

SARANTIS GROUP

Ενοποιημένα Οικονομικά Αποτελέσματα 12M 2007

Αύξηση EATAM κατά 40,80% περιλαμβανομένων των έκτακτων & μη επαναλαμβανόμενων κερδών από την πώληση της συμμετοχής στην Κ.Π. Μαρινόπουλος ΑΕ.

Βασικά Σημεία Έτους 2007

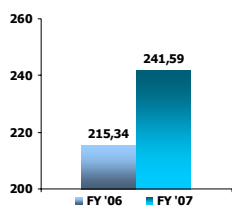
- **12,19%** άνοδος **πωλήσεων** του Ομίλου Sarantis στα **€241,59** εκ. από €215,34 εκ. το 2006, σε συμφωνία με τις προβλέψεις της Διοίκησης για το έτος.
- Αύξηση του **μικτού περιθωρίου κέρδους** σε **50,32%** το 2007 από 49,76% το 2006.
- **Αυξημένο περιθώριο EBITDA** σε **15,51%** το 2007 από 15,25% το 2006.
- Αύξηση των **κερδών ανά μετοχή** κατά **40,05%** στα **€0,83** και κατά **12,07%** (€ 0,67) σε συγκρίσιμη βάση εξαιρώντας τα €8,5 εκ. έκτακτα και μη επαναλαμβανόμενα κέρδη της πώλησης συμμετοχής στην Κ.Π. Μαρινόπουλος ΑΕ.
- Αναφορικά με τις κύριες δραστηριότητες, τα **καλλυντικά ευρείας διανομής** παρουσίασαν τη μεγαλύτερη αύξηση σε ετήσια βάση, κατά **20.30%** στα **€105,24** εκ., ενώ ακολουθούν **τα προϊόντα οικιακής χρήσης** με αύξηση **16,92%** στα **€97,06** εκ.
- Όλες οι παλαιές χώρες (**Πολωνία, Ρουμανία, Βουλγαρία, Σερβία, Τσεχία, ΠΓΔΜ, και Ουγγαρία**) ξεχώρισαν για μία ακόμα φορά σε επίπεδο ανάπτυξης

Οικονομικά Στοιχεία (€ εκ.)	FY 07	%	FY '06	FY '07	
	Χωρίς έκτ & μη επαναλ. Κέρδη από πώληση συμμετοχής		Oto Top with Proportional Consolidation Method	Περιλαμβάνει έκτ. & μη επαναλ. κέρδη από πώληση συμμετοχής	
Πωλήσεις	241,59	12,19%	215,34	241,59	12,19%
Μικτό Κέρδος Περιθώριο ΜΚ	121,56 50,32%	13,44%	107,15 49,76%	121,56 50,32%	13,44%
EBITDA Περιθώριο EBITDA	37,46 15,51%	14,08%	32,84 15,25%	37,46 15,51%	14,08%
EBIT Περιθώριο EBIT	33,94 14,05%	15,89%	29,29 13,60%	33,94 14,05%	15,89%
Έκτ & Μη Επαναλ. Κέρδη Χρηματοοικονομικό Κόστος	2,38	-	2,3 2,3	8,50 2,38	
ΚΠΦ Περιθώριο ΚΠΦ	31,56 13,06%	7,76%	29,29 13,60%	40,06 16,58%	36,79%
Φόροι Φόροι στα Έκτ. & Μη Επαναλ. Κέρδη	7,06	-2,98%	7,28	7,06	-2,98%
				2,13	
ΚΜΦ Περιθώριο ΚΜΦ	24,50 10,14%	11,31%	22,01 10,22%	30,87 12,78%	40,28%
Δικαιώματα Μειοψηφίας	-1,05	58,05%	-0,66	-1,05	58,05%
ΚΜΦΜΔΜ Περιθώριο ΚΜΦΜΔΜ	25,54 10,57%	12,67%	22,67 10,53%	31,92 13,21%	40,80%
Κέρδη ανα Μετοχή	0,67	12,07%	0,59	0,83	40,05%

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

Τα οικονομικά αποτελέσματα για το 2007 θα παρουσιαστούν και σε **τηλεσυνδιάσκεψη** στις 11 Μαρτίου 2007 και **ώρα 17.00**. Ενδιαφερόμενοι μπορούν να καλέσουν στο 211 – 180 2000.

Ενοποιημένες Πωλήσεις (€ εκ.)
12,19%



12Μ '07 Ενοποιημένα Οικονομικά Αποτελέσματα

Πωλήσεις

Οι ενοποιημένες πωλήσεις αυξήθηκαν κατά **12,19%** το 2007. Επισημαίνεται ότι σε συγκρίσιμη βάση χωρίς την καταγραφή εσόδων από τον τομέα PET (€0,227 εκ. το 2006 vs €0 το 2007), καθώς και από τις υπηρεσίες προς την Estee Lauder JV (€1,047 εκ. το 2006 vs €0 το 2007), ο ρυθμός ανάπτυξης των ενοποιημένων πωλήσεων ανήλθε σε **ποσοστό της τάξης του 12,9%**. Κατά το 2007 παρατηρήθηκε ισχυρή αναπτυξιακή πορεία στους δύο βασικούς κλάδους δραστηριότητας, των **καλλυντικών ευρείας διανομής** και των **προϊόντων οικιακής χρήσης**, αλλά και ισχυρή ανάπτυξη της δραστηριότητας του Ομίλου στις αγορές της Ανατολικής Ευρώπης.

