

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΘΕΜΑ: ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΜΙΑΣ ΕΜΠΟΡΙΚΗΣ Η ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΕΙΣΗΓΜΕΝΗ ΣΤΟ ΧΡΗΜΑΤΙΣΤΗΡΙΟ ΑΘΗΝΩΝ ΑΞΙΩΝ ΚΑΙ ΚΛΑΔΙΚΗ ΣΥΓΚΡΙΣΗ. (Η εταιρία που διαλέξαμε να αναλύσουμε είναι η ΔΕΛΤΑ – VIVARTIA Α.Ε.Β.Ε.)

V. I. V. A. R. T. I. A.

ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΕΣ: ΚΟΥΡΕΠΙΝΗ ΑΙΚΑΤΕΡΙΝΗ
ΛΑΜΠΡΙΝΟΥΔΗ ΚΥΡΙΑΚΗ

ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ: ΡΕΠΟΥΣΗΣ ΣΠΥΡΙΔΩΝ

ΣΧΟΛΗ: Σ.Δ.Ο.

ΤΜΗΜΑ: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΚΑΙ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ

Η ΕΤΑΙΡΙΑ VIVARTIA

1.1 ΙΔΡΥΣΗ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΑΣ VIVARTIA – ΙΣΤΟΡΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ.....	4
1.2 ΚΛΑΔΟΙ ΤΟΥ ΟΜΙΛΟΥ.....	8
1.3 ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΠΟΥ ΑΠΑΣΧΟΛΕΙ Η VIVARTIA.....	12
1.4 ΣΩΣΤΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ – ΚΕΝΤΡΟ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ.....	12
1.5 ΤΑ ΕΡΓΟΣΤΑΣΙΑ ΤΗΣ VIVARTIA.....	13
1.6 Η ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΤΗΣ VIVARTIA.....	15
1.7 ΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ VIVARTIA.....	15
1.8 Η ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΤΟΥ ΟΜΙΛΟΥ.....	17
1.9 Η ΘΕΣΗ ΤΗΣ VIVARTIA ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ.....	17
1.10 ΟΙ ΘΥΓΑΤΡΙΚΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ ΤΗΣ VIVARTIA.....	18
1.11 ΤΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΕΡΓΟ ΤΗΣ VIVARTIA.....	23
1.12 ΟΙ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ ΤΗΣ VIVARTIA.....	26
1.13 ΟΙ ΠΕΛΑΤΕΣ ΤΗΣ VIVARTIA.....	27

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΜΕΛΕΤΕΣ

2.1 ΜΕΛΕΤΗ ΤΗΣ HELLASTAT ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ.....	28
--	----

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ VIVARTIA

3.1 SWOT ANALYSIS.....	31
3.1.1 SWOT ANALYSIS ΤΗΣ VIVARTIA	33

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ

ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ

4.1 ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ.....	36
4.2 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ VIVARTIA ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΟΥΣ ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ.....	38
4.2.1 ΣΥΓΚΡΙΣΕΙΣ– ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ – ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	43
4.2.2 ΣΥΓΚΡΙΣΗ 2004-2005 ΣΤΙΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΤΑ ΚΕΡΔΗ.....	46
4.3 ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΑΝΑΛΥΣΗΣ VIVARTIA 2006 ΜΕ ΔΕΛΤΑ 2001-2005.....	46

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ

ΜΕΤΟΧΗ VIVARTIA – ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ - ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ

5.1 Η ΜΕΤΟΧΗ ΤΗΣ VIVARTIA.....	49
5.2 ΜΕΤΟΧΙΚΗ ΣΥΝΘΕΣΗ ΚΑΙ ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ.....	50
5.3 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ ΓΙΑ ΤΑ ΕΤΗ 2008 – 2012.....	52

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΚΤΟ

Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ VIVARTIA

6.1 ΕΞΑΓΟΡΑ ΤΗΣ ΒΟΥΛΓΑΡΙΚΗΣ UMC.....	53
6.2 ΙΔΡΥΣΗ ΕΤΑΙΡΙΑΣ ΣΤΗ ΣΑΟΥΔΙΚΗ ΑΡΑΒΙΑ.....	54
6.3 MARFIN INVESTMENT GROUP – VIVARTIA.....	55
6.4 ΣΥΜΦΩΝΙΑ VIVARTIA – ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΥ.....	56
6.5 VIVARTIA – EVEREST.....	56

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΒΔΟΜΟ

ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ – ΟΜΙΛΙΕΣ

7.1 ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΤΟΥ ΔΗΜΗΤΡΗ ΔΑΣΚΑΛΟΠΟΥΛΟΥ.....58

7.2 ΟΜΙΛΙΑ ΤΟΥ ΣΠΥΡΙΔΩΝ ΘΕΟΔΩΡΟΠΟΥΛΟΥ.....67

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....68

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ

Η ΕΤΑΙΡΙΑ VIVARTIA

1.1. ΙΔΡΥΣΗ ΕΤΑΙΡΙΑΣ VIVARTIA – ΙΣΤΟΡΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Το 1952, ο Αριστείδης Δασκαλόπουλος ιδρύει στην Αθήνα την ΔΕΛΤΑ, μια οικογενειακή επιχείρηση με 20 υπαλλήλους και 10 αυτοκίνητα που μοιράζουν γάλα και γιαούρτι. Από τότε μέχρι σήμερα, μέσα από μια συνεχή και ασταμάτητη πορεία εξέλιξης, τα προϊόντα ΔΕΛΤΑ έχουν κυριαρχήσει στην αγορά γαλακτοκομικών προϊόντων.

Το 1965, η ΔΕΛΤΑ μεταφέρεται στην περιοχή των σημερινών εγκαταστάσεων του Ταύρου και εκεί εγκαθίσταται η μονάδα παστερίωσης του γάλακτος σε πλαστικά μπουκάλια που αποτελεί μία από τις μεγαλύτερες επενδύσεις της εποχής, ενώ τέσσερα χρόνια αργότερα το 1969, η πρώτη γραμμή κατεψυγμένων φρούτων και λαχανικών γεννιέται στην Ελλάδα με το όνομα ΕΒΙΕ ΜΙΧΑΗΛΙΔΗΣ ΑΕ (Μπάρμπα-Στάθης).

Το 1973, ιδρύεται η CHIPITA INTERNATIONAL, η μετέπειτα μητρική εταιρία του ομίλου εταιριών CHIPITA, καθώς το 1975 ανοίγουν τα 2 πρώτα εστιατόρια Goodys στη Θεσσαλονίκη.

Το 1981, η Goodys ανοίγει το πρώτο εστιατόριο στην Αθήνα και το 1984 λαμβάνει την μορφή ανώνυμης εταιρίας.

Το 1985, η ΔΕΛΤΑ ξεκινά την παραγωγή του milko, του πρώτου φρέσκου γάλακτος με κακάο σε χάρτινη συσκευασία, ενώ το 1986, η chipita αλλάζει διοίκηση περνώντας στο management του κ. Σπύρου Θεοδωρόπουλου. Το 1987, η ΔΕΛΤΑ πρωτοπορεί χρησιμοποιώντας τη χάρτινη συσκευασία για φρέσκο γάλα και εφαρμόζει πρώτη στην Ελλάδα την ομογενοποίηση και δυο χρόνια αργότερα, το 1989, η ΔΕΛΤΑ εισέρχεται δυναμικά και στην αγορά των χυμών μικρής διάρκειας.

Το 1990, γίνεται απόσχιση του κλάδου κατεψυγμένων τροφίμων καθώς πραγματοποιείται η σύσταση της εταιρίας Μπαρμπα-Στάθης ΑΕ και ένα χρόνο μετά (1991), η chipita ξεκινάει την παραγωγή του πρώτου επώνυμου τυποποιημένου croissant, ενώ η εταιρία Μπαρμπα-Στάθης ΑΕ εισάγεται στο

Χρηματιστήριο Αξιών Αθηνών (Χ.Α.Α.). Την ίδια χρονιά, δημιουργείται ο Όμιλος Goody's και σχηματίζεται σταδιακά με τη συμμετοχή βασικών μετόχων της εταιρίας σε άλλες συμπληρωματικές επιχειρήσεις.

Το 1994, η ΔΕΛΤΑ ΑΕ αγοράζει την πλειοψηφία των μετοχών της ΜΠΑΡΜΠΑ-ΣΤΑΘΗΣ ΑΕ και εγκαινιάζει το νέο πλήρως αυτοματοποιημένο εργοστάσιο γιαούρτης στον Αγ. Στέφανο, ενώ η Goody's εισέρχεται στο Χ.Α.Α. και παράλληλα λειτουργεί το πρώτο κατάστημα της αλυσίδας Flocafe, το δεύτερο σήμα της Goody's, η οποία χαρακτηρίζεται από τη μεγάλη ποικιλία ποικιλία καφέ με 27 διαφορετικά είδη. Ένα χρόνο αργότερα (1995), πραγματοποιείται η συγχώνευση της Μπαρμπα-Στάθη ΑΕ με τη FROZA ΑΕ (θυγατρική της ΔΕΛΤΑ), με απορρόφηση της δεύτερης από την πρώτη, ενώ την ίδια χρονιά η chipita ξεκινάει τη διεθνή της εξάπλωση ιδρύοντας τα δύο πρώτα εργοστάσια στην Πορτογαλία και στη Βουλγαρία.

Το 1997, πραγματοποιείται η επέκταση εκτός συνόρων Ελλάδας με τη λειτουργία των πρώτων εστιατορίων Goody's στην Κύπρο και στη Βουλγαρία και ένα χρόνο μετά το 1998, η chipita εξαγοράζει παραγωγικές μονάδες croissants και ιδρύει εταιρίες στη Ρουμανία και την Πολωνία. Στα τέλη της δεκαετίας του '90, η Γενική τροφίμων Μπαρμπα-Στάθης ΑΕ εξαγοράζει την πλειοψηφία των μετοχών της Μακεδονικής Σφολιάτας.

Το 1999, η ΔΕΛΤΑ μπαίνει στη βιομηχανική κτηνοτροφία και δημιουργεί την πρώτη φάρμα νέας γενιάς στην Κομοτηνή. Την ίδια χρονιά η ΔΕΛΤΑ μετατρέπεται σε εταιρία συμμετοχών με παράλληλη απόσχιση του κλάδου των γαλακτοκομικών προϊόντων και τη δημιουργία αυτόνομης εταιρίας ΔΕΛΤΑ ΠΡΟΤΥΠΟΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΑΕ.

Το 2000, η ΔΕΛΤΑ μετατρέπεται σε εταιρία χαρτοφυλακίου, τη ΔΕΛΤΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ ΑΕ, ενώ το τμήμα τροφίμου και το τμήμα παγωτού ανεξαρτητοποιούνται ως αυτόνομες εταιρίες με τις επωνυμίες ΔΕΛΤΑ ΠΡΟΤΥΠΟΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΑΕ και ΔΕΛΤΑ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΟΥ ΠΑΓΩΤΟΥ ΑΕ αντίστοιχα. Την ίδια χρονιά, η ΔΕΛΤΑ χάνει τον ιδρυτή και πρόεδρό της Αριστείδη Δασκαλόπουλο και τη θέση του αναλαμβάνει ο γιος του Δημήτρης Δασκαλόπουλος. Επίσης, το 2000 σηματοδοτήθηκε από το λανσάρισμα στην αγορά τεσσάρων νέων προϊόντων: το φρέσκο γιαούρτι δέλτα αγελάδας, το παιδικό γιαούρτι danonito, τη νέα σειρά στραγγιστού γιαουρτιού complet και το γάλα δέλτα advance.

Ένα χρόνο αργότερα, το 2001, η chipita ξεκινάει εμπορική αλλά και παραγωγική δραστηριότητα στην Αγία Πετρούπολη της Ρωσίας και στο Μεξικό σε συνεργασία με τον όμιλο PepsiCo, ενώ η ΔΕΛΤΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ εξαγοράζει την Goody's και την εντάσσει στον όμιλο ΔΕΛΤΑ. Την ίδια χρονιά, δημιουργείται σε συνεργασία με την Hellenic catering του ομίλου goody's η εταιρία Green Food Α.Ε με σκοπό την παραγωγή νωπών λαχανικών.

Το 2002, σε συνεργασία με την Ομοσπονδία Σωματείων/Ιδρυμάτων «Μαζί για το παιδί», θεσμοθετείται η κοινωνική δραστηριότητα της goody's με το πρόγραμμα argoodaki, εκφράζοντας έμπρακτα την αγάπη και την υποστήριξη της στα παιδιά που βρίσκονται σε ανάγκη. Την ίδια χρονιά, η εταιρία αποκτά πλειοψηφικό πακέτο μετοχών της κυπριακής εταιρίας γαλακτοκομεία Χαραλαμπίδης, η οποία αποτελεί την πιο παλιά εταιρία παραγωγής και διάθεσης φρέσκου γάλακτος στην Κύπρο.

Το 2003, ξεκίνησε η λειτουργία νέου πρότυπου εργοστασίου γάλακτος και γαλακτοκομικών προϊόντων στη Θεσσαλονίκη, συνολικής επένδυσης 25 εκατομμυρίων.

Το 2004, η chipita εξαγοράζει την εταιρία Royal cake στη Βουλγαρία μπαίνοντας έτσι και στην αγορά των cakes.

Το 2005, η Goody's βραβεύεται ως η μεγαλύτερη Ελληνική μάρκα στα βραβεία superbrands, αποτελώντας ένα από τα πλέον αναγνωρίσιμα σήματα στην Ελλάδα και μια από τις πρώτες Ελληνικές εταιρίες με παρουσία στο εξωτερικό. Την ίδια χρονιά, η chipita συμφωνεί νέα συνεργασία για παραγωγική δραστηριότητα στη Νιγηρία. Επίσης, η ΔΕΛΤΑ κατέχει πλέον το 100% των μετοχών της ΔΕΛΤΑ ΠΡΟΤΥΠΟΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ Α.Ε. Τον Οκτώβριο του 2005, η ΔΕΛΤΑ και η NESTLE ΕΛΛΑΣ ανακοινώνουν την υπογραφή μη δεσμευτικού μνημονίου συνεργασίας με αντικείμενο τη μεταβίβαση από τη NESTLE στον όμιλο ΔΕΛΤΑ της δραστηριότητας του συμπυκνωμένου γάλακτος ΒΛΑΧΑΣ. Η δραστηριότητα αυτή περιλαμβάνει τα προϊόντα με το εμπορικό σήμα ΒΛΑΧΑΣ, το εργοστάσιο της NESTLE στο Πλατύ Ημαθίας, καθώς και τη ζώνη γάλακτος της NESTLE στη Βόρεια Ελλάδα. Το Δεκέμβριο του 2005, η ΔΕΛΤΑ ανακοινώνει ότι θα απορροφήσει τις εταιρίες CHIPITA INTERNATIONAL, GOODY'S, ΔΕΛΤΑ ΠΡΟΤΥΠΟΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ Α.Ε και ΓΕΝΙΚΗ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΜΠΑΡΜΠΑ-ΣΤΑΘΗΣ και πουλά το σύνολο της συμμετοχής της στη ΔΕΛΤΑ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ

ΠΑΓΩΤΟΥ στη NESTLE ΕΛΛΑΣ Α.Ε. Έτσι, δημιουργείται η μεγαλύτερη βιομηχανία τροφίμων στην Ελλάδα, οίκος κορυφαίων μαρκών διατροφής με σημαντικό μέγεθος στην Ευρώπη (35^η).

Την 1^η Σεπτεμβρίου 2006, η ΔΕΛΤΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ μετονομάστηκε σε VIVARTIA. Με ηγετική θέση στην αγορά τροφίμων η VIVARTIA είναι πρώτη στον κλάδο τροφίμων στην Ελλάδα και απευθύνεται σε μια περιφερειακή αγορά ενός δισεκατομμυρίου ατόμων, με 2.5 δισεκατομμύρια προϊόντα της να καταναλώνονται κάθε μέρα. Διαθέτει 26 παραγωγικές μονάδες και απασχολεί περίπου 13000 άτομα. Συνολικά έχει παρουσία σε 29 χώρες ενώ παράγει μια μεγάλη γκάμα από επώνυμα προϊόντα – μάρκες διατροφής, τα οποία κατέχουν ηγετική θέση στον κλάδο τους. Στην Ελλάδα 9 στα 10 νοικοκυριά καταναλώνουν τα προϊόντα της και το 99% των καταναλωτών αναγνωρίζουν τα σήματά της. Τον Σεπτέμβριο του 2006, η VIVARTIA λειτουργεί πλέον ως μια εταιρία με τέσσερις διακριτούς κλάδους:

- Κλάδος γαλακτοκομικών και ποτών (πρώην Δέλτα)
- Κλάδος αρτοποιίας και ζαχαρωδών (πρώην Chipita)
- Κλάδος υπηρεσιών εστίασης και ψυχαγωγίας (δραστηριότητες πρώην goody's)
- Κλάδος κατεψυγμένων τροφίμων (πρώην Μπαρμπα-Στάθης)

Τέλος, τον Ιούλιο του 2007 η MARFIN INVESTMENT GROUP Α.Ε ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ αποκτά το 30% της VIVARTIA Α.Β.Ε.Ε.

Στο όνομα VIVARTIA συνυπάρχουν 5 λέξεις και πολλαπλά νοήματα:

Viva= ζωή, ζωντάνια, ζωηράδα, ενθουσιασμός και προθυμία

Art= τέχνη αλλά και τεχνική

Artian= μέτρων άριστο, η αρμονία, η ισορροπία και η πληρότητα

Arti= ο άρτος, η βασική τροφή, η θρεπτικότητα

Ia= άνθη, λουλούδια αλλά επίσης και η πρώτη, η μεγάλη

Οι έξι αξίες που συνδέονται τόσο με το όνομά της όσο και με την ιστορία αλλά και το μέλλον της είναι: ανάπτυξη, ευζωία, δημιουργικότητα, υγεία και ισορροπία, εμπιστοσύνη, ζωντάνια.

1.2. ΚΛΑΔΟΙ ΤΟΥ ΟΜΙΛΟΥ

Ο κλάδος γαλακτοκομικών και ποτών της vivartia δραστηριοποιείται στο χώρο του φρέσκου γάλακτος, του γάλακτος υψηλής παστερίωσης, του σοκολατούχου γάλακτος, του συμπυκνωμένου γάλακτος, των φρέσκων γαλακτοκομικών προϊόντων, των φρέσκων χυμών, του τυριού, του βουτύρου και του γιαουρτιού.

Ο κλάδος γαλακτοκομικών και ποτών της vivartia υποστηρίζεται από 7 υπερσύγχρονες μονάδες παραγωγής εντός και εκτός Ελλάδας:

Εργοστάσιο γάλακτος στον Ταύρο Αττικής, εργοστάσιο γάλακτος και γαλακτοκομικών στη Σίνδο Θεσσαλονίκης, εργοστάσιο γιαουρτιού στον Άγιο Στέφανο Αττικής, γαλακτοκομεία Χαραλαμπίδης στην Κύπρο, εργοστάσιο συμπυκνωμένου γάλακτος στο Πλατύ Ημαθίας, εργοστάσιο γαλακτοκομικών στην Ελασσόνα Ολύμπου (Βίγλα Ολύμπου ΑΕΒΕ), εργοστάσιο ζωοτροφών στο Σχηματάρι Βοιωτίας (Ευρωτροφές Ελλάς ΑΒΕΕ).

Πρώτος στόχος αυτού του κλάδου είναι να προσφέρει στους Έλληνες καταναλωτές τη δυνατότητα να μεγαλώνουν, να ζουν και να απολαμβάνουν καθημερινά μια ποιοτικά και διατροφικά ανώτερη τροφή.

Δεύτερος στόχος, είναι η ενεργός συμμετοχή στο κτίσιμο της ευρωπαϊκής αγοράς που αποτελεί ζωτικό χώρο για τα προϊόντα, τις τεχνολογίες, τους πελάτες και τους ανταγωνιστές του κλάδου λόγω της διεθνοποίησης των αγορών, του τρόπου ζωής και των διατροφικών συνηθειών.

