

ΤΕΙ ΜΕΣΟΛΟΓΓΙΟΥ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΣΤΕΛΕΧΩΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΩΝ ΟΡΓΑΝΩΣΕΩΝ ΚΑΙ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΕΩΝ
(Σ.Σ.Ο.Ε.)

ΤΟ FRANCHISING ΣΤΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΓΕΡΜΑΝΟΣ



ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ
ΓΕΩΡΓΙΟΥ ΙΩΑΝΝΑ
Α.Μ. 9312



ΕΤΟΣ 2007

ΕΙΣΗΓΗΤΡΙΑ:
ΚΟΥΣΟΥΡΗ
ΟΛΥΜΠΙΑ

ΤΟ FRANCHISING
ΣΤΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΓΕΡΜΑΝΟΣ

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ:

ΕΙΣΑΓΩΓΗ	9
----------------	---

ΜΕΡΟΣ Α

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Ο ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ FRANCHISE ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	12
1.1. Ο ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ FRANCHISE.....	12
1.2. ΚΑΘΟΔΗΓΗΤΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ.....	13
1.2.1. ΟΙ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΔΙΚΑΙΟΔΟΧΟΥ.....	13
1.2.2. ΟΙ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΚΑΤ' ΙΔΙΑΝ ΔΙΚΑΙΟΔΟΧΟΥ.....	13
1.2.3. ΟΙ ΣΥΝΕΧΕΙΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΑΜΦΟΤΕΡΩΝ ΜΕΛΛΩΝ.....	13
1.3. Η ΣΥΜΒΑΣΗ FRANCHISE.....	15
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΟΡΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΥΠΟΙ FRANCHISING.....	17
2.1. ΟΡΟΛΟΓΙΑ ΤΟΥ FRANCHISE.....	17
2.2. ΤΥΠΟΙ FRANCHISE.....	22
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΕΝΝΟΙΑ FRANCHISING, ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ.....	26
3.1. ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΟ FRANCHISING.....	26
3.2. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ.....	28
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: MASTER FRANCHISE.....	30
4.1. Ο ΚΩΔΙΚΑΣ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑΣ ΚΑΙ ΤΟ ΣΥΣΤΗΜΑ MASTER FRANCHISE.....	30
4.1.1. ΕΦΑΡΜΟΓΗ.....	30

4.1.2. ΘΕΜΑΤΑ ΠΝΕΥΜΑΤΙΚΗΣ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑΣ.....	31
4.1.3. ΓΝΩΣΤΟΠΟΙΗΣΗ.....	31
4.1.4. ΕΜΠΙΣΤΕΥΤΙΚΟΤΗΤΑ.....	32
4.1.5. ΓΛΩΣΣΑ ΣΥΜΒΑΣΗΣ.....	32
4.2. MASTER FRANCHISE ΤΑ ΣΥΝ ΚΑΙ ΤΑ ΠΛΗΝ.....	33
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΣΩΣΤΗ ΕΠΙΛΟΓΗ ΣΗΜΕΙΟΥ.....	39
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΓΕΡΜΑΝΟΣ : ΜΕΛΟΣ ΤΟΥ ΣΥΝΔΕΣΜΟΥ FRANCHISE ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	42
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΑΝΑΛΥΣΗ S.W.O.T. ΓΙΑ ΤΗΝ ΓΕΡΜΑΝΟΣ Α.Β.Ε.Ε.	44

ΜΕΡΟΣ Β

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΓΕΡΜΑΝΟΣ.....	47
1.1. Ο ΟΜΙΛΟΣ ΜΕ ΜΙΑ ΜΑΤΙΑ	47
1.1.1. Η ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΟΜΙΛΟΥ.....	47
1.1.2. ΟΙ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΤΟΥ.....	48
1.1.3. ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗ.....	50
1.1.4. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ...	51
1.1.5. ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ.....	52
1.2. ΓΕΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΓΕΡΜΑΝΟΣ Α.Β.Ε.Ε.....	55
1.3. ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟΥ ΕΡΓΑΣΙΩΝ.....	58
1.4. ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ.....	69
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗ.....	70
2.1. ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ.....	71
2.2. ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ.....	72
2.3. ΕΛΕΓΚΤΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ.....	73
2.4. ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ ΚΑΙ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ.....	75
2.5. ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΑΜΟΙΒΩΝ ΚΑΙ ΠΑΡΟΧΩΝ.....	76
2.6. ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ.....	76
2.7. ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΚΙΝΔΥΝΩΝ.....	77
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΑΓΟΡΕΣ.....	79
3.1. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΓΙΑ ΔΙΕΘΝΗ ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΣΤΗ	

ΛΙΑΝΙΚΗ.....	79
3.2. ΑΓΟΡΕΣ ΠΟΥ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΕΙΤΑΙ.....	80
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΣΥΝΔΕΔΕΜΕΝΕΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ.....	91
4.1. ΣΥΝΔΕΔΕΜΕΝΕΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ.....	91
4.1.1. ΠΙΝΑΚΑΣ ΣΥΝΔΕΔΕΜΕΝΩΝ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ.....	91
4.1.2. ΘΥΓΑΤΡΙΚΕΣ ΘΥΓΑΤΡΙΚΩΝ.....	91
4.1.3. ΠΙΝΑΚΑΣ ΛΟΙΠΩΝ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ.....	92
4.2. ΘΥΓΑΤΡΙΚΕΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ – ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ.....	93
4.2.1. Ε – VALUE ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΠΑΡΟΧΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΑΜΕΣΟΥ MARKETING ΚΑΙ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ ΠΕΛΑΤΩΝ.....	93
4.2.2. GERMANOS TELECOM SKOPJE S.A.....	94
4.2.3. GERMANOS TELECOM – ROMANIA S.A.....	94
4.2.4. GERMANOS TELECOM – BULGARIA A.D.....	95
4.2.5. SUNLIGHT UKRAINE SRL.....	96
4.2.6. GERMANOS TELECOM – UKRAINE CLOSE JOINT STOCK COMPANY.....	96
4.2.7. GERMANOS POLSKA Sp.Zo.o.....	97
4.2.8. G.T.I. Sp.Zo. o.....	97
4.2.9. GERMANOS (CYPRUS) LIMITED.....	98
4.2.10. SUNLIGHT Trading D.O.O., Beogard.....	98
4.2.11. SUNLIGHT BATTERIES GmbH.....	99
4.2.12. ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΑΦΟΡΟΛΟΓΗΤΩΝ ΕΙΔΩΝ Α.Ε... ..	99
4.2.13. SILKWAY HOLDING B.V.....	101
4.2.14. SUNLIGHT ROMANIA FILIALA BUCURESTI	

S.R.L.	102
4.2.15. T.C.M. Sp.Zo.o.....	102
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΣΤΟΧΟΙ.....	104
5.1. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΙ.....	104
5.2. ΜΕΣΟΜΑΚΡΟΧΡΟΝΟΙ ΣΤΟΧΟΙ.....	106
5.3. ΑΝΑΛΥΣΗ ΜΕΣΟΜΑΚΡΟΧΡΟΝΩΝ ΣΤΟΧΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΟΥΣ.....	107
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ – MARKETING.....	108
ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	109
ΠΗΓΕΣ – ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	111

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το δίκτυο καταστημάτων ΓΕΡΜΑΝΟΣ διανύει ήδη στην Ελληνική, Βαλκανική και Ευρωπαϊκή αγορά 27 χρόνια επιτυχημένης λειτουργίας στον χώρο με περίπου 950 καταστήματα σε Ελλάδα, Πολωνία, Ρουμανία, Βουλγαρία, Ουκρανία, Π.Γ.Δ.Μ. και Κύπρο, αποτελώντας το μεγαλύτερο ελληνικό Δίκτυο Καταστημάτων πώλησης Προϊόντων και παροχής Υπηρεσιών Τηλεπικοινωνιών στην Ευρώπη.

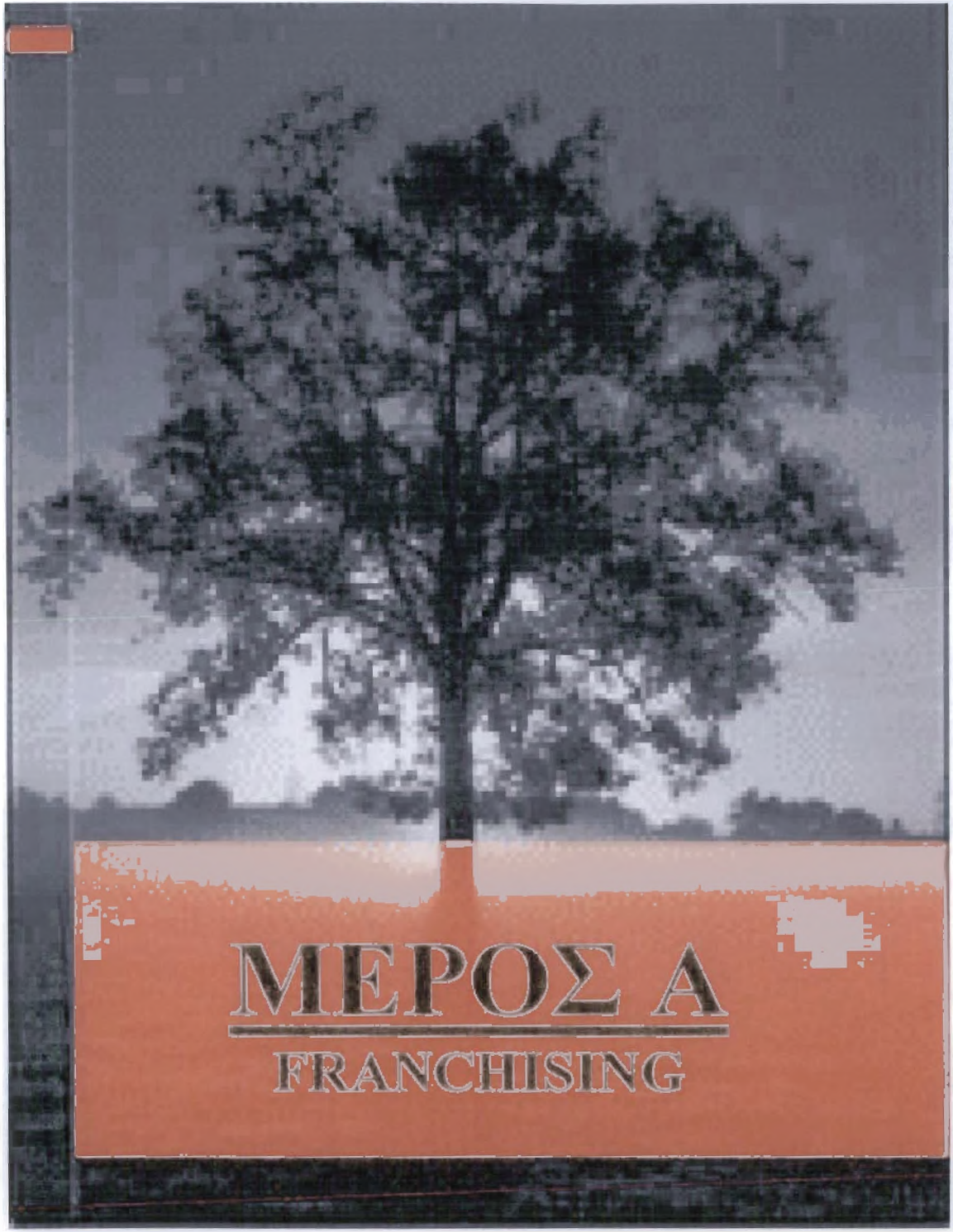
Το πρώτο κατάστημα Γερμανός ιδρύθηκε το Μάρτιο του 1980 στην Εμμανουήλ Μπενάκη στην Αθήνα. Μετά από αυτό ξεκίνησε με γοργούς ρυθμούς να χτίζεται μια αυτοκρατορία των ελληνικών τηλεπικοινωνιακών δικτύων. Ο Όμιλος Γερμανός έχει δώσει τεράστια σημασία στην τεχνολογική και επικοινωνιακή εξειδίκευση των υπαλλήλων του με τακτά σεμινάρια από διακεκριμένους εκπαιδευτές στον χώρο των τηλεπικοινωνιών. Το έχει καταφέρει με την δημιουργία μιας λέξης κλειδί (Φ.Α.Γ.Ε.) που σημαίνει Φιλικότητα – Αξιοπιστία – Γνώση – Εξειδίκευση. Στον Όμιλο ανήκουν περίπου 100 καταστήματα ενώ τα υπόλοιπα είναι franchisee.

Η κύρια δραστηριότητα των καταστημάτων ΓΕΡΜΑΝΟΣ είναι η λιανική πώληση προϊόντων – παροχή υπηρεσιών και εμπίπτει στον κλάδο “Λοιπό Λιανικό Εμπόριο Ηλεκτρικού – Ηλεκτρονικού υλικού”. Στον τομέα της πώλησης προϊόντων υπάγονται οι συσκευές κινητής και σταθερής τηλεφωνίας, προϊόντα υψηλής τεχνολογίας (ηλεκτρονικοί υπολογιστές, notebooks και palm tops), προϊόντα ψηφιακής τεχνολογίας εικόνας (ψηφιακές φωτογραφικές μηχανές και βιντεοκάμερες) και ήχου (cd-player, mp3-player), προϊόντα ψυχαγωγίας (κονσόλες παιχνιδιών, τίτλοι παιχνιδιών) και αξεσουάρ κινητής και σταθερής τεχνολογίας.

Στον τομέα παροχής υπηρεσιών ανήκουν οι συνδέσεις – συμβόλαια κινητής (TIM, COSMOTE, VODAFONE) και σταθερής (OTE, TELLAS) τηλεφωνίας. Επίσης ο ΓΕΡΜΑΝΟΣ παρέχει συμβόλαια Internet διαθέτοντας στη γκάμα του όλους τους Internet Providers που δρουν στον ελληνικό χώρο. Μια επιπλέον υπηρεσία των συγκεκριμένων καταστημάτων είναι η διευκόλυνση που παρέχουν στους πελάτες τους όσο αναφορά την εξόφληση λογαριασμών σταθερής και κινητής τηλεφωνίας.

Αξίζει να σημειωθεί ότι το Δίκτυο Καταστημάτων ΓΕΡΜΑΝΟΣ παρέχει στους χρήστες σταθερής και κινητής τηλεφωνίας το άριστα καταρτισμένο και εξουσιοδοτημένο service, το οποίο είναι σε ετοιμότητα για να αντιμετωπίσει οποιοδήποτε πρόβλημα παρουσιαστεί σε οποιαδήποτε συσκευή. Το service του ΓΕΡΜΑΝΟΥ είναι απ' τα καλύτερα στην Ελλάδα για τον λόγο του ότι γίνονται σε τακτά χρονικά διαστήματα σεμινάρια service, εξειδικεύοντας το προσωπικό.

Δεδομένου του γεγονότος ότι ο ΓΕΡΜΑΝΟΣ στον τομέα των τηλεπικοινωνιών, έχει καταφέρει να βρίσκεται στην πρώτη θέση προτιμήσεως από τους καταναλωτές στην πρώτη θέση προτιμήσεως από τους καταναλωτές στην Ελλάδα και στη δεύτερη (!) στην Ευρώπη, μπορούμε με βεβαιότητα να καταλήξουμε στο συμπέρασμα ότι είναι από τους πρωτοπόρους στον συγκεκριμένο κλάδο.



ΜΕΡΟΣ Α

FRANCHISING

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

Ο ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ FRANCHISE ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

1.1. ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ FRANCHISING

Το Franchising είναι ένα σύστημα προώθησης προϊόντων ή / και υπηρεσιών ή / και τεχνολογίας που βασίζεται πάνω σε μια στενή και συνεχή συνεργασία μεταξύ νομικά και οικονομικά ξεχωριστών και ανεξάρτητων επιχειρήσεων, τον Δικαιοπάροχο και τους κατ' ιδίαν Δικαιούχους, όπου ο Δικαιοπάροχος παρέχει στους κατ' ιδίαν Δικαιοδόχους το δικαίωμα κι επιβάλλει την υποχρέωση να ασκούν επιχειρηματική δραστηριότητα σύμφωνα με το πρότυπο του Δικαιοπαρόχου. Το δικαίωμα δίνει την ευκαιρία κι επιβάλλει στον κατ' ιδίαν Δικαιοδόχο, με αντάλλαγμα μια άμεση ή έμμεση οικονομική αντιπαροχή, να χρησιμοποιεί την επωνυμία του Δικαιοπαρόχου ή / και το σήμα, ή / και το σήμα υπηρεσιών, know – how(*), επιχειρηματικές και τεχνικές μεθόδους, το διαδικαστικό σύστημα και άλλα δικαιώματα βιομηχανικής ή / και πνευματικής ιδιοκτησίας υποστηρίζοντας τον μέσω της συνεχούς παροχής εμπορικής και τεχνικής βοήθειας μέσα στα πλαίσια και κατά τη διάρκεια μιας έγγραφης σύμβασης franchise που καταρτίζεται ανάμεσα στα μέρη γι' αυτό το σκοπό.

(*) Know – how σημαίνει ένα σύνολο πρακτικών πληροφοριών που δεν έχει τη μορφή πατέντας, που απορρέει από την εμπειρία και τις δοκιμές του Δικαιοπαρόχου.

<http://www.franchise-success.gr/index.asp>

1.2. ΚΑΘΟΔΗΓΗΤΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ

Ο Δικαιοπάροχος είναι ο δημιουργός ενός δικτύου franchise, που αποτελείται από αυτόν και τους κατ' ιδίαν Δικαιοδόχους, του οποίου ο Δικαιοπάροχος είναι ο μακροπρόθεσμος θεματοφύλακας.

1.2.1. Οι υποχρεώσεις του Δικαιοπάροχου:

Ο δικαιοπάροχος θα

- Έχει λειτουργήσει ένα επιχειρηματικό πρότυπο με επιτυχία για ένα εύλογο χρονικό διάστημα και μέσα από μια τουλάχιστον πιλοτική μονάδα πριν αρχίσει το δικό του δίκτυο franchise.
- Είναι ο ιδιοκτήτης ή θα έχει τα νόμιμα δικαιώματα να χρησιμοποιεί την επωνυμία του δικτύου του, το σήμα ή άλλο ευδιάκριτο σημείο αναγνώρισης..
- Παρέχει στον κατ' ιδίαν Δικαιοδόχο αρχική εκπαίδευση και συνεχή εμπορική ή / και τεχνική βοήθεια καθ' όλη τη διάρκεια της σύμβασης.

1.2.2. Οι υποχρεώσεις του κατ' ιδίαν Δικαιοδόχου:

Ο κατ' ιδίαν Δικαιοδόχος θα

- Καταβάλλει κάθε δυνατή προσπάθεια να αναπτύσσει την επιχείρηση franchise και να διατηρεί την κοινή ταυτότητα και φήμη του δικτύου franchise.
- Παρέχει στον Δικαιοπάροχο επιβεβαιωτικά στοιχεία λειτουργίας για να διευκολύνει την διαπίστωση της απόδοσης και τις απαραίτητες οικονομικές καταστάσεις για καλύτερη διαχειριστική καθοδήγηση και να επιτρέπει στον Δικαιοπάροχο ή / και στους εκπροσώπους του να έχουν πρόσβαση στις εγκαταστάσεις και αρχεία του κατ' ιδίαν Δικαιοδόχου, όποτε το ζητήσει ο Δικαιοπάροχος και σε εύλογους χρόνους.
- Δεν θα αποκαλύψει σε τρίτους το know – how που του παρέσχε ο Δικαιοπάροχος ούτε κατά τη διάρκεια ούτε μετά τη λύση της σύμβασης.

1.2.3. Οι συνεχείς υποχρεώσεις αμφοτέρων των μερών:

Τα μέρη θα εφαρμόζουν δικαιοσύνη στις μεταξύ τους συναλλαγές. Ο Δικαιοπάροχος θα ειδοποιεί εγγράφως τους κατ' ιδίαν Δικαιοδόχους του για κάθε συμβατική παράβαση και θα δίνει εύλογο χρόνο για επανόρθωσή της όπου αυτό επιβάλλεται.

Τα μέρη θα πρέπει να αντιμετωπίζουν παράπονα, δυσαρέσκειες και διαφορές με καλή πίστη και καλή διάθεση μέσω δίκαιης κι εύλογης επικοινωνίας και διαπραγμάτευσης.

<http://www.franchise-success.gr/index.asp>

1.3. Η ΣΥΜΒΑΣΗ FRANCHISE

Η σύμβαση franchise θα πρέπει να είναι σύμφωνη με το Εθνικό δίκαιο, το Δίκαιο των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων και του παρόντος Κώδικα δεοντολογίας.

Η σύμβαση θα εκφράζει τα συμφέροντα των μελών του δικτύου franchise προστατεύοντας τα δικαιώματα βιομηχανικής και πνευματικής ιδιοκτησίας του Δικαιοπάροχου και διατηρώντας την κοινή ταυτότητα και φήμη του δικτύου franchise. Όλες οι συμφωνίες και συμβατικές ρυθμίσεις οι σχετικές με τη σχέση franchise θα πρέπει να είναι έγγραφες ή μεταφρασμένες νομίμως στην επίσημη γλώσσα της χώρας που είναι εγκατεστημένοι οι κατ' ιδίαν Δικαιοδόχοι και οι υπογεγραμμένες συμφωνίες θα δίδονται αμέσως στον κατ' ιδίαν Δικαιοδόχο.

Η σύμβαση franchise θα περιέχει χωρίς ασάφειες τις υποχρεώσεις και τις ευθύνες των μερών και όλους τους ουσιώδεις όρους της σχέσης.

Οι στοιχειώδώς ελάχιστοι όροι της σύμβασης είναι οι ακόλουθοι:

- Τα δικαιώματα που παρέχονται στον Δικαιοπάροχο
- Τα δικαιώματα που παρέχονται στον κατ' ιδίαν δικαιοδόχο
- Τα προϊόντα ή / και υπηρεσίες που θα παρέχονται στον κατ' ιδίαν Δικαιοδόχο.
- Οι υποχρεώσεις του Δικαιοπαρόχου
- Οι υποχρεώσεις του κατ' ιδίαν Δικαιοδόχου
- Οι όροι πληρωμής από τον κατ' ιδίαν Δικαιοδόχο
- Η διάρκεια της σύμβασης που θα πρέπει να είναι τόσο μακρά ώστε να επιτρέπει στους κατ' ιδίαν Δικαιοδόχους να αποσβέσουν τις αρχικές τους επενδύσεις που αφορούν συγκεκριμένα το franchise
- Η βάση για κάθε ανανέωση σύμβασης
- Οι όροι με τους οποίους ο κατ' ιδίαν Δικαιοδόχος θα μπορεί να πωλεί ή να μεταβιβάζει την επιχείρηση franchise και τα τυχόν σχετικά προνομιακά δικαιώματα του Δικαιοπαρόχου

- Όροι σχετικοί με τη χρήση από τον κατ' ιδίαν Δικαιοδόχο των διακριτικών σημείων του Δικαιοπαρόχου, επωνυμίας, σήματος υπηρεσιών, σημείου καταστήματος, λογότυπου και άλλων ευδιάκριτων σημείων αναγνώρισης
- Το δικαίωμα του Δικαιοπαρόχου να προσαρμόζει το σύστημα franchise σε νέες ή διαφοροποιημένες μεθόδους
- Όροι περί λύσης της σύμβασης
- Όροι περί επιστροφής κάθε υλικής ή άυλης περιουσίας που ανήκει στον Δικαιοπάροχο ή σε άλλον κατά τη λύση της σύμβασης franchise

<http://www.franchise-success.gr/index.asp>

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

2.1. ΟΡΟΛΟΓΙΑ ΤΟΥ FRANCHISE

Franchise

Το σύνολο των δικαιωμάτων βιομηχανικής ή πνευματικής ιδιοκτησίας που αφορούν εμπορικά συστήματα και επωνυμίες, πινακίδες καταστημάτων, πρότυπα χρήσεως, σχέδια, δικαιώματα αντιγραφής, τεχνογνωσίες ή διπλώματα ευρεσιτεχνίας προς εκμετάλλευση με σκοπό τη μεταπώληση προϊόντων ή την παροχή υπηρεσιών σε τελικούς χρήστες.

Franchising

Είναι η εμπορική μέθοδος με την οποία μια επιχείρηση, ο δικαιοπάροχος, παραχωρεί στην άλλη, τον δικαιοδόχο, έναντι άμεσου ή εμμέσου οικονομικού ανταλλάγματος, το δικαίωμα εκμετάλλευσης του franchise με σκοπό την εμπορία συγκεκριμένων τύπων προϊόντων ή / και υπηρεσιών.

Franchisor (Δικαιοπάροχος)

Είναι η επιχείρηση που παραχωρεί στην άλλη, τον δικαιοδόχο, έναντι άμεσου ή έμμεσου οικονομικού ανταλλάγματος το δικαίωμα εκμετάλλευσης του franchise με σκοπό την εμπορία συγκεκριμένων τύπων προϊόντων ή / και υπηρεσιών.

Franchisee (Δικαιοδόχος Ή Δότης)

Είναι η επιχείρηση ή το προσωπικό στο οποίο παραχωρείται, από τον δικαιοπάροχο (franchisor), το δικαίωμα εκμετάλλευσης του franchise με σκοπό την εμπορία συγκεκριμένων τύπων προϊόντων ή / και παροχή υπηρεσιών.

Franchise Package ή Package Deal

Περιλαμβάνει το σύνολο των δικαιωμάτων πνευματικής ή βιομηχανικής ιδιοκτησίας που αφορούν εμπορικά σήματα ή επωνυμίες ή διακριτικά γνωρίσματα καταστημάτων (π.χ. πινακίδες), πρότυπα χρήσης, σχέδια, υποδείγματα, ευρεσιτεχνία, καθώς και την απαραίτητη τεχνογνωσία για εκμετάλλευση,

που παραχωρεί ο δικαιопάροχος (franchisor) στον δικαιοδόχο (franchisee), με σκοπό την εμπορία συγκεκριμένων τύπων προϊόντων ή / και παροχή υπηρεσιών σε τελικούς χρήστες μέσω των franchisees.

Business Format Franchising (Franchising δεύτερης γενιάς)

Μία διαρκής επιχειρηματική σχέση μεταξύ του franchisor και του franchisee, η οποία περιλαμβάνει όχι μόνο το προϊόν, την υπηρεσία και το σήμα, αλλά ολόκληρο το επιχειρηματικό σύστημα, δηλαδή στρατηγική και σχέδιο marketing, εγχειρίδια λειτουργίας και κανόνες, έλεγχο ποιότητας και διαρκή αμφίδρομη επικοινωνία.

Franchise Contract ((Σύμβαση Δικαιόχρησης)

Είναι η αμοτεροβαρής ενοχική σύμβαση μεταξύ του δικαιοπαρόχου (franchisor) και του δικαιοδόχου (franchisee), στην οποία περιγράφονται με λεπτομέρεια και σαφήνεια οι όροι της συνεργασίας τους, συμπεριλαμβανομένων των δικαιωμάτων και των υποχρεώσεών τους. Ο υποψήφιος δικαιοδόχος συνήθως δεν έχει την δυνατότητα να διαπραγματευτεί τους θεμελιώδεις όρους της σύμβασης, καθώς ένα από τα βασικά χαρακτηριστικά της επιχείρησης franchise είναι η καθολική ομοιομορφία στη μεταχείριση των δικαιοδόχων και όχι η παραχώρηση ιδιαίτερων διαπραγματευτικών προνομίων και ευνοϊκών συμφωνιών σε κάποιους από αυτούς. Οι συμβάσεις δικαιόχρησης (franchise contract) πρέπει να αξιολογούνται με γνώμονα όχι μόνο το περιεχόμενό τους, αλλά και τις ενδεχόμενες παραλείψεις τους.

Franchise Concept

Αποτελεί την επιχειρηματική πρόταση (σύλληψη) του franchisor, μετουσιωμένη σε τεκμηριωμένη εμπορική πρόταση και πρακτική λειτουργίας μιας επιχείρησης, με συγκεκριμένη τεχνογνωσία και κατοχυρωμένη εταιρική ταυτότητα.

Disclosure (Υποχρέωση Πληροφόρησης)

Είναι η υποχρέωση του δικαιοπαρόχου να παρέχει εγγράφως σε κάθε υποψήφιο δικαιοδόχο και μέσα σε εύλογο χρόνο πριν από την υπογραφή ενός δεσμευτικού εγγράφου πλήρη κι ακριβή πληροφόρηση σχετικά με την εταιρική και οικονομική του κατάσταση, το επιχειρηματικό του ιστορικό, την περιγραφή της επιχείρησης που είναι αντικείμενο του franchise, την περιγραφή των κυρίων χαρακτηριστικών της

Entry Fee ή Initial Franchise Fee (Δικαίωμα Εισόδου)

Είναι το εφάπαξ ποσό που πληρώνει ο franchisee στον franchisor με την υπογραφή της σύμβασης franchise, για την ένταξη του πρώτου στο δίκτυο Franchise. Το entry fee αντιπροσωπεύει τις δαπάνες

για: ανάπτυξη, μεταφερόμενη τεχνογνωσία (know how), δικαιώματα εμπορικής χρήσης σήματος, την καλή φήμη και πελατεία (goodwill), αρχικά στάδια (παροχή εγχειριδίων, αρχική εκπαίδευση, οργάνωση καταστήματος).

