

SARANTIS

Ενοποιημένα Οικονομικά Αποτελέσματα 3Μ 2007

Βασικά Σημεία

- Άνοδος **πωλήσεων** του Ομίλου Sarantis κατά **11,38%** στα **€54,38** εκ. το 1ο τρίμηνο του 2007 από €48,83 το 1ο τρίμηνο του 2006.
- **Σε συγκρίσιμη βάση** αύξηση **πωλήσεων** κατά **19%**.
- Αναστροφή σε **αυξημένο περιθώριο EBITDA** σε 15,52% το 1ο τρίμηνο του 2007 από 13,39% το 1ο τρίμηνο του 2006.
- Αύξηση των **κερδών ανά μετοχή** κατά **22,51%** στα **€0,14** το 3Μ 2007.
- Αναφορικά με τις κύριες δραστηριότητες, τα **καλλυντικά ευρείας διανομής** παρουσίασαν τη μεγαλύτερη αύξηση σε ετήσια βάση, κατά **20,76%** στα **€21,60** εκ.
- Όσον αφορά τις νέες χώρες **Ρωσία και Ουγγαρία** άρχισαν να φέρουν έσοδα, ενώ οι παλαιές χώρες, **Τσεχία, FYROM, Σερβία, Ρουμανία** και **Πολωνία** ξεχώρισαν σε επίπεδο ανάπτυξης.

Οικονομικά Στοιχεία (€ εκ.)	3Μ 2007	%	3Μ 2006	%	3Μ 2006
	Δημοσιευμένα		Δημοσιευμένα		Pro Forma Joint Control
Πωλήσεις	54,38	11,38%	48,83	15,38%	47,13
Μικτό Κέρδος Περιθώριο ΜΚ	27,62 50,79%	14,86%	24,05 49,25%	18,38%	23,33 49,50%
EBITDA Περιθώριο EBITDA	8,44 15,52%	29,14%	6,54 13,39%	29,64%	6,51 13,81%
EBIT Περιθώριο EBIT	7,57 13,92%	34,01%	5,65 11,57%	34,17%	5,64 11,97%
ΚΠΦ Περιθώριο ΚΠΦ	7,32 13,45%	19,87%	6,10 12,50%	19,49%	6,12 12,99%
Φόροι	2,10	26,63%	1,66	28,07%	1,64
ΚΜΦ Περιθώριο ΚΜΦ	5,22 9,59%	17,34%	4,45 9,11%	16,36%	4,48 9,51%
Δικαιώματα Μειοψηφίας	-0,26		-0,03		0,01
ΚΜΦΜΔΜ Περιθώριο ΚΜΦΜΔΜ	5,48 10,07%	22,51%	4,47 9,16%	22,51%	4,47 9,49%
Κέρδη ανα Μετοχή	0,14	22,51%	0,12	22,51%	0,12

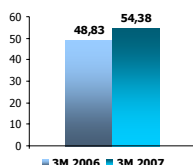
Για περισσότερες πληροφορίες: <http://ir.sarantis.gr/>

Τα οικονομικά αποτελέσματα του 1^{ου} τριμήνου 2007 θα παρουσιαστούν και σε **τηλεσυνδιάσκεψη** στις 15 Μαΐου 2007 και **ώρα Αθηνών 17.00**. Ενδιαφερόμενοι μπορούν να καλέσουν στο 211 – 180 2000.

3Μ '07 Ενοποιημένα Οικονομικά Αποτελέσματα

Πωλήσεις

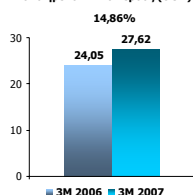
Ενοποιημένες Πωλήσεις (€ εκ.)
11,38%



Οι ενοποιημένες πωλήσεις αυξήθηκαν κατά **11,38%** το 1ο τρίμηνο του 2007. Επισημαίνεται ότι σε συγκρίσιμη βάση, εάν ληφθεί υπόψη η αλλαγή τρόπου ενοποίησης της εταιρείας Κ. ΘΕΟΔΩΡΙΔΗΣ Α.Ε. με τη μέθοδο joint control (€1,267 εκ. το 1ο τρίμηνο του 2006 pro forma με joint control vs €2,960εκ. με πλήρη ενοποίηση), η μη καταγραφή εσόδων κατά το 1ο τρίμηνο του 2007 από τον τομέα PET (€0,913 εκ. το 1ο τρίμηνο του 2006 vs €0 το 1ο τρίμηνο του 2007), καθώς και από τις υπηρεσίες προς την Estee Lauder JV (€0,522 εκ. το 1ο τρίμηνο του 2006 vs €0 το 1ο τρίμηνο του 2007), ο ρυθμός ανάπτυξης των ενοποιημένων πωλήσεων ανήλθε σε **ποσοστό της τάξης του 19%**. Κατά τη διάρκεια της εξεταζόμενης περιόδου παρατηρήθηκε ικανοποιητική ανάπτυξη των δύο βασικών κλάδων 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