Μικτό κέρδος

Το μικτό κέρδος του Ομίλου αυξήθηκε κατά **13,44%** στα €121,56 εκ. το 2007. Το μικτό περιθώριο κέρδους διαμορφώθηκε σε 50,32% έναντι 49,76% κατά το 2006, σαν αποτέλεσμα της στρατηγικής απόφασης αλλαγής του προϊόντικου μίγματος προς τα ιδιοπαράγόμενα προϊόντα. Η τάση αναμένεται να συνεχιστεί μέσω της περαιτέρω βελτίωσης του προϊόντικου μίγματος αλλά και της ανεύρεσης οικονομικότερων προμηθευτικών καναλιών.

ΕΒΙΤΔΑ

Κατά **14,08%** αυξήθηκε το ΕΒΙΤΔΑ στο 2007 καθώς ανήλθε στα €37,46 εκ., ενώ το περιθώριο παρουσίασε αύξηση στο 15,51% του ενοποιημένου τζίρου έναντι 15,25% το 2006. Αυτή η αύξηση έχει ιδιαίτερη σημασία λαμβάνοντας υπόψη το έκτακτο κόστος αναδιάρθρωσης των νέων χωρών ύψους €5,27 εκ. που καταγράφηκε εντός του έτους, αλλά και την απουσία εσόδων €1,6 εκ. από τη συμμετοχή στην Κ.Π. Μαρινόπουλος ΑΕ.

ΕΒΙΤ

Τα κέρδη προ φόρων και τόκων ανήλθαν σε €33,94 εκ. το 2007 από €29,29 εκ. το 2006 παρουσιάζοντας αύξηση κατά **15,89%**.

*Σε συγκρίσιμη βάση (εξαιρώντας το έκτακτο κόστος αναδιάρθρωσης που καταγράφηκε το 2007 καθώς και τα έσοδα κατά το 12Μ 2006 από τον Μαρινόπουλο), το ΕΒΙΤΔΑ και το ΕΒΙΤ σημείωσαν αύξηση κατά **36,9%** και **41,76%** αντιστοίχως.*

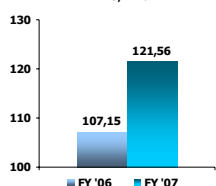
ΚΠΦ

Ο Όμιλος Σαράντη παρουσίασε αρνητικά χρηματοοικονομικά αποτελέσματα ύψους €2,38 εκ. το 2007 σε σχέση με €0,004 εκ. το 2006, λόγω της απουσίας των κεφαλαιακών κερδών στην παρούσα χρήση σε σχέση με το 2006, με την έξοδο από το Pet Business και τη συμμετοχή στα Multirama, αλλά και τους αυξημένους χρεωστικούς τόκους. Λαμβάνοντας υπόψη τα έσοδα από την πώληση συμμετοχής της Κ.Π. Μαρινόπουλος ΑΕ., τα κέρδη προ φόρων ανήλθαν στα €40,06 εκ., παρουσιάζοντας αύξηση κατά 36,79% σε σχέση με το 2006. Χωρίς αυτά τα έσοδα τα κέρδη προ φόρων ανήλθαν σε €31,56 εκ., αυξημένα κατά 7,76%.

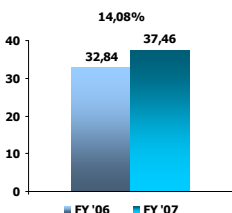
ΚΜΦΜΔΜ

Τα κέρδη μ.φ.μ.δ.μ. ανήλθαν σε €31,92 εκ. (+40,80%), από €22,67 εκ. το 2006. Αν δεν ληφθούν υπόψη τα έκτακτα και μη επαναλαμβανόμενα κέρδη που καταγράφηκαν από την πώληση συμμετοχής στην Κ.Π. Μαρινόπουλος ΑΕ., η αύξηση στα κέρδη μ.φ.μ.δ.μ. ανέρχεται στα 12,67%.

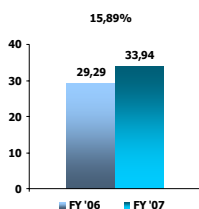
Ενοποιημένο Μικτό Κέρδος (€ εκ.)
13,44%



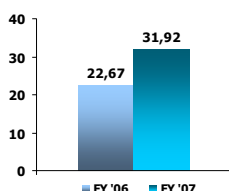
Ενοποιημένο ΕΒΙΤΔΑ (€ εκ.)
14,08%



Ενοποιημένο ΕΒΙΤ (€ εκ.)
15,89%



Ενοποιημένα ΚΜΦΜΔΜ (€ εκ.)
40,80%



12M '07 Ενοποιημένος Ισολογισμός / Ταμειακές Ροές

Βασικά Σημεία

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

Ο **καθαρός δανεισμός του Ομίλου** το 2007 **μειώθηκε κατά 51,81%** διαμορφούμενος στα €29,71 εκ. έναντι €61,65 εκ. το 2006.

Τα **αποθέματα** μειώθηκαν κατά 2,53%, ενώ το λειτουργικό κεφάλαιο κίνησης ως προς τις πωλήσεις μειώθηκε σε 26,04% το 2007 από 31,46% το 2006.

Τα ανωτέρω οδήγησαν σε εξαιρετική απόδοση των συντελεστών του λειτουργικού κεφαλαίου κίνησης, με συνέπεια την μεγάλη αύξηση των λειτουργικών ταμειακών ροών σε €25,38 εκ. το 2007 από €9,93 εκ. το 2006.

