

2007  
Ετήσιος Απολογισμός  
**Annual Report**

Ετήσιος Απολογισμός 2007





**SARANTIS**  
Great brands for everyday  
Great brands for everyday  
Great brands for everyday

The logo features the word "SARANTIS" in a bold, dark blue, sans-serif font. A stylized blue wave or leaf-like graphic element is positioned behind the letters "A" and "R". Below the main text, the tagline "Great brands for everyday" is repeated three times in a smaller, lighter blue font.

# Περιεχόμενα

## Περιεχόμενα

Περιεχόμενα

- ❁ **Μήνυμα Προέδρου**
- ❁ **Σχετικά με τον Όμιλο Σαράντη**
- ❁ **Business Units**
- ❁ **Τα Προϊόντα**
  - Καλλυντικά Ευρείας Διανομής
  - Προϊόντα Οικιακής Χρήσης
  - Προϊόντα Υγείας & Φροντίδας
  - Κατηγορία Λοιπών Πωλήσεων
- ❁ **Δραστηριότητες στην Ανατολική Ευρώπη**
  - Πολωνία, Ρουμανία
  - Βουλγαρία, Σερβία και Μαυροβούνιο
  - Γιουγκοσλαβική Δημ. της Μακεδονίας, Δημοκρατία της Τσεχίας
  - Τουρκία, Ουκρανία, Ρωσία, Ουγγαρία
- ❁ **Εξαγωγές Σαράντη**
- ❁ **Ορόσημα 2007**
- ❁ **Οικονομικά αποτελέσματα 2007**
- ❁ **Στρατηγική**
- ❁ **Ισολογισμός 2007**
- ❁ **Επενδυτικές Σχέσεις και Στοιχεία Μετοχής**
- ❁ **Διοικητικό Συμβούλιο**



#### Αγαπητοί Μέτοχοι,

Για άλλη μια φορά βρίσκομαι στην ευχάριστη θέση να μοιραστώ μαζί σας τις τελευταίες εξελίξεις και επιτυχημένες επιχειρηματικές μας κινήσεις.

Η δυναμική ανάπτυξη συνεχίστηκε και το 2007 σε όλους τους τομείς και σε όλες τις χώρες όπου δραστηριοποιούμαστε. Αυτό επιβεβαιώνει και ενισχύει περαιτέρω την ορθότητα των επιλογών μας σε θέματα στρατηγικής και τη δέσμευση μας να δημιουργούμε και να προσφέρουμε αξία στους μετόχους μας.

Εφαρμόζοντας τη στρατηγική που είχαμε χαράξει, οι επιδόσεις των ιδιοπαράγομένων προϊόντων μας ήταν εξαιρετικές, ενώ παράλληλα εστιάσαμε στην κύρια για την εταιρεία δραστηριότητα μέσω της πώλησης της συμμετοχής μας στην Κ.Π. ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε. Επιπρόσθετα, εκμεταλλευόμενοι την εξειδίκευση και πολύχρονη εμπειρία μας στην τομέα σχεδιασμού, κατασκευής και παραγωγής καλλυντικών συνάψαμε συνεργασία με την Estee Lauder για το λανσάρισμα του ανδρικού αρώματος Mustang στην αμερικανική αγορά, αυξάνοντας με αυτόν τον τρόπο την καταναλωτική βάση στην οποία απευθυνόμαστε και δημιουργώντας παράλληλα προοπτικές περαιτέρω ανάπτυξης.

Επιπλέον, σύμφωνα με την στρατηγική γεωγραφικής ανάπτυξης του Ομίλου, οι «παλαιές» χώρες παρουσίασαν θεαματικούς ρυθμούς ανάπτυξης, ενώ παράλληλα ξεκινήσαμε και ολοκληρώσαμε επιτυχώς το πρόγραμμα αναδιάρθρωσης στις «νέες» χώρες δραστηριοποίησης, εφαρμόζοντας το νέο μοντέλο διείσδυσης στην Ουκρανία, στη Ρωσία και στην Τουρκία. Επίσης, το 2007 πραγματοποιήσαμε την εξαγορά της ρουμανικής εταιρείας καλλυντικών ELMIPLANΤ, ενισχύοντας με αυτόν τον τρόπο το ήδη επιτυχημένο επιχειρηματικό μοντέλο της ρουμανικής θυγατρικής μας.

Όλα τα παραπάνω επιβεβαιώνουν για άλλη μια φορά την ικανότητα μας να σχεδιάζουμε και να εφαρμόζουμε κάθε φορά την κατάλληλη στρατηγική που οδηγεί τον Όμιλο Σαράντη εκτός των Ελληνικών συνόρων και τον καθιστά ικανό να δραστηριοποιείται με επιτυχία σε ένα διαρκώς μεταβαλλόμενο διεθνές περιβάλλον.

Με απόλυτο σεβασμό στην πίστη και στην εμπιστοσύνη σας, θα συνεχίσουμε να δημιουργούμε αξία και να ικανοποιούμε τις προσδοκίες σας. Το ολοκληρωμένο μοντέλο που εφαρμόζουμε για τη δημιουργία αξίας αποτελεί για άλλη μια φορά το εφελτήριο για όλες τις μελλοντικές εξελίξεις.

Με εκτίμηση,

Γρηγόρης Σαράντης  
Πρόεδρος Δ.Σ. Ομίλου Σαράντη

# Σχετικά με τον Όμιλο Σαράντη

## μια από τις ηγετικές εταιρείες καταναλωτικών προϊόντων στην περιοχή της Ανατολικής Ευρώπης και της Ελλάδος

Ο Όμιλος ΣΑΡΑΝΤΗ αποτελεί μια από τις ηγετικές εταιρείες καταναλωτικών προϊόντων, τόσο στην Ελλάδα, όσο και στην Ανατολική Ευρώπη όπου έχει σημαντική παρουσία. Διαγράφοντας τα τελευταία χρόνια μια άκρως δυναμική και επιτυχημένη αναπτυξιακή πορεία στις αγορές που δραστηριοποιείται, ο Όμιλος ΣΑΡΑΝΤΗ αποτελεί μια από τις ηγετικές δυνάμεις στην ευρύτερη περιοχή της Ανατολικής Ευρώπης και της Ελλάδος στην παραγωγή και

διανομή καταναλωτικών προϊόντων, κατέχοντας ηγετικά μερίδια αγοράς στις στρατηγικές κατηγορίες δραστηριοποίησης της. Η Ανατολική Ευρώπη αποτελεί σημαντικό παράγοντα επιτυχίας της αναπτυξιακής πορείας του Ομίλου τα τελευταία χρόνια, καθώς οι ευκαιρίες που προσφέρει σε συνδυασμό με το αποτελεσματικό management εξασφαλίζουν την ισχυρή παρουσία της εταιρείας και ταυτόχρονα τη γρήγορη ανάπτυξη της κερδοφορίας του Ομίλου.

### Κατηγορίες προϊόντων

Δύναμη της εταιρείας αποτελούν τα προϊόντα που διαθέτει στην αγορά καλύπτοντας τις καθημερινές ανάγκες 400 εκατομμυρίων ανθρώπων στην ευρύτερη περιοχή της Ανατολικής και Νοτιανατολικής Ευρώπης. Πιο συγκεκριμένα, η εταιρεία διατηρεί σημαντικό portfolio ιδιοπαραγόμενων και διανεμόμενων καταναλωτικών προϊόντων, τα οποία θα μπορούσαν να καταταχθούν σε τέσσερις βασικούς πυλώνες:

- 1 τα καλλυντικά ευρείας διανομής
- 2 τα προϊόντα οικιακής χρήσης,
- 3 τα προϊόντα υγείας και φροντίδας και
- 4 τα προϊόντα της κατηγορίας Λοιπών Πωλήσεων

Μεγάλο μέρος των εμπορικών σημάτων που ανήκουν στις

δύο πρώτες κατηγορίες είναι ιδιοπαραγόμενα προϊόντα της εταιρείας, τα οποία παράγονται στις σύγχρονες εγκαταστάσεις παραγωγής του Ομίλου. Παράλληλα, η εταιρεία διατηρεί ισχυρό portfolio εμπορικών σημάτων ηγετικών εταιρειών καταναλωτικών προϊόντων παγκοσμίως μέσω συμφωνιών αποκλειστικής διανομής που διατηρεί μαζί τους. Η κατηγορία των Λοιπών Πωλήσεων περιέχει καλλυντικά επιλεκτικής διανομής, τόσο μέσω της κοινοπραξίας που έχει συνάψει με την Estee Lauder, όσο και μέσω αποκλειστικών συνεργασιών με άλλα σημαντικά ονόματα στον κλάδο των καλλυντικών. Επιπρόσθετα στην κατηγορία αυτή εντάσσονται και προϊόντα της εταιρείας Κ. Θεοδωρίδης Α.Ε. (αξεσουάρ αυτοκινήτου) τα οποία ο Όμιλος αντιπροσωπεύει και διανέμει.

### Χώρες δραστηριοποίησης

Ο Όμιλος Σαράντη δραστηριοποιείται σε 11 χώρες, στην Ελλάδα την Ανατολική και Νοτιανατολική Ευρώπη, μέσω θυγατρικών της εταιρειών, ενώ παράλληλα διατηρεί ισχυρό δίκτυο εξαγωγών σε περισσότερες από 30 χώρες, και απασχολεί περίπου 2.000 εργαζόμενους. Οι χώρες στις

οποίες δραστηριοποιείται ο Όμιλος, μέσω θυγατρικών εταιρειών, είναι οι εξής: Πολωνία, Βουλγαρία, Ρουμανία, Σερβία, Τσεχία, FYROM, Ουκρανία, Ουγγαρία, Τουρκία και Ρωσία και είναι αξιοσημείωτο ότι το σύνολο του κύκλου εργασιών του Ομίλου που προέρχεται από τις χώρες αυτές ξεπερνά το 55%.

### Άνθρωποι

Στον Όμιλο Σαράντη, οι εργαζόμενοι μας βρίσκονται στο επίκεντρο των δραστηριοτήτων μας. Η δημιουργικότητα, η ενέργεια και το πάθος τους αποτελούν την κινητήρια

δύναμη ανάπτυξης του Ομίλου και για αυτό το λόγο ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στην ανάπτυξη των ικανοτήτων τους, στην επιβράβευση της προσπάθειάς τους, καθώς και στη σωστή αξιολόγησή τους.

## R & D

Ο Όμιλος Σαράντη σημειώνει σημαντική παραγωγική δραστηριότητα στα Οινόφυτα Βοιωτίας, όπου διατηρεί υπερσύγχρονες παραγωγικές εγκαταστάσεις σε μια ιδιόκτητη έκταση 40 στρεμμάτων, καθώς και στο εργοστάσιο της θυγατρικής του στην Πολωνία, το οποίο εκτός από την τοπική αγορά εξυπηρετεί μέσω εξαγωγών και γειτονικές χώρες. Η τεχνογνωσία, η πείρα και η έμφαση στην υψηλή ποιότητα αποτελούν μεγάλο κεφάλαιο του Ομίλου, καθώς η ανάπτυξη νέων, αλλά και η διαρκής βελτίωση των υφιστάμενων προϊόντων αποτελούν βασικό του στόχο.

Η ομάδα έρευνας και ανάπτυξης της Σαράντης ανακαλύπτει, διερευνά και αναπτύσσει νέες φόρμουλες και τεχνολογίες, προκειμένου να ικανοποιήσει τις ανάγκες των καταναλωτών για υψηλής ποιότητας προϊόντα. Στα πλαίσια αυτά, κύριος ρόλος του τμήματος έρευνας και ανάπτυξης του Ομίλου είναι η δημιουργία υψηλής ποιότητας αρωμάτων, καλλυντικών και αντηλιακών. Στο τμήμα Έρευνας & Ανάπτυξης του Ομίλου ειδικοί επιστήμονες διασφαλίζουν ώστε πάντα η επιστημονική γνώση να υλοποιείται με τον καλύτερο τρόπο σε προϊόντα καινοτόμα όσο και απόλυτα ασφαλή για την υγεία. Ο έλεγχος ποιότητας εγγυάται την

απόλυτη ποιότητα κάθε προϊόντος, από το στάδιο της συλλογής πρώτων υλών μέχρι και την εμφάνιση του στα σημεία πώλησης. Έτσι, δημιουργούνται δεσμοί εμπιστοσύνης με τους καταναλωτές, δεσμοί που έχουν φέρει τα προϊόντα του ομίλου Σαράντη στην κορυφή των προτιμήσεων των καταναλωτών.