Οι χώρες που δραστηριοποιείται αυτός ο κλάδος είναι η Ελλάδα και η Κύπρος. Οι πωλήσεις του κλάδου το 2006 ανήλθαν σε 374 εκατομμύρια ευρώ. Κατέχει την πρώτη θέση στις πωλήσεις του φρέσκου και του σοκολατούχου γάλακτος, καθώς και των φρέσκων χυμών και τη δεύτερη στις πωλήσεις των φρέσκων γαλακτοκομικών προϊόντων.

Ο κλάδος υπηρεσιών εστίασης και ψυχαγωγίας της vivartia. αποτελεί σήμερα τον αδιαμφισβήτητο ηγέτη στην ελληνική αγορά και μια από τις πλέον υπολογίσιμες δυνάμεις του κλάδου στην Ευρώπη. Ο κλάδος αυτός κατέχει σήμερα το 47% της αγοράς οργανωμένων αλυσίδων γρήγορης εξυπηρέτησης και το 80% στην κατηγορία αλυσίδων εστιατορίων τύπου burger. Οι

κυριότερες αλυσίδες εστίασης και ψυχαγωγίας του Ομίλου είναι τα goodys, τα flocafe, τα νέα καταστήματα Me gusto καθώς και η Hellenic Catering.

Ο κλάδος σήμερα με την υποστήριξη του βιομηχανικού του βραχίονα, Hellenic Catering, δραστηριοποιείται και αναπτύσσεται μέσω 185 εστιατορίων Goody's (178 στον Ελλαδικό χώρο, 1 στη Βουλγαρία και 6 στην Κύπρο) και μέσω 73 Flocafé (70 στον Ελλαδικό χώρο εκ των οποίων 11 σε πλοία και 3 στη Κύπρο).

Η αλυσίδα Flocafé χαρακτηρίζεται από την μεγάλη ποικιλία καφέ που περιλαμβάνει πάνω από 35 διαφορετικά είδη καθώς και πληθώρα συνοδευτικών snacks, sandwich, γλυκών και παγωτών αλλά και από το ζεστό, οικείο περιβάλλον και την φιλική εξυπηρέτηση.

Άρρηκτα συνδεδεμένη με το προφίλ της Goody's είναι από το 2002 η κοινωνική δραστηριότητα της, μέσω του θεσμοθετημένου προγράμματος «Argoodaki» και με τη συνεργασία της Ομοσπονδίας Σωματείων/Ιδρυμάτων «Μαζί για το Παιδί». Με κοινωνικά έργα και με την υποστήριξη χιλιάδων Ελλήνων καταναλωτών εκφράζει έμπρακτα την αγάπη της και την υποστήριξη της στο «παιδί σε ανάγκη».

Ο κλάδος κατεψυγμένων τροφίμων δραστηριοποιείται στον τομέα παραγωγής και διάθεσής τους. Η ΓΕΝΙΚΗ ΤΡΟΦΙΜΩΝ Α.Ε διαθέτει τρία εργοστάσια στη Σίνδο Θεσσαλονίκης και ένα στη Λάρισα. Με τα εμπορικά σήματα ΜΠΑΡΜΠΑ-ΣΤΑΘΗΣ, FROZA και ΧΡΥΣΗ ΖΥΜΗ τα κατεψυγμένα λαχανικά και τρόφιμα του κλάδου έχουν καταφέρει να αποκτήσουν την εμπιστοσύνη του καταναλωτή, όχι μόνο για τη διατροφική τους αξία αλλά και για την εγγύηση ποιότητας.

Το 2006 οι πωλήσεις του κλάδου ανήλθαν στα 73 εκατομμύρια ευρώ και είναι πρώτος στις πωλήσεις λαχανικών και στη ζύμη. Δραστηριοποιείται στην Ελλάδα και τη Βουλγαρία και έχει ένα ισχυρό δίκτυο διανομής και πωλήσεων με 10000 σημεία πώλησης. Η παραγωγή του κλάδου, είναι στα εργοστάσια κατεψυγμένων λαχανικών σε Θεσσαλονίκη και Λάρισα, καθώς και στο

εργοστάσιο κατεψυγμένης ζύμης στα Μάλγαρα Θεσσαλονίκης. Διαθέτει τρεις υπερσύγχρονες μονάδες παραγωγής εντός και εκτός Ελλάδας.

Ο κλάδος αρτοποιίας και ζαχαρωδών δραστηριοποιείται στην παραγωγή τυποποιημένων τροφίμων (snacks). Βασικό χαρακτηριστικό των προϊόντων του κλάδου και κύριος συνδετικός τους κρίκος, είναι η πρώτη ύλη παραγωγής: το αλεύρι.

Από το 1973 που ιδρύθηκε η Chipita, ο κλάδος παρουσιάζει μια συνεχή αναπτυσσόμενη πορεία με ιδιαίτερα επιτυχημένα προϊόντα τόσο στην ελληνική αγορά όσο και στη διεθνή. Πιστεύοντας στην ποιότητα και τη διαρκή καινοτομία, ο κλάδος αυτός διαθέτει ισχυρά εμπορικά σήματα όπως το 7days, bake rolls, Molto & Finetti που οι καταναλωτές εμπιστεύονται καθημερινά.

Οι πρωτοποριακές τεχνολογίες, η συνεχής υποστήριξη αλλά και το όραμα της εταιρείας για ανάπτυξη, την κάνουν να κατέχει ηγετική θέση σε όλες τις αγορές που δραστηριοποιείται.

Ξεκινώντας από το ατομικό croissant το 1990, με διαρκή έρευνα και ανάπτυξη, ανέπτυξε και διεύρυνε την κατηγορία προϊόντων ζύμης, προσθέτοντας συνεχώς καινοτόμες ιδέες όπως mini croissants, strudels, τσουρέκια και πολλές άλλες.

Εκτός από τα γλυκά snacks όμως, σημαντική είναι η παρουσία του Κλάδου και στα αλμυρά snacks, με πρωτοποριακά προϊόντα από αλεύρι όπως τα Bake Rolls και τα Pita Bakes.

Τέλος, ο Κλάδος δραστηριοποιείται ακόμα στα προϊόντα σοκολάτας, αλλά και στα κατεξοχήν αλμυρά snacks (γαριδάκια, πατατάκια).

Το 2006 οι πωλήσεις του κλάδου ανήλθαν στα 347 εκατομμύρια ευρώ και δραστηριοποιείται σε:

Ελλάδα, Κύπρο, Αίγυπτο, Μεξικό, Βουλγαρία, Ρουμανία, Πολωνία, Σλοβακία, Τσεχία, Αλβανία, Ουκρανία, Ρωσία, Λευκορωσία, Κροατία, ΠΓΔΜ, Καζακστάν, Λίβανο, Μάλτα, Σερβία & Μοντενέγκρο, Γερμανία, Ουγγαρία, Αυστρία Ιταλία, Πορτογαλία, Ισπανία, Μεγ. Βρετανία, ΗΠΑ, Καναδάς, Νιγηρία, Σαουδική Αραβία. Έχει ένα ισχυρό δίκτυο διανομής με 562000 σημεία πώλησης και διαθέτει 14 υπερσύγχρονες μονάδες παραγωγής εντός και εκτός Ελλάδας.

Μία οικονομικά ισχυρή επιχείρηση, με σύγχρονη οργάνωση και δομή, με άριστο ανθρώπινο δυναμικό και με βλέμμα σταθερά στραμμένο προς τον ευρύτερο χώρο που την περιβάλλει, η Vivartia έχει υιοθετήσει ένα σύστημα οργάνωσης ικανό να αντιμετωπίσει, τόσο τις απαιτήσεις της επιχειρηματικής της θέσης σε ένα ανταγωνιστικό περιβάλλον που διαρκώς μεταβάλλεται, όσο και τη συνεχή ανάπτυξη και εξέλιξη του ανθρώπινου δυναμικού της. Η δυναμική αυτή ταυτότητα της Vivartia , σε εθνικό και πολυεθνικό επίπεδο, ισχυροποιήθηκε περαιτέρω μέσω της συμφωνίας με την MIG . Η κεφαλαιακή ισχύ της MIG, έχει τη δυνατότητα να αποτελέσει την κινητήρια δύναμη για την περαιτέρω ανάπτυξη της Vivartia και την υλοποίηση των στρατηγικών της στόχων. Η νέα εποχή προσφέρει τα εχέγγυα στον Όμιλο για να διατηρήσει την κυρίαρχη θέση του στην ελληνική αγορά, επεκτείνοντας ταυτόχρονα τις δραστηριότητες του στο διεθνή χώρο, αλλά και να εξελιχθεί από έναν ελληνικό κολοσσό σε μια παγκόσμια εταιρία.

Συνεπώς στη στρατηγική της για επέκταση πέρα από τα όρια της ελληνικής αγοράς, η Vivartia πρόσφατα προχώρησε σε δύο πολύ σημαντικές εξαγορές. Τον Απρίλιο του 2007, υπεγράφη η συμφωνία εξαγοράς του 99,99% της UNITED MILK COMPANY AD (UMC), βουλγαρικής εταιρίας που κατέχει ηγετικό μερίδιο στην αγορά γάλακτος και τη δεύτερη θέση στην αγορά γιαουρτιού στην αγορά της Βουλγαρίας. Επιπλέον, η εταιρία ολοκλήρωσε πρόσφατα και την εξαγορά της Κυπριακής γαλακτοβιομηχανίας Christis Dairies Public LTD, ενώ ανακοινώσε και την υπογραφή οριστικής συμφωνίας για την ίδρυση κοινής εταιρίας με την Western Bakeries και την Olayan Financing Company (OFC), με σκοπό την παραγωγή και διανομή προϊόντων του κλάδου αρτοποιίας, με έδρα την Σαουδική Αραβία. Η επιτυχημένη επιχειρηματική πορεία της Vivartia στηρίζεται σε μια σειρά από αρχές που διέπουν αναλλοίωτες την καθημερινή επιχειρηματική πρακτική των ανθρώπων της Vivartia. Οι αρχές αυτές αντικατοπτρίζονται πλήρως στην έννοια της Κοινωνικής Υπευθυνότητας. Μια έννοια η οποία είναι απόλυτα εναρμονισμένη με την πορεία της Vivartia , και πηγάζει από την πίστη ότι η επιχειρηματική ανάπτυξη δεν μπορεί να υπάρξει χωρίς τη φροντίδα για τους ανθρώπους, το περιβάλλον, αλλά και την κοινωνική και οικονομική ζωή των περιοχών, που η εταιρία δραστηριοποιείται.

1.3. ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΠΟΥ ΑΠΑΣΧΟΛΕΙ Η VIVARTIA

Η διαφορετικότητα του ανθρώπινου δυναμικού της, που οφείλεται στη δραστηριοποίηση της σε 30 χώρες, αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα πλεονεκτήματα, καθώς επιτρέπει να επιλέγουν και να συνδυάζουν ικανά στελέχη με διαφορετική κουλτούρα, εμπειρίες, γνώσεις και ταλέντο και να εργάζονται μαζί τους για την επίτευξη κοινών στόχων.

Σήμερα στη Vivartia απασχολούνται 13.000 άνθρωποι, από τους οποίους 8.000 εργάζονται στον Όμιλο και περίπου 5.000 εργάζονται στα καταστήματα των συνεργατών και δικαιούχων της (franchises). Η σύνθεση της Vivartia συσπειρώνει την πολύχρονη εμπειρία και γνώση των εταιρειών που την απαρτίζουν, ως Κλάδοι πλέον, με μακροχρόνια παρουσία στην αγορά και άρρηκτες σχέσεις εμπιστοσύνης με το προσωπικό τους. Αυτές τις σχέσεις αμοιβαίου σεβασμού και εμπιστοσύνης η Vivartia όχι μόνο τις αναγνωρίζει, αλλά εγγυάται γι' αυτές και τις ενισχύει, δημιουργώντας μία ακόμα μεγαλύτερη «οικογένεια», με ισχυρότερα θεμέλια και προοπτικές για το μέλλον.

1.4. ΣΩΣΤΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ

Κέντρο επικοινωνίας 800 11 99 800

Η υπηρεσία αυτή, είναι στη διάθεση των καταναλωτών επτά ημέρες την εβδομάδα για να απαντήσει και να λύσει κάθε απορία πάνω σε θέματα υγιεινής διατροφής. Καλώντας τη γραμμή καταναλωτών ή μέσα από την ιστοσελίδα της Vivartia, όπου υπάρχει ευρύτατη θεματολογία σε θέματα διατροφής, οι καταναλωτές έχουν τη δυνατότητα να επικοινωνήσουν με ειδικούς επιστήμονες, διατροφολόγους, ιατρικούς συμβούλους και την επιστημονική ομάδα της Vivartia, ώστε να ενημερωθούν και να επιλέξουν με σωστά κριτήρια τα προϊόντα που επιθυμούν.

Παράλληλα, ο Κλάδος Υπηρεσιών Εστίασης και Ψυχαγωγίας και η αλυσίδα Goody's έχουν δημιουργήσει ένα σύστημα Προτεινόμενων Ημερήσιων Ποσοτήτων (ΠΗΠ), που στόχο έχει να παρέχει στοιχεία για το

ποσοστό που καλύπτει ένα συγκεκριμένο τρόφιμο από την ημερήσια ανάγκη ενός φυσιολογικού οργανισμού. Η ενημέρωση προκύπτει από επιστημονικά δεδομένα και καλύπτει τις θερμίδες και άλλα βασικά διατροφικά συστατικά στο σύνολο του μενού. Με αυτόν τον τρόπο, μπορεί κανείς να υπολογίζει την ημερήσια πρόσληψη, ώστε να απολαμβάνει μία ισορροπημένη διατροφή.

Για την εκπόνηση του συνόλου των πληροφοριών διατροφής, η επιστημονική ομάδα του Κλάδου συνεργάζεται με το επιστημονικό προσωπικό από το Τμήμα Γεωπονίας-Τεχνολογίας Τροφίμων του Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης, το Τμήμα Διατροφής του ΤΕΙ Θεσσαλονίκης, το Τμήμα Διατροφής του Χαροκόπειου Πανεπιστημίου Αθηνών και το Τμήμα Χημείας του Πανεπιστημίου Αθήνας. Παράλληλα, ο Κλάδος, μέσω της αλυσίδας Goody's, είναι ιδρυτικό μέλος της Ευρωπαϊκής Πλατφόρμας Δράσης για τη Διατροφή, τη Φυσική Άσκηση και την Αντιμετώπιση της Παχυσαρκίας, και ο μόνος από την Ελλάδα που μετέχει στο εθελοντικό πρόγραμμα βελτίωσης του τρόπου ζωής στην Ευρώπη. Το πρόγραμμα αποβλέπει στο να υιοθετηθούν αρχές και δράσεις που προάγουν την ισορροπημένη διατροφή με στόχο να τεθούν πρότυπα καλών πρακτικών, ώστε να ακολουθηθούν στην Ευρωπαϊκή Ένωση.

1.5. ΤΑ ΕΡΓΟΣΤΑΣΙΑ ΤΗΣ VIVARTIA

Το εργοστάσιο Chipita στη Ρουμανία, είναι ένα από τα εργοστάσια παραγωγής αρτοσκευασμάτων και ζαχαρωδών του Ομίλου Vivartia. Παρόμοια εργοστάσια υπάρχουν στη Ρωσία.

Στο εργοστάσιο CREAM LIGHT της Ρουμανίας παρασκευάζονται τα προϊόντα Finetti καθώς και όλα τα προϊόντα σοκαλατοποιίας του ομίλου Vivartia.

Ο κλάδος Γαλακτοκομικών και Ποτών της Vivartia παράγει τα προϊόντα του σε 7 εργοστάσια:

Ένα στον Ταύρο Αττικής σε έκταση 20 στρεμμάτων. Έχει 6 σιλό παραλαβής γάλακτος χωρητικότητας 200 τόνων το ένα και 8 δεξαμενές, χωρητικότητας 40 τόνων η κάθε μία. Οι σωληνώσεις του ξεπερνούν τα 45 χιλιόμετρα. Έχει 5 μηχανήματα ομογενοποίησης, 6 γραμμές παστερίωσης και 12 γραμμές εμφιάλωσης.

Το νέο, πρότυπο εργοστάσιο παραγωγής και συσκευασίας φρέσκου γάλακτος και γαλακτοκομικών προϊόντων, βρίσκεται στη Σίνδο Θεσσαλονίκης σε έκταση 30 στρεμμάτων και ξεκίνησε τη λειτουργία του το 2003.

Εδώ συλλέγεται το γάλα από το Νομό Θεσσαλονίκης και από ολόκληρη τη Βόρεια Ελλάδα, παστεριώνεται και διανέμεται στη Μακεδονία, Θράκη και Θεσσαλία, μέσα σε λίγες μόνο ώρες.

Πρόκειται για το πιο σύγχρονο και τεχνολογικά εξελιγμένο εργοστάσιο στη Β. Ελλάδα και αποτελεί μία επένδυση ύψους 25 εκατ.

Ένα άλλο εργοστάσιο βρίσκεται στον Άγιο Στέφανο Αττική σε έκταση 135 στρεμμάτων. Είναι πλήρως αυτοματοποιημένο, διαθέτει άρτια εξοπλισμένα εργαστήρια και παράγει προϊόντα υψηλών προδιαγραφών. Το εργοστάσιο αυτό διαθέτει μία από τις πιο σύγχρονες μονάδες βιολογικού καθαρισμού και είναι η πρώτη στον κλάδο τροφίμων και ποτών στην Ελλάδα, στην οποία απενεμήθη το Διεθνές Πιστοποιητικό Ποιότητας ISO 9001. Στο εργοστάσιο απασχολούνται 290 άτομα, από τα οποία το 90% (261) είναι ειδικευμένα. Η συνολική επένδυση ξεπέρασε τα 52,8 εκατ. (18 δις δρχ).

Μετά τη συγχώνευση αποτελεί θυγατρική εταιρεία της Vivartia αλλά η λειτουργία της εντάσσεται στον Κλάδο Γαλακτοκομικών και Ποτών.

Η εταιρεία Γαλακτοκομεία Χαραλαμπίδη ΛΤΔ αποτελεί την πιο παλιά εταιρεία παραγωγής και διάθεσης φρέσκου γάλακτος στην Κύπρο και τον αδιαμφισβήτητο ηγέτη της αγοράς γάλακτος με την μεγαλύτερη φήμη, όπως και η ΔΕΛΤΑ στην Ελλάδα. Κατέχει μερίδιο αγοράς της τάξης του 55% στην αγορά του γάλακτος στην Κύπρο και στην γκάμα των προϊόντων της

συμπεριλαμβάνονται το φρέσκο γάλα (λευκό και σοκολατούχου), η φρέσκια κρέμα γάλακτος και το βούτυρο.

Η ΒΙΓΛΑ ΟΛΥΜΠΟΥ ΑΕΒΕ ιδρύθηκε το 1990 στην Ελασσόνα, σε μια έκταση 30 στρεμμάτων, και από το 1997 ανήκει στον Όμιλο Εταιρειών ΔΕΛΤΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ. Μετά τη συγχώνευση αποτελεί θυγατρική εταιρεία της Vivartia, αλλά η λειτουργία της εντάσσεται στον Κλάδο Γαλακτοκομικών και Ποτών.

Η ΒΙΓΛΑ ΟΛΥΜΠΟΥ ΑΕΒΕ παράγει τη φέτα ΔΕΛΤΑ, το κασέρι «Ημερινό» και το νέο φρέσκο γάλα «Αυθεντικό περιοχής Ολύμπου».

1.6. ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΤΗΣ VIVARTIA

Η γεωγραφική παρουσία της vivartia εκτείνεται σε 30 χώρες, σε πληθυσμό άνω του ενός δισεκατομμυρίου και έχει 598000 σημεία πώλησης. Η εταιρία έχει παραγωγική και εμπορική δραστηριότητα σε: Βουλγαρία, Κύπρο, Αίγυπτο, Ελλάδα, Μεξικό, Πολωνία, Νιγηρία, Ρουμανία και Ρωσία και εμπορική δραστηριότητα μόνο σε: Τσεχία, Γερμανία, Ουγγαρία, Ιταλία, Σλοβακία, Ουκρανία.

