

## SARANTIS

### Ενοποιημένα Οικονομικά Αποτελέσματα 12Μ 2006

#### Βασικά Σημεία

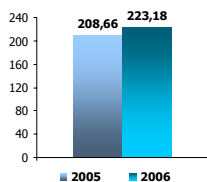
- Άνοδος **πωλήσεων** του Ομίλου Sarantis κατά **6,96%** στα **€223,18** εκ. το 2006.
- **Σε συγκρίσιμη βάση** αύξηση **πωλήσεων** κατά **11,57%**.
- Αύξηση των **κερδών ανά μετοχή** κατά **17,28%** στα **€0,59** το 2006.
- Ο δείκτης **ROI** αυξήθηκε στο **13,17%** το 2006 από 12,31% το 2005.
- Αναφορικά με τις κύριες δραστηριότητες, τα **καλλυντικά ευρείας διανομής** παρουσίασαν τη μεγαλύτερη αύξηση σε ετήσια βάση, κατά **18,82%** σε **€87,37** εκ.
- Όσον αφορά τις νέες χώρες **Ρωσία και Ουγγαρία** άρχισαν να φέρουν έσοδα, ενώ οι παλαιές χώρες, **Τσεχία, Σερβία, Βουλγαρία** και **Πολωνία** ξεχώρισαν σε επίπεδο συνεισφοράς.

| Οικονομικά Στοιχεία<br>(€ εκ.)      | 2006                    | %      | 2005                    |
|-------------------------------------|-------------------------|--------|-------------------------|
| <b>Πωλήσεις</b>                     | <b>223,18</b>           | 6,96%  | <b>208,66</b>           |
| <b>Μικτό Κέρδος</b><br>Περιθώριο ΜΚ | <b>110,31</b><br>49,42% | 10,20% | <b>100,09</b><br>47,97% |
| <b>ΕΒΙΤΔΑ</b><br>Περιθώριο ΕΒΙΤΔΑ   | <b>33,44</b><br>14,98%  | 5,31%  | <b>31,75</b><br>15,22%  |
| <b>ΕΒΙΤ</b><br>Περιθώριο ΕΒΙΤ       | <b>29,81</b><br>13,36%  | 5,91%  | <b>28,15</b><br>13,49%  |
| <b>ΚΠΦ</b><br>Περιθώριο ΚΠΦ         | <b>29,65</b><br>13,29%  | 17,28% | <b>25,28</b><br>12,12%  |
| <b>Φόροι</b>                        | <b>7,36</b>             | 20,36% | <b>6,12</b>             |
| <b>ΚΜΦ</b><br>Περιθώριο ΚΜΦ         | <b>22,29</b><br>9,99%   | 16,29% | <b>19,16</b><br>9,18%   |
| <b>Δικαιώματα Μειοψηφίας</b>        | <b>-0,38</b>            |        | <b>-0,17</b>            |
| <b>ΚΜΦΜΔΜ</b><br>Περιθώριο ΚΜΦΜΔΜ   | <b>22,67</b><br>10,16%  | 17,28% | <b>19,33</b><br>9,26%   |
| <b>Κέρδη ανα Μετοχή</b>             | <b>0,59</b>             | 17,28% | <b>0,51</b>             |

Για περισσότερες πληροφορίες: <http://ir.sarantis.gr/>

Τα οικονομικά αποτελέσματα θα του έτους 2006 θα διεξαχθούν σε **τηλεσυνδιάσκεψη** στις 6 Μαρτίου 2006 και **ώρα Αθηνών 17.00**. Ενδιαφερόμενοι μπορούν να καλέσουν στο 211 – 180 2000.

Ενοποιημένες Πωλήσεις (€ εκ.)  
6,96%



## 12Μ '06 Ενοποιημένα Οικονομικά Αποτελέσματα

### Πωλήσεις

Οι ενοποιημένες πωλήσεις αυξήθηκαν κατά **6,96%** το 2006. Είναι αξιοσημείωτο ότι σε συγκρίσιμη βάση εάν δεν ληφθούν υπόψη οι πωλήσεις του κλάδου των κατοικίδιων ζώων (€ 0,227 εκ. το 2006 σε σχέση με €6,322 εκ. το 2005) και τα έσοδα από τις υπηρεσίες προς την Estee Lauder JV (€1,047 εκ. το 2006 σε σχέση με €4,571 εκ. το 2005), οι ενοποιημένες πωλήσεις αυξήθηκαν κατά 11,57%. Κατά το 2006, οι δυο βασικοί κλάδοι δραστηριότητας, **προϊόντα ευρείας διανομής** και **προϊόντα οικιακής χρήσης**, παρουσίασαν ικανοποιητική ανάπτυξη κατά **18,82%** και **9,43%** αντίστοιχα. Οι δραστηριότητες του Ομίλου στην Ανατολική Ευρώπη παρουσίασαν αύξηση κατά **21,40%**.

