακή Κοζανίτικη πίτα  
ΚΙΚΙ ALFA με κρέμα 1000 γρ.

3,95 €

Πατάτες MC CAIN  
Noisettes Classic κατεψ. 1 Κg.



1,90 €



Πατάτες MC CAIN  
Golden Long κατεψ. 1 Κg.

1,90 €



Τυροπιτάκια BLUE BELL 1 Κg  
με δάφνη 200 γρ. επιπλέον

3,83 €

3,76 €



3,83 €

3,76 €

Τυροπιτάκια BLUE BELL 1 Κg  
με δάφνη 200 γρ. επιπλέον



Καπανιστή  
το κιλό

4,49 €



3,89 €

Πάπιες  
δανίας  
κατεψ.  
το κιλό

6,39 €

Γαρίδες N°5  
ΨΑΡΙΑΝΟΣ  
κατεψ. 500 γρ.



Γαρίδες N°1 ΛΙΟΛΟΣ  
Ατλαντικού  
κατεψ. 800 γρ.

14,90 €

Κάθε μέρα  
φρέσκα φρούτα και λαχανικά!





1. Φρέσκα ΧΡΥΣΑ ΑΥΓΑ large 63-73 γρ. συσκ. 15 τεμ. **2,23 €**  
 2. Σετ 1 τεμ. μουστάρδα BRAVA 500 γρ. & 1 τεμ. κέτσαπ 540 γρ. **4,01 €** ΡΟΔΟΣ - ΧΙΟΣ - ΜΥΤΙΑΗΝΗ **3,93 €**  
 3. Ρύζι AGRINO Εκotic Basmati 500 γρ.\* **1,29 €** ΡΟΔΟΣ - ΧΙΟΣ - ΜΥΤΙΑΗΝΗ **1,25 €**  
 4. Φακές φιλές AGRINO 500 γρ.\* **0,75 €** ΡΟΔΟΣ - ΧΙΟΣ - ΜΥΤΙΑΗΝΗ **0,73 €**  
 5. Αλάτι ΗΡΑ 500 γρ. πληρώνετε 2 παίρνετε 3 **1,18 €** ΡΟΔΟΣ - ΧΙΟΣ - ΜΥΤΙΑΗΝΗ **1,16 €**  
 6. Αλεύρι SPAR για όλες τις χρήσεις 1 κιλό **0,62 €**  
 7. Μακαρόνια PRIMO GUSTO Νο6 500 γρ. πληρώνετε 2 παίρνετε 3 **1,20 €** ΡΟΔΟΣ - ΧΙΟΣ - ΜΥΤΙΑΗΝΗ **1,18 €**  
 8. Σετ 2 τεμ. μαγιονέζα KRAFT 500 ml με **δωρό** 1 υπέροχη σαλατιέρα πορσελάνης **4,28 €** ΡΟΔΟΣ - ΧΙΟΣ - ΜΥΤΙΑΗΝΗ **4,20 €**



**1,40 €**  
 ΡΟΔΟΣ-ΧΙΟΣ-ΜΥΤΙΑΗΝΗ  
**1,35 €**

Μουστάρδα  
 FRENCH'S 226 γρ.\*



**0,49 €**

Σιμιγδάλι ΜΕΛΙΣΣΑ  
 κονδρό ή  
 φιλό 500 γρ.



**1,24 €**

Φαρίνα ΓΙΩΤΗΣ  
 κόκκινη 500 γρ.  
 πληρώνετε 2  
 παίρνετε 3



**ΔΩΡΟ!**

Ελαιόλαδο ΜΙΝΕΡΒΑ  
 5 λίτρα με **δωρό**  
 1 αραβοσιτέλαιο  
 ΜΙΝΕΡΒΑ 2 λίτρα

**18,43 €**

**0,65 €**

Αλεύρι ΓΙΩΤΗΣ  
 για όλες  
 τις χρήσεις  
 1 κιλό



**1,25 €**

Μανιτάρια SPAR  
 ολόκληρα 400 γρ.