Το τμήμα έρευνας και ανάπτυξης ξεκίνησε τη λειτουργία του με την παραγωγή των αρωματικών προϊόντων Prosar & Clochard το 1965. Εκτοτε η ομάδα R&D παρέμεινε πιστή στη δέσμευση της στους άνδρες και γυναίκες καταναλωτές, αναπτύσσοντας και προσφέροντας συνεχώς καινοτόμα και προηγμένα τεχνολογικά προϊόντα. Κάποια από τα βασικά επιτεύγματα του τμήματος περιλαμβάνουν την παραγωγή των αρωματικών σειρών STR8, C-THRU και BU, την παραγωγή των αντηλιακών Carroten, καθώς και την παραγωγή του σαμπουάν μύρας ORZENE. Επίσης ιδιαίτερα χαρακτηριστικό είναι και το ανδρικό άρωμα Mustang, που σχεδίασε και ανέπτυξε ο Όμιλος για την Estee Lauder προκειμένου η τελευταία να διεισδύσει στην αγορά ευρείας διανομής.



## Business Units

400 εκ. καταναλωτών

σημαντική ανάπτυξη σημείωσαν τα ιδιοπαραγόμενα προϊόντα και των προϊόντων οικιακής χρήσης

### 🏠 Καλλυντικά Ευρείας Διανομής

B.U. C-THRU CARROTENNAIR ADIDAS COPPERTONE ORZENE  
ANTONIO BANDERAS FINALNET PEARLDROPS STR8 PROSAR  
TROJAN ISABELLA ROSELLINI TOKALON PIERRE CARDIN

### 🏠 Προϊόντα Οικιακής Χρήσης

CAMEL AFROSO TUBO.FLO PYROX TEZA SANITAS ΤΡΥΑΦΤ  
BISBARDI SANOVIT FINO GROSIK KORUNKA SKOT  
SPONTEX BUZIL

### 🏠 Προϊόντα Υγείας και Φροντίδας

KORFF LANES CLEARBLUE ORIGINS ORTIS  
PERLIER PHYSCIENCE OENOBIOL  
3M FILOVIT OCEANVITAL MANICARE

### 🏠 Λοιπές Πωλήσεις

ESTEE LAUDER DONNA KARAN M.A.C. BOBBI BROWN ARAMIS JO MALONE  
CLINIQUE LA MER STILA TOMMY HILFINGER DARPHIN

CARTIER ROBERTO CAVALLI PUPA LOLITA LEMPICKA ORLANE FERRE CASTELBAJAC  
COMME DES GARCONS SALVATORE FERRAGAMO DERMA NEW NINA RICCI EXTE  
DAVID BECKAM JUVENA LALIQUE PERFUMES ELITE LA PRAIRIE ESPRIT FREEZE  
MISS SIXTY CAROLINA HERRERA GAI MATTIOLO KYLIE MINOGUE EMANUEL UNGARO  
PACO RABBANE PRADA KATE MOSS DSQUARED2

STREET OTOTOP TOM AND JERRY TOP MATS SWF STEEL MATE FOREVER FRIENDS  
FINE LINE LOONEY TUNES TURTLE WAX GUARD KONIG BOSSI DISNEY GRIP

## του Ομίλου στις κατηγορίες των καλλυντικών ευρείας διανομής

Ο Όμιλος Σαράντη διατηρεί ένα ισχυρό portfolio προϊόντων, προσφέροντας προϊόντα για τις καθημερινές ανάγκες 400 εκ. καταναλωτών. Αγαπημένα εμπορικά σήματα από τις κατηγορίες των καλλυντικών, των προϊόντων οικιακής χρήσης, υγείας και φροντίδας, αλλά και αξεσουάρ αυτοκινήτου αποτελούν καθημερινή επιλογή των καταναλωτών μας.

Κατά τη διάρκεια του 2007, σημαντική ανάπτυξη σημείωσαν οι κλάδοι των καλλυντικών ευρείας διανομής, των προϊόντων οικιακής χρήσης ενώ ακολούθησαν οι τομείς των προϊόντων υγείας και φροντίδας και λοιπών πωλήσεων. Στις κατηγορίες των καλλυντικών ευρείας διανομής και των προϊόντων οικιακής χρήσης τα ιδιοπαραγόμενα προϊόντα του Ομίλου εμφανίζουν σημαντική ανάπτυξη, ένα γεγονός που είναι βασισμένο στη στρατηγική του Ομίλου. Αξίζει να σημειωθεί ότι το μεγαλύτερο ποσοστό αύξησης σε σχέση με το 2006 εμφανίζουν τα καλλυντικά ευρείας διανομής (+20,30%) και ακολουθούν τα προϊόντα οικιακής χρήσης με ποσοστό 16,92%. Τα καλλυντικά ευρείας διανομής αντιπροσωπεύουν συνολικά το 43,56% του συνολικού κύκλου εργασιών του Ομίλου Σαράντη και ακολουθούν τα

προϊόντα οικιακής χρήσης με ποσοστό 40,17%. Θα πρέπει να τονισθεί η σημαντική συνεισφορά των ιδιοπαραγόμενων προϊόντων που διαμορφώνεται στο 67,95% στα καλλυντικά ευρείας διανομής και στο 94,38% για τα προϊόντα οικιακής χρήσης. Οι λοιπές πωλήσεις αφορούν το 9,24% του συνολικού κύκλου εργασιών και τα προϊόντα υγείας και φροντίδας το 7,03%. Σε επίπεδο κερδών προ τόκων και φόρων (EBIT) τη μεγαλύτερη συμμετοχή στο 2007 είχαν τα καλλυντικά ευρείας διανομής με ποσοστό 38,98% και ακολουθούν οι λοιπές πωλήσεις όπου συμμετέχουν με ποσοστό 27,55% και τα προϊόντα οικιακής χρήσης με ποσοστό 25,70%. Τέλος, τα προϊόντα υγείας και φροντίδας συμμετέχουν με ποσοστό 7,77%. Αναλύοντας τα κέρδη προ τόκων και φόρων των καλλυντικών ευρείας διανομής και των προϊόντων οικιακής χρήσης σε ιδιοπαραγόμενα και διανεμόμενα, διαπιστώνουμε ότι τα ιδιοπαραγόμενα προϊόντα στο σύνολο τους ανήλθαν σε €22,48 εκατ., έναντι €13,01 εκατ. που ήταν το 2006, παρουσιάζοντας αύξηση κατά 72,83%. Η συμμετοχή στα κέρδη προ τόκων και φόρων των ιδιοπαραγόμενων προϊόντων κατά το 2007 ανήλθε στο 57,32% σε σχέση με 44,41% το 2006.

Ανάλυση ενοποιημένων πωλήσεων ανά κατηγορία προϊόντων



Ανάλυση ενοποιημένων πωλήσεων: ίδια vs διανεμόμενα προϊόντα



Ανάλυση ενοποιημένων πωλήσεων ανά κατηγορία προϊόντων



Ανάλυση ενοποιημένων πωλήσεων: ίδια vs διανεμόμενα προϊόντα





είναι ένας από τους καλύτερους



PEARL DROPS

ISABELLA ROSELLINI

ADIDAS

C-THRU

ORZENE

COPPERTONE

FINAL NET

B.U.

CARROTEN

PIERRE CARDIN

STR8

NAIR

ANTONIO BANDERAS

PROSAR

TOKALON

TROJAN



## Προϊόντα

### Καλλυντικά Ευρείας Διανομής

κλάδους του Ομίλου και βρίσκεται πάντα μπροστά από τις τάσεις και τις εξελίξεις της αγοράς

Τα καλλυντικά ευρείας διανομής αποτελούν έναν από τους τέσσερις άξονες ανάπτυξης του Ομίλου Σαράντη, ενώ κρίσιμο σημείο αποτελεί το γεγονός ότι μεγάλο μέρος των 20 και πλέον εμπορικών σημάτων που απαρτίζουν το χαρτοφυλάκιο των καλλυντικών ευρείας διανομής, αποτελούν παραγωγή της ίδιας της εταιρείας. Τα καλλυντικά ευρείας διανομής αποτελούν μια από τις στρατηγικές αγορές στις οποίες έχει δώσει έμφαση η Διοίκηση του Ομίλου Σαράντη, στοχεύοντας παράλληλα στη σταδιακή ενίσχυση των πωλήσεων ιδιοπαγόμενων προϊόντων.

Η σχεδίαση των προϊόντων έχει γίνει σύμφωνα με τις απαιτήσεις των καταναλωτών και βρίσκεται πάντα μπροστά από τις τάσεις και τις εξελίξεις της αγοράς. Έτσι, εμπορικά σήματα όπως το STR8, το C-THRU, το BU, το CARROTEN και το ORZENE έχουν καταγράψει επιτυχημένη πορεία με αποτέλεσμα να βρίσκονται στην πρώτη θέση στις αγορές που διατίθενται, αλλά και στις προτιμήσεις των καταναλωτών.

Η δυναμική παρουσία των καλλυντικών ευρείας διανομής στην αγορά έχει ως αποτέλεσμα ο συγκεκριμένος κλάδος να αποτελεί έναν από τους ισχυρότερους κλάδους του Ομίλου Σαράντη. Ειδικότερα, τα καλλυντικά ευρείας διανομής ήταν ο πρώτος σε συνεισφορά κλάδος δραστηριότητας στο έτος 2007, αντιπροσωπεύοντας το 43,56% του συνολικού κύκλου εργασιών του Ομίλου Σαράντη, ποσοστό που αντιστοιχεί σε πωλήσεις ύψους 105,24 εκατ. ευρώ. Σημειώνεται ότι το μεγαλύτερο μέρος των πωλήσεων των καλλυντικών ευρείας διανομής αφορούν τα ιδιοπαγόμενα προϊόντα. Συγκεκριμένα, από τα 105,24 εκατ. ευρώ, τα 71,51 εκατ. ευρώ αφορούσαν τα ιδιοπαγόμενα προϊόντα σύμφωνα με τα στοιχεία έτους 2007. Στο ίδιο διάστημα, τα κέρδη προ φόρων και τόκων ανήλθαν στα 15,29 εκατ. ευρώ παρουσιάζοντας σημαντική αύξηση ύψους 104% σε σχέση με το 2006 κυρίως λόγω της θετικής πορείας των ιδιοπαγόμενων προϊόντων στις «παλιές αγορές» του Ομίλου.



Ανάλυση πωλήσεων (€ εκ.)

20.30%



Καλλυντικά Ευρείας Διανομής

● 2006 Ολο. Επι. Προσφερόμενο Συνολικό Μέγεθος  
● 2007

Ανάλυση EBIT (€ εκ.)

104.08%



Καλλυντικά Ευρείας Διανομής

● 2006 Ολο. Επι. Προσφερόμενο Συνολικό Μέγεθος  
● 2007

ένας από τους πλέον

BUZIL

FINO

SANITAS

PYROX

SPONTEX

KORUNKA

TUB.O.FLO

SANOVIT

AFROSO

BISBARDI

TEZA

GROSIK

CAMEL

ТРΥАЕТ

SKOT



## Προϊόντα Προϊόντα Οικιακής Χρήσης

### στρατηγικούς κλάδους ανάπτυξης του Ομίλου

Τα προϊόντα οικιακής χρήσεως του Ομίλου Σαράντη αποτελούν μια συνεχώς αναπτυσσόμενη κατηγορία προϊόντων και βρίσκονται σταθερά τα τελευταία χρόνια στις πρώτες επιλογές τόσο των Ελλήνων, όσο και των αλλοδαπών καταναλωτών οι οποίοι αποτελούν και τον καλύτερο κριτή. Για το λόγο αυτό ο κλάδος των προϊόντων οικιακής χρήσεως θεωρείται ένας από τους πλέον στρατηγικούς κλάδους ανάπτυξης του Ομίλου, καταλαμβάνοντας τη δεύτερη θέση, σε ό,τι αφορά στη συνεισφορά του στον κύκλο εργασιών του.

Το χαρτοφυλάκιο των προϊόντων που απαρτίζουν τον κλάδο οικιακής χρήσης απαρτίζεται στη πλειοψηφία του από ιδιοπαραγόμενα προϊόντα, όπως είναι τα SANITAS, CAMEL, AFROSO, TEZA, JAN NIEZBEDNY, FINO, GROSNIK, KORUNKA, κλπ. Σημειώνεται ότι η διοίκηση του Ομίλου επιθυμεί ενίσχυση της συνεισφοράς των εσόδων από τα ιδιοπαραγόμενα προϊόντα και στη συγκεκριμένη κατηγορία προϊόντων.

Σημαντικό είναι το γεγονός ότι, πολλά από τα προϊόντα βρίσκονται στην πρώτη θέση στις κατηγορίες που δραστηριοποιούνται, τόσο στην Ελλάδα, όσο και στις αγορές του εξωτερικού αποτελώντας έναν από τους βασικούς άξονες συνεισφοράς στα έσοδα του Ομίλου.