Royalties ή Continuing Fees (Συνεχή Δικαιώματα)

Χρηματικά ποσά τα οποία καταβάλλει ο franchise (δικαιοδόχος) στο franchisor (δικαιοπάροχος) σε τακτά χρονικά διαστήματα καθ' όλη τη διάρκεια της σύμβασης. Οι καταβολές αυτές αντισταθμίζουν τη συνεχή υποστήριξη του franchisor στο franchise ή τη συνεχή ανανέωση, εξέλιξη και προσαρμογή της τεχνογνωσίας ή αντιστοιχούν στη διαρκή ή περιοδικά επαναλαμβανόμενη εκπαίδευση.

Franchise Fee (Τέλη Δικαιοδόχου)

Ο συνήθης τρόπος με τον οποίο ο δικαιοπάροχος (franchisor) παίρνει τη συνεχή αμοιβή του από τον δικαιοδόχο (franchisee), είναι με τη μορφή ενός ποσοστού επί του τζίρου του δεύτερου. Ο άλλος τρόπος είναι μέσω μίας επιβάρυνσης επί των τιμών των προϊόντων ή υπηρεσιών που παρέχει ο δικαιοπάροχος στο δικαιοδόχο. Το ποσοστό της αμοιβής διαφέρει σημαντικά από franchisee σε franchisee και πρέπει να αντανακλά το επίπεδο των υπηρεσιών οι οποίες παρέχονται στο δικαιοδόχο και επιπλέον να αντιπροσωπεύει την απόδοση της αξίας χρηματός του.

Annual Renewal Fee (Ετήσιο Τέλος Ανανέωσης Σύμβασης)

Η σύμβαση franchise, η οποία παρέχεται από το δικαιοπάροχο, μπορεί να έχει διάρκεια μόνο ενός έτους και ο δικαιοδόχος να έχει το δικαίωμα αυτόματης ανανέωσης της στο τέλος αυτής της περιόδου, με την καταβολή του ετήσιου τέλους ανανέωσης σύμβασης (annual renewal fee). Η χρέωση αυτής της αμοιβής ή οποιαδήποτε άλλης αμοιβής ανανέωσης δεν είναι πάγια τακτική και αυτού του είδους οι επιβολές σπανίως αναφέρονται στις συμβάσεις.

Franchise Commitment Agreement (Δεσμευτική Συμφωνία στο Franchise)

Master Franchisee / Sub – Franchisor (Βασικός Δικαιοδόχος)

Είναι η επιχείρηση, στην οποία ο δικαιούχος, παρέχει την άδεια να εκμεταλλευθεί μια συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή μέσω της από τον βασικό δικαιοδόχο περαιτέρω παραχώρησης σε τρίτους του δικαιώματος εκμετάλλευσης του franchise μέσα από συγκεκριμένες μονάδες εκμετάλλευσης (καταστήματα) που καθένας από αυτούς δημιουργεί μέσα στην ίδια γεωγραφική περιοχή βάσει ενός δεδομένου χρονικού σχεδίου ανάπτυξης, χωρίς να αποκλείεται η πιθανότητα της παράλληλης δημιουργίας κι εκμετάλλευσης από τον βασικό δικαιοδόχο μιας ή περισσότερων μονάδων εκμετάλλευσης στην ίδια γεωγραφική περιοχή.

Multiunit Franchising (Franchising Πολλαπλών Σημείων)

Είναι η επιχείρηση στην οποία παραχωρείται από τον δικαιούχο το δικαίωμα εκμετάλλευσης του franchise με σκοπό την εμπορία συγκεκριμένων τύπων προϊόντων ή / και υπηρεσιών μέσα από την δημιουργία περισσότερων της μιας μονάδων εκμετάλλευσης μέσα στην ίδια ή σε άλλη γεωγραφική περιοχή.

Mobile Franchise (Κινητό Franchise)

Είναι μια μορφή franchising, όπου μια επιχείρηση, ο δικαιούχος, παρέχει σε μια άλλη επιχείρηση, τον δικαιοδόχο, την άδεια να εκμεταλλεύεται το πακέτο franchise, μέσα από την παροχή συγκεκριμένων προϊόντων ή υπηρεσιών σε τελικούς καταναλωτές και εκτός του καταστήματός του, πάντα όμως με τα διακριτικά γνωρίσματα του δικαιούχου.

Management Franchise (Διοικητικό Franchise)

Όπου ο franchisee ελέγχει αρκετές περιοχές ή ακόμη και ολόκληρη περιφέρεια και συντονίζει μια ομάδα εργαζομένων.

Executive Franchise (Διευθυντικό Franchise)

Όπου ο franchisee αναπτύσσει τη δική του προσωπική επιχείρηση, η οποία αποτελείται από έναν και μοναδικό εργαζόμενο στο γραφείο – τον ίδιο – και που γενικά αφορά σε κλάδους όπως οικονομικές υπηρεσίες, υπηρεσίες προσωπικού, γραφείο συμβούλων ή project management (διοίκηση έργου). Παραδείγματα αποτελούν λογιστικά γραφεία και γραφεία συμβούλων.

Retail Shop Franchise (Franchise για Καταστήματα Λιανικής Πώλησης)

Η περίπτωση κατά την οποία ο franchisee καταβάλλει σημαντικό κεφάλαιο, τόσο για την ιδιοκτησία / μίσθωση του καταστήματος, όσο και για τον εξοπλισμό ο οποίος πιθανότατα να απαιτεί ένα μεγάλο μέρος της επένδυσης, καθώς και για το προσωπικό που θα τον βοηθήσει να λειτουργήσει ένα δίκτυο υψηλής απόδοσης. Το δίκτυο αυτό μπορεί σε πολλές περιπτώσεις να πωληθεί, με κάποιο όφελος πάντα. Αντίθετα από το investment franchise, οι ιδιοκτήτες που εκτελούν καθήκοντα διαχειριστή είναι ο γενικός κανόνας σε αυτή τη κατηγορία.

Μεικτό Franchise

Είναι αρκετά συνηθισμένο στον κόσμο του franchising να συνδυάζονται αρμονικά μέσα στο ίδιο δίκτυο, η διανομή προϊόντων και η παροχή υπηρεσιών. Συνήθως αυτό συμβαίνει, όταν η πώληση ενός προϊόντος υποστηρίζεται από την παροχή κάποιας υπηρεσίας.

Sales / Distrib' n Franchise (Franchise Διανομής / Πωλήσεων)

Όπου ο franchisee λειτουργεί αποτελεσματικά υπό τη μορφή πλασιέ, πουλώντας ή διανέμοντας προϊόντα στην περιφέρειά του. Στην περίπτωση αυτή θα μπορούσε, αν το επιθυμούσε, να προσλάβει τρίτους για οδηγούς / διανομείς, οι οποίοι θα κάλυπταν και νέες περιοχές, καθώς βάσει των πελατών αναπτύσσεται περισσότερο.

Job Franchise

Όπου ο franchisee με μία επένδυση χαμηλού επιπέδου, αγοράζει το δικαίωμα να λειτουργεί, τυπικά, μία επιχείρηση η οποία θα διαθέτει έναν υπάλληλο με δικό του μεταφορικό μέσο, παρέχοντας εξυπηρέτηση / εγκατάσταση / επιδιόρθωση κατ' οίκον (home based).

Corner Franchise (Μερικό Franchise)

Η μορφή αυτή του franchising συνίσταται στη χρησιμοποίηση από το δικαιούχο (franchisor) ενός συγκεκριμένου καταστήματος τρίτου προσώπου, για τη διάθεση μέσα από αυτό των προϊόντων της επιχείρησης του franchisor, σύμφωνα με τη δική του μέθοδο πωλήσεων. Το κατάστημα αυτό δεν πρέπει να ανήκει σε κανένα δίκτυο franchising. Στο παραπάνω κατάστημα παραχωρούνται, μετά από

ασυμφωνία του ιδιοκτήτη και του franchisor, ιδιαίτεροι χώροι, σε διάφορες επιχειρήσεις franchising για την πώληση των προϊόντων τους. Η τεχνική αυτή είναι ευρέως διαδεδομένη και καλείται τεχνική του "shop – in – shop".

Conversion Franchise (Franchise Μετατροπής)

Σε αυτή τη μορφή του franchise ο δικαιοδόχος (franchise) λειτουργεί ήδη, πριν την ένταξή του στο δίκτυο τη δική του επιχείρηση της οποίας το αντικείμενο είναι ίδιο με αυτό της επιχείρησης του δικαιοπαρόχου (franchisor).

<http://www.franchise-success.gr/index.asp>

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

3.1.ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΟ FRANCHISING

Η μέθοδος αυτή της ανάπτυξης – δημιουργίας επιχειρήσεων καθημερινά προσελκύει όλο και περισσότερους επενδυτές σε όλο τον κόσμο, και φυσικά και στην Ελλάδα.

Στα ελληνικά το Franchising αποδίδεται με τον όρο ΔΙΚΑΙΟΧΡΗΣΗ.

Πρόκειται για κάτι περισσότερο από μια απλή επιχειρηματική συνεργασία μεταξύ του Δικαιοδόχου (FRANCHISEE), του νέου δηλαδή συνεργάτη που επιθυμεί να ανοίξει δικό του κατάστημα, και του Δικαιοπάρoχου (FRANCHISOR) της μητρικής δηλαδή εταιρείας που καθοδηγεί, προμηθεύει και βοηθά καθημερινά το Δίκτυο των καταστημάτων που λειτουργούν κάτω από το σήμα της.

Ο FRANCHISEE είναι ο ανεξάρτητος εκείνος επιχειρηματίας, που αποφασίζει να δέσει την επένδυσή του με την ιδέα και το όνομα του Franchisor.

Είναι πολύ σημαντικό να γίνει αντιληπτό, ότι ο FRANCHISOR και ο FRANCHISEE ανήκουν στην ίδια ομάδα και δεν αποτελούν αντιμαχόμενα μέρη. Τα δύο μέρη εργάζονται για ένα κοινό σκοπό και αμοιβαίο κέρδος, όπου οι σχέσεις των εμπλεκόμενων μερών παίζουν πρωτεύοντα ρόλο στην υλοποίηση ενός κοινού σωστού επιχειρηματικού αποτελέσματος. Είναι μια σχέση “ WIN – WIN” στην οποία και οι δύο συνεργάτες, δηλαδή εσείς και μητρική εταιρεία, κερδίζουν ουσιαστικά.

Η μητρική εταιρεία προσφέρει το σήμα και τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες, που έχουν ήδη δοκιμασθεί και κριθεί στην αγορά.

Ο Δικαιοδόχος απλά παίρνει το δικαίωμα χρήσης του εμπορικού σήματος για μια ορισμένη χρονική περίοδο. Επιπλέον, δίνει το δικαίωμα χρήσης μίας δοκιμασμένης τεχνογνωσίας που καλύπτει όλο το φάσμα της ΣΥΝΤΑΓΗΣ ΕΠΙΤΥΧΙΑΣ του Δικαιοπάρoχου, ξεκινάει από το στάσιμο της επιχείρησης και φτάνει μέχρι τις διαδικασίες για την καθημερινή επιτυχημένη και αποδοτική λειτουργία του νέου σας καταστήματος, καθώς και την γνωστοποίηση και προώθηση του σε όσο το δυνατόν μεγαλύτερο μέρος της πελατειακής βάσης – αγοράς.

Ο Δικαιοδόχος έχει συνήθως ήδη πειστεί για τη δυναμική του τρόπου προσέγγισης της αγοράς μέσα από το πρόγραμμα διαφήμισης, στο οποίο εντός ολίγου θα εμφανίζεται και αυτός, απολαμβάνοντας όλα τα οφέλη, χωρίς να έχει καταβάλει τη παραμικρή προσπάθεια.

Παρ' όλα τα θετικά, δεν θα πρέπει να ξεχνάμε, ότι το οποιοδήποτε δίκτυο καταστημάτων ή κέντρο παροχής υπηρεσιών που λειτουργεί με τη μέθοδο του Franchising, αποτελείται στην ουσία από πολλούς διαφορετικούς, και πολλές φορές ανομοιογενείς κρίκους, που όλοι μαζί αντανακλούν τη δύναμη της αλυσίδας στην αγορά. Κάθε κατάστημα είναι μια ανεξάρτητη εταιρεία, που καλείται να ακολουθήσει τη τεχνογνωσία του Δικαιοπάροχου, και θα αποδώσει μόνο αν ενστερνιστεί τη βασική φιλοσοφία του Franchising, δηλαδή, "η ισχύς εν τη ενώσει".

Σε αντάλλαγμα για την παρεχόμενη τεχνογνωσία, ο Δικαιοδόχος συχνά καταβάλλει στον Franchisor ένα εφ' άπαξ αρχικό πόσο για να γίνει "μέλος" του Δικτύου Franchise. Το αρχικό αυτό ποσό εγγραφής (Initial Entry Fee) καλύπτει την παραχώρηση της άδειας χρήσης του σήματος, την υποστήριξη κατά τη φάση δημιουργίας του καταστήματος, την επιλογή και τον καθορισμό της σύστασης του αρχικού εμπορεύματος, την υποστήριξη κατά την επιλογή του καταστήματος, την μεταφορά όλης της τεχνογνωσίας σε επίπεδο πωλήσεων και εξυπηρέτησης πελατών, την αρχική γνωστοποίηση του νέου καταστήματος, την εκπαίδευση των στελεχών της νέας επιχείρησης, συμβολαιογραφικά έξοδα.

Μετά την έναρξη λειτουργίας του καταστήματος, ο Δικαιοδόχος καλείται να συνεισφέρει πλέον ένα πάγιο ποσοστό (ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ - ROYALTIES) για την συνεχή υποστήριξη λειτουργίας του καταστήματός του, την συνεχή και άμεση προμήθεια των προϊόντων που του εξασφαλίζει με συγκεκριμένους και ιδιαίτερα ευνοϊκούς όρους η μητρική εταιρεία. Τα δικαιώματα αυτά, που λογίζονται συνήθως επί των τιμολογίων αγοράς, διατίθενται στο μεγαλύτερο μέρος τους υπέρ της πανελλαδικής διαφήμισης του Δικτύου καταστημάτων και των προϊόντων του Δικτύου.

3.2. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Το να ενταχθείτε σε ένα δίκτυο franchise είναι ένας αποδοτικός τρόπος να ανοίξετε μια επιχείρηση χωρίς να χρειαστεί να ξεκινήσετε από το μηδέν. Αλλά υπάρχουν και μειονεκτήματα.

Πλεονεκτήματα

- Δεν χρειάζεται να αναπτύξετε από την αρχή μια επιχείρηση – κάποιος άλλος το έχει κάνει ήδη για εσάς και το σημαντικότερο: το έχει επιτυχημένα δοκιμάσει.
- Το κατάστημά σας σε μία επιτυχημένη ιδέα. Μπορείτε να ελέγξετε το βαθμό επιτυχίας ρωτώντας άλλους franchisees πριν δεσμευτείτε στην αλυσίδα.
- Παραμένετε ανεξάρτητος επιχειρηματίας, (αλλά όχι μόνος).
- Χρησιμοποιείτε ένα καθιερωμένο όνομα, αναγνωρίσιμο στην αγορά που σας προσφέρει μερίδιο αγοράς από την αρχή και ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα.
- Προωθείτε ένα καθιερωμένο προϊόν ή υπηρεσία.
- Επωφελείσθε από την αρχική εκπαίδευση που παρέχει ο franchisor καθώς και από την επανεκπαίδευση (σεμινάρια κ.ο.κ.).
- Έχετε καθοδήγηση στην επιλογή του πλέον κατάλληλου σημείου για την λειτουργία του καταστήματός σας.
- Σας παρέχονται αναλυτικά σχέδια για την κατασκευή του καταστήματος – καθώς και την δυνατότητα «με το κλειδί στο χέρι».
- Σας παρέχεται συνεχής υποστήριξη σε κάθε θέμα λειτουργίας του καταστήματός σας.
- Απαιτείται μικρότερο κεφάλαιο (τεχνογνωσία όσον αφορά την κατασκευή, την προμήθεια εξοπλισμού κ.ο.κ.).
- Αντιμετωπίζετε μικρότερες πιθανότητες αποτυχίας σε σχέση με μια ανεξάρτητη επιχείρηση.
- Επωφελείστε από οικονομίες κλίμακας λόγω μαζικών αγορών (είτε αφορά προϊόντα είτε διαφήμιση κ.ο.κ.).
- Έχετε υποστήριξη σε θέματα marketing.

- Έχετε το αποκλειστικό δικαίωμα προώθησης του concept σε μια συγκεκριμένη περιοχή. Ο franchisor δεν θα σας ανταγωνιστεί.
- Βελτιώνεται η ικανότητα αντιμετώπισης του ανταγωνισμού.
- Ακολουθείτε ένα ήδη δοκιμασμένο και αποδεδειγμένα επιχειρηματικό σύστημα οργάνωσης και λειτουργίας.

...Και μειονεκτήματα

- Περιορίζεται σημαντικά η ανεξαρτησία σας ως επιχειρηματίας: δεν αποφασίζετε πλέον εσείς για το τι και πώς το πουλάτε.
- Το κόστος μπορεί να είναι υψηλότερο από ό,τι υπολογίζατε. Εκτός από το entry fee πρέπει να αποδίδετε στον franchisor ποσοστό των εσόδων σας για όσο διάστημα ανήκετε στο δίκτυο.
- Εξαρτάστε σε σημαντικό βαθμό από τον franchisor και την ικανότητά του να παρακολουθεί και να ανταποκρίνεται στις εξελίξεις της αγοράς.
- Έχετε περιορισμούς στην περιοχή δραστηριότητας (περιοχή αποκλειστικότητας).
- Το συμβόλαιό σας με την εταιρεία έχει συγκεκριμένο χρονικό ορίζοντα (τι θα γίνει όταν λήξει η σύμβαση;).
- Υπάρχουν περιορισμοί στην πώληση ή στη μεταβίβαση της επιχείρησής σας.
- Έχετε υποχρέωση να ανανεώνετε το κατάστημά σας σύμφωνα με τις υποδείξεις του franchisor σας.
- Εξαρτάστε από την απόδοση των άλλων franchisees καθώς ένα άτομο μόνο μπορεί να χαλάσει τη φήμη του δικτύου.
- Μειωμένο ρίσκο συχνά σημαίνει και μειωμένα (αλλά περισσότερο διασφαλισμένα) κέρδη.

<http://www.franchise-success.gr/index.asp>

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

4.1.Ο ΚΩΔΙΚΑΣ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑΣ ΚΑΙ ΤΟ ΣΥΣΤΗΜΑ MASTER FRANCHISE

Ο παρών Κώδικας Δεοντολογίας θα εφαρμόζεται στη σχέση ανάμεσα στον Δικαιοπάροχο και τους κατ' ιδίαν Δικαιοδόχους του και ομοίως μεταξύ του Κυρίως Δικαιοδόχου και των κατ' ιδίαν Δικαιοδόχων του. Δεν θα εφαρμόζεται στη σχέση ανάμεσα στον Δικαιοπάροχο και τους Κυρίως Δικαιοδόχους του.

ΠΡΟΣΘΗΚΗ ΚΑΙ ΕΡΜΗΝΕΙΑ

Η παρούσα Προσθήκη κι Ερμηνεία αποτελεί αναπόσπαστο μέρος του Κώδικα Δεοντολογίας για το Franchising που υιοθετήθηκε από το Σύνδεσμο Franchise της Ελλάδας και στον οποίο τα μέλη του προσχωρούν.

4.1.1. ΕΦΑΡΜΟΓΗ

Ο παρών Κώδικας Δεοντολογίας για το franchising αποτελεί μέρος της εγγράφου συμφωνίας μέλους μεταξύ του Συνδέσμου Franchise της Ελλάδος και των εταιρειών μελών του. Κάθε παράβαση του παρόντος Κώδικα Δεοντολογίας για το Franchising από οποιοδήποτε μέλος του Συνδέσμου Franchise της Ελλάδας, θα θεωρείται παράβαση της συμφωνίας μέλους μεταξύ αυτού και του Συνδέσμου Franchise της Ελλάδας που θα εξετάζεται από το Πειθαρχικό του Συμβούλιο για κάθε σχετική συνέπεια. Δεν αποτελεί μέρος της συμβατικής σχέσης μεταξύ Δικαιοπάροχου και Δικαιοδόχου, εκτός εάν αυτό έχει ρητά δηλωθεί από τον Δικαιοπάροχο. Τίποτα μέσα στον παρόντα Κώδικα δεν θα θεωρείται ότι αποτελεί παραίτηση του Δικαιοπαρόχου από το δικαίωμα του να πωλεί ή εκχωρεί τη συμμετοχή του σε μια επιχείρηση franchise.

4.1.2. ΘΕΜΑΤΑ ΠΝΕΥΜΑΤΙΚΗΣ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑΣ

Κανένα μέλος του Συνδέσμου Franchise της Ελλάδας δεν θα παραποιεί το σήμα, σύστημα, επωνυμία, εταιρική ταυτότητα, σλόγκαν ή άλλο σημείο αναγνώρισης άλλου Δικαιοπαρόχου με οποιονδήποτε τρόπο ή μορφή που θα είχε την τάση ή την δυνατότητα να παραπλανεί ή να παραποιεί.

4.1.3. ΓΝΩΣΤΟΠΟΙΗΣΗ

Η αντικειμενικότητα του υλικού επιλογής Δικαιοδόχων αναφέρεται συγκεκριμένα σε υλικό που είναι δημόσια ανακοινώσιμο, ειδικότερα:

- Στη νομική μορφή οργάνωσης του Δικαιοπαρόχου ή / και του Κυρίως Δικαιοδόχου (αναλόγως) που περιλαμβάνει, ανάμεσα σε άλλα, τους σκοπούς της εταιρείας, την έδρα, την ταυτότητα και τη σχετική εμπειρία στο σύστημα του βασικού προσωπικού διαχείρισης του Δικαιοπαρόχου ή / και του Κυρίως Δικαιοδόχου (αναλόγως).
- Στα οικονομικά στοιχεία του Δικαιοπαρόχου ή / και του Κυρίως Δικαιοδόχου (ανάλογα).
- Στο επιχειρηματικό ιστορικό του Δικαιοπαρόχου ή / και του Κυρίως Δικαιοδόχου (αναλόγως).
- Στην περιγραφή της επιχείρησης franchise.
- Στην πρόβλεψη του συνολικού κόστους του σχετικού με τη δημιουργία της επιχείρησης franchise.
- Στη γενική περιγραφή των κυρίων χαρακτηριστικών του know – how.
- Στην παροχή τεχνικής υποστήριξης από τον Δικαιοπάροχο ή / και την Κυρίως Δικαιοδόχο προς τον Δικαιοδόχο.
- Στα ονόματα και διευθύνσεις του δικτύου franchise (με ειδική αναφορά στις υπάρχουσες επιχειρήσεις franchise στην Ελλάδα στην περίπτωση ενός Κυρίως Δικαιοδόχου).
- Στον αριθμό των Δικαιοδόχων των οποίων η σύμβαση franchise έχει λυθεί μέσα στα δύο (2) προηγούμενα χρόνια και στους λόγους αυτής της λύσης.
- Στην πληροφόρηση σχετικά με τις άδειες που τυχόν απαιτούνται από την νομοθεσία για την ίδρυση και λειτουργία της επιχείρησης franchise.

- Στα βασικά στοιχεία μιας σύμβασης franchise όπως δικαιώματα και υποχρεώσεις αμφοτέρων των μερών, διάρκεια της σύμβασης, όροι ανανέωσης ή λύσης, όροι αποκλειστικότητας κλπ.
- Πληροφόρηση πάνω στη σύμβαση Κυρίως Δικαιοδόχου με την εξαίρεση των οικονομικών συμφωνιών ανάμεσα σε Δικαιοπάροχο και Κυρίως Δικαιούχο.
- Αναγνωρίζεται ότι συζητώντας επιμέρους επιχειρηματικές προβλέψεις με Δικαιούχους, οι Δικαιοπάροχοι κάνουν μοιραία υποθέσεις που μπορούν να δοκιμασθούν μόνο με την πάροδο του χρόνου.

4.1.4. ΕΜΠΙΣΤΕΥΤΙΚΟΤΗΤΑ

Για λόγους γενίκευσης του παρόντα Κώδικα Δεοντολογίας για το Franchising το know – how εκλαμβάνεται όπως ορίζεται στον Ευρωπαϊκό Κανονισμό περί ομαδικής απαλλαγής από το άρθρο 85 της Συνθήκης της Ρώμης. Εν τούτοις, για τους σκοπούς του όρου 3.4 του Ευρωπαϊκού Κώδικα Δεοντολογίας γίνεται δεκτό ότι οι Δικαιοπάροχοι μπορούν να επιβάλλουν όρους μη ανταγωνισμού και απορρήτου για να προστατεύσουν άλλες πληροφορίες και συστήματα που μπορεί ευλόγως να εκληφθούν σαν ουσιώδη στη λειτουργία του franchise.

4.1.5. ΓΛΩΣΣΑ ΣΥΜΒΑΣΗΣ

Οι Δικαιοπάροχοι θα πρέπει να εξασφαλίζουν στους Δικαιοδόχους συμβάσεις σε γλώσσα που να είναι αντιληπτή σ' αυτούς Συνιστάται Δικαιοπάροχοι και Δικαιοδόχοι να χρησιμοποιούν την ορολογία franchise που υιοθετήθηκε από τον Σύνδεσμο Franchise της Ελλάδας.

<http://www.franchise-success.gr/index.asp>

4.2.MASTER FRANCHISE: Τα Συν και τα Πλην

Τα τελευταία χρόνια όλο και περισσότερες ελληνικές εταιρείες επιλέγουν τη μέθοδο του franchise για ανάπτυξη και επέκταση· παράλληλα, παρουσιάζεται ένα αυξανόμενο ενδιαφέρον απ' τη μεριά των επενδυτών για την εισαγωγή χώρα μας διεθνών επιχειρηματικών ιδεών με τη μορφή του Master Franchise.

Η ελληνική αγορά τα τελευταία χρόνια αναπτύσσεται και αναδιατάσσεται με θεαματικούς ρυθμούς, έχοντας αναδείξει το franchising ως έναν από τους πλέον δημοφιλείς και επιτυχημένους τρόπους δημιουργίας πλούτου και επιχειρηματικής συνεργασίας. Το franchising, επίσης, προσφέρει μεγάλα περιθώρια ανάπτυξης μέσα από την διεύρυνση διεθνών εταιρειών, καθώς παρουσιάζονται διαρκώς νέα επιτυχημένα και «έξυπνα» concept από τη διεθνή αγορά, τα οποία, με τη μορφή του Master Franchise, αποτελούν συχνά μια διέξοδο στις επιχειρηματικές αναζητήσεις Ελλήνων επενδυτών.

Πολλές ξένες εταιρείες που αναπτύσσονται με franchising στη διεθνή αγορά δοκίμασαν τις δυνάμεις τους και στη χώρα μας. Στην πλειονότητα τους αυτές οι εταιρείες έχουν ήδη αναπτύξει ένα επιτυχημένο και ευρύ δίκτυο σε διεθνές επίπεδο, βρίσκοντας στο Master Franchise μια διέξοδο για περαιτέρω ανάπτυξη, άλλοτε με επιτυχία και άλλοτε όχι. Πάντα, όμως, υπό τον όρο μιας ορθολογικής και συνεπούς ανάπτυξης, βάσει μελέτης του χώρου και χάραξης συγκεκριμένης πορείας.

Το Master Franchise απαιτεί σημαντικές επενδύσεις και εμπεριέχει υψηλό ρίσκο, όσον αφορά την έρευνα και προσαρμογή του στα δεδομένα και τις ιδιαιτερότητες της εγχώριας αγοράς, εάν όμως γίνει με τον κατάλληλο τρόπο, με προσεκτική επιλογή και με τη συνδρομή των απαραίτητων πόρων, μπορεί σε εύλογο χρονικό διάστημα να αποδώσει θετικά αποτελέσματα και μάλιστα με σημαντικές υπεραξίες. Στην ιστορία του franchise υπάρχουν πολλές περιπτώσεις εταιρειών, οι οποίες απέτυχαν στην προσπάθειά τους να για ανάπτυξη εκτός των ορίων της εθνικής τους αγοράς, είτε γιατί δεν προετοίμασαν σωστά το έδαφος είτε γιατί δεν προσάρμοσαν το προϊόν τους είτε πάλι γιατί συνάντησαν προβλήματα μην έχοντας κατοχυρώσει επιχειρηματικές ιδιαιτερότητες της ελληνικής αγοράς. Οι διαφορές που σημειώνονται από χώρα σε χώρα σε επίπεδο καταναλωτικών συνηθειών και επιχειρηματικών – εμπορικών όρων είναι από τους πιο σημαντικότερους παράγοντες που καθορίζουν το βαθμό επιτυχούς ανάπτυξης ενός δικτύου

franchise και σε άλλες χώρες, γι' αυτό και είναι απαραίτητο τα διεθνή concept να «φιλτράρονται» μέσα από μια διαδικασία προσαρμογής πριν από την είσοδό τους σε οποιαδήποτε ξένη αγορά.

Master Franchise

Το Master Franchise, αποτελώντας στην ουσία μια μέθοδο διεθνούς συνεργασίας, δίνει τη δυνατότητα σε μια εταιρεία (Franchisor) να αναπτυχθεί σε μια ξένη αγορά ευκολότερα και γρηγορότερα, εκμεταλλευόμενη στο μέγιστο βαθμό τη γνώση της τοπικής αγοράς (γλώσσα, κουλτούρα, εμπόριο, κ.ο.κ.) που διαθέτει ο Master Franchisee, ο οποίος και είναι σε θέση να βοηθήσει και να καθοδηγήσει την ανάπτυξη.