### Μικτό κέρδος

Το μικτό κέρδος αυξήθηκε κατά **10,20%** σε €110,31 εκ. το 2006 από €100,09 εκ. το 2005. Το μικτό περιθώριο κέρδους αυξήθηκε στο 49,42% από 47,97% το 2005, σαν αποτέλεσμα της στρατηγικής απόφασης μεταφοράς του προιοντικού μείγματος προς τα ιδιοπαραγόμενα προϊόντα.

### EBITDA

Η χαμηλότερη σε σχέση με τις πωλήσεις, αύξηση του EBITDA κατά **5,31%** στα €33,44 εκ. το 2006, οδήγησε στη πτώση του περιθωρίου EBITDA στο 14,98% σε σχέση με 15,22% το 2005. Η μείωση του περιθωρίου είναι φυσιολογική απόρροια των εξόδων εγκατάστασης στις νέες αγορές.

### EBIT

Τα κέρδη προ φόρων και τόκων (EBIT) ανήλθαν στα €29.81 εκ. σε σχέση με €28,15 εκ. το 2005, παρουσιάζοντας αύξηση κατά 5,91%.

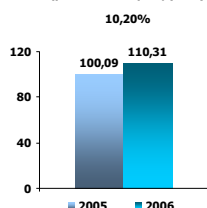
### ΚΠΦ

Ο Όμιλος Sarantis παρουσίασε αρνητικά χρηματοοικονομικά αποτελέσματα ύψους €0,16 εκ. σε σχέση με €-2,87 εκ. το 2005. Ο λόγος είναι η πώληση μετοχών **Multirama** (€0,96 εκ.) αλλά και τα έσοδα από την πώληση του τομέα των **Κατοικίδιων Ζώων** (€1,34 εκ.). Τα κέρδη προ φόρων ανήλθαν σε €29,65 εκ., αυξημένα κατά **17,28%** σε σχέση με το 2005, ξεπερνώντας τις εκτιμήσεις της διοίκησης κατά 5,22%.

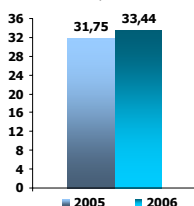
### ΚΜΦΜΔΜ

Τα κέρδη μ.φ.μ.δ.μ. ανήλθαν στα €22,67 εκ. (**+17,28%**), ξεπερνώντας τις εκτιμήσεις της διοίκησης κατά 6,44%. Ο αναμορφωμένος φορολογικός συντελεστής το 2006 διαμορφώθηκε στο 23,5% αυξημένος από 21,4% το 2005 λόγω της αύξησης των ΚΠΦ κατά €4,37 εκ. αλλά και του αρνητικού EBIT των νέων χωρών.

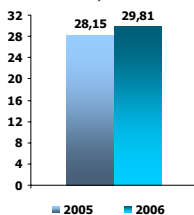
Ενοποιημένο Μικτό Κέρδος (€ εκ.)  
10,20%



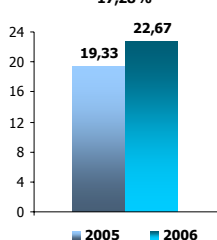
Ενοποιημένο EBITDA (€ εκ.)  
5,31%



Ενοποιημένο EBIT (€ εκ.)  
5,91%



Ενοποιημένα ΚΜΦΜΔΜ (€ εκ.)  
17,28%



## 12M '06 Ενοποιημένος Ισολογισμός

### Βασικά Σημεία

Ο Όμιλος Sarantis έχει θέσει ως προτεραιότητα τη δημιουργία σταθερών ταμειακών ροών μέσα από τις λειτουργικές του δραστηριότητες, που θα επιτρέψει την υλοποίηση της αναπτυξιακής του στρατηγικής και των επενδύσεων στις αγορές της Ανατολικής Ευρώπης.

Κατά το 2006, ο **συνολικός τραπεζικός δανεισμός μειώθηκε κατά 6,08%** (από €100,6 εκ. σε €94,5 εκ.), σε σχέση με το τέλος του 2005.