Ειδικότερα, τα προϊόντα οικιακής χρήσης το 2007 πέτυχαν πωλήσεις ύψους 97,06 εκατ. ευρώ, συνεισφέροντας έτσι το 40,17% των συνολικών πωλήσεων του Ομίλου, ενώ σε σχέση με το 2006 εμφάνισαν αύξηση 16,92%. Σημαντικούς ρυθμούς ανάπτυξης της τάξης του 33,98% παρουσίασαν το 2007 τα κέρδη προ τόκων και φόρων, έναντι του 2006, φθάνοντας έτσι στα 10,08 εκατ. ευρώ, αντιπροσωπεύοντας το 25,70% των συνολικών κερδών. Επισημαίνεται η ιδιαίτερως θετική πορεία της συγκεκριμένης κατηγορίας προϊόντων στις αγορές εξωτερικού που δραστηριοποιείται ο Όμιλος Σαράντη.



Ανάλυση πωλήσεων (€ εκ.)



● 2006 Oni-Stop Proprietary Consolidated Method  
● 2007

Ανάλυση EBIT (€ εκ.)



● 2006 Oni-Stop Proprietary Consolidated Method  
● 2007



FILOVIT

MANICARE

OENOBIOL

ORIGINS

PHYSIENCI

OCEAN  
VITAL

3M

ORTIS

LANES

PERLIER

KORFF

CLEARBLUE



## Προϊόντα

### Προϊόντα Υγείας και Φροντίδας

εξασφαλίζει δυναμική πορεία στην αγορά

Ο κλάδος των προϊόντων Υγείας και Φροντίδας του Ομίλου δραστηριοποιείται στον φαρμακευτικό χώρο και ειδικότερα στον κλάδο Ο.Τ.Σ. αντιπροσωπεύοντας και διανέμοντας ηγετικές μάρκες στο χώρο των βιταμινών, των συμπληρωμάτων διατροφής, των διαγνωστικών και των καλλυντικών φαρμακείου. Ο Όμιλος κατέχει ηγετική θέση στον κλάδο των προϊόντων υγείας και φροντίδας, καθώς συγκαταλέγεται στους βασικούς προμηθευτές Φαρμακείου, προσφέροντας μία πλούσια γκάμα προϊόντων υψηλής ποιότητας όπως τις βιταμίνες & τα συμπληρώματα διατροφής LANES, τα καλλυντικά KORFF, τα προϊόντα ORIGINS, τα συμπληρώματα διατροφής PHYSCIENCE, τα φυτικά συμπληρώματα διατροφής ORTIS, τα διαγνωστικά τεστ εγκυμοσύνης και ωορρηξίας για το σπίτι CLEARBLUE, τα προϊόντα θαλασσοθεραπείας OCEAN VITAL, τα φυσικά καλλυντικά PERLIER, κ.α. Παράλληλα, είναι υπεύθυνος για την διανομή των προϊόντων της 3M στο χώρο του φαρμακείου. Αποσκοπώντας στην κάλυψη των ολοένα αυξανόμενων αναγκών των καταναλωτών, μέσα από προϊόντα που ανταποκρίνονται στα αυστηρότερα διεθνή ποιοτικά standards, ο κλάδος υγείας και φροντίδας, εξασφαλίζει δυναμική πορεία στην αγορά μέσω επενδύσεων σε έρευνα

και ανάπτυξη καινοτόμων προϊόντων υγείας και φροντίδας, αλλά και μέσω της ανάπτυξης συνεργασιών με καταξιωμένους στον κλάδο τους οίκους του εξωτερικού.

Αξίζει να σημειωθεί ότι στα πλαίσια της αναπτυξιακής στρατηγικής του και στοχεύοντας στην ενίσχυση της δυναμικής του κλάδου Υγείας και Φροντίδας, ο Όμιλος φέτος ενέταξε στο χαρτοφυλάκιο του τη Γαλλική Εταιρεία OENOBIOL, συμπληρώματα διατροφής που στοχεύουν στην ομορφιά των μαλλιών, του σώματος και της επιδερμίδας.

Το 2007 οι πωλήσεις του κλάδου υγείας και φροντίδας αποτελούν το 7,03% των συνολικών πωλήσεων του Ομίλου και διαμορφώθηκαν στα 16,97 εκατ. ευρώ, από 19,90 εκατ. ευρώ που ήταν στο τέλος του 2006 μειωμένα κατά 14,72% κυρίως λόγω μη ανανέωσης μερικών μη κερδοφόρων συμβολαίων. Στο ίδιο διάστημα τα κέρδη προ τόκων και φόρων ανήλθαν σε 3,05 εκατ. ευρώ από 3,08 εκατ. ευρώ το 2006, μειωμένα κατά 1,03%. Αξίζει να σημειωθεί ότι τα κέρδη προ τόκων και φόρων του κλάδου υγείας & φροντίδας μειώθηκαν με μικρότερο ρυθμό σε σχέση με τις πωλήσεις αυτής της κατηγορίας, ένα γεγονός που αντανακλά την έξοδο από τις μη κερδοφόρες δραστηριότητες.



Ανάλυση πωλήσεων (€ εκ.)

-14.72%

19.90

16.97

Προϊόντα Υγείας και Φροντίδας

● 2006 Ολο Υπο Προσπονηθείς Συνολικός Όμιλος  
● 2007

Ανάλυση EBIT (€ εκ.)

-1.03%

3.08

3.05

Προϊόντα Υγείας και Φροντίδας

● 2006 Ολο Υπο Προσπονηθείς Συνολικός Όμιλος  
● 2007



## Προϊόντα

### Λοιπές Πωλήσεις

διατηρεί ισχυρή παρουσία στον χώρο των καλλυντικών επιλεκτικής διανομής

Σημαντικός πυλώνας ανάπτυξης της εταιρείας είναι οι συνεργασίες που έχει πραγματοποιήσει με ηγετικές εταιρείες παγκοσμίως. Πιο συγκεκριμένα, η εταιρεία διατηρεί ισχυρή παρουσία στον χώρο των καλλυντικών επιλεκτικής διανομής, τόσο μέσω της κοινοπραξίας που έχει συνάψει με την Estee Lauder, όσο και μέσω αποκλειστικών συνεργασιών με άλλα σημαντικά ονόματα στον κλάδο των καλλυντικών παγκοσμίως, όπως Prada, Juvena, Roberto Cavalli, Nina Ricci Cartier κλπ. Πιο συγκεκριμένα, ο Όμιλος εκπροσωπεί περισσότερα από 30 ισχυρά εμπορικά σήματα στον χώρο των καλλυντικών, τα οποία ικανοποιούν τις ανάγκες και επιθυμίες των καταναλωτών για περιποίηση και ομορφιά, προσφέροντας μια μεγάλη γκάμα εξειδικευμένων προϊόντων.

Επιπρόσθετα, μέσω της εταιρείας Κ. Θεοδωρίδης Α.Ε. ο Όμιλος αντιπροσωπεύει και διανέμει μεγάλη γκάμα αξεσουάρ αυτοκινήτου για την κάλυψη των αναγκών και επιθυμιών των καταναλωτών. Πιο συγκεκριμένα, ο Όμιλος εκπροσωπεί περισσότερα από 10 ηγετικά εμπορικά σήματα

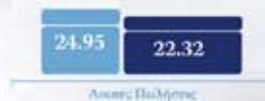
στο χώρο των προϊόντων για την περιποίηση του αυτοκινήτου, σχεδιασμένα για να καλύψουν τις ανάγκες και τις επιθυμίες των καταναλωτών για προστασία, περιποίηση, ασφάλεια και διακόσμηση του εσωτερικού και εξωτερικού μέρους των αυτοκινήτων.

Τα καλλυντικά επιλεκτικής διανομής (μη περιλαμβανομένων των πωλήσεων που αφορούν στην κοινοπραξία με την Estee Lauder), το 2007 ανήλθαν στα 15,88 εκατ. ευρώ μειωμένα κατά 7,50% σε σχέση με την περσινή χρονιά κυρίως λόγω μη ανανέωσης μη κερδοφόρων συμβολαίων. Αντιστοίχως, οι πωλήσεις των αξεσουάρ αυτοκινήτων εφτάσαν τα 6,44 εκατ. ευρώ το 2007 από 6,52 εκατ. ευρώ που ήταν το 2006. Τα κέρδη προ τόκων και φόρων των καλλυντικών επιλεκτικής διανομής αυξήθηκαν κατά 33,90% σε 1,89 εκ. ευρώ από 1,41 εκ. ευρώ που ήταν το 2006, ενώ τα έσοδα από την κοινοπραξία με την Estee Lauder παρουσίασαν αύξηση κατά 6,59% φθάνοντας στα 8,60 εκ. ευρώ από 8 εκατ. ευρώ που ήταν πέρυσι.



Ανάλυση πωλήσεων (€ εκ.)

-10.56%



● 2006 (On a Proportional Consolidation Method)  
● 2007



Ανάλυση EBIT (€ εκ.)

-3.49%



● 2006 (On a Proportional Consolidation Method)  
● 2007





# Δραστηριότητες του Ομίλου στις χώρες της Ανατολικής Ευρώπης

τα τελευταία χρόνια παρουσιάζει μια εξαιρετικά δυναμική και πετυχημένη πορεία

Ο Όμιλος Σαράντη αποτελεί μια από τις ηγετικές επιχειρηματικές δυνάμεις στην ευρύτερη περιοχή της Ανατολικής και Νοτιοανατολικής Ευρώπης καταγράφοντας τα τελευταία χρόνια μια εξαιρετικά δυναμική και πετυχημένη πορεία.

Τόσο σε επίπεδο παραγωγής, όσο και σε επίπεδο διανομής ο Όμιλος Σαράντη κατέχει ηγετικά μερίδια αγοράς σε όλες τις στρατηγικές κατηγορίες δραστηριοποίησής του.

Συνολικά, ο Όμιλος Σαράντη δραστηριοποιείται στην ευρύτερη περιοχή της Ανατολικής και Νοτιοανατολικής Ευρώπης μέσω 10 θυγατρικών εταιρειών, στην Πολωνία, στη Ρουμανία, στη Βουλγαρία, στη Σερβία, στη Δημοκρατία της Τσεχίας, στην Π.Γ.Δ.Μ., στην Ουκρανία, στην Τουρκία, στην Ρωσία και στην Ουγγαρία. Παράλληλα διατηρεί έντονη εξαγωγική δραστηριότητα σε περισσότερες από 30 χώρες.

Σημαντικότερους άξονες ανάπτυξης του Ομίλου στην Ανατολική Ευρώπη αποτέλεσαν οι λεγόμενες «παλαιές αγορές» της Ουγγαρίας (+61%), της Τσεχίας (+45%), της Σερβίας (+27%), της Βουλγαρίας (+27%), της Ρουμανίας (+23%), της Πολωνίας (+22%) και της ΠΓΔΜ (+21%).

Αντίστοιχη θετική εικόνα παρουσιάζουν και τα επίπεδα κερδοφορίας των θυγατρικών εταιριών του Ομίλου στην Τσεχία (+43%), στην ΠΓΔΜ (+77%), στη Σερβία (+33%), στην Βουλγαρία (+79%), στην Πολωνία (+66%) και στην

Ρουμανία (+33%), για το 2007 καθώς αυτά εμφανίζουν σημαντικούς ρυθμούς ανάπτυξης.

Αναφορικά με τις νέες χώρες του Ομίλου, Τουρκία, Ρωσία και Ουκρανία, αξίζει να αναφερθεί ότι ο Όμιλος κατά την διάρκεια του 2007 πραγματοποίησε, αλλαγή στον τρόπο λειτουργίας του επιχειρηματικού μοντέλου και στις τρεις χώρες, εκχωρώντας την διανομή των προϊόντων του σε τοπικούς εθνικούς διανομείς με αποτέλεσμα η κατανομή των εξόδων να γίνεται αναλογικά επί των πωλήσεων και όχι πάγια όπως πρώτα. Το νέο μοντέλο λειτουργίας εξασφαλίζει αποτελεσματικότητα στη διανομή, αύξηση των μεριδίων αγοράς και αποδοτικότητα των δαπανών διαφήμισης και υποστήριξης των προϊόντων. Επιπρόσθετα αξίζει να σημειωθεί ότι ο Όμιλος είχε ήδη προετοιμαστεί και προχωρήσει στον περιορισμό των εξόδων λειτουργίας των εταιρειών αυτών από το πρώτο κίολας εξάμηνο του 2007. Η ολοκλήρωση της αλλαγής του μοντέλου λειτουργίας και το κλείσιμο των οργανώσεων έγινε μέχρι το τέλος του γ' τριμήνου 2007 και τα έξοδα απορροφήθηκαν εξ'ολοκλήρου στα νούμερα του εννιαμήνου 2007. Το 4ο τρίμηνο του 2007 ήταν καθαρό από τα έξοδα αυτά, γεγονός που αποτυπώθηκε και στο βελτιωμένο περιθώριο λειτουργικών κερδών 2007 του Ομίλου.