Η εμπειρία έχει δείξει ότι η σωστή επιλογή του τοπικού συνεργάτη είναι καθοριστικός παράγοντας στην επιτυχία ενός concept σε μια ξένη αγορά. Έτσι, ο τοπικός Master Franchise θα πρέπει να γνωρίζει καλά την αγορά, ώστε να μπορέσει να αναπτύξει και να «προσαρμόσει» το σύστημα franchise στις ανάγκες και τις απαιτήσεις της τοπικής αγοράς, πείθοντας ταυτόχρονα και τον franchisor, αφενός να επιτρέψει τις όποιες προσαρμογές και αφετέρου να συμβάλει ενεργά στις προσπάθειες της περιόδου προσαρμογής.

Πλεονεκτήματα

Με μια πρώτη ματιά, η ιδέα εισαγωγής ενός διεθνούς concept με διεθνή αναγνώριση και επιτυχία φαίνεται ιδιαίτερα ελκυστική. Συνδυάζει όλα τα πλεονεκτήματα του συστήματος franchise με ένα γνωστό όνομα, εξελιγμένη τεχνογνωσία, παγκόσμια παρουσία και προώθηση, εμπειρία σε διαφορετικούς πολιτισμούς, κ.ο.κ. συγκεκριμένα, ο Master Franchisee:

- Επωφελείται από τα πλεονεκτήματα μιας εδραιωμένης επιχείρησης, όπως, για παράδειγμα, ένα δοκιμασμένο και επιτυχημένο στην πράξη προϊόν ή μια υπηρεσία, μια σειρά από αποτελεσματικές διαδικασίες λειτουργίας και μια ισχυρή εικόνα, προϋποθέσεις που περιέχουν εχέγγυα για την δυνατότητα του concept να σημειώσει επιτυχία και στην περιοχή του Master Franchisee. Ένα επιχειρησιακό μοντέλο ή προϊόν, που έχει ήδη δοκιμαστεί με επιτυχία στη διεθνή αγορά,

συμβάλλει ουσιαστικά στην αποφυγή σημαντικών λαθών στα πρώτα βήματα εδραίωσης της επιχείρησης.

- Επωφελείται από ένα διεθνώς γνωστό εμπορικό όνομα, το οποίο συνεπάγεται εξοικείωση του καταναλωτή με το προϊόν / υπηρεσία που προσφέρει ο Master Franchisee και επιτάχυνση του χρόνου εδραίωσής του στην αγορά.
- Οικειοποιείται την τεχνογνωσία του franchisor σε όλα τα θέματα λειτουργίας μιας επιχείρησης, όπως γνώση του προϊόντος / υπηρεσίας, πρότυπα εξυπηρέτησης πελατών, οικονομική παρακολούθηση, έλεγχο δικτύου, κ.ο.κ. Πρόκειται για ζητήματα που προκαλούν ιδιαίτερες δυσκολίες σε όλους τους νέους επιχειρηματίες και που συνήθως δεν εξετάζονται εις βάθος, εξαιτίας της καθημερινής πίεσης από τη λειτουργία και επέκταση της επιχείρησης.
- Κερδίζει το πλεονέκτημα της συντονισμένης και αποτελεσματικής διαφημιστικής προβολής από την πρώτη στιγμή, κάτι που δεν είναι πάντα εφικτό για τους επιχειρηματίες που λειτουργούν ανεξάρτητα.
- Καμία επιχείρηση δεν μπορεί να επιβιώσει χωρίς εξέλιξη. Εάν δεν αναπτυχθεί και δεν αλλάξει είναι βέβαιο ότι μεσοπρόθεσμα θα βγει εκτός αγοράς. Για τους νέους ανεξάρτητους επιχειρηματίες είναι ιδιαίτερα δύσκολο να αφιερώνουν χρόνο και κεφάλαια για την εξέλιξη του concept. Ένα επιτυχημένο δίκτυο franchise διαθέτει τα απαραίτητα μέσα και την τεχνογνωσία που απαιτείται για την έρευνα που θα εξελίξει το προϊόν / υπηρεσία. Τα αποτελέσματα θα ωφελήσουν όλο το δίκτυο σε διεθνές επίπεδο.

Μειονεκτήματα

Αν και στο Master Franchise βρίσκει κανείς πολλά πλεονεκτήματα, υπάρχουν και σοβαρά μειονεκτήματα, τα οποία πρέπει να λάβετε σοβαρά υπόψη:

- Το βασικό πρόβλημα σε μια τέτοια σχέση είναι η απόσταση και τα προβλήματα που μπορεί να προκύψουν από αυτόν τον παράγοντα. Οι περισσότερες διεθνείς εταιρείες έχουν αναπτύξει συστήματα επικοινωνίας, έτσι ώστε να βοηθούν τους Master Franchisees τους, και να βρίσκονται

κοντά τους στο μέγιστο δυνατό βαθμό. Πάραυτα, η επικοινωνία μέσω fax, e-mail και τηλεφώνου μπορεί να μην έχει την ίδια αποτελεσματικότητα με την προσωπική επαφή.

- Πολλές εταιρείες που προσφέρουν δικαιώματα Master Franchise έχουν ανεπαρκή υποδομή, κακή οργάνωση, ενώ πολλές από αυτές είναι ουσιαστικά άγνωστες ακόμη και στη χώρα τους.
- Το Master Franchise ακολουθεί ένα συγκεκριμένο αναπτυξιακό πλάνο, το οποίο απαιτεί τη δημιουργία συγκεκριμένου αριθμού εταιρικών και franchise καταστημάτων σε μια συγκεκριμένη χρονική περίοδο. Αν ο Master Franchisee αποτύχει να ακολουθήσει το πλάνο και να επιτύχει τους στόχους που του έχουν τεθεί, ο franchisor έχει την δυνατότητα να λύσει τη σύμβαση, ακυρώνοντας όποια επένδυση έχει ήδη πραγματοποιήσει ο Master Franchisee.
- Ο franchisor ελέγχει σε μεγάλο βαθμό τη λειτουργία των καταστημάτων του δικτύου διεθνώς, με αποτέλεσμα ο τοπικός Master Franchisee να μην έχει ευελιξία και ελευθερία κινήσεων. Ως μοντέλο επιχειρηματικής ανάπτυξης, το franchising χαρακτηρίζεται από «αναγκαστική» ομοιομορφία σε κάθε επίπεδο λειτουργίας, ενώ δεν υπάρχουν περιθώρια για πρωτοβουλίες σε ό,τι αφορά το προϊόν, την εξυπηρέτηση, την εικόνα και τη γενικότερη αξιοποίηση κερδοφόρων επιχειρηματικών ευκαιριών, εφόσον η σύμβαση δεν προβλέπει κάτι τέτοιο.
- Αν και ο franchisor συνηθίζεται να επιβάλλει διαφόρων ειδών ελέγχους και υποχρεώσεις στον Master Franchisee, για τη διατήρηση της ποιότητας και της ομοιομορφίας του concept, το αντίστροφο δεν είναι μια πρακτική που συνηθίζεται. Αυτό συνεπάγεται ότι εάν συμβεί κάποιο δυσάρεστο γεγονός στην αλυσίδα σε διεθνές επίπεδο και λάβει αρνητική δημοσιότητα, αυτό θα επηρεάσει και τον Master Franchisee, χωρίς να είναι σε θέση να διορθώσει σημαντικά τη δυσάρεστη θέση στην οποία βρέθηκε. Γι' αυτό το λόγο απαιτείται έρευνα που αφορά κυρίως την αξιοπιστία του διεθνούς franchisor, την ικανότητα του να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις μιας ξένης αγοράς καθώς και το βαθμό δέσμευσής του στο να αναπτύξει επαρκές δίκτυο στην Ελλάδα.

Επιλογή Master Franchise

Η επένδυση σε ένα διεθνές franchise είναι σίγουρα μια δύσκολη απόφαση. Παρ' όλα αυτά, δεν θεωρούμε ότι η διαδικασία είναι πιο δύσκολη από την αγορά ενός τοπικού franchise, αρκεί να έχετε

πραγματοποιήσει μια ολοκληρωμένη και εμπειριστατωμένη έρευνα και να έχετε καλύψει όλα τα σημεία που προτείνουμε παρακάτω να εξετάσετε:

- Η επιλογή ενός Master Franchise πρέπει να γίνεται τόσο προσεκτικά, όσο και η επιλογή ενός συνέταιρου. Σε μια τέτοια σχέση, αυτό που πρέπει να εξετάσει κανείς είναι το know – how που διαθέτει ο συνétaυρος, καθώς και πόσο αποτελεσματικός και ανταγωνιστικός είναι σε άλλες περιοχές που επεκτάθηκε με την ίδια μέθοδο. Η πρώτη υπευθυνότητα του Master Franchise είναι να διασφαλίσει ότι το σύστημα, το προϊόν ή οι υπηρεσίες του διεθνούς concept, για το οποίο ενδιαφέρεται, θα έχουν ανταπόκριση στη χώρα του.
- Ένα δεύτερο στοιχείο είναι η οικονομική πλευρά της συνεργασίας. Ο υπολογισμός του οικονομικού τμήματος αυτής της σχέσης αποτελεί πολύ σπουδαίο παράγοντα, με καθοριστική επίδραση στη βιωσιμότητα της επιχείρησης.
- Σε αρκετές περιπτώσεις και έχοντας εξασφαλίσει τη συναίνεση του franchisor, ο Master Franchisee θα πρέπει να κάνει τροποποιήσεις του πακέτου, προσθέτοντας ή αφαιρώντας στοιχεία, ανάλογα με τις ιδιαιτερότητες της συγκεκριμένης τοπικής αγοράς. Ο σωστός σχεδιασμός και ο συγχρονισμός με τις απαιτήσεις του εγχώριου target market (αγορά στόχος) είναι βασικό κλειδί για την επιτυχία. Ο υποψήφιος Master Franchisee, πριν από οτιδήποτε άλλο, θα πρέπει να δώσει ιδιαίτερο βάρος στην πραγματοποίηση ερευνών στη χώρα του, με σκοπό τη μέτρηση της προβλεπόμενης ζήτησης για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που προσφέρει, το προφίλ των καταναλωτών, τις δυνάμεις του ανταγωνισμού, κ.ο.κ. Πρόκειται για μια δοκιμασία συχνά καθοριστική για την επιτυχία κάποιου concept στο εξωτερικό.
- Τέλος, είναι σημαντικό να προσέξει κανείς τον τρόπο και την ποιότητα της υποστήριξης που λαμβάνει κατά τη διάρκεια της συνεργασίας, καθώς και τη μεταφορά του know-how.

Συνεπώς ένας Master Franchisee ή επενδυτής, πριν αποκτήσει τα δικαιώματα Master Franchise ενός concept στη χώρα του, θα πρέπει πρώτα να εξετάσει την αγορά και με τη βοήθεια εξειδικευμένων συμβούλων που δραστηριοποιούνται στο χώρο του franchise, να προσδιορίσει τις δυνατότητες ανάπτυξης που προσφέρει η χώρα για το συγκεκριμένο concept. Η έρευνα θα πρέπει να εξετάζει στο

ελάχιστο τους παρακάτω παράγοντες: διαφορές ανάμεσα στην αγορά δραστηριοποίησης της ξένης εταιρείας και την υπό εξέταση αγορά, ανταγωνισμός, ωρίμανση, δομή συμβουλευτικών υπηρεσιών και υπηρεσιών management, νομοθετικό πλαίσιο, προστασία πνευματικών δικαιωμάτων, φορολογία, έθιμα, δασμοί, εργατική νομοθεσία, δυνατότητα εύρεσης εργατικού δυναμικού καθώς και μια σειρά άλλων θεμάτων, όπως ειδικές νομοθεσίες για το franchise κ.ο.κ. Αν και η διαδικασία αυτή είναι χρονοβόρα και πιθανότατα κοστοβόρα, το βήμα αυτό επιτρέπει στον επιχειρηματία να αποφύγει μια ζημιογόνα κίνηση ανάπτυξης.

Σημαντική βοήθεια στην εξέταση των θετικών και αρνητικών σημείων του Master Franchise μπορούν να σας προσφέρουν εταιρείες συμβούλων, οι οποίες εξειδικεύονται σε θέματα Franchise, καθώς έχουν σημαντική εμπειρία με διεθνείς εταιρείες και συμβόλαια Master Franchise και τη δυνατότητα να σας καθοδηγήσουν και να σας βοηθήσουν να αποφύγετε λάθος κινήσεις, οι οποίες μπορεί να αποβούν επιζήμιες.

Σε κάθε περίπτωση, η επιτυχημένη επιλογή ενός Master Franchise, ίσως είναι μια δύσκολη επιλογή που απαιτεί σημαντικούς πόρους σε χρόνο, προσπάθεια και κεφάλαια – παρέχει όμως, σημαντικά πλεονεκτήματα και αποδόσεις, καθώς και υπεραξίες.

<http://www.franchise-success.gr/index.asp>

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΣΩΣΤΗ ΕΠΙΛΟΓΗ ΣΗΜΕΙΟΥ

Η επιλογή σημείου σε μια αλυσίδα είναι απόφαση στρατηγικής σημασίας που δύσκολα αλλάζει και με μεγάλο κόστος. Εξετάστε προσεκτικά τα κρίσιμα σημεία στα οποία πρέπει να εστιάσετε την προσοχή σας.

Στο λιανεμπόριο - και όχι μόνο - τρεις είναι οι βασικοί παράγοντες επιτυχίας :

ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ – ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ – ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ

Οκτώ είναι τα βασικά βήματα που πρέπει να ακολουθηθούν πριν καταλήξετε στην επιλογή του κατάλληλου σημείου.

ΒΗΜΑ ΠΡΩΤΟ : ΚΑΘΟΡΙΣΤΕ ΖΩΝΕΣ ΕΜΠΟΡΙΚΟΤΗΤΑΣ

- Διερευνήστε την κυκλοφορία πεζών και οχημάτων, την ύπαρξη διαθέσιμων χώρων για parking, τον άμεσο και έμμεσο ανταγωνισμό.
- Τα υποψήφια σημεία, εκτός από πολύ καλή ορατότητα, πρέπει να διαθέτουν βολική προσπέλαση και κατάλληλη υποδομή.

ΒΗΜΑ ΔΕΥΤΕΡΟ : ΕΠΙΜΕΝΕΤΕ ΣΤΗ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑ ΙΣΧΥΡΗΣ ΣΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ ΤΟΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ

- Σημαντικός παράγοντας επιτυχίας είναι η κατάλληλη σήμανση όπως η χρήση τροχιοδεικτικών πινακίδων που βοηθούν τους καταναλωτές στον εντοπισμό του σημείου, η χρήση πινακίδας στην πρόσοψη, ακόμη και η χρήση billboard στην οροφή του κτηρίου.

ΒΗΜΑ ΤΡΙΤΟ : ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΤΕ ΤΗΝ ΟΔΙΚΗ ΠΡΟΣΒΑΣΗ ΚΑΙ ΤΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΣ

- Ελέγξτε την ορατότητα από τον κύριο δρόμο, όσο και τη διάρκεια που το σημείο είναι ορατό.
- Αυτή πρέπει να υπερβαίνει τα 10-15'' αλλιώς ο οδηγός δεν προλαβαίνει να αντιδράσει.
- Στη συνέχεια, πρέπει να υπάρχει η δυνατότητα επίσκεψης στο σημείο π.χ. αναστροφής ή στροφής, χωρίς να παρακωλύεται η κυκλοφορία.

ΒΗΜΑ ΤΕΤΑΡΤΟ : ΕΞΕΤΑΣΤΕ ΤΗΝ ΥΠΑΡΞΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

- Είναι σαφές ότι πρέπει να εξετάσετε προσεκτικά την ύπαρξη ανταγωνισμού γεωγραφικά, ποσοτικά (πωλήσεις) και ποιοτικά (επίπεδο εξυπηρέτησης).
- Εάν η Εμπορική Ζώνη στην οποία στοχεύετε είναι γεμάτη από ανταγωνιστές, τότε ψάξτε για κάποια άλλη αγορά στην οποία θα μπορείτε να κυριαρχήσετε ευκολότερα.

ΒΗΜΑ ΠΕΜΠΤΟ : ΕΝΤΟΠΙΣΤΕΤΕ «ΕΣΤΙΕΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ»

- Ανεξάρτητα από τον τύπο franchise που αναπτύσσετε, πρέπει να γνωρίζετε από ποιες περιοχές προέρχονται οι πελάτες σας.
- Πρέπει να περπατήσετε ή να οδηγήσετε σε αυτές τις περιοχές που ζουν ή εργάζονται, να καταγράψετε τα Εμπορικά Κέντρα και Ζώνες που τους επηρεάζουν και τις επιχειρήσεις στις οποίες ενδεχομένως να απασχολούνται.

ΒΗΜΑ ΕΚΤΟ : ΕΚΤΙΜΗΣΤΕ ΤΗΝ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΗ ΑΞΙΑ ΤΟΥ ΣΥΜΒΟΛΑΙΟΥ ΜΙΣΘΩΣΗΣ

- Ποτέ μην πληρώνετε μίσθωμα μεγαλύτερο από αυτό που ανταποκρίνεται στην εμπορική αξία του σημείου.
- Ελέγξτε συγκρίσιμα καταστήματα σε είδος και πωλήσεις, τι όρους μίσθωσης έχουν πετύχει.
- Πληρώστε το ποσό που δικαιολογεί η συγκεκριμένη αγορά σήμερα.

ΒΗΜΑ ΕΒΔΟΜΟ : ΚΑΘΟΡΙΣΤΕ ΤΟ ΕΝΟΙΚΙΟ ΚΑΙ ΤΙΣ ΑΥΞΗΣΕΙΣ

- Το ενοίκιο θα πρέπει να επιτρέπει τη δημιουργία υγιούς και ασφαλούς κέρδους για την επιχείρηση αλλιώς η διαπραγμάτευση είναι άνευ ουσίας.
- Καθορίστε το βασικό ενοίκιο, τρόπο και χρόνο καταβολής και σταθερές περιοδικές αυξήσεις.
- Μην αποδεχθείτε να συνδέσετε το ενοίκιο με οικονομικούς δείκτες και ποσοστά που πιθανά θα διακυβεύσουν τις μελλοντικές αποδόσεις της επιχείρησης.

ΒΗΜΑ ΟΓΔΩΟ : ΑΠΟΦΥΓΕΤΕ ΤΗΝ ΥΠΑΡΞΗ «ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΩΝ ΟΡΩΝ ΧΡΗΣΗΣ»

- Οι ιδιοκτήτες συνηθίζουν να απαιτούν την ύπαρξη πολύ συγκεκριμένων όρων χρήσης π.χ. «ο ενοικιαστής θα χρησιμοποιεί τον χώρο αυτό αυστηρά ως κατάστημα πώλησης κινητής τηλεφωνίας και για κανέναν άλλο σκοπό πέραν τούτου».
- Ποτέ δεν πρέπει να αποδέχεστε τέτοιους όρους διότι ποτέ δεν γνωρίζετε εάν θα χρειαστεί η επιχείρηση να μετεξελιχθεί λίγο ή πολύ σε μία άλλη μορφή.
- Ελέγξτε αν υπάρχουν ή τίθενται άμεσα ή έμμεσα όροι που θα δημιουργούν προβλήματα στην άδεια λειτουργίας.
- Ελέγξτε τη νομιμότητα του κτιρίου, αν για την έκδοση της άδειας λειτουργίας απαιτείται η προσκόμισή της.

<http://www.franchise-success.gr/index.asp>

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

ΜΕΛΟΣ ΤΟΥ ΣΥΝΔΕΣΜΟΥ FRANCHISE ΕΛΛΑΔΟΣ

Διανύοντας το 25^ο έτος μιας συνεχούς επιτυχημένης πορείας, το Δίκτυο Καταστημάτων ΓΕΡΜΑΝΟΣ διαθέτει σήμερα με περισσότερα από 830 καταστήματα σε 7 χώρες (Ελλάδα, Πολωνία, Ρουμανία, Κύπρος, Πρώην Γιουγκοσλαβική Δημοκρατία της Μακεδονίας και Ουκρανία) και αποτελεί το μεγαλύτερο Ελληνικό Δίκτυο Καταστημάτων Προϊόντων και υπηρεσιών Τηλεπικοινωνιών στην Ευρώπη. Με πεδίο δραστηριότητας μια περιοχή που ξεπερνά τους 100 εκατομμύρια κατοίκους, το Δίκτυο Καταστημάτων ΓΕΡΜΑΝΟΣ αποτελεί ένα από τα πλέον πετυχημένα επιχειρηματικά μοντέλα και πραγματοποιεί το Όραμα του Ομίλου, συνδέοντας καθημερινά 100.000 καταναλωτές με την τεχνολογία. Παρέχοντας το σύνολο σχεδόν των operators κινητής και σταθερής τηλεφωνίας στη χώρα μας, το Δίκτυο Καταστημάτων ΓΕΡΜΑΝΟΣ αποτελεί «One-Stop-Shop» για όλα τα Προϊόντα και τις Υπηρεσίες Τηλεπικοινωνιών.

Παροχές προς franchisee: Ο συνεργάτης επωφελείται από τη χρήση της τεχνογνωσίας που διαθέτει η εταιρεία, από την ευρύτατη γνώση του σήματος ΓΕΡΜΑΝΟΣ, καθώς και την καλή φήμη που το συνοδεύει. Εκπαίδευση 2-3 μηνών σε θεωρητικό και πρακτικό επίπεδο, ενημέρωση στα νέα προϊόντα και υπηρεσίες του Ομίλου, στις σύγχρονες τεχνικές πώλησης, στο marketing, στην εξυπηρέτηση πελατών κ.λ.π.

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ	
ΑΡΙΘΜΟΣ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ	
Εταιρικά:	[20]
Franchise:	[950]
Σύνολο:	[970]
Σημαντικές πληροφορίες	
Έναρξη Δραστηριότητας- Franchising:	[1980]
Προέλευση:	Ελλάδα
Μέσο Μέγεθος Καταστήματος:	
	60 τ.μ.
Μέσο Ύψος Επένδυσης:	70 .000 Ε
Συμμετοχή Διαφήμισης:	Όχι
Royalties:	12 έτη

Η δυναμική ανάπτυξη του δικτύου βοηθήθηκε σημαντικά από την αξιοποίηση του συστήματος δικαιόχρησης franchising.

Αντικείμενο των συμβάσεων είναι η ανάθεση στο δικαιοδόχο του δικαιώματος λιανικής πώλησης των προϊόντων και υπηρεσιών της ΓΕΡΜΑΝΟΣ Α.Β.Ε.Ε., χρήσεως διακριτικού τίτλου και σήματος τεχνογνωσίας.

Βάσει των συμβολαίων αυτών η εταιρεία αναλαμβάνει την αρχική και περιοδική εκπαίδευση των δικαιοδόχων (franchisees), τη διαμόρφωση της εμπορικής πολιτικής, τη διαφημιστική υποστήριξη και τη διαμόρφωση του καταστήματος. Οι δικαιοδόχοι αναλαμβάνουν την ίδρυση, την αρχική οργάνωση, καθώς και τη διοίκηση και λειτουργία ενός καταστήματος ΓΕΡΜΑΝΟΣ βάσει προδιαγραφών που τίθενται από την Εταιρεία.

Η συνεχής εκπαίδευση στα νέα προϊόντα και υπηρεσίες, είναι αναπόσπαστο στοιχείο της διαφήμισης της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών.

<http://www.e-germanos.gr>

ΑΝΑΛΥΣΗ S.W.O.T.

ΓΙΑ ΤΗΝ ΓΕΡΜΑΝΟΣ Α.Β.Ε.Ε.

ΔΥΝΑΜΕΙΣ	ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ
<ul style="list-style-type: none">□ Μεγάλος αριθμός καταστημάτων□ Δυνατή και μεγάλη διαφημιστική καμπάνια□ Εμπλουτισμένη ιστοσελίδα (www.germanosnet.gr και www.e-germanos.gr)□ Εξειδίκευση στην σύγχρονη τεχνολογία□ Αξιοπιστία στην εξυπηρέτηση πελατών□ Εφαρμογή του προγράμματος DIASBAT	<ul style="list-style-type: none">□ Χαμηλό ποσοστό χονδρικής πώλησης□ Έλλειψη επαρκών αποθηκευτικών χώρων□ Ύπαρξη μεγάλης γραφειοκρατίας όσο αναφορά τα συμβόλαια κινητής τηλεφωνίας□ Μεγάλος χρόνος αναμονής και επιστροφής κινητών τηλεφώνων από εξουσιοδοτημένα service της Αθήνας

ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ	ΑΠΕΙΛΕΣ
<ul style="list-style-type: none">□ Ίδρυση αποθηκευτικών χώρων πανελλαδικά□ Εύρεση νέων εκκολαπτόμενων αγορών σε διάφορες περιοχές□ Αναβάθμιση service από level 2 σε level 3 που σημαίνει μείωση του χρόνου επισκευής κινητών τηλεφώνων	<ul style="list-style-type: none">□ Πιθανή συγχώνευση ανταγωνιστικών επιχειρήσεων□ Εισαγωγή πολυεθνικών εταιρειών από το εξωτερικό

Η επιχείρηση συγκεκριμένα αλλά και ο κλάδος του λιανικού εμπορίου επηρεάζονται από εξωεπιχειρησιακούς παράγοντες οι οποίοι επιδρούν σημαντικά στην πορεία τους. Κάποιες ευκαιρίες που παρουσιάζονται, οι επιχειρήσεις του κλάδου, οφείλουν να τις εκμεταλλευτούν σωστά για να κάνουν ένα βήμα για την περαιτέρω ανάπτυξη και ευημερία τους. Αν πάλι δεν είναι κατάλληλα προετοιμασμένες για τις διάφορες απειλές που υπάρχουν ή εμφανίζονται κατά καιρούς τότε οι επιπτώσεις αναμένεται να είναι σοβαρές και κατά περίπτωση καταλυτικές για την εξέλιξή τους.

Οι ευκαιρίες και απειλές που παρουσιάζονται επηρεάζουν σημαντικά την πορεία και λειτουργία των επιχειρήσεων.

Οι δυνάμεις που παρουσιάζονται στην συγκεκριμένη επιχείρηση την έχουν καταστήσει πρωτοπόρα στον τομέα της. Κατ' αρχάς, ο μεγάλος αριθμός καταστημάτων που έχει ιδρύσει σε περιοχές και εκτός Αττικής και Ελλάδας και η πρωτοποριακή διαφημιστική καμπάνια την οποία ακολουθεί σαν Όμιλος, της δίνουν το προβάδισμα έναντι άλλων επιχειρήσεων του τομέα.

Από την άλλη πλευρά όμως, πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη σημασία τόσο στις αδυναμίες όσο και στις απειλές που προκύπτουν κατά καιρούς καθώς ο χειρισμός που θα λάβουν οι συγκεκριμένες από την εταιρεία, παίζει σημαντικό ρόλο στην μετέπειτα εξέλιξή της. Αδυναμίες λοιπόν όπως η έλλειψη αποθηκευτικών χώρων και ο χρόνος του service πρέπει να αντιμετωπιστούν άμεσα προκειμένου η εταιρεία να φθάσει στο μέγιστο της απόδοσης των κερδών.

Τέλος αξίζει να αναφερθεί ως μια πρωτοποριακή δύναμη της εταιρείας το DIASBAT. Το DIASBAT είναι ένα πρόγραμμα προστασίας του περιβάλλοντος από τα τοξικά στοιχεία που περιέχονται στις αλκαλικές και επαναφορτιζόμενες μπαταρίες. Ο ΓΕΡΜΑΝΟΣ έχει δώσει μεγάλη σημασία σε αυτό, συγκεντρώνοντας τις άδειες μπαταρίες από όλα τα καταστήματα και ανακυκλώνοντας τις σε ειδικούς εργαστηριακούς χώρους.



ΜΕΡΟΣ Β

ΓΕΡΜΑΝΟΣ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

1.1. Ο ΟΜΙΛΟΣ ΜΕ ΜΙΑ ΜΑΤΙΑ

1.1.1. Η ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΟΜΙΛΟΥ

Όραμα

Η σύνδεση του καθημερινού ανθρώπου με την Τεχνολογία αποτέλεσε για τους ανθρώπους του Ομίλου Εταιρειών ΓΕΡΜΑΝΟΣ, όραμα και ουσία σε όλη τη διαδρομή τους.

Για την πραγματοποίηση του οράματός τους ακολούθησαν την επιλογή της επένδυσης:

- Επένδυση στην αξιοποίηση επιχειρηματικών ευκαιριών εντός και εκτός συνόρων, διαβλέποντας διεθνείς τάσεις και εξελίξεις.
- Επένδυση στην Έρευνα και Ανάπτυξη με στόχο τη συνεχή και αδιάλειπτη διάθεση πρωτοποριακών τεχνολογικών προϊόντων και υπηρεσιών στον καταναλωτή, και την παραγωγή καινοτόμων ενεργειακών εφαρμογών.
- Επένδυση στη συνεχή εξέλιξη του ανθρώπινου δυναμικού του για να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις της σύγχρονης επιχειρηματικότητας.

Αποστολή

Η μακρόχρονη και επιτυχημένη πορεία στους τομείς της Τεχνολογίας και της Ενέργειας, τοποθετεί τον όμιλο σε ηγετική θέση στην ελληνική και διεθνή επιχειρηματική σκηνή.