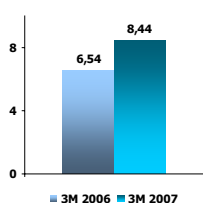
Ενοποιημένο Μικτό Κέρδος (€ εκ.)
14,86%



Το μικτό κέρδος του Ομίλου αυξήθηκε κατά 14,86% στα €27,62 εκ. το 1ο τρίμηνο του 2007. Το μικτό περιθώριο κέρδους διαμορφώθηκε σε 50,79% έναντι 49,25% κατά το 1ο τρίμηνο του 2006, σαν αποτέλεσμα της στρατηγικής απόφασης μεταφοράς του προϊόντικού μείγματος προς τα ιδιοπαραγόμενα προϊόντα.

ΕΒΙΤΔΑ

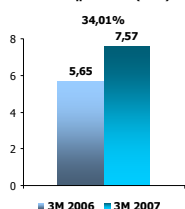
Ενοποιημένο ΕΒΙΤΔΑ (€ εκ.)
29,14%



Η αύξηση του ΕΒΙΤΔΑ κατά 29,14% στα €8,44 εκ. το εν λόγω τρίμηνο, οδήγησε στην αύξηση του αντίστοιχου περιθωρίου κέρδους στο 15,52% έναντι 13,39% την αντίστοιχη περυσινή περίοδο.

ΕΒΙΤ

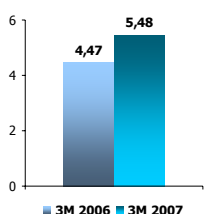
Ενοποιημένο ΕΒΙΤ (€ εκ.)
34,01%



Σε συνέχεια των ανωτέρω τα κέρδη προ φόρων και τόκων ανήλθαν σε €7,57 εκ. από €5,65 εκ. αυξημένα κατά 34,01%.

ΚΠΦ

Ενοποιημένα ΚΜΦΜΔΜ (€ εκ.)
22,51%



Ο Όμιλος Sarantis παρουσίασε αρνητικά χρηματοοικονομικά αποτελέσματα ύψους €253 χιλ. σε σχέση με €+0,455 εκ. το 1ο τρίμηνο του 2006. Ο λόγος είναι η απουσία των έκτακτων χρηματοοικονομικών εσόδων στην παρούσα χρήση σε σχέση με το 1ο τρίμηνο του 2006. Τα κέρδη προ φόρων ανήλθαν σε €7,32 εκ., από €6,10 εκ. αυξημένα κατά **19,87%** σε σχέση με το 1ο τρίμηνο του 2006.

ΚΜΦΜΔΜ

Τέλος τα κέρδη μ.φ.μ.δ.μ. ανήλθαν σε €5,48 εκ. (+22,51%), με βελτίωση των αντίστοιχων περιθωρίων κέρδους σε 10,07% από 9,16%.

3Μ '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 τραπεζικός δανεισμός, το 1ο τρίμηνο του 2007, παρέμεινε σταθερός σε σχέση με το 1ο τρίμηνο του 2006 pro forma joint control.

Ο **καθαρός δανεισμός του Ομίλου** το 1^ο τρίμηνο του 2007 **μειώθηκε κατά 7,3%** διαμορφούμενος στα €57,13 εκ. έναντι €61,65 εκ. το 2006 pro forma joint control.

Ο ρυθμός αύξησης των **αποθεμάτων** ανήλθε σε 13,03%, 1ο τρίμηνο του 2007, σε σχέση με το 2006 pro forma joint control που είναι όμως μικρότερος από το ρυθμό αύξησης των πωλήσεων (15,38% ή 19% σε συγκρίσιμη βάση). Σημαντική εξέλιξη αποτελεί η μείωση των απαιτήσεων από πελάτες κατά 2,93% σε συγκρίσιμη βάση, ενώ ο τζίρος σημείωσε σημαντική αύξηση, σε σχέση με το 1ο τρίμηνο του 2006.