Ακόμη έχει εξαγωγική δραστηριότητα σε: Αλβανία, Αυστρία, Belarus, Καναδά, Κροατία, Fyrom, Καζακστάν, Λίβανο, Μάλτα, Σερβία και Μαυροβούνιο, Σλοβενία, Ισπανία, Ηνωμένο Βασίλειο, ΗΠΑ, Γκάνα, Κορέα, Βενεζουέλα, Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα, Αλγερία, Βοσνία, Μολδαβία, Ινδία, Ακτή Ελεφαντοστού, Παλαιστίνη, Λιθουανία, Φιλιππίνες.

1.7. ΣΤΟΧΟΙ

Στόχος της vivartia είναι η ικανοποίηση των αναγκών των καταναλωτών – πελατών της στους τομείς της διατροφής, της υγείας και της αναψυχής σήμερα και στο μέλλον. Ο στόχος αυτός επιτυγχάνεται μέσω της διαχείρισης

με καινοτόμο και παραγωγικό τρόπο της ισχυρής πελατειακής βάσης της και της θέσης των επώνυμων προϊόντων της στην αγορά, γεγονός που της επιτρέπει να πετύχει την απόδοση σταθερής αξίας στους μετόχους της.

Η υλοποίηση αυτής της στρατηγικής πραγματοποιείται με αναφορά σε άξονες αμοιβαία υποστηριζόμενους:

Σεβασμός στην παράδοση, άντληση έμπνευσης απ' αυτήν αλλά και αναγνώριση ότι η δύναμη της εταιρίας είναι να προχωράει μπροστά χρησιμοποιώντας τα αναμφισβήτητα πλεονεκτήματα που το μεγάλο μέγεθος συνεπάγεται:

- Ικανότητα να λειτουργεί σε μικρή κλίμακα όπου αυτό κρίνεται αναγκαίο
- Διατήρηση στο ακέραιο της εφευρετικότητας, του ενθουσιασμού, της όρεξης και του πάθους για δημιουργία-ιδιότητες που συνήθως συνδέονται με μια μικρή, νέα, φιλόδοξη εταιρία.
- Καινοτομία και άνοιγμα νέων οριζόντων
- Κάλυψη των αναγκών των εργαζομένων της προκειμένου να συνεχίσουν να συμβάλλουν στη συνεχιζόμενη επιτυχή ανάπτυξη.
- Διατήρηση της ηγετικής θέσης που κατέχει στην Ελλάδα, μέσα από τη δημιουργία καινοτόμων προϊόντων και τη διεύρυνση των μεριδίων αγοράς.
- Επωφέληση από τους υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης των αγορών της Ευρώπης, Μέσης Ανατολής και Αφρικής, τις μεταβαλλόμενες διατροφικές συνήθειες του πληθυσμού και την αυξημένη καταναλωτική δύναμη, μέσα από την αξιοποίηση δικτύου, νέων αγορών και εξαγορών.
- Εδραίωση της ηγετικής της θέσης στην παραπάνω γεωγραφική περιοχή, διατηρώντας την αναγνωρισμένη πορεία ανάπτυξης, καινοτομίας και ποιότητας

1.8. Η ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΤΗΣ

Στις 10 Σεπτεμβρίου 2001, δημιουργήθηκε το κέντρο ενημέρωσης ΔΕΛΤΑ. Δεν πρόκειται για ένα συνηθισμένο τηλεφωνικό κέντρο. Έχει στελεχωθεί από ειδικούς επιστήμονες που είναι στη διάθεση του κοινού 7 ημέρες την εβδομάδα, έτοιμοι να ενημερώσουν για το γάλα και τα υπόλοιπα προϊόντα της εταιρίας αλλά και να απαντήσουν σε ερωτήσεις πάνω σε θέματα υγιεινής διατροφής.

Οι εργοστασιακές δομές της vivartia, βρίσκονται σε πλήρη συμφωνία με τα διεθνή πρότυπα διαχείρισης της ποιότητας (σειρά ISO 9000), εθνικά και διεθνή πρότυπα διαχείρισης της ασφάλειας των τροφίμων (ΕΛΟΤ 1416, ISO 22000), το σύστημα υγιεινής και ασφάλειας στην εργασία (OHSAS 18001:1999 ΕΛΟΤ 1801:2002), και τα συστήματα ολοκληρωμένης αγροτικής διαχείρισης (AGRO 2-1 AGRO 2-2 ISO 9001 & HACCP, ISO 14001).

1.9. Η ΘΕΣΗ ΤΗΣ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ

Ο κλάδος γαλακτοκομικών και ποτών της vivartia κατέχει ηγετική θέση στον τομέα των δραστηριοτήτων του. Τα μερίδιά του στις αντίστοιχες αγορές είναι:

- 1^η θέση στον τομέα διανομής φρέσκου γάλακτος με ποσοστό 41%
- 1^η θέση στην αγορά φρέσκου σοκκολατούχου γάλακτος με ποσοστό 55%
- 2^η θέση στην αγορά γιαουρτιού και γαλακτοκομικών προϊόντων με ποσοστό 30%
- 1^η θέση στην αγορά φρέσκων χυμών διατήρησης σε ψύξη με ποσοστό 65%.

Η Vivartia είναι:

- 1^η στον κλάδο τροφίμων
- 2^η στον κλάδο τροφίμων και ποτών

- 7^η μεταξύ των βιομηχανικών εταιριών
- 16^η μεγαλύτερη ελληνική εταιρία
- 35^η εταιρία τροφίμων στην Ευρώπη

1.10. ΘΥΓΑΤΡΙΚΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ

Η vivartia δημιουργήθηκε μετά την απορρόφηση από τη ΔΕΛΤΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ των εταιριών ΔΕΛΤΑ ΠΡΟΤΥΠΟΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ Α.Ε, ΓΕΝΙΚΗ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΜΠΑΡΜΠΑ – ΣΤΑΘΗΣ, GOODY'S και CHIPPITA. Η Hellenic Catering, η Froza, η Christis, η Μακεδονική Σφολιάτα, και η εταιρία Χαραλαμπίδης είναι επίσης θυγατρικές εταιρίες τις Vivartia.

α) ΘΥΓΑΤΡΙΚΕΣ ΤΗΣ VIVARTIA ABEE:

- AGROTEAM EOD
- BALKAN RESTAURANTS SA
- CHARALAMBIDES DAIRIES LTD
- CHIPITA GERMANY GMBH
- CHIPITA PARTICIPATIONS LTD
- CREAM LINE AE
- DELTA FOOD HOLDINGS LTD
- DELTA FOOD PARTICIPATION AND INVESTMENTS LTD
- GREENFOOD AE
- HELLENIC CATERING AE
- HELLENIC FOOD INVESTMENTS AE
- SMAKY AE
- UNCLE STATHIS EOD
- ΑΘΗΝΑΪΚΑ ΚΑΦΕΖΑΧΑΡΟΠΛΑΣΤΕΙΑ ΑΕΒΕ

- ΑΛΕΞΙΣ ΑΕΒΕ
- ΑΝΘΕΜΙΑ ΑΕΒΕ
- ΒΙΓΛΑ ΑΕΒΕ
- ΒΙΟΜΑΡ ΑΕΒΕ
- ΕΝΔΕΚΑ ΑΕ
- ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ ΕΡΜΟΥ ΑΕ
- ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ ΕΥΚΑΡΠΙΑΣ ΑΕ
- ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ ΖΑΧΑΡΟΠΛΑΣΤΕΙΑ ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΚΡΗΤΗΣ ΑΕ
- ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ ΖΑΧΑΡΟΠΛΑΣΤΕΙΑ ΔΡΑΜΑΣ ΑΕ
- ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ ΖΑΧΑΡΟΠΛΑΣΤΕΙΑ ΕΜΠΟΡ. ΕΠΙΧ. ΤΕΜΠΩΝ ΑΕ
- ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ ΖΑΧΑΡΟΠΛΑΣΤΕΙΑ ΜΕΓΑΡΩΝ ΑΕ
- ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ ΖΑΧΑΡΟΠΛΑΣΤΕΙΑ ΣΕΡΡΩΝ ΑΕ
- ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ ΚΑΒΑΛΑΣ ΑΕ
- ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ ΜΑΛΙΑΚΟΥ ΑΕ
- ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ ΝΕΡΑΤΖΙΩΤΙΣΣΑΣ ΑΕ
- ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ ΠΑΝΟΡΑΜΑΤΟΣ ΑΕ
- ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ ΠΑΡΑΛΙΑΣ ΒΟΛΟΥ ΑΕ
- ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ ΧΑΡΙΛΑΟΥ ΑΕ
- ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ ΖΑΧΑΡΟΠΛΑΣΤΕΙΑ ΓΕΥΣΙΠΛΟΪΑ ΑΕ
- ΕΥΡΩΤΡΟΦΕΣ ΕΛΛΑΣ ΑΕΒΕ
- ΚΑΦΕΖΑΧΑΡΟΠΛΑΣΤΕΙΑ ΒΕΡΟΙΑΣ ΑΕ
- ΚΑΦΕΖΑΧΑΡΟΠΛΑΣΤΕΙΑ ΕΞΑΡΧΙΩΝ ΑΕ
- ΚΑΦΕΖΑΧΑΡΟΠΛΑΣΤΕΙΑ ΚΗΦΙΣΙΑΣ ΑΕ
- ΚΑΦΕΖΑΧΑΡΟΠΛΑΣΤΕΙΑ ΠΑΡΑΛΙΑΣ ΑΕ
- ΝΑΥΠΛΙΟΣ ΑΕ
- ΣΑΡΑΝΤΑ ΑΕ
- ΣΤΑΥΡΟΣ ΝΕΝΔΟΣ ΑΕ
- HELLENIC FOOD SERVICE ΠΑΤΡΩΝ ΑΕ
- ΤΟΓΙΑΣ ΧΡΗΣΤΟΣ ΚΑΙ ΣΙΑ ΕΕ
- ΦΡΑΝΚΑ ΑΕ
- INVESTAL ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ
- ΙΒΙΣΚΟΣ ΑΕ

- ΠΑΠΑΓΙΑΝΝΑΚΗΣ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΕΣΤΙΑΣΗΣ ΑΕ

β) ΘΥΓΑΤΡΙΚΕΣ ΤΗΣ HELLENIC FOOD INVESTMENTS ΑΕ

- ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ ΖΑΧΑΡΟΠΛΑΣΤΕΙΑ HOLLYWOOD ΑΕ
- ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ ΖΑΧΑΡΟΠΛΑΣΤΕΙΑ ΖΕΥΞΗ ΑΕ
- ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ ΣΥΓΓΡΟΥ ΑΕ
- ΣΕΑ ΠΑΙΑΝΙΑΣ ΑΕ
- ΚΑΦΕΖΑΧΑΡΟΠΛΑΣΤΕΙΑ ΙΛΙΟΝ ΑΕ
- ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ ΠΑΓΚΡΑΤΙΟΥ ΤΕΧΝ. ΚΑΙ ΕΠΙΣ. ΑΕ

γ) ΘΥΓΑΤΡΙΚΕΣ ΤΗΣ CREAM LINE ΑΕ

- CREAM LINE CYPRUS LTD
- CREAM LINE BULGARIA LTD
- CREAM LINE NISS DOO
- CREAM LINE ROMANIA LTD
- CREAM LINE ROMANIA SA
- OPIRUS TRADING LTD

δ) ΘΥΓΑΤΡΙΚΕΣ ΤΗΣ CHIPITA PARTICIPATIONS LTD

- CHIPITA UKRAINE LTD
- CHIPITA ZAO
- CHIPITA NIGERIA LTD
- CHIPITA EAST EUROPE LTD
- CHIPITA ITALIA SPA

ε) ΘΥΓΑΤΡΙΚΗ ΤΗΣ EDITA SAE

- DIGMA SAE

στ) ΘΥΓΑΤΡΙΚΗ ΤΗΣ CHIPITA UKRAINE LTD

- TEO PLUS

ζ) ΘΥΓΑΤΡΙΚΕΣ ΤΗΣ CHIPITA EAST EUROPE LTD

- CHIPITA BULGARIA LTD
- CHIPITA POLAND LTD
- CHIPITA ROMANIA LTD
- CHIPITA YUGOSLAVIA LTD
- CHIPITA HUNGARY LTD
- CHIPITA RUSSIA LTD
- CHIPITA RUSSIA TRADING LTD
- CHIPITA CZECH LTD
- CHIPITA UKRAINE TRADING LTD
- CHIPITA FOODS BULGARIA LTD
- CHIPITA BULGARIA TRANSPORTATION LTD

η) ΘΥΓΑΤΡΙΚΗ ΤΗΣ CHIPITA BULGARIA LTD

- CHIPITA BULGARIA SA

θ) ΘΥΓΑΤΡΙΚΗ ΤΗΣ CHIPITA POLAND LTD

- CHIPITA POLAND SP ZOO

ι) ΘΥΓΑΤΡΙΚΗ ΤΗΣ CHIPITA ROMANIA LTD

- CHIPITA ROMANIA SRL

κ) ΘΥΓΑΤΡΙΚΗ ΤΗΣ CHIPITA YUGOSLAVIA LTD

- CHIPITA BELGRADE SA

λ) ΘΥΓΑΤΡΙΚΗ ΤΗΣ CHIPITA HUNGARY LTD

- CHIPITA HUNGARY KFT

μ) ΘΥΓΑΤΡΙΚΕΣ ΤΗΣ CHIPITA RUSSIA LTD

- CHIPITA ST PETERSBURG ZAO
- ELDI OOO

ν) ΘΥΓΑΤΡΙΚΗ ΤΗΣ CHIPITA RUSSIA TRADING LTD

- CHIPITA RUSSIA TRADING OOO

ξ) ΘΥΓΑΤΡΙΚΕΣ ΤΗΣ CHIPITA CZECH LTD

- CHIPITA CZECH LTD
- CHIPITA SLOVAKIA LTD

ο) ΘΥΓΑΤΡΙΚΗ ΤΗΣ CHIPITA UKRAINE TRADING LTD

- CHIPITA UKRAINE TRADING ZBUT

π) ΘΥΓΑΤΡΙΚΗ ΤΗΣ CHIPITA FOODS BULGARIA LTD

- CHIPITAN FOODS BULGARIA EAD

ρ) ΘΥΓΑΤΡΙΚΗ ΤΗΣ CHIPITA BULGARIA TRANSPORTATION LTD

- DIAS TRANSPORTATION LTD

Με τη μέθοδο της μερικής ενοποίησης ενσωματώνεται η **CHIPIMA SOCIADE DE PRODUTOS ALIMENTARES SA** με ποσοστό 40%.

Με τη μέθοδο της καθαρής θέσης ενσωματώνονται οι παρακάτω εταιρίες:

- **VALTOP HOLDINGS LTD (Όμιλος εταιριών ΔΩΔΩΝΗ ΑΕ)**
- **ΑΡΜΑ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΗ ΑΕ**
- **ΔΕΣΜΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΑΕ**
- **ΚΑΦΕ ΑΛΚΥΟΝΗ ΑΕ**
- **ΚΑΦΕΖΑΧΑΡΟΠΛΑΣΤΕΙΑ ΜΑΡΙΝΑ ΖΕΑΣ ΑΕ**
- **ΤΣΙΜΗΣ ΑΕ**
- **CHIPIGA SA**
- **LEVENTIS SNACKS LTD**

1.11. ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΕΡΓΟ VIVARTIA

- Υλοποίησαν το πρόγραμμα ArGOODaki, που πραγματοποιείται με επιτυχία κάθε χρόνο σε συνεργασία με την Ένωση Σωματείων/Ιδρυμάτων «Μαζί για το Παιδί» και την υποστήριξη χιλιάδων Ελλήνων. Το 2006 εγκαινιάσαμε «Το Σπίτι της Μέριμνας», για ψυχολογική στήριξη και φροντίδα σε παιδιά, εφήβους και τις οικογένειές τους που αντιμετωπίζουν σοβαρή αρρώστια ή την απώλεια αγαπημένου τους προσώπου.
- Ενίσχυσαν το έργο της Εταιρείας Υποστήριξης Εξαρτημένων Ατόμων «ΟΑΣΙΣ» και του Συλλόγου Οικογένειας Θεραπευτικού Προγράμματος «Νόστος».
- Ενίσχυσαν το έργο της UNESCO και του «MDA Ελλάς».
- Συμμετείχαν οικονομικά στο πρόγραμμα των Γιατρών χωρίς Σύνορα, για την ενίσχυση των ασθενών που πάσχουν από AIDS και στο έργο των Γιατρών του Κόσμου, για την ενίσχυση του προγράμματος «Τα παιδιά του Τσουνάμι - ένα χρόνο μετά».

- Ενίσχυσαν το πρόγραμμα «Η δύναμη της προσφοράς» της Ελληνικής Εταιρείας Προστασίας και Αποκατάστασης Αναπήρων Παιδιών (ΕΛΕΠΑΠ).
- Συμμετείχαν οικονομικά στην κατασκευή και λειτουργία ξενώνα από το Σύλλογο Φίλων Καρκινοπαθών Παιδιών «Στοργή».
- Ενίσχυσαν το έργο των Φίλων Κοινωνικής Παιδιατρικής «Ανοιχτή Αγκαλιά», για την ανάπλαση της Ογκολογικής Πτέρυγας του Νοσοκομείου Παίδων Π. & Α. Κυριακού.
- Ενίσχυσαν το Σύλλογο Γονέων και Κηδεμόνων και Φίλων ατόμων με ειδικές ανάγκες «Το Εργαστήρι».
- Πραγματοποίησαν το πρόγραμμα εθελοντικής διανομής Φρέσκου Γάλακτος ΔΕΛΤΑ «Πάμε Γάλα» σε ιδρύματα και ευπαθείς κοινωνικές ομάδες.
- Συνέβαλαν στην ενίσχυση της ένωσης «Μαζί για το Παιδί», μέσω της χορηγίας της διοργάνωσης «Cow Parade Αθήνα 2006».
- Παράλληλα, υποστήριξαν ιδρύματα και φορείς όπως ο Σύλλογος Αποφοίτων Εκπαιδευτικού Ιδρύματος «Ανατόλια», ο Πανελλήνιος Σύνδεσμος Απόρων και Αναπήρων, το Σύστημα Προσκόπων, τα Παιδικά χωριά SOS, η Πανελλήνια Ένωση Τυφλών, ο Ε.Ε.Σ., το Ορφανοτροφείο «Μέλισσα», κ.ά. Στηρίζουμε το έργο του **Ιδρύματος ΑΡΙΣΤΕΙΔΗΣ ΔΑΣΚΑΛΟΠΟΥΛΟΣ** (ανεξάρτητος μη κερδοσκοπικός οργανισμός) που φέρει το όνομά του ιδρυτή και εμπνευστή του.

Ακόμη ο Όμιλος Vivartia:

- Ενσωματώνει περιβαλλοντικές πολιτικές, προγράμματα και πρακτικές σε κάθε επιχειρηματική της δραστηριότητα ως στοιχείο διοίκησης σε όλες τις λειτουργίες.
- Κατά το σχεδιασμό, την ανάπτυξη και τη χρήση των εγκαταστάσεων της λαμβάνει υπόψη την αποτελεσματική χρήση της ενέργειας και των υλικών ελαχιστοποιώντας τις αρνητικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις και τη δημιουργία αποβλήτων καθώς και την ασφαλή απόρριψη των βιομηχανικών υπολειμμάτων.
- Εκπαιδεύει και ευαισθητοποιεί όλους τους εργαζόμενους σε θέματα περιβάλλοντος: ανακύκλωση των καταλοίπων των δραστηριοτήτων με

τη διάθεση των βρώσιμων υλών σε χοιροτροφικές μονάδες, συλλογή και ανακύκλωση χαρτιού, μπαταριών και άλλων ανακυκλώσιμων υλικών, εκτεταμένες δεντροφυτεύσεις στο φυσικό περιβάλλον των εγκαταστάσεων.

- Κάνει αποκλειστική χρήση φυσικού αερίου όπου υπάρχει η κατάλληλη υποδομή και όπου δεν υπάρχει κάνει χρήση προπανίου αντί πετρελαίου η καύση του οποίου έχει σχεδόν μηδενική εκπομπή ρύπων.