**0,7**

Μανιτάρια  
 κομμένα

αυστε κοτόπουλα ελευθέρας βοσκής ΝΙΤΣΙΑΚΟΣ\*, μεγαλωμένα  
 ραδοσιακά σε φυσικό περιβάλλον, με αγνές φυτικές τροφές  
 για πραγματικά... υγιεινή διατροφή!  
**ΡΕΙΤΕ ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΑ ΚΑΙ ΜΟΝΟ ΣΤΑ ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ**

**Κοτόπουλο Ελευθέρας Βοσκής\***



**3,73 €**

Αυγά HOLCO κομμένα 400 γρ.  
 Πιρύνετε 2 παίρνετε 3



Μπαχαρικά CAPTAIN'S



**2,98 €**



**1,17 €**

Αγοράζοντας 2 κύβους KNORR  
 γυράκπου 8 τεμ. (βοδινοί με λαχανικά,  
 Σπας με λαχανικά, μεσογειακό μυρμηδικό  
 ελαιόλαδο Άλιος) 0,50 λεπτά φθηνότερα



**5,84 €**

ΦΩΣΕ-ΕΙΣ-ΜΥΤΙΛΗΝΗ  
**5,73 €**

Σετ μπαχαρικά ANATOLIA  
 (μίγμα κοτόπουλου,  
 για φρέσκο φούρνο,  
 γλυκάν, πιπέρι,  
 τριμμένη κανέλλα)



**1,22 €**

Μαγιονέζα SPAR  
 500 ml

**0,82 €**

Κομπόστα SPAR  
 ανανάς σε σιρόφι  
 light 425 γρ.

**ΔΩΡΟ!**

**3,11 €**



Αγοράζοντας 2 συσκ. καφέ BRAVO\*  
 κλασικός 200 γρ. παίρνετε **δωρο** 1 συλλεκτική πιστέλα ρακή ή βοθιά  
 σχεδιασμένη από τον Μιχάλη Ασλόνη

**5,15 €**

ΦΩΣΕ-ΕΙΣ-ΜΥΤΙΛΗΝΗ  
**5,06 €**

Σετ 3 φιάλες αραβοσιτέλαιο  
 COROLA 1 λίτρο



**65 €**

Ξαί Ανθέων  
 DNO 900 γρ.



**HEINZ**

Συνοδεύστε τις γευστικές σας απολαύσεις, **HEINZ**

στην αγορά

Ketchup



**+** 1 **σάλτσας**



παίρνετε **δωρο**  
 ένα μεγάλο γυάλινο βάζο κουζίνας



(Συσκευασμένη όπως οι Ketchup Heinz)

(Συσκευασμένα όπως οι σάλτσες Heinz)



Με την αγορά ενός  
**Dixan 72 M** (από 1 ή 2 πακέτα)  
ή ενός **Dixan 54 M**

Henkel



**ΔΩΡΟ**

1 υπέροχο σετ  
σκουφου & κασκόλη



**ΔΩΡΟ!**

1 κρεμοσάπουνο  
**Camay Gold**  
300ml



αγοραζοντας

2 οποιαδήποτε  
προϊόντα  
**Bounty**



**ΔΩΡΟ**

1 σετ  
6 ποτηριών



Με αγορά 2 προϊόντων



ΠΡΟΣΦΕΡΣΙ ΠΟΥ ΔΙΝΟΥΝ ΚΕΦΗ!

1<sup>η</sup> ΔΩΡΗ ΤΗΝ ΟΜΑΔΑ

Αγοράζοντας

1 προϊόν από την ομάδα

# Δώρο

2 μετακλίμα κρυστ Αλκοοπελογίτινας



+ 1 προϊόν από την ομάδα



## Γιορτή SANITAS

# Δώρο



2 μοντέρνα ΣΟΥΠΛά για την κουζίνα σας

Με την αγορά 2 προϊόντων SANITAS



Με την αγορά ενός...