Τα ανωτέρω οδήγησαν σε εξαιρετική απόδοση των συντελεστών του λειτουργικού κεφαλαίου κινήσεως (OWC), με συνέπεια την μεγάλη αύξηση των λειτουργικών ταμειακών ροών κατά 636%, σε σχέση με το 1ο τρίμηνο του 2006.

(€ εκ.)	3Μ 2007 Δημοσιευμένα	%	FY 2006 Δημοσιευμένα	%	FY 2006 Pro Forma Joint Control
Ενεργητικό					
Ενσώματα Πάγια	41,22	-2,66%	42,34	-2,17%	42,13
Ασώματα Πάγια	0,31	17,46%	0,27	16,44%	0,27
Επενδύσεις	22,54	5,07%	21,45	5,08%	21,45
Λοιπές Παγιοποιήσεις	2,32	0,29%	2,31	0,72%	2,30
Αναβαλλόμενοι Φόροι	3,07	-1,53%	3,12	-0,87%	3,10
Σύνολο Παγίου Ενεργητικού	69,46	-0,05%	69,49	0,29%	69,26
Αποθέματα	45,60	6,27%	42,91	13,03%	40,34
Απαιτήσεις από Πελάτες	71,88	-6,86%	77,18	-2,93%	74,05
Λοιπές Απαιτήσεις	12,40	4,65%	11,85	7,33%	11,55
Χρεόγραφα	13,03	-16,42%	15,58	-16,39%	15,58
Μετρητά & Ισοδύναμα Μετρητών	21,35	43,73%	14,86	49,75%	14,26
Λοιπά Στοιχεία Κυκλοφορούντος Ενεργητικού	0,76	5,27%	0,72	7,00%	0,71
Κυκλοφορούν Ενεργητικό	165,01	1,18%	163,09	5,45%	156,49
Σύνολο Ενεργητικού	234,47	0,81%	232,59	3,87%	225,74
Παθητικό					
Μακροπρόθεσμος Τραπεζικός Δανεισμός	89,75	-1,37%	91,00	0,00%	89,75
Αναβαλλόμενες Φορολογικές Υποχρεώσεις	0,14	2,20%	0,13	4,07%	0,13
Προβλέψεις	6,03	-5,02%	6,35	-1,50%	6,12
Σύνολο Μακροπρόθεσμων Υποχρεώσεων	95,91	-1,61%	97,48	-0,09%	96
Πιστωτές	50,12	4,39%	48,01	7,48%	46,63
Βραχυπρόθεσμος Τραπεζικός Δανεισμός	1,76	-49,72%	3,50	0,55%	1,75
Άλλες Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις	5,91	84,97%	3,20	93,80%	3,05
Σύνολο Βραχυπρόθεσμων Υποχρεώσεων	57,79	5,64%	54,71	12,37%	51,43
Μετοχικό Κεφάλαιο	58,36	2,00%	57,22	2,00%	57,22
Υπέρ το άρτιο	38,75	0,00%	38,75	0,00%	38,75
Αποθεματικά	-42,86	2,80%	-41,69	-2,13%	-43,79
Κέρδη εις Νέον	26,51	1,48%	26,13	1,47%	26,13
Καθαρή Θέση	80,77	0,45%	80,40	3,15%	78,30
Σύνολο Παθητικού	234,47	0,81%	232,59	3,87%	225,74
	3Μ 2007		3Μ 2006		
Ροές Λειτουργικών Δραστηριοτήτων	6,63	636,67%	0,90		
Ροές Επενδυτικών Δραστηριοτήτων	2,20	-19,71%	2,74		
Ροές Χρηματοδοτικών Δραστηριοτήτων	-1,74		-3,48		
Αύξηση Διαθεσίμων	7,09	4331,25%	0,16		
Ταμειακά Διαθέσιμα & Ισοδύναμα Έναρξης Περιόδου	14,26	44,19%	9,89		
Ταμειακά Διαθέσιμα & Ισοδύναμα Λήξης Περιόδου	21,35	112,23%	10,06		

1 ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΝΑ ΚΛΑΔΟ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ

1.1. 3Μ '07 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 **λοιπές πωλήσεις**.