Η διοίκηση του ομίλου κατά τη Τ.Γ.Σ. των μετόχων έλαβε έγκριση για την αναχρηματοδότηση του υφιστάμενου δανεισμού με ομολογιακά δάνεια μακροπρόθεσμης λήξης και καλύτερο κόστος δανεισμού, που θα επιτρέψει εκ νέου την **επίτευξη ωφελειών σε επίπεδο χρηματοοικονομικών εξόδων.**

Ο ρυθμός αύξησης των **αποθεμάτων** αυξήθηκε κατά 7,17%, που είναι λίγο μεγαλύτερος από το ρυθμό αύξησης των πωλήσεων. Αυτό είναι απαραίτητο για την υποστήριξη των δραστηριοτήτων στις νέες αγορές όπως Τουρκία, Ρωσία, Ουγγαρία και Ουκρανία. Αξίζει να σημειωθεί ότι το **λειτουργικό κεφάλαιο κίνησης** ως ποσοστό επί των πωλήσεων μειώθηκε στο **30,86%** το 2006 από **31,06%** το 2005, ένα γεγονός που δείχνει την αποδοτικότερη διαχείριση των ταμειακών ροών.

Η μείωση των **χρεογράφων** κατά 5,66% οφείλεται στη μείωση της θέσης στη Multirama.

| (€ εκ.)                                   | 2006          | %             | 2005          |
|---|---------------|---------------|---------------|
| <b>Ενεργητικό</b>                         |               |               |               |
| Ενσώματα Πάγια                            | 42,34         | -5,46%        | 44,79         |
| Ασώματα Πάγια                             | 0,27          |               | 0,00          |
| Επενδύσεις                                | 21,45         | 0,21%         | 21,41         |
| Λοιπές Παγιοποιήσεις                      | 2,31          | 515,64%       | 0,38          |
| Αναβαλλόμενοι Φόροι                       | 3,12          | -9,34%        | 3,44          |
| <b>Σύνολο Παγίου Ενεργητικού</b>          | <b>69,49</b>  | <b>-0,74%</b> | <b>70,01</b>  |
| Αποθέματα                                 | 42,91         | 7,17%         | 40,04         |
| Απαιτήσεις από Πελάτες                    | 77,18         | 5,11%         | 73,42         |
| Λοιπές Απαιτήσεις                         | 11,85         | 73,48%        | 6,83          |
| Χρεόγραφα                                 | 15,58         | -5,66%        | 16,52         |
| Μετρητά & Ισοδύναμα Μετρητών              | 14,86         | 50,08%        | 9,90          |
| Λοιπά Στοιχεία Κυκλοφορούντος Ενεργητικού | 0,72          | -13,94%       | 0,84          |
| Κυκλοφορούν Ενεργητικό                    | 163,09        | 10,54%        | 147,55        |
| <b>Σύνολο Ενεργητικού</b>                 | <b>232,59</b> | <b>6,91%</b>  | <b>217,56</b> |
| <b>Παθητικό</b>                           |               |               |               |
| Μακροπρόθεσμος Τραπεζικός Δανεισμός       | 91,00         | -1,94%        | 92,80         |
| Αναβαλλόμενες Φορολογικές Υποχρεώσεις     | 0,13          | 466,70%       | 0,02          |
| Προβλέψεις                                | 6,35          | 15,52%        | 5,49          |
| <b>Σύνολο Μακροπρόθεσμων Υποχρεώσεων</b>  | <b>97,48</b>  | <b>-0,85%</b> | <b>98,32</b>  |
| Πιστωτές                                  | 48,01         | 4,22%         | 46,07         |
| Βραχυπρόθεσμος Τραπεζικός Δανεισμός       | 3,50          | -55,21%       | 7,81          |
| Άλλες Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις          | 3,20          | 23,77%        | 2,58          |
| <b>Σύνολο Βραχυπρόθεσμων Υποχρεώσεων</b>  | <b>54,71</b>  | <b>-3,11%</b> | <b>56,46</b>  |
| Μετοχικό Κεφάλαιο                         | 57,22         |               | 57,22         |
| Υπέρ το άρτιο                             | 38,75         |               | 38,75         |
| Αποθεματικά                               | -41,69        | -23,22%       | -54,30        |
| Κέρδη εις Νέον                            | 26,13         | 23,75%        | 21,11         |
| Καθαρή Θέση                               | 80,40         | 28,08%        | 62,78         |
| <b>Σύνολο Παθητικού</b>                   | <b>232,59</b> | <b>6,91%</b>  | <b>217,56</b> |

## 1 ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΝΑ ΚΛΑΔΟ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ

### 1.1. 12Μ '06 Ανάλυση Πωλήσεων

Η ανάλυση των πωλήσεων εκτείνεται σε 4 κατηγορίες. Συγκεκριμένα, αυτές είναι τα **καλλυντικά ευρείας διανομής**, τα **προϊόντα οικιακής χρήσης** τα **προϊόντα υγείας & φροντίδας** και οι **στρατηγικές συμμαχίες**.