### ESSEX POWER



ΚΑΘΑΡΙΣΤΗΣ ΣΑΠΟΝΙ ΣΥΝΤΡΑΧΜΑΤΟΣ ESSEX POWER 500G (100 ΧΧ 100Χ 27)

και ενός...

### Rif

www.rif.gr



ΑΝΤΙΣΕΠΤΙΚΟ ΣΑΠΟΝΙ ΣΥΝΤΡΑΧΜΑΤΟΣ RIF

# Δώρο

Μία χριστουγεννιάτικη πισιτέλα



# Εορταστικές Προσφορές από την Johnson & Johnson



Σαμπουάν JOHNSON'S BABY 750 ml με δώρο 1 σαμπουάν JOHNSON'S BABY 300 ml καρομύλι, για μαλλιά χωρίς κόμπους, εκκαίσιμο επαγγελματικού Regular 3,70 € ΡΟΔΟΣ - ΧΙΟΣ - ΜΥΤΙΛΗΝΗ 3,60 €

Αφρόλουτρο JOHNSON'S BABY bedtime με άρωμα λεβάντας & καρομύλιού 500 ml με δώρο 1 αφρόλουτρο JOHNSON'S BABY bedtime με άρωμα λεβάντας & καρομύλι 500 ml με δώρο 1 αφρόλουτρο JOHNSON'S BABY moisturising 300 ml 4,48 € ΡΟΔΟΣ - ΧΙΟΣ - ΜΥΤΙΛΗΝΗ 4,29 €

Σετ 1 σαμπουάν JOHNSON'S KIDS φράουλα 300 ml και 1 σαμπουάν - ντους παρατοκάλι 300 ml με δώρο 1 κολόνια JOHNSON'S KIDS pink 150 ml  
Σετ 1 σαμπουάν JOHNSON'S KIDS φράουλα 300 ml και 1 σαμπουάν - ντους παρατοκάλι 300 ml με δώρο 1 κολόνια JOHNSON'S KIDS cool 150 ml  
Σετ 1 σαμπουάν JOHNSON'S KIDS φράουλα 300 ml και 1 σαμπουάν - ντους τροπική φρεσκοόδο 300 ml με δώρο 1 κολόνια JOHNSON'S KIDS joy 150 ml 6,27 € ΡΟΔΟΣ - ΧΙΟΣ - ΜΥΤΙΛΗΝΗ 6,00 €



Χαρτί υγιεινής DELICA Ultra Soft διπλάσιο σε μήκος 12 ρολά με δώρο 2 πακέτα χαρποπεταέτες πολυτελείας DELICA Collection 20 τεμ.

6,15 €  
ΡΟΔΟΣ - ΧΙΟΣ - ΜΥΤΙΛΗΝΗ  
5,94 €

ΔΩΡΟ!

0,61 €  
ΡΟΔΟΣ - ΧΙΟΣ - ΜΥΤΙΛΗΝΗ  
0,58 €

Χαρποπεταέτες DIANA λευκές πληρώνετε 2 παίρνετε 3



1,49 €

Χαρτί κουζίνας SPAR λευκό ή κίτρινο 4 ρολά



Πάνες NANNYS 50 τεμ. με δώρο 1 κουβέρτα για μωρό

Jumbo  
17,0 €  
ΡΟΔΟΣ - ΧΙΟΣ - ΜΥΤΙΛΗΝΗ  
16,3 €

Maxi  
14,30 €  
ΡΟΔΟΣ - ΧΙΟΣ - ΜΥΤΙΛΗΝΗ  
13,50 €

ΔΩΡΟ!



ΔΩΡΟ!