€ εκ.	3Μ '07	%	3Μ '06
Καλλυντικά Ευρείας Διανομής	21,60	20,76%	17,89
% Πωλήσεων	39,72%		36,63%
Ιδιοπαράγόμενα	14,40	19,02%	12,10
% Πωλήσεων	26,48%		24,78%
Διανεμόμενα	7,20	24,40%	5,79
% Πωλήσεων	13,24%		11,86%
Προϊόντα Οικιακής Χρήσης	21,92	18,71%	18,46
% Πωλήσεων	40,31%		37,82%
Ιδιοπαράγόμενα	20,62	19,91%	17,20
% Πωλήσεων	37,93%		35,23%
Διανεμόμενα	1,29	2,35%	1,26
% Πωλήσεων	2,38%		2,59%
Προϊόντα Υγείας & Φροντίδας	4,99	7,60%	4,64
% Πωλήσεων	9,17%		9,49%
Λοιπές Πωλήσεις	5,88	-25,05%	7,84
% Πωλήσεων	10,80%		16,06%
Επιλεκτική	4,51	36,67%	3,30
Οτο Top	1,36	-56,13%	3,10
Pet	0,00		0,91
Υπηρεσίες προς Estee Lauder	0,00		0,52
Συνολικές Πωλήσεις	54,38	11,38%	48,83

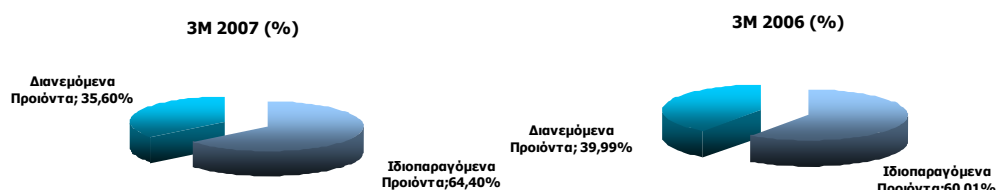
Τα **Καλλυντικά Ευρείας Διανομής** παρουσίασαν αύξηση κατά 20,76% το 1ο τρίμηνο του 2007, φτάνοντας τα €39,72 εκ., με τα **διανεμόμενα προϊόντα** να παρουσιάζουν ακόμα μεγαλύτερη ανάπτυξη κατά 24,40%. Η κατηγορία των **ιδιοπαρογομένων προϊόντων** όμως προσφέρει τη μεγαλύτερη συνεισφορά (26,48%) στις ενοποιημένες πωλήσεις.

Τα **Προϊόντα Οικιακής Χρήσης** παρουσίασαν ικανοποιητικά σημαντική αύξηση κατά 18,71% κατά το 1ο τρίμηνο του 2007, με τα έσοδα να ανέρχονται στα €21,92 εκ. Σε αυτή τη κατηγορία τα **ιδιοπαρογομένα προϊόντα** παρουσίασαν αύξηση της τάξης του 19,91% το 1ο τρίμηνο του 2007 με αυξημένη συνεισφορά κατά 37,93% από 35,23% το 1ο τρίμηνο του 2006.

Τα Προϊόντα Υγείας & Φροντίδας αυξήθηκαν κατά 7,60% στα €4,99 εκ.

Τέλος, η πτώση των πωλήσεων στις **Λοιπές πωλήσεις** οφείλεται στη πτώση των εσόδων από τις υπηρεσίες προς την Estee Lauder JV, την πώληση του pet business καθώς και την αλλαγή τρόπου ενοποίησης της εταιρείας Κ. ΘΕΟΔΩΡΙΔΗΣ Α.Ε. με τη μέθοδο joint control. Αυτή η υποχώρηση εντάσσεται στα πλαίσια της στρατηγικής για επικέντρωση στα ιδιοπαραγόμενα προϊόντα και στις στρατηγικές δραστηριότητες. Σε συγκρίσιμη βάση οι πωλήσεις Oto Top μειώθηκαν κατά 3,44%. Η ανάλυση αυτής της κατηγορίας είναι διαθέσιμη στο παράρτημα αυτής της ανάλυσης.