Ανάλυση ενοποιημένων πωλήσεων ανά γεωγραφική περιοχή



Ανάλυση ενοποιημένων πωλήσεων: Ελλάδα vs Αν. Ευρώπη



Ανάλυση ενοποιημένων πωλήσεων ανά γεωγραφική περιοχή



Ανάλυση ενοποιημένων πωλήσεων: Ελλάδα vs Αν. Ευρώπη



# Πολωνία

## Sarantis Polska S.A.

### ηγέτης στις κατηγορίες δραστηριοποίησής του

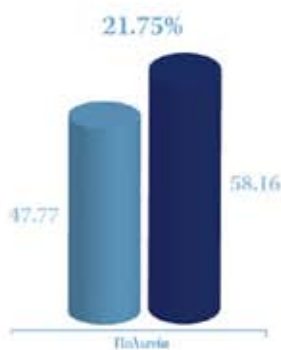
Η Sarantis Polska S.A. διαθέτει μάρκες καλλυντικών ευρείας διανομής (ιδιοπαραγόμενα της εταιρείας Γρ. Σαράντη ΑΒΕΕ καθώς και προϊόντα από συμφωνίες αντιπροσώπευσης), όπως το STR8, C-THRU, CARROTEN, EVERLAST, WHISKY, NAIR, SPINBRUSH, PEARL DROPS, κ.α. καθώς και μάρκες καταναλωτικών οικιακών προϊόντων (JAN NIEZBEDNY, GROSİK, CAMEL, KORUNKA, AIR STOPPERS). Στόχος της εταιρείας Sarantis Polska είναι να ενισχύσει τη θέση κάθε μίας από τις παραπάνω μάρκες στην πολωνική αγορά. Στις δραστηριότητες της εταιρείας περιλαμβάνονται η παραγωγή, το merchandising, η αποθήκευση και η διάθεσή στην αγορά των παραπάνω brands, αλλά και προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας τα οποία παράγει. Η Sarantis Polska κατέχει αυτή τη στιγμή ηγετική θέση στην πλειοψηφία των κατηγοριών προϊόντων του

τομέα της, ενώ διαθέτει γραφεία και σε άλλες πόλεις της Πολωνίας. Το Τμήμα Εξαγωγών της Sarantis Polska είναι υπεύθυνο για τις εξαγωγές και πωλήσεις σε ευρωπαϊκές χώρες, καθώς και του Ομίλου Σαράντη στη Νοτιοανατολική Ευρώπη. Συνεργάζεται επίσης με τοπικούς αντιπροσώπους στις Ρωσία, Λευκορωσία, Λιθουανία, Λετονία, Γερμανία και Γαλλία. Το εν λόγω τμήμα ιδρύθηκε το 2002 και έκτοτε το μερίδιο του στην συνολική κερδοφορία του Ομίλου αυξάνεται χρόνο με το χρόνο.

Η στρατηγική της εταιρείας για το 2008 προβλέπει την περαιτέρω ανάπτυξη σειρών του Ομίλου Σαράντη, εστιάζοντας κυρίως στα STR8, C-THRU και JAN NIEZBEDNY. Στον τομέα των αρωμάτων σχεδιάζεται η επέκτασή του μέσω νέων συμφωνιών με σημεία διανομής.

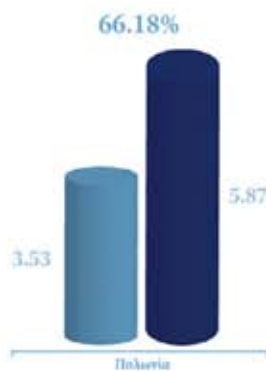


Ανάλυση Πωλήσεων (€ εκ.)



● 2006 On Top Proportional Consolidation Method  
● 2007

Ανάλυση EBIT (€ εκ.)



● 2006 On Top Proportional Consolidation Method  
● 2007

## Ρουμανία Sarantis Romania S.A.

εμφανίζει σημαντική ανάπτυξη κάθε χρόνο

Η Sarantis Romania S.A., θυγατρική του Ομίλου Σαράντη ιδρύθηκε το Σεπτέμβριο του 1996, συμπληρώνοντας σήμερα 11 χρόνια λειτουργίας. Έκτοτε, εμφανίζει σταθερή ανοδική πορεία, κάτι που πιστοποιεί και ο ρυθμός αύξησης των πωλήσεων της από το 1998 μέχρι το 2007. Συγκεκριμένα, το 1998 οι πωλήσεις της Sarantis Romania έφτασαν τα 7,1 εκατ. ευρώ, ενώ το 1999 τα 9,3 εκατ. ευρώ, καταγράφοντας αύξηση κατά 31,6%. Αντίστοιχα, το 2005 οι πωλήσεις ήταν της τάξης των 28,7 εκατ. ευρώ και το 2006 32,2 εκατ. ευρώ, ενώ το 2007 ανήλθαν σε 39,6 εκατ. ευρώ, ήτοι αύξηση σε ποσοστό 23%. Ο κύριος όγκος των πωλήσεων πραγματοποιείται από τα κεντρικά της εταιρείας στο Βουκουρέστι και ακολουθούν οι θυγατρικές στο Ιάσιο, Πλοϊέστι, Τιμισοάρα, Κραϊόβα κ.ο.κ.

Σημειώνεται ότι η εταιρεία διαθέτει στη ρουμάνικη αγορά τα προϊόντα της Γρ. Σαράντης ABEE, καθώς επίσης και προϊόντα άλλων εταιρειών όπως η JOHNSON & JOHNSON, η ANTONIO PUIG, η GEORGIA PACIFIC, η CHURCH&DWIGHT, αλλά και μάρκες πολυτελείας όπως η JUVENA, η LA PRAIRE, PUPA κ.α.

Επιπρόσθετα, τον Δεκέμβριο του 2007 η SARANTIS ROMANIA εξαγόρασε την ρουμανική εταιρεία ELMIPLANT.

Η ELMIPLANT είναι εταιρεία καλλυντικών και θεωρείται ένας από τους ισχυρότερους παραγωγούς καλλυντικών προϊόντων περιποίησης προσώπου και σώματος στην αγορά της Ρουμανίας με σημαντικό μερίδιο αγοράς και υψηλή αναγνωρισιμότητα. Ο στόχος του Ομίλου μέσω αυτής της εξαγοράς ήταν η απόκτηση μιας εταιρείας με ομοιογενές και συμπληρωματικό αντικείμενο εργασιών, γεγονός που θα επιτρέψει την επίτευξη σημαντικών συνεργιών και οικονομικών κλιμακας και ταυτόχρονα θα ενισχύσει την κερδοφορία της θυγατρικής του Ομίλου στην Ρουμανία.

Στα σχέδια της Sarantis Romania περιλαμβάνονται η επέκταση των σημείων και του όγκου διανομής καθώς και η αύξηση των υφισταμένων μεριδίων αγοράς, οι μακροπρόθεσμες στρατηγικές συνεργασίες με επιλεγμένους εταιρους και η περαιτέρω αύξηση της κερδοφορίας.



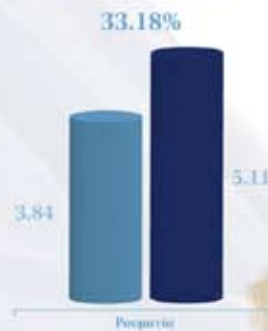
Ανάλυση Πωλήσεων (€ εκ.)



● 2006 (On-Sup Proportional Consolidation Method)  
● 2007



Ανάλυση EBIT (€ εκ.)



● 2006 (On-Sup Proportional Consolidation Method)  
● 2007

# Βουλγαρία

## Sarantis Bulgaria L.T.D.

διατηρεί ηγετική παρουσία στην αγορά των αρωμάτων ευρείας διανομής και food packaging

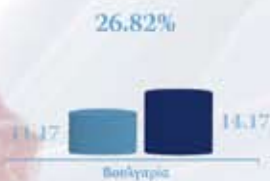
Η SARANTIS BULGARIA LTD ξεκίνησε τη λειτουργία της το 1994, αποτελώντας την πρώτη θυγατρική εταιρία του Ομίλου Σαράντη στην Ανατολική Ευρώπη. Το δίκτυο της Βουλγαρικής θυγατρικής του Ομίλου, διανέμει καλλυντικά ευρείας, επιλεκτικής και ημι-επιλεκτικής διανομής, προϊόντα οικιακής χρήσης, καθώς και προϊόντα υγείας και φροντίδας.

Σημαντικό ποσοστό των πωλήσεων που πραγματοποιεί στη γειτονική χώρα ο Όμιλος ΣΑΡΑΝΤΗ αφορούν ιδιοπαραγόμενα προϊόντα, μεταξύ των οποίων ξεχωρίζει το ανδρικό άρωμα STR8, οι γυναικείες σειρές αρωμάτων C-THRU και BU, η αντηλιακή σειρά CARROTEN καθώς επίσης και τα προϊόντα οικιακής χρήσης FINO, GROSİK, CAMEL, AFROSO και TUBOFLO. Ταυτόχρονα η εταιρεία διατηρεί συνεργασίες διανομής με τις εταιρείες JOHNSON &

JOHNSON, ANTONIO PUIG, RILKEN, CEP, CHURCH & DWIGHT, WERUSKA&JOEL, LABORATOIRES INGRID MILLET, LA PRAIRIE GROUP και ITF GROUP. Ενδεικτικά, προϊόντα ευρείας διανομής που διανέμει είναι τα: O.B., JOHNSON'S BABY, CLEAN&CLEAR, JOHNSON'S, CAREFREE, PENATEN, ANTONIO BANDERAS, MANGO, PEARL DROPS, RILKEN, EVERLAST, LOTTO καθώς επίσης και τα εξής luxury cosmetics: LA PRAIRIE, SILVER RAIN, INGRID MILLET, EXTE, NINA RICCI, JUVENA, PACO RABANNE, CAROLINA HERRERA, ROBERTO CAVALLI, FERRE, DSQUARED, κ.α. Σημειώνεται τέλος, ότι η SARANTIS BULGARIA κατέχει την πρώτη θέση στην αγορά των αρωμάτων ευρείας διανομής, καθώς επίσης και στην κατηγορία food packaging.

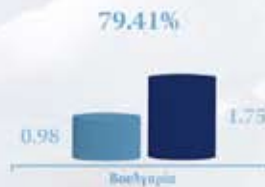


Ανάλυση Πωλήσεων (€ εκ.)



● 2006 On Top Proportional Consolidation Method  
● 2007

Ανάλυση EBIT (€ εκ.)



● 2006 On Top Proportional Consolidation Method  
● 2007

## Σερβία & Μαυροβούνιο

### Sarantis Serbia and Montenegro

έχει ιδιαίτερα θετικές προοπτικές

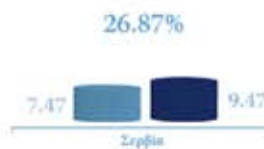
Η SARANTIS Serbia & Montenegro, θυγατρική του Ομίλου Σαράντη, ιδρύθηκε το 1997 και εδρεύει στο Βελιγράδι. Η δραστηριότητα της Σερβικής εταιρείας περιλαμβάνει τη διανομή ιδιοπαραγόμενων καλλυντικών ευρείας διανομής και καλλυντικά ευρείας διανομής τρίτων, καθώς επίσης και ιδιοπαραγόμενα είδη οικιακής χρήσης και προϊόντα επιλεκτικής διανομής. Έτσι μεταξύ των προϊόντων που διατίθενται περιλαμβάνονται η ανδρική αρωματική σειρά STR8, οι γυναικείες σειρές αρωμάτων C-THRU και BU,

τα αντηλιακά CARROTEN τα είδη περιποίησης υποδημάτων CAMEL και τα προϊόντα FINO, GROSİK, TUB-O-FLO, καθώς επίσης και τα αρώματα ANTONIO BANDERAS, ELITE MODEL, MANGO, SPIRIT, EVERLAST, YACHTMAN, κ.α.

Οι προοπτικές της εταιρείας για το 2008 είναι ιδιαίτερα θετικές και αναμένεται νέα αύξηση του κύκλου εργασιών μέσω της ενίσχυσης του δικτύου της διανομής, της εισαγωγής νέων κωδικών καθώς επίσης και μέσω εξαγωγών.

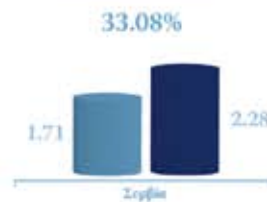


Ανάλυση Πωλήσεων (€ εκ.)



● 2006 On Top Proportional Consolidation Method  
● 2007

Ανάλυση EBIT (€ εκ.)