Αποστολή του είναι, αφενός η διατήρηση αυτής της θέσης, αφετέρου η δέσμευση του προς το επενδυτικό κοινό για διαρκή διεύρυνση των εκτός συνόρων δραστηριοτήτων του, τόσο στον τομέα των Εξειδικευμένων Δικτύων Καταστημάτων Προϊόντων και Υπηρεσιών Τηλεπικοινωνιών μέσω του Δικτύου Καταστημάτων ΓΕΡΜΑΝΟΣ όσο και στον τομέα Παραγωγής και Διανομής Ολοκληρωμένων Ενεργειακών Συστημάτων και Συσσωρευτών Ειδικών Προδιαγραφών μέσω του Βιομηχανικού Συγκροτήματος SUNLIGHT.

Αξίες

Η μακρόχρονη πορεία του Ομίλου Εταιρειών ΓΕΡΜΑΝΟΣ σηματοδοτείται από πολλές και σημαντικές επιτυχίες. Οι θεμελιώδεις αξίες του Ομίλου, όμως, διατηρήθηκαν ακέραιες και συνοψίζονται σε πέντε αρχές.

Το όνομα ΓΕΡΜΑΝΟΣ αποτελεί συνώνυμο της Αξιοπιστίας, τόσο προς τους καταναλωτές όσο και προς το επενδυτικό κοινό. Προάγει την Επιχειρηματικότητα, με την Πρωτοβουλία ως σημείο εκκίνησης κάθε προσπάθειας, την Ακεραιότητα ως προϋπόθεση κάθε επιλογής και τη Φιλικότητα ως βάση των διαπροσωπικών σχέσεων σε κάθε είδους συναλλαγή.

1.1.2. ΟΙ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΤΟΥ

Ο Όμιλος Εταιρειών ΓΕΡΜΑΝΟΣ αποτελεί έναν Ελληνικό Πολυεθνικό Όμιλο με δραστηριότητα στους τομείς της Τεχνολογίας και της Ενέργειας. Σήμερα απασχολεί 5.000 εργαζόμενους, διαθέτει 950 καταστήματα ΓΕΡΜΑΝΟΣ σε 7 χώρες καλύπτοντας γεωγραφικά μια περιοχή με περισσότερους από 150 εκατομμύρια κατοίκους, ενώ δραστηριοποιείται και στον τομέα της Ενέργειας μέσω του Βιομηχανικού συγκροτήματος SUNLIGHT. Για το 2005 ο Όμιλος σημείωσε κύκλο εργασιών €1,02 δις., Κέρδη Προ Φόρων Τόκων και Αποσβέσεων (EBITDA) €94,3εκ. και Καθαρά Κέρδη €63,1 εκ..

Ο Όμιλος εταιρειών ΓΕΡΜΑΝΟΣ, ένας από τους ταχύτερα αναπτυσσόμενους Ελληνικούς Πολυεθνικούς Ομίλους, δραστηριοποιείται σε τρεις άξονες, σημειώνοντας ταχάτατους ρυθμούς ανάπτυξης.

Δίκτυο Λιανικής Πώλησης

Το Δίκτυο Καταστημάτων ΓΕΡΜΑΝΟΣ αποτελεί το μεγαλύτερο ελληνικό Δίκτυο Καταστημάτων Τεχνολογίας στην Ευρώπη. Με περισσότερα από 950 καταστήματα σε 7 χώρες – Ελλάδα, Πολωνία, Ρουμανία, Βουλγαρία, π.Γ.Δ.Μ., Ουκρανία και Κύπρο – καλύπτει μια περιοχή που ξεπερνά τα 150 εκατομμύρια πολιτών.

Στο Δίκτυο Καταστημάτων ΓΕΡΜΑΝΟΣ, ο καταναλωτής βρίσκει την πληρέστερη συλλογή προϊόντων και υπηρεσιών τηλεπικοινωνιών, στους τομείς της κινητής και σταθερής τηλεφωνίας, ADSL

και Internet, laptops, παιχνιδιομηχανών και συσκευών ψηφιακής τεχνολογίας. Παράλληλα, σε κάθε κατάσταση λειτουργεί εξειδικευμένο τμήμα τεχνικού σέρβις.

Βιομηχανικός Τομέας

Ο Όμιλος Εταιρειών ΓΕΡΜΑΝΟΣ δραστηριοποιείται για περισσότερα από 15 χρόνια στον τομέα της ενέργειας μέσω του Βιομηχανικού Συγκροτήματος SUNLIGHT, παράγοντας και διανέμοντας Ολοκληρωμένα Συστήματα Αυτόνομης Ενέργειας και Συσσωρευτές Ειδικών Προδιαγραφών.

Με έδρα την Ξάνθη, η SUNLIGHT συγκαταλέγεται μεταξύ των κορυφαίων παραγωγικών δυνάμεων της παγκόσμιας αμυντικής βιομηχανίας, με σημαντικές συνεργασίες με κορυφαίες εταιρείες (π.χ. HDW FS, ATLAS ELECTRONIK GmbH). Οι επενδύσεις στην Έρευνα και Ανάπτυξη, καθώς και σε σύγχρονες υποδομές που εφαρμόζουν τα τελευταία συστήματα Ποιότητας και Περιβαλλοντικής Διαχείρισης, καθιστούν το Βιομηχανικό Συγκρότημα ένα από τα πιο σύγχρονα στην Ευρώπη.

Δίκτυο Διανομής Καταναλωτικών Προϊόντων

Η Διανομή Καταναλωτικών Προϊόντων αποτελεί μια από τις βασικές δραστηριότητες του Ομίλου ΓΕΡΜΑΝΟΣ, διατηρώντας:

- Την αποκλειστική διάθεση μπαταριών TOSHIBA για όλη την Ευρώπη
- Την παραγωγή των μπαταριών SUNLIGHT που κατασκευάζονται στο ομώνυμο Βιομηχανικό συγκρότημα του Ομίλου στη Ξάνθη
- Άριστες σχέσεις με το σύνολο των δικτύων σταθερής και κινητής τηλεφωνίας σε όλες τις χώρες δραστηριοποίησης της.

Το Δίκτυο Διανομής Καταναλωτικών Προϊόντων έχει αναπτυχθεί σε Ελλάδα, Ρουμανία, Πολωνία και Ουκρανία ελέγχοντας μια αγορά 120 εκατ. καταναλωτών και αποτελεί τον πλέον αξιόπιστο συνεργάτη με μερίδια που ξεπερνούν το 30% της αγοράς.

1.1.3. Εταιρική Διακυβέρνηση

Στο σύγχρονο επιχειρηματικό περιβάλλον, η αξία μιας επιχείρησης αποτελεί μια από τις σημαντικότερες παραμέτρους που συμβάλλουν στην αναπτυξιακή πορεία της, καθώς επιδρά καταλυτικά στην εμπιστοσύνη που λαμβάνει από την αγορά.

Αποσκοπώντας στη μεγιστοποίηση της αξίας αυτής προς όφελος των μετόχων και των ενδιαφερόμενων μερών, η Εταιρική Διακυβέρνηση διαδραματίζει καταλυτικό ρόλο στον Όμιλο ΓΕΡΜΑΝΟΣ, καταλαμβάνοντας σημαντική θέση στο πλαίσιο λειτουργίας της επιχείρησης.

Η ορθή, συνεπής και υπεύθυνη Εταιρική Διακυβέρνηση διέπει την καθημερινή πρακτική του Ομίλου σε όλες τις εκφάνσεις της, καθώς και τις σχέσεις μεταξύ των μετόχων, της Διοίκησης και όλων όσων επηρεάζονται από τη λειτουργία της επιχείρησης – ανθρώπινο δυναμικό, πελάτες, προμηθευτές, συνεργάτες κ.τ.λ., σε όλες τις χώρες και όλους τους τομείς δραστηριοποίησης της ΓΕΡΜΑΝΟΣ.

Αυτό επιτυγχάνεται μέσα από την ανάπτυξη και υιοθέτηση αρχών σύμφωνων με τη σχετική εγχώρια νομοθεσία, διατάξεις και κανονισμούς, και με βέλτιστες πρακτικές και ελεγκτικά πρότυπα της διεθνούς επιχειρηματικής και οικονομικής κοινότητας, διατηρώντας, σε κάθε περίπτωση, την απαραίτητη ευελιξία για προσαρμογή σε νέες συνθήκες και εξελίξεις.

Με προσήλωσή στο στόχο της διαφάνειας και της αποδοτικότητας στη διαχείριση του οργανισμού, ο Όμιλος Εταιρειών ΓΕΡΜΑΝΟΣ διαθέτει σήμερα ένα οργανωμένο σύστημα Εταιρικής Διακυβέρνησης αναφορικά, τόσο με τη σύνθεση και τον καθορισμό σαφών αρμοδιοτήτων για το Διοικητικό Συμβούλιο και τις επιμέρους Επιτροπές και Διευθύνσεις, όσο και με εταιρικές διαδικασίες σε όλους τους άξονες των δραστηριοτήτων του.

Αναλυτικά, οι αρχές της Εταιρικής Διακυβέρνησης καθορίζουν:

- Τη σύσταση του Διοικητικού Συμβουλίου
- Το σεβασμό και προστασία των μετόχων, καθώς και όσων βρίσκονται σε αλληλεπίδραση με την εταιρεία
- Το συνεχή εντοπισμό και εξάλειψη των εγγενών επιχειρηματικών κινδύνων
- Την εγκυρότητα της διακινούμενης πληροφορίας.

1.1.4. Στρατηγική Κοινωνικής Ευθύνης

Στον Όμιλο Εταιριών ΓΕΡΜΑΝΟΣ συνδυάζουν την επιχειρηματική καινοτομία με την έμπρακτη κοινωνική υπευθυνότητα..

Οι αξίες που διέπουν τη φιλοσοφία, χαράσσουν τις επιχειρηματικές τους επιλογές και καθορίζουν την καθημερινή πρακτική της ΓΕΡΜΑΝΟΣ έχουν ως σημείο αναφοράς την υπεύθυνη συμπεριφορά και δράση απέναντι στον άνθρωπο και το – φυσικό και κοινωνικό – περιβάλλον.

Για τον Όμιλο, η κοινωνική ευθύνη αποτελεί συστηματοποιημένο τμήμα της καθημερινής του πρακτικής.

Εξελίσσοντας τους ανθρώπους του Ομίλου: Το δυναμικό της ΓΕΡΜΑΝΟΣ ανέρχεται σε 5.000 εργαζόμενους σε 7 χώρες. Προωθούν την αξία της συνεργασίας, αναγνωρίζοντας, τόσο την ομαδικότητα όσο την ατομική συμβολή του κάθε μέλους στο τελικό αποτέλεσμα. Σε ένα τέτοιο πλαίσιο, η ασφάλεια και υγιεινή των ανθρώπων της αποτελούν για τη ΓΕΡΜΑΝΟΣ όχι απλά ένδειξη μέριμνας, αλλά απόδειξη σεβασμού ενός υπεύθυνου εργοδότη απέναντι στο πιο πολύτιμο κεφάλαιο της εταιρείας. Παράλληλα, φροντίζουν για τη συνεχή ανέλιξη των στελεχών εξασφαλίζοντας για αυτούς ολοκληρωμένα εκπαιδευτικά προγράμματα.

Προσθέτοντας αξία στην καταναλωτική εμπειρία και την αγορά: Με σεβασμό στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά κάθε αγοράς όπου δραστηριοποιούνται, πρωταρχικό στόχο τους αποτελεί η άρτια εξυπηρέτηση του καταναλωτή. Διασφαλίζοντας την υψηλή ποιότητα και την άμεση και προσωπική «σύνδεση του ανθρώπου με την τεχνολογία», διατηρούν σχέσεις εμπιστοσύνης με το καταναλωτικό κοινό και τους συνεργάτες / προμηθευτές τους.

Ενισχύοντας τις τοπικές κοινωνίες: Πιστεύοντας στη δύναμη των τοπικών κοινωνιών και σεβόμενοι των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών τους, εντάσσουμε την προώθηση του τοπικού management στις πάγιες επιλογές τους.

Ενδυναμώνοντας την υπεύθυνη περιβαλλοντική διαχείριση: Αποσκοπώντας στην προστασία του φυσικού περιβάλλοντος, αναλαμβάνουν πρωτοβουλίες, τόσο για την ενημέρωση και εκπαίδευση του προσωπικού τους όσο και για την ευαισθητοποίηση και την παρακίνηση της συμμετοχής της ευρύτερης

κοινής γνώμης μέσω προγραμμάτων περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης, όπως το πρόγραμμα ανακύκλωσης μπαταριών DIAS BAT. Παράλληλα, επενδύουν σε υποδομές σύμφωνες με τις αυστηρότερες προδιαγραφές περιβαλλοντικής διαχείρισης και ασφάλειας στο Βιομηχανικό Συγκρότημα SUNLIGHT της ΓΕΡΜΑΝΟΣ στην Ξάνθη, καθώς και σε προγράμματα Έρευνας και Ανάπτυξης για εναλλακτικές μορφές ενέργειας και προϊόντα φιλικά προς το περιβάλλον.

1.1.5. Διοίκηση Εταιρείας

Μοντέλο Διοίκησης

Εμπνευσμένο από το όραμα και τις αξίες που διέπουν την πορεία της εταιρείας από το ξεκίνημά της, ο Όμιλος ΓΕΡΜΑΝΟΣ διαθέτει ένα από τα πιο σύγχρονα μοντέλα οργάνωσης, με διαδικασίες και δομές που αποσκοπούν στη δημιουργία αξίας στο καθημερινό πλαίσιο λειτουργίας και τις σχέσεις που αναπτύσσονται μέσα σε αυτό. Πέρα από την επιχειρηματική του διάσταση, ο Όμιλος ΓΕΡΜΑΝΟΣ αποτελεί ένα ζωντανό οργανισμό που απαρτίζεται από 5.000 ανθρώπους σε 7 χώρες της Κεντρικής και Νοτιοανατολικής Ευρώπης. Η ορθή διαχείριση αυτού του πολύτιμου κεφαλαίου συγκαταλέγεται στις σημαντικότερες προϋποθέσεις ομαλής λειτουργίας και, κατά συνέπεια, επίτευξης των στόχων που έχει θέσει η εταιρεία για την περαιτέρω ενίσχυση της θέσης της στις αγορές όπου έχει παρουσία.

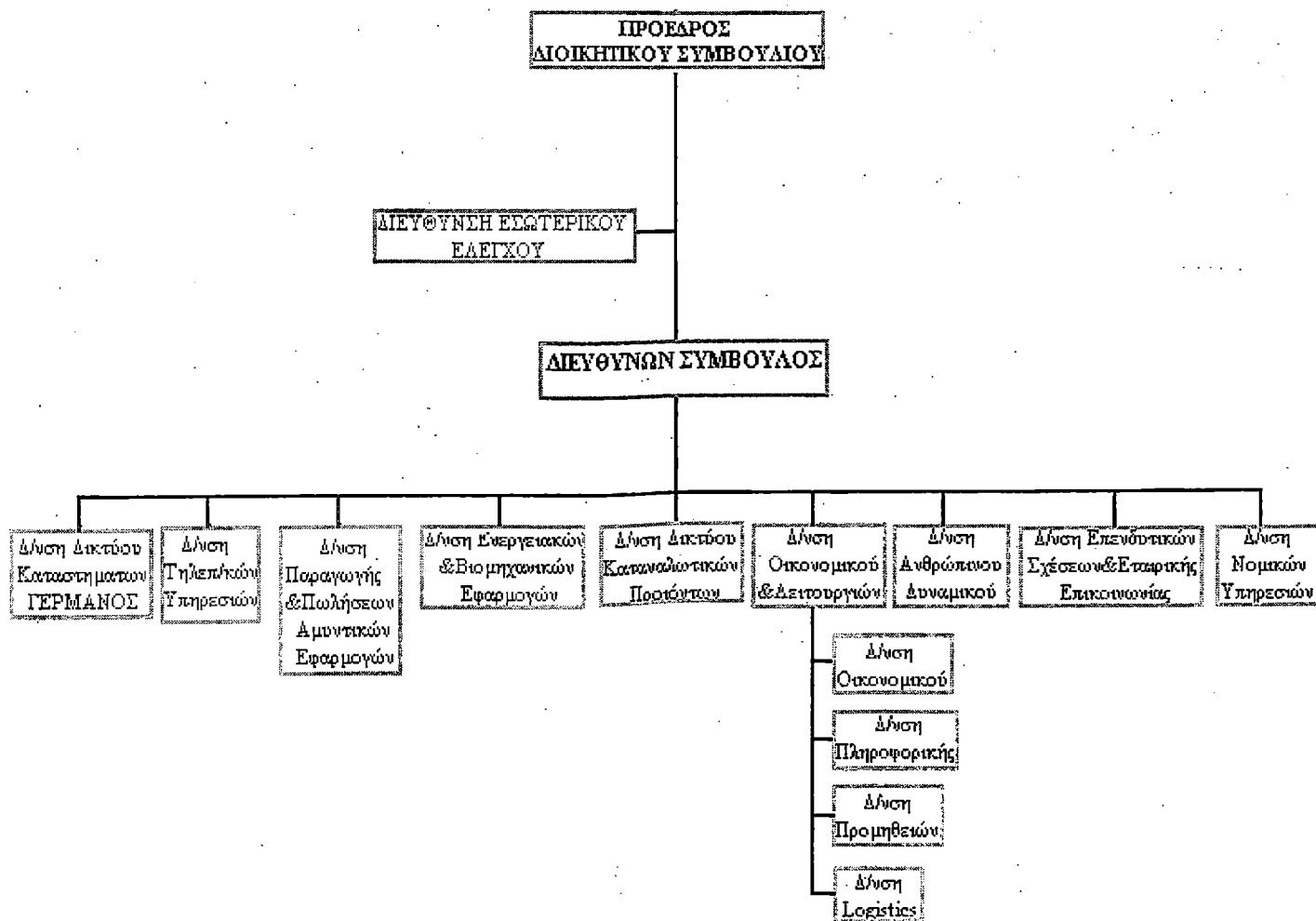
Προς αυτή την κατεύθυνση, η ΓΕΡΜΑΝΟΣ έχει υιοθετήσει ένα τεχνοκρατικό σύστημα οργάνωσης, ικανό να αντεπεξέλθει, τόσο στις απαιτήσεις της επιχειρηματικής θέσης της εταιρείας στο ανταγωνιστικό περιβάλλον όπου δραστηριοποιείται όσο και στη συνεχή ανάπτυξη και ανέλιξη του ανθρώπινου δυναμικού του.

Αποσκοπώντας σε ένα σχήμα που διακρίνεται από ευελιξία και αποτελεσματικότητα και ανταποκρίνεται στις λειτουργικές και ενδοεπικοινωνιακές ανάγκες, η εταιρεία περιλαμβάνει 13 αυτόνομες διευθύνσεις, αναπτύσσοντας μια οριζόντια δομή οργάνωσης. Με αυτό τον τρόπο, επιτυγχάνεται η απαλλαγή από γραφειοκρατικές πρακτικές και χρονοβόρες διαδικασίες, η ταχύτατη λήψη αποφάσεων, ο έλεγχος λειτουργίας του συστήματος και η αποφυγή επικάλυψης αρμοδιοτήτων.

Κάθε Διεύθυνση λειτουργεί αυτόνομα με τον επικεφαλής να αποτελεί μέλος της Επιτροπής Διοίκησης (Management Committee) του Ομίλου η οποία είναι υπεύθυνη για την εξέταση όλων των

σημαντικών θεμάτων για την εταιρεία και την λήψη αποφάσεων για την προώθηση και υλοποίηση σχεδίων και στόχων. Με σαφείς στόχους και καθήκοντα για κάθε μέλος της ομάδας που την απαρτίζουν, η κάθε Διεύθυνση προάγει την αξιοκρατία και τη φιλικότητα στην καθημερινή της πρακτική, ενώ δημοκρατικές και ανοιχτές διαδικασίες καθορίζουν το πλαίσιο λειτουργίας της.

1.1.6. Οργανόγραμμα ΓΕΡΜΑΝΟΣ Α.Ε.Β.Ε.



Ετήσιο Δελτίο και Απολογισμός 2005

1.2. ΓΕΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΓΕΡΜΑΝΟΣ ΑΒΕΕ

Η Εταιρεία ΓΕΡΜΑΝΟΣ ΑΝΩΝΥΜΟΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΚΑΙ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ ΚΑΙ ΠΑΡΟΧΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ, με το διακριτικό τίτλο «ΓΕΡΜΑΝΟΣ Α.Β.Ε.Ε.», ιδρύθηκε το 1989, με Αριθμό Μητρώου Ανώνυμων Εταιρειών 20523/04/β/89/577 και έδρα το Δήμο Αθηναίων. Με την από 05/12/1991 απόφαση της Γενικής Συνέλευσης των μετοχών, η έδρα της Εταιρείας μεταφέρθηκε στο Δήμο Μεταμόρφωσης Αττικής και εν συνεχεία με την από 10/05/1993 απόφαση της Γενικής Συνέλευσης των μετόχων, ορίστηκε η έδρα που είναι η Κοινότητα του Νέου Ολβίου του Νομού Ξάνθης. Τέλος με την 09/01/06 απόφαση της Γενικής Συνέλευσης η έδρα της εταιρείας μεταφέρθηκε στον Άγιο Στέφανο Αττικής (Σημειώνεται ότι τα κεντρικά γραφεία της Εταιρείας βρίσκονται στο 23^ο χλμ Εθνικής Οδού Αθηνών – Λαμίας στον Αγ. Στέφανο Αττικής).

Η διάρκεια της Εταιρείας σύμφωνα με το καταστατικό ίδρυσής της έχει οριστεί σε ενενήντα έτη, ήτοι μέχρι τις 31/12/2079.

Σκοπός της Εταιρείας, σύμφωνα με το καταστατικό της, είναι:

- α) Η Παραγωγή, εμπορία, εισαγωγή, εξαγωγή, χονδρική και λιανική πώληση και συναρμολόγηση κάθε είδους συσσωρευτών και πάσης φύσεως ενσυρματικών και ασυρματικών συσκευών και ειδών εφαρμογής ηλεκτρισμού, ηλεκτρονικής και τηλεπικοινωνίας, υπολογιστών, καθώς και ηλεκτρολογικού, ηλεκτρονικού και τηλεπικοινωνιακού υλικού.
- β) Η παροχή υπηρεσιών και προϊόντων τηλεπικοινωνιών με τους περιορισμούς του Ν. 2246/94, όπως ισχύει, η ανάπτυξη, εγκατάσταση, λειτουργία, διαχείριση και εκμετάλλευση των πάσης φύσεως υπηρεσιών κινητής και σταθερής επικοινωνίας, υπηρεσιών Internet, όπως υπηρεσιών ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, αλληλοδραστικού διαλόγου (IRC), μεταφοράς αρχείων (FTR), πρόσβαση σε κατανεμημένες βάσεις πληροφοριών.
- γ) Η εκπομπή σε ραδιοφωνική ή/και τηλεοπτική συχνότητα, καλωδιακή ή ψηφιακή τηλεόραση, με τη συμμετοχή ή και τη σύσταση νομικών προσώπων ή άλλων φορέων.

- δ) Η ανάληψη δραστηριοτήτων συναφών προς τις τηλεπικοινωνίες, συμπεριλαμβανομένων του σχεδιασμού συστημάτων, καθώς και της αναπύξεως, παραγωγής, χρήσεως, πωλήσεως, εκμισθώσεως, μισθώσεως, χρηματοδοτικής μισθώσεως και συντηρήσεως, αποκτήσεως κυριότητας ή δικαιωμάτων χρήσεως ή εκμεταλλεύσεως τηλεπικοινωνιακού εξοπλισμού.
- ε) Η απόκτηση κυριότητας, χρήσεως ή εκμεταλλεύσεως, επί τηλεπικοινωνιακού εξοπλισμού και μέσω παροχής τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών, η εγκατάσταση, λειτουργία, εκμετάλλευση και κάθε άλλη συναφής πράξη σε σχέση με κάθε είδους σύστημα ακόμη και μελλοντικού, κινητής και σταθερής τηλεφωνίας.
- στ) Η έρευνα και ανάπτυξη νέων τεχνολογιών, ευρεσιτεχνιών, σχεδίων / μοντέλων και πατέντων, όσον αφορά τις νέες ή και μελλοντικές υπηρεσίες δικτύου Internet, ιδίως υπηρεσιών ηλεκτρονικού καταλόγου, διαφήμισης και προώθησης προϊόντων μέσω Internet.
- ζ) Η ανάπτυξη και παροχή νέων προηγμένων υπηρεσιών, ιδίως αλληλοδραστικών υπηρεσιών Video, προσωπικών υπηρεσιών πολυμέσων.
- η) Η αγορά, αποθήκευση, μεταποίηση, συσκευασία, σήμανση με γραμμωτό κωδικό (Bar Coding), ετικετοποίηση (labelling) και Διανομή Εμπορευμάτων και Προϊόντων.
- θ) Η σχεδίαση και ανάπτυξη λογισμικού ιδίως όσον αφορά εμπορικές και οικονομικές εφαρμογές για την εξυπηρέτηση δικτύων καταστημάτων λιανικής πώλησης, εφαρμογές διαχείρισης σχέσεων πελατείας (CRM) και εφαρμογές για καταστήματα λιανικής (retail systems) εν γένει.
- ι) Η αντιπροσώπευση οίκων του εσωτερικού και εξωτερικού, παραγωγής και εμπορίας των ανώτερων ειδών και η παροχή υπηρεσιών σχετικών για τη μελέτη, εφαρμογή και χρησιμοποίηση των αμέσως ανωτέρω προϊόντων.
- ια) Η ίδρυση, συνεργασία και συμμετοχή σε άλλες ομοειδείς και συναφείς ή μη εταιρείες, οποιουδήποτε εταιρικού τύπου στην Ελλάδα και το εξωτερικό και
- ιβ) Κάθε παραγωγική και εμπορική δραστηριότητα συναφής προς τον σκοπό της εταιρείας.

Για την υλοποίηση του σκοπού της η εταιρεία δύναται να αγοράζει ακίνητα και αυτοκίνητα, να επενδύει τα διαθέσιμά της σε τίτλους και αξιόγραφα εισηγμένα ή μη σε Χρηματιστήρια εσωτερικού και εξωτερικού σε Ελληνικές και Αλλοδαπές εταιρείες παροχής επιχειρηματικού κεφαλαίου κ.λ.π., και να

αντλεί κεφάλαια δια τα επενδυτικά της προγράμματα από κάθε πηγή που προβλέπεται από τους Ελληνικούς Αναπτυξιακούς Νόμους και τους Κανόνες και Οδηγίες της Ευρωπαϊκής Ενώσεως, ακόμα δε να παρέχει πάσης φύσεως εγγυήσεων, τριτεγγυήσεων, κ.λ.π. στο όνομα της Εταιρείας υπέρ τρίτων φυσικών και νομικών προσώπων.