Ιδιαίτερη σημασία έχει για τη vivartia ο τρόπος που χειρίζεται τις επιστροφές των προϊόντων της ώστε να:

- Προστατεύει τον καταναλωτή από προϊόντα που έχουν ήδη λήξει
- Προλαμβάνει έκθεση των προϊόντων της σε χώρους εναπόθεσης απορριμμάτων και την πιθανότητα επαναπώλησής τους
- Προστατεύει το περιβάλλον χωρίς να επιβαρύνει τους χώρους υγειονομικής ταφής απορριμμάτων (Χ.Υ.Τ.Α.).
- Αναπτύσσει τη συνεργασία μεταξύ τμημάτων, προσδιορίζει ρόλους και δεξιότητες, σχεδιάζει αξιόπιστο, αντικειμενικό και μετρήσιμο σύστημα στοχοθέτησης και εξασφαλίζει ασφαλές εργασιακό περιβάλλον.

Η Κοινωνική Υπευθυνότητα της Vivartia θεμελιώνεται μέσα από την επιχειρηματική της στρατηγική, εξελίσσεται μέσα από την ευθύνη που φέρει για την ποιότητα των προϊόντων που παράγει, τις θέσεις εργασίας που παρέχει, τους φόρους που καταβάλλει, τις ευκαιρίες για επιχειρηματική ανάπτυξη που δημιουργεί, τα κέρδη που διανέμει στους μετόχους της, αλλά και τη συνεργασία που διατηρεί με αναγνωρισμένους κοινωνικούς φορείς και οργανισμούς. Τέλος, αναγνωρίζεται μέσα από το ολοκληρωμένο σύστημα Εταιρικής Διακυβέρνησης που αναπτύσσει.

Έχοντας εστιαστεί στη δημιουργία προστιθέμενης αξίας στην καθημερινή διατροφική πραγματικότητα και την καταναλωτική εμπειρία, διοχετεύει σημαντικό μέρος των επενδύσεών της στην προσφορά καινοτόμων προϊόντων, την παροχή ολοκληρωμένης ενημέρωσης και την ενίσχυση των σχέσεων εμπιστοσύνης με τους καταναλωτές.

Η Vivartia, όπου δραστηριοποιείται, εντός κι εκτός συνόρων, είναι υπεύθυνος εργοδότης, συνεργάτης, φορολογούμενος και συμμετοχος, πάντα με σεβασμό στις τοπικές κοινωνικές συνθήκες. Οι άνθρωποι της Vivartia έχουν σχεδιάσει και υλοποιούν ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα Κοινωνικής Υπευθυνότητας που στοχεύει στην ουσιαστική προσφορά σε τομείς όπως η παιδεία, η υγεία, ο πολιτισμός και η οικονομία.

- Υποστήριξαν το 6^ο Πανελλήνιο Συνέδριο προληπτικής ιατρικής
- Ενίσχυσαν το συνέδριο της Ελληνικής Ζωοτεχνικής Εταιρίας
- Υποστήριξαν την έκδοση του περιοδικού Αιμοδοσία και Εθελοντισμός
- Ενίσχυσαν οικονομικά το Διεθνές Εμπορικό Επιμελητήριο
- Πραγματοποίησαν την έντυπη και ηλεκτρονική ετήσια έκδοση ανασκόπησης της Ελληνικής Βιομηχανίας 2005-2006
- Ενίσχυσαν το έργο του Συλλόγου για την προστασία της χελώνας ΑΡΧΕΛΩΝ.

1.12. ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ

- Μεγάλες κτηνοτροφικές μονάδες (προμήθειες πρώτων υλών)
- Πρώτες ύλες για σοκολατούχα ροφήματα
- Εταιρίες παραγωγής ξηρών καρπών
- Παραγωγοί φρούτων για γαλακτοκομικά προϊόντα και αναψυκτικά
- Προμηθευτές χυμών σε διάφορες μορφές (π.χ. Life-χυμοί σε σκόνη, κατεψυγμένους κ.λ.π.)
- Προμηθευτές πρώτων υλών για δημητριακά
- Προμηθευτές καφέ, αφεψημάτων, αναψυκτικών και αλκοολούχων
- Προμηθευτές παγωτών, γλυκισμάτων και προϊόντων αρτοποιίας
- Πρώτες ύλες καφετέριας και εστιατορίων (π.χ. πιάτα, πιρούνια, κ.λ.π.)
- Προμηθευτές πρώτων υλών παρασκευής αρτοσκευασμάτων
- Προμηθευτές κρεάτων-πουλερικών-ψαριών

- Προμηθευτές πρώτων υλών για χάρτινες συσκευασίες κ.λ.π.
- Προμηθευτές πρώτων υλών (πατάτας,αλατιού, κ.λ.π.)
- Προμηθευτές συσκευασιών (σακούλες, κούτες, κ.λ.π.)
- Λαχανικά
- Προμηθευτές εξοπλισμού γραφείου
- Προμηθευτές ηλεκτρονικού εξοπλισμού και software
- Προμηθευτές αναλώσιμων
- Προμηθευτές μηχανημάτων συσκευασίας
- Φορητά μεταφορών
- Mobile technology (φορητοί υπολογιστές INTERMEC)
- Εξοπλισμός αποθηκών από: BT Souel, Junheinrich, Storact
Δημητριάδης
- Οι θάλαμοι των αποθηκευτικών χώρων ελέγχονται από τις εταιρίες
Lamberet και Stathis.
- Προμηθευτές για συσκευασία
- Φορητά μεταφορών

1.13. ΠΕΛΑΤΕΣ

Ελληνική αγορά:

- Supermarket
- Παντοπωλεία
- Ζαχαροπλαστεία
- Στρατός, αεροπορία, ναυτικό
- Εταιρίες catering σε αεροπλάνα και πλοία
- Περίπτερα κ.λ.π.

Ξένες αγορές:

- Νοτιοανατολική Ευρώπη (Chipita)
- Σαουδική Αραβία κλπ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΜΕΛΕΤΕΣ

2.1. ΜΕΛΕΤΗ ΤΗΣ HELLASTAT ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ (Νοέμβριος 2005).

Στο σύνολό της η αγορά παραγωγής γαλακτοκομικών προϊόντων, εκτιμάται ότι το 2004 διαμορφώθηκε στα 2 δισεκατομμύρια ευρώ εμφανίζοντας αύξηση της τάξης του 6,4% σε σύγκριση με το 2004.

Η πορεία των εσόδων είναι αυξητική την τελευταία τετραετία, τα πρώτα όμως σημάδια της κόπωσης γίνονται εμφανή, αφού το 2002 η αύξηση διαμορφώθηκε στο 12,4%, διπλάσια σχεδόν μεταβολή σε σύγκριση με αυτήν που καταγράφηκε το 2004.

Αντίστοιχα, ο μέσος ρυθμός αύξησης της τελευταίας τετραετίας εκτιμάται στο 9% ετησίως, δηλαδή 2,5 μονάδες υψηλότερα της μεταβολής 2004/2003.

Από τα μεγέθη των 93 παραγωγικών μονάδων που συμπεριλαμβάνονται στη μελέτη της Hellastat, προκύπτει η σημαντική ενίσχυση των μικρότερων παικτών της αγοράς, με το μερίδιο των 10 μεγαλύτερων παικτών να περιορίζεται στο 77,4% το 2004 έναντι 80,3% το 2001, με μέση ετήσια πτώση της τάξης του 1,2%.

Η κερδοφορία των επιχειρήσεων του κλάδου, βελτιώνεται διαχρονικά και το καθαρό περιθώριο εκτιμάται στο 2,4% (1,9% το 2002), στο ίδιο επίπεδο με τη μέση βιομηχανική επιχείρηση το 2004 (με πτωτική όμως τάση έναντι του 2002 όπου άγγιζε το 3%).

Αντίστοιχα, η σταθερή κεφαλαιακή δομή (ξένα προς ίδια κεφάλαια στο 1,7 προς 1) οδηγεί σε βελτίωση της αποδοτικότητας των ιδίων κεφαλαίων στο 4,4% έναντι 4,2% το 2002.

Η μεγάλη πλειοψηφία των επιχειρήσεων (77) είναι κερδοφόρες το 2004 και από αυτές οι 42 εμφανίζουν υψηλότερη κερδοφορία σε σύγκριση με το 2003, ενώ ακόμη 10 επιχειρήσεις πέρασαν σε κερδοφορία έναντι περυσινής ζημιογόνου χρήσης. Συνολικά, μόλις 16 επιχειρήσεις εμφανίζονται το 2004 ζημιογόνες από τις οποίες οι μισές κατάφεραν να μειώσουν τις ζημίες τους σε σύγκριση με το 2003.

Οι πέντε μεγαλύτερες επιχειρήσεις του κλάδου, εμφανίζουν συνολική κερδοφορία ύψους 69.8 εκατομμύρια ευρώ συγκεντρώνοντας το 77% των κερδών με συμμετοχή στις πωλήσεις ύψους 58,3% αποκαλύπτοντας τη σημαντική συγκέντρωση της κερδοφορίας.

Η συνολική κερδοφορία των 5 μεγαλύτερων παικτών, αυξήθηκε το 2004 κατά 10,5% (έναντι 31,5% στο σύνολο), με μέση αύξηση την τελευταία τριετία της τάξης του 12,2% ετησίως (έναντι 17,4% στο σύνολο).

Η ταχύτερη βελτίωση στο σύνολο του δείγματος περιορίζει το άνοιγμα της ψαλίδας στην κερδοφορία μικρών και μεγάλων επιχειρήσεων. Ειδικότερα, η συγκέντρωση της κερδοφορίας το 2004 είναι χαμηλότερη σε σύγκριση με το 2003 όπου οι 5 επιχειρήσεις δημιούργησαν το 91% της συνολικής κερδοφορίας του δείγματος.

Το σημαντικότερο κομμάτι του ενεργητικού των επιχειρήσεων του κλάδου, συντίθεται από πάγια στοιχεία αντανακλώντας τις σημαντικές επενδύσεις σε εγκαταστάσεις και εξοπλισμό. Η συμμετοχή των παγίων ανέρχεται στο 39,5% στο σύνολο του ενεργητικού έναντι 38,8% το 2002.

Τα συνολικά ίδια κεφάλαια, αυξάνονται με μέσο ετήσιο ρυθμό της τάξης του 11,1% την περίοδο 2004-2002, αντανακλώντας τη βελτίωση της κερδοφορίας και το χαμηλό pay-out ratio (44% το 2002, 25% το 2004).

Η μέση δανειακή επιβάρυνση ως ποσοστό επί του ενεργητικού -62%, είναι σε σχετικά υψηλά επίπεδα συγκρινόμενη με το 53,8% που είναι η αντίστοιχη μέση κεφαλαιακή διάρθρωση στο σύνολο της ελληνικής μεταποίησης το 2004. Σημαντικό ποσοστό των υποχρεώσεων είναι τοκοφόρο, με τον μακροπρόθεσμο δανεισμό να διαμορφώνεται στο 16,4% του παθητικού και τον βραχυπρόθεσμο στο 20%, παρουσιάζοντας ετήσιους ρυθμούς αύξησης της τάξης του 12,2% και 17% αντίστοιχα, την τελευταία τριετία. Η ικανότητα κάλυψης των χρηματοοικονομικών εξόδων βελτιώνεται διαχρονικά, από 3,6 φορές το 2002 στις 5,1 το 2004.

Οι επιχειρήσεις του κλάδου λειτουργούν σε ικανοποιητικά επίπεδα γενικής ρευστότητας (1,2), λιγότερο όμως όσον αφορά το δείκτη άμεσης ρευστότητας (0,7). Ωστόσο, δεν συγκρίνονται ευνοϊκά με τον αντίστοιχο μέσο στο σύνολο της μεταποίησης, όπου οι αριθμοδείκτες ρευστότητας εκτιμώνται στο 1,3 (γενική) και 0,96 (άμεση).

Η βελτίωση της ταχύτητας είσπραξης των απαιτήσεων (113 ημέρες το 2004 από 123 το 2002), σε συνδυασμό με την οριακή επέκταση στο μέσο διάστημα εξόφλησης των προμηθευτών κατά 2 ημέρες (στις 126 ημέρες το 2004 από 124) βελτιώνει τον εμπορικό κύκλο κατά 12 ημέρες, στις 58.

Στη μελέτη της Hellastat, επισημαίνεται ότι ο έντονος ανταγωνισμός που παρατηρείται στον κλάδο παραγωγής γαλακτοκομικών προϊόντων έχει ως κύριες παραμέτρους:

- Τον υψηλό βαθμό συγκέντρωσης
- Το μεγάλο αριθμό μικρών περιφερειακών παικτών, με κυρίαρχο ρόλο στις τοπικές αγορές,
- Την τάση εισόδου σε νέες αγορές από τους μεγάλους παίκτες (η Friesland στο γιαούρτι, η ΔΕΛΤΑ στο γάλα εβαπορέ)
- Την είσοδο στην αγορά αλυσίδων λιανεμπορίου (DIA, ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ).

Η μάχη των επιχειρήσεων εκτιμάται από την Hellastat ότι θα εξακολουθήσει να δίνεται πάνω σε δύο βασικούς άξονες:

- Απόκτηση μεριδίου σε νέες αγορές, με σημαντικές επενδύσεις σε εξοπλισμό, έρευνα και μάρκετινγκ, συμφωνίες συνεργασίας και εξαγορές.
- Διατήρηση και αύξηση του μεριδίου στις υφιστάμενες αγορές με ανταγωνιστικές τιμές, διαφοροποίηση προϊόντων, νέους κωδικούς και γεύσεις, βελτίωση της ποιότητας και της συσκευασίας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ VIVARTIA

3.1. SWOT ANALYSIS

Η SWOT Analysis αποτελεί ένα πολύ καλό εργαλείο αναγνώρισης των Δυνάμεων (Strengths) και Αδυναμιών (Weaknesses) μίας επιχείρησης και εξέτασης των Ευκαιριών (Opportunities) και Απειλών (Threats) της. Με τη διενέργεια της SWOT Analysis, μπορεί να εντοπισθούν οι διαδικασίες της επιχείρησης, οι οποίες αποτελούν τα δυνατά σημεία της, οι ευκαιρίες που υπάρχουν για την ενίσχυση των διαδικασιών της και οι πιθανότητες βελτίωσης της εικόνας της στην αγορά. Επίσης, μπορούν να αξιολογηθούν ιδέες για νέα προϊόντα σύμφωνα με τα χαρακτηριστικά της επιχείρησης και σύμφωνα με τους στρατηγικούς της στόχους.

Ο πιο απλός τρόπος διεξαγωγής μίας SWOT Analysis αποτελεί την χρήση ενός ερωτηματολογίου όπως αυτό που δίνεται παρακάτω:

Δυνάμεις:

- § Ποια είναι τα πλεονεκτήματα της επιχείρησης?
- § Τι πράττει η επιχείρηση καλά?
- § Τι θεωρούν οι άλλοι ως δυνατά σημεία της επιχείρησης?

Ο εντοπισμός και η εξέταση των δυνατών σημείων της επιχείρησης, θα πρέπει να γίνεται μέσω των απόψεων που έχει αυτός που διενεργεί την SWOT Analysis για την επιχείρηση και μέσω των απόψεων άλλων. Ο χρήστης της SWOT Analysis θα πρέπει να είναι ρεαλιστικός και όχι μετριοφρων. Στην περίπτωση που υπάρχουν δυσκολίες στον εντοπισμό των δυνατών σημείων της επιχείρησης θα πρέπει να γίνει μία λίστα όλων των χαρακτηριστικών της, η οποία σίγουρα θα περιέχει και τα δυνατά της σημεία και συνεπώς θα είναι πιο εύκολος ο εντοπισμός τους!

Αδυναμίες:

- § Τι μπορεί να βελτιωθεί?
- § Τι πραγματοποιείται λάθος?
- § Τι πρέπει να αποφεύγεται?

Και πάλι ο εντοπισμός των αδύνατων σημείων της επιχείρησης, θα πρέπει να γίνεται μέσω εσωτερικών και εξωτερικών παραγόντων. Έτσι, μπορεί να φανεί εάν οι αδυναμίες μίας επιχείρησης όπως καταγράφονται από την επιχείρηση συμπίπτουν με αυτές που καταγράφονται από εξωτερικούς παράγοντες. Είναι προτιμότερο σε αυτή την φάση να είναι η επιχείρηση ρεαλιστική όσον αφορά τις αδυναμίες της από το να ανακαλύψει πικρές αλήθειες αργότερα, π.χ. εάν πηγαίνει καλύτερα μία ανταγωνιστική επιχείρηση.

Ευκαιρίες:

- § Ποιες καλές ευκαιρίες υπάρχουν για την επιχείρηση?
- § Ποιες είναι οι ενδιαφέρουσες τάσεις που υπάρχουν?
- § Πολύτιμες ευκαιρίες μπορεί να προέλθουν από:
 - § Αλλαγές στην τεχνολογία και στις αγορές σε μικρή και μεγάλη κλίμακα.
 - § Αλλαγές στην κυβερνητική πολιτική που αφορούν το πεδίο δραστηριοτήτων της επιχείρησης.
 - § Αλλαγές σε κοινωνικό επίπεδο, δημογραφικό επίπεδο και επίπεδο τρόπου ζωής.
 - § Τοπικά γεγονότα.

Απειλές:

- § Ποια εμπόδια υπάρχουν για την επιχείρηση?
- § Πως τα πηγαίνει ο ανταγωνισμός?
- § Μήπως αλλάζουν οι προδιαγραφές της εργασίας, προϊόντων ή υπηρεσιών της επιχείρησης?

§ Μήπως απειλείται η θέση της επιχείρησης στην αγορά λόγω αλλαγών στην τεχνολογία?

§ Μήπως υπάρχουν προβλήματα λόγω δανείων και ρευστότητας?

Με τη διενέργεια της SWOT Analysis θα εντοπισθούν τα σημεία, τα οποία η επιχείρηση θα πρέπει κάτι να βελτιώσει και όλα τα προβλήματα που υπάρχουν. Επίσης, η SWOT Analysis μπορεί να χρησιμοποιηθεί με επίκεντρο τους ανταγωνιστές της επιχείρησης, κάτι το οποίο όμως μπορεί να έχει αναπάντεχα αποτελέσματα!

3.1.1. SWOT ANALYSIS ΤΗΣ VIVARTIA

ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ

- Η επιχείρηση έχει παρουσία στην αγορά και πολύ καλή φήμη.
- Το προσωπικό της επιχείρησης σε όλους τους τομείς είναι πολυάριθμο, έμπειρο και κατάλληλα εκπαιδευμένο.
- Είναι ήδη μια αναπτυσσόμενη επιχείρηση με πολύχρονες βάσεις.
- Κάνει επιθετική διαφήμιση.
- Διαθέτει άρτια οργανωμένο δίκτυο διανομής
- Διαθέτει σύγχρονα εργοστάσια σε διάφορες περιοχές - κλειδιά της Ελλάδας και του Εξωτερικού.
- Τα εμπορικά της σήματα αναγνωρίζονται από το 99% του πληθυσμού.
- Καλή ποιότητα προϊόντων και υπηρεσιών
- Η συνεχής ανάπτυξη της εταιρίας είναι εντυπωσιακή.
- Διαθέτει τελευταίας τεχνολογίας συστήματα ελέγχου
- Έχει κατοχυρωμένο όνομα στην αγορά.
- Έχει πιστούς προμηθευτές.
- Πολύ καλό management.
- Είναι αξιόπιστη επιχείρηση
- Είναι ευέλικτη
- Καλή οργάνωση πωλήσεων

- Logistics: βελτιστοποιούν την εξυπηρέτηση και έτσι ελαχιστοποιούνται τα κόστη

ΑΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ

- Δεν υπάρχει η δυνατότητα γρήγορης ανταπόκρισης λόγω της ύπαρξης υψηλών διοικητικών στελεχών.
- Οι ανώτεροι σύμβουλοι της επιχείρησης δεν είναι γνωστοί στην αγορά.
- Η επιχείρηση είναι δύσκολο να αλλάξει τακτική εάν φανεί ότι αυτή που ακολουθείται δεν είναι αποτελεσματική.
- Υπάρχουν πολλά γενικά έξοδα στην επιχείρηση οπότε δεν υπάρχει η δυνατότητα προσφοράς πολύ χαμηλών τιμών στους πελάτες - καταναλωτές.
- Ο ανταγωνισμός είναι έντονος

ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ

- Ο τομέας της επιχείρησης στην αγορά επεκτείνεται και έτσι υπάρχουν πολλές ευκαιρίες επιτυχημένων δραστηριοτήτων.
- Η εταιρία μπορεί να ανταπεξέλθει στις συνεχείς αλλαγές στην τεχνολογία που οδηγούν γενικότερα σε αλλαγές στην ελληνική και την παγκόσμια αγορά. Υιοθετεί πολύ εύκολα νέες τεχνολογίες.
- Υπάρχει η πιθανότητα ψήφισης νόμου απαλλαγής φορολογίας για προϊόντα που ήδη πουλάει η εταιρία.
- Ανεκμετάλλευτα πάγια στοιχεία.
- Δημιουργία νέου τμήματος marketing
- Αξιολόγηση ιδεών για νέα προϊόντα.
- Ποιοτική έρευνα (εταιρικό εργαλείο έρευνας για θέματα ιδεών για ανάπτυξη νέων προϊόντων, το οποίο χρησιμοποιείται για την αξιολόγηση των ιδεών χωρίς την πραγματοποίηση αριθμητικών και στατιστικών μετρήσεων και αναλύσεων. Μπορεί να χαρακτηριστεί ως ένα εργαλείο διεξαγωγής προσωπικών συνεντεύξεων ή συζητήσεων

της επιχείρησης με τους μελλοντικούς και πιθανούς πελάτες ή καταναλωτές ενός προϊόντος).