(€ εκ.)	FY '07	%	FY '06
	Δημοσιευμένα		Oto Top with Proportional Consolidation Method
Ενεργητικό			
Ενσώματα Πάγια	42,69	1,32%	42,13
Ασώματα Πάγια	0,25	-7,31%	0,27
Επενδύσεις	20,22	-5,73%	21,45
Λοιπές Παγιοποιήσεις	1,93	-16,10%	2,30
Αναβαλλόμενοι Φόροι	2,84	-8,56%	3,11
Σύνολο Παγίου Ενεργητικού	72,64	4,88%	69,26
Αποθέματα	39,32	-2,53%	40,34
Απαιτήσεις από Πελάτες	73,69	-0,48%	74,05
Λοιπές Απαιτήσεις	7,10	-38,52%	11,55
Χρεόγραφα	8,34	-46,48%	15,58
Μετρητά & Ισοδύναμα Μετρητών	43,17	202,61%	14,26
Λοιπά Στοιχεία Κυκλοφορούντος Ενεργητικού	0,76	7,50%	0,71
Κυκλοφορούν Ενεργητικό	172,37	10,15%	156,49
Σύνολο Ενεργητικού	245,01	8,53%	225,74
Παθητικό			
Μακροπρόθεσμος Τραπεζικός Δανεισμός	78,81	-12,19%	89,75
Αναβαλλόμενες Φορολογικές Υποχρεώσεις	0,14	8,57%	0,13
Προβλέψεις	8,96	46,30%	6,12
Σύνολο Μακροπρόθεσμων Υποχρεώσεων	87,91	-8,43%	96,00
Πιστωτές	50,10	7,43%	46,63
Βραχυπρόθεσμος Τραπεζικός Δανεισμός	2,40	37,23%	1,75
Άλλες Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις	3,17	3,90%	3,05
Σύνολο Βραχυπρόθεσμων Υποχρεώσεων	55,67	8,24%	51,43
Μετοχικό Κεφάλαιο	59,06	3,22%	57,22
Υπέρ το άρτιο	39,25	1,30%	38,75
Αποθεματικά	-3,18	204,82%	-1,04
Κέρδη εις Νέον	6,29	-137,87%	-16,62
Καθαρή Θέση	101,43	29,53%	78,31
Σύνολο Παθητικού	245,01	8,53%	225,74
Ροές Λειτουργικών Δραστηριοτήτων	25,38	155,59%	9,93
Ροές Επενδυτικών Δραστηριοτήτων	16,78	259,31%	4,67
Ροές Χρηματοδοτικών Δραστηριοτήτων	-13,27		-9,64
Αύξηση Διαθεσίμων	28,90	482,66%	4,96
Ταμειακά Διαθέσιμα & Ισοδύναμα Έναρξης Περιόδου	14,26	44,04%	9,90
Ταμειακά Διαθέσιμα & Ισοδύναμα Λήξης Περιόδου	43,17	190,51%	14,86

1 ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΝΑ ΚΛΑΔΟ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ

1.1. 12Μ '07 Ανάλυση Πωλήσεων

Οι πωλήσεις του Ομίλου αναλύονται σε 4 βασικές κατηγορίες : **καλλυντικά ευρείας διανομής, προϊόντα οικιακής χρήσης, προϊόντα υγείας & φροντίδας** και οι **λοιπές πωλήσεις**.

€ εκ.	12Μ '07	%	12Μ '06 Οτο Top Proportional Consolidation
Καλλυντικά Ευρείας Διανομής	105,24	20,30%	87,48
% Πωλήσεων	43,56%		40,62%
Ιδιοπαραγόμενα	71,51	18,67%	60,26
% στην κατηγορία	67,95%		68,88%
Διανεμόμενα	33,73	23,91%	27,22
% στην κατηγορία	32,05%		31,12%
Προϊόντα Οικιακής Χρήσης	97,06	16,92%	83,01
% Πωλήσεων	40,17%		38,55%
Ιδιοπαραγόμενα	91,60	16,74%	78,47
% στην κατηγορία	94,38%		94,53%
Διανεμόμενα	5,45	20,04%	4,54
% στην κατηγορία	5,62%		5,47%
Προϊόντα Υγείας & Φροντίδας	16,97	-14,72%	19,90
% Πωλήσεων	7,03%		9,24%
Λοιπές Πωλήσεις	22,32	-10,56%	24,95
% Πωλήσεων	9,24%		11,59%
Επιλεκτική	15,88	-7,50%	17,16
Οτο Top	6,44	-1,13%	6,52
Pet	0,00		0,23
Υπηρεσίες προς Estee Lauder	0,00		1,05
Συνολικές Πωλήσεις	241,59	12,19%	215,34

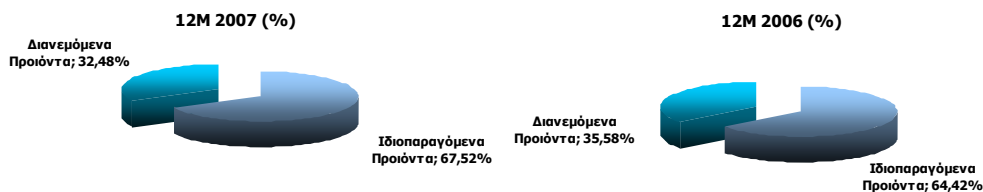
Τα **Καλλυντικά Ευρείας Διανομής** παρουσίασαν αύξηση κατά 20.30% το 2007 και ανήλθαν στα €105.24 εκ., με τα **διανεμόμενα προϊόντα** να παρουσιάζουν ανάπτυξη κατά 23.91%. Η κατηγορία των **ιδιοπαραγομένων προϊόντων** συμβάλει με ποσοστό της τάξης του 67.95% σε αυτήν την κατηγορία.

Τα **Προϊόντα Οικιακής Χρήσης** παρουσίασαν σημαντική αύξηση κατά 16,92% το 2007, με τα έσοδα να ανέρχονται στα €97,06 εκ. Σε αυτή την κατηγορία τα **ιδιοπαραγόμενα προϊόντα** συμβάλουν κατά 94,38% και παρουσίασαν αύξηση της τάξης του 16,74%.