Ετήσιο Δελτίο και Απολογισμός 2005

1.3. ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟΥ ΕΡΓΑΣΙΩΝ

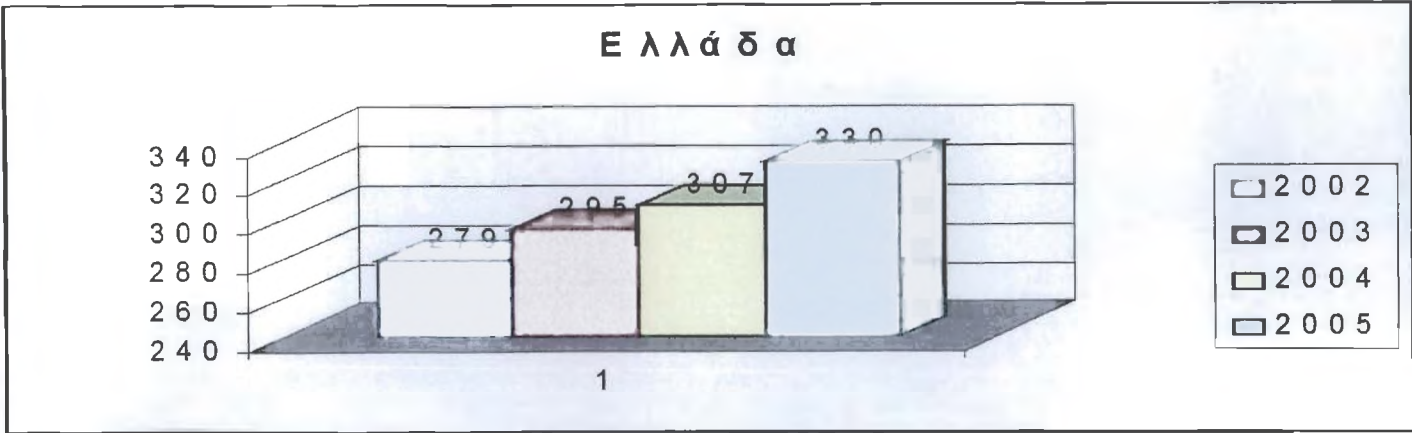
Δραστηριότητες



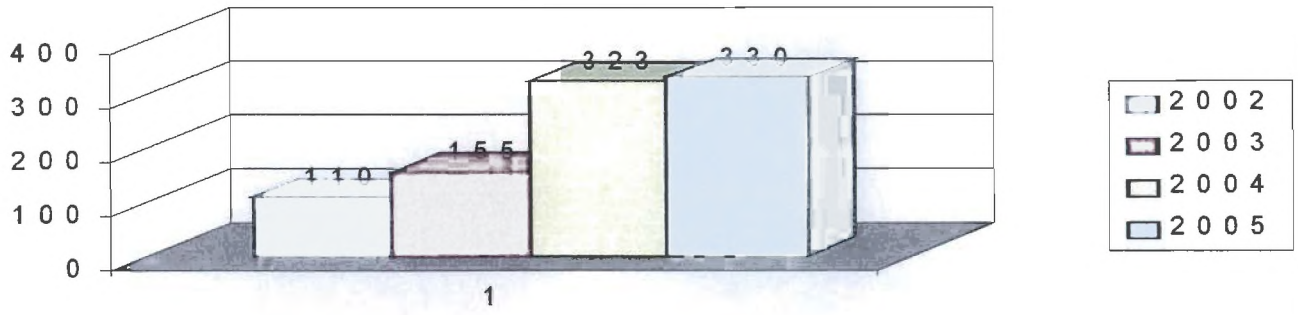
1. ΠΟΛΩΝΙΑ
2. ΕΛΛΑΔΑ
3. ΚΥΠΡΟΣ
4. ΟΥΚΡΑΝΙΑ
5. ΠΓΔΜ
6. ΡΟΥΜΑΝΙΑ
7. ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ

1. ΕΣΟΔΑ ΑΠΟ ΠΡΟΪΟΝΤΑ
2. ΕΣΟΔΑ ΑΠΟ ΚΙΝΗΤΗ ΚΑΙ ΣΤΑΘΕΡΗ ΤΗΛΕΦΩΝΙΑ

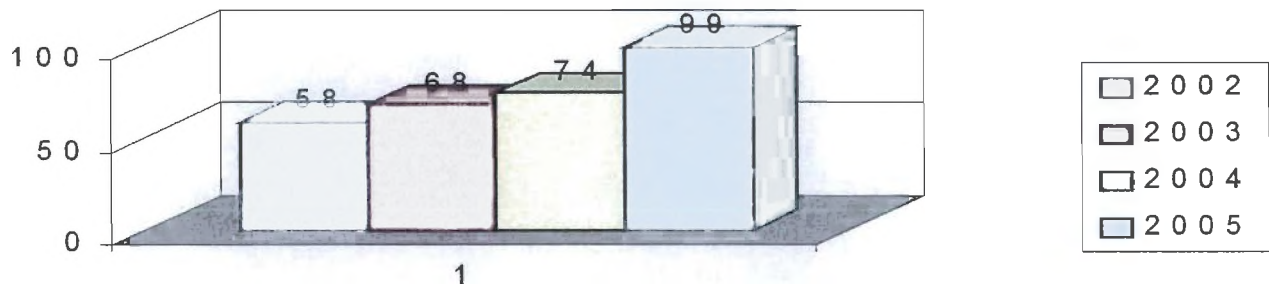
Εξέλιξη Ανάπτυξης του Δικτύου Καταστημάτων ΓΕΡΜΑΝΟΣ ανά χώρα (έως το τέλος 2005)



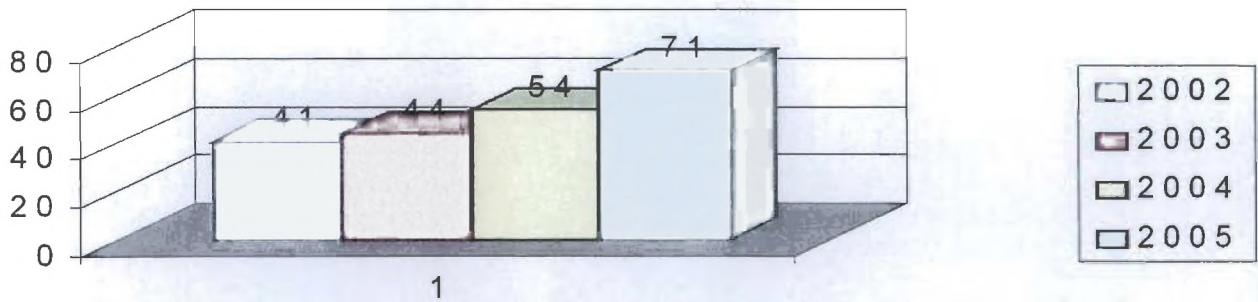
Πολωνία



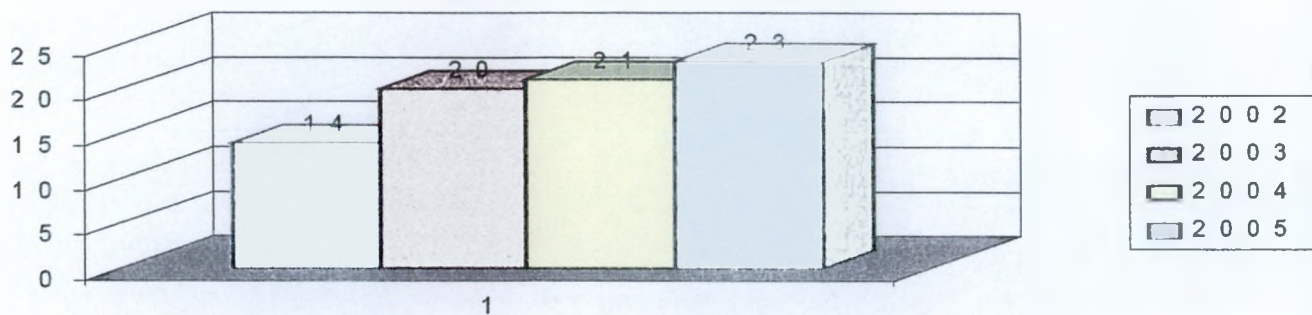
Ρουμανία



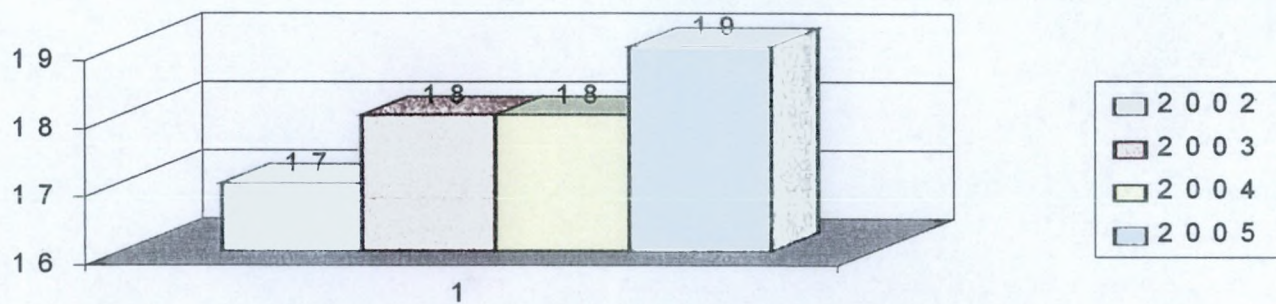
Βουλγαρία



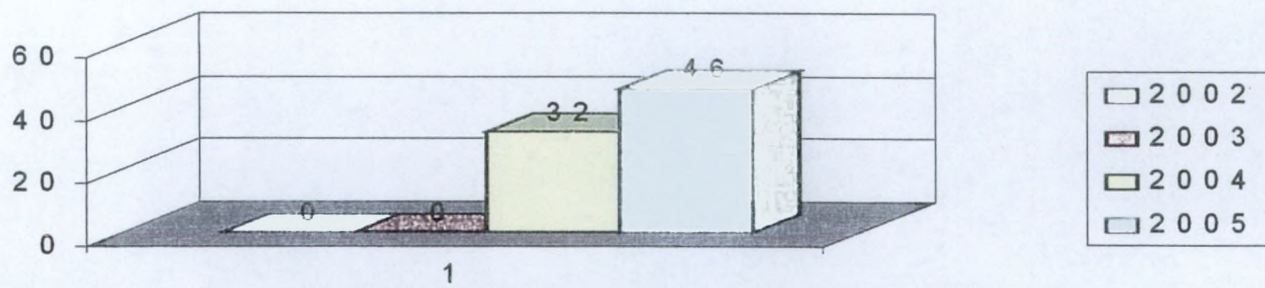
Π Γ Δ Μ



Κ ύ π ρ ο ς



Ο υ κ ρ α ν ί α



Δίκτυο Καταστημάτων

Το Δίκτυο Καταστημάτων ΓΕΡΜΑΝΟΣ σηματοδοτώντας την έναρξη της επιχειρηματικής του δράσης στην ελληνική αγορά διαγράφει εδώ και 27 χρόνια συνεχή επιτυχημένη πορεία. Την επιτυχία πιστοποιούν 950 καταστήματα ανεπτυγμένα με συναίσθηση ευθύνης για την προαγωγή της ελληνικής επιχειρηματικότητας εντός και εκτός συνόρων. Με παρουσία σε 7 χώρες της Ευρώπης (Ελλάδα, Πολωνία, Ρουμανία, Βουλγαρία, Κύπρο, Πρώην Γιουγκοσλαβική Δημοκρατία της Μακεδονίας και Ουκρανία) καλύπτει εύρος αγοράς που ξεπερνά τα 150 εκατ. καταναλωτών. Στηριγμένο στη φιλοσοφία "one – stop – shop" θέτει ως κεντρικό στόχο να συνδέει τον καθημερινό άνθρωπο με την τεχνολογία. Η πανελλαδική κάλυψη του δικτύου σε συνδυασμό με την εύστοχη επικοινωνιακή στρατηγική έχουν προσφέρει στο όνομα ΓΕΡΜΑΝΟΣ υψηλή αναγνωρισιμότητα στον τομέα των προϊόντων και υπηρεσιών της τηλεπικοινωνίας.

Η διανομή των προϊόντων της Εταιρείας πραγματοποιείται για μεν τον πρώτο κλάδο δραστηριότητας, ήτοι τη λιανική πώληση εξειδικευμένων προϊόντων και αξεσουάρ κινητής τηλεφωνίας, μέσω του δικτύου καταστημάτων ΓΕΡΜΑΝΟΣ, για το δεύτερο κλάδο, της παραγωγής και διάθεσης συσσωρευτών ηλεκτρονικής ισχύος, μέσω του δικτύου διανομής καταναλωτικών προϊόντων και του δικτύου διανομής βιομηχανικών – αμυντικών προϊόντων.

Η δυναμική ανάπτυξη του δικτύου βοηθήθηκε σημαντικά από την αξιοποίηση του συστήματος δικαιόχρησης franchising.

Τηλεπικοινωνιακές Υπηρεσίες

Παράλληλα, ο τομέας Τηλεπικοινωνιακών Υπηρεσιών υποστηρίζει διαρκώς τα Δίκτυα Πωλήσεων του Ομίλου, ώστε να παρέχουν υψηλής ποιότητας υπηρεσίες και προϊόντα στους καταναλωτές, ενώ μέσω του ειδικού τμήματος Συμβούλων Τηλεπικοινωνίας Επιχειρήσεων, προσφέρει συμβουλευτικές υπηρεσίες και ολοκληρωμένες λύσεις τεχνολογίας αιχμής σε κάθε επιχείρηση, ώστε οι στόχοι της να γίνουν πραγματικότητα.

Μέσα από τη σύναψη στρατηγικών συνεργασιών με τις σημαντικότερες εταιρείες του χώρου, η ΓΕΡΜΑΝΟΣ επιτυγχάνει τη διασφάλιση της υψηλής ποιότητας στις παρεχόμενες προς τον καταναλωτή υπηρεσίες, κατακτώντας σημαντικά μερίδια στους τομείς της Σταθερής και Κινητής Τηλεφωνίας καθώς και του Internet.

Πιο συγκεκριμένα ο τομέας Τηλεπικοινωνιακών Υπηρεσιών ενισχύει τη δράση του Ομίλου σε τομείς όπως :

Τομέας	Εμπορικοί Συνεργάτες
Κινητή Τηλεφωνία	Cosmote, TIM, Vodafone, Q Telecom
Σταθερή Τηλεφωνία	OTE, Tellas, Lannet
Internet	OTEnet, Forthnet, Hellas On Line

Αυτόνομη Ενέργεια

ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟ ΣΥΓΚΡΟΤΗΜΑ SUNLIGHT

Με έδρα το Όλβιο Ξάνθης, το Βιομηχανικό Συγκρότημα SUNLIGHT αποτελεί σήμερα το μοναδικό παραγωγό Ολοκληρωμένων Ενεργειακών Συστημάτων και Συσσωρευτών στην Ελλάδα και έναν από τους πλέον σημαντικούς σε όλο τον κόσμο. Η σημαντική κατάταξη της ελληνικής βιομηχανικής μονάδας SUNLIGHT στη διεθνή αγορά έχει ως αποτέλεσμα, όχι μόνο να προσφέρει ένα άκρως ανταγωνιστικό προϊόν ενσωματώνοντας υψηλή προστιθέμενη αξία, αλλά να διεκδικεί περίοπτη θέση στην παγκόσμια αγορά.

Σταθμός στη δυναμική πορεία ανάπτυξης του Βιομηχανικού Συγκροτήματος SUNLIGHT υπήρξε, η εξαγορά του, το 1991, από τον Όμιλο Εταιρειών ΓΕΡΜΑΝΟΣ, γεγονός που συντέλεσε στην μετέπειτα εξέλιξή του και την επέκταση των δραστηριοτήτων του σε ολόκληρη την Ευρώπη.

Σήμερα η Βιομηχανική Μονάδα SUNLIGHT αναπτύσσει και παράγει περισσότερα από 1.500 εξειδικευμένα προϊόντα και ολοκληρωμένα ενεργειακά συστήματα, τα οποία βρίσκουν εφαρμογές στη

Βιομηχανία, την Άμυνα, τις Τηλεπικοινωνίες, τις Δομικές Κατασκευές και τις Μεταφορές, τομείς ιδιαίτερα υψηλών απαιτήσεων και προδιαγραφών.

Η μονάδα έχει ενσωματώσει στο δυναμικό τις έξι υπερσύγχρονες γραμμές παραγωγής για συσσωρευτές πρόωσης υποβρυχίων, συσσωρευτές μολύβδου ανοιχτών και κλειστού τύπου, υβριδικά συστήματα για αυτόνομη παροχή ισχύος, καθώς και για απλές καταναλωτικές μπαταρίες και φορτιστές κινητής τηλεφωνίας.

Παράλληλα, διαθέτει γραμμές παραγωγής και συναρμολόγησης για τροφοδοτικά τηλεπικοινωνιακών εφαρμογών, βιομηχανικούς φορτιστές, ηλεκτροπαραγωγά ζεύγη και συστήματα αδιάλειπτης λειτουργίας UPS.

Ποιότητα και Περιβαλλοντική Διαχείριση

Το Βιομηχανικό Συγκρότημα SUNLIGHT σέβεται τις διαχρονικές ανθρώπινες και φυσικές αξίες όπως η υγεία του προσωπικού και το περιβάλλον. Τα προϊόντα της βιομηχανίας παράγονται σύμφωνα με τις αυστηρότερες διεθνείς προδιαγραφές, αφού η παραγωγική διαδικασία ελέγχεται από ένα σύστημα διασφάλισης ποιότητας κατά ISO 9001. παράλληλα, η εταιρεία με υψηλό αίσθημα ευθύνης απέναντι στο περιβάλλον, εφαρμόζει σύστημα περιβαλλοντικής διαχείρισης αποβλήτων κατά ISO 14001, το οποίο πρόσφατα πιστοποιήθηκε κατά OSHAS 1800.

Έρευνα και Ανάπτυξη

Η Βιομηχανική Μονάδα SUNLIGHT δραστηριοποιείται στην έρευνα και ανάπτυξη τεχνολογιών αποθήκευσης ενέργειας πάνω από 10 χρόνια και έχει εκτεταμένη γνώση όλων των τεχνολογιών, πρωτογενών και δευτερογενών στοιχείων. Η εκπόνηση τεχνικών μελετών για πρόγραμμα Έρευνας και Ανάπτυξης με στόχο την ανάπτυξη νέων προϊόντων και την αξιολόγηση της λειτουργίας τους, είναι μερικές από τις υπηρεσίες που προσφέρουν στο τμήμα Έρευνας και Ανάπτυξης σήμερα. Επιπρόσθετα, η Βιομηχανική Μονάδα SUNLIGHT εστιάζει στο σχεδιασμό, την ανάπτυξη και την αξιολόγηση νέας τεχνολογίας συστημάτων αποθήκευσης ενέργειας καθώς επίσης και συστημάτων αυτόνομης παροχής ισχύος για ένα μεγάλο φάσμα εφαρμογών.

ΤΟΜΕΑΣ ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΩΝ ΕΝΕΡΓΕΙΑΚΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΣΥΣΣΩΡΕΥΤΩΝ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟΥ ΤΥΠΟΥ ΚΑΙ ΕΙΔΙΚΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ

Η δραστηριότητα της βιομηχανίας SUNLIGHT εκτείνεται σε 50 χώρες, ενώ απόδειξη του υψηλού επιπέδου τεχνογνωσίας είναι η ίδια η πολιτειακή της βάση που περιλαμβάνει Δημόσιους Οργανισμούς, Υπουργεία Άμυνας, Βιομηχανίες, Εταιρείες Μεταφορών, Τηλεπικοινωνιακούς φορείς, Μονάδες παραγωγής ενέργειας και Κατασκευαστικές Εταιρείες.

Ισχυρή Διεθνής Παρουσία

Η Βιομηχανική Μονάδα SUNLIGHT του Ομίλου Εταιρειών ΓΕΡΜΑΝΟΣ επιτυγχάνει την εδραίωσή της στις αγορές του εξωτερικού, δίνοντας σημαντική έμφαση σε στρατηγικές συνεργασίες και στην ποιότητα των προϊόντων που κατασκευάζει.

Το Βιομηχανικό Συγκρότημα SUNLIGHT έχει επιχειρηματική παρουσία στη Ρουμανία, στη Βουλγαρία, στην Ουκρανία, στην Σερβία και στη Πολωνία, ενώ διαθέτει γραφεία πωλήσεων στη Γαλλία, στη Γερμανία, στη Μέση Ανατολή και στην Ισπανία, με στόχο τη διεύρυνση των προοπτικών ανάπτυξης του και την περαιτέρω εδραίωση του σε σημαντικούς τομείς της αγοράς των χωρών όπου δραστηριοποιείται.

ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΑΓΟΡΕΣ

Τομέας Εξαγωγής Φορητών Μπαταριών

Αποτελώντας την απαρχή της επιχειρηματικής του ανάπτυξης, ο χώρος των μπαταριών αποτελεί για τον Όμιλο Εταιρειών ΓΕΡΜΑΝΟΣ ένα από τα πλέον δυναμικά πεδία δράσης. Η πολυετής εμπειρία και η εξειδικευμένη τεχνογνωσία που διαθέτει ο Όμιλος στην παραγωγή και εμπορία ολοκληρωμένων ενεργειακών συστημάτων και εξειδικευμένων βιομηχανικών συσσωρευτών, μέσω του βιομηχανικού συγκροτήματος SUNLIGHT και του ευρύτατου εμπορικού του Δικτύου, οδήγησαν στη δημιουργία του Τομέα Εξαγωγής Φορητών Μπαταριών.

Ο Τομέας Εξαγωγής Φορητών Μπαταριών του Ομίλου ξεκίνησε τη δραστηριότητα του το 1994, με κύριο άξονα επιχειρηματικής ανάπτυξης την Ανατολική Ευρώπη. Πιο συγκεκριμένα η εξαγωγική δραστηριότητα περιλαμβάνει:

TOSHIBA Μπαταρίες

Έχοντας αναλάβει την διανομή των καταναλωτικών μπαταριών TOSHIBA, ο Όμιλος διεύρυνε το 2001 τη συνεργασία του με το διεθνή οίκο για την εξαγωγή των φορητών μπαταριών TOSHIBA και στη Δυτική Ευρώπη. Για το συγκεκριμένο σκοπό οι δύο εταιρείες προχώρησαν και στην από κοινού δημιουργία εμπορικού γραφείου με έδρα το Παρίσι. Σήμερα βάσει οργανωμένου πλάνου αναπτύσσεται η συγκεκριμένη εξαγωγική δραστηριότητα και στην περιοχή της Κεντρικής Ευρώπης.

SUNLIGHT

Μπαταρίες και Φακοί

Αποτελούν προϊόν του βιομηχανικού συγκροτήματος SUNLIGHT, φέροντας και την ομώνυμη ετικέτα. Σήμερα οι μπαταρίες και οι φακοί SUNLIGHT προωθούνται από τον τομέα Εξαγωγής Φορητών Μπαταριών του Ομίλου σε περίπου 20 χώρες της ΝΑ Ευρώπης, της Μέσης Ανατολής και της Αφρικής.

ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΙΔΙΩΤΙΚΗΣ ΕΤΙΚΕΤΑΣ

(Private Label)

Με την τεχνογνωσία που προσφέρει η δραστηριότητα της βιομηχανίας SUNLIGHT στην παραγωγή ολοκληρωμένων ενεργειακών συστημάτων, ο Τομέας Εξαγωγής Φορητών Μπαταριών συνάπτει στρατηγικές συνεργασίας με μεγάλους Οίκους και Αλυσίδες Λιανικής του εξωτερικού για προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας.

Στον χώρο των τηλεπικοινωνιών, η ΓΕΡΜΑΝΟΣ ΑΒΕΕ μέσω των θυγατρικών της παρέχει εξειδικευμένα προϊόντα και υπηρεσίες:

E-value

Η εταιρεία e-value, μέλος του Ομίλου ΓΕΡΜΑΝΟΣ, δραστηριοποιείται από το Σεπτέμβριο του 1999, στον τομέα παροχής ολοκληρωμένων υπηρεσιών Call Center και Customer Relationship Management (CRM), με στόχο την αποτελεσματική διαχείριση των πολιτειακών σχέσεων των συνεργατών της.

Με δυνατότητα απασχόλησης 1.200 εξειδικευμένων agents, 365 μέρες το χρόνο και σε 24ωρη βάση, η εταιρεία e-value προσφέρει με απόλυτη επιτυχία ολοκληρωμένες υπηρεσίες τηλεφωνικής εξυπηρέτησης, σε επίπεδο εισερχόμενων – εξερχόμενων κλήσεων, συγκέντρωσης δεδομένων και back office. Με κεντρικό άξονα τους πελάτες της, η e-value δεν είναι μόνο ένα αξιόπιστο contact center, αλλά ένας ανεκτίμητος εταιρικός συνεργάτης, ο οποίος σχεδιάζει, αναλαμβάνει και διεκπεραιώνει με ακρίβεια τις υπηρεσίες που οι πελάτες του έχουν πραγματικά ανάγκη.

Οι άνθρωποι της e-value, ενημερωμένοι και εφοδιασμένοι με τα κατάλληλα εργαλεία, είναι οι βάσεις και το μέλλον της εταιρείας και αποτελούν ένα από τα ανταγωνιστικά της πλεονεκτήματα.

Η ευελιξία των τηλεφωνικών υπηρεσιών της e-value, σε συνδυασμό με τα υπερσύγχρονα τεχνολογικά μέσα και το εξειδικευμένο προσωπικό της, μπορούν να εγγυηθούν την αποτελεσματική επίτευξη των στόχων των πελατών της. Παράλληλα, η e-value διαθέτει τη δυνατότητα παροχής management ή consulting υπηρεσιών για τα in – house centers, καθώς και ολοκληρωμένες υπηρεσίες CRM που δίνουν λύσεις στην αμφίδρομη, διαπροσωπική επικοινωνία (ONE – TO – ONE) με τους καταναλωτές, μέσω του τηλεφώνου.

Ειδικότερα, η e-value αποτελεί την ανοιχτή γραμμή:

- Κάθε επιχείρησης για : προώθηση προϊόντων και υπηρεσιών, είσπραξη ληξιπρόθεσμων οφειλών, έρευνες αγοράς, διαχείριση βάσεων δεδομένων, follow up εκδηλώσεων.
- Των πελατών κάθε επιχείρησης για : ενημέρωση γύρω από προϊόντα, υπηρεσίες, σημεία παρουσίας, διεκπεραίωση παραγγελιών, τεχνική υποστήριξη, after sales support, διαχείριση παραπόνων.

Η εταιρεία e-value, εξοπλισμένη με όλα τα σύγχρονα μέσα που παρέχει η ψηφιακή τεχνολογία και στελεχωμένη από κατάλληλα εκπαιδευμένο προσωπικό, προσφέρει όλο το φάσμα των υπηρεσιών Call Center όπως:

- Υπηρεσίες μέσω εισερχόμενων κλήσεων
- Υπηρεσίες μέσω εξερχόμενων κλήσεων
- Υπηρεσίες Back Office (Υποστήριξης)
- Υπηρεσίες Collection

Δίκτυο Διανομής Καταναλωτικών Προϊόντων (Χονδρική Πώληση)

Η Διεύθυνση διανομής καταναλωτικών προϊόντων ξεκίνησε την δράση της το 1984, αναλαμβάνοντας τότε την αποκλειστική αντιπροσώπευση των κυλινδρικών μπαταριών TOSHIBA, για την Ελλάδα και αποτέλεσε πρωταρχική δραστηριότητα για τον Όμιλο ΓΕΡΜΑΝΟΣ. Μέσα από το Δίκτυο Διανομής Καταναλωτικών Προϊόντων επιτυγχάνεται:

- Η διεύρυνση της αποκλειστικής Διανομής των μπαταριών TOSHIBA για όλη την Ευρώπη.
- Η παραγωγή και διανομή των μπαταριών SUNLIGHT από το ομώνυμο Βιομηχανικό Συγκρότημα του Ομίλου στην Ξάνθη.
- Η ταύτιση του Ομίλου με τις Τηλεπικοινωνίες και οι άριστες εμπορικές σχέσεις του με όλα τα δίκτυα κινητής και σταθερής τηλεφωνίας, σε όλες τις χώρες όπου δραστηριοποιείται.

Το δίκτυο διανομής Καταναλωτικών προϊόντων διανέμει και προωθεί προϊόντα από το ευρύτερο «καλάθι» του Ομίλου ΓΕΡΜΑΝΟΣ, προϊόντα δηλαδή, ευρείας κατανάλωσης που έχουν άμεση σχέση με την ενέργεια και τις τηλεπικοινωνίες. Σήμερα, με παρουσία σε Ελλάδα, Ρουμανία, Πολωνία και Ουκρανία, διαθέτει Δίκτυο πωλήσεων από 220 επαγγελματίες πωλητές που εξυπηρετούν πάνω από 22.000 πελάτες (αλυσίδες super market, ομίλους αγορών, ενώσεις, χονδρέμπορους τσιγάρων ψιλικών τροφίμων, μικρά σημεία πώλησης, πολυκαταστήματα, ειδικά καταστήματα κ.τ.λ.) και επιτυγχάνει τα προϊόντα που διανέμει να βρίσκονται τοποθετημένα σε πάνω από 190.000 τελικά σημεία πώλησης.

Δευτερεύοντα τομέα δραστηριότητας αποτελεί η εταιρεία E – Value.

	Τομείς	Συνεργάτες
Ενέργεια	Καταναλωτικές Μπαταρίες φακοί	TOSHIBA, SUNLIGHT
Τηλεπικοινωνιακά προϊόντα	Καρτοκινητή τηλέφωνα και πακέτα σύνδεσης	Cosmote, TIM, Vodafone, Q Telecom
	Κάρτες προπληρωμένου χρόνου κινητής τηλεφωνίας	Cosmote, TIM, Vodafone, Q Telecom
	Κάρτες προπληρωμένου χρόνου σταθερής τηλεφωνίας και Internet	OTE, OTEnet, ACN, Forthnet κλπ.



Ετήσιο Δελτίο και Απολογισμός 2005

1.4. ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ

Σύμφωνα με πρόσφατα στοιχεία η Εταιρεία απασχολεί συνολικά 1048 άτομα εκ των οποίων 250 είναι πτυχιούχοι ΑΕΙ, 115 πτυχιούχοι ΤΕΙ, 75 είναι κάτοχοι μεταπτυχιακού διπλώματος (Master) και 3 είναι οι κάτοχοι διδακτορικού διπλώματος (Ph. D).

Η Εταιρεία, γνωρίζοντας ότι η πρόοδος της εξαρτάται σε μέγιστο βαθμό από τους χειρισμούς ανάπτυξης και της υποκίνησης των εργαζομένων της και ότι η αποτελεσματική αξιοποίηση του ανθρώπινου δυναμικού εξακολουθεί να είναι το κλειδί της παραγωγικότητας και της ανάπτυξης έχει εφαρμόσει συστήματα στη Διεύθυνση Ανθρώπινου Δυναμικού με κύριο στόχο να τοποθετεί τον κατάλληλο άνθρωπο στην κατάλληλη θέση εξοπλίζοντάς τον με τα κατάλληλα εργαλεία δουλειάς και εκπαίδευση προσαρμοσμένη στις ανάγκες του, ώστε να επιτυγχάνεται η μέγιστη δυνατή αποτελεσματικότητα και αποδοτικότητα στην επίτευξη των στόχων της Εταιρείας.