- Εξαγορά ανταγωνιστή
- Γεωγραφική επέκταση
- Έμφαση στη μείωση κόστους
- Καινοτόμες διαδικασίες
- Άμεση και ισχυρή αντίδραση σε όλες τις επιθετικές κινήσεις του ανταγωνισμού
- Εκμετάλλευση κενού χώρου
- Πρόσφατη συγχώνευση με άλλη επιχείρηση
- Διατήρηση και αύξηση του μεριδίου στις υφιστάμενες αγορές με ανταγωνιστικές τιμές, διαφοροποίηση προϊόντων, νέους κωδικούς και γεύσεις, βελτίωση της ποιότητας και της συσκευασίας.

ΑΠΕΙΛΕΣ

- Οι ανταγωνιστές της εταιρίας να υιοθετήσουν γρηγορότερα νέες τεχνολογίες.
- Πιθανές μελλοντικές αλλαγές στους όρους συνεργασίας με τους προμηθευτές.
- Αύξηση των άμεσων ανταγωνιστών
- Πιθανή οικονομική κρίση
- Προϊόντα σε φάση κάμψης
- Η αισθητή μείωση δαπανών για έρευνα και ανάπτυξη
- Πιθανή αστοχία στην παραγωγή ενός νέου προϊόντος
- Εμπλοκή τραπεζών
- Αλλαγή σε νομικά πλαίσια
- Κατασκευή εργοστασίου ανταγωνιστών κοντά στην έδρα της επιχείρησης
- Μεγάλες ανταγωνιστικές εταιρίες
- Είσοδο στην αγορά αλυσίδων λιανεμπορίου
- Μεγάλος αριθμός μικρών περιφερειακών παικτών με κυρίαρχο ρόλο στις τοπικές αγορές.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ

ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ

4.1. ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ

Με βάση τους ισολογισμούς της εταιρίας ΔΕΛΤΑ που βρίσκονται στο τέλος της εργασίας μας και κάποιους αριθμοδείκτες θα προσπαθήσουμε να κάνουμε την οικονομική ανάλυση της εταιρίας Vivartia (πρώην ΔΕΛΤΑ) για τα έτη 2001-2006). Οι αριθμοδείκτες που χρησιμοποιούμε στην ανάλυσή μας είναι οι εξής:

- Άμεση ρευστότητα
- Γενική ρευστότητα
- Κυκλοφοριακή ταχύτητα αποθεμάτων
- Κυκλοφοριακή ταχύτητα απαιτήσεων
- Ξένα προς ίδια κεφάλαια
- Μικτό κέρδος
- Καθαρό κέρδος

Άμεση ρευστότητα: Προσδιορίζει εάν μια επιχείρηση είναι σε θέση να ανταποκριθεί στις υποχρεώσεις προς τους πιστωτές της, στην περίπτωση που αντιμετωπίσει μια καταστροφική πτώση στις πωλήσεις. Ο τύπος για την άμεση ρευστότητα είναι ο εξής:

$$\text{Αμ.Ρευστ.} = \frac{\text{Κυκλοφορούν ενεργητικό} - \text{αποθέματα}}{\text{Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις}}$$

Γενική Ρευστότητα: Δείχνει το μέτρο της ρευστότητας της επιχείρησης αλλά και το περιθώριο ασφαλείας που διατηρεί η διοίκηση της επιχείρησης για να είναι σε θέση να αντιμετωπίσει κάποια ανεπιθύμητη εξέλιξη στη ροή των κεφαλαίων κίνησης.

$$\text{Γεν.Ρευστ.} = \frac{\text{Διαθέσιμα} + \text{Απαιτήσεις} + \text{Αποθέματα}}{\text{Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις}}$$

Κυκλοφοριακή Ταχύτητα Αποθεμάτων: Δείχνει πόσες φορές ανανεώθηκαν τα αποθέματα της επιχείρησης σε σχέση με τις πωλήσεις της μέσα στην χρήση.

$$\text{Κυκλ.Ταχ.Αποθ.} = \frac{\text{Κόστος πωληθέντων}}{\text{Αποθέματα}}$$

Κυκλοφοριακή Ταχύτητα Απαιτήσεων ή Ανακύκλωση Απαιτήσεων: Δείχνει πόσες φορές κατά μέσο όρο εισπράττονται οι απαιτήσεις της επιχείρησης κατά τη διάρκεια της λογιστικής χρήσης.

$$\text{Κυκλ.Ταχ.Απαιτ.} = \frac{\text{Απαιτήσεις}}{\text{Πωλήσεις}} * 365$$

Ξένα προς Ίδια Κεφάλαια: Δείχνει το κατά πόσο η επιχείρηση εξαρτάται από ξένα κεφάλαια. Όταν ο αριθμοδείκτης αυτός είναι μεγαλύτερος από τη μονάδα τότε η επιχείρηση εξαρτάται από ξένα κεφάλαια. Όταν ο αριθμοδείκτης είναι μικρότερος από τη μονάδα τότε η επιχείρηση βασίζεται στα δικά της κεφάλαια. Όσο μικρότερος είναι αυτός ο αριθμοδείκτης, τόσο το καλύτερο για την επιχείρηση.

$$\text{Ξένα Προς Ίδια Κεφάλαια} = \frac{\text{Σύνολο Υποχρεώσεων}}{\text{Σύνολο Ιδίων Κεφαλαίων}}$$

Μικτό Κέρδος: Δείχνει το μικτό κέρδος που απολαμβάνει μια επιχείρηση από την πώληση προϊόντων αξίας 100 Ευρώ.

Δείχνει την λειτουργική αποτελεσματικότητα της επιχείρησης καθώς και την πολιτική τιμών. Όντως, για να είναι επιτυχημένη μια επιχείρηση πρέπει να έχει αρκετά υψηλό ποσοστό μικτού κέρδους, που να της επιτρέπει να καλύπτει τα λειτουργικά και άλλα έξοδά της και συγχρόνως να της αφήνει

ένα ικανοποιητικό καθαρό κέρδος σε σχέση με τις πωλήσεις και τα ίδια κεφάλαια που απασχολεί.

$$\text{Μικτό Κέρδος} = 100 * \frac{\text{Μικτά Κέρδη Εκμεταλλεύσεως}}{\text{Καθαρές Πωλήσεις Χρήσεως}}$$

Καθαρό Κέρδος: Δείχνει το ποσοστό του καθαρού κέρδους που επιτυγχάνει η επιχείρηση από τις πωλήσεις της. (δηλ. Δείχνει το καθαρό κέρδος που έχει η επιχείρηση από την πώληση προϊόντων αξίας 100 Ευρώ).

$$\text{Καθαρό Κέρδος} = 100 * \frac{\text{Καθαρά Κέρδη Προ Φόρων}}{\text{Κύκλος Εργασιών}}$$

4.2. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ VIVARTIA

ΕΤΟΣ 2001-ΔΕΛΤΑ

$$\text{ΑΜΕΣΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ} = \frac{107506067,64 - 26962030,13}{43098979,71} = 1,86$$

$$\text{ΓΕΝΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ} = \frac{107506068}{43098979,71} = 2,5$$

$$\text{ΚΥΚΛ.ΤΑΧ.ΑΠΟΘΕΜ.} = \frac{185812429,26}{26962030,13} = 6,89 \quad 365/6,89 = 53 \text{ μέρες}$$

$$\text{ΚΥΚΛ.ΤΑΧ.ΑΠΑΙΤΗΣ.} = \frac{70550019,84}{260135886,93} * 365 = 98,9 \text{ περίπου } 99 \text{ μέρες}$$

$$\Xi\text{ΕΝ. ΠΡΟΣ ΙΔ. ΚΕΦ.} = \frac{72446008,32}{106415958,57} = 0,68$$

$$\text{ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ} = 100 * \frac{74323457,67}{260135886,93} = 28,6\%$$

$$\text{ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΡΔΟΣ} = 100 * \frac{12660117,95}{260135886,93} = 4,867\%$$

ΕΤΟΣ 2002-ΔΕΛΤΑ

$$\text{ΑΜΕΣΗ ΡΕΥΣΤΟΤ.} = \frac{124908221,07 - 26889533,17}{83809728,77} = 1,16 \text{ φορές}$$

$$\text{ΓΕΝΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤ.} = \frac{124908221,07}{83809728,77} = 1,49 \text{ φορές}$$

$$\text{ΚΥΚΛ.ΤΑΧ.ΑΠΟΘ.} = \frac{203394997,96}{26889533,17} = 7,56 \text{ (} 365/7,56 = 48 \text{ ημέρες)}$$

$$\text{ΚΥΚΛ.ΤΑΧ.ΑΠΑΙΤ.} = \frac{75240233,78}{288281801,20} * 365 = 95,2 \text{ περίπου } 95 \text{ μέρες}$$

$$\Xi\text{ΕΝΑ ΠΡ.ΙΔ.ΚΕΦ.} = \frac{114990946,65}{110724041,20} = 1,04$$

$$\text{ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ} = 100 * \frac{84886803,24}{288281801,20} = 29,4\%$$

$$\text{ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΡΔΟΣ} = 100 * \frac{16262063,60}{288281801,20} = 5,6\%$$

ΕΤΟΣ 2003-ΔΕΛΤΑ

$$\text{ΑΜΕΣΗ ΡΕΥΣΤ.} = \frac{122817039,55 - 23939372,28}{69661141,57} = 1,42 \text{ φορές}$$

$$\text{ΓΕΝΙΚΗ ΡΕΥΣΤ.} = \frac{122817039,55}{69661141,57} = 1,76 \text{ φορές}$$

$$\text{ΚΥΚΛ.ΤΑΧ.ΑΠΟΘ.} = \frac{204295779,41}{23939372,28} = 8,53 \quad (365/8,53= 43 \text{ ημέρες})$$

$$\text{ΚΥΚΛ.ΤΑΧ.ΑΠΑΙΤ.} = \frac{71021024,95}{304769401,23} * 365 = 85 \text{ ημέρες}$$

$$\text{ΞΕΝΑ ΠΡ.ΙΔ.ΚΕΦ.} = \frac{99008170,17}{115627657,77} = 0,856$$

$$\text{ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ} = 100 * \frac{100473621,82}{304769401,23} = 33\%$$

$$\text{ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΡΔΟΣ} = 100 * \frac{18514762,97}{304769401,23} = 6,1\%$$

ΕΤΟΣ 2004-ΔΕΛΤΑ

$$\text{ΑΜΕΣΗ ΡΕΥΣΤΟΤ.} = \frac{134790873,88 - 21024943,08}{66538573,10} = 1,71$$

$$\text{ΓΕΝΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤ.} = \frac{134790873,88}{66538573,1} = 2,02$$

$$\text{ΚΥΚΛ.ΤΑΧ.ΑΠΟΘ.} = \frac{204715950,04}{21024943,08} = 9,73 \quad (365/9,73= 37 \text{ ημέρες})$$

$$\text{ΚΥΚΛ.ΤΑΧ.ΑΠΑΙΤ.} = \frac{73176205,32}{319472578,14} * 365 = 83,58 \text{ περίπου } 84 \text{ ημέρες}$$

$$\text{ΞΕΝΑ ΠΡ.ΙΔ.ΚΕΦ.} = \frac{95885601,7}{126669891,9} = 0,756$$

$$\text{ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ} = 100 * \frac{114756628,1}{319472578,14} = 35,9\%$$

$$\text{ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΡΔ.} = 100 * \frac{23651285,80}{319472578,14} = 7,4\%$$

ΕΤΟΣ 2005-ΔΕΛΤΑ

$$\text{ΑΜΕΣΗ ΡΕΥΣΤ.} = \frac{126629020,53 - 12090562,65}{83605497,87} = 1,37 \text{ φορές}$$

$$\text{ΓΕΝΙΚΗ ΡΕΥΣΤ.} = \frac{126629020,53}{83605497,87} = 1,51 \text{ φορές}$$

$$\text{ΚΥΚΛ.ΤΑΧ.ΑΠΟΘ.} = \frac{207181357,01}{12090562,65} = 17,1 \quad (365/17,1=21 \text{ ημέρες})$$

$$\text{ΚΥΚΛ.ΤΑΧ.ΑΠΑΙΤ.} = \frac{59355382,09}{326036174,52} * 365 = 66,466 \text{ ημέρες}$$

$$\text{ΞΕΝΑ ΠΡ.ΙΔ.ΚΕΦ.} = \frac{176765531,74}{179635637,11} = 0,984$$

$$\text{ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ} = 100 * \frac{118854817,51}{326036174,52} = 36,4\%$$

$$\text{ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΡΔ.} = 100 * \frac{50279015,68}{326036174,52} = 15,4\%$$

ΕΤΟΣ 2006 - VIVARTIA

$$\text{ΑΜΕΣΗ ΡΕΥΣΤ.} = \frac{251289000 - 35467000}{145233000} = 1,49$$

$$\text{ΓΕΝΙΚΗ ΡΕΥΣΤ.} = \frac{251289000,00}{145233000,00} = 1,73$$

$$\text{ΚΥΚΛ.ΤΑΧ.ΑΠΟΘ.} = \frac{289806000,0}{35467000} = 8,17 \quad (365/8,17= 45 \text{ ημέρες})$$

$$\text{ΚΥΚΛ.ΤΑΧ.ΑΠΑΙΤ.} = \frac{141393000,00}{466459000,00} * 365 = 110,6 \text{ περίπου } 111 \text{ ημέρες}$$

$$\Xi\text{ΕΝΑ ΠΡ.ΙΔ.ΚΕΦ.} = \frac{649367000,00}{550333000,00} = 1,18$$

$$\text{ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ} = 100 * \frac{176653000,00}{466459000,00} = 37,8\%$$

$$\text{ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΡΔ.} = 100 * \frac{24389000}{466459000} = 5,22\%$$

4.2.1. ΣΥΓΚΡΙΣΕΙΣ – ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ - ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Συνοψίζουμε τα αποτελέσματα στον ακόλουθο πίνακα:

	ΕΤ Η	2001	2002	2003	2004	2005
ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ						
ΑΜΕΣΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ		1,86	1,16	1,42	1,71	1,37
ΓΕΝΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ		2,5	1,49	1,76	2,02	1,51
ΚΥΚΛ.ΤΑΧ.ΑΠΟΘΕΜΑΤΩ Ν		6,89 ή 53 μέρες	7,56 ή 48 μέρες	8,53 ή 43 μέρε ς	9,73 ή 37 μέρες	17,1 ή 21 μέρες
ΚΥΚΛ.ΤΑΧ.ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ		99 μέρες	95 μέρες	85 μέρε ς	84 μέρες	66 μέρες
ΞΕΝΑ ΠΡΟΣ ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ		0,68	1,04	0,85 6	0,756	0,984
ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ		28,6%	29,4 %	33%	35,9 %	36,4 %
ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΡΔΟΣ		4,867 %	5,6%	6,1%	7,4%	15,4 %

Σύμφωνα με τον παραπάνω πίνακα βλέπουμε ότι:

Ο αριθμοδείκτης Γενικής Ρευστότητας της επιχείρησης, είναι αρκετά υψηλός το 2001, μειώνεται το 2002, αυξάνεται ξανά το 2003, 2004 και μειώνεται το 2005. Η επιχείρηση ήταν σε ευνοϊκότερη θέση από πλευράς ρευστότητας το 2001 και το 2004. Ακόμα αυτά τα δύο έτη το περιθώριο ασφαλείας που διατηρεί η διοίκηση της επιχείρησης για να είναι σε θέση να αντιμετωπίσει κάποια ανεπιθύμητη εξέλιξη στη ροή των κεφαλαίων κίνησης είναι ικανοποιητικό. Βέβαια, και στις 5 χρονιές η τιμή του αριθμοδείκτη είναι σε υψηλό επίπεδο, μεγαλύτερος της μονάδας. Αυτό μας δείχνει ότι η επιχείρηση μπορεί να ανταπεξέλθει στις υποχρεώσεις της και να καλύψει τις ανάγκες της.

Την ίδια πορεία με τον αριθμοδείκτη Γενικής Ρευστότητας παρουσιάζει ο αριθμοδείκτης Άμεσης Ρευστότητας. Το 2001 είναι αρκετά υψηλός, μειώνεται το 2002, αυξάνεται το 2003, 2004 και μειώνεται το 2005. Η επιχείρηση ανήκει σε ένα βιομηχανικό κλάδο υψηλής ευαισθησίας όπου οι πιστωτές εξοφλούνται σχετικά γρήγορα. Ίσως, πρέπει να μειώσει τα αποθέματα και να αυξήσει την αξία των υπόλοιπων ρευστοποιήσιμων στοιχείων της. (αν και σε αυτή την περίπτωση ο αριθμοδείκτης μας είναι μεγαλύτερος της μονάδας, οπότε η επιχείρηση καλύπτει τις ανάγκες της).

Η ταχύτητα κυκλοφορίας των αποθεμάτων της επιχείρησης το 2001, είναι 6,89 φορές που σημαίνει ότι τα αποθέματά της ανανεώθηκαν περίπου 7 φορές μέσα στη χρήση 2001, ή διαφορετικά ότι παρέμειναν στην επιχείρηση κατά μέσο όρο 53 ημέρες. Το αντίστοιχο μέγεθος για το έτος 2005, είναι 17,1 που σημαίνει ότι τα αποθέματα ανανεώθηκαν περίπου 17 φορές μέσα στη χρήση ή παρέμειναν στην επιχείρηση κατά μέσο όρο 21 ημέρες. Ο δείκτης αυτός βλέπουμε ότι, το 2001 ήταν αισθητά μειωμένος σε σχέση με τις άλλες χρονιές, το 2002,2003 και το 2004 έχει σταθερή ανοδική πορεία, ενώ το 2005 παρουσιάζει πολύ μεγάλη άνοδο. Όσο μεγαλύτερος είναι ο αριθμοδείκτης αυτός, τόσο πιο αποτελεσματικά λειτουργεί η επιχείρηση. Στην περίπτωσή μας, βλέπουμε ότι η επιχείρηση λειτουργούσε αποτελεσματικά εκτός από το έτος 2001. Αυτό μπορεί να συνδέεται με υπεραποθεματοποίηση. Επειδή όμως η μείωση αυτή αφορά μόνο το 2001, μπορεί να θεωρηθεί όχι καλή ένδειξη και ίσως αντανάκλαση μιας κάποιας μείωσης στη ζήτηση των προϊόντων της συγκεκριμένης επιχείρησης. Βέβαια, και η μεγάλη ταχύτητα μπορεί να μη σχετίζεται με αναλογικά υψηλά κέρδη, γιατί αυτά μπορεί να

συμπιέζονται από την προσπάθεια της επιχείρησης να επιτύχει περισσότερες σε όγκο πωλήσεις, με αντίστοιχη μείωση της τιμής πώλησης των προϊόντων της.