1,60 €  
ΡΟΔΟΣ - ΧΙΟΣ - ΜΥΤΙΛΗΝΗ  
1,52 €

Χαρτί κουζίνας SOFTEX Tripla Decor 3 ρολά με δώρο το 1 ρολά και επιπλέον χαρτί υγιεινής SOFTEX Gafre 2 ρολά

Midi  
12,50 €  
ΡΟΔΟΣ - ΧΙΟΣ - ΜΥΤΙΛΗΝΗ  
12,00 €

Mini  
9,50 €  
ΡΟΔΟΣ - ΧΙΟΣ - ΜΥΤΙΛΗΝΗ  
9,00 €

Maxi F  
15,5 €  
ΡΟΔΟΣ - ΧΙΟΣ - ΜΥΤΙΛΗΝΗ  
15,0 €



27€

83€



Κολόνια LA TIPA 50 ml  
με δώρο mascara ματιών  
& 1 βερνίκι νυχιών  
ή σκιές ματιών  
& 1 βερνίκι νυχιών



8,90€

8,53€



ΔΩΡΟ!

After shave lotion BEAU MEC  
Blue ice 100 ml  
με δώρο 1 αποσμητικό  
BEAU MEC 200 ml  
ή 1 αφρό ξυρίσματος  
BEAU MEC 300 ml



ΔΩΡΟ!

11,65€

11,14€



ΔΩΡΟ!

10,89€

10,43€

BEAU MEC Blue ice 100 ml  
γραφίδα ή 1 ζώνη δερμάτινη

Κολόνια Spirit SEVENTEEN 90 ml  
με δώρο body gel spirit GLITTER 150 ml



Ανταρσόντας 1 πακέτο μαλλιών RILKEN Silken Color  
Bright Color ή Brilliance σπρέι με εκπαιστικό κομμωτή 2 x 4



9,75€

COR TDK 80min D-view disk, 10 τεμ.\*



Ηλεκτρονικά ρυθμιζόμενη  
καφετιέρα για 12 κούπες καφέ  
με δώρο 1 ανοξείδωτο τηγάνι  
18/10 24x5,5cm με καπάκι\*

20,50€

ΔΩΡΟ!

47,00€



PHILIPS 14"  
CRT 1356/01  
παραγωγής  
1 χρόνο\*



Σκουπα ηλεκτρική SODINO 1200w με δώρο  
1 ανοξείδωτο τηγάνι 18/10 24x5,5cm με καπάκι\*

Θάκη για CD CASE LOGIC 32 θέσεων με δώρο 2 CD άγραφα

9,90€

ΔΩΡΟ!



0,00€



Ψηφιακό ασύρματο τηλέφωνο  
PHILIPS Dect Digital xalio 200  
με αναγνώριση κλήσεως  
εγγύηση αντιπροσωπείας 1 χρόνο\*

50,50€



145,00€



DVD Player DAEWOO DV - 1021 εγγύηση 1 χρόνο\*

Τα Σούπερ Μάρκετ Βερόπουλος και Πανεμπορι  
σας κάνουν δώρο ένα μοναδικό βιβλίο!




Κάνοντας αγορές άνω των 80 € σε μία απόδοση (από 20/12 έως 31/12) παίρνετε δώρο το βιβλίο "Η Γαστρονομία της Μεσογείου".

Αποκτήστε το "γευστικό" βιβλίο της Ηλίας Μαμαλάκη με 90 συνταγές, εμπνευσμένες από τη μεσογειακή διατροφή!

ΣΤΙΣ ΑΝΑΓΡΑΦΟΜΕΝΕΣ ΤΙΜΕΣ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΣΤΙΚΕΡ, ΕΧΕΙ ΑΦΑΙΡΕΘΕΙ Η ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΗ ΑΞΙΑ  
Τα προϊόντα με αστερίσκο (\*) υπάρχουν σε επιλεγμένα καταστήματα.  
Θα βρείτε τις προσφορές με την προϋπόθεση της έγκαιρης παράδοσής τους, από τους προμηθευτές μας και μέχρι εξαντλήσεώς τους.

**ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ**

**SPAR** 

Εκεί που τα ψώνια... δίνουν κέφι!

[www.veropoulos.gr](http://www.veropoulos.gr)

## Γ' ΜΕΡΟΣ

## Α. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Σκοπός της έρευνάς μας ήταν να διαπιστώσουμε αν εφαρμόζεται η επικοινωνιακή πολιτική στις μεγάλες αλυσίδες super – market του νομού Αχαΐας και πόσο σημαντικός είναι ο ρόλος της για τη λειτουργία και την ανάπτυξή τους.

Τα μεγάλα καταστήματα super – market στα οποία επικεντρώθηκε η έρευνά μας, αποτελούν το σημαντικότερο μέρος του συνόλου των super – market στο νομό Αχαΐας και συγκεκριμένα στην περιοχή της Πάτρας.

Παρά το γεγονός ότι η έρευνα έγινε σε τοπικό επίπεδο, τα στοιχεία που προκύπτουν μας δίνουν την δυνατότητα να αξιολογήσουμε το ρόλο και τη σημασία της επικοινωνιακής πολιτικής στον σύγχρονο επιχειρηματικό κόσμο.

Με μια πρώτη αξιολόγηση των αποτελεσμάτων της έρευνας συμπεραίνουμε πόσο μεγάλο βάρος δίνουν οι επιχειρήσεις στην εφαρμογή της επικοινωνιακής πολιτικής. Σε όλα τα καταστήματα που αποτέλεσαν αντικείμενο της έρευνάς μας, διαπιστώσαμε την ύπαρξη και λειτουργία ξεχωριστών τμημάτων δημοσίων σχέσεων και διαφήμισης.

Τα τμήματα του εκάστοτε καταστήματος καθοδηγούμενα από την κεντρική διοίκηση της αλυσίδας super – market στην οποία ανήκουν και λαμβάνοντας υπ όψιν τις ιδιαιτερότητες της περιοχής, είναι υπεύθυνα για την εφαρμογή της αντίστοιχης επικοινωνιακής πολιτικής.

Ακόμα ένα συμπέρασμα που προκύπτει είναι ότι όλες οι επιχειρήσεις super – market συμφωνούν πως οι δημόσιες σχέσεις και η διαφήμιση έχουν συμβάλλει στην πρόοδο της επιχείρησης, στη βελτίωση των σχέσεων με το καταναλωτικό κοινό, στην αύξηση της εμπιστοσύνης, στη βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων τους και στην ίδρυση νέων υποκαταστημάτων. Επίσης βοηθούν στην αναγνώριση της κοινωνικής προσφοράς και της συμβολής στην οικονομική ανάπτυξη κάθε περιοχής αλλά κυρίως στην αύξηση των κερδών τους.

Στη πλειοψηφία τους οι επιχειρήσεις super – market αποδέχονται πως ο ρόλος της σωστής επικοινωνιακής πολιτικής για την αύξηση της παραγωγικότητας είναι πολύ σημαντικός. Συγκεκριμένα πιστεύουν πως η επικοινωνιακή πολιτική βοηθάει στο να δημιουργηθεί καλό κλίμα μεταξύ των εργαζομένων με αποτέλεσμα να αποδίδουν περισσότερο και κατά συνέπεια να αυξάνουν την παραγωγικότητα της επιχείρησης, αφού είναι πολύ σημαντικό για μια επιχείρηση η ψυχολογία του εργαζομένου. Επίσης, υποστηρίζουν πως η παραγωγικότητά τους αυξάνεται με το γεγονός ότι η επικοινωνιακή πολιτική μπορεί να κάνει το κοινό να εμπιστευτεί την επιχείρηση, αλλά ακόμα και να κερδίσει την εμπιστοσύνη νέων καταναλωτών.