Οι πωλήσεις των **Προϊόντων Υγείας & Φροντίδας** παρουσίασαν μείωση κατά 14,72% στα €16,97 εκ. όπως και η κατηγορία **Λοιπές πωλήσεις** μειώθηκε κατά 10,56% στα €22,32 εκ. καθώς μερικά μη κερδοφόρα συμβόλαια δεν ανανεώθηκαν. Περαιτέρω ανάλυση της κατηγορίας **Λοιπές πωλήσεις** παρατίθεται στο παράρτημα.

Η στρατηγική του Ομίλου επικεντρώνεται στην αύξηση των ιδιοπαραγομένων προϊόντων και σαν αποτέλεσμα η πτώση των πωλήσεων στην κατηγορία Λοιπές πωλήσεις ενισχύει αυτή τη στρατηγική.

Ιδιοπαραγόμενα & Διανεμόμενα Προϊόντα - Ανάλυση Πωλήσεων



Κατά το 2007, οι ενοποιημένες πωλήσεις για τα **ιδιοπαραγόμενα προϊόντα** των καλλυντικών ευρείας διανομής και προϊόντων οικιακής χρήσης ανήλθαν σε €163,11 εκ. από €138,72 εκ. το 2006, αυξημένα κατά 17,58%. Η συνεισφορά στις συνολικές πωλήσεις ανήλθε στο 67,52% επιβεβαιώνοντας την επιτυχή στρατηγική του Ομίλου για περαιτέρω ενίσχυση των ιδιοπαραγόμενων προϊόντων.

Αντίστοιχα, τα έσοδα των **διανεμομένων προϊόντων** κατά το 2007 ανήλθαν σε €78,47 εκ. από €76,62 εκ. το 2006, αυξημένα κατά 2,42%. Η συνεισφορά τους στις συνολικές πωλήσεις μειώθηκε στο 32,48% το 2007 από 35,58% το 2006.

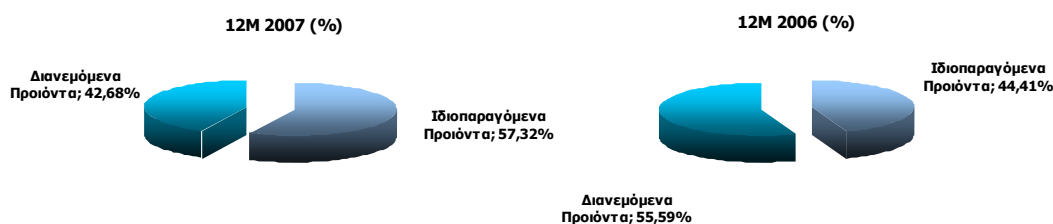
1.2. 12M '07 Ανάλυση EBIT

€ εκ.	12M '07	%	12M '06 Oto Top Proportional Consolidation
Καλλυντικά Ευρείας Διανομής	15,29	104,08%	7,49
% EBIT	38,98%		25,57%
Περιθώριο	14,52%		8,56%
Ιδιοπαράγόμενα - Παλαιές Χώρες	12,74	33,53%	9,54
Ιδιοπαράγόμενα - Νέες Χώρες	-		-3,88
Ιδιοπαράγόμενα	12,74	124,89%	5,66
% EBIT	32,48%		19,34%
Περιθώριο	17,81%		9,40%
Διανεμόμενα	2,55	39,55%	1,83
% EBIT	6,50%		6,24%
Περιθώριο	7,56%		6,71%
Προϊόντα Οικιακής Χρήσης	10,08	33,98%	7,52
% EBIT	25,70%		25,7%
Περιθώριο	10,38%		9,06%
Ιδιοπαράγόμενα - Παλαιές Χώρες	9,74	30,32%	7,48
Ιδιοπαράγόμενα - Νέες Χώρες	-		-0,13
Ιδιοπαράγόμενα	9,74	32,68%	7,34
% EBIT	24,84%		25,07%
Περιθώριο	10,64%		9,36%
Διανεμόμενα	0,34	87,23%	0,18
% EBIT	0,86%		0,61%
Περιθώριο	6,16%		3,95%
Προϊόντα Υγείας & Φροντίδας	3,05	-1,03%	3,08
% EBIT	7,77%		10,52%
Περιθώριο	17,96%		15,47%
Λοιπές Πωλήσεις	10,80	-3,49%	11,19
% EBIT	27,55%		38,22%
Επιλεκτική	1,89	33,90%	1,41
Περιθώριο	11,88%		8,21%
Oto Top	0,34	62,98%	0,21
Περιθώριο	5,21%		3,16%
Pet	-0,02		-0,15
Υπηρεσίες προς Estee Lauder	0,00		0,04
Έσοδα από Estee Lauder JV	8,60	6,59%	8,07
Έσοδα από Μαρινόπουλο	0,00		1,62
Συνολικό EBIT (Υποσύνολο)	39,22	33,91%	29,29
Κόστος Αναδιάρθρωσης Νέων Χωρών	-5,27		
Συνολικό EBIT	33,94	15,89%	29,29
Περιθώριο	14,05%		13,60%

Αξίζει να αναφερθεί ότι το κόστος αναδιάρθρωσης των νέων χωρών, που ανέρχεται σε 5,27 εκ. ευρώ και απορροφήθηκε στο σύνολο του κατά το 9Μ 2007, δεν αφορά έξοδα των προιοντικών κατηγοριών του Ομίλου και κατά συνέπεια δεν επηρεάζει το EBIT των ιδιοπαραγόμενων προϊόντων των νέων χωρών.