Η Κυκλοφοριακή Ταχύτητα Απαιτήσεων, βλέπουμε ότι σημειώνει καθοδική πορεία από το έτος 2001 έως το 2005. Η μέση διάρκεια παραμονής των απαιτήσεων στην επιχείρηση, πρέπει να διατηρείται όσο γίνεται μικρότερη όχι μόνο διότι τα κεφάλαια που δεσμεύονται για τη χρηματοδότηση των πωλήσεων έχουν κάποιο κόστος, αλλά διότι έχουν και ένα κόστος ευκαιρίας λόγω του ότι θα μπορούσαν να επενδυθούν αποδοτικά κάπου αλλού. Ο αριθμοδείκτης αυτός, παρέχει ένδειξη της ποιότητας και του βαθμού ρευστότητας των απαιτήσεων μιας επιχείρησης, καθώς και του πόσο επιτυχής υπήρξε η διοίκηση αυτής στην είσπραξη των απαιτήσεών της. Η μείωση του δείκτη (που παρατηρείται στην περίπτωση μας), δείχνει βελτίωση των συνθηκών εισπράξεως των απαιτήσεων της επιχείρησης. Ο χρόνος εισπράξεως των απαιτήσεων μιας επιχείρησης επηρεάζεται από τους όρους χορηγήσεως των πιστώσεων στους πελάτες της. Ακόμη, η μείωση του δείκτη αυτού σημαίνει μικρότερη πιθανότητα ζημιών από επισφαλείς πελάτες.

Ο δείκτης Ξένα Προς Ίδια Κεφάλαια ήταν χαμηλός το 2001, ανέβηκε το 2002, έπεσε το 2003 και 2004 και αυξήθηκε ξανά το 2005. Όπως βλέπουμε από την πορεία του αριθμοδείκτη μας, η επιχείρησή μας σε γενικές γραμμές καλύπτει τις ανάγκες και τις υποχρεώσεις της χρησιμοποιώντας τα δικά της κεφάλαια. Η τιμή του αριθμοδείκτη μας ξεπέρασε τη μονάδα μόνο το έτος 2002, όπου η επιχείρηση μπορεί να χρησιμοποίησε ένα μικρό ποσοστό από ξένα κεφάλαια.

Το Μικτό Κέρδος της επιχείρησης παρουσιάζει ανοδική πορεία τα έτη 2001 – 2005. Μια επιχείρηση για να θεωρηθεί επιτυχημένη, θα πρέπει να έχει ένα αρκετά υψηλό ποσοστό μικτού κέρδους, που να της επιτρέπει να καλύπτει τα λειτουργικά και άλλα έξοδά της και συγχρόνως να της αφήνει ένα ικανοποιητικό καθαρό κέρδος σε σχέση με τις πωλήσεις και τα ίδια κεφάλαια που απασχολεί. Όσο μεγαλύτερος είναι αυτός ο αριθμοδείκτης (2005), τόσο καλύτερη από άποψης κερδών , είναι η θέση της επιχείρησης διότι μπορεί να αντιμετωπίσει χωρίς δυσκολία αύξηση του κόστους των πωλουμένων προϊόντων της. Ακόμη, ο υψηλός αριθμοδείκτης δείχνει την ικανότητα της

διοικήσεως μιας επιχείρησης να επιτυγχάνει φθηνές αγορές και να πωλεί σε υψηλές τιμές.

Ο αριθμοδείκτης Καθαρού Κέρδους παρουσιάζει και αυτός με τη σειρά του ανοδική πορεία, με μεγαλύτερη αύξηση το έτος 2005. Ο αριθμοδείκτης αυτός μας δείχνει ότι η επιχείρηση χρόνο με το χρόνο γίνεται ολοένα και πιο επικερδής.

4.2.2. ΣΥΓΚΡΙΣΗ 2004 – 2005 ΣΤΙΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΤΑ ΚΕΡΔΗ

- Οι πωλήσεις του Ομίλου ΔΕΛΤΑ το 2005 αυξήθηκαν κατά 0,4%.
- Τα κέρδη προ φόρων και τόκων αυξήθηκαν κατά 30,1%
- Τα κέρδη προ φόρων, τόκων και αποσβέσεων αυξήθηκαν κατά 14%.
- Τα κέρδη προ φόρων αυξήθηκαν κατά 15,9%.
- Τα καθαρά κέρδη αυξήθηκαν κατά 75,7%.
- Οι ελεύθερες ταμειακές ροές αυξήθηκαν κατά 30,2%.
- Τα κέρδη ανά μετοχή αυξήθηκαν κατά 68%.

4.3. ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΑΝΑΛΥΣΗΣ VIVARTIA 2006 ΜΕ ΔΕΛΤΑ 2001 – 2005.

Παρακάτω ακολουθεί αναλυτικός πίνακας:

	(ΕΤΗ) ΔΕΛΤΑ					VIVARTIA
ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ	2001	2002	2003	2004	2005	2006
ΑΜΕΣΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	1,86	1,16	1,42	1,71	1,37	1,49
ΓΕΝΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	2,5	1,49	1,76	2,02	1,51	1,73
ΚΥΚΛ.ΤΑΧΥΤ. ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ	6,89 ή 53 μέρες	7,56 ή 48 μέρες	8,53 ή 43 μέρες	9,73 ή 37 μέρες	17,1 ή 21 μέρες	8,17 ή 45 μέρες
ΚΥΚΛ.ΤΑΧΥΤ. ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ	99 μέρες	95 μέρες	85 μέρες	84 μέρες	66 μέρες	111 μέρες
ΞΕΝΑ ΠΡΟΣ ΙΔΙΑ	0,68	1,04	0,856	0,756	0,984	1,18

ΚΕΦΑΛΑΙΑ						
ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ	28,6%	29,4 %	33 %	35,9 %	36,4%	37,8%
ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΡΔΟΣ	4,867%	5,6 %	6,1 %	7,4 %	15,4%	5,22%

Ο δείκτης άμεσης ρευστότητας της Vivartia το 2006 έχει τιμή 1,49, που είναι μεγαλύτερη από τα έτη 2002, 2003, 2005, ενώ ο όμιλος ΔΕΛΤΑ είχε καλύτερα αποτελέσματα τα έτη 2001 και 2004, αυτό σημαίνει ότι η ΔΕΛΤΑ τις συγκεκριμένες χρονιές ικανοποιούσε περισσότερο τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της από ότι η VIVARTIA το 2006. Βέβαια, η διαφορά δεν είναι μεγάλη. Το ίδιο περίπου συμβαίνει και με το δείκτη γενικής ρευστότητας μόνο που εδώ, ο όμιλος ΔΕΛΤΑ συγκεντρώνει πολύ καλύτερα αποτελέσματα κατά τα έτη 2001, 2003 και 2004. Δηλαδή, η ΔΕΛΤΑ αυτά τα χρόνια έχει μεγαλύτερο περιθώριο ασφαλείας για να είναι σε θέση να αντιμετωπίσει οποιαδήποτε ανεπιθύμητη εξέλιξη στην ροή των κεφαλαίων κινήσεως της. Ενώ τα έτη 2002 και 2005 σε σχέση με το έτος 2006 τα αποτελέσματα δεν είναι και τόσο καλά. Το 2006 η VIVARTIA παρέχει το περιθώριο ασφαλείας που την καθιστά ικανή να ανταπεξέλθει σε οποιαδήποτε ανεπιθύμητη εξέλιξη που θα κάνει την εμφάνιση της. Παρόλο που μετονομάστηκε σε vivartia και εισήχθη στο χρηματιστήριο το Σεπτέμβριο του 2006, η ρευστότητα της επιχείρησης είναι ικανοποιητική σε σχέση με τα προηγούμενα έτη και καλύπτει πλήρως τις ανάγκες και τις υποχρεώσεις της αφού η τιμή του δείκτη μας είναι μεγαλύτερη της μονάδας.

Η κυκλοφοριακή ταχύτητα αποθεμάτων σε σχέση με τα προηγούμενα έτη εκτός από το 2005 που 17 φορές τον χρόνο ανανεώνει τα αποθέματα της, είναι σχετικά μειωμένη. Αυτό σημαίνει ότι το 2006 τα αποθέματα παραμένουν αρκετό καιρό στην επιχείρηση, πράγμα που μας δείχνει ότι τα αποθέματα δεν ανανεώνονται συχνά, ανανεώνονται 8 φορές το χρόνο ή κατά μέσο όρο κάθε 45 ημέρες. Έτσι, η επιχείρηση προσπαθεί να διατηρεί το ελάχιστο ποσοστό αποθεμάτων που χρειάζονται για να ελαχιστοποιεί το ύψος των τόκων των κεφαλαίων που δεσμεύουν για τα αποθέματα, να εξοικονομεί δαπάνες αποθηκείσεως και να μειώνει τον κίνδυνο μη πωλήσεως τους λόγω αλλοιώσεως ή αλλαγής των προτιμήσεων των καταναλωτών. Η χαμηλή ταχύτητα κυκλοφορίας αποθεμάτων προϊόντων μπορεί να συνδέεται με

υπεραποθεματοποίηση. Πολλές φορές μια χαμηλή ταχύτητα κυκλοφορίας που συνδέεται με μεγάλο μικτό κέρδος μπορεί να αποδειχθεί πιο επικερδής από μια μεγάλη ταχύτητα κυκλοφορίας αποθεμάτων. Όσο μεγαλύτερος είναι ο αριθμοδείκτης κυκλοφοριακής ταχύτητας αποθεμάτων τόσο πιο αποτελεσματικά λειτουργεί η επιχείρηση.

Η κυκλοφοριακή ταχύτητα απαιτήσεων της Vivartia είναι επίσης αυξημένη σε σχέση με την κυκλοφοριακή ταχύτητα απαιτήσεων του Ομίλου ΔΕΛΤΑ. Αυτό δεν είναι ιδιαίτερα καλό. Η διάρκεια της παραμονής των απαιτήσεων στην επιχείρηση πρέπει να διατηρείται όσο γίνεται μικρότερη, γιατί τα κεφάλαια που δεσμεύονται για την χρηματοδότηση των πωλήσεων έχουν κάποιο κόστος αλλά και γιατί έχουν και ένα κόστος ευκαιρίας λόγω του ότι θα μπορούσαν να επενδυθούν αποδοτικά κάπου αλλού. Η κυκλοφοριακή ταχύτητα των απαιτήσεων της VIVARTIA είναι 111 μέρες, το οποίο σημαίνει ότι εισπράττει τις απαιτήσεις της κάθε τότε. Ο αριθμοδείκτης αυτός παρέχει ένδειξη της ποιότητας και του βαθμού ρευστότητας των απαιτήσεων μιας επιχείρησης, καθώς και του κατά πόσο επιτυχής υπήρξε η διοίκηση αυτής στην είσπραξη των απαιτήσεών της. Εδώ, υπάρχει η πιθανότητα ζημιών από επισφαλείς πελάτες στην επιχείρηση.

Ο δείκτης ξένα προς ίδια κεφάλαια είναι ιδιαίτερα αυξημένος το 2006 (1,18) σε σχέση με τα προηγούμενα έτη, πράγμα που σημαίνει ότι οι βραχυπρόθεσμοι και μακροπρόθεσμοι πιστωτές της Vivartia, τη χρηματοδοτούν με περισσότερα στοιχεία, απ'ότι χρηματοδοτούσαν στο παρελθόν την ΔΕΛΤΑ. Δηλαδή, απ' τη στιγμή που ο δείκτης μας είναι μεγαλύτερος από τη μονάδα, η Vivartia χρησιμοποιεί και ξένα κεφάλαια για να μπορέσει να ανταπεξέλθει στις υποχρεώσεις της.

Ο αριθμοδείκτης του μικτού κέρδους της Vivartia είναι αυξημένος και υψηλότερος σε σχέση με τα έτη 2001 – 2005. Αυτός ο δείκτης μας δείχνει ότι το μικτό κέρδος που απολαμβάνει η επιχείρηση απ'την πώληση προϊόντων αξίας 100 ευρώ είναι 37,8%, δηλαδή, 37.8 ευρώ. Πρόκειται για μια κερδοφόρα επιχείρηση, η οποία με βάση το ποσοστό του μικτού κέρδους της επιτρέπει να καλύπτει τα λειτουργικά της έξοδα και άλλα έξοδα της επιχείρησης και συγχρόνως να της αφήνει ένα ικανοποιητικό καθαρό κέρδος σε σχέση με τις πωλήσεις και τα ίδια κεφάλαια που απασχολεί. Το καθαρό κέρδος όμως της επιχείρησης είναι πολύ χαμηλό (5,22%). Απ' τη στιγμή που ο αριθμοδείκτης

μικτού κέρδους αυξήθηκε και ο αριθμοδείκτης καθαρού κέρδους παρουσιάζει κάμψη, η εξέλιξη αυτή παρέχει ένδειξη μιας δυσανάλογης αύξησης των εξόδων λειτουργίας της επιχείρησης σε σχέση με τις πωλήσεις της. Στην περίπτωση αυτή θα πρέπει αν εξετασθούν οι επί μέρους κατηγορίες εξόδων προκειμένου να επισημανθούν οι λόγοι αύξησης τους.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ

ΜΕΤΟΧΗ ΤΗΣ VIVARTIA – ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ - ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ

5.1. Η ΜΕΤΟΧΗ ΤΗΣ VIVARTIA

Η Vivartia εισήχθη στο Χ.Α.Α. στις 07/09/2006 (ΔΕΛΤΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ 29/10/1990).

Σύμβολο	Περιγραφή	Κλάδος	
BIBART ΟΑΣΙΣ VIVART GA Bloomberg VIV Reuters	VIVARTIA (ΚΟ)	Τρόφιμα	
ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΑΓΟΡΑΣ		Βασικά Στοιχεία	
Τιμή	20,40	Νόμισμα	EUR
Διαφ	0,12	ISIN	GRS102003001
% Δ	0,59	Κλάδος	Τρόφιμα
Κεφαλαιοποίηση	1.664M	Αριθμός Μετοχών	81578722
Ανοιγμα	20,28	Ονομαστική Τιμή	2,33
Υψηλότερη	21,60	Τιμή Εισαγωγής	12,14
Χαμηλότερη	20,28	Ημ/νία Εισαγωγής	07/09/2006
Όγκος Ημ.	389	ΔΕΛΤΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ Α.Ε.	29/10/1990
Τζίρος	2.356.373	Κατηγορία	Μεγάλης κεφα/σης (5ώρα δια/ση)
Κλείσιμο	20,40	Συμμετοχή σε Δείκτες	
Προηγ. Κλείσιμο	20,28	EPS50	
Τελ.ενημ.	19/02 - 00:00	FTSEA	
Δείκτες	2007	2008	2009
P/E	28,74	22,70	17,46
P/S	1,65	1,52	1,39
P/Book Value	2,84	2,60	2,34
EV/EBITDA	12,42	10,97	9,68

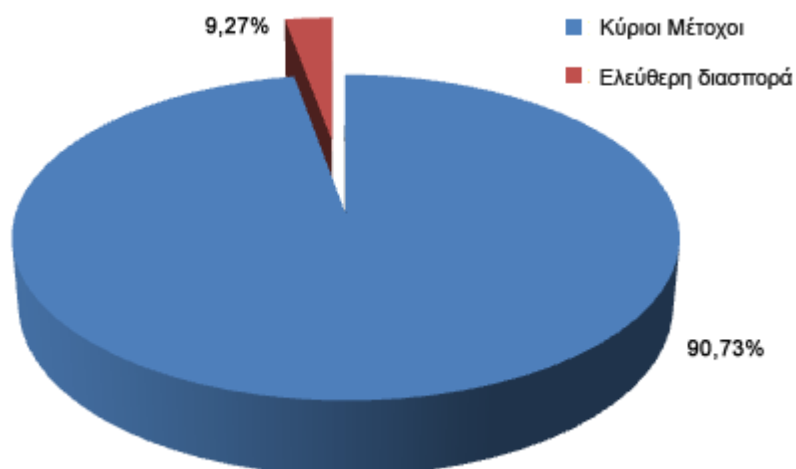
Στατιστικά											
Εβδομάδας	Ημερ	Υψηλ	Χαμηλ	Μηνός	Ημερ	Υψηλ	Χαμηλ	Έτους	Ημερ	Υψηλ	Χαμηλ
		18/2/2008	19/2/2008			5/2/2008	19/2/2008			10/10/2007	2/3/2008
	Τιμή	21,52	20,28		Τιμή	23,52	20,28		Τιμή	26,10	13,9
	Όγκος	860			Όγκος	537.631			Όγκος	128.762.11	

Το Μετοχικό Κεφάλαιο της VIVARTIA ABEE, μετά την γνωστοποίησης της εταιρείας (01.10.2007) στα πλαίσια της διάταξης του άρθρου 9 παρ. 5 του Ν. 3556/2007 και προς το σκοπό υπολογισμού και καθορισμού των ορίων απόκτησης ή διάθεσης σημαντικών συμμετοχών από μετόχους ή κατόχους δικαιωμάτων ψήφου, ότι σε συνέχεια της από 09.05.2007 απόφασης της Γενικής Συνέλευσης της εταιρίας και της από 29.05.2007 απόφασης του Διοικητικού της Συμβουλίου με τις οποίες αποφασίστηκε η έκδοση από την εταιρία μετατρέψιμου ομολογιακού δανείου ύψους Ευρώ 150.000.000 με τιμή μετατροπής 18,01 € ανά μετοχή, **ανέρχεται στο ποσό των €190.078.422,26 διαιρούμενο σε 81.578.722 κοινές ονομαστικές μετοχές με δικαίωμα ψήφου, ονομαστικής αξίας €2,33 η κάθε μία.**

5.2. ΜΕΤΟΧΙΚΗ ΣΥΝΘΕΣΗ ΤΗΣ VIVARTIA

Η μετοχική σύνθεση της Vivartia είναι η εξής:

- Marfin Investment group: ποσοστό 84,62%
- Σπύρος Θεοδωρόπουλος: ποσοστό 6,110%
- Ελεύθερη διασπορά: ποσοστό 9,27%



ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ

Χρονική Περίοδο	Κωδ. Μετοχής	Ημ/νία Αποκοπής	Έναρξη Πληρωμής	Τιμή €
01/01/2000 - 31/12/2000	ΔΚ	9/7/2001	16/7/2001	0,280
01/01/2001 - 31/12/2001	ΔΚ	15/7/2002	19/8/2002	0,220
01/01/2002 - 31/12/2002	ΔΚ	9/6/2003	18/6/2003	0,120
01/01/2003 - 31/12/2003	ΔΚ	5/7/2004		0,150
01/01/2004 - 31/12/2004	ΔΚ	4/7/2005	1/8/2005	0,170
01/01/2005 - 31/12/2005	ΔΚ	6/6/2006	15/6/2006	0,170

“Για τη χρήση 2006 η εταιρεία δε θα διανείμει μέρισμα αλλά θα επιστρέψει κεφάλαια στους μετόχους, μέσω αύξησης και ισόποσης μείωση της ονομαστικής αξίας των μετοχών της, υπό την μορφή έκτακτου μερίσματος 1,25 ευρώ ανά μετοχή. Ημερομηνία αποκοπής έχει οριστεί η 25η Ιουνίου 2007. Η έναρξη καταβολής της ορίζεται η Τρίτη 3 Ιουλίου 2007 μέσω της Τράπεζας Πειραιώς.