Ετήσιο Δελτίο και Απολογισμός 2005

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗ

Η Γερμανός ΑΒΕΕ, έχει υιοθετήσει τις Αρχές της Εταιρικής Διακυβέρνησης υπερκαλύπτοντας τις απαιτήσεις του ισχύοντος θεσμικού πλαισίου, αναγνωρίζοντας ότι η εφαρμογή τους προασπίζει το εταιρικό συμφέρον και συμβάλλει στην αύξηση της αξίας της εταιρείας. Στο πλαίσιο υλοποίησης των Αρχών Εταιρικής Διακυβέρνησης η εταιρεία:

- Λειτουργεί με βάση τον "Εσωτερικό Κανονισμό Λειτουργίας", στον οποίο περιγράφονται οι γενικές αρχές λειτουργίας της εταιρείας καθώς και οι σημαντικότερες διαδικασίες, αποσκοπώντας στη διασφάλιση της διαφάνειας της σύμμετρης πληροφόρησης. Στον "Εσωτερικό Κανονισμό Λειτουργίας" υιοθετούνται ως εταιρική πρακτική οι σύγχρονες αρχές περί εταιρικής Διακυβέρνησης ιδιαίτερα σε θέματα τα οποία δεν καλύπτονται από την νομοθεσία και το καταστατικό της Εταιρείας, αλλά είναι απαραίτητα για την εύρυθμη και διαφανή λειτουργία της.
- Έχει οργανώσει σύστημα εσωτερικού ελέγχου με θεσμοθετημένα όργανα, τα οποία είναι η Ελεγκτική Επιτροπή (Audit Committee) και η υπηρεσία εσωτερικού ελέγχου (Διεύθυνση Εσωτερικού Ελέγχου), και τα οποία είναι ανεξάρτητα και υπάγονται απευθείας στο Διοικητικό Συμβούλιο της Εταιρείας.
- Έχει προσαρμόσει την σύνθεση του Διοικητικού της Συμβουλίου, ώστε να είναι σύμφωνη με τα ισχύοντα περί εκτελεστικών, μη εκτελεστικών και ανεξάρτητων μελών.
- Έχει οργανώσει Υπηρεσίες Ενημέρωσης Επενδυτών, Εξυπηρέτησης Μετόχων και Εταιρικών Ανακοινώσεων, επιφορτισμένες με το έργο της ορθής τήρησης του μετοχολογίου, της πληροφόρησης των επενδυτών, των μετόχων και των αρμόδιων εποπτικών αρχών αντίστοιχα.
- Έχει ιδρύσει Επιτροπή Επενδύσεων και Διευθύνουσα Επιτροπή οι οποίες υποβοηθούν το Διοικητικό Συμβούλιο στο έργο του.

2.1. Διοικητικό Συμβούλιο

Το Διοικητικό Συμβούλιο του Ομίλου συνθέτουν οκτώ μέλη, των οποίων η θητεία είναι πενταετής και δεν μπορεί να ξεπεράσει την εξαετία (30/06/2009). Όπως ορίζει ο νόμος για την Εταιρική Διακυβέρνηση, το Διοικητικό Συμβούλιο πρέπει να αποτελείται από εκτελεστικά και μη εκτελεστικά μέλη. Ο αριθμός των εκτελεστικών μελών δεν πρέπει να είναι μικρότερος του 1/3 του συνόλου των μελών, ενώ τουλάχιστον δύο από τα μη εκτελεστικά μέλη πρέπει να είναι ανεξάρτητα. Με βάση τα παραπάνω και σύμφωνα με απόφαση της Τακτικής Γενικής Συνέλευσης των μετόχων της η σημερινή σύνθεση του Διοικητικού συμβουλίου έχει ως εξής: **Πάνος Γερμανός**: Πρόεδρος Δ.Σ. και εκτελεστικό μέλος, **Χρήστος Γερμανός**: Αντιπρόεδρος Δ.Σ. και εκτελεστικό μέλος, **Ιωάννης Καραγιάννης**: Διευθύνων Σύμβουλος και εκτελεστικό μέλος, **Λουκάς Πετκίδης**: εκτελεστικό μέλος, **Χρήστος Καρτάλης**: εκτελεστικό μέλος, **Άγγελος Πλακόπητας**: ανεξάρτητο μη εκτελεστικό μέλος, **Δημήτριος Γκούμας**: ανεξάρτητο μη εκτελεστικό μέλος, **Θεοδόσιος Μπουντουράκης**: ανεξάρτητο μη εκτελεστικό μέλος.

2.2. Διεύθυνση Εταιρείας

Κανένα από τα στελέχη της Διεύθυνσης της εταιρείας δεν έχει καταδικαστεί για ατιμωτικές πράξεις και οικονομικά εγκλήματα. Δεν είναι επίσης αναμειγμένο σε δικαστικές εκκρεμότητες που αφορούν σε πτώχευση, εγκληματική πράξη και απαγόρευση άσκησης 1) επιχειρηματικής δραστηριότητας, 2) χρηματιστηριακών συναλλαγών και 3) επαγγέλματος ως σύμβουλος επενδύσεων, διευθυντικό στέλεχος τραπεζών και ασφαλιστικών εταιρειών, ανάδοχος έκδοσης ή στέλεχος χρηματιστηριακών εταιρειών.

Όλα τα διευθυντικά στελέχη της εταιρείας έχουν ελληνική υπηκοότητα ενώ δεν υπάρχουν μεταξύ των μελών της Διοίκησης συγγενικές σχέσεις μέχρι και δευτέρου βαθμού εξ αγχιστείας.

Εσωτερικός Έλεγχος

Η εταιρεία έχει θεσπίσει ένα ισχυρό Σύστημα Εσωτερικού Ελέγχου, το οποίο αποτελείται από σύνολο ελεγκτών μηχανισμών και διαδικασιών καλύπτοντας το σύνολο των κυριότερων δραστηριοτήτων συντελώντας την εύρυθμη και αποτελεσματική λειτουργία της και τη διασφάλιση των συμφερόντων των μετόχων της.

Το σύστημα καλύπτει το σύνολο των Διευθύνσεων της εταιρείας καθώς και τη λειτουργία θυγατρικών της εταιρειών εντός και εκτός Ελλάδος.

Την ευθύνη της εφαρμογής του Συστήματος Εσωτερικού Ελέγχου έχουν οι:

- Ελεγκτική Επιτροπή και
- Διεύθυνση Εσωτερικού Ελέγχου

2.3. Ελεγκτική Επιτροπή

Με απόφαση του Διοικητικού Συμβουλίου της Εταιρείας, έχει συσταθεί Ελεγκτική Επιτροπή η οποία αναφέρεται στο Διοικητικό Συμβούλιο της Εταιρείας και έχει ως κύριο σκοπό την υποβοήθηση του Διοικητικού Συμβουλίου στην άσκηση των καθηκόντων του στον τομέα της λειτουργίας συστήματος εσωτερικού ελέγχου της Εταιρείας και στην διασφάλιση της διαφάνειας στις εταιρικές δραστηριότητες.

Η Ελεγκτική Επιτροπή αποτελείται από τον Πρόεδρο του Διοικητικού Συμβουλίου κ. Πάνο Γερμανό και από δύο ανεξάρτητα μη εκτελεστικά μέλη του Διοικητικού Συμβουλίου, τους κ. Δημήτριο Γκούμα και Άγγελο Πλακόπητα, ενώ στις συνεδριάσεις της παρίσταται ο Διευθυντής Εσωτερικού Ελέγχου.

Κύριες αρμοδιότητες της Επιτροπής Ελέγχου είναι:

- Η αξιολόγηση της επάρκειας και της αποτελεσματικότητας του συστήματος εσωτερικού ελέγχου της εταιρείας,
- Η εποπτεία της Διεύθυνσης Εσωτερικού Ελέγχου και αξιολόγηση του έργου της και του βαθμού ανεξαρτησίας της,
- Η αξιολόγηση των κυριότερων επιχειρηματικών κινδύνων της εταιρείας,
- Η ενημέρωση του Διοικητικού Συμβουλίου της εταιρείας με τα αποτελέσματα των ελέγχων και τις αποφάσεις της Επιτροπής,
- Η τακτική επικοινωνία με εξωτερικούς ελεγκτές.

Διεύθυνση Εσωτερικού Ελέγχου

Η Διεύθυνση Εσωτερικού Ελέγχου είναι ανεξάρτητη οργανωτική μονάδα υπαγόμενη στην Ελεγκτική Επιτροπή του Διοικητικού Συμβουλίου της Εταιρείας και έχει την ευθύνη εφαρμογής ενός σύγχρονου και αποτελεσματικού συστήματος εσωτερικού ελέγχου. Στις κυριότερες δραστηριότητες της περιλαμβάνονται

- Ο έλεγχος τήρησης των υποχρεώσεων της Εταιρείας που προβλέπονται από τους νόμους, τις αποφάσεις της Επιτροπής Κεφαλαιαγοράς καθώς και κάθε αρμοδίου οργάνου της Πολιτείας.

- Ο έλεγχος για την αξιολόγηση της επάρκειας των απαιτούμενων σημείων ελέγχου (controls) στις λειτουργίες των Εταιρειών του Ομίλου.
- Ο έλεγχος συμμόρφωσης με τις πολιτικές του Ομίλου καθώς επίσης και τις επιμέρους διαδικασίες των Εταιρειών που τον απαρτίζουν.
- Η παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών που αφορούν την εύρυθμη λειτουργία των διοικητικών μονάδων και την αποτελεσματική διαχείριση κινδύνων.

Οργάνωση και Λειτουργία της Διεύθυνσης

Η διεύθυνση Εσωτερικού Ελέγχου στελεχώνεται από το Διευθυντή Εσωτερικού Ελέγχου και τους Ελεγκτές.

Ο Διευθυντής Εσωτερικού Ελέγχου διορίζεται από το Διοικητικό Συμβούλιο της Εταιρείας και αναφέρεται στον Πρόεδρο της Ελεγκτικής Επιτροπής και σε ότι αφορά την εφαρμογή του νόμου περί εταιρικής διακυβέρνησης στην Ελεγκτική Επιτροπή και είναι πρόσωπο με επαρκή προσόντα και εμπειρία. Επίσης παρίσταται υποχρεωτικά στις Γενικές Συνελεύσεις των μετοχών της Εταιρείας.

Οι Εσωτερικοί Ελεγκτές είναι επιφορτισμένοι με τη διενέργεια των ελέγχων, την καταγραφή και την τεκμηρίωση των ευρημάτων και τη συμφωνία από κοινού με τους ελεγχόμενους των ενδεδειγμένων διορθωτικών ενεργειών τηρώντας τους νόμους και τις διεθνώς αποδεκτές ελεγκτικές αρχές και πρακτικές.

2.4. Διεύθυνση Επενδυτικών Σχέσεων και Εταιρικής Επικοινωνίας

Τμήμα Επενδυτικών Σχέσεων

Στο πλαίσιο τήρησης των σύγχρονων κανονισμών Εταιρικής Διακυβέρνησης η Διεύθυνση Επενδυτικών Σχέσεων έχει επιφορτιστεί με το έργο ισότιμης πληροφόρησης μετόχων, αναλυτών και γενικότερα της επενδυτικής κοινότητας. Η έγκαιρη, με σαφήνεια και διαφάνεια, πληροφόρηση για τις επιχειρηματικές εξελίξεις του Ομίλου κρίνουν την αποτελεσματικότητα του τμήματος. Πιο αναλυτικά, το τμήμα Επενδυτικών Σχέσεων έχει την ευθύνη κατάρτισης Ετήσιου Προγράμματος Επικοινωνίας με τη Θεσμική Κοινότητα καθώς επίσης και της εκ των προτέρων ανακοίνωσης μέσω του Τύπου και του Χρηματιστηρίου των συναντήσεων με αναλυτές.

Τμήμα Εταιρικής Επικοινωνίας

Σκοπός του τμήματος Εταιρικής Επικοινωνίας είναι να αποτελεί ένα σύστημα αμφίδρομης επικοινωνίας, το οποίο με τη βοήθεια των αναγκαίων κάθε φορά επικοινωνιακών πρακτικών να ενημερώνει κάθε ενδιαφερόμενο κοινό σε τοπικό και διεθνές επίπεδο. Η συνεχής ροή πληροφόρησης για το σύνολο των θεμάτων που αγγίζουν τον Όμιλο αλλά και η ισότιμη, έγκυρη και έγκαιρη ενημέρωση σχετικά με τη στρατηγική της εταιρείας σκιαγραφούν το ρόλο του τμήματος αυτού. Ανώτερος στόχος του είναι η συμβολή του στην σωστή και αντικειμενική αντιμετώπιση των δραστηριοτήτων και ενεργειών εντός και εκτός του Ομίλου.

2.5. Επιτροπή Αμοιβών και Παροχών

Σκοπός της Επιτροπής Αμοιβών και Παροχών είναι η εισήγηση προς το Διοικητικό Συμβούλιο της στρατηγικής, των συστημάτων και των πολιτικών αμοιβών και παροχών, για την προσέλκυση, διατήρηση και ενεργοποίηση του κατάλληλου ανώτατου στελεχιακού δυναμικού του Ομίλου.

Η Επιτροπή μελετά και υποβάλλει προτάσεις στο ΔΣ αναφορικά με την πολιτική των αμοιβών, παροχών και οικονομικών κινήτρων για τα ανώτατα διευθυντικά στελέχη που κατέχουν θέσεις στην Επιτροπή Διοίκησης της εταιρείας καθώς και για τα στελέχη του Εσωτερικού Ελέγχου.

Επίσης

- Προτείνει τις αρχές της πολιτικής αμοιβών και παροχών της εταιρείας, στις οποίες θα βασίζονται οι διευθυντικές αποφάσεις.
- Εισηγείται το σύνολο των αμοιβών του Διευθύνοντος Συμβούλου, των Ανωτάτων Διευθυντικών στελεχών και των στελεχών Εσωτερικού Ελέγχου κατά έτος.

2.6. Επιτροπή Επενδύσεων

Η Επιτροπή Επενδύσεων εξετάζει και εισηγείται προς το Δ.Σ. επί των σημαντικών κεφαλαιακών επενδύσεων της Εταιρείας. Αποτελείται από μέλη του Δ.Σ., μπορούν όμως να συμμετέχουν κατά περίπτωση και ανώτατα στελέχη της Εταιρείας, τα οποία διαθέτουν ειδικές γνώσεις και εμπειρία. Τα α μέλη της ορίζονται από το Δ.Σ. σε ετήσια βάση.

2.7. Διαχείριση Επιχειρηματικών Κινδύνων

Ο Όμιλος με βάση τις δραστηριότητες του είναι εκτεθειμένος σε κινδύνους που προκύπτουν από τις μεταβολές των συναλλαγματικών ισοτιμιών, των επιτοκίων, όπως επίσης και σε πιστωτικούς κινδύνους και κινδύνους ρευστότητας. Η διαχείριση των κινδύνων αυτών επιδιώκει την πρόνοια έναντι κάθε αστάθμητου παράγοντα που πηγάζει από τη χρηματοοικονομική αγορά και μπορεί να επηρεάσει την οικονομική συνέπεια του Ομίλου.

Οι κίνδυνοι αυτοί κατατάσσονται στις παρακάτω κατηγορίες και η Οικονομική Διεύθυνση του Ομίλου έχει επιφορτιστεί την ευθύνη παρακολούθησής τους.

Συναλλαγματικός Κίνδυνος

Ο Όμιλος Γερμανός έχει [περιορίσει την έκθεση στις διακυμάνσεις συναλλαγματικών ισοτιμιών παρά την εκτεταμένη δραστηριότητα που διατηρεί σε χώρες εκτός της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι συναλλαγές πραγματοποιούνται κυρίως σε ευρώ (με κατασκευαστές, εμπόρους και παρόχους) και στις λίγες περιπτώσεις που πρέπει να πραγματοποιηθούν σε κάποιο εναλλακτικό νόμισμα (τοπικό νόμισμα), χρησιμοποιούμε φυσική αντιστάθμιση του συναλλαγματικού κινδύνου, π.χ. δανεισμός στο τοπικό νόμισμα, εξουδετερώνοντας έτσι την έκθεση σε αυτό.

Αξίζει να σημειωθεί επίσης ότι σε όλες τις χώρες που δραστηριοποιείται ο Όμιλος, το νόμισμα αναφοράς είναι το ΕΥΡΩ και οι μόνες συναλλαγματικές επιπτώσεις που δεν αντισταθμίζονται είναι οι επιπτώσεις από την μετατροπή στοιχείων του ισολογισμού που δεν επηρεάζουν τις ταμειακές ροές.

Κίνδυνος Επιτοκίων

Στο πλαίσιο της διαχείρισης κινδύνου επιτοκίων, η Οικονομική Διεύθυνση παρακολουθεί σε τακτική βάση την αγορά επιτοκίων του ευρώ. Το μεγαλύτερο τμήμα της έκθεσης αφορά το ομολογιακό δάνειο σε ευρώ, το οποίο είναι πλήρως αντισταθμισμένο ως προς τον κίνδυνο επιτοκίου.

Πιστωτικός Κίνδυνος

Ο Πιστωτικός Κίνδυνος, ο οποίος προκύπτει από τις εμπορικές μας δραστηριότητες, είναι σχετικά χαμηλός και κατάλληλα ελεγχόμενος. Ο πιστωτικός Κίνδυνος μπορεί να παρουσιαστεί σε διαφορετικό επίπεδο και μορφή σε όλες τις βασικές επιχειρηματικές δραστηριότητες του Ομίλου: λιανικό δίκτυο, βιομηχανική μονάδα, καθώς και στο δίκτυο διανομής. Χρησιμοποιώντας ένα πλήρως αυτοματοποιημένο σύστημα, παρακολουθούμε τις γραμμές πίστωσης των πελατών μας σε καθημερινή βάση, λαμβάνοντας φυσικά υπόψη την πιστοληπτική ικανότητα του κάθε πελάτη. Σε πολλές περιπτώσεις, η Εταιρεία [περιορίζει τον πιστωτικό κίνδυνο εφαρμόζοντας εναλλακτικούς όρους πληρωμής, όπως πληρωμή με μετρητά, επιταγή, εγγυημένη πίστωση, προκαταβολή, κ.τ.λ.

Κίνδυνος Ρευστότητας

Η έκθεση του Ομίλου σε κινδύνους ρευστότητας αποτρέπεται από τις θετικές χρηματοροές και τις επαρκείς πιστωτικές γραμμές της εταιρείας.

Ωστόσο, δεδομένου ότι το μεγαλύτερο μέρος της δραστηριότητας του Ομίλου βασίζεται σε λιανικό εμπόριο, όπου η εποχικότητα παίζει κύριο ρόλο, υπάρχουν περίοδοι με υψηλότερες ανάγκες σε κεφάλαιο κίνησης. Σε αυτές τις περιόδους, όπως τα Χριστούγεννα, το Πάσχα, τις αρχές του καλοκαιριού κλπ., η Εταιρεία, προκειμένου να καλύψει την αναμενόμενη αυξημένη ζήτηση, μπορεί να αυξήσει το επίπεδο των αποθεμάτων. Ταυτόχρονα, εξαιτίας των δυνατών χρηματοροών και της ικανότητας για δανεισμό με ευνοϊκούς όρους, η πολιτική της Εταιρείας είναι να εκμεταλλεύεται το πλεονέκτημα των εκπτώσεων που παρέχονται από τους μεγάλους προμηθευτές κατά τη διάρκεια του έτους.

Ετήσιο Δελτίο και Απολογισμός 2005

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

3.1. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΓΙΑ ΔΙΕΘΝΗ ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΣΤΗ ΛΙΑΝΙΚΗ

- Ο Γερμανός εξελίσσεται σε ένα από τα μεγαλύτερα δίκτυα λιανικής πώλησης στην Ν.Α. Ευρώπη. Είναι ο Συνδυετικός Κρίκος μεταξύ operators, των κατασκευαστών και των καταναλωτών.

Καθιερώνει την παρουσία του διεθνώς:	Κάνει επιχειρήσεις με:	Διεκδύει σε χώρες με:
<ul style="list-style-type: none">□ Εξαγορές□ Οργανική Ανάπτυξη	<ul style="list-style-type: none">□ Εφαρμογή ενός μοντέλου που συνδυάζει έσοδα από airtime και επέκταση του δικτύου καταστημάτων με franchising□ Μαζικές προμήθειες και επαναδιαπραγμάτευση επέκτασης με σκοπό την αύξηση περιθωρίων κέρδους	<ul style="list-style-type: none">□ Χαμηλό ποσοστό διεύθυνσης κινητής τηλεφωνίας□ Κατακερματισμένη αγορά

Εταιρική Παρουσίαση Απρίλιος 2006

3.2. Οι Αγορές που Δραστηριοποιείται

Ο Όμιλος Δραστηριοποιείται σε 7 χώρες, με περισσότερα από 940 καταστήματα και έχει 125 εκατομμύρια πελάτες. Το 30% των εσόδων του Ομίλου προέρχεται από τις δραστηριότητες του στο εξωτερικό. Οι πιο πολλά υποσχόμενες ξένες αγορές είναι η Πολωνία, η Ουκρανία και η Ρουμανία.

Ελλάδα

Είναι η μόνη ανεξάρτητη αλυσίδα καταστημάτων στη χώρα.



Λειτουργούν 337 καταστήματα

- Συνεργάζεται με Cosmote, Vodafone, TIM στην κινητή τηλεφωνία
- Συνεργάζεται με όλους τους operators στη σταθερή τηλεφωνία

Παρόλο που η Ελλάδα είναι μια ώριμη αγορά (η ονομαστική διείσδυση είναι άνω του 100%), υπάρχει ακόμα σημαντική δυνατότητα ανάπτυξης χάρη στον:

- Αυξανόμενο ρυθμό churn
- Τάση μετατροπής καρτοκινητού σε συμβόλαιο
- Ζήτηση για υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας
- Αύξηση Airtime / ARPU
-

Ανταγωνισμός (# καταστήματα) :

- | | |
|---|-----|
| <input type="checkbox"/> Vodafone | 357 |
| <input type="checkbox"/> OTE / Cosmote | 400 |
| <input type="checkbox"/> TIM | 214 |
| <input type="checkbox"/> Λοιποί dealers | 150 |

Εταιρική Παρουσίαση Απρίλιος 2006

Θέτοντας στη διάθεση των καταναλωτών το σύνολο σχεδόν των παροχών κινητής και σταθερής τηλεφωνίας στη χώρα μας, το Δίκτυο Καταστημάτων ΓΕΡΜΑΝΟΣ αποτελεί «one stop shop» για όλα τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τηλεπικοινωνιών. Βασισμένο στη λογική κάλυψης κάθε ανάγκης του καταναλωτή σχετίζεται με όλο το εύρος των νέων τεχνολογιών, συνδυάζει όλες τις δυνατές επιλογές με πλήρη ενημέρωση για κάθε σύγχρονη εφαρμογή. Στο Δίκτυο Καταστημάτων ΓΕΡΜΑΝΟΣ η σχέση με τον πωλητή – πελάτη βασίζεται στη φιλική προσέγγιση που στόχο έχει να κάνει προσιτή στον καθημερινό άνθρωπο κάθε νέα τεχνολογική χρήση. Απαραίτητη προϋπόθεση για την αποτελεσματική αντιμετώπιση του στόχου αυτού αποτελεί η συνεχής εκπαίδευση των ανθρώπων του Δικτύου στα νέα Προϊόντα και Υπηρεσίες.

Η μέθοδος του franchising έχει αποδειχτεί αποτελεσματική επιχειρηματική επιλογή για τη δυναμική ανάπτυξη του Δικτύου. Πιο συγκεκριμένα, οι συμβάσεις που εντάσσονται στο σύστημα δικαιόχρησης αναθέτουν στους δικαιοδόχους το δικαίωμα λιανικής πώλησης των προϊόντων και υπηρεσιών της εταιρίας ΓΕΡΜΑΝΟΣ Α.Β.Ε.Ε. με τη χρήση του διακριτικού τίτλου και σήματος των καταστημάτων και αξιοποιώντας πλήρως την κεκτημένη τεχνογνωσία.

Όπως προβλέπεται στα σχετικά συμβόλαια, η εταιρία, αναλαμβάνει την αρχική και εν συνεχεία συστηματική εκπαίδευση των δικαιοδόχων (franchisees).

Έχει επίσης την ευθύνη διαμόρφωσης της εμπορικής πολιτικής του δικτύου και χαράσσει την επικοινωνιακή του στρατηγική καθώς και τη διαμόρφωση των καταστημάτων (merchandising). Οι δικαιοδόχοι αναλαμβάνουν από την πλευρά τους, την ίδρυση, την αρχική οργάνωση, καθώς και τη διοίκηση και λειτουργία του καταστήματος, σε πλήρη ωστόσο εναρμόνιση με τις προδιαγραφές που τίθενται από την εταιρία, ενώ από την πλευρά της η εταιρία τους παρέχει συνεχή υποστήριξη σε όλα τα επίπεδα.

Πολωνία

Κερδοφόρα και υποσχόμενη αγορά. Η συμμετοχή στα κέρδη του Ομίλου βρίσκεται ακόμα σε αρχικό στάδιο.



Διείσδυση το 2001

- Λειτουργούν δύο διαφορετικά δίκτυα, που στο σύνολό τους φτάνουν τα 340 καταστήματα λιανικής
- Συνεργασία με την ERA και την Orange

Αγορά με μεγάλη δυνατότητα ανάπτυξης

- (> 4% ετήσια αύξηση ΑΕΠ το 2006 - 2007)
- 74% ποσοστό διείσδυσης στα τέλη του 2005
-

Ανταγωνισμός (# καταστήματα)

- | | |
|-----------|-----|
| □ Liberty | 133 |
| □ Modex | 170 |
| □ Tell | 153 |
| □ T1 | 112 |

Εταιρική Παρουσίαση Απρίλιος 2006

Η GERMANOS δραστηριοποιείται στην αγορά της Πολωνίας από το 2001, μετά την απόκτηση των αλυσίδων λιανικής Eko Contel, που διέθετε 50 καταστήματα, και TCM με 38 καταστήματα. Το δίκτυο αυτό επεκτάθηκε και η παρουσία της εταιρίας στην Πολωνία ενισχύθηκε περαιτέρω με την απόκτηση των εταιριών GTI και Genimprex, που μέχρι τότε είχαν στενή συνεργασία με την PTK Centerel και PTC αντίστοιχα.

Σήμερα στην Πολωνία το Δίκτυο Καταστημάτων GERMANOS αριθμεί πάνω από 340 καταστήματα, από τα οποία, περισσότερα από 200, προσφέρουν τις υπηρεσίες της ERA, μέσω της GERMANOS Polska και περισσότερα από 110 παρέχουν τις υπηρεσίες της IDEA διαμέσου της GTI.

Ρουμανία

Η Ρουμανία είναι προτεραιότητα του Γερμανού στη στρατηγική του για διεθνή επέκταση.



Διείσδυση το 2000

- Λειτουργούν 101 καταστήματα λιανικής
- Συνεργασία με την Connex (πρόσφατα εξαγοράστηκε από τη Vodafone), την Cosmote και την ZAPP
- Πλήρη έσοδα, συμπεριλαμβανομένων και αυτών από airtime.

Η οικονομία της Ρουμανίας θα αναδειχθεί ακόμα πιο δυνατή μέσω της επικείμενης ένταξής της στην Ε.Ε.

- 57% ποσοστό διείσδυσης τέλη του 2005
- Η Ρουμανία έχει μεγάλο πληθυσμό και υψηλό ποσοστό ανάπτυξης

Ανταγωνισμός (# καταστήματα)

- B – Mobile 65
- EUROGSM 70
- Internity 45

Εταιρική Παρουσίαση Απρίλιος 2006

Στρατηγικό στόχο του Δικτύου Καταστημάτων ΓΕΡΜΑΝΟΣ για τη Ρουμανική αγορά αποτελεί η πλήρης κάλυψη της επικράτειας. Δραστηριοποιούμενο μέσω της GERMANOS TELECOM ROMANIA διαθέτει μέχρι σήμερα 101 καταστήματα με αντικείμενο δράσης την παροχή Προϊόντων και Υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας και υψηλής τεχνολογίας, τηλεπικοινωνιακές υπηρεσίες και υπηρεσίες Internet καθώς επίσης και εξουσιοδοτημένο service. Η GERMANOS TELECOM ROMANIA είναι ο βασικός εμπορικός συνεργάτης δύο δικτύων κινητής τηλεφωνίας της Ρουμανικής αγοράς. Πρόκειται για τις Connex και

Zapp –με την οποία υπέγραψε συμφωνία μέσα στο 2004- ενώ συνεργάζεται με τη ROM TELECOM για την παροχή των Προϊόντων και Υπηρεσιών της στην τοπική αγορά, καθώς και με την εταιρία Orange (France Telecom) για τη διανομή προϊόντων καρτοκινητής τηλεφωνίας.

Βουλγαρία

Η Βουλγαρία είναι η δεύτερη πιο κερδοφόρος ξένη αγορά (σε βάση EBITDA).



Διείσδυση το 2000

- Λειτουργούν 71 καταστήματα λιανικής
- Συνεργασία με Globul
- Πλήρη έσοδα, συμπεριλαμβανομένων και αυτών από airtime,

Η Βουλγαρία είναι μια γειτονική αγορά με ισχυρούς δεσμούς και σημαντική δυνατότητα ανάπτυξης.