Τα καλλυντικά ευρείας διανομής παρουσίασαν σημαντική αύξηση λειτουργικών εσόδων το 2007 κατά **104,08%**. Το ποσοστό συμμετοχής των καλλυντικών ευρείας διανομής στο συνολικό EBIT ανήλθε σε 38,98% από 25,57% το 2006. Επιπρόσθετα, η κατηγορία των **προϊόντων οικιακής χρήσης** σημείωσε υψηλούς ρυθμούς αύξησης κατά 33,98% στα 10,08 εκ. ευρώ. από 7,52 εκ. ευρώ το 2006, ενώ το ποσοστό συμμετοχής της εν λόγω κατηγορίας στο συνολικό EBIT ανήλθε σε 25,7% αμετάβλητο σε σχέση με το 2006. Τέλος αξίζει να αναφερθεί ότι η μείωση EBIT της κατηγορίας των **Λοιπών Πωλήσεων** κατά 3,49% στα 10,80 εκ. ευρώ το 2007 είναι αποτέλεσμα της μείωσης εσόδων από τις Συγγενείς Εταιρίες. Επιπλέον, αξίζει να σημειωθεί ότι το EBIT των προϊόντων υγείας & φροντίδας μειώθηκε με μικρότερο ρυθμό σε σχέση με τις πωλήσεις αυτής της κατηγορίας, ένα γεγονός που αντανακλά την έξοδο από τις μη κερδοφόρες δραστηριότητες.

Ιδιοπαραγόμενα & Διανεμόμενα Προϊόντα – Ανάλυση EBIT



Λαμβάνοντας υπόψη ότι το κόστος της αναδιάρθρωσης των νέων χωρών αποτελεί έκτακτο έξοδο το οποίο δεν ενσωματώνεται στα έξοδα των κατηγοριών, **τα ιδιοπαραγόμενα προϊόντα των καλλυντικών ευρείας διανομής και των προϊόντων οικιακής χρήσης** στο σύνολο τους κατά το 2007 έφεραν λειτουργικά έσοδα ύψους €22,48 εκ. σε σχέση με €13,01 εκ. το 2006, αυξημένα κατά 72,83%. Η **συνεισφορά τους στο EBIT** αυξήθηκε στο 57,32% το 2007 σε σχέση με 44,41% το 2006.

Το EBIT των **διανεμομένων προϊόντων** κατά το 2007 ανήλθε στα €16,74 εκ. από €16,28 εκ. το 2006, αυξημένο κατά 2,81%. Η συνεισφορά τους στο συνολικό EBIT μειώθηκε στο 42,68% το 2007 από 55,59% το 2006.

2. Ανάλυση ανά Γεωγραφική Περιοχή

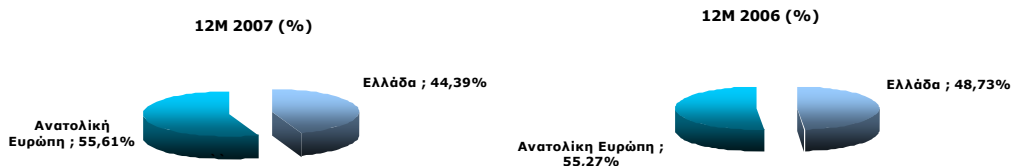
2.1. 12Μ '07 Ανάλυση Ενοποιημένων Πωλήσεων

Κατά τη διάρκεια του 2007, η Ελλάδα και οι παλαιές χώρες αποτέλεσαν το κύριο γεωγραφικό τομέα συνεισφοράς στις ενοποιημένες πωλήσεις του Ομίλου.

€ εκ.	12Μ '07 δημοσιευμένα	%	12Μ '06 Oto Top Proportional Consolidation
Ελλάδα	107,24	2,19%	104,94
% Πωλήσεων	44,39%		48,73%
Πολωνία	58,16	21,75%	47,77
Ρουμανία	39,57	22,69%	32,25
Βουλγαρία	14,17	26,82%	11,17
Σερβία	9,47	26,87%	7,47
Τσεχία	6,56	45,26%	4,51
ΠΓΔΜ	1,70	20,76%	1,40
Ουγγαρία	2,23	60,94%	1,38
Παλαιές Χώρες	131,84	24,43%	105,95
% Πωλήσεων	54,57%		49,20%
Ουκρανία	0,35		0,47
Τουρκία	1,43		3,31
Ρωσία	0,73	9,64%	0,67
Νέες Χώρες	2,51		4,45
% Πωλήσεων	1,04%		2,07%
Συνολικές Πωλήσεις	241,59	12,19%	215,34

Οι πωλήσεις στην Ελλάδα αυξήθηκαν κατά 2,19%. Σε **συγκρίσιμη βάση** μη λαμβάνοντας υπόψη το κλάδο του Pet business και τα έσοδα από τις υπηρεσίες προς Estee Lauder JV, οι **πωλήσεις στην Ελλάδα αυξήθηκαν κατά 3,4%**. Οι παλαιές χώρες παρουσίασαν αύξηση πωλήσεων κατά 24,43% αυξάνοντας τη συνεισφορά τους στις συνολικές πωλήσεις στο 54,57% το 2007 από 49,20% το 2006.

Ελληνική Αγορά & Ανατολική Ευρωπαϊκή Αγορά



Οι πωλήσεις στην Ελληνική αγορά παραμένουν κάτω του 50% του συνολικού ενοποιημένου τζίρου, σαν αποτέλεσμα της στρατηγικής επιλογής του Ομίλου Σαράντη για περαιτέρω διείσδυση στις αγορές του εξωτερικού.