● 2006 On Top Proportional Consolidation Method  
● 2007

έχει ιδιαίτερα θετικές προοπτικές για περαιτέρω ανάπτυξη

Όπως και αυτή της Σερβίας, έτσι και αυτή των Σκοπίων Sarantis Skopje, ιδρύθηκε το 1997, έχοντας ως έδρα τα Σκόπια. Η βασική δραστηριότητα συνίσταται στην εμπορία και διανομή ιδιοπαραγόμενων καλλυντικών ευρείας διανομής και καλλυντικών ευρείας διανομής τρίτων, καθώς επίσης και ιδιοπαραγόμενα προϊόντα οικιακής χρήσης. Μεταξύ των προϊόντων που διατίθενται περιλαμβάνονται η ανδρική αρωματική σειρά STR8, οι γυναικείες σειρές

αρωμάτων C-THRU και BU, τα είδη περιποίησης υποδημάτων CAMEL, τα προϊόντα οικιακής χρήσης FINO, GROSIK, AFROSO και TUB-O-FLO, καθώς επίσης και τα αρώματα ANTONIO BANDERAS, MANGO, EVERLAST, κ.α.

Οι προοπτικές της εταιρείας για το 2008 είναι θετικές και αναμένεται αύξηση του κύκλου εργασιών με την εισαγωγή νέων κωδικών στην αγορά.



Ανάλυση Πωλήσεων (€ εκ.)

20.76%



● 2006 On Top Proportional Consolidation Method  
● 2007

Ανάλυση ΕΒΙΤ (€ εκ.)

76.64%



● 2006 On Top Proportional Consolidation Method  
● 2007

## Δημοκρατία της Τσεχίας Sarantis Czech Republic, s.r.o.

αναπτύσει περαιτέρω το δίκτυο διανομής της καθώς και το προϊόντικό χαρτοφυλάκιό της

Η SARANTIS CZECH REPUBLIC απέκτησε τη σημερινή της ονομασία το 2004 αποτελώντας συνέχεια της PACK PLAST CZECH. Η εταιρία ιδρύθηκε το 1998 λειτουργώντας ουσιαστικά ως διανομέας της Πολωνικής εταιρίας PACKPLAST και εννέα χρόνια μετά, διαθέτει πλέον στην Τσεχία και Σλοβακία, ίδια προϊόντα ευρείας διανομής, από τα οποία ξεχωρίζουν το ανδρικό άρωμα STR8, οι γυναικείες σειρές αρωμάτων C-THRU και BU και η αντιηλιακή σειρά CARROTEN. Επιπλέον, σημαντική είναι και η παρουσία των προϊόντων οικιακής χρήσης στην αγορά της Τσεχίας με

βασικότερα προϊόντα το FINO και το KORUNKA. Σημειώνεται επίσης ότι η SARANTIS CZECH REPUBLIC διατηρεί συνεργασίες διανομής των προϊόντων των εταιριών CEP (semi-selective brand: Everlast) και CHURCH & DWIGHT (Pearl Drops & Spinbrush).

Η εταιρεία για το 2008 αναμένει νέα αύξηση του κύκλου εργασιών της λόγω περαιτέρω ανάπτυξης του δικτύου της διανομής της και της αύξησης των κωδικών των προϊόντων που διανέμει.



Ανάλυση Πωλήσεων (€ εκ.)

45.26%

4.51 6.56



Δημοκρατία της Τσεχίας

● 2006 On Top Proportional Consolidation Method  
● 2007

Ανάλυση EBIT (€ εκ.)

43.41%

0.29 0.41



Δημοκρατία της Τσεχίας

● 2006 On Top Proportional Consolidation Method  
● 2007



# Ουγγαρία

## Sarantis Hungary

σημείωσε την μεγαλύτερη αύξηση σε πωλήσεις

Η εταιρεία ιδρύθηκε το 2006. Η δραστηριότητά της περιλαμβάνει τη διάθεση των ιδιοπαγόμενων καλλυντικών STR8, C- THRU, BU και CARROTEN και των ιδιοπαγόμενων προϊόντων οικιακής χρήσης (FINO & TUB-O-FLO) καθώς επίσης και των αρωματικών Everlast. Η διάθεση των προϊόντων γίνεται μέσα από όλα τα κανάλια

διανομής (70% key accounts & perfumery shops, 15% wholesalers and 5% retailers).

Είναι αξιοσημείωτο ότι η Sarantis Hungary σημείωσε φέτος την μεγαλύτερη αύξηση σε πωλήσεις ανάμεσα σε όλες τις χώρες του Ομίλου, αφού οι πωλήσεις της αυξήθηκαν κατά 61% σε 1,70 εκατ. ευρώ το 2007 από 1,40 εκατ. ευρώ το 2006.



Ανάλυση Πωλήσεων (€ εκ.)

60.94%



● 2006 Ολο Τυγ Προσπονηση Consolidation Method  
● 2007

Ανάλυση EBIT (€ εκ.)

-0.34  
-0.36



● 2006 Ολο Τυγ Προσπονηση Consolidation Method  
● 2007

## Τουρκία, Ουκρανία, Ρωσία Sarantis Turkiye, Sarantis Ukraine, Sarantis Russia

Λειτουργούν πλέον κάτω από νέο επιχειρηματικό μοντέλο

Οι χώρες Τουρκία, Ουκρανία και Ρωσία είναι οι νέες χώρες στις οποίες ο Όμιλος ίδρυσε θυγατρικές κατά τα έτη 2005 και 2006 στα πλαίσια της αναπτυξιακής στρατηγικής του στην ευρύτερη περιοχή της Ανατολικής και Νοτιοανατολικής Ευρώπης.

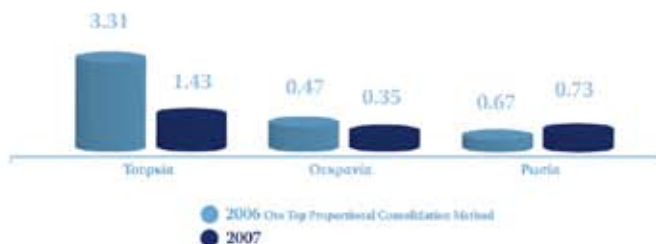
Οι νέες αυτές χώρες αποτέλεσαν το 2007 μια από τις βασικές προτεραιότητες του Ομίλου με στόχο την αναδιοργάνωση των δραστηριοτήτων τους και την επιτυχή μετάβασή τους σε ένα νέο μοντέλο λειτουργίας που βασίζεται στην εκχώρηση της διανομής και την ανάπτυξη των πωλήσεων μέσω τοπικού εθνικού διανομέα. Σκοπός του Ομίλου ήταν να μηδενίσει τα πάγια έξοδα αυτών των χωρών και να εξασφαλιστεί, μέσω του νέου

μοντέλου, αποτελεσματικότητα στη διανομή, αύξηση των μεριδίων αγοράς, αποδοτικότητα των δαπανών διαφήμισης και υποστήριξης των προϊόντων και τελικώς αύξηση της κερδοφορίας.

Σε αυτά τα πλαίσια και τηρώντας τις δεσμεύσεις του ο Όμιλος υλοποίησε επιτυχώς μέσα στο 2007 την μετάβαση στο νέο μοντέλο λειτουργίας και στις τρεις χώρες και ειδικότερα στην Ουκρανία με την εταιρεία CONRIL, στην Τουρκία με την εταιρεία EYYPAR και στη Ρωσία με την εταιρεία OLMa Trading Company. Όλες δραστηριοποιούνται πολλά έτη με πανεθνική κάλυψη, έχοντας δικτυο διανομής (αποθήκες, διανομή και παραγγελιοληψία) σε ολόκληρη τη χώρα.



Ανάθεση Πωλήσεων (€ εκ.)





## Εξαγωγές Σαράντη

Αναζητά συνεχώς νέες ευκαιρίες συνεργασίας  
διατηρεί ισχυρό δίκτυο διανομής

Η εταιρεία διατηρεί ισχυρό δίκτυο διανομής σε περίπου 30 χώρες, μέσω συνεργασιών διανομής που έχει συνάψει με τοπικές επιχειρήσεις. Αυτό το δίκτυο καλύπτει κυρίως τη γεωγραφική περιοχή της Ανατολικής και Κεντρικής Ευρώπης, τα Βαλκάνια, τη Βόρεια Αφρική και τη Μέση Ανατολή. Οι χώρες άμεσων εξαγωγών είναι οι Αζερμπαϊτζάν, Λιθιοπία, Αίγυπτος, Αλβανία, Αρμενία, Βέλγιο, Βοσνία, Εσθονία, Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα, Ιταλία, Καζακστάν, Κροατία, Κύπρος, Λευκορωσία, Λιβανός, Λιθουανία, Λετονία, Μάλτα, Μολδαβία, Ολλανδία, Πορτογαλία, Σλοβακία, Σουηδία και Συρία. Οι άμεσες εξαγωγές διενεργούνται μέσω δύο βασικών "κέντρων" στην Ελλάδα και Πολωνία, ενώ σε ορισμένες περιπτώσεις, οι εξαγωγές

διενεργούνται και ελέγχονται μέσω των θυγατρικών εταιρειών του Ομίλου.

Το τμήμα εξαγωγών της εταιρείας αναζητά συνεχώς νέες ευκαιρίες συνεργασίας, καθώς και επιδιώκει το «άνοιγμα» νέων αγορών (χώρες), που παρουσιάζουν προοπτικές ανάπτυξης. Στους άμεσους στόχους του τμήματος εξαγωγών της εταιρείας συγκαταλέγεται η εξάπλωση στην Λατινική Αμερική, η ανάπτυξη στην Ασία και ιδιαίτερα στις Ινδία και Ινδονησία, όπως επίσης και η περαιτέρω ενδυνάμωση της εξαγωγικής μας παρουσίας στην Βόρεια Αφρική και την Μέση Ανατολή και ειδικότερα στις χώρες του Περσικού Κόλπου.



## Ορόσημα 2007

Η σταθερή ανάπτυξη των οικονομικών μεγεθών του Ομίλου για το 2007 επιβραβεύει τις στρατηγικές επιλογές μας. Μια σειρά από επιτεύγματα που εξυπηρετούν τους μακροπρόθεσμους στόχους μας υλοποιήθηκαν και είχαν ως αποτέλεσμα την ανάπτυξη των οικονομικών μεγεθών του Ομίλου.

### Ανάπτυξη νέων προϊόντων

Ο Όμιλος για το 2007 στα πλαίσια της στρατηγικής του για την ενίσχυση και επέκταση των ιδιοπαγόμενων προϊόντων του προέβη σε λανσαρίσματα στους βασικούς κλάδους δραστηριοποίησής του, εμπλουτίζοντας έτσι τη γκάμα των εμπορικών σημάτων που διαθέτει στην αγορά.

Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα του ανδρικού αρώματος Mustang, το σχεδιασμό και την ανάπτυξη του οποίου ανέλαβε και ολοκλήρωσε για την Estee Lauder ο Όμιλος Sarantis αξιοποιώντας την πολυετή εμπειρία του και τις μεγάλες επιτυχίες που έχει παρουσιάσει στην ανάπτυξη αρωματικών προϊόντων.

Το Mustang κυκλοφόρησε πιλοτικά στην αμερικανική αγορά τον Ιούλιο του 2007 με 1 εκατ. τεμάχια που διατέθηκαν, μεταξύ άλλων, στα καταστήματα Sears, J.C. Penney, Kohl's, Wal-Mart, CVS και Target, καθώς και στην ευρύτερη αγορά λιανικής και σε αλυσίδες φαρμακείων, ενώ στο 4ο τρίμηνο του 2007 ακολούθησε παραγγελία 400.000 τεμαχίων.

Η επιτυχία της διαφημιστικής καμπάνιας που εκπόνησε η Estee Lauder κατά την πιλοτική περίοδο Ιουλίου - Οκτωβρίου 2007 είναι αξιοσημείωτη. Τα αποτελέσματα της τοποθετούν το Mustang στην πρώτη θέση στην κατηγορία ανδρικού αρώματος παίρνοντας υπόψη πωλήσεις 4 μηνών.

Παράλληλα το Mustang βραβεύτηκε ως το πιο «Πρωτοποριακό Προϊόν της Χρονιάς» κατά την πέμπτη ετήσια απονομή Βραβείων προϊόντων ομορφιάς του περιοδικού WWDBeauty Biz γεγονός που υπογραμμίζει την εξειδίκευση του Ομίλου Σαράντη στον τομέα σχεδιασμού, κατασκευής και παραγωγής.