Η προσέλκυση νέων καταναλωτών επιτυγχάνεται κυρίως μέσω της διαφήμισης και για αυτό τον λόγο μεγάλο μέρος των προϋπολογισμών

των επιχειρήσεων super – market διατίθεται για την οργάνωση μεγάλων διαφημιστικών εκστρατειών. Οι επιχειρήσεις στα πλαίσια αυτών των διαφημιστικών εκστρατειών χρησιμοποιούν τα Μ.Μ.Ε. κυρίως την τηλεόραση και το ραδιόφωνο.

Τέλος, ένα ακόμα συμπέρασμα που προέκυψε από την έρευνα είναι ότι όλες οι επιχειρήσεις super – market που εξετάσαμε έχουν στελεχώσει τα τμήματα δημοσίων σχέσεων και διαφήμισης με έμπειρα και ικανά στελέχη που είναι στην πλειοψηφία τους απόφοιτοι σχολών Α.Ε.Ι.

Ένα γενικό πάντως συμπέρασμα που προκύπτει από όλη την έρευνά μας είναι ότι οι ελληνικές επιχειρήσεις super – market άρχισαν να συνειδητοποιούν την αξία της επικοινωνιακής πολιτικής τα τελευταία χρόνια. Έχουν πεισθεί πως για να μπορέσουν οι επιχειρήσεις τους να αντεπεξέλθουν στις διάφορες δυσκολίες, πρέπει να συνεργάζονται στενά με τους ανθρώπους της επικοινωνιακής πολιτικής. Αυτό θα έχει σαν αποτέλεσμα την αύξηση του γοήτρου και της φήμης των επιχειρήσεων super – market.

## **Β. ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗ ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΤΩΝ SUPER – MARKET**

Η διαπίστωση που προέκυψε από το σύνολο της εργασίας μας είναι ότι όλες οι επιχειρήσεις super – market που εξετάσαμε έχουν αντιληφθεί τον ρόλο και την σπουδαιότητα που έχει η επικοινωνιακή πολιτική για την ομαλή πορεία τους.

Στη διάρκεια των τελευταίων ετών όλες οι επιχειρήσεις super – market πέτυχαν μέσω της επικοινωνιακής πολιτικής να αυξήσουν τόσο το καταναλωτικό κοινό τους όσο και το γοήτρό τους. Αυτό είχε σαν αποτέλεσμα την αύξηση του κύκλου εργασιών (πωλήσεις) και κατά συνέπεια την αύξηση των κερδών τους.

Παρόλα αυτά πιστεύουμε ότι ο τομέας της επικοινωνιακής πολιτικής επιφέρει βελτίωση που μπορεί να επιτευχθεί με τις ακόλουθες προτάσεις.

- Αρχικά, όλες οι επιχειρήσεις super – market θα πρέπει να συνειδητοποιήσουν ότι η επικοινωνιακή πολιτική δεν δημιουργείται από την μία ημέρα στην άλλη. Συνεπώς θα πρέπει να χαρακτηρίζεται από συνέπεια, συνέχεια και συστηματικότητα, βασισμένη σε έναν συγκεκριμένο μακροπρόθεσμο σχεδιασμό. Γιατί η επικοινωνιακή πολιτική στηρίζεται σε ένα πρόγραμμα που δεν στοχεύει στο γρήγορο κέρδος, αλλά στην απόκτηση ενός καλού ονόματος στον επιχειρηματικό κλάδο και ενός σταθερού κοινού.
- Γνωρίζοντας την σπουδαιότητα της επικοινωνιακής πολιτικής, η διοίκηση των super – market θα πρέπει να επιλέγει για την κάλυψη του νευραλγικού αυτού τομέα, άτομα ικανά και έμπιστα.



Ειδικότερα, θα πρέπει να γνωρίζουν δημόσιες σχέσεις, διαφήμιση και marketing, να έχουν εμπειρία στο χώρο, να είναι συνεργάσιμοι και ευφυείς. Με άλλα λόγια τα άτομα αυτά να έχουν εξειδίκευση στον τομέα της επικοινωνιακής πολιτικής.