| 12Μ '06 Ενοποιημένες Πωλήσεις ανά Κατηγορία Προϊόντων |               |                |               |
|---|---------------|----------------|---------------|
| € εκ.   | 12Μ '06       | %              | 12Μ '05       |
| <b>Καλλυντικά Ευρείας Διανομής</b>                    | <b>87,37</b>  | <b>18,82%</b>  | <b>73,53</b>  |
| % Πωλήσεων  | 39,15%        |                | 35,24%        |
| Ιδιοπαραγώμενα  | 60,10         | 20,23%         | 49,98         |
| % Πωλήσεων  | 26,93%        |                | 23,95%        |
| Διανεμόμενα   | 27,27         | 15,82%         | 23,55         |
| % Πωλήσεων  | 12,22%        |                | 11,28%        |
| <b>Προϊόντα Οικιακής Χρήσης</b>                       | <b>83,17</b>  | <b>9,43%</b>   | <b>76,00</b>  |
| % Πωλήσεων  | 37,27%        |                | 36,42%        |
| Ιδιοπαραγώμενα  | 78,63         | 8,38%          | 72,55         |
| % Πωλήσεων  | 35,23%        |                | 34,77%        |
| Διανεμόμενα   | 4,54          | 31,49%         | 3,45          |
| % Πωλήσεων  | 2,04%         |                | 1,66%         |
| <b>Προϊόντα Υγείας &amp; Φροντίδας</b>                | <b>19,90</b>  | <b>4,28%</b>   | <b>19,09</b>  |
| % Πωλήσεων  | 8,92%         |                | 9,15%         |
| <b>Στρατηγικές Συμμαχίες</b>                          | <b>32,74</b>  | <b>-18,23%</b> | <b>40,04</b>  |
| % Πωλήσεων  | 14,67%        |                | 19,19%        |
| <b>Συνολικές Πωλήσεις</b>                             | <b>223,18</b> | <b>6,96%</b>   | <b>208,66</b> |

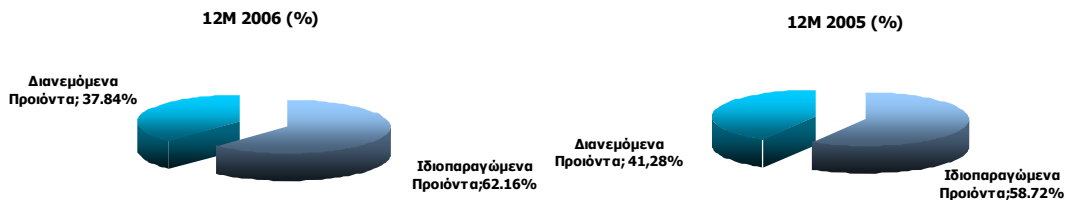
Τα **Καλλυντικά Ευρείας Διανομής** παρουσίασαν αύξηση κατά 18,82% το 2006, φτάνοντας τα €87,37 εκ., με τα **ιδιοπαραγώμενα προϊόντα** να παρουσιάζουν ακόμα μεγαλύτερη ανάπτυξη κατά 20,23%. Η συγκεκριμένη κατηγορία προσφέρει τη μεγαλύτερη συνεισφορά (39,15%) στις ενοποιημένες πωλήσεις.

Τα **Προϊόντα Οικιακής Χρήσης** παρουσίασαν ικανοποιητική αύξηση κατά 9,43% κατά το 2006, με τα έσοδα να ανέρχονται στα €83,17 εκ.

Τα **Προϊόντα Υγείας & Φροντίδας** αυξήθηκαν κατά 4,28% στα €19,90 εκ.

Τέλος, η πτώση των πωλήσεων στις **Στρατηγικές Συμμαχίες** οφείλεται στη πτώση των εσόδων από τη κατηγορία των κατοικίδιων ζώων αλλά και των εσόδων από τις υπηρεσίες προς την Estee Lauder JV. Αυτή η υποχώρηση εντάσσεται στα πλαίσια της στρατηγικής για επικέντρωση στα ιδιοπαραγόμενα προϊόντα και στις στρατηγικές δραστηριότητες. Η ανάλυση αυτής της κατηγορίας είναι διαθέσιμη στο παράρτημα αυτής της ανάλυσης.