Ιδιοπαραγόμενα & Διανεμόμενα Προϊόντα - Ανάλυση Πωλήσεων



Κατά το 1ο τρίμηνο του 2007, οι ενοποιημένες πωλήσεις για τα **ιδιοπαραγόμενα προϊόντα** των καλλυντικών ευρείας διανομής και προϊόντων οικιακής χρήσης ανήλθαν σε €35,02 εκ. από €29,30 εκ. το 1ο τρίμηνο του 2006, αυξημένα κατά 19,54%. Η συνεισφορά στις συνολικές πωλήσεις ανήλθε στο 64,40% το 1ο τρίμηνο του 2007 από 60,01% το 1ο τρίμηνο του 2006, επιβεβαιώνοντας τη στρατηγική για ενίσχυση των ιδιοπαραγόμενων προϊόντων.

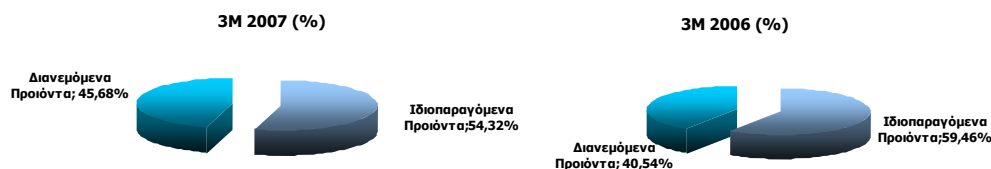
Αντίστοιχα, τα έσοδα των **διανεμομένων προϊόντων** κατά το 1ο τρίμηνο του 2007 ανήλθαν σε €19,36 εκ. από €19,53 εκ. το 1ο τρίμηνο του 2006, μειωμένα κατά 0,87%. Η συνεισφορά τους στις συνολικές πωλήσεις μειώθηκε στο 35,60% το 1ο τρίμηνο του 2007 από 39,99% το 1ο τρίμηνο του 2006.

1.2. 3Μ '07 Ανάλυση EBIT

€ εκ.	3Μ '07	%	3Μ '06
Καλλυντικά Ευρείας Διανομής	2,81	15,63%	2,43
% EBIT	37,16%		43,06%
Περιθώριο	13,02%		13,60%
Ιδιοπαράγόμενα - Παλαιές Χώρες	3,13	50,14%	2,08
Ιδιοπαράγόμενα - Νέες Χώρες	-1,11		-0,21
Ιδιοπαράγόμενα	2,02	7,83%	1,88
% EBIT	26,72%		33,21%
Περιθώριο	14,05%		15,51%
Διανεμόμενα	0,79	41,95%	0,56
% EBIT	10,43%		9,61%
Περιθώριο	10,97%		9,61%
Προϊόντα Οικιακής Χρήσης	2,07	35,92%	1,53
% EBIT	27,39%		27,01%
Περιθώριο	9,46%		8,26%
Ιδιοπαράγόμενα - Παλαιές Χώρες	2,12	40,85%	1,50
Ιδιοπαράγόμενα - Νέες Χώρες	-0,03		-0,02
Ιδιοπαράγόμενα	2,09	40,91%	1,48
% EBIT	27,60%		148,26%
Περιθώριο	10,13%		8,62%
Διανεμόμενα	-0,02		0,04
% EBIT	-0,21%		26,25%
Περιθώριο	-1,22%		3,39%
Προϊόντα Υγείας & Φροντίδας	0,59	-21,68%	0,76
% EBIT	7,83%		13,40%
Περιθώριο	11,89%		16,33%
Λοιπές Πωλήσεις	2,09	123,98%	0,93
% EBIT	27,62%		16,52%
Περιθώριο	35,58%		11,91%
Επιλεκτική	0,38	880,65%	0,04
Oto Top	-0,02		-0,11
Pet	0,00		-0,17
Υπηρεσίες προς Estee Lauder	0,00		-0,27
Έσοδα από συγγενείς Εταιρίες	1,73	19,43%	1,45
Συνολικό EBIT	7,57	34,01%	5,65
Περιθώριο	13,92%		11,57%

Τα καλλυντικά ευρείας διανομής παρουσίασαν αύξηση πωλήσεων το 1ο τρίμηνο του 2007 κατά 15,63%. Η είσοδος στις νέες χώρες γίνεται μόνο με ιδιοπαραγόμενα προϊόντα. Περαιτέρω ανάλυση δείχνει ότι το EBIT των **ιδιοπαραγομένων προϊόντων της κατηγορίας των καλλυντικών ευρείας διανομής στις παλαιές χώρες αυξήθηκε κατά 50,14%**. 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 35,92%. Τέλος, περαιτέρω ανάλυση δείχνει ότι το EBIT των ιδιοπαραγομένων προϊόντων οικιακής χρήσης στις παλαιές χώρες αυξήθηκε κατά **40,85%**. Τα **προϊόντα υγείας και φροντίδας** παρουσίασαν μείωση κατά 21,68% το 1ο τρίμηνο του 2007 λόγω των αυξημένων εξόδων υποστήριξης της νέας δραστηριότητας Origins.