- Κατά τη γνώμη μας και η διοίκηση των super – market θα πρέπει να παρέχει σιγουριά και εμπιστοσύνη στο προσωπικό της με υποστήριξη της πολιτικής επικοινωνίας που έχει εγκριθεί, με σαφή σχέδια για όλα τα προγράμματα και τις πολιτικές ώστε να επιτύχει τους στόχους της, χωρίς να παρεκκλίνει του αρχικού σχεδιασμού της. Με αυτό τον τρόπο, τα στελέχη του τομέα της επικοινωνιακής πολιτικής θα μπορούν να εργαστούν απερίσπαστα για την επιτυχία των στόχων που έχουν τεθεί από τη διοίκηση. Επίσης το ύψος του προϋπολογισμού που εγκρίνει για δαπάνες επικοινωνιακής πολιτικής η επιχείρηση θα πρέπει να είναι ικανό να βοηθήσει το έργο που είναι ανάγκη να γίνει.
- Κάθε επιχείρηση μέσω των επιδοτούμενων προγραμμάτων που παρέχει η Ευρωπαϊκή Ένωση, έχει τη δυνατότητα να καταρτίσει τα στελέχη της πάνω στον τομέα της επικοινωνιακής πολιτικής. Αυτή η πλήρης ενημέρωση των στελεχών για τις δυνατότητες που μπορεί να προσφέρει η επικοινωνιακή πολιτική θα τους βοηθήσει να συνειδητοποιήσουν την αναγκαιότητα και την σκοπιμότητά της, με αποτέλεσμα να παρέχουν τις αναμενόμενες υπηρεσίες και να γίνουν φορείς θετικής προβολής της επιχείρησής τους.
- Η δημιουργία πανεπιστημιακής σχολής επικοινωνιακής πολιτικής κρίνεται απαραίτητη για την αρτιότερη εκπαίδευση στελεχών επικοινωνιακής πολιτικής. Τα άτομα που στελεχώνουν τα τμήματα επικοινωνιακής πολιτικής των σύγχρονων επιχειρήσεων προέρχονται από σχολές που δεν έχουν σαν ακριβές αντικείμενο σπουδών την επικοινωνιακή πολιτική, αλλά κάποιες παρεμφερείς επιστήμες (σχολές marketing).
- Σε περίπτωση που δεν είναι εφικτή η ίδρυση πανεπιστημιακής σχολής επικοινωνιακής πολιτικής, θα ήταν αρκετά επιμορφωτικό για τα μελλοντικά στελέχη να ενταχθεί σαν μάθημα στις σχολές Α.Ε.Ι. και Α.Τ.Ε.Ι. με παρόμοιο αντικείμενο σπουδών.

Οι προτάσεις που αναφέραμε παραπάνω πιστεύουμε πως θα βοηθήσουν κάθε επιχείρηση super – market να βελτιωθεί και κυρίως να καταλάβει την αξία της επικοινωνιακής πολιτικής. Φυσικά οι λύσεις αυτές δεν είναι οι μόνες, όμως είναι τα πρώτα βήματα που πρέπει να γίνουν ώστε να μπει σε έναν καλό δρόμο η επικοινωνιακή πολιτική των super – market.

## Γ. ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Ολοκληρώνοντας την πτυχιακή μας εργασία για τον ρόλο και τη σημασία της επικοινωνιακής πολιτικής των super – market με το καταναλωτικό κοινό με σκοπό την αύξηση των κερδών, καταλήγουμε στο συμπέρασμα για το πόσο σπουδαία και αποτελεσματική λειτουργία είναι η επικοινωνιακή πολιτική για μια σύγχρονη επιχείρηση super – market.