### Ιδιοπαραγόμενα & Διανεμόμενα Προϊόντα - Ανάλυση Πωλήσεων



Κατά το 2006, οι ενοποιημένες πωλήσεις για τα **ιδιοπαραγόμενα προϊόντα** των καλλυντικών ευρείας διανομής και προϊόντων οικιακής χρήσης ανήλθαν σε €138,72 εκ. από €122,53 εκ. το 2005, αυξημένα κατά 13,21%. Η συνεισφορά στις συνολικές πωλήσεις ανήλθε στο 62,16% το 2006 από 58,72% το 2005, επιβεβαιώνοντας τη στρατηγική για ενίσχυση των ιδιοπαραγόμενων προϊόντων.

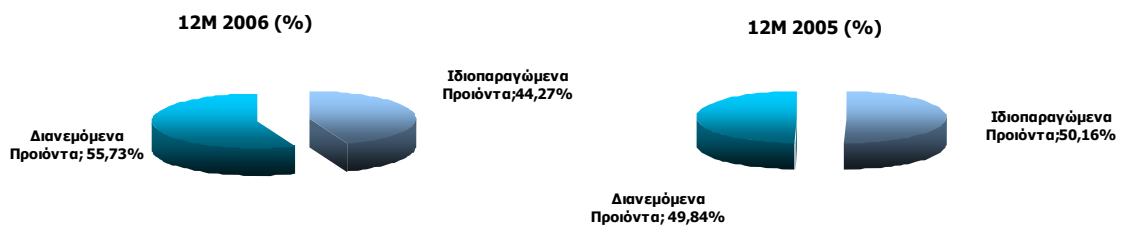
Αντίστοιχα, τα έσοδα των **διανεμομένων προϊόντων** κατά το 2006 ανήλθαν σε €84,46 εκ. από €86,13 εκ. το 2005, μειωμένα κατά 1.94%. Η συνεισφορά τους στις συνολικές πωλήσεις μειώθηκε στο 37,84% το 2006 από 41,28% το 2005.

## 1.2. 12M '06 Ανάλυση EBIT

| 12M '06 Ανάλυση EBIT                   |               |               |               |
|--|---------------|---------------|---------------|
| € εκ.                                  | 12M '06       | %             | 12M '05       |
| <b>Καλλυντικά Ευρείας Διανομής</b>     | <b>7,64</b>   | <b>-7,76%</b> | <b>8,28</b>   |
| % EBIT                                 | <b>25,62%</b> |               | <b>29,42%</b> |
| Περιθώριο                              | 8,74%         |               | 11,26%        |
| <b>Ιδιοπαράγωμα - Παλαιές Χώρες</b>    | 10,00         | 23,74%        | 8,08          |
| <b>Ιδιοπαράγωμα - Νέες Χώρες</b>       | -4,20         |               | -0,85         |
| <b>Ιδιοπαράγωμα</b>                    | 5,80          | -19,82%       | 7,24          |
| % EBIT                                 | 19,46%        |               | 25,71%        |
| Περιθώριο                              | 9,65%         |               | 14,48%        |
| <b>Διανεμόμενα</b>                     | 1,84          | 76,45%        | 1,04          |
| % EBIT                                 | 6,16%         |               | 4,42%         |
| Περιθώριο                              | 6,73%         |               | 4,42%         |
| <b>Προϊόντα Οικιακής Χρήσης</b>        | <b>7,58</b>   | <b>5,69%</b>  | <b>7,17</b>   |
| % EBIT                                 | <b>25,41%</b> |               | <b>25,47%</b> |
| Περιθώριο                              | 9,11%         |               | 9,43%         |
| <b>Ιδιοπαράγωμα - Παλαιές Χώρες</b>    | 7,53          | 8,66%         | 6,93          |
| <b>Ιδιοπαράγωμα - Νέες Χώρες</b>       | -0,14         |               | -0,05         |
| <b>Ιδιοπαράγωμα</b>                    | 7,40          | 7,47%         | 6,88          |
| % EBIT                                 | 24,81%        |               | 688,24%       |
| Περιθώριο                              | 9,41%         |               | 9,49%         |
| <b>Διανεμόμενα</b>                     | 0,18          | -37,28%       | 0,29          |
| % EBIT                                 | 0,60%         |               | 24,45%        |
| Περιθώριο                              | 3,95%         |               | 8,28%         |
| <b>Προϊόντα Υγείας &amp; Φροντίδας</b> | <b>3,10</b>   | <b>20,47%</b> | <b>2,58</b>   |
| % EBIT                                 | <b>10,41%</b> |               | <b>9,15%</b>  |
| Περιθώριο                              | 15,59%        |               | 13,49%        |
| <b>Στρατηγικές Συμμαχίες</b>           | <b>11,50</b>  | <b>13,52%</b> | <b>10,13</b>  |
| % EBIT                                 | <b>38,56%</b> |               | <b>35,98%</b> |
| Περιθώριο                              | 35,11%        |               | 25,29%        |
| <b>Συνολικό EBIT</b>                   | <b>29,81</b>  | <b>5,91%</b>  | <b>28,15</b>  |
| Περιθώριο                              | <b>13,36%</b> |               | <b>13,49%</b> |