Στον πίνακα που ακολουθεί αναλύεται η μερισματική πολιτική της Εταιρείας κατά την περίοδο 2000-2005:

Εκατ.€	2000	2001	2002	2003	2004	2005
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΜΕΡΙΣΜΑ	11,3	8,9	4,9	6,09	6,9	7,6

5.3. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ 2008-2012

Αξίες σε Εκατ. Ευρώ	Ε 2007	Π 2008	Π 2009	Π 2010	Π 2011	Π 2012	CAGR
Κύκλος Εργασιών	1.108	1.452	1.761	2.104	2.464	2.848	20,8%
Ετήσια Αύξηση Πωλήσεων	16,7%	31,0%	21,3%	19,5%	17,1%	15,6%	
ΚΠΦΤΑ	155	217	268	324	385	452	23,8%
Περιθώριο ΚΠΦΤΑ	14,0%	15,0%	15,2%	15,4%	15,6%	15,9%	
Κέρδη ανά μετοχή	0,60	0,86	0,95	1,21	1,49	1,82	24,9%
Λειτουργική ταμειακή ροή	68	78	103	126	146	173	
Απόδοση ιδίων κεφαλαίων	9,6%	12,5%	13,3%	15,5%	17,5%	19,6%	

- Εξαγορά της κατά 30% συμμετοχής της Danone στην Δέλτα Πρότυπος Βιομηχανία Γάλακτος
- Εξαγορά της κατά 10,5% συμμετοχή της Philip Morris στην Γενική Τροφίμων
- Μετατροπή των προνομιούχων μετοχών σε κοινές-ονομαστικοποίηση των μετοχών
- Επιτυχή ολοκλήρωση της διάθεσης των ιδίων μετοχών με ιδιωτική τοποθέτηση σε Έλληνες και ξένους θεσμικούς
- Επιτυχή αναχρηματοδότηση του δανεισμού της κατά 390 εκατομμύρια ευρώ

Εξαγορά της δραστηριότητας του συμπυκνωμένου γάλακτος ΒΛΑΧΑΣ από τη Nestle.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΚΤΟ

Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ VIVARTIA

6.1. ΕΞΑΓΟΡΑ ΤΗΣ UMC ΑΠΟ ΤΗ VIVARTIA

Προ των πυλών της αγοράς φρέσκου γάλακτος, τυροκομικών ειδών και προϊόντων γιαούρτης της Βουλγαρίας, στην οποία σχεδιάζει να εισέλθει μέσω εξαγοράς τοπικής παραδοσιακής γαλακτοβιομηχανίας, βρίσκεται ο όμιλος Vivartia.

Οι διαπραγματεύσεις, σύμφωνα με πληροφορίες της «Η», είναι σε πολύ προχωρημένο επίπεδο και αφορούν τη γαλακτοβιομηχανία United Milk Company (UMC), στην οποία μεγαλομέτοχος, με ποσοστό 97%, από το 2003, όταν και την εξαγόρασε, είναι η ελληνική Global Finance.

Συμφωνία

Κατά τις ίδιες πηγές, η επίτευξη -και ανακοίνωση- της συμφωνίας, που θα αφορά στη μεταβίβαση ισχυρού πλειοψηφικού ποσοστού της UMC στον όμιλο Vivartia, θα συντελεστεί άμεσα, χωρίς να αποκλείεται ακόμη και η επιλογή κάποιας ημέρας στη διάρκεια της τρέχουσας εβδομάδας.

Πληροφορίες από τη βουλγαρική πρωτεύουσα, εξάλλου, σημειώνουν ότι η UMC είναι η μεγαλύτερη γαλακτοβιομηχανία της χώρας, με ιστορία 50 χρόνων.

Με παραγωγικές εγκαταστάσεις στη Φιλιππούπολη (Plovdiv), η UMC (σύμφωνα με τα τελευταία διαθέσιμα στοιχεία), φέρεται να κατέχει σημαντικά μερίδια στις αγορές φρέσκου γάλακτος, γιαουρτιού, αλλά και τυροκομικών, ενώ, ταυτόχρονα, χαρακτηρίζεται leader στο φρέσκο γάλα μακράς διάρκειας (UHT), όπου το μερίδιό της υπερβαίνει το 25% της τοπικής αγοράς.

Παράλληλα, κατατάσσεται μεταξύ των μεγαλύτερων παραγωγών γιαούρτης στη Βουλγαρία, με μερίδιο που ξεπερνά το 10% της αγοράς, ενώ οι εξαγωγές των τυροκομικών της αντιπροσωπεύουν περί το 30% των συνολικών εξαγωγών τυροκομικών της χώρας.

Ανάμεσα στους εξαγωγικούς προορισμούς για τα προϊόντα της εταιρείας συγκαταλέγονται οι αγορές των ΗΠΑ, της Αυστραλίας, του Καναδά, της Ρωσίας και του Λιβάνου, ενώ ειδικά για τα τυροκομικά, εξαγωγές πραγματοποιούνται και σε χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Μεγέθη

Όσον αφορά στα οικονομικά μεγέθη της γαλακτοβιομηχανίας, τα πλέον πρόσφατα στοιχεία αναφέρονται στη χρήση του 2005, οπότε και η UMC πέτυχε συνολικό κύκλο εργασιών στα επίπεδα των περίπου 17 εκατ. ευρώ.

Πριν περιέλθει στον έλεγχο της Global Finance, έναντι τιμήματος 5,1 εκατ. ευρώ, η UMC πραγματοποιούσε ετήσιες πωλήσεις (σ.σ. χρήση 2002) της τάξης των 13 εκατομμυρίων ευρώ.

Τα προϊόντα της UMC κυκλοφορούν στην τοπική αγορά με τα brand name «Vereia» και «Fibela» (φρέσκο γάλα με γιαούρτι και φρέσκο γάλα με γεύσεις φρούτων, γάλα μακράς διάρκειας κ.λπ.), ενώ υπάρχουν κι οι γραμμές παραγωγής Vitalact, Khansko και Russalka. Στο κομμάτι των τυροκομικών τα προϊόντα της εταιρείας παράγονται από αγελαδινό, πρόβειο και κατσικίσιο γάλα.

6.2. ΙΔΡΥΣΗ ΕΤΑΙΡΙΑΣ ΣΤΗ ΣΑΟΥΔΙΚΗ ΑΡΑΒΙΑ

Η Vivartia ABEE ανακοινώνει την υπογραφή οριστικής συμφωνίας για την ίδρυση κοινής εταιρίας με τη Western Bakeries και την Olayan Financing

Company (OFC) με σκοπό την παραγωγή και διανομή προϊόντων του κλάδου αρτοποιίας, με έδρα τη Σαουδική Αραβία.

Η εταιρία θα **δραστηριοποιείται στις χώρες του Αραβικού Κόλπου** (Saudi Arabia, UAE, Kuwait, Oman, Bahrain and Qatar). Η Vivartia θα κατέχει το 25%, η Western Bakeries το 60% και η OFC το 15%.

Η συνολική επένδυση της κοινής εταιρίας, στην οποία η Vivartia θα συμμετάσχει κατά 25%, θα είναι της τάξεως των 14 εκατ. ευρώ και περιλαμβάνει παραγωγική μονάδα στην Jeddah της Σαουδικής Αραβίας.

Η Western Bakeries είναι **ηγέτιδα στον κλάδο αρτοποιίας** στις χώρες ενδιαφέροντος με σημαντικό δίκτυο διανομής και είναι θυγατρική της Almarai Company, εταιρίας εισηγμένης στο Χρηματιστήριο της Σαουδικής Αραβίας, ηγέτιδας στον κλάδο των γαλακτοκομικών στη χώρα.

Επιπλέον, η Olayan Financing Company είναι από τους μεγαλύτερους χρηματοοικονομικούς ομίλους, στρατηγικός μέτοχος της Vivartia, με παγκόσμια εμβέλεια και με σημαντική παρουσία στις χώρες ενδιαφέροντος.

Η επένδυση αναμένεται να ολοκληρωθεί στα τέλη του 2008, σηματοδοτώντας έτσι την επέκταση της Vivartia στη Μέση Ανατολή και στις χώρες του Κόλπου.

6.3. MARFIN – VIVARTIA

Οι εταιρίες VIVARTIA ABEE ('VIVARTIA') και MARFIN INVESTMENT GROUP ανακοινώνουν τα εξής:

- Η MIG συμφώνησε να αποκτήσει από τους βασικούς μετόχους της VIVARTIA το 30% των μετοχών της εταιρείας **στην τιμή των Euro 25 ανά μετοχή**. Η συναλλαγή θα πραγματοποιηθεί με το άνοιγμα του Χ.Α. την Δευτέρα, 16/07/07.

- Ο κ. Δ. Δασκαλόπουλος παραμένει Εκτελεστικός Πρόεδρος της VIVARTIA και μέτοχος με ποσοστό 5,1%. Ο κ. Σ. **Θεοδωρόπουλος** παραμένει Διευθύνων Σύμβουλος της VIVARTIA και μέτοχος με ποσοστό 1,3% ενώ ο κ. Α. Βγενόπουλος πρόκειται να αναλάβει καθήκοντα μη εκτελεστικού αντιπροέδρου στην εταιρία.

Σχολιάζοντας την συμφωνία **ο κ. Δ. Δασκαλόπουλος έκανε την ακόλουθη δήλωση:**

Σύμφωνα με τις απαιτήσεις της παγκοσμιοποιημένης οικονομίας, στην επιχειρηματική δραστηριότητα έχουν, πλέον, μεγάλη σημασία το μέγεθος, η διεθνοποίηση και ο επιτυχής συνδυασμός οράματος, επάρκειας διοίκησης και κεφαλαιακής ισχύος.

Η σημερινή συμφωνία με την MIG, καλύπτει όλες τις παραπάνω προϋποθέσεις και σηματοδοτεί μια νέα περίοδο έντονης και ταχείας ανάπτυξης της VIVARTIA, με στόχο να καταστεί μια από τις μεγαλύτερες ομοειδείς εταιρίες στον κόσμο.

Ακόμη, **ο κ. Α. Βγενόπουλος έκανε την ακόλουθη δήλωση:** Πιστεύω ότι το κοινό μας όραμα με την Διοίκηση της VIVARTIA και ο συνδυασμός ικανοτήτων και κεφαλαίων, δημιουργεί τις σωστές προϋποθέσεις για την προώθηση των συμφερόντων των μετόχων και των δύο εταιρειών.

6.4. ΝΕΑ ΣΥΜΦΩΝΙΑ VIVARTIA-ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΥ

20 Φεβρουαρίου 2008

Σημαντική εμπορική συμφωνία έκλεισε ο όμιλος Vivartia με την αλυσίδα Βερόπουλου. Η αγορά γνωρίζει ότι οι σχέσεις των δύο μερών δεν ήταν και οι καλύτερες δυνατές στο παρελθόν και συγκεκριμένα επί των ημερών του Δ. Δασκαλόπουλου. Όλα όμως δείχνουν, ότι η σχέση των δύο ομίλων έχει μπει σε νέα βάση, όπου πρυτανεύει η καλή πρόθεση και η λογική.

Σύμφωνα λοιπόν με πληροφορίες, εχθές οριστικοποιήθηκε μεταξύ τους συμφωνία βάσει της οποίας θα αυξηθούν τα προϊόντα ψυγείου που διαθέτει ο όμιλος Vivartia στην αλυσίδα Βερόπουλου. Αυτό σημαίνει ότι στα ψυγεία της τελευταίας, θα υπάρχουν 60 προϊόντα του ομίλου Vivartia από 22 που ήταν. Σημειώνεται ότι οι ενεργοί κωδικοί προϊόντων του ομίλου Vivartia είναι 97.

6.5. VIVARTIA – EVEREST

Την απόλυτη κυριαρχία στον κλάδο της εστίασης επιδιώκει να έχει ο όμιλος Vivartia, γι αυτό και διαπραγματεύεται την εξαγορά της Everest. Οι δύο εταιρείες πραγματοποιούν αυτό το διάστημα διερευνητικές επαφές και είναι πολύ πιθανόν το αμέσως επόμενο διάστημα η Vivartia να καταθέσει συγκεκριμένη πρόταση για την εξαγορά της Everest.

Σε περίπτωση που τα «βρουν» οι δύο πλευρές η Vivartia θα έχει στη φαρέτρα της πέρα από τα 185 Goodys και 73 Flo Cafe, τα 184 καταστήματα της αλυσίδας Everest, τα 19 της La Pasteria, τα 38 της Papagalino, καθώς και τα 41 καταστήματα που διαχειρίζεται η Olympic Catering σε αεροδρόμια και σιδηροδρομικούς σταθμούς. Επίσης, στη Vivartia θα περιέλθει και η αυστραλιανή αλυσίδα καφέ Gloria Jeans Coffees, της οποίας τα δικαιώματα για την ανάπτυξη έχει αναλάβει εδώ και λίγο καιρό η Everest.

Μέχρι στιγμής οι δύο εταιρείες έχουν επιβεβαιώσει με σχετικές ανακοινώσεις ότι βρίσκονται σε προκαταρκτικές συζητήσεις, χωρίς όμως να κάνουν καμία ουσιαστική τοποθέτηση για την έκβασή τους.

Σημειώνεται ότι η κίνηση αυτή της Vivartia εντάσσεται στο ευρύτερο επιχειρηματικό της σχέδιο, που αφορά στην πενταετία 2008-2012 και προβλέπει επενδύσεις για εξαγορές και ανάπτυξη ύψους 800 εκατ. ευρώ.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΒΔΟΜΟ

ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ – ΟΜΙΛΙΕΣ

7.1. ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΤΟΥ ΔΗΜΗΤΡΗ ΔΑΣΚΑΛΟΠΟΥΛΟΥ

"Γιατί πούλησα τη Vivartia-Δέλτα"

Ζητεί το ταχύτερο εκλογές, διαψεύδει ότι ετοιμάζεται πολιτικό κόμμα των επιχειρηματιών και παρομοιάζει την κρατικοδίαιτη Ελλάδα με μαραθωνοδρόμο που έχει δεμένα τα πόδια

Α. Γ. ΧΡΙΣΤΟΔΟΥΛΑΚΗΣ

«Ο τρόπος για να γίνεις μεγαλύτερος περνά μέσα από την επέκταση σε νέα προϊόντα, νέες γεωγραφικές περιοχές, νέους κλάδους. Για την πορεία αυτή χρειάζονται μεγάλα κεφάλαια που αντλούνται από το παγκόσμιο χρηματοοικονομικό σύστημα». Με τη φράση αυτή, για πρώτη φορά μετά την πώληση του πακέτου μετοχών της Vivartia στη Marfin Investment Group και την αλλαγή ονομασίας και προσανατολισμού του ΣΕΒ, ο πρόεδρος και των δύο κ. Δ. Δασκαλόπουλος μιλάει στο «Βήμα» για όλα: εξηγεί τις προοπτικές της

Vivartia την οποία φαντάζεται υπό το νέο καθεστώς ως έναν «παγκόσμιο παίκτη», τονίζει ότι θα παραμείνει στο τιμόνι του ομίλου, παρ' όλο που δεν είναι πλέον ο ιδιοκτήτης, και επισημαίνει ότι αυτός είναι ο μοναδικός δρόμος για να δυναμώσουν οι ελληνικές επιχειρήσεις στον παγκόσμιο ανταγωνισμό. Εκτός όμως από τα επιχειρηματικά, ο πρόεδρος του ΣΕΒ ζητεί εκλογές το ταχύτερο, θεωρώντας ότι η παρατεταμένη προεκλογική περίοδος δημιουργεί «κενό αέρος» στη χώρα. Ταυτόχρονα διαψεύδει ότι ετοιμάζεται πολιτικό κόμμα των επιχειρηματιών, υπεραμύνεται των «πολιτικών» παρεμβάσεων του ΣΕΒ, ενώ δηλώνει απογοητευμένος από το ελληνικό Δημόσιο και παρομοιάζει την κρατικοδίαιτη Ελλάδα με μαραθωνοδρόμο που έχει δεμένα τα πόδια του. Επισημαίνει επίσης με ικανοποίηση τη διεύρυνση του ΣΕΒ με την ένταξη των ιδιωτικών τηλεοπτικών σταθμών σε αυτόν, θεωρώντας το σημαντική επιτυχία για το νέο πρόσωπο του Συνδέσμου Επιχειρήσεων και Βιομηχανιών. Ενώ, τέλος, αναφορικά με την έρευνα της Επιτροπής Ανταγωνισμού, αρνείται ότι υπάρχει καρτέλ γάλακτος στην Ελλάδα και αφήνει αιχμές για την «αντικειμενικότητα» των Αρχών.

- Κύριε Δασκαλόπουλε, πριν από λίγες ημέρες η ελληνική επιχειρηματική αγορά υπέστη... πολιτισμικό σοκ: ένας από τους παραδοσιακούς βιομηχάνους ο οποίος ταυτόχρονα είναι πρόεδρος του ΣΕΒ, δεν είναι πλέον βιομήχανος αφού πούλησε τις μετοχές του σε έναν τραπεζίτη-θεσμικό επενδυτή.

«Ξέρετε, κύριε Χριστοδουλάκη, αν υπάρχει "πολιτισμικό σοκ" όπως λέτε, μάλλον οφείλεται στην αβεβαιότητά μας μπροστά στην έκταση και στην ταχύτητα των εξελίξεων, και λιγότερο, ίσως, στη συγκεκριμένη αλλαγή στη Vivartia. Το μικρό γαλακτοπωλείο των Εξαρχείων έγινε η μεγαλύτερη ελληνική εταιρεία τροφίμων, γιατί οι άνθρωποι που την οδηγούσαν τολμούσαν κάθε στιγμή. Δημιουργήσαμε έναν ελληνικό κολοσσό και παρά ταύτα δεν ησυχάζουμε. Το όραμά μας είναι να κτίσουμε την πρώτη παγκόσμια εταιρεία τροφίμων με ελληνικές ρίζες. Η σημερινή μας κίνηση είναι ένα άλμα προς το μέλλον - ένα άλμα με σύγχρονους όρους».

- Εσείς μιλάτε για άλμα, αλλά πολλοί στην αγορά λένε ότι μόνο τα χρήματά σας οδήγησαν στην πώληση της Vivartia...

«Όχι, όχι, δύο λεπτά, εδώ η λογική μου είναι απλή: στη σημερινή παγκόσμια οικονομία χρειάζεσαι μέγεθος για να επιβιώσεις και να αναπτυχθείς. Ο τρόπος για να γίνεις μεγαλύτερος περνά μέσα από τη δυναμική επέκταση σε νέα προϊόντα, νέες γεωγραφικές περιοχές, νέους κλάδους. Για την πορεία αυτή χρειάζονται μεγάλα κεφάλαια που αντλούνται από το παγκόσμιο χρηματοοικονομικό σύστημα. Αυτά όμως μακροπρόθεσμα - και αναπόφευκτα - οδηγούν σε πολυμετοχικότητα και ιδιοκτησιακή αβεβαιότητα.

- Τι εννοείτε ιδιοκτησιακή αβεβαιότητα;

«Τίποτε... πονηρό. Επιλέξαμε τον δρόμο της ανάπτυξης, αλλά χρησιμοποιώντας τα σύγχρονα εργαλεία κατά τρόπο διαφορετικό προς όφελος της εταιρείας και των ανθρώπων της. Στόχος μας είναι να γίνει η Vivartia ένας παγκόσμιος παίκτης στον τομέα της. Έχουμε τη γνώση και την πείρα, έχουμε το κατάλληλο ανθρώπινο δυναμικό, έχουμε τις αρμόζουσες εταιρικές αξίες και πρακτικές».

- Ναι αλλά χρειαζόσαστε τα χρήματα...

«Χρειαζόμασταν κεφάλαια, η MIG έχει το ίδιο όραμα με εμάς και διαθέτει και κεφάλαια. Η είσοδός της στη Vivartia προσφέρει τη δυνατότητα για ταχεία ανάπτυξη χωρίς να υπονομεύσει την οικονομική της υγεία. Διασφαλίζουμε, έτσι, την ελληνική έδρα και την κουλτούρα μιας ελληνικής πολυεθνικής, προστατεύοντας τις θέσεις εργασίας και τους προμηθευτές μας, φροντίζοντας τους καταναλωτές μας και εξασφαλίζοντας την οικονομική ευρωστία της Vivartia».

- Οι άλλοι μέτοχοι αισθάνθηκαν αβεβαιότητα όμως...

«Υπήρχε κίνητρο και για αυτούς, για όλους τους μετόχους. Η προσφορά της MIG τοποθέτησε την κεφαλαιοποίηση της Vivartia στα 1,8 δισ. ευρώ αναδεικνύοντας την πραγματική σημερινή της αξία».