Φυσικά, η επικοινωνιακή πολιτική έχει ένα ευρύ και ενδιαφέρον φάσμα δραστηριότητας. Όπως ήδη έχουμε αναφέρει σε ανάλυσή μας σε προηγούμενα κεφάλαια, η επικοινωνιακή πολιτική είναι μια συστηματική επικοινωνία μεταξύ της οικονομικής μονάδας και του καταναλωτικού κοινού της, συνεπώς θα πρέπει να σέβεται αλλά και να προσπαθεί για τα καλύτερα δυνατά αποτελέσματα αυτής της επικοινωνίας. Το κοινό της επιχείρησης είναι αυτό που θα την κρατήσει ζωντανή και ο κρίκος της επιχείρησης με το κοινό της είναι οι υπηρεσίες που προσφέρει η επικοινωνιακή πολιτική. Έχουμε ήδη αναφέρει πως η επικοινωνιακή πολιτική πορεύεται σύμφωνα με κάποιες αρχές και αυτό για να μπορεί να επικοινωνήσει με υπευθυνότητα και με σεβασμό προς το κοινό της επιχείρησης, αλλά και για να πραγματοποιήσει με επιτυχία κάθε στόχο της.

Συνεχίζοντας την συνοπτική ανακεφαλαίωσή μας, πρέπει να υπενθυμίσουμε πως η επικοινωνιακή πολιτική δεν είναι μόνο το μέσο για την αύξηση των πωλήσεων κάθε οικονομικής μονάδας, αλλά επιπλέον στόχος της είναι η δημιουργία κλίματος αμοιβαίας κατανόησης και εμπιστοσύνης μεταξύ της επιχείρησης και του κοινού της. Στοχεύει δηλαδή στη δημιουργία αμφίδρομης επικοινωνίας μεταξύ τους. Αυτή λοιπόν η επικοινωνία και η καλή σχέση που δημιουργεί η επικοινωνιακή πολιτική μεταξύ των εργαζομένων, αλλά και με το κοινό της οικονομικής μονάδας οδηγεί σε αύξηση της παραγωγικότητας των επιχειρήσεων.

Είναι όμως αποδεδειγμένο, ύστερα και από την έρευνα που πραγματοποιήσαμε σε τρεις (3) επιχειρήσεις super – market, ότι οι Έλληνες επιχειρηματίες άρχισαν να συνειδητοποιούν την σπουδαιότητα της λειτουργίας και της χρήσης της επικοινωνιακής πολιτικής, τις τελευταίες δεκαετίες. Το ευχάριστο όμως είναι πως τώρα πια έχουν αρχίσει να καταλαβαίνουν πόσο απαραίτητη είναι η επικοινωνιακή πολιτική για μια οικονομική μονάδα. Το μέλλον της επικοινωνιακής πολιτικής διαγράφεται λαμπρό στον ελληνικό επιχειρηματικό κόσμο.

Τελειώνοντας, πρέπει να τονίσουμε πως η δημιουργία καλής και αποτελεσματικής επικοινωνιακής πολιτικής δεν γίνεται από την μια στιγμή στην άλλη. Είναι ένας μακροχρόνιος στόχος της επιχείρησης που για να πραγματοποιηθεί πιο γρήγορα θα πρέπει να μπου σε εφαρμογή κάποια μέτρα βελτίωσης της επικοινωνιακής πολιτικής, ορισμένα από τα οποία έχουμε αναλύσει σε προηγούμενο κεφάλαιο.

## **ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ**

**ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

1. Θεοδωράτος Ευάγγελος      **Δημόσιες Σχέσεις**
2. Τζωρτζάκης Κωνσταντίνος      **Μάρκετινγκ Λιανικού Εμπορίου**
3. Χαριτόπουλος Δημήτριος      **Η Επικοινωνιακή Πολιτική Στο  
Σύγχρονο Επιχειρηματικό Κόσμο**

**Άλλες Πηγές**

1. ICAP Α.Ε.      **Κλαδική Μελέτη Super – Market Δεκέμβριος 2001**
2. Διευθύνσεις στο Internet      **www.ab.gr  
www.carrefour.gr  
www.veropoulos.gr**