Ιδιοπαραγόμενα & Διανεμόμενα Προϊόντα – Ανάλυση EBIT



Τα ιδιοπαραγόμενα προϊόντα των καλλυντικών ευρείας διανομής και των προϊόντων οικιακής στο σύνολο τους κατά το 1ο τρίμηνο του 2007 έφεραν έσοδα ύψους €4,11 εκ. σε σχέση με €3,36 εκ. το 1ο τρίμηνο του 2006, αυξημένα κατά 22,43%. Η **συνεισφορά τους στο EBIT** μειώθηκε στο 54,32% το 1ο τρίμηνο του 2007 σε σχέση με 59,46% το 1ο τρίμηνο του 2006. Η μείωση της συνεισφοράς των ιδιοπαραγομένων προϊόντων οφείλεται στα αυξημένα έξοδα παγίων εξόδων διατήρησης των θυγατρικών στις νέες χώρες (Τουρκία, Ρωσία και Ουκρανία).

Το EBIT των **διανεμομένων προϊόντων** κατά το 1ο τρίμηνο του 2007 ανήλθε στα €3,46 εκ. από €2,29 εκ. το 1ο τρίμηνο του 2006, αυξημένο κατά 51%. Η συνεισφορά τους στο συνολικό EBIT αυξήθηκε στο 45,68% το 1ο τρίμηνο του 2007 από 40,54% το 1ο τρίμηνο του 2006.

2. Ανάλυση ανά Γεωγραφική Περιοχή

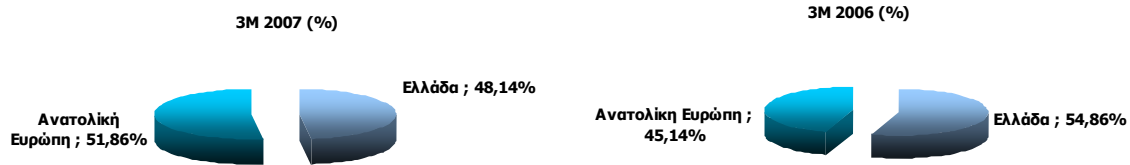
2.1. 3Μ '07 Ανάλυση Ενοποιημένων Πωλήσεων

Κατά τη διάρκεια του 1ου τριμήνου του 2007, η Ελλάδα και οι παλαιές χώρες αποτέλεσαν το κύριο γεωγραφικό τομέα συνεισφοράς στις ενοποιημένες πωλήσεις του Ομίλου.

€ εκ.	3Μ '07 δημοσιευμένα	%	3Μ '06 Δημοσιευμένα	%	3Μ '06 Pro Forma Joint Control
Ελλάδα	26,18	-2,27%	26,79	1,72%	25,74
% Πωλήσεων	48,14%		54,86%		54,60%
Πολωνία	11,74	32,57%	8,86		
Ρουμανία	8,94	33,63%	6,69		
Βουλγαρία	2,57	-0,29%	2,58	32,55%	1,94
Σερβία	2,09	28,89%	1,62		
Τσεχία	0,93	40,37%	0,66		
ΠΓΔΜ	0,37	39,06%	0,27		
Παλαιές Χώρες	26,65	28,85%	20,68	32,98%	20,04
% Πωλήσεων	49,00%		42,36%		42,52%
Ουκρανία	0,20	30,42%	0,15		
Τουρκία	0,53		1,21		
Ρωσία	0,57		0,00		
Ουγγαρία	0,26		0,00		
Νέες Χώρες	1,56	14,55%	1,36		1,36
% Πωλήσεων	2,86%		2,78%		2,88%
Συνολικές Πωλήσεις	54,38	11,38%	48,83	15,38%	47,13