- 79% ποσοστό διείσδυσης όπως και το Δεκέμβριο του 2005
- Χορήγηση νέας άδειας, ενίσχυση του ανταγωνισμού

Ανταγωνισμός (# καταστήματα)

- | | |
|--------------|-----|
| □ M – Tel | 150 |
| □ Globul | 33 |
| □ OFFICE one | 130 |
| □ DaDa | 49 |

Εταιρική Παρουσίαση Απρίλιος 2006

Με 71 καταστήματα στη Βουλγαρική αγορά η GERMANOS TELECOM BULGARIA χτίζει δυναμική παρουσία καλύπτοντας τις ανάγκες των καταναλωτών σε Προϊόντα και Υπηρεσίες κινητής τηλεφωνίας και υψηλής τεχνολογίας γενικότερα. Μία από τις σημαντικότερες συνεργασίες μας στην τοπική αγορά αφορά στην παροχή υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας της εταιρίας Globul, θυγατρική του ΟΤΕ και μια εκ των δύο εταιριών κινητής στη Βουλγαρία. Η ενίσχυση της ανάπτυξής μας στη Βουλγαρική αγορά μέσω franchising τίθεται στο επίκεντρο των στρατηγικών μας στόχων.

Ουκρανία

Ο στόχος είναι οι συνδρομές κινητής τηλεφωνίας να συνεχίσουν την εντυπωσιακή αύξησή τους στην Ουκρανική αγορά.



Διείσδυση το 2004

- Λειτουργούν 46 καταστήματα λιανικής
- Συνεργασία με UMC, KYIVSTAR
- Πλήρη έσοδα, συμπεριλαμβανομένων και αυτών airtime

Αγορά με μεγάλη δυνατότητα ανάπτυξης για τη ΓΕΡΜΑΝΟΣ

- 62% ποσοστό διείσδυσης τέλη του 2005
- Ο ανταγωνισμός στην αγορά θα ενισχυθεί περαιτέρω

Ανταγωνισμός (# καταστήματα)

- | | |
|------------|-----|
| □ Astel | 100 |
| □ Allo | 140 |
| □ Unitrade | 70 |
| □ MobiDik | 60 |

Εταιρική Παρουσίαση Απρίλιος 2006

Η Ουκρανία σηματοδότησε για το 2004 τη διεύρυνση της παρουσίας του Δικτύου Καταστημάτων ΓΕΡΜΑΝΟΣ σε νέες αγορές. Η επιλογή της Ουκρανικής αγοράς εντάσσεται στο στρατηγικό σχεδιασμό του Ομίλου για επέκταση του Δικτύου σε αγορές με χαμηλή διείσδυση της κινητής τηλεφωνίας, οι οποίες έχουν υψηλά περιθώρια ανάπτυξης. Το ποσοστό διείσδυσης της κινητής τηλεφωνίας στην Ουκρανία βρίσκεται στο 23%, ενώ εκτιμάται ότι έως το τέλος του 2006 το ποσοστό αυτό θα υπερβεί το 40%.

Η δραστηριοποίησή του Ομίλου στην Ουκρανική αγορά αναπτύσσεται μέσω της θυγατρικής εταιρείας GERMANOS Telecom Ukraine. Η ίδρυσή της στηρίχτηκε στη συνεργασία του Ομίλου με την τοπική αλυσίδα λιανικής Mobitel, η οποία διέθετε 46 καταστήματα. Η GERMANOS Telecom Ukraine συνεργάζεται ήδη με τους δύο μεγαλύτερους παρόχους κινητής τηλεφωνίας, UMC και KYIVSTAR από τους πέντε που δραστηριοποιούνται συνολικά στη χώρα (UMC, KYIVSTAR, DCC, GOLDEN TELECOM, WELLCOM).

Στόχος της εταιρίας για την επόμενη διετία είναι η δημιουργία 150 καταστημάτων τα οποία θα φέρουν το σήμα και την ταυτότητα GERMANOS και θα διαθέτουν μεγάλο εύρος προϊόντων και υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας και ψηφιακής τεχνολογίας. Ευρύτερο στόχο της εταιρίας αποτελεί η εδραίωση ηγετικής θέσης στην τοπική αγορά για τον τομέα των τηλεπικοινωνιών.

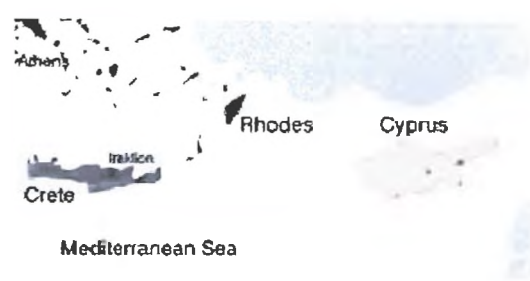


- Διείσδυση το 2002
- Λειτουργούν 23 καταστήματα λιανικής
- Συνεργασία με COSMOFON
- 62% ποσοστό διείσδυσης όπως το Δεκέμβριο του 2005
- Πλήρη έσοδα, συμπεριλαμβανομένων και αυτών από *airtime*

Εταιρική Παρουσίαση Απρίλιος 2006

Η εταιρία GERMANOS TELECOM AD-SKOPJE έχει την ευθύνη ανάπτυξης του Δικτύου στην Πρώην Γιουγκοσλαβική Δημοκρατία της Μακεδονίας. Στη γειτονική χώρα λειτουργούν 23 καταστήματα, τα οποία διαθέτουν το σύνολο των προϊόντικών κατηγοριών που αναπτύσσει το Δίκτυο Καταστημάτων GERMANOS και στην ελληνική αγορά. Με στόχο τη σταθερή ενίσχυση της παρουσίας του Δικτύου στην τοπική αγορά, ανακοινώθηκε τον Ιούνιο του 2003 η έναρξη συνεργασίας της GERMANOS TELECOM AD-SKOPJE με την Cosmofon, η οποία αποτελεί θυγατρική εταιρία του ομίλου ΟΤΕ.

Κύπρος



- Διείσδυση το 2000
- Λειτουργούν 18 καταστήματα λιανικής
- Συνεργασία με Cytavodafone και Areeba
- 100% ποσοστό διείσδυσης όπως το Δεκέμβριο του 2005
- Πλήρη έσοδα, συμπεριλαμβανομένων και αυτών από airtime

Εταιρική Παρουσίαση Απρίλιος 2006

Η εταιρία Infotel αποτελεί το κοινό εγχείρημα του Δικτύου Καταστημάτων ΓΕΡΜΑΝΟΣ και της Cyprus Trading Corporation (CTC) με στόχο τη διαχείριση του Δικτύου στην Κυπριακή αγορά. Η παρουσία μας στην Κύπρο υποστηρίζεται με τη λειτουργία 18 καταστημάτων, τα οποία προσφέρουν το σύνολο των Προϊόντων και Υπηρεσιών που αναπτύσσει το Δίκτυο ΓΕΡΜΑΝΟΣ. Επιπρόσθετα, η Infotel είναι ο επίσημος αντιπρόσωπος και διανομέας των προϊόντων Motorola στην Κυπριακή αγορά

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

4.1. ΣΥΝΔΕΔΕΜΕΝΕΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ

4.1.1. Πίνακας Συνδεδεμένων

Εταιρειών – Ενοποίηση

	ΕΔΡΑ - ΧΩΡΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ	ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΜΗΤΡΙΚΗ	ΜΕΘΟΔΟΣ ΕΝΟΠΟΙΗΣΗΣ
GERMANOS A.B.E.E.	ΕΛΛΑΔΑ	Μητρική	Μητρική	Ολική Ενοποίηση
VALUE A.E.	ΕΛΛΑΔΑ	70,00%	Άμεση	Ολική Ενοποίηση
GERMANOS TELECOM SKOPJE SA	Π.Γ.Μ.Δ.	99,00%	Άμεση	Ολική Ενοποίηση
GERMANOS TELECOM ROMANIA SA	ΡΟΥΜΑΝΙΑ	98,42%	Άμεση	Ολική Ενοποίηση
GERMANOS TELECOM BULGARIA AD	ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ	100,00%	Άμεση	Ολική Ενοποίηση
UNLIGHT UKRAINE	ΟΥΚΡΑΝΙΑ	98,00%	Άμεση	Ολική Ενοποίηση
GERMANOS TELECOM UKRAINE JSC	ΟΥΚΡΑΝΙΑ	85,00%	Άμεση	Ολική Ενοποίηση
GERMANOS POLSKA Sp.Zo.o	ΠΟΛΩΝΙΑ	100,00%	Άμεση	Ολική Ενοποίηση
TI POLSKA Sp.Zo.o.	ΠΟΛΩΝΙΑ	100,00%	Άμεση	Ολική Ενοποίηση
GERMANOS CYPROUS L.T.D.	ΚΥΠΡΟΣ	91,97%	Άμεση	Ολική Ενοποίηση
UNLIGHT TRADING D.O.O. BEOGRAD	ΣΕΡΒΙΑ	100,00%	Άμεση	Ολική Ενοποίηση
UNLIGHT BATTERIES GmbH	ΓΕΡΜΑΝΙΑ	100,00%	Άμεση	Ολική Ενοποίηση
ΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΑΦΟΡΟΛΟΓΗΤΩΝ ΙΔΩΝ Α.Ε.	ΕΛΛΑΔΑ	24,68%	Άμεση	Καθαρή Θέση
SILKWAY HOLDING B.V.	ΘΑΛΑΝΔΙΑ	20,00%	Άμεση	Καθαρή Θέση

4.1.2. θυγατρικές θυγατρικών

	ΕΔΡΑ - ΧΩΡΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ	ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΜΗΤΡΙΚΗ	ΜΕΘΟΔΟΣ ΕΝΟΠΟΙΗΣΗΣ
UNLIGHT ROMANIA S.L.R./FILIALA θυγατρική της GERMANOS TELECOM ROMANIA S.A.)	ΡΟΥΜΑΝΙΑ	98,42%	Έμμεση	Ολική Ενοποίηση
C.M. Sp. Z.o.o. θυγατρική της GERMANOS POLSKA S.p.Zo.o)	ΠΟΛΩΝΙΑ	100,00%	Έμμεση	Ολική Ενοποίηση
UFOTEL L.T.D. θυγατρική της GERMANOS CYPROUS L.T.D.)	ΚΥΠΡΟΣ	45,06%	Έμμεση	Ολική Ενοποίηση
UNITELECOM L.L.C. θυγατρική της SILKWAY HOLDING B.V.)	ΟΥΖΜΠΕΚΙΣΤΑΝ	20,00%	Έμμεση	Καθαρή Θέση

4.1.3. Πίνακας Λοιπών Εταιρειών

	ΕΛΡΑ - ΧΩΡΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ	ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΜΗΤΡΙΚΗ	ΜΕΘΟΔΟΣ ΕΝΟΠΟΙΗΣΗΣ
ASE A.E.	ΕΛΛΑΔΑ	40,00 %	Άμεση	-
TENET (CYPROUS) LTD	ΚΥΠΡΟΣ	20,00 %	Άμεση	-
ΚΟΝΟΜΕΤΡΙΚΑ Ε.Π.Ε.	ΕΛΛΑΔΑ	19,00 %	Άμεση	-
Σ.Ε.Α.Φ.Η.Σ. Α.Ε.	ΕΛΛΑΔΑ	54,00 %	Άμεση	-
DVENT TECHNOLOGIES	ΕΛΛΑΔΑ	6,25 %	Άμεση	-
ΔΑΝΝΗΣ ΤΣΑΠΑΡΑΣ ΚΑΙ ΣΙΑ Ε.Π.Ε.	ΕΛΛΑΔΑ	51,00 %	Εμμέση	-

Κατά τη διάρκεια της παρουσιαζόμενης χρήσης ο Όμιλος προχώρησε για πρώτη φορά στην ολική ενοποίηση των εταιρειών Germanos Cyprus Ltd (λόγω απόκτησης του ελέγχου την 01/04/2005 βάσει συμφωνίας εκχώρησης του ελέγχου της διοίκησης της εταιρείας στην ΓΕΡΜΑΝΟΣ ΑΒΕΕ), Sunlight Trading Beograd (λόγω απόκτησης του ελέγχου από 01/10/2005), Sunlight Germany (λόγω απόκτησης του ελέγχου την 01/10/2005) στις οποίες κατέχει ποσοστά συμμετοχής 91,97%, 100,00% και 100,00%. Ο έλεγχος θεμελιώθηκε.

Επιπλέον ο Όμιλος κατά την τρέχουσα χρήση ενοποίησε για πρώτη φορά με τη μέθοδο της καθαρής θέσης την συγγενή εταιρεία SILKWAY HOLDING BV στην οποία κατέχει ποσοστό συμμετοχής 20%. Η ουσιώδης επιρροή θεμελιώθηκε από την 01/01/2005 με την συμμετοχή του Ομίλου στην διοίκηση της εταιρείας.

Ετήσιο Δελτίο και Απολογισμός 2005

4.2. Θυγατρικές Εταιρείες – Συμμετοχές

4.2.1. Ε – VALUE ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΠΑΡΟΧΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΑΜΕΣΟΥ MARKETING ΚΑΙ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ ΠΕΛΑΤΩΝ

Η Εταιρεία συμμετέχει στην «Ε – VALUE ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΠΑΡΟΧΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΑΜΕΣΟΥ MARKETING ΚΑΙ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ ΠΕΛΑΤΩΝ» με ποσοστό 70%.

Η Εταιρεία ιδρύθηκε την 13/09/1999. Έχει διάρκεια 90 έτη και έδρα της είναι ο Δήμος Ξάνθης. Είναι καταχωρημένη στο Μητρώο Ανώνυμων Εταιρειών της Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης Δράμας – Καβάλας – Ξάνθης.

Σύμφωνα με το καταστατικό, σκοπός της εταιρείας είναι παροχή επ' αμοιβή υπηρεσιών άμεσου marketing (Direct Marketing) μέσω οποιουδήποτε τηλεπικοινωνιακού δικτύου (συμπεριλαμβανομένου του διαδικτύου - internet) προς φυσικά ή νομικά πρόσωπα, η παροχή υπηρεσιών υποστήριξης (Help desk) ηλεκτρικών και ηλεκτρονικών συσκευών, προϊόντων πληροφορικής καθώς και προϊόντων τεχνολογίας επικοινωνιών, η ανάπτυξη, εγκατάσταση, λειτουργία, διαχείριση και εκμετάλλευση νέων υπηρεσιών βάσει των τεχνολογικών εξελίξεων στον τομέα των τηλεπικοινωνιών, πληροφορικής και τηλεπληροφορικής, καθώς και οποιαδήποτε άλλης υπηρεσίας δυναμένης να παρασχεθεί μέσω οποιουδήποτε δικτύου, η παροχή υπηρεσιών ηλεκτρονικής επεξεργασίας δεδομένων (περιλαμβανομένων και συμβουλευτικών υπηρεσιών) προς τρίτους καθώς και ίδρυση από την εταιρεία ή με άλλους, βάσεων πληροφοριών καθώς και η έρευνα, ανάπτυξη, μελέτη, εφαρμογή και εκτέλεση πάσης φύσεως έργων ή παροχή προς τον ιδιωτικό ή δημόσιο τομέα ολοκληρωμένων μελετών και εφαρμογών στους τομείς των τηλεπικοινωνιών και του άμεσου marketing, η παραγωγή, επεξεργασία, εμπορία, εισαγωγή, εξαγωγή και εγκατάσταση λογισμικού (software).

Το μετοχικό κεφάλαιο της Π.ΓΕΡΜΑΝΟΣ Α.Β.Ε.Ε. ανέρχεται σε 4.675.723,30 Ευρώ ολοσχερώς καταβεβλημένο και διαιρούμενο σε 1.595.810 ονομαστικές και μη μεταβιβάσιμες μετοχές ονομαστικής αξίας 2,93 Ευρώ της κάθε μιας.

Η εταιρεία διοικείται από εξαμελές Διοικητικό Συμβούλιο, η θητεία του οποίου είναι 5ετής και ειδικότερα ορίζεται μέχρι την πρώτη Τακτική Γενική Συνέλευση των μετόχων, που θα συγκληθεί μέσα στο πρώτο εξάμηνο του έτους 2010. Εκπροσωπείται και δεσμεύεται, ανεξαρτήτως ποσού, δια της υπογραφής του κ. Λουκά Πετκίδη, ενώ έως ορισμένο ύψος ποσού με μόνη την υπογραφή του κ. Α. Κάρδαρη.

4.2.2. GERMANOS TELECOM SKOPJE SA

Η εταιρεία ιδρύθηκε με τη νομική μορφή της ανώνυμου εταιρείας το 2002. Έχει αόριστη διάρκεια και η έδρα της βρίσκεται στα Σκόπια της Π.Γ.Μ.Δ. Είναι καταχωρημένη στο αρμόδιο Μητρώο Ανώνυμων Εταιρειών με αριθμό 649/2002.

Σύμφωνα με το καταστατικό, σκοπός της εταιρείας είναι η εισαγωγή και εξαγωγή προϊόντων, εμπορία (χονδρεμπόριο - λιανεμπόριο) προϊόντων και υπηρεσιών που αφορούν ηλεκτρικές και ηλεκτρονικές συσκευές, μπαταρίες, κινητά τηλέφωνα, υπολογιστές, περιφερειακά υπολογιστών και λοιπά παρόμοια προϊόντα, συσκευές αναπαραγωγής ψηφιακού ήχου και εικόνας, τα ανταλλακτικά και τα αξεσουάρ αυτών, υπηρεσίες επισκευής και συντήρησης διαφόρων ειδών.

Το μετοχικό κεφάλαιο της εταιρείας ανέρχεται σε 5000.000 Ευρώ και διαιρείται σε 500.000 μετοχές ονομαστικής αξίας ενός Ευρώ της κάθε μιας.

Η εταιρεία διοικείται από πενταμελές Διοικητικό Συμβούλιο, του οποίου η θητεία λήγει μετά από έξι χρόνια. Εκπροσωπείται και δεσμεύεται, ανεξαρτήτως ποσού, δια της υπογραφής του κ. Πάνου Γερμανού, ενώ έως ορισμένο ύψος ποσού με μόνη υπογραφή του κ. Nesovski.

4.2.3. GERMANOS TELECOM – ROMANIA S.A.

Η Εταιρεία συμμετέχει την GERMANOS TELECOM – ROMANIA S.A. με ποσοστό 98,42%. Ιδρύθηκε με τη νομική μορφή της ανώνυμου εταιρείας το 2000. Έχει αόριστη διάρκεια και η έδρα της βρίσκεται στο Βουκουρέστι Ρουμανίας. Είναι καταχωρημένη στο αρμόδιο Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο με αριθμό J40/2941/2000.

Σύμφωνα με το καταστατικό, σκοπός της εταιρείας είναι η εισαγωγή και εξαγωγή προϊόντων, εμπορία (χονδρεμπόριο - λιανεμπόριο) προϊόντων και υπηρεσιών που αφορούν ηλεκτρικές και ηλεκτρονικές συσκευές, μπαταρίες, κινητά τηλέφωνα, υπολογιστές, περιφερειακά υπολογιστών και λοιπά παρόμοια προϊόντα, συσκευές αναπαραγωγής ψηφιακού ήχου και εικόνας, τεχνολογικά μέσα μεταφοράς και υποστήριξης πληροφοριών, τα ανταλλακτικά και τα αξεσουάρ αυτών, υπηρεσίες επισκευής και συντήρησης διαφόρων ειδών.

Το μετοχικό κεφάλαιο της εταιρείας διαιρείται σε 3.789.629 ονομαστικές μετοχές ονομαστικής αξίας 10 RON της κάθε μίας.

Η εταιρεία διοικείται από πενταμελές Διοικητικό Συμβούλιο, του οποίου η θητεία λήγει την 20/03/2008. Εκπροσωπείται και δεσμεύεται από ανεξαρτήτως ποσού, δια της υπογραφής του κ. Πάνου Γερμανού ενώ έως ορισμένο ύψος ποσού με μόνη υπογραφή του κ. Ν. Κακουλίδη.

4.2.4.GERMANOS TELECOM – BULGARIA AD

Η εταιρεία συμμετέχει στην GERMANOS-TELECOM – BULGARIA AD με ποσοστό 100,00%. Η εταιρεία ιδρύθηκε με τη νομική μορφή εταιρείας περιορισμένης ευθύνης το 2000. Έχει αόριστη διάρκεια και η έδρα της βρίσκεται στη Σόφια Βουλγαρίας. Είναι καταχωρημένη στο αρμόδιο Δικαστήριο της Σόφιας με αριθμό φακέλου 61177/2000.

Σύμφωνα με το καταστατικό, σκοπός της εταιρείας, μεταξύ άλλων, είναι η εισαγωγή και εξαγωγή προϊόντων, εμπορία προϊόντων και υπηρεσιών που αφορούν μπαταρίες, κινητά τηλέφωνα, υπολογιστές, περιφερειακά υπολογιστών και λοιπά παρόμοια προϊόντα, συσκευές αναπαραγωγής ψηφιακού ήχου και εικόνας, τεχνολογικά μέσα μεταφοράς και υποστήριξης πληροφοριών, τα ανταλλακτικά και τα αξεσουάρ αυτών, οι εμπορικές αντιπροσωπείες, μεσιτείες, ξενοδοχειακές και διαφημιστικές υπηρεσίες, υπηρεσίες επισκευής διαφόρων ειδών, οικοδόμηση και εξοπλισμό ακινήτων κ.λ.π.

Το μετοχικό κεφάλαιο της εταιρείας ανέρχεται σε 5.400.000 βουλγαρικά λέβα και διαιρείται σε 1.080 κοινές ονομαστικές μετοχές ονομαστικής αξίας 5.000 λέβα της κάθε μίας.

Η εταιρεία διοικείται από πενταμελές Διοικητικό Συμβούλιο και εκπροσωπείται και δεσμεύεται, ανεξαρτήτως ποσού, δια της υπογραφής των κ.κ. Πάνου Γερμανού και Α. Φωτήλα, ενεργούντες από κοινού ή κεχωρισμένως.

4.2.5. SUNLIGHT UKRAINE SRL

Η εταιρεία συμμετέχει στην SUNLIGHT UKRAINE SRL με ποσοστό 99,77%. Η εταιρεία ιδρύθηκε τέλη Δεκεμβρίου 2001. Έχει αόριστη διάρκεια και η έδρα της βρίσκεται στο Κίεβο Ουκρανίας.

Σύμφωνα με το καταστατικό, κύριος σκοπός της εταιρείας είναι η δραστηριοποίησή της με οποιοδήποτε τρόπο στην παραγωγή και αναβάθμιση υλικών παροχής ηλεκτρικής ενέργειας (μπαταριών, συσσωρευτών κ.λ.π.), συσκευών επαναφόρτισης και συσκευών τηλεπικοινωνίας καθώς και η παροχή υπηρεσιών εγκατάστασης, συντήρησης και επισκευής των ανωτέρω.

Το εταιρικό κεφάλαιο της εταιρείας ανέρχεται σε 13.812.912 UAH.

Η εταιρεία εκπροσωπείται και δεσμεύεται, απεριορίστως, δια υπογραφής του διαχειριστή της κ. Yuri Donets.

4.2.6. GERMANOS TELECOM – UKRAINE CLOSED JOINT STOCK COMPANY

Η εταιρεία συμμετέχει πλέον στην GERMANOS TELECOM – UKRAINE CLOSED JOINT STOCK COMPANY με ποσοστό 95,00%.

Η εταιρεία ιδρύθηκε με νομική μορφή της ανώνυμης εταιρείας το 2004. Έχει αόριστη διάρκεια και η έδρα της βρίσκεται στο Κίεβο Ουκρανίας. Είναι καταχωρημένη με αριθμό 33192856.

Σύμφωνα με το καταστατικό, σκοπός της εταιρείας, μεταξύ άλλων, είναι η εισαγωγή και εξαγωγή προϊόντων και υπηρεσιών που αφορούν μπαταρίες, κινητά τηλέφωνα, υπολογιστές, περιφερειακά υπολογιστών και λοιπά παρόμοια προϊόντα, συσκευές αναπαραγωγής ψηφιακού ήχου και εικόνας, τεχνολογικά μέσα μεταφορά και υποστήριξης πληροφοριών, τα ανταλλακτικά και τα αξεσουάρ αυτών, οι εμπορικές αντιπροσωπείες, μεσιτείες, ξενοδοχειακές και διαφημιστικές υπηρεσίες, υπηρεσίες επισκευής διαφόρων ειδών, οικοδόμηση και εξοπλισμό ακινήτων κ.λ.π.

Το μετοχικό κεφάλαιο της εταιρείας ανέρχεται σε 48.701.426,25 UAH (ισόποσο των 9.515.811,70 Δολαρίων Η.Π.Α.) και διαιρείται σε 164.393 μετοχές ονομαστικής αξίας 296,25 γκρίβνα της κάθε μίας.

Η εταιρεία διοικείται από Εποπτικό Συμβούλιο που αποτελείται από δύο μέλη – κάθε μέτοχος διορίζει από ένα μέλος. Εκπροσωπείται και δεσμεύεται, σύμφωνα με τα προβλεπόμενα στο καταστατικό της εταιρείας, δια της υπογραφής του Γενικού Διευθυντή κ. Αθανασίου Ηλιόπουλου.

4.2.7. GERMANOS POLSKA SP.ZO.O.

Η εταιρεία συμμετέχει στην GERMANOS POLSKA SP.ZO.O. με ποσοστό 100%. Η εταιρεία εξαγοράσθηκε το 2001. Έχει αόριστη διάρκεια και η έδρα της βρίσκεται στη Βαρσοβία Πολωνίας. Σύμφωνα με το καταστατικό, κύριος σκοπός της εταιρείας είναι η δραστηριοποίηση της με οποιοδήποτε τρόπο στον τομέα της τεχνολογίας και των τηλεπικοινωνιών. Το κεφάλαιο της εταιρείας ανέρχεται σε 25.2100.000 ζλότους και διαιρείται σε 25.210 μετοχές ονομαστικής αξίας 1.000 ζλότους η κάθε μία.

Η εταιρεία διοικείται από τριμελές Διοικητικό Συμβούλιο. Εκπροσωπείται και δεσμεύεται, δια της υπογραφής του κ. Π. Γερμανού και για ορισμένες πράξεις, μέχρι ορισμένου ύψους ποσού, από τον κ. Jacek Kuzniecowa.

4.2.8. GTI Sp.Z.o.o.

Η εταιρεία συμμετέχει στην GTI Sp.Z.o.o. με ποσοστό 100%.

Η εταιρεία εξαγοράσθηκε το 2004. Έχει αόριστη διάρκεια και η έδρα της βρίσκεται στη Κρακοβία της Πολωνίας.

Σύμφωνα με το καταστατικό, κύριος σκοπός της εταιρείας είναι η δραστηριοποίησή της, στο λιανικό εμπόριο Η/Υ και συσκευών τηλεπικοινωνίας, στις τηλεπικοινωνίες και στην παροχή υπηρεσιών service.

Το κεφάλαιο της εταιρείας ανέρχεται σε 200.000 ζλότους και διαιρείται σε 400 μετοχές ονομαστικής αξίας 500 ζλότους η κάθε μία.

4.2.9. GERMANOS (CYPRUS) LIMITED

Η εταιρεία συμμετέχει με ποσοστό 91,97% στην από 09/09/1999 συσταθείσα εταιρεία περιορισμένης ευθύνης δια μετοχών με την επωνυμία GERMANOS (CYPRUS) LIMITED, σύμφωνα με τον περί Εταιρειών Νόμο της Κύπρου, Κεφάλαιο 113.

Σύμφωνα με το καταστατικό της, η εταιρεία μπορεί να διενεργεί:

- Επενδυτικές εργασίες
- Εξαγορές επιχειρήσεων
- Ίδρυση, οργάνωση και λειτουργία οποιασδήποτε εταιρείας, επιχειρήσεως ή βιομηχανίας
- Αποδοχή κεφαλαίου, μετοχών, ομολογιών ή χρεογράφων οποιασδήποτε άλλης εταιρείας.

Το μετοχικό κεφάλαιο της εν λόγω εταιρείας ορίστηκε σε 1.245.000 CYP διαιρούμενο σε 1.245.000 μετοχές ονομαστικής αξίας 1 CYP εκάστης. Ο ολικός αριθμός των μετοχών που ανελήφθησαν από τις ιδρύτριες εταιρείες είναι 1.245.000 μετοχές.

Το Διοικητικό Συμβούλιο, η θητεία του οποίου είναι αόριστη και μέχρι να αντικατασταθούν η παραιτηθούν τα μέλη του, απαρτίζεται από τους κ.κ. Πάνο Γερμανό, Ιωάννη Καραγιάννη, Ανδρέα Παναγιώτου, ACTWELL NOMINEES Co. LIMITED και Βασιλική Σολωμονίδου.

Η διεύθυνση του γραφείου της εταιρείας ορίστηκε στη Λεμεσό, Ευαγόρα Παπαχριστοφόρου α, ΘΕΜΙΣ ΚΩΡΤ, 2^{ος} όροφος.

4.2.10. SUNLIGHT Trading D.O.O., Beogard.

Η εταιρεία συμμετέχει στην SUNLIGHT Trading D.O.O., Beogard. με ποσοστό 100%.

Η εταιρεία ιδρύθηκε το 2005. Έχει αόριστη διάρκεια και η έδρα της βρίσκεται στο Βελιγράδι Σερβίας.

Σύμφωνα με το καταστατικό, κύριος σκοπός της εταιρείας είναι η δραστηριοποίησή της με οποιοδήποτε τρόπο στην παραγωγή και αναβάθμιση υλικών παροχής ηλεκτρικής ενέργειας (μπαταριών, συσσωρευτών κ.λ.π.), συσκευών επαναφόρτισης και συσκευών τηλεπικοινωνίας καθώς και η παροχή υπηρεσιών εγκατάστασης, συντήρησης και επισκευής των ανωτέρω.