- Πήρατε την απόφαση πώλησης εν ψυχρώ ή εν θερμώ;

«Η απόφασή μου ήταν, νομίζω, προϊόν ρεαλισμού και ταυτόχρονα οραματισμού. Οι εξαγορές και συγχωνεύσεις αποτελούν σήμερα έναν από τους κύριους - αν όχι τον πιο σημαντικό - μοχλούς ανάπτυξης του παγκόσμιου οικονομικού συστήματος. Συμμετέχουμε πλέον με ίσους όρους στο παγκόσμιο οικονομικό παιχνίδι - και είναι ίσως η πρώτη φορά που μια ελληνική επιχείρηση μπορεί να το πει αυτό».

- Συγγνώμη, αλλά αν κατάλαβα καλά, κύριε πρόεδρε, το μήνυμα προς τους Έλληνες βιομηχάνους είναι να πουλήσουν τις εταιρείες τους, να πάρουν τα χρήματα και να φύγουν;

«Η ουσία της επιλογής μου αφορά κάθε επιχείρηση με φιλοδοξίες, στόχους και οράματα που υπερβαίνουν τα ελληνικά και περιφερειακά γεωγραφικά όρια. Το οικονομικό παιχνίδι έχει αλλάξει και η εποχή του ιδιοκτήτη-μεγαλομετόχου τελείωσε. Αυτή είναι η νέα οικονομική πραγματικότητα και σε αυτήν οφείλουμε να προσαρμοστούμε, αν θέλουμε να αναπτυχθούμε».

- Ναι, αλλά γιατί αυτή η επιλογή και όχι κάτι άλλο, εξηγήστε μου...

«Προσωπικά, κύριε Χριστοδουλάκη, έκανα την επιλογή με πλήρη συνείδηση και ευθύνη. Προ καιρού, εξάλλου, σε ανύποπτο χρόνο, είχα τονίσει ότι οι σύγχρονες επιχειρήσεις αποτελούνται από τους εργαζόμενους, τους προμηθευτές, τους πελάτες, τους μετόχους και τους μάνατζερ. Η σημασία του

ηγέτη είναι μεγάλη σε οποιαδήποτε οργάνωση ανθρώπων και πάντως και στη σύγχρονη επιχείρηση. Δεν είναι όμως πλέον ταυτόσημη με την ιδιότητα του ιδιοκτήτη ή του βασικού μετόχου».

- Να μιλήσουμε ξεκάθαρα; Στους εργαζομένους υπάρχει η ανησυχία ότι πωλήσεις αυτού του είδους οδηγούν σε ένα «αόρατο» μανάτζμεντ τεχνοκρατών και θεσμικών επενδυτών οι οποίοι κοιτάζουν μόνο το κέρδος και εύκολα κάνουν απολύσεις για να αυξήσουν τα κέρδη και τα μερίσματα και τίποτε άλλο...

«Μα μην ξεχνάτε ότι όποιος επιμένει στη διατήρηση του ίδιου μοντέλου δουλειάς χωρίς να προσαρμόζεται με ταχύτητα στις αλλαγές του περιβάλλοντος, όχι μόνο δεν εξασφαλίζει σταθερότητα και ανάπτυξη για την ίδια και τους ανθρώπους της αλλά, αντίθετα, επιταχύνει το τέλος της. Η σημερινή Vivartia έκανε τις 1.000 θέσεις εργασίας, μέσα σε 20 χρόνια, 13.000 και οι βασικοί μέτοχοι μείωσαν το ποσοστό τους από το 100% στο 30%, και οι θεσμικοί το αύξησαν από το μηδέν στο 7%. Ανάλογο είναι το στοίχημά μας για το μέλλον».

- Οι ιδιώτες θεσμικοί, κύριε Δασκαλόπουλε, δεν τα καταλαβαίνουν αυτά. Σου λένε απλώς «αγοράζω, πουλάω, κερδίζω και πολλές φορές απολύω»...

«...Δεν λαμβάνετε υπόψη σας, ότι η MIG δεν είναι private equity αλλά εισηγμένη επενδυτική εταιρεία που ενδιαφέρεται να δίνει καλές αποδόσεις στους μετόχους της μέσω μακρόχρονων επικερδών τοποθετήσεων. Το όραμα των διοικήσεων της MIG και της Vivartia είναι η δημιουργία ενός παγκόσμιου παίκτη στην αγορά τροφίμων. Και μην ξεχνάτε ότι στη Vivartia δεν εγκαθίσταται ξαφνικά κάποιο αόρατο μανάτζμεντ. Η διοίκησή μας, που έφερε τη Vivartia ως εδώ, παραμένει στις θέσεις της, με τις ίδιες αρμοδιότητες και με αυξημένες φιλοδοξίες και ευθύνες».

- Από πλευράς ΣΕΒ, αλήθεια, τι αντιδράσεις είχατε;

«Στον ΣΕΒ εκπροσωπούνται σήμερα οι πιο δυναμικές και πρωτοπόρες επιχειρήσεις της χώρας μας. Οι άνθρωποι που τις διοικούν, είτε ιδιοκτήτες είτε μάνατζερ, εκφράζουν μια δυναμική αντίληψη για το σήμερα και το αύριο. Γι' αυτό οι αντιδράσεις ήταν ιδιαίτερα θετικές. Είδαν την απόφασή μου ως μια ρεαλιστική και τολμηρή κίνηση, που σηματοδοτεί τον εκσυγχρονισμό της ελληνικής επιχείρησης και επιχειρηματικότητας».

- Έχει σχέση η απόφασή σας με την έρευνα της Επιτροπής Ανταγωνισμού για το καρτέλ γάλακτος; Κάποιοι είπαν «ο Δασκαλόπουλος ήταν στριμωγμένος, δεν μπορούσε να κάνει αλλιώς»...

«Αν αναφέρεστε στις πιθανές επιδράσεις αυτής της υπόθεσης στη Vivartia, η απάντηση δόθηκε και δίνεται ηχηρά από εκείνους που επενδύουν πραγματικά χρήματα στις εταιρείες, εκτιμώντας τις μελλοντικές προοπτικές τους. Προοπτικές που επικροτήθηκαν από τη διεθνή χρηματοοικονομική κοινότητα με τη συνεχή άνοδο της μετοχικής αξίας της Vivartia τα τελευταία χρόνια και με αποκορύφωμα τη συμφωνία με τη MIG».

- Για το καρτέλ δεν μου είπατε...

«Το θέμα του λεγόμενου "καρτέλ του γάλακτος" - αυτού του μύθου που σκοπίμως καλλιέργησαν κάποιες πλευρές - ερευνάται από τα αρμόδια διοικητικά και δικαστικά όργανα. Η παραφιλολογία που συνοδεύει αυτή την υπόθεση είναι μεγάλη και, φοβούμαι, μάλλον αποπροσανατολιστική. Από τη δική μας πλευρά έχουμε στοιχειοθετήσει με απόλυτη καθαρότητα ότι "καρτέλ γάλακτος" δεν υπάρχει και δεν μπορεί να υπάρξει. Οι συνθήκες της ελληνικής αγοράς καθιστούν ανέφικτο κάτι τέτοιο».

- Υπάρχει όμως και η πρόσφατη άσκηση ποινικής δίωξης κατά τεσσάρων εταιρειών - μεταξύ των οποίων και η Vivartia - για το ίδιο θέμα...

«Σε κάθε περίπτωση, το θεσμικό πλαίσιο μάς παρέχει τη δυνατότητα να προσφύγουμε κατά οιασδήποτε διοικητικής ή δικαστικής απόφασης - με την πεποίθηση ότι τελικά θα δικαιωθούμε. Διότι, ως προς τη συγκεκριμένη υπόθεση, οι χειρισμοί που τη συνοδεύουν και οι ίδιες οι κατηγορίες έχουν αφήσει σοβαρά περιθώρια αμφιβολίας σχετικά με την αντικειμενικότητά τους. Είναι κρίμα που ο κλάδος με τον εντονότερο ανταγωνισμό από οποιονδήποτε άλλο κλάδο της ελληνικής οικονομίας, δεν κατόρθωσε να πείσει για αυτή την αλήθεια και διασύρθηκε τόσο έντονα στα μάτια της κοινής γνώμης από τον περασμένο Σεπτέμβριο. Είναι όμως κάτι που πιστεύω ότι θα το ξεπεράσει με τον δυναμισμό του. Τον ίδιο δυναμισμό που τον έχει κάνει σήμερα τόσο αναπτυγμένο, καινοτόμο, εξωστρεφή και ωφέλιμο στην οικονομία μας».

- Είστε ευχαριστημένος από το ελληνικό Δημόσιο; Διότι οι πιο πολλοί επιχειρηματίες δηλώνουν ότι δεν είναι...

«Υπάρχει Έλληνας πολίτης που να μην είναι απογοητευμένος από το ελληνικό Δημόσιο; Για να συντηρείται όμως εδώ και τόσα χρόνια, κάποιος πρέπει να είναι ευχαριστημένος. Κάποιοι πρέπει να βολεύονται, κάποιος να το εκμεταλλεύονται, κάποιος να το χρησιμοποιούν. Για την πλατιά μάζα των πολιτών, όμως, αυτό δεν ισχύει. Η μεγάλη πλειοψηφία τους είναι, με τον ένα ή τον άλλο τρόπο, απογοητευμένη από το ελληνικό Δημόσιο. Το υδροκέφαλο και πελατειακό κράτος αποτελεί σήμερα βαρίδι για την ανάπτυξη, τροχοπέδη για την αλλαγή».

- Οι επιχειρηματίες δεν... επωφελούνται από αυτό το κράτος που περιγράψατε, δεν έχουν ευθύνες για αυτό;

«Η επιχειρηματική τάξη υπόκειται ακόμη στις διαπλοκές του κρατικοκομματικού παρεμβατισμού και γιγαντισμού, που συντηρεί ένα αντιπαραγωγικό και αφιλόξενο για την επιχειρηματικότητα περιβάλλον αλλά και εχθρικό προς τις δυνάμεις της πρωτοβουλίας. Ένα τέτοιο κράτος - Λεβιάθαν το λέω εγώ - υποθάλπει, έστω άθελα, έστω έμμεσα, τη διαφθορά, δεν εγγυάται την ουσιαστική κοινωνική πρόνοια και δεν παρέχει σύγχρονες υπηρεσίες. Στον σύγχρονο ανταγωνιστικό κόσμο, η κρατικοδίαιτη Ελλάδα είναι σαν ένας δρομέας που επιχειρεί να τρέξει μαραθώνιο με δεμένα τα πόδια»!

- Πώς πάει η μετεξέλιξη του ΣΕΒ;

«Μου δημιουργεί αυξημένες ανάγκες και υποχρεώσεις, ανάλογες με τις προσδοκίες που έχουμε πυροδοτήσει. Ο "νέος ΣΕΒ" απαιτεί περισσότερο χρόνο και ενασχόληση απ' ό,τι στο παρελθόν. Ως σήμερα, έχω κατορθώσει να ανταποκρίνομαι στις πολλαπλές δημιουργικές μου ανησυχίες και στις πολλαπλές απαιτήσεις της δουλειάς μου προσπαθώντας να είμαι εποικοδομητικός σε ό,τι κάνω. Το ίδιο σκοπεύω και για το μέλλον».

- Μήπως όλα αυτά περί εκσυγχρονισμού είναι «προπέτασμα καπνού» και απλώς σχεδιάζετε την ίδρυση ενός «κόμματος επιχειρηματικότητας»;

«Κάθε δημόσια παρέμβαση συνιστά πολιτικό λόγο με την ευρύτερη έννοια. Κατά τούτο, ως θεσμικός και βασικός κοινωνικός εταίρος, ο ΣΕΒ έχει "πολιτικές" φιλοδοξίες. Προσβλέπει σε ένα μέλλον εθνικής ανάπτυξης και κοινωνικής προόδου, και θέλει να παίξει ενεργό ρόλο σε αυτό. Η φιλοδοξία αυτή όμως δεν εμπεριέχει κομματική σκοπιμότητα, ούτε προσδιορίζεται από κάποια κομματική ταυτότητα. Η επιχειρηματική κοινότητα εκπροσωπεί τις δυνάμεις της παραγωγής, της δημιουργίας, της πρωτοβουλίας. Και αποτελεί μια δυναμική κοινωνική πραγματικότητα, που δεν χωράει σε κανένα κόμμα. Υπάρχει πέραν των κομμάτων. Η Ελλάδα της πρωτοβουλίας έχει ανάγκη έκφρασης, δεν χρειάζεται ψήφους».

- Κακά τα ψέματα, είμαστε σε προεκλογική περίοδο. Πιστεύετε ότι όσο πιο γρήγορα πάμε σε εκλογές, τόσο καλύτερα για την οικονομία;

«Το έχω ξαναπεί ότι η παρατεταμένη προεκλογική περίοδος δεν ζημιώνει τόσο την παραγωγική οικονομία - αφού η επιχειρηματική ζωή ευτυχώς εκτυλίσσεται πια ανεξάρτητα από τις πολιτικές εξελίξεις - όσο τον ίδιο τον τόπο. Η προεκλογική εκκρεμότητα δημιουργεί ένα ιδιότυπο... "κενό αέρος". Μιλώ όχι ως επιχειρηματίας αλλά ως πολίτης, όταν τονίζω την ανάγκη αποφυγής της παρατεταμένης εκλογολογίας».

- Ωραία τα κέρδη των επιχειρήσεών σας, αλλά τι θα κάνετε εσείς οι μπιζνεσμεν για να βοηθήσετε την Ελλάδα που υφίσταται μεγάλη οικολογική καταστροφή με τις πυρκαϊές;

«Το κράτος, πρώτα απ' όλα, να προχωρήσει στην οριοθέτηση των δασικών περιοχών και στον καθορισμό των χρήσεων γης. Μόνο τότε μπορεί να σχεδιαστεί μακρόπνοη πολιτική για το περιβάλλον. Η κοινωνία από την πλευρά της να αναλάβει πρωτοβουλίες για την ευαισθητοποίηση της κοινής γνώμης. Για τις δικές της ευθύνες, η επιχειρηματική τάξη ήδη συμμορφώνεται με την αρχή «ο ρυπαίνων πληρώνει». Ο ΣΕΒ, ειδικότερα, έχει αναλάβει την πρωτοβουλία να καθιερώσει πρότυπα που θα υιοθετήσουν οι επιχειρήσεις. Η σύνδεση της οικονομικής ανάπτυξης με την προστασία του περιβάλλοντος, αυτό που λέμε «πράσινη οικονομία» βρίσκεται ψηλά στην ατζέντα μας».

- Η ένταξη, πρόσφατα, πέντε τηλεοπτικών σταθμών και του επαγγελματικού τους συνδέσμου στον ΣΕΒ ξάφνιασε...

«Γιατί ξάφνιασε; Δεν καταλαβαίνω. Οι ιδιωτικοί τηλεοπτικοί σταθμοί αποτελούν δυναμικό και αναπτυσσόμενο κλάδο της σύγχρονης οικονομίας. Αποδεχθήκαμε, λοιπόν, με χαρά το αίτημα των πέντε μεγαλύτερων τηλεοπτικών σταθμών της χώρας - του Mega, του Antenna, του Alpha, του Star, του Μακεδονία TV - και της ίδιας της Ένωσης Ιδιωτικών Τηλεοπτικών

Σταθμών Εθνικής Εμβέλειας, να ενταχθούν στη μεγάλη και συνεχώς διευρυνόμενη επιχειρηματική οικογένεια του ΣΕΒ».

- Τι σηματοδοτεί η κίνηση αυτή για σας;

«Δίνει στα ηλεκτρονικά μέσα μαζικής επικοινωνίας ένα υγιέστερο και δυναμικότερο μέσο επιχειρηματικής ανάπτυξης, θεσμικής διεκδίκησης, αλλά και κοινωνικής παρέμβασης, και εκφράζει την επιθυμία του να αναβαθμίσουν την αξία του δικού τους προϊόντος».

7.2. ΟΜΙΛΙΑ ΤΟΥ ΣΠΥΡΙΔΩΝ ΘΕΟΔΩΡΟΠΟΥΛΟΥ (Διευθύνων Σύμβουλος)

Καλώς ήρθατε στο νέο, ανανεωμένο δικτυακό τόπο της Vivartia. Προσπαθήσαμε να δημιουργήσουμε έναν «τόπο» πληροφόρησης με τη φρέσκια ματιά των ανθρώπων της Vivartia και με πρωτότυπη και λειτουργική σχεδίαση που θα διευκολύνει την περιήγησή σας, προσφέροντας κάθε δυνατή ενημέρωση, σχετικά με τα προϊόντα και τις δραστηριότητες του Ομίλου.

Με εμπορικά σήματα που αναγνωρίζονται από εκατομμύρια ανθρώπους, η Vivartia συγκεντρώνει σήμερα την ποιότητα και τη δυναμική κορυφαίων προϊόντων διατροφής.

Τα πρώτα οικονομικά μας αποτελέσματα, τα οποία συνοψίζουν την ανάπτυξη που σημειώθηκε σε κάθε έναν από τους Κλάδους μας, επιβεβαιώνουν την έκταση των προοπτικών που ανοίγονται μπροστά μας. Ο αναπτυξιακός μας σχεδιασμός στοχεύει στη διατήρηση της ηγετικής θέσης που κατέχουμε στην Ελλάδα, στην αξιοποίηση των υψηλών ρυθμών ανάπτυξης των αγορών της Ευρώπης, Μέσης Ανατολής και Αφρικής και την εδραίωση της ηγετικής μας θέσης στην παραπάνω γεωγραφική περιοχή, διατηρώντας την αναγνωρισμένη πορεία ανάπτυξης, καινοτομίας και ποιότητας που ακολουθούμε.

Οι βάσεις έχουν τεθεί. Τα προϊόντα μας οδηγούν τις εξελίξεις στην αγορά. Η στρατηγική μας στοχεύει στην επέκταση, οι δράσεις μας στην ποιότητα και οι άνθρωποί μας στην επόμενη καινοτομία, ώστε να έχουμε πάντα δίπλα μας ικανοποιημένους πελάτες, εργαζόμενους, συνεργάτες, μετόχους και φίλους.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Νικήτα Νιάρχου, Χρηματοοικονομική Ανάλυση Λογιστικών Καταστάσεων, Έβδομη έκδοση, εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα 2004.
2. Meigs, Walter B., Robert F. (Μετάφραση: Καζαντζής Χρ.), Λογιστική: Η βάση των επιχειρηματικών αποφάσεων, έβδομη έκδοση, εκδόσεις Παπαζήση, 1988.
3. Horngren, Charles T. and Sundem, Gary L, Introduction to Financial Accounting, Fourth edition, Prentice – Hall international edition, 1990, London, U.K.
4. Skouzen, Langnderfer and Albrecht, Financial Accounting, 4th edition, South- Western Publishing Co, Cincinnati, Ohio, 1992.
5. A.A. Groppe and Ehsan Nikbakht, Χρηματοοικονομική, Τρίτη Αμερικάνικη Έκδοση, 2001.
6. Κώστας Τζωρτζάκης και Αλεξία Τζωρτζάκη, Μάρκετινγκ Μάνατζμεντ, 1^η έκδοση, εκδόσεις Rosili, 1996.
7. Lehmann D. and Winer R. Ανάλυση του Σχεδιασμού Μάρκετινγκ, Εκδόσεις Τρίαινα, Αθήνα 1993.
8. Sandhusen R., Μάρκετινγκ, Μετάφραση Κλειδάριθμος, Αθήνα 1993.
9. Τσώλη, Κανάρη, Ανάπτυξη Προτύπων για την προσαρμογή των τιμών των μετοχών.
10. Χρυσοκέρη, Ιωάννου Τρ, Ανάλυση Ισολογισμών, Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα 1971.

11. Λιάμης Λεωνίδα, Εφημερίδα Ημερησία, Αθήνα 11/04/2007.

12. Ηλεκτρονικές διευθύνσεις:

- Euro2day directory 19/06/2007 (μέσω google)
- www.reporter.gr
- Έθνος on line
- Το Βήμα on line 29/07/2007
- www.google.com
- www.in.gr
- www.vivartia.gr
- www.yahoo.gr