**Τα Καλλυντικά ευρείας διανομής** παρουσίασαν μία πτώση το 2006 κατά 7,76%. Η είσοδος στις νέες χώρες γίνεται μόνο με ιδιοπαραγώμενα προϊόντα. Περαιτέρω ανάλυση δείχνει ότι το EBIT των **ιδιοπαραγωμένων προϊόντων της κατηγορίας των καλλυντικών ευρείας διανομής στις παλαιές χώρες αυξήθηκε κατά 23,74%**. Η αντίστοιχη κατηγορία για τις νέες χώρες προκάλεσε τη μείωση του ποσοστού. Τα **προϊόντα οικιακής χρήσης** που αποτελούν στρατηγικό κλάδο ανάπτυξης του Ομίλου στην Ανατολική Ευρώπη, παρουσίασαν αύξηση του EBIT κατά 5,69%. Τέλος, περαιτέρω ανάλυση δείχνει ότι το EBIT των ιδιοπαραγωμένων προϊόντων οικιακής χρήσης στις παλαιές χώρες αυξήθηκε κατά **8,66%**.

#### Ιδιοπαραγώμενα & Διανεμόμενα Προϊόντα – Ανάλυση EBIT



**Τα ιδιοπαραγώμενα προϊόντα** στο σύνολο τους κατά το 2006 έφεραν έσοδα ύψους €13,20 εκ. σε σχέση με €14,12 εκ. το 2005, μειωμένα κατά 6,51%. Σαν αποτέλεσμα τα **ιδιοπαραγώμενα προϊόντα των καλλυντικών ευρείας διανομής και των προϊόντων οικιακής** χρήσης είχαν συνεισφορά στο EBIT κατά 44,27% σε σχέση με 50,16% το 2005. Η πτώση της συνεισφοράς των ιδιοπαραγωμένων προϊόντων οφείλεται στα αυξημένα έξοδα εισόδου και προώθησης στις νέες χώρες (Τουρκία, Ουγγαρία, Τσεχία και Ρωσία), όπου το σύνολο των προϊόντων ανήκουν στη κατηγορία των ιδιοπαραγωμένων.

Το EBIT των **διανεμομένων προϊόντων** κατά το 2006 ανήλθε στα €16,61 εκ. από €14,03 εκ. το 2005, αυξημένα κατά 18,43%. Η συνεισφορά τους στο συνολικό EBIT αυξήθηκε στο 55,73% το 2006 από 49,84% το 2005.

## 2. Ανάλυση ανά Γεωγραφική Περιοχή

### 2.1. 12Μ '06 Ανάλυση Ενοποιημένων Πωλήσεων

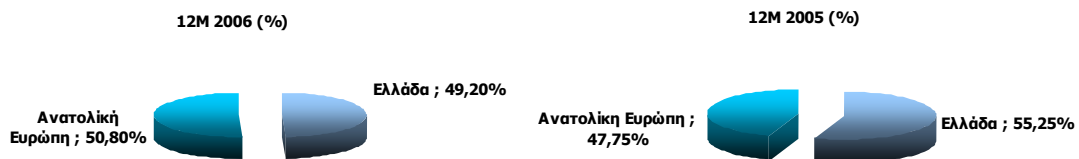
Κατά τη διάρκεια του 2006, η Ελλάδα και οι παλαιές χώρες αποτέλεσαν το κύριο γεωγραφικό τομέα συνεισφοράς στις ενοποιημένες πωλήσεις του Ομίλου.

| 12Μ '06 Ενοποιημένη Ανάλυση Πωλήσεων ανά Χώρα |               |         |               |
|---|---------------|---------|---------------|
| € εκ.   | 12Μ '06       | %       | 12Μ '05       |
| <b>Ελλάδα</b>                                 | <b>109,81</b> | -4,74%  | <b>115,28</b> |
| <b>% Πωλήσεων</b>                             | <b>49,20%</b> |         | <b>55,25%</b> |
| Πολωνία                                       | 47,77         | 18,65%  | 40,26         |
| Ρουμανία                                      | 32,25         | 12,26%  | 28,73         |
| Βουλγαρία                                     | 14,14         | 24,39%  | 11,37         |
| Σερβία  | 7,47          | 27,88%  | 5,84          |
| Τσεχία  | 4,51          | 34,65%  | 3,35          |
| ΠΓΔΜ  | 1,40          | 7,96%   | 1,30          |
| <b>Παλαιές Χώρες</b>                          | <b>107,54</b> | 18,38%  | <b>90,84</b>  |
| <b>% Πωλήσεων</b>                             | <b>48,18%</b> |         | <b>43,54%</b> |
| Ουκρανία                                      | 0,47          | 111,47% | 0,22          |
| Τουρκία                                       | 3,31          | 42,75%  | 2,32          |
| Ρωσία   | 0,67          |         | 0,00          |
| Ουγγαρία                                      | 1,38          |         | 0,00          |
| <b>Νέες Χώρες</b>                             | <b>5,83</b>   | 129,46% | <b>2,54</b>   |
| <b>% Πωλήσεων</b>                             | <b>2,61%</b>  |         | <b>1,22%</b>  |
| <b>Συνολικές Πωλήσεις</b>                     | <b>223,18</b> | 6,96%   | <b>208,66</b> |