Οι πωλήσεις στην Ελλάδα μειώθηκαν κατά 2,27%. Σε **συγκρίσιμη βάση** μη λαμβάνοντας υπόψη το κλάδο του Pet business, τα έσοδα από τις υπηρεσίες προς Estee Lauder JV αλλά και το νέο τρόπο ενοποίησης της εταιρίας Κ. ΘΕΟΔΩΡΙΔΗΣ Α.Ε., οι **πωλήσεις στην Ελλάδα αυξήθηκαν κατά 7,73%**. Οι χαμηλότερες πωλήσεις των λοιπών πωλήσεων επηρέασαν ανάλογα τα έσοδα στην Ελλάδα. Οι παλαιές χώρες παρουσίασαν αύξηση πωλήσεων κατά 28,85% αυξάνοντας τη συνεισφορά τους στις συνολικές πωλήσεις στο 49% το 1ο τρίμηνο του 2007 από 42,36% το 1ο τρίμηνο του 2006. Η αγορά της **Βουλγαρίας** σε συγκρίσιμη βάση λόγω του νέου τρόπου ενοποίησης της εταιρίας Κ. ΘΕΟΔΩΡΙΔΗΣ Α.Ε. παρουσίασε **αυξημένες πωλήσεις κατά 32,55%**.

Ελληνική Αγορά & Ανατολική Ευρωπαϊκή Αγορά



2.2. 1ο τρίμηνο του '07 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 τον υφιστάμενο τρόπο λειτουργίας των θυγατρικών στις χώρες αυτές, που συνίσταται σε μεγάλα πάγια έξοδα λειτουργίας, τα οποία προϋποθέτουν την επίτευξη κρίσιμης μάζας πωλήσεων. Ο μέχρι τώρα πραγματοποιημένος κύκλος εργασιών υπολείπεται των προσδοκώμενων εσόδων κυρίως λόγω αδυναμίας επιτεύξεως πανεθνικής διανομής. Η διοίκηση του Ομίλου έχει δεσμευτεί να προστατεύσει τα αποτελέσματα της εταιρείας, επανεξετάζοντας το μοντέλο διείσδυσης στις αγορές της Τουρκίας, Ρωσίας και Ουκρανίας.

€ εκ.	3M '07 δημοσιευμένα	%	3M '06 Δημοσιευμένα	%	3M '06 Pro Forma Joint Control
Ελλάδα	5,76	12,72%	5,11	7,37%	3,76
% EBIT	76,08%		90,45%		66,56%
Πολωνία	0,68		-0,12		
Ρουμανία	1,22	118,47%	0,56		
Βουλγαρία	0,23	74,54%	0,13	352%	0,05
Σερβία	0,63	68,48%	0,37		
Τσεχία	0,11	188,09%	0,04		
ΠΓΔΜ	0,09	104,64%	0,04		
Παλιές Χώρες	2,95	189,39%	1,02	217,20%	0,93
Ουκρανία	-0,11		-0,15		
Τουρκία	-0,46		-0,05		
Ρωσία	-0,50		0,00		
Ουγγαρία	-0,09		-0,27		
Νέες Χώρες	-1,14		-0,48		-0,48
Συνολικό EBIT	7,57	34,01%	5,65	34,17%	5,64

Η Ελλάδα παρουσίασε αύξηση στο EBIT κατά 12,72% στα €5,76 εκ. το 1ο τρίμηνο του 2007 από €5,11 εκ. το 1ο τρίμηνο του 2006.

Οι παλιές χώρες παρουσίασαν αυξημένο EBIT κατά 189,39% στα €2,95 εκ. το 1ο τρίμηνο του 2007 από €1,02 εκ. το 1ο τρίμηνο του 2006. 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 **1ο τρίμηνο του 2007** δηλώνουν ότι οι στρατηγικές επιλογές της διοίκησης παραμένουν:

1. Οργανική Ανάπτυξη στις **βασικές δραστηριότητες**
2. Έμφαση στα **ιδιοπαραγόμενα προϊόντα**
3. Αλλαγή του μοντέλου διείσδυσης στις αγορές Τουρκίας, Ρωσίας και Ουκρανίας και μεταφορά της διανομής σε τοπικούς πανεθνικούς διανομείς, με σκοπό την απαλοιφή των ζημιών και την επίτευξη κρίσιμης μάζας πωλήσεων σε συντομότερο χρόνο.
4. Ανάπτυξη χρόνο με το χρόνο της συνεισφοράς των εργασιών του Eastern Europe στο σύνολο του τζήρου του Ομίλου.