Επιπρόσθετα, αξιοσημείωτη είναι και η νέα εξελεγχόμενη σειρά προϊόντων CARROTEN που δημιουργήθηκε το 2007 και η οποία περιλαμβάνει προϊόντα βασισμένα στις τελευταίες διεθνείς εξελίξεις στον τομέα έρευνας & ανάπτυξης των

καλλυντικών, προσφέροντας την απόλυτη προστασία και φροντίδα και παράλληλα αναπτύσσει νέες εργονομικές και μοντέρνες συσκευασίες με στόχο την πρακτικότητα και την εργονομία κατά τη χρήση. Στην ανανεωμένη σειρά διατίθενται νέα, μοναδικά προϊόντα που διακρίνονται για την καινοτομία τους και συνεισφέρουν στο απόλυτο τροπικό μαύρισμα αλλά και στην υψηλή προστασία και φροντίδα της επιδερμίδας με απολαυστικές υφές. Επιπλέον, το σαμπουάν μύρμας ORZENE ανανεώθηκε προσφέροντας ένα νέο σύστημα Προστασίας και Ενυδάτωσης που συνδυάζει τις θρεπτικές ιδιότητες της Μύρμας με την ευεργετική δράση του ηλιάνθου και την προστασία των φίλτρων UV, για μαλλιά απαλά, βαθιά ενυδατωμένα, γεμάτα λάμψη.

Εξάλλου, ο κλάδος των προϊόντων οικιακής χρήσης ενισχύθηκε με τις νέες αρωματικές σακούλες απορριμμάτων SANITAS που ξεχωρίζουν όχι μόνο για την ασύγκριτη ποιότητα και αντοχή τους αλλά και γιατί καλύπτουν τέλεια τις δυσάρεστες οσμές του κάδου. Επιπλέον, ο κλάδος ανανέωσε και την σειρά προϊόντων TEZA, δημιουργώντας μια νέα σειρά από προϊόντα υψηλής ποιότητας, για την αντιμετώπιση του σκόρου. Η νέα σειρά TEZA MOTH προστατεύει και αρωματίζει τα ρούχα, μέσα από μία ολοκληρωμένη γκάμα προϊόντων που καλύπτουν όλες τις ανάγκες.

Σημαντικές εξελίξεις υπήρξαν και στον Κλάδο Υγείας και Φροντίδας του Ομίλου καθώς η ένταξη της Γαλλικής Εταιρείας OENOBIO (συμπληρώματα διατροφής που στοχεύουν στην ομορφιά και υγεία των μαλλιών, του σώματος και της επιδερμίδας) ισχυροποιεί την ηγετική θέση του κλάδου στην αγορά των συμπληρωμάτων διατροφής και βιταμινών.

### Εξαιρετικές επιδόσεις στη δραστηριότητα του Ομίλου στις χώρες της Ανατολικής Ευρώπης

Ιδιαίτερος ικανοποιητικός ήταν τα οικονομικά αποτελέσματα του Ομίλου για το 2007 στις αγορές της Ανατολικής Ευρώπης όπου διατηρεί δραστηριότητα. Λέξει να αναφερθεί ότι σε ακολουθία με την στρατηγική του Ομίλου για ενίσχυση της δραστηριότητας του στις αγορές του εξωτερικού, η Ευρωπαϊκή αγορά ξεπέρασε το 55% των ενοποιημένων πωλήσεων. Πιο συγκεκριμένα, οι παλαιές χώρες του εξωτερικού παρουσίασαν αύξηση πωλήσεων κατά 24,43% φθάνοντας τα 131,84 εκατ. ευρώ από 105,95 εκατ. ευρώ το 2006. Επιπρόσθετα, η συνολική συνεισφορά των πωλήσεων αυξήθηκε σε 55,61% το 2007 από 51,27% το 2006.

Σημαντικότερους άξονες ανάπτυξης του Ομίλου στην Ανατολική Ευρώπη αποτέλεσαν οι λεγόμενες «παλιές

αγορές» της Ουγγαρίας (+61%), της Τσεχίας (+45%), της Σερβίας (+27%), της Βουλγαρίας (+27%), της Ρουμανίας (+23%), της Πολωνίας (+22%) και της ΠΓΔΜ (+21%). Αντίστοιχη θετική εικόνα παρουσιάζουν και τα επίπεδα κερδοφορίας των θυγατρικών εταιριών του Ομίλου στην Τσεχία (+43%), στην ΠΓΔΜ (+77%), στη Σερβία (+33%), στην Βουλγαρία (+79%), στην Πολωνία (+66%) και στην Ρουμανία (+33%), για το 2007 καθώς αυτά εμφανίζουν σημαντικούς ρυθμούς ανάπτυξης.

Τα ιδιαίτερα ικανοποιητικά αποτελέσματα των εν λόγω αγορών συμβάλουν στην ισχυροποίηση της θέσης του Ομίλου μέσω επίτευξης ισχυρότερων μεριδίων αγοράς και επικράτησής του έναντι του υπάρχοντος ανταγωνισμού.

### Αλλαγή του μοντέλου διείσδυσης στις αγορές της Τουρκίας, Ουκρανίας και Ρωσίας

Οι αγορές της Ρωσίας, Ουκρανίας και Τουρκίας είναι οι νέες αγορές στις οποίες δραστηριοποιείται ο Όμιλος. Το 2007 αποφασίστηκε στις χώρες αυτές να χρησιμοποιηθεί ένα νέο μοντέλο ανάπτυξης εστιάζοντας σε συνεργασίες με μεγάλους τοπικούς διανομείς με στόχο να ανατραπεί η μέχρι τότε υπάρχουσα κατάσταση που βασιζόταν σε υψηλά πάγια έξοδα λειτουργίας και συνακόλουθα σε υψηλές ζημιές.

Ο Όμιλος, σε ακολουθία πάντα με τις δεσμεύσεις του, ολοκλήρωσε το πρόγραμμα αναδιοργάνωσης των δραστηριοτήτων του και στις τρεις νέες χώρες του εξωτερικού, εκχωρώντας την διανομή σε τοπικούς εθνικούς διανομείς με αποτέλεσμα η κατανομή των εξόδων να γίνεται αναλογικά επί των πωλήσεων και όχι πάγια. Το νέο μοντέλο λειτουργίας εξασφαλίζει αποτελεσματικότητα στη διανομή, αύξηση των μεριδίων

αγοράς και αποδοτικότητα των δαπανών διαφήμισης και υποστήριξης των προϊόντων.

Οι κινήσεις του Ομίλου προκακούμενο για την εν λόγω αναδιοργάνωση έγιναν γρήγορα και στην ώρα τους και με κόστος που είχε προβλεφθεί στα αποτελέσματά του Ομίλου, καθώς από το πρώτο κιόλας εξάμηνο ο Όμιλος είχε ήδη προετοιμαστεί και προχωρήσει στον περιορισμό των εξόδων λειτουργίας των εταιρειών αυτών, αναλαμβάνοντας στο σημαντικό μέρος αποζημιώσεων και εφ'άπαξ δαπανών. Η ολοκλήρωση της αλλαγής του μοντέλου λειτουργίας και το κλείσιμο των οργανώσεων έγινε μέχρι το τέλος του γ' τριμήνου 2007 και τα έξοδα απορροφήθηκαν εξ'ολοκλήρου στα νούμερα του εννιαμήνου 2007. Το 4ο τρίμηνο του 2007 ήταν καθαρό από τα έξοδα αυτά, γεγονός που αποτυπώθηκε και στο βελτιωμένο περιθώριο λειτουργικών κερδών 2007 του Ομίλου.

### Εξαγορά της Ρουμανικής εταιρείας ELMIPANT

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 τον Δεκέμβριο του 2007 σε υπογραφή συμβολαίου για την εξαγορά του 100% του μετοχικού κεφαλαίου της ρουμανικής εταιρείας καλλυντικών ELMIPANT, μέσω της θυγατρικής εταιρείας SARANTIS ROMANIA SA.

Η εταιρεία ELMIPANT ιδρύθηκε το 1992 και ασχολείται κυρίως με τον σχεδιασμό, την παραγωγή και την διανομή καλλυντικών προϊόντων. Τα προϊόντα της εν λόγω εταιρείας είναι βασισμένα σε φυτικά συστατικά και βότανα και αποσκοπούν κυρίως στην φροντίδα του προσώπου, του σώματος και

των μαλλιών, καθώς και στην αντρική και βρεφική περιποίηση και την αντηλιακή προστασία.

Η εταιρεία ELMIPANT θεωρείται ένας από τους ισχυρότερους παραγωγούς καλλυντικών προϊόντων περιποίησης προσώπου και σώματος στην αγορά της Ρουμανίας με σημαντικό μερίδιο αγοράς και υψηλή αναγνωρισιμότητα. Μέσω της εν λόγω εξαγοράς ο Όμιλος Σαράντη αποκτά μια εταιρεία με ομοιογενές και συμπληρωματικό αντικείμενο εργασιών, γεγονός που επιτρέπει την επίτευξη σημαντικών συνεργιών και οικονομιών κλίμακας. Ταυτόχρονα, ενισχύει την κερδοφορία της θυγατρικής του στην Ρουμανία και ενδυναμώνει την παρουσία του στην αγορά λόγω των δυνατών μεριδίων αγοράς που η ELMIPANT διαθέτει.

### Πώληση της συμμετοχής της εταιρείας στην Κ.Π. ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.

Η ΓΡ. ΣΑΡΑΝΤΗΣ Α.Β.Ε.Ε. προέβη τον Δεκέμβριο του 2007 στην πώληση του 49% των μετοχών της Κ.Π. ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε., εταιρεία η οποία ασχολείται με την διακίνηση και αντιπροσώπευση φαρμάκων. Η Διοίκηση του Ομίλου Σαράντη, εφαρμόζοντας πιστά τη στρατηγική της Εταιρείας,

για έξοδο της από τις μη κύριες κατηγορίες, θα ενισχύσει, με την κίνηση της αυτή, τις ταμειακές ροές της, με απώτερο στόχο την απρόσκοπτη εκτέλεση της στρατηγικής, για εξαγορές στις παλαιές χώρες του εξωτερικού που δραστηριοποιείται.

### Εφαρμογή συστήματος SAP

Στα πλαίσια της αναπτυξιακής πορείας και ισχυροποίησής του και έχοντας σαν στόχο, μεταξύ άλλων, την περαιτέρω ανάπτυξη οργανωτικής υπεροχής του, ο Όμιλος Σαράντη, ανταποκρινόμενος στις απαιτήσεις της σύγχρονης αγοράς και του ανταγωνιστικού περιβάλλοντος στο οποίο δραστηριοποιείται, προχώρησε τον Σεπτέμβριο του 2007 σε ανάπτυξη πακέτου εφαρμογών SAP. Στόχος του Ομίλου Σαράντη, είναι να αποκτηθεί ένα νέο εργαλείο με το οποίο τα σχετικά οφέλη δεν θα προκύψουν μόνο από το κοινό Data Center και το κοινό λογισμικό σε όλες τις εταιρείες /χώρες αλλά και από

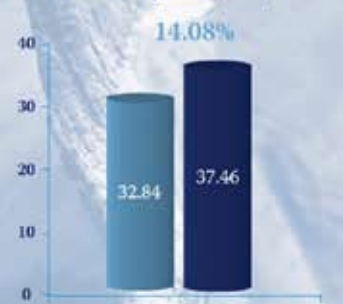
την «Επιχειρησιακή Ενοποίηση» χρησιμοποιώντας ενιαίες ροές και διαδικασίες, ενιαίες λειτουργίες, ενιαίες και ενοποιημένες Δομές και ενιαίες πολιτικές και αρχές σε όλο τον Όμιλο και ειδικότερα στις περιοχές Οργάνωσης Αγορών, Οργάνωσης Πωλήσεων, Αρχείων πελατών / προμηθευτών, Λογιστικού Σχεδίου, Κέντρων Κόστους και Κέντρων Κέρδους, Global συμφωνιών κ.ο.κ.

Μέσω της εφαρμογής λογισμικού SAP, η διοίκηση του Ομίλου αποσκοπεί στην επίτευξη του στρατηγικού της στόχου για την δημιουργία ενός οργανισμού με οργανωτική υπεροχή και αξία.

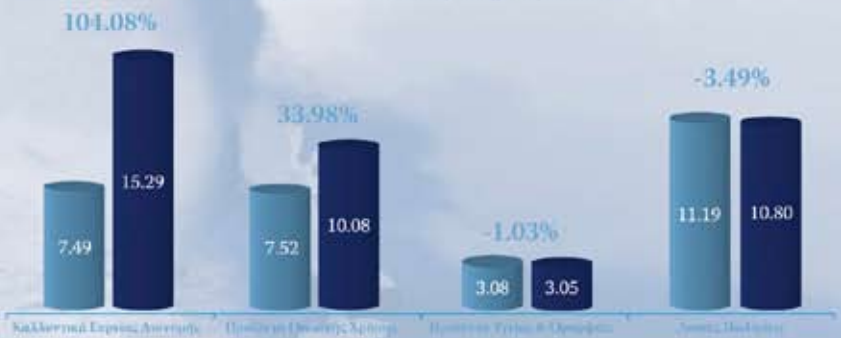
### Ανάλυση Πωλήσεων ανά κλάδο Δραστηριότητας (€ εκ.)