Σε συγκρίσιμη βάση μη λαμβάνοντας υπόψη το κλάδο των κατοικίδιων ζώων αλλά και τα έσοδα από τις υπηρεσίες προς Estee Lauder JV, οι πωλήσεις στην Ελλάδα αυξήθηκαν κατά 3,6%. Οι χαμηλότερες πωλήσεις των στρατηγικών συμμαχιών επηρέασαν ανάλογα τα έσοδα στην Ελλάδα. Οι παλαιές χώρες παρουσίασαν αύξηση πωλήσεων κατά 18,38% αυξάνοντας τη συνεισφορά τους στις συνολικές πωλήσεις στο 48,18% το 2006 από 43,54% το 2005. Το 2006 οι νέες χώρες είναι η Ρωσία κατά το Q4 (16 Νοεμβρίου) και η Ουγγαρία το Q3 (5 Απριλίου).



## Ελληνική Αγορά & Ανατολική Ευρωπαϊκή Αγορά



Η Ευρωπαϊκή αγορά κατάφερε να ξεπεράσει για πρώτη φορά το 50% των ενοποιημένων πωλήσεων.

### 2.2. 12M '06 Ανάλυση EBIT

Σχετικά με το γεωγραφική ανάλυση EBIT, είναι απαραίτητος ο διαχωρισμός ανάμεσα στο EBIT των παλαιών χωρών και των νέων χωρών. Με βάση αυτή την ανάλυση είναι φανερό ότι το EBIT στις νέες χώρες έχει επηρεαστεί από την απόφαση της διοίκησης για γρήγορη ανάπτυξη σε αυτές τις χώρες. Ιδιαίτερα στη **Τουρκία** τα έξοδα διαφήμισης και προώθησης ήταν μεγαλύτερα με σκοπό τη κάλυψη των αναγκών για είσοδο στην τοπική αγορά με τα ιδιοπαραγόμενα προϊόντα. Από την άλλη πλευρά, η αγορά της **Ουκρανίας** αντιμετώπισε την αλλαγή διοίκησης που φανερά επηρέασε τα αποτελέσματα. Η διοίκηση αναμένει βελτίωση των οικονομικών της μεγεθών στο μεσοδιάστημα στη Τουρκία και την Ουκρανία.

| 12M '06 Ενοποιημένη Ανάλυση EBIT ανά χώρα |              |          |              |
|---|--------------|----------|--------------|
| € εκ.                                     | 12M '06      | %        | 12M '05      |
| <b>Ελλάδα</b>                             | <b>23,36</b> | 14,94%   | <b>20,32</b> |
| Πολωνία                                   | <b>3,59</b>  | 14,55%   | <b>3,13</b>  |
| Ρουμανία                                  | <b>3,88</b>  | 12,14%   | <b>3,46</b>  |
| Βουλγαρία                                 | <b>1,18</b>  | 29,30%   | <b>0,91</b>  |
| Σερβία                                    | <b>1,72</b>  | 57,79%   | <b>1,09</b>  |
| Τσεχία                                    | <b>0,29</b>  | 420,36%  | <b>0,06</b>  |
| ΠΓΔΜ                                      | <b>0,17</b>  | 58,79%   | <b>0,11</b>  |
| <b>Παλαιές Χώρες</b>                      | <b>34,19</b> | 17,57%   | <b>29,08</b> |
| Ουκρανία                                  | <b>-1,00</b> | 294,52%  | <b>-0,25</b> |
| Τουρκία                                   | <b>-2,54</b> | 292,84%  | <b>-0,65</b> |
| Ρωσία                                     | <b>-0,51</b> | 1613,09% | <b>-0,03</b> |
| Ουγγαρία                                  | <b>-0,33</b> |          | <b>0,00</b>  |
| <b>Νέες Χώρες</b>                         | <b>-4,38</b> | 371,48%  | <b>-0,93</b> |
| <b>Συνολικό EBIT</b>                      | <b>29,81</b> | 5,91%    | <b>28,15</b> |