2.2. 12M '07 Ανάλυση EBIT

Σχετικά με την γεωγραφική ανάλυση EBIT, είναι απαραίτητος ο διαχωρισμός ανάμεσα στο EBIT των παλαιών χωρών και των νέων χωρών. Αξίζει να αναφερθεί ότι ο Όμιλος, σύμφωνα πάντα με τις δεσμεύσεις του και την στρατηγική του που βασίζεται σε οργανική και γεωγραφική επέκταση, ολοκλήρωσε το πρόγραμμα αναδιοργάνωσης των δραστηριοτήτων του στις νέες χώρες του εξωτερικού, Ουκρανία, Τουρκία και Ρωσία. Το συνολικό κόστος από την ολοκλήρωση της αναδιάρθρωσης του μοντέλου διείσδυσης ανέρχεται σε 5,27 εκ. ευρώ και απεικονίζεται εξ ολοκλήρου στο EBIT των νέων χωρών κατά το εννεάμηνο του 2007. Ως εκ τούτου, το **4^ο τρίμηνο του 2007 είναι απαλλαγμένο από ζημιές των νέων χωρών**, προκαλώντας με αυτόν τον τρόπο βελτίωση στο περιθώριο EBIT.

€ εκ.	12M '07 δημοσιευμένα	%	12M '06 Oto Top Proportional Consolidation
Ελλάδα	23,86	3,06%	23,15
% EBIT	70,30%		79,06%
Πολωνία	5,87	66,18%	3,53
Ρουμανία	5,11	33,18%	3,84
Βουλγαρία	1,75	79,41%	0,98
Σερβία	2,28	33,08%	1,71
Τσεχία	0,41	43,41%	0,29
ΠΓΔΜ	0,29	76,64%	0,17
Ουγγαρία	-0,36		-0,34
Παλαιές Χώρες	15,35	50,86%	10,18
Ελλάδα & Παλαιές Χώρες	39,22	17,65%	33,33
Ουκρανία	-0,62		-1,00
Τουρκία	-3,02		-2,54
Ρωσία	-1,63		-0,51
Νέες Χώρες	-5,27		-4,05
Συνολικό EBIT	33,94	15,89%	29,29

Η Ελλάδα παρουσίασε αύξηση στο EBIT κατά 3,06% στα €23,86 εκ. το 2007 από €23,15 εκ. το 2006. Οι παλαιές χώρες παρουσίασαν σημαντικό αυξημένο EBIT κατά 50,86% στα €15,35 εκ. το 2007 από €10,18 εκ. το 2006, υπογραμμίζοντας την επιτυχή edραίωση του Ομίλου Σαράντη σε αυτές τις χώρες. Αξίζει να σημειωθεί ότι αυτή η πορεία αναμένεται να συνεχιστεί και στις επόμενες χρήσεις καθώς ο Όμιλος έχει επιτυχώς διεισδύσει σε αυτές τις αγορές.

3. Αναπτυξιακές κινήσεις κατά το 2007

Κατά το **2007** ο Όμιλος προχώρησε στις εξής κινήσεις:

- Ο Όμιλος Σαράντη ανακοίνωσε την συνεργασία του με την εταιρία **Aramis & Designer Fragrances**, διεθνή ηγέτη στην παγκόσμια αγορά αρωμάτων επιλεκτικής που ανήκει στην διεθνή κολοσσό **Estee Lauder**, για το λανσάρισμα του Ανδρικού Αρώματος **Mustang στην Αμερικανική αγορά**. (Δελτίο Τύπου 20 Απριλίου)
- Σύμφωνα με την στρατηγική απόφαση της εταιρείας αναφορικά με την αναδιοργάνωση των δραστηριοτήτων της στις νέες χώρες του εξωτερικού (Τουρκία, Ρωσία, Ουκρανία) και σε ακολουθία πάντα με την στρατηγική της, που βασίζεται σε οργανική και γεωγραφική επέκταση, ο Όμιλος Σαράντη γνωστοποίησε τη σύναψη συμφωνίας με **τοπικό εθνικό διανομέα στην αγορά της Ουκρανίας**. Πρόκειται για την εταιρεία **CONRIL**, η οποία δραστηριοποιείται από δεκαετίας στην Ουκρανία με πανεθνική κάλυψη, έχοντας δίκτυο διανομής (αποθήκες, διανομή και παραγγελιοληψία) σε όλες τις μεγάλες πόλεις της χώρας. Η εταιρεία CONRIL, η οποία απασχολεί 250 άτομα προσωπικό και έχει πελατολόγιο άνω των 3.000 πελατών, αναλαμβάνει για μία τριετία την διανομή των προϊόντων του Ομίλου από τις 11 Μαΐου 2007. (Δελτίο Τύπου 10 Μαΐου)
- Σε συνέχεια της πρόσφατης ανακοίνωσης του Ομίλου Σαράντη αναφορικά με τη νέα συνεργασία του με την Estee Lauder για το λανσάρισμα του ανδρικού αρώματος Mustang στην αμερικανική αγορά, ο Όμιλος Σαράντη γνωστοποιεί ότι ήδη **ξεκίνησε η αποστολή των πρώτων παραγγελιών προς την Αμερική**. (Δελτίο Τύπου 10 Μαΐου)
- Στην ενίσχυση του χαρτοφυλακίου των προϊόντων που διανέμει στην Βουλγαρία, μέσω της θυγατρικής του **SARANTIS BULGARIA LTD**. Ειδικότερα, από τον Μάρτιο ξεκίνησε η διανομή των αρωμάτων **CAROLINA HERERRA και PACO RABANNE** τα οποία στο διάστημα αυτό είχαν σημαντική αποδοχή από το καταναλωτικό κοινό της γειτονικής χώρας. (Δελτίο Τύπου 22 Μαΐου)
- Ο Όμιλος Σαράντη, ανταποκρινόμενος στις απαιτήσεις της σύγχρονης αγοράς και του ανταγωνιστικού περιβάλλοντος στο οποίο δραστηριοποιείται, προχώρησε σε έναρξη εφαρμογής συστήματος ενδο-επιχειρησιακής οργάνωσης (**ERP**) σε συνεργασία με την εταιρεία **SAP**. Η υλοποίηση του έργου ξεκίνησε ήδη στις αρχές Σεπτεμβρίου 2007. Υπολογίζεται ότι το νέο σύστημα θα είναι σε παραγωγική λειτουργία τον Ιανουάριο του 2009, ενώ τον Ιούνιο του 2009 θα ξεκινήσει η μελέτη για την εφαρμογή του συστήματος και στις θυγατρικές του Ομίλου. (Δελτίο Τύπου 11 Σεπτεμβρίου)
- Ο Όμιλος Σαράντη γνωστοποίησε τη σύναψη συμφωνίας με **τοπικό εθνικό διανομέα στην αγορά της Τουρκίας**. Πρόκειται για την εταιρεία **EVYAP**, η οποία δραστηριοποιείται από το 1927 στην Τουρκία με