Το εταιρικό κεφάλαιο της εταιρείας ανέρχεται σε 10.000 Ευρώ.

Η εταιρεία εκπροσωπείται και δεσμεύεται, απεριορίστως, δια της υπογραφής του διαχειριστή της κ. Milojevic Dejan.

4.2.11. SUNLIGHT BATTERIES GmbH

Η εταιρεία συμμετέχει στην SUNLIGHT BATTERIES GmbH με ποσοστό 100%.

Η εταιρεία ιδρύθηκε με τη νομική μορφή της εταιρείας περιορισμένης ευθύνης το 2004. Έχει αόριστη διάρκεια και η έδρα της βρίσκεται στο Duisburg της Γερμανίας.

Σύμφωνα με το καταστατικό, σκοπός της εταιρείας είναι η πώληση μπαταριών και η ανάπτυξη νέας τεχνολογίας για μπαταρίες.

Το εταιρικό κεφάλαιο της εταιρείας ανέρχεται σε 25.000 Ευρώ.

Η εταιρεία διοικείται, εκπροσωπείται και δεσμεύεται, ανεξαρτήτως ποσού, δια της υπογραφής του διαχειριστή της κ. Johannes Cornelissen.

4.2.12. ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΑΦΟΡΟΛΟΓΗΤΩΝ ΕΙΔΩΝ Α.Ε.

Η εταιρεία συμμετέχει στην «ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΑΦΟΡΟΛΟΓΗΤΩΝ ΕΙΔΩΝ Α.Ε.» με ποσοστό 24,67%.

Η Ανώνυμος εταιρεία «ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΑΦΟΡΟΛΟΓΗΤΩΝ ΕΙΔΩΝ Α.Ε.» (ΚΑΕ) ιδρύθηκε την 1^η Φεβρουαρίου 1979. Ο διακριτικός τίτλος της εταιρείας είναι “Hellenic Duty Free Shops”. Η εταιρεία έχει την έδρα της στον Άγιο Στέφανο Αττικής και είναι εγγεγραμμένη στο Μητρώο Ανώνυμων Εταιρειών με Α.Μ. 12416/102/Β/86/06. Η διάρκεια της είχε αρχικά ορισθεί σε πενήντα χρόνια, ενώ αργότερα παρατάθηκε κατά πενήντα χρόνια, ήτοι έως το 2079.

Σύμφωνα με το καταστατικό, σκοπός της εταιρείας είναι:

1. Η εκμετάλλευση των κάθε είδους καταστημάτων αφορολόγητων και αδασολόγητων ειδών και καταλαμβάνει τόσο τα υπάρχοντα καταστήματα, όσο και αυτά τα οποία πρόκειται να ιδρυθούν στους χερσαίους μεθοριακούς σταθμούς αερολιμένες και λιμένες ή στην αλλοδαπή. Επίσης η

εμπορία φορολογούμενων ειδών, τόσο σε τελωνιακά ελεγχόμενους όσο και στους ελεύθερους χώρους των χερσαίων μεθοριακών σταθμών, διεθνών αερολιμένων και λιμένων της χώρας.

2. Η ανάληψη μετά από προηγούμενη συμφωνία με τους ενδιαφερόμενους της διαμεσολάβησης για τη διευκόλυνση της απαλλαγής ή της επιστροφής του Φ.Π.Α. στους δικαιούχους, σύμφωνα με τις ισχύουσες εκάστοτε διατάξεις περί επιστροφής Φ.Π.Α. έναντι συμφωνημένης αμοιβής.
3. Ο εφοδιασμός αφορολόγητων και αδασολόγητων, καθώς και φορολογούμενων ειδών σε πλοία, αεροσκάφη, πρεσβείες και λοιπά δικαιούχα ατέλειας πρόσωπα και η πραγματοποίηση εξαγωγών σύμφωνα με τις κείμενες διατάξεις.
4. Η ίδρυση καταστημάτων πώλησης αφορολόγητων και αδασολόγητων, καθώς και φορολογημένων ειδών στην αλλοδαπή, καθώς και σε μέσα χερσαίων, θαλάσσιων και εναέριων μεταφορών.
5. Η διαχείριση των ατελώς παραλαμβανομένων ειδών από πρόσωπα που υπηρετούν σε διεθνείς οργανισμούς περιλαμβανομένου του NATO.
6. Η ίδρυση και απόκτηση συμμετοχών σε θυγατρικές εταιρείες, οι οποίες να μπορούν να ασκούν κάθε νόμιμη δραστηριότητα, συμπεριλαμβανομένων των δραστηριοτήτων της εταιρείας, πλην της εκμετάλλευσης καταστημάτων αφορολόγητων και αδασολόγητων ειδών.

Για την πραγματοποίηση του σκοπού της δύναται να ασκούνται από την εταιρεία και οι ακόλουθες δραστηριότητες:

1. Η σύναψη παντός είδους συμβάσεων με ημεδαπά ή αλλοδαπά φυσικά πρόσωπα, οργανισμούς, εταιρείες, ή νομικά πρόσωπα ιδιωτικού ή δημοσίου δικαίου ή κράτη που αφορούν σκοπούς της Εταιρείας.
2. Η σύσταση εταιρειών ή κοινοπραξιών, η διαχείριση ή η συμμετοχή σε εταιρείες, κοινοπραξίες ή η απόκτηση μετοχών των εταιρειών που έχουν ως σκοπό την άσκηση στην ημεδαπή ή την αλλοδαπή δραστηριοτήτων που συνδέονται άμεσα ή έμμεσα με το σκοπό της εταιρείας.
3. Η σύσταση των εταιρειών ή η συμμετοχή σε εταιρείες που έχουν ως αντικείμενο την πώληση φορολογουμένων ειδών.

4. Η συμμετοχή σε πλειοδοτικούς ή μειοδοτικούς διαγωνισμούς, δημόσιους ή ιδιωτικούς με αντικείμενα συναφή προς τους σκοπούς της εταιρείας.

Το μετοχικό κεφάλαιο της ΚΑΕ Α.Ε. ανέρχεται σε 15.802.500 Ευρώ διαιρούμενο σε 52.675.000 κοινές ονομαστικές μετοχές, ονομαστικής αξίας 0,30 Ευρώ η κάθε μια.

Η εταιρεία διοικείται από 13 μελές Διοικητικό Συμβούλιο, με πενταετή θητεία, η οποία παρατείνεται αυτοδικαίως μέχρι την πρώτη τακτική Γενική Συνέλευση των Μετόχων, χωρίς να δύναται να υπερβεί την εξαετία.

Σύμφωνα με το πρακτικό του Διοικητικού Συμβουλίου της 01/07/2003 οι κατώτεροι εκπροσωπούν και δεσμεύουν την εταιρεία με ημερομηνία ισχύος την 25/07/2003:

1. Δημήτριος Κουτσολιούτσος
2. Γεώργιος Κουτσολιούτσος
3. Γεώργιος Βελέντζας
4. Χαρίλαος Λαμπρόπουλος
5. Βασίλειος Καλαματιανός
6. Θεόδωρος Ζαχμάνογλου
7. Παναγιώτης Παπαχατζής
8. Εμμανουήλ-Νεκτάριος Μαθιανάκης
9. Άννα Μπουγά Τσόπελα

4.2.13. SILKWAY HOLDING B.V.

Η εταιρεία συμμετείχε στην SILKWAY HOLDING B.V. με ποσοστό 20,00%.

Η εταιρεία ιδρύθηκε με τη νομική μορφή της εταιρείας περιορισμένης ευθύνης το 2004. Η έδρα της βρίσκεται στο Άμστερνταμ Ολλανδίας και είναι καταχωρημένη στο αρμόδιο Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο του Άμστερνταμ με αριθμό 34211582.

Σύμφωνα με το καταστατικό, σκοπός της εταιρείας, μεταξύ άλλων, είναι η απόκτηση μετοχών και συμμετοχή στο μετοχικό κεφάλαιο άλλων εταιρειών και επιχειρήσεων και η παροχή συμβουλευτικών,

διοικητικών, τεχνικών και οικονομικών υπηρεσιών σε άλλες εταιρείες και πρόσωπα. Πράγματι, κατείχε το 100% των εταιρικών μεριδίων της εταιρείας – παρόχου κινητής τηλεφωνίας του Ουζμπεκιστάν με την επωνυμία “ UNITEL LLC”.

Το μετοχικό κεφάλαιο της εταιρείας ανέρχονταν σε 62.833.000 Ευρώ διαιρούμενο σε 62.833.000 μετοχές ενός Ευρώ η κάθε μία.

Την 09/02/2006 οι μέτοχοι της εταιρείας πώλησαν το 100% των μετοχών τους προς ρώσικη εταιρεία – παροχέα υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας “Vimpel - Communications” Open Joint Stock Company.

4.2.14. SUNLIGHT ROMANIA FILIALA BUCURESTI S.R.L.

Συμμετοχή της GERMANOS TELECOM ROMANIA S.A.: 100%

Η εταιρεία ιδρύθηκε το 2002 (αριθμός μητρώου: j40/2180/20.3.2002) αρχικά ως θυγατρική της SUNLIGHT ROMANIA S.R.L., μετά δε την απορρόφησή της SUNLIGHT ROMANIA S.R.L. από την GERMANOS TELECOM ROMANIA S.A., αποτελεί θυγατρική της τελευταίας. Η έδρα της βρίσκεται στο Βουκουρέστι – Ρουμανίας και σκοπός της είναι η δραστηριοποίησή της κυρίως στον τομέα χονδρικού εμπορίου προϊόντων τηλεπικοινωνίας. Το εταιρικό της κεφάλαιο ανέρχεται στα 727.099.195 λεί. Η εταιρεία εκπροσωπείται και δεσμεύεται, δια της υπογραφής του κ. Νικολάου Κακουλίδη.

4.2.15. TCM Sp.Zo.o.

Συμμετοχή της GERMANOS POLSKA Sp.Z.o.o.:99,00%

Η εταιρεία εξαγοράστηκε το 2001 από την EKO CONTEL Sp. Z.o.o. Η έδρα της βρίσκεται στη Βαρσοβία της Πολωνίας και σκοπός της είναι η δραστηριοποίηση της στους ίδιους τομείς με τη μητρική εταιρεία. Το μετοχικό της κεφάλαιο ανέρχεται σήμερα σε 8.400.000 ζλότυ και διαιρείται σε 7.000 μετοχές ονομαστικής αξίας 1.200 ζλότυ η καθεμιά. Μέτοχοι της εταιρείας είναι η GERMANOS POLSKA Sp.Z.o.o. με ποσοστό 99% και ο Πάνος Γερμανός με ποσοστό 1%. Το Διοικητικό Συμβούλιο της εταιρείας απαρτίζεται από τους κ.κ. Πάνο Γερμανό – Πρόεδρο, Ιωάννη Καραγιάννη, Jacek

Κυζνιέσω και Νικόλαο Δέλκο. Η εταιρεία εκπροσωπείται και δεσμεύεται, δια της υπογραφής του κ. Πάνου Γερμανού και για ορισμένες πράξεις, μέχρι ορισμένου ύψους ποσού, από τον κ. Jacek Κυζνιέσω.

Ετήσιο Δελτίο και Απολογισμός 2005

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

5.1. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΙ

Η διατήρηση της ηγετικής θέσης του Δικτύου Καταστημάτων ΓΕΡΜΑΝΟΣ στην Ελλάδα και η εδραίωση ενός ισχυρού brand στις αγορές της Κεντρικής και Νοτιοανατολικής Ευρώπης, αποτελούν το βασικό στόχο του τριετούς επενδυτικού πλάνου του Ομίλου.

Με κύριο όχημα τη μέθοδο του franchising, αλλά και μέσω της οργανικής ανάπτυξης, επιδιώκει μέχρι το τέλος του 2007 να αριθμεί 1500 καταστήματα, εντοπίζοντας και αξιοποιώντας τις επιχειρηματικές ευκαιρίες που ενυπάρχουν στις αναδυόμενες αγορές όπου ήδη έχει παρουσία. Ιδιαίτερη έμφαση θα δοθεί σε χώρες με σημαντικά περιθώρια περαιτέρω ενίσχυσης της θέσης του, όπως η Πολωνία, η Ρουμανία και η Ουκρανία.

Παράλληλα, η επέκταση σε νέες χώρες ερευνάται με ιδιαίτερη προσοχή από τη ΓΕΡΜΑΝΟΣ, αξιολογώντας το πλαίσιο των αγορών αυτών και το βαθμό στον οποίο πληρούν τις απαραίτητες προϋποθέσεις.

Αναφορικά στην Ελλάδα, στοχεύει σε περαιτέρω αύξηση του αριθμού καταστημάτων μέχρι το 2007, ενώ παράλληλα, συνεχίζεται η ενδυνάμωση του Δικτύου μέσω του concept των ΓΕΡΜΑΝΟΣ Central, με σκοπό να προσεγγίσει τα 10 έως το τέλος του έτους.

Η περαιτέρω ενίσχυση των μεριδίων της ΓΕΡΜΑΝΟΣ στο σημαντικό τομέα των Τηλεπικοινωνιακών Υπηρεσιών αποτελεί στόχο μας. Προς αυτή την κατεύθυνση, είναι σε συνεχή διερεύνηση νέων τάσεων προκειμένου να εντοπίσουμε τομείς, η άρτια αξιοποίηση των οποίων θα συμβάλλει στην ενδυνάμωση της θέσης της εταιρείας στην αγορά, πάντα βάσει των κριτηρίων υψηλής ποιότητας που έχουν θέσει.

Ο στόχος της διεύρυνσης, τόσο των διακινούμενων προϊόντων όσο και της πελατειακής βάσης καθορίζει τη στρατηγική για το τρέχον έτος. Η ευελιξία και η αποτελεσματικότητα που προσφέρει το σύνολο των δραστηριοτήτων του Ομίλου σε επίπεδο Logistics, εγκαταστάσεων, προμηθειών,

μηχανογράφησης και δικτύωσης στο εξωτερικό ενισχύουν και υποστηρίζουν την προσπάθεια προς αυτή την κατεύθυνση.

Η επένδυση στην έρευνα και η παγίωση της ηγετικής θέσης της εταιρείας, μέσα από τη διεθνή αναγνώριση και καταξίωση, αποτελούν στόχους για το επόμενο έτος.

Συγκεκριμένα, θεωρείται ότι η διαρκής επένδυση στον τομέα της έρευνας, με στόχο την ενδυνάμωση της τεχνογνωσίας και την εισαγωγή καινοτόμων προϊόντων στις διεθνείς αγορές, θα εξασφαλίσουν την περαιτέρω ανάπτυξη της εξαγωγικής δύναμης της εταιρείας σε τομείς που φέρουν υψηλές προσδοκίες.

Παράλληλα, γίνεται έρευνα και αξιοποίηση περαιτέρω επιχειρηματικών ευκαιριών και νέων αγορών, μέσα από τη σύναψη στρατηγικών συμφωνιών με εταιρείες – ηγέτες, διεκδικώντας την εδραίωση ηγετικής θέσης στην παγκόσμια αγορά ενέργειας.

Η θεμελίωση ενός από τα ισχυρότερα επιχειρηματικά σχήματα στην Ευρώπη αποτελεί τον πυρήνα της στρατηγικής της Εταιρείας. Στόχος, η αποδοτικότερη, για την εταιρεία και για τους μετόχους, αξιοποίηση τόσο των υφιστάμενων επενδύσεων όσο και νέων επιχειρηματικών ευκαιριών στην ευρύτερη περιοχή της Κεντρικής και Νοτιοανατολικής Ευρώπης. Οι θετικές λειτουργικές ταμιακές ροές, ο ισχυρός ισολογισμός και η διατήρηση του δανεισμού σε χαμηλά επίπεδα, προσδίδουν στη ΓΕΡΜΑΝΟΣ τη δυναμική να επιτύχει τους στόχους αυτούς. Η ενδυνάμωση της ηγετικής θέσης της λιανικής δραστηριότητας στην Ελλάδα αποτελεί βασική επιδίωξη της εταιρείας. Παράλληλα, με στόχο τα 1.500 καταστήματα στις 7 χώρες, γίνεται αξιοποίηση στις προοπτικές των αναδύμενων τηλεπικοινωνιακών αγορών της Κεντρικής και Νοτιοανατολικής Ευρώπης, με έμφαση στην Πολωνία, τη Ρουμανία και την Ουκρανία. Παράλληλα, εξετάζουμε την είσοδό μας σε νέες αγορές, αξιολογώντας ευκαιρίες που πληρούν τα κριτήρια της διεξόδου της ΓΕΡΜΑΝΟΣ.

Κεφαλαιοποίηση της τεχνογνωσίας και της παραγωγικής δύναμης του Βιομηχανικού Συγκροτήματος SUNLIGHT αποσκοπεί στη σύναψη νέων διεθνών συμφωνιών και την ενίσχυση της εξαγωγικής δυναμικής, συμβάλλοντας στην καθιέρωσή του στην κορυφή της παγκόσμιας βιομηχανίας.

Τέλος, αναφορικά για τον τομέα διανομής καταναλωτικών προϊόντων, θα επιδιωχθεί η μεταφορά του επιτυχημένου επιχειρηματικού μοντέλου σε χώρες της Κεντρικής και Νοτιοανατολικής Ευρώπης.

5.2. ΜΕΣΟ-ΜΑΚΡΟΧΡΟΝΙΟΙ ΣΤΟΧΟΙ

Όλες οι επιχειρήσεις ανεξάρτητα από το μέγεθός τους έχουν κάποιους στόχους τους οποίους προσπαθούν να υλοποιήσουν με κάθε τρόπο. Οι στόχοι της επιχείρησης είναι μια επέκταση της αποστολής της και αναφέρονται στο αποτέλεσμα που επιθυμεί να επιτύχει. Ένας πρωταρχικός στόχος όλων γενικά των επιχειρήσεων είναι η επίτευξη των κερδών. Δεν είναι όμως ο μοναδικός, διότι υπάρχουν και άλλοι στόχοι που ενδιαφέρουν την επιχείρηση όπως η αύξηση του μεριδίου της αγοράς που κατέχει και φροντίδα για την ικανοποίηση των αναγκών του προσωπικού και του κοινωνικού συνόλου. Έτσι κάθε επιχείρηση κατευθύνεται από ορισμένους στόχους. Αντίθετα αν μια επιχείρηση δεν έχει στόχους, δεν υπάρχει λόγος ύπαρξής της.

Για να υλοποιηθούν σωστά οι στόχοι των επιχειρήσεων πρέπει να πληρούν ορισμένα χαρακτηριστικά. Κατ' αρχάς πρέπει να είναι ρεαλιστικοί, να μπορούν δηλαδή να επιτευχθούν με τα μέσα και το προσωπικό που διαθέτει η επιχείρηση. Επίσης πρέπει να διακρίνονται για την σωστή ιεράρχησή τους και την σαφήνειά τους ως προς το περιεχόμενο και την διάρκεια τους.

Όπως όλες οι επιχειρήσεις έτσι και η ΓΕΡΜΑΝΟΣ ΑΒΕΕ έχει μακροχρόνιους στόχους τους οποίους και επιθυμεί να επιτύχει για να αυξήσει τα κέρδη της. Οι μέσο-μακροχρόνιοι στόχοι της είναι:

- Σταδιακή αύξηση των πωλήσεων
- Διατήρηση των πελατών
- Διεξόδυση σε νέες αγορές
- Αύξηση γκάμας προϊόντων-υπηρεσιών που διαθέτει

5.3. ΑΝΑΛΥΣΗ ΜΕΣΟ-ΜΑΚΡΟΧΡΟΝΙΩΝ ΣΤΟΧΩΝ & ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΟΥΣ

Αύξηση των πωλήσεων: Πρώτος στόχος της επιχείρησης είναι η αύξηση των πωλήσεων της έτσι ώστε να έχει σαν αποτέλεσμα την αύξηση των κερδών της και του μεριδίου αγοράς. Ο στόχος αυτός είναι δυνατόν να επιτευχθεί με την μείωση του κόστους παραγωγής το οποίο θα μειώσει την τιμή του προϊόντος και θα γίνει πιο ελκυστικό για τον μέσο καταναλωτή.

Διατήρηση των πελατών: Δεύτερος στόχος της επιχείρησης είναι η διατήρηση του ήδη υπάρχοντος πελατειακού δυναμικού της. Έτσι σκοπός είναι να αναπτύξει κατάλληλες στρατηγικές με τις οποίες θα μπορέσει να διατηρήσει του ήδη υπάρχοντες πελάτες. Αυτό μπορεί να πραγματοποιηθεί κυρίως μέσω των δυναμικών προσφορών που είναι δυνατόν να προσφέρει η εταιρεία στον μέσο καταναλωτή και κυρίως με την φιλική εξυπηρέτηση η οποία διαδραματίζει πρωταρχικό ρόλο στην διατήρηση των καλών πελατειακών σχέσεων.

Διείσδυση σε νέες αγορές: Τρίτος στόχος της επιχείρησης αποτελεί η διείσδυσή της σε νέες αγορές με σκοπό την αύξηση των κερδών και των πελατών της. Ήδη ο ΓΕΡΜΑΝΟΣ έχει καταφέρει να αναπτύξει το δίκτυο του και εκτός Ελλάδος, στα Βαλκάνια, Κύπρο και Ασία. Αυτό το κατάφερε λόγω της ελλιπής τεχνολογικής ανάπτυξης των χωρών αυτών.

Αύξηση γκάμας προϊόντων-υπηρεσιών που διαθέτει: Τελευταίος στόχος της επιχείρησης είναι η αύξηση των προϊόντων-υπηρεσιών που διαθέτει στο καταναλωτικό κοινό. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί με την σύναψη συμφωνιών με κάποιες εταιρείες οι οποίες θα βρουν στο "πρόσωπο" του ΓΕΡΜΑΝΟΥ τον καλύτερο αντιπρόσωπο (provider) στα προϊόντα τους.

Ετήσιο Δελτίο και Απολογισμός 2005

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ – MARKETING

Ένα πολύ δυνατό χαρακτηριστικό του ομίλου ΓΕΡΜΑΝΟΣ είναι η διαφήμιση και η τεράστια σημασία που δίνει σ' αυτή.

Ο ΓΕΡΜΑΝΟΣ έχει επενδύσει εκατομμύρια € στο θέμα της διαφήμισης σε όλα τα ΜΜΕ και κυρίως στην τηλεόραση. Έχει επιστρατεύσει γνωστά πρόσωπα της τηλεόρασης, πιο παλιά με τον γνωστό ηθοποιό Α. Καφετζόπουλο και σήμερα με τις φωνές γνωστών ηθοποιών εφόσον τους εκπροσωπούν επάξια ένας σκύλος και τώρα πρόσφατα μαζί με μια γάτα.

Επίσης ο ΓΕΡΜΑΝΟΣ έχει επενδύσει αρκετά χρήματα και σε άλλες μορφές διαφήμισης όπως είναι οι διαφημιστικές ταμπέλες δρόμου, τα διαφημιστικά σποτ σε λεωφορεία και κτίρια, ακόμα και σε ραδιοφωνικούς σταθμούς σχεδόν όλων των πόλεων. Επίσης έχει υπάρξει χορηγός σε διάφορες θεατρικές παραστάσεις που έχουν λάβει χώρα και σε ποδοσφαιρικούς αγώνες με φιλανθρωπικό σκοπό σε συνεργασία με την TIM.

Τέλος ζωντανή διαφήμιση για τον όμιλο αποτελούν τα υπάρχοντα ήδη καταστήματα με το άκρως εξειδικευμένο προσωπικό και με τα φυλλάδια και τους καταλόγους που προμηθεύεται ο κάθε ενδιαφερόμενος προς διευκόλυνσή του.

Όσον αφορά την διαφήμιση του Ομίλου και φυσικά του Δικτύου καταστημάτων ΓΕΡΜΑΝΟΣ, το κόστος επιβαρύνεται μόνο ο ΓΕΡΜΑΝΟΣ και όχι οι συνεργαζόμενες ή και οι θυγατρικές εταιρείες με αυτόν ή τα καταστήματα που έχουν ανοίξει με τη μέθοδο του Franchising.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Το δίκτυο καταστημάτων ΓΕΡΜΑΝΟΣ σηματοδοτώντας την έναρξη της επιχειρηματικής δράσης στην ελληνική αγορά διαγράφει εδώ και 27 περίπου χρόνια συνεχή και πετυχημένη πορεία. Την επιτυχία πιστοποιούν τα 950 καταστήματα ανεπτυγμένα με συναίσθηση ευθύνης για την προαγωγή της ελληνικής επιχειρηματικότητας εντός και εκτός συνόρων. Με παρουσία σε 7 χώρες της Ευρώπης (Ελλάδα, Πολωνία, Ρουμανία, Βουλγαρία, Κύπρος, Πρώην Γιουγκοσλαβική Δημοκρατία της Μακεδονίας και Ουκρανία) καλύπτει εύρος αγοράς που ξεπερνά τα 150 εκατ. καταναλωτών.

Στηριγμένο στη φιλοσοφία one stop shop θέτει ως κεντρικό στόχο να συνδέει τον καθημερινό άνθρωπο με την τεχνολογία. Η πανελλαδική κάλυψη του Δικτύου σε συνδυασμό με την εύστοχη επικοινωνιακή στρατηγική έχουν προσφέρει στο όνομα ΓΕΡΜΑΝΟΣ υψηλή αναγνωρισιμότητα στον τομέα των Προϊόντων και Υπηρεσιών της Τηλεπικοινωνίας.

Η μέθοδος του franchising έχει αποδειχτεί αποτελεσματική επιχειρηματική επιλογή για τη δυναμική ανάπτυξη του Δικτύου. Πιο συγκεκριμένα, οι συμβάσεις που εντάσσονται στο σύστημα δικαιόχρησης αναθέτουν στους δικαιοδόχους το δικαίωμα λιανικής πώλησης των προϊόντων και υπηρεσιών της εταιρίας ΓΕΡΜΑΝΟΣ Α.Β.Ε.Ε. με τη χρήση του διακριτικού τίτλου και σήματος των καταστημάτων και αξιοποιώντας πλήρως την κεκτημένη τεχνογνωσία.

Η ΓΕΡΜΑΝΟΣ δραστηριοποιείται στην αγορά της Πολωνίας από το 2001, σήμερα στην Πολωνία το Δίκτυο Καταστημάτων ΓΕΡΜΑΝΟΣ αριθμεί πάνω από 340 καταστήματα. Με 71 καταστήματα στη Βουλγαρική αγορά η GERMANOS TELECOM BULGARIA χτίζει δυναμική παρουσία το 2000, καλύπτοντας τις ανάγκες των καταναλωτών σε Προϊόντα και Υπηρεσίες κινητής τηλεφωνίας και υψηλής τεχνολογίας γενικότερα. Στρατηγικό στόχο του Δικτύου Καταστημάτων ΓΕΡΜΑΝΟΣ για τη Ρουμανική αγορά αποτελεί η πλήρης κάλυψη της επικράτειας. Δραστηριοποιούμενο μέσω της GERMANOS TELECOM ROMANIA διαθέτει μέχρι σήμερα 101 καταστήματα, από το 2000, με αντικείμενο δράσης την παροχή Προϊόντων και Υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας και υψηλής τεχνολογίας, τηλεπικοινωνιακές υπηρεσίες και υπηρεσίες Internet καθώς επίσης και εξουσιοδοτημένο service. Η εταιρεία GERMANOS

TELECOM AD-SKOPJE έχει την ευθύνη ανάπτυξης του Δικτύου στην Πρώην Γιουγκοσλαβική Δημοκρατία της Μακεδονίας. Στη γειτονική χώρα λειτουργούν 23 καταστήματα, από το 2002, τα οποία διαθέτουν το σύνολο των προϊόντικών κατηγοριών που αναπτύσσει το Δίκτυο Καταστημάτων ΓΕΡΜΑΝΟΣ και στην ελληνική αγορά. Η εταιρία Infotel αποτελεί το κοινό εγχείρημα του Δικτύου Καταστημάτων ΓΕΡΜΑΝΟΣ και της Cyprus Trading Corporation (CTC) με στόχο τη διαχείριση του Δικτύου στην Κυπριακή αγορά. Η παρουσία του Ομίλου στην Κύπρο υποστηρίζεται με τη λειτουργία 18 καταστημάτων, από το 2002. Η Ουκρανία σηματοδότησε για το 2004 τη διεύρυνση της παρουσίας του Δικτύου Καταστημάτων ΓΕΡΜΑΝΟΣ σε νέες αγορές. Η επιλογή της Ουκρανικής αγοράς εντάσσεται στο στρατηγικό σχεδιασμό μας για επέκταση του Δικτύου σε αγορές με χαμηλή διείσδυση της κινητής τηλεφωνίας, οι οποίες φέρουν υψηλά περιθώρια ανάπτυξης. Η δραστηριοποίησή του Ομίλου στην Ουκρανική αγορά αναπτύσσεται μέσω της θυγατρικής εταιρείας GERMANOS Telecom Ukraine. Η ίδρυσή της στηρίχτηκε στη συνεργασία του Ομίλου με την τοπική αλυσίδα λιανικής Mobitel, η οποία διαθέτει 46 καταστήματα.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ – ΠΗΓΕΣ

- Ετήσιο Δελτίο και Απολογισμός 2005
- Εταιρική Παρουσίαση Απρίλιος 2006
- www.ir-germanos.gr
- www.germanosgroup.gr/activities.asp.
- www.franchise-success.gr/index.asp
- www.e-germanos.gr