### Ενοποιημένα Κέρδη προ Φόρων, Τόκων & Αποσβέσεων (€ εκ.)



### Ανάλυση ΕΒΙΤ ανά κλάδο Δραστηριότητας (€ εκ.)



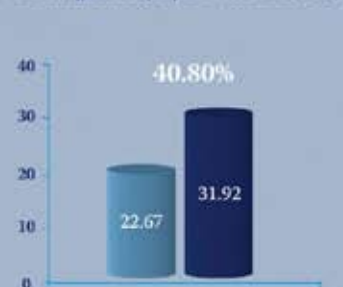
### Ανάλυση Πωλήσεων ανά Γεωγραφική Περιοχή-Παλιές Χώρες (€ εκ.)

### Ενοποιημένα Κέρδη προ Φόρων & Τόκων (€ εκ.)



### Ανάλυση ΕΒΙΤ ανά Γεωγραφική Περιοχή-Παλιές Χώρες (€ εκ.)

### Ενοποιημένα Κέρδη Μ.Φ. & Δ.Μ. (€ εκ.)



## Οικονομικά Αποτελέσματα 2007

Ισχυρά αποτελέσματα σε πωλήσεις και κέρδη παρουσιάζουν τα οικονομικά αποτελέσματα του Ομίλου Σαράντη για το έτος 2007, απόρροια των στρατηγικών επιλογών της Διοίκησης.

### 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.

### EBITDA

Κατά 14,08% αυξήθηκε το EBITDA στο 2007 καθώς ανήλθε στα €37,46 εκ., ενώ το αντίστοιχο περιθώριο παρουσίασε αύξηση στο 15,51% του ενοποιημένου τζίρου έναντι 15,25% το 2006. Αυτή η αύξηση έχει ιδιαίτερη σημασία λαμβάνο-

ντας 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.

### EBIT

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

κατά 15,89%.

### Κέρδη προ φόρων

Τα κέρδη προ φόρων (EBT) ανήλθαν σε €40,06 εκ., από €29,29 εκ. αυξημένα κατά 36,79% σε σχέση με το 2006,

κυρίως από τα έκτακτα έσοδα από την πώληση της συμμετοχής στην Κ.Π. Μαρινόπουλος ΑΕ.

### Κέρδη μετά από φόρους και δικ. μειοψηφίας (EATAM)

Τα Κέρδη Μετά Φόρων και Δικαιωμάτων Μειοψηφίας ανήλθαν το 2007 στα €31,92 εκατ. έναντι €22,67 εκατ. που

ήταν το 2006, παρουσιάζοντας έτσι αύξηση της τάξεως του 40,80%.





# Στρατηγική

Η εταιρεία να γίνει ο #1 οργανισμός marketing και πωλήσεως προϊόντων, τόσο στην Ανατολική όσο και στη Νοτιοανατολική Ευρώπη, μέσω ενός ισχυρού portfolio ιδιοπαραγόμενων προϊόντων, καθώς και μέσω του ισχυρότερου άμεσου και έμμεσου δικτύου διανομής στα καταναλωτικά προϊόντα.

Ο Όμιλος Σαράντη διαγράφει τα τελευταία χρόνια μια άκρως δυναμική και επιτυχημένη πορεία ανάπτυξης. Στο πέρας του χρόνου έχει καταφέρει να:

- 1. Αποτελεί ηγετική δύναμη στην ευρύτερη περιοχή της Ανατολικής και Νοτιοανατολικής Ευρώπης στην παραγωγή και διανομή καταναλωτικών προϊόντων
- 2. Κατέχει ηγετικά μερίδια αγοράς στους κλάδους δραστηριοποίησής του
- 3. Έχει παρουσία στην Ανατολική και Νοτιοανατολική Ευρώπη μέσω 10 θυγατρικών εταιρειών, ενώ παράλληλα διατηρεί ισχυρό δίκτυο εξαγωγών σε περισσότερες από 30 χώρες σε Ευρώπη, Ασία, Αφρική και Αμερική

Οι βασικοί στρατηγικοί στόχοι του Ομίλου πίσω από την επιτυχημένη πορεία του Ομίλου είναι:

1. Οργανική ανάπτυξη στις βασικές δραστηριότητες και έμφαση στα ιδιοπαραγόμενα προϊόντα.
2. Μεγαλύτερη συμμετοχή από τις δραστηριότητες της εταιρείας στο εξωτερικό.
3. Ανάπτυξη νέων προϊόντων & επένδυση σε R&D.
4. Εξαγορές εταιρειών συναφούς δραστηριότητας στις παλαιές χώρες του Ομίλου.
5. Εφαρμογή συστήματος SAP.
6. Περαιτέρω γεωγραφική επέκταση μέσω άμεσων (direct) εξαγωγών.
7. Έμφαση στο νέο Μοντέλο διείσδυσης στις νέες χώρες του Ομίλου.

Πιο συγκεκριμένα:

## 1. Οργανική ανάπτυξη στις βασικές δραστηριότητες και έμφαση στα ιδιοπαραγόμενα προϊόντα

Η εταιρεία επενδύει στο χτίσιμο ισχυρού χαρτοφυλακίου ιδιοπαραγόμενων προϊόντων για να εξασφαλίσει ολοένα και μεγαλύτερα μερίδια αγοράς στην Ελλάδα. Αντίστοιχα, στις χώρες της Ανατολικής και Νοτιοανατολικής Ευρώπης εξασφαλίζει ολοένα και πιο δυναμική παρουσία των ιδιοπαραγόμενων προϊόντων με την προώθηση αυτών

μέσω του ισχυρού δικτύου διανομής που έχει αναπτύξει εκεί. Οι πωλήσεις των ιδιοπαραγόμενων προϊόντων αποτέλεσαν το 2007 το 67,5% του συνόλου των πωλήσεων του Ομίλου, έναντι 64% που ήταν το 2006 και 61% που ήταν το 2005, ενώ ο στόχος είναι να φτάσουν το 80% τα επόμενα τρία χρόνια.

## 2. Μεγαλύτερη συμμετοχή από τις δραστηριότητες της εταιρείας στο εξωτερικό

Ο Όμιλος επιδιώκει τη σταδιακή αύξηση της συνεισφοράς των εργασιών της Ανατολικής Ευρώπης στο σύνολο του τζίρου του Ομίλου και την ταυτόχρονη διατήρηση του υψηλού ρυθμού ανάπτυξης των εργασιών στις παλαιές

αγορές. Ο στόχος είναι να αποτελέσουν οι πωλήσεις από το εξωτερικό το 75% του συνόλου του τζίρου του Ομίλου τα επόμενα τρία χρόνια, όταν το ποσοστό για τις πωλήσεις το 2006 ήταν 51% και το 2007 55,6%.

## 3. Ανάπτυξη νέων προϊόντων & επένδυση σε R&D

Ο Όμιλος επενδύει τόσο στη διαρκή βελτίωση των υφιστάμενων προϊόντων του όσο και στην ανάπτυξη νέων, βάσει της τεχνογνωσίας και της πείρας που διαθέτει και αποδίδοντας πάντα έμφαση στον έλεγχο, που εγγυάται την απόλυτη

ποιότητα κάθε προϊόντος. Στα Οινόφυτα Βοιωτίας, σε υπερσύγχρονες παραγωγικές εγκαταστάσεις, σε μια ιδιόκτητη έκταση 40 στρεμμάτων, η ομάδα έρευνας και ανάπτυξης της Σαράντης ανακαλύπτει,

διερευνά και αναπτύσσει νέες φόρμουλες και τεχνολογίες, προκειμένου να ικανοποιεί τις ανάγκες των καταναλωτών για καινοτομία και υψηλής ποιότητας αρώματα, καλλυντικά και αντηλιακά.

Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα του Ανδρικού

Αρώματος Mustang, το σχεδιασμό και την ανάπτυξη του οποίου ανέλαβε και ολοκλήρωσε ο Όμιλος Sarantis αξιοποιώντας την πολυετή εμπειρία του και το οποίο απέσπασε το βραβείο "Breakthrough Product of the Year" από το περιοδικό WWD BEAUTY BIZ.

#### 4 Εξαγορές εταιρειών συναφούς δραστηριότητας στις παλαιές χώρες του Ομίλου

Ο Όμιλος επιχειρεί την περαιτέρω ανάπτυξη του μέσω εξαγορών στις παλιές χώρες δραστηριοποίησης του. Στόχος είναι η συνεχής διερεύνηση πιθανών στόχων για εξαγορά στις παλαιές αγορές, με την προϋπόθεση η εκάστοτε εταιρεία να διαθέτει ικανά μερίδια αγοράς, κερδοφορία και

δομή δαπανών που να επιτρέπει την όσο το δυνατόν μεγαλύτερη άσκηση συνεργιών μετά την εξαγορά. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η εξαγορά της ρουμανικής εταιρείας καλλυντικών ELMPLANT από την θυγατρική του Ομίλου στην Ρουμανία, Sarantis Romania.

#### 5 Εφαρμογή συστήματος SAP

Ο Όμιλος Sarantis προχώρησε στις αρχές Σεπτεμβρίου 2007 σε ανάπτυξη πακέτου εφαρμογών SAP.

Τα οφέλη που θα προκύψουν είναι το κοινό Data Center και το κοινό λογισμικό σε όλες τις εταιρείες/χώρες αλλά και η «Επιχειρησιακή Ένοποίηση» χρησιμοποιώντας ενιαίες

ροές και διαδικασίες, ενιαίες λειτουργίες, ενιαίες και ενοποιημένες Δομές και ενιαίες πολιτικές και αρχές σε όλο τον Όμιλο και ειδικότερα στις περιοχές Οργάνωσης Αγορών, Οργάνωσης Πωλήσεων, Αρχείων πελατών / προμηθευτών, Λογιστικού Σχεδίου, Κέντρων Κόστους και Κέντρων Κέρδους, Global συμφωνιών κ.ο.κ.

#### 6 Περαιτέρω γεωγραφική επέκταση μέσω άμεσων (direct) εξαγωγών

Η εταιρεία διατηρεί ισχυρό δίκτυο διανομής σε περίπου 30 χώρες, μέσω συνεργασιών διανομής που έχει συνάψει με τοπικές εταιρείες. Αυτό το δίκτυο καλύπτει κυρίως τη γεωγραφική περιοχή της Ανατολικής και Κεντρικής Ευρώπης, τα Βαλκάνια, τη Βόρεια Αφρική και τη Μέση Ανατολή.

Το τμήμα εξαγωγών της εταιρείας αναζητά συνεχώς νέες ευκαιρίες συνεργασίας, καθώς και επιδιώκει το «άνοιγμα»

νέων αγορών, που παρουσιάζουν προοπτικές ανάπτυξης. Στους άμεσους στόχους του τμήματος εξαγωγών της εταιρείας συγκαταλέγεται η εξάπλωση στην Λατινική Αμερική, η ανάπτυξη στην Ασία και ιδιαίτερα στις Ινδία και Ινδονησία, όπως επίσης και η περαιτέρω ενδυνάμωση της εξαγωγικής μας παρουσίας στην Βόρεια Αφρική και την Μέση Ανατολή και ειδικότερα στις χώρες του Περσικού Κόλπου.

#### 7 Έμφαση στο νέο μοντέλο διείσδυσης στις νέες χώρες του Ομίλου

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 το οποίο βασίζεται στην εκχώρηση της διανομής και την ανάπτυξη των πωλήσεων μέσω τοπικού εθνικού διανομέα. Για το σκοπό αυτό ο Όμιλος σύνηψε και στις τρεις χώρες συμφωνία με τοπικούς εθνικούς διανομείς οι οποίοι

δραστηριοποιούνται χρόνια πολλά με πανεθνική κάλυψη, διαθέτοντας δίκτυο διανομής (αποθήκες, διανομή και παραγγελιοληψία) σε ολόκληρη τη χώρα. Το νέο μοντέλο εξασφαλίζει αποτελεσματικότητα στη διανομή, αύξηση των μεριδίων αγοράς, αποδοτικότητα των δαπανών διαφήμισης και υποστήριξης των προϊόντων και τελικώς αύξηση της κερδοφορίας.



**ΠΡΟΣΘΕΤΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΚΑΙ ΠΗΡΟΦΟΡΕΙΕΣ**

- Αυξημένα φορολογικά έσοδα για την εταιρεία ΓΡ. ΣΑΡΑΝΤΗΣ Α.Β.Ε.Ε. έναντι του 2006 και το 2007.
- Οι αυξημένες φορολογικές παροχές για τον Όμιλο αναφέρονται στο προσάρτημα.
- Επί των αυξημένων δικαιωμάτων πληρωτέων φόρων:

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΡΟΤΥΠΟΠΟΙΗΣΕΩΝ ΣΥΜΒΑΛΕΜΕΝΩΝ ΜΕΡΩΝ

ΟΜΙΛΟΣ	ΕΤΑΙΡΕΙΑ
α) Πάτρικος Αθανάσιος & υιοί	18.927.685,80
β) Αγγελος Αθανάσιος & υιοί	540.732,08
γ) Ζωρζιάνης	8.241.217,26
δ) Υψηλογιάννης	31.334.485,18
ε) Γεωργιάδης & υιοί	19.493.792,11
στ) Αθανάσιος & υιοί	1.320.420,00

Ο αριθμός αναγκαστικών προσαρτημάτων είναι ο ακόλουθος:

ΟΜΙΛΟΣ	01.01-31.12.07	01.01-31.12.06
Μετοχές (κατά την παροχή μισθολογίου)	1.147	1.161
Υποχρεώσεις (κατά την παροχή μισθολογίου)	182	359
Σύνολο Επηρεαζομένων	1.029	1.517

- Στη γερμανία είναι επηρεαζόμενοι οι παλινοί εργαζόμενοι.
- Ο Οικονομικός Καταστάσεις της εταιρείας είναι καταρτισμένες στο δωδεκάμηνο, στη διεύθυνση [www.sarantis.gr](http://www.sarantis.gr) και στο τριμηνίο στο [www.sarantis.gr](http://www.sarantis.gr) και στο τριμηνίο στο [www.sarantis.gr](http://www.sarantis.gr).
- Οι οικονομικές καταστάσεις της εταιρείας είναι καταρτισμένες με βάση το Διεθνές Πρότυπο Πρωτοτύπων (IFRS) και σύμφωνα με το άρθρο 133(α) του Ν. 2160/2002. Ο οικονομικός καταστάσεις της εταιρείας είναι καταρτισμένες με βάση το Διεθνές Πρότυπο Πρωτοτύπων (IFRS) και σύμφωνα με το άρθρο 133(α) του Ν. 2160/2002.
- Η έκθεση στην οποία αναφέρεται η κατάσταση της εταιρείας Κ. ΟΙΚΟΔΟΜΩΤΕΣ Α.Ε. γίνεται βάσει ετήσιας εκθέσεως των μετόχων.
- Δεν υπάρχουν σημαντικές αλλαγές από το 2007.
- Η εταιρεία προδίδει στην Ελλάδα της, συμμετοχές της στην εταιρεία Κ. Π. ΜΑΡΗΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε. το Δ. Τρίμηνο του 2007.
- Η εταιρεία προδίδει στην Ελλάδα της, συμμετοχές της στην εταιρεία Κ. Π. ΜΑΡΗΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε. το Δ. Τρίμηνο του 2007.
- Η εταιρεία της εταιρείας στη Ρουμανία, SUBOTANIS ROMANIA, προδίδει στην ετήσια του 100% της ποσοστιαίας εταιρείας ELMIPJANT το Δ. Τρίμηνο του 2007.

**(Τα ποσά είναι εκφρασμένα σε Ευρώ)**

	Ο ΟΜΙΛΟΣ			Η ΕΤΑΙΡΕΙΑ		
	01.01-31.12.07	01.01-31.12.06	01.01-31.12.05	01.01-31.12.07	01.01-31.12.06	01.10-31.12.07
	01.01-31.12.07	01.01-31.12.06	01.10-31.12.06	01.01-31.12.07	01.01-31.12.06	01.10-31.12.07
Σύνολο κύκλου εργασιών	241.587.858,72	223.184.002,72	67.624.928,15	215.344.441,89	115.290.830,06	30.328.833,77
Μετα κέρδη / (ζημιώ)	121.556.077,99	110.307.240,22	34.178.320,15	107.151.836,23	55.351.951,05	12.943.712,87
Κέρδη / (ζημιώ) προ φόρων, χρηματοδοτικών, επενδυτικών επιχορηγήσεων και αποβλήτων	37.460.426,87	33.439.820,28	12.962.611,43	32.839.596,00	14.205.480,59	5.849.891,64
Κέρδη / (ζημιώ) προ φόρων, χρηματοδοτικών, επενδυτικών επιχορηγήσεων	33.941.279,81	29.811.868,59	12.209.400,78	29.286.236,00	11.997.534,57	5.410.329,58
Αποτίμηση από πώληση ουσιωδών επιχειρήσεων	8.502.902,01	0,00	0,00	0,00	0,00	8.502.902,01
Χρηματοοικονομικά έσοδα - έσοδα	-2.379.953,20	-160.577,26	-1.273.044,83	3.636,43	380.086,16	-1.238.963,06
Κέρδη / (ζημιώ) προ φόρων	40.064.229,22	29.651.291,33	19.439.258,50	29.289.871,52	12.347.620,73	12.074.209,13
Μείον: Φόρος εισοδήματος	6.787.277,39	6.865.577,92	2.076.433,55	6.873.305,61	2.312.755,47	43.384,30
Μείον: Φόρος εισοδήματος από πώληση ουσιωδών	2.125.725,65	0,00	0,00	0,00	0,00	2.125.725,65
Μείον: Αναβολή φόρου	277.329,96	406.505,92	168.128,63	407.996,81	382.505,59	167.997,30
Κέρδη / (ζημιώ) μετά από φόρους	30.873.956,22	22.287.207,49	16.820.130,09	22.005.569,00	8.652.359,23	10.337.287,58
Καθαρά έσοδα / (ζημιώ)	31.620.377,27	22.871.029,44	15.819.438,64	22.871.029,44	8.652.359,23	10.337.287,58
Μετοχές Μετακτών	-1.047.321,05	-12.694,22	-499.417,71	-492.490,44	0,00	0,00
Κέρδη μετά από φόρους ανα μετοχή (σε Ευρώ)	0,63	0,59	0,41	0,59	0,25	0,27

Ο ΠΡΟΨΕΥΣ Δ.Σ.

Ο ΑΝΤΙΠΡΟΨΕΥΣ & ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ

Ο ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΣ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ & ΜΕΙΟΣ Δ.Σ.

Ο ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΛΟΓΙΣΤΗΡΙΟΥ

ΓΡΗΓΟΡΙΟΣ Π. ΣΑΡΑΝΤΗΣ  
Α.Δ.Τ. Χ. 009610/03

ΚΥΡΙΑΚΟΣ Π. ΣΑΡΑΝΤΗΣ  
Α.Δ.Τ. Ρ. 336630/95

ΚΩΣΤΑΝΤΙΝΟΣ Π. ΠΟΖΑΚΕΑΣ  
Α.Δ.Τ. Ρ. 534408/94

ΒΑΣΙΛΕΙΟΣ Δ. ΜΕΝΤΑΝΗΣ  
Α.Δ.Τ. ΑΒ. 666347/06

# Επενδυτικές Σχέσεις & Στοιχεία Μετοχής

## Η μετοχή κατέγραψε σημαντική ανοδική πορεία εντός του 2007

### Προσθέτουμε αξία στις σχέσεις μας με τους μετόχους μας

Με την ευθύνη να καθορίζει τη στάση και την πρακτική μας, η Διεύθυνση Επενδυτικών Σχέσεων του Ομίλου Σαράντη λειτουργεί ως αμφίδρομο κανάλι επικοινωνίας με την εγχώρια και ξένη επενδυτική κοινότητα, διασφαλίζοντας ισότιμη, έγκυρη και έγκαιρη πληροφόρηση προς όλα τα μέλη της.

Σε αυτό το πλαίσιο, ως ενδεικτικές ενέργειες που πραγματοποιήθηκαν από τη Διεύθυνση Επενδυτικών Σχέσεων κατά τη διάρκεια του 2007 αναφέρονται οι δύο Γενικές Συνελεύσεις, οι τηλεδιασκέψεις και προσωπικές συναντήσεις με οικονομικούς αναλυτές και θεσμικούς επενδυτές καθώς και η εταιρική παρουσίαση του Ομίλου στα Οινόφυτα Βοιωτίας συνδυασμένη με ξενάγηση στις εγκαταστάσεις του εργοστασίου. Μέσα

στο 2007, συμμετείχαμε σε 14 Roadshows και conferences στην Ευρώπη, ενώ διενεργήσαμε περισσότερες από 140 συναντήσεις με Έλληνες και Ξένους επενδυτές.

Σημαντική ανοδική πορεία κατέγραψε η μετοχή εντός του 2007 καθώς στις 2 Ιανουαρίου 2007 η μετοχή βρισκόταν στα 8,06 ευρώ, ενώ στις 2 Ιανουαρίου 2008 βρισκόταν στα 14,54, καταγράφοντας αύξηση κατά 80,4%.

Αξίζει να σημειωθεί ότι ο όγκος των συναλλαγών της μετοχής κατά τη διάρκεια του 2007 παρέμεινε σε υψηλά επίπεδα, καθώς ο μέσος ημερήσιος όγκος συναλλαγών έφτασε τις 114.000 μετοχές.

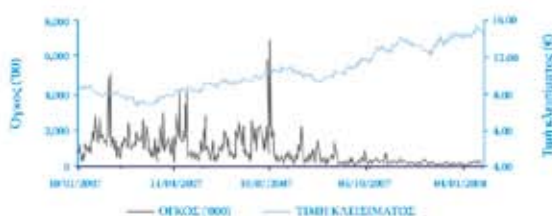
### Μετοχική Ταυτότητα

Reuters Ticker.....	SRSr.AT
Bloomberg Ticker.....	SAR GA
Τιμή κλεισίματος (31/12/07).....	€14.00
Αριθμός Μετοχών.....	38,146,940
Κεφαλαιοποίηση.....	€534.0 εκ.
52 εβδ. Υψηλό.....	€14.52 στις 12/12/07
52 εβδ. Χαμηλό.....	€6.60 στις 5/03/07

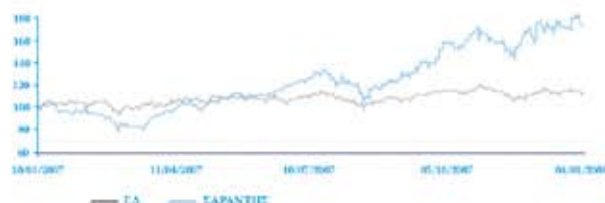
### Μετοχική Σύνθεση Δεκ. 2007



### Τιμή & Όγκος-52 εβδομάδες



### Σαράντης vs Γ.Δ.- 52 εβδομάδες



## Διοικητικό Συμβούλιο & Management committee

### Διοικητικό Συμβούλιο

- Γρηγόριος Σαράντης του Πανταζή Πρόεδρος - Εκτελεστικό Μέλος  
Κυριάκος Σαράντης του Πανταζή Αντιπρόεδρος & Δ/νων Σύμβουλος - Εκτελεστικό Μέλος  
Νικόλαος Ευαγγέλου του Παντελή - Εκτελεστικό Μέλος  
Κωνσταντίνος Σταματίου του Φωκίωνος - Εκτελεστικό Μέλος  
Κωνσταντίνος Ροζακέας του Πέτρου - Εκτελεστικό μέλος  
Πανταζής Σαράντης του Γρηγορίου - Μη εκτελεστικό μέλος  
Αικατερίνη Σαράντη του Πανταζή - Μη εκτελεστικό μέλος  
Φώτιος Μπόμπολας του Γεωργίου - Ανεξάρτητο & Μη Εκτελεστικό Μέλος  
Νικόλαος Κοντίδης του Κων/νου - Ανεξάρτητο & Μη Εκτελεστικό Μέλος

### Management committee

- Σαράντης Κυριάκος
- Αγιοστρατίτης Αντώνιος
- Ευαγγέλου Νικόλαος
- Λέκκας Μανώλης
- Άρης Χρήστος
- Παπανικολάου Δημήτριος
- Ροζακέας Κωνσταντίνος
- Σκίτσος Λουκάς
- Σταματίου Κωνσταντίνος
- Χριστόπουλος Στάθης



**ΓΡ. ΣΑΡΑΝΤΗΣ Α.Β.Ε.Ε. / GR. SARANTIS S.A.**

Τμήμα Επενδυτικών Σχέσεων / Investor Relations Department

**Συντονισμός Έκδοσης & Επιμέλεια Ύλης / Publication coordination & Editing**

Ελένη Παππά / Eleni Pappa

**Συντονισμός Παραγωγής**

Ελένη Παππά / Eleni Pappa

**Σχεδιασμός Έκδοσης**

Ktimes2 design&advertising

**Παραγωγή Έκδοσης**

Ktimes2 design&advertising









26, Amaroussiou Halandriou, 151 25 Maroussi, Athens  
Tel.: +30 210 6173000, Fax: +30 210 6197100  
<http://www.sarantis.gr>, e-mail: [info@sarantis.gr](mailto:info@sarantis.gr)

Αμαρουσίου-Χαλανδρίου 26, 151 25 Μαρούσι, Αθήνα  
Τηλ.: 210 6173000, Fax: 210 6197100  
<http://www.sarantis.gr>, e-mail: [info@sarantis.gr](mailto:info@sarantis.gr)