πανεθνική κάλυψη, έχοντας δίκτυο διανομής (αποθήκες, διανομή και παραγγελιοληψία) σε όλη την χώρα. Η εταιρεία EVYAP, η οποία απασχολεί 300 άτομα προσωπικό στις πωλήσεις και έχει πελατολόγιο άνω των 100.000 πελατών, αναλαμβάνει για μία πενταετία την διανομή των προϊόντων του Ομίλου από τις 24 Σεπτεμβρίου 2007. Υπενθυμίζεται ότι στην αγορά της Τουρκίας ο Όμιλος Σαράντη διαθέτει τα ιδιοπαραγόμενα αρωματικά προϊόντα C-THRU, BU και STR8 καθώς και τα αντηλιακά CARROTEN. (Δελτίο Τύπου 20 Σεπτεμβρίου)

- Ο Όμιλος Σαράντη γνωστοποίησε τη σύναψη συμφωνίας με **τοπικό εθνικό διανομέα στην αγορά της Ρωσίας**. Η εν λόγω συμφωνία, η οποία βρίσκεται σε απόλυτη ακολουθία με την στρατηγική του Ομίλου που βασίζεται σε οργανική και γεωγραφική επέκταση, ολοκληρώνει το πρόγραμμα αναδιοργάνωσης των δραστηριοτήτων του Ομίλου στις νέες χώρες του εξωτερικού (Τουρκία, Ρωσία, Ουκρανία). Πρόκειται για την εταιρεία **OLMA Trading Company**, η οποία δραστηριοποιείται από το 1994 στην Ρωσία με πανεθνική κάλυψη, έχοντας δίκτυο διανομής (αποθήκες, διανομή και παραγγελιοληψία) σε όλη την χώρα. Η εταιρεία OLMA Trading Company, η οποία απασχολεί 170 άτομα προσωπικό, αναλαμβάνει την διανομή των προϊόντων του Ομίλου από την 1η Οκτωβρίου 2007. Υπενθυμίζεται ότι στην αγορά της Ρωσίας ο Όμιλος Σαράντη διαθέτει τα ιδιοπαραγόμενα αρωματικά προϊόντα C-THRU, BU και STR8. (Δελτίο Τύπου 1^η Οκτωβρίου)
- Ο Όμιλος Σαράντη προχώρησε σε πώληση της συμμετοχής της στην Κ.Π. Μαρινοπουλος Α.Ε. (Δελτίο Τύπου 6 Δεκεμβρίου)
- Το άρωμα Mustang κερδίζει βραβείο ως το πιο πρωτοποριακό προϊόν της χρονιάς. Η εμπειρία του Ομίλου Σαράντη στον τομέα σχεδιασμού, κατασκευής και παραγωγής σε συνδυασμό με την συνεργασία του με τις εταιρίες της Estée Lauder οδήγησε στην επιτυχία του αρώματος Mustang, το οποίο βραβεύτηκε ως το πιο «Πρωτοποριακό Προϊόν της Χρονιάς» κατά την πέμπτη ετήσια απονομή Βραβείων προϊόντων ομορφιάς του WWDBeauty Biz, το οποίο επιβραβεύει τις καλύτερες ιδέες του έτους. (Δελτίο Τύπου 17 Δεκεμβρίου)
- Η Διοίκηση της ΓΡ. ΣΑΡΑΝΤΗΣ Α.Β.Ε.Ε. ανακοινώνει ότι προέβη την 21.12.07 στην εξαγορά της Ρουμανικής εταιρείας καλλυντικών ELMIPLANT. Πιο συγκεκριμένα, ο Όμιλος Σαράντη, στα πλαίσια περαιτέρω γεωγραφικής επέκτασης και επίτευξης του στρατηγικού του στόχου να καταστεί μια από τις ηγετικές εταιρείες διανομής καταναλωτικών προϊόντων στην Αν. Ευρώπη, προέβη σε υπογραφή συμβολαίου για την εξαγορά του 100% του μετοχικού κεφαλαίου της εταιρείας ELMIPLANT, μέσω της θυγατρικής εταιρείας SARANTIS ROMANIA SA. (Δελτίο Τύπου 21 Δεκεμβρίου)

4. Στόχοι και προοπτικές για το 2008

Τα αποτελέσματα του **2007** δηλώνουν ότι οι στρατηγικές επιλογές της διοίκησης παραμένουν:

1. Οργανική Ανάπτυξη στις **βασικές δραστηριότητες** και έμφαση στα **ιδιοπαραγόμενα προϊόντα**
2. Επικέντρωση στην επιτυχή μετάβαση στο **νέο μοντέλο λειτουργίας** στην Ουκρανία, την Ρωσία και την Τουρκία.
3. Σταδιακή ανάπτυξη της συνεισφοράς των εργασιών του Eastern Europe στο σύνολο του τζίρου του Ομίλου και ταυτόχρονη **διατήρηση του υψηλού ρυθμού ανάπτυξης** των εργασιών στις παλαιές αγορές.
4. **Διερεύνηση πιθανών στόχων για εξαγορά** στις παλαιές αγορές, που να διαθέτουν ικανά μερίδια αγοράς, κερδοφορία και δομή δαπανών που επιτρέπει την όσο το δυνατόν μεγαλύτερη άσκηση συνεργιών μετά την εξαγορά.
5. Επικέντρωση στην επιτυχή εγκατάσταση και στην ομαλή μετάβαση σε λογισμικό νέας γενιάς ενδο-επιχειρησιακής οργάνωσης **SAP**.

Το 2007, μια από τις βασικές προτεραιότητες του Ομίλου ήταν οι νέες χώρες, Ουκρανία, Τουρκία και Ρωσία, με στόχο την επιτυχή μετάβαση στο νέο μοντέλο λειτουργίας που βασίζεται στην ενδυνάμωση του δικτύου διανομής και στην ανάπτυξη των πωλήσεων μέσω τοπικού εθνικού διανομέα. Βάσει του νέου μοντέλου διείσδυσης η κατανομή των εξόδων θα γίνεται αναλογικά επί των πωλήσεων και όχι πάγια. Επίσης, η εξασφαλισμένη διανομή των προϊόντων θα κάνει ακόμη πιο αποδοτική τη δαπάνη διαφήμισης και υποστήριξης των προϊόντων.

Ο Όμιλος, σε ακολουθία πάντα με τις δεσμεύσεις του, ολοκλήρωσε το πρόγραμμα αναδιοργάνωσης των δραστηριοτήτων του στις νέες χώρες του εξωτερικού, αναλαμβάνοντας κατά το εννέαμηνο του 2007 όλο το κόστος της αναδιοργάνωσης που δεν ξεπέρασε τις προβλέψεις του. Κατά συνέπεια, το τέταρτο τρίμηνο του 2007 και από το 2008 ο Όμιλος δεν θα εμφανίσει ζημιές από τις νέες χώρες.

Σχετικά με τη νέα εξαγορά στη Ρουμανία, η νέα εταιρία Elmiplant, που έχει ισχυρή θέση στην αγορά των καλλυντικών περιποίησης προσώπου και σώματος, προβλέπεται να ενισχύσει τον Όμιλο στην επίτευξη σημαντικών συνεργιών και οικονομιών κλίμακας. Επιπλέον η νέα εξαγορά θα ενισχύσει την κερδοφορία της θυγατρικής του Ομίλου στη Ρουμανία και την παρουσία της στην αγορά.

Τέλος, η πώληση της συμμετοχής στην Κ.Π. Μαρινοπουλος ΑΕ., έγινε σε ακολουθία με τη στρατηγική του Ομίλου για έξοδο από non-core δραστηριότητες. Στόχος είναι η περαιτέρω ενίσχυση των ταμειακών ροών του Ομίλου με σκοπό την πραγματοποίηση των σχεδίων εξαγορών στις παλαιές χώρες δραστηριοποίησης.

Για περισσότερες πληροφορίες μπορείτε να απευθυνθείτε στο τμήμα επενδυτικών σχέσεων και στην κ. Ελένη Παππά στο 210 – 61 73 065.

12Μ '07 Λοιπές Πωλήσεις – Ανάλυση Υποκατηγοριών			
€ εκ.	12Μ '07	%	12Μ '06 Oto Top Proportional Consolidation
Λοιπές Πωλήσεις (€ εκ.)			
Καλλυντικά Επιλεκτικής Διανομής			
Πωλήσεις	15.88	-7.50%	17.16
% Πωλήσεων	71.14%		68.78%
EBIT	1.89	33.90%	1.41
% EBIT	17.46%		12.58%
ΟΤΟΤΟΡ			
Πωλήσεις	6.44	-1.13%	6.52
% Πωλήσεων	28.86%		26.11%
EBIT	0.34	62.98%	0.21
% EBIT	3.11%		1.84%
PET			
Πωλήσεις	0.00		0.23
% Πωλήσεων	0.00%		0.91%
EBIT	-0.02	-86.95%	-0.15
% EBIT	-0.19%		-1.38%
Υπηρεσίες προς Estee Lauder JV			
Πωλήσεις	0.00		1.05
% Πωλήσεων	0.00%		4.20%
EBIT	0.00		0.04
% EBIT	0.00%		0.36%
Έσοδα απο Συγγενείς Εταιρίες			
EBIT	8.60	-11.26%	9.69
% EBIT	79.62%	-8.05%	86.59%
Συνολικές Πωλήσεις Υποκατηγοριών			
	22.32	-10.56%	24.95
Συνολικό EBIT Υποκατηγοριών			
	10.80	-3.49%	11.19

Παράρτημα 2/2 Pro Forma Joint Control

Χώρες (€ εκ.)		12M 2007	Οτο Top	
			12M 2006	12M 2006 Οτο Top με Proportional Consolidation Method
Ελλάδα	Πωλήσεις	4.41	9.74	4.87
	Ε.Β.Ι.Τ	0.10	0.19	0.09
Βουλγαρία	Πωλήσεις	1.12	3.99	1.02
	Ε.Β.Ι.Τ	0.13	0.26	0.06
Σύνολο	Πωλήσεις	5.53	13.73	5.89
	Ε.Β.Ι.Τ	0.23	0.44	0.16