Το 2007, μια από τις βασικές προτεραιότητες του Ομίλου είναι οι νέες χώρες με στόχο την ανατροπή της υπάρχουσας κατάστασης που συνίσταται σε υψηλά πάγια έξοδα λειτουργίας και συνακόλουθα σε υψηλές ζημίες. Με αυτό το στόχο, η στρατηγική γεωγραφικής ανάπτυξης θα αναπτυχθεί μέσω ενδυνάμωσης του δικτύου διανομής.

Το νέο μοντέλο διείσδυσης στις νέες χώρες (Τουρκία, Ουκρανία, Ρωσία) είναι βασισμένο την εκχώρηση της διανομής και την ανάπτυξη των πωλήσεων μέσω τοπικού εθνικού διανομέα. Σαν αποτέλεσμα 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. Μετά την ολοκλήρωση του νέου τρόπου διανομής, θα ακολουθήσει ο μηδενισμός των παγίων εξόδων λειτουργίας των υφιστάμενων οργανώσεων.

Σχετικά με το λανσάρισμα του νέου αρώματος Mustang στην Αμερικανική Αγορά τον Ιούλιο του 2007 σε συνεργασία με την Estee Lauder, τα έσοδα θα ενοποιούνται στο κλάδο καλλυντικών ευρείας διανομής από το 6Μ του 2007. Το προϊόν αρχικά θα διατίθεται πιλοτικά σε μερικές αντιπροσωπευτικές αλυσίδες συγκεκριμένα στα καταστήματα Sears, JCPenney, Kohl's καθώς και στην ευρεία αγορά λιανικής και αλυσίδες φαρμακείων με σκοπό την παναμερικανική διείσδυση. Αυτό το μοντέλο διείσδυσης θα αποτελέσει το αρχικό πλάνο και το κριτήριο για μελλοντική ανάπτυξη με περισσότερα ιδιοπαραγόμενα προϊόντα στην Αμερικανική Αγορά.

Περισσότερα στα αντίστοιχα δελτία τύπου στις 28.03.07, 20.04.07 και 10.05.05.

3Μ '07 Λοιπές Πωλήσεις – Ανάλυση Υποκατηγοριών			
€ εκ.	3Μ '07	%	3Μ '06
Λοιπές Πωλήσεις (€ εκ.)			
Καλλυντικά Επιλεκτικής Διανομής			
Πωλήσεις	4,51	36,67%	3,30
% Πωλήσεων	76,85%		42,14%
EBIT	0,38	880,65%	0,04
% EBIT	17,93%		4,08%
Αυτοκίνητο			
Πωλήσεις	1,36	-56,13%	3,10
% Πωλήσεων	23,15%		39,56%
EBIT	-0,02		-0,11
% EBIT	-0,87%		-11,90%
Κατοικίδια			
Πωλήσεις	0,00		0,91
% Πωλήσεων			11,64%
EBIT	0,00	-99,89%	-0,17
% EBIT			-18,33%
Υπηρεσίες προς Estee Lauder JV			
Πωλήσεις	0,00		0,52
% Πωλήσεων			6,66%
EBIT	0,00		-0,27
% EBIT			-28,74%
Έσοδα από Συγγενείς Εταιρίες			
EBIT	1,73	19,43%	1,45
% EBIT	82,95%		154,89%
Συνολικές Πωλήσεις Υποκατηγοριών			
	5,88	-25,05%	7,84
Συνολικό EBIT Υποκατηγοριών			
	2,09	123,98%	0,93

Παράρτημα 2/2 Pro Forma Joint Control

Χώρες		Ότο Top		
		3Μ '07 Δημοσιευμένα	3Μ '06 Δημοσιευμένα	3Μ '06 Pro Forma Joint Control
Ελλάδα	Πωλήσεις	0,949	2,099	1,046
	Ε.Β.Ι.Τ	-0,044	-0,220	-0,098
Βουλγαρία	Πωλήσεις	0,232	0,861	0,221
	Ε.Β.Ι.Τ	0,023	0,083	0,007
Υποσύνολο	Πωλήσεις	1,181	2,960	1,267
	Ε.Β.Ι.Τ	-0,021	-0,137	-0,091