**Η Ελλάδα** παρουσίασε αύξηση στο EBIT κατά 14,94% στα €23,36 εκ. το 2006 από €20,32 εκ. το 2005.

Οι παλαιές χώρες παρουσίασαν αυξημένο EBIT κατά 17,57% στα €34,19 εκ. το 2006 από €29,08 εκ το 2005. Μία τέτοιου είδους αύξηση δείχνει την επιτυχή εγκατάσταση του Ομίλου Sarantis σε αυτές τις αγορές. Αξίζει να σημειωθεί ότι αυτή η πορεία αναμένεται να συνεχιστεί καθώς ο Όμιλος έχει επιτυχώς διεισδύσει σε αυτές τις αγορές.

### 3. Στόχοι και προοπτικές για το 2007

Τα αποτελέσματα του **2006** δηλώνουν ότι οι στρατηγικές επιλογές της διοίκησης είναι:

1. Οργανική Ανάπτυξη στις **βασικές δραστηριότητες**
2. Γεωγραφική εξάπλωση σε **4 νέες και σημαντικές αγορές**
3. Έξοδος από τις **μη στρατηγικές κατηγορίες**
4. Έμφαση στα **ιδιοπαραγόμενα προϊόντα**

Το 2007, μια από τις βασικές προτεραιότητες του Ομίλου είναι οι νέες χώρες με στόχο την ανατροπή της υπάρχουσας κατάστασης. Με αυτό το στόχο, η στρατηγική γεωγραφικής ανάπτυξης θα αναπτυχθεί μέσω εξαγορών και ενδυνάμωση του δικτύου διανομής.

Η Διοίκηση θα ανακοινώσει το ανανεωμένο τριετές πλάνο την Τετάρτη 28 Μαρτίου 2007.

Παράρτημα

| 12Μ '06 Στρατηγικές Συμμαχίες – Ανάλυση Υποκατηγοριών |               |                |               |
|---|---------------|----------------|---------------|
| € εκ.   | 12Μ '06       | %              | 12Μ '05       |
| <b>Στρατηγικές Συμμαχίες (€ εκ.)</b>                  |               |                |               |
| <b>Καλλυντικά Επιλεκτικής Διανομής</b>                | <b>17,11</b>  | <b>7,79%</b>   | <b>15,88</b>  |
| Πωλήσεις  | 52,26%        |                | 39,65%        |
| Περιθώριο Πωλήσεων                                    | 1,42          | 237,10%        | 0,42          |
| EBIT  | 12,39%        |                | 4,17%         |
| Περιθώριο EBIT  |               |                |               |
| <b>Αυτοκίνητο</b>                                     | <b>14,36</b>  | <b>8,16%</b>   | <b>13,27</b>  |
| Πωλήσεις  | 43,84%        |                | 33,15%        |
| Περιθώριο Πωλήσεων                                    | 0,49          | -38,58%        | 0,80          |
| EBIT  | 4,28%         |                | 7,92%         |
| Περιθώριο EBIT  |               |                |               |
| <b>Κατοικίδια</b>                                     | <b>0,23</b>   | <b>-96,41%</b> | <b>6,32</b>   |
| Πωλήσεις  | 0,69%         |                | 15,79%        |
| Περιθώριο Πωλήσεων                                    | -0,15         | -5,57%         | -0,16         |
| EBIT  | -1,34%        |                | -1,61%        |
| Περιθώριο EBIT  |               |                |               |
| <b>Υπηρεσίες προς Estee Lauder JV</b>                 | <b>1,05</b>   | <b>-77,09%</b> | <b>4,57</b>   |
| Πωλήσεις  | 3,20%         |                | 11,42%        |
| Περιθώριο Πωλήσεων                                    | 0,04          | -135,55%       | -0,11         |
| EBIT  | 0,35%         |                | -1,12%        |
| Περιθώριο EBIT  |               |                |               |
| <b>Έσοδα απο Συγγενείς Εταιρίες</b>                   | <b>9,69</b>   | <b>5,60%</b>   | <b>9,18</b>   |
| EBIT  | 84,31%        | -6,98%         | 90,64%        |
| Περιθώριο EBIT  | <b>32,74</b>  | <b>-18,23%</b> | <b>40,04</b>  |
| <b>Συνολικές Πωλήσεις Υποκατηγοριών</b>               | <b>11,496</b> | <b>13,52%</b>  | <b>10,127</b> |