

## Οικονομικά Αποτελέσματα Α' Εξαμήνου 2010

Δευτέρα, 30 Αυγούστου 2010

- Ικανοποιητική ανάπτυξη σε επίπεδο πωλήσεων του Ομίλου κατά την διάρκεια του Α' εξαμήνου του 2010. Παρόλα αυτά, τα αυξημένα έξοδα διαφήμισης και προώθησης και τα χαμηλότερα έσοδα από την Estee Lauder JV οδήγησαν σε πίεση της κερδοφορίας του Ομίλου.
- Η σταθερή ανάπτυξη σε επίπεδο πωλήσεων και κερδοφορίας των ξένων αγορών του Ομίλου εν μέρει αντισταθμίζουν την αδύναμη πορεία της ελληνικής αγοράς.
- Αύξηση πωλήσεων του Ομίλου Σαράντη κατά 4,39% στα €111,20 εκ. το Α' εξάμηνο του 2010 από €106,51 εκ. την αντίστοιχη περυσινή περίοδο.
- Το περιθώριο μικτού κέρδους διαμορφώθηκε σε 49,90% το Α' εξάμηνο του 2010 από 49,48% πέρυσι.
- Τα κέρδη προ φόρων κ τόκων ανήλθαν σε €8,48 εκ. κατά το Α' εξάμηνο του 2010 μειωμένα κατά 22,33%.
- Τα κέρδη μετά φόρων και δικαιωμάτων μειοψηφίας μειώθηκαν κατά 20,59% στα €6,27 εκ. από €7,89 εκ. την ίδια περίοδο πέρυσι. Εξαιρουμένης της έκτακτης εισφοράς τα ΚΜΦΜΔΜ διαμορφώθηκαν στα €6,71 εκ. σημειώνοντας πτώση κατά 14,93% σε σύγκριση με το Α' εξάμηνο του 2009.
- Τα ιδιοπαραγόμενα προϊόντα του Ομίλου συνεχίζουν να διατηρούν την υψηλή συμμετοχή τους στις συνολικές πωλήσεις του Ομίλου.
- Οι χώρες της Ανατολικής Ευρώπης σημείωσαν σημαντική άνοδο πωλήσεων και παράλληλα αύξησαν το ποσοστό τους στις ενοποιημένες πωλήσεις του Ομίλου.
- Δημιουργία ισχυρών ταμειακών ροών και χαμηλός δανεισμός.

P&L (€ εκ.)	H1 '10	%	H1 '09
Πωλήσεις	<b>111,20</b>	4,39%	<b>106,51</b>
Μικτό Κέρδος	<b>55,49</b>	5,28%	<b>52,70</b>
Περιθώριο ΜΚ	49,90%		49,48%
EBITDA	<b>10,42</b>	-18,11%	<b>12,72</b>
Περιθώριο EBITDA	9,37%		11,95%
EBIT	<b>8,48</b>	-22,33%	<b>10,91</b>
Περιθώριο EBIT	7,62%		10,25%
ΚΠΦ	<b>8,41</b>	-14,99%	<b>9,89</b>
Περιθώριο ΚΠΦ	7,56%		9,29%
Φόροι	<b>1,69</b>	-15,27%	<b>2,00</b>
ΚΜΦΜΔΜ (εξ. Έκτακτης Εισφοράς)	<b>6,71</b>	-14,93%	<b>7,89</b>
Περιθώριο ΚΜΦΜΔΜ (εξ. Έκτακτης Εισφοράς)	6,04%		7,41%
Έκτακτη εισφορά	<b>0,45</b>		<b>0,00</b>
ΚΜΦΜΔΜ (συμπ. Έκτακτης Εισφοράς)	<b>6,27</b>	-20,59%	<b>7,89</b>
Περιθώριο ΚΜΦΜΔΜ (συμπ. Έκτακτης Εισφοράς)	5,64%		7,41%
Κέρδη ανά μετοχή	<b>0,16</b>	-20,59%	<b>0,21</b>

## ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Ο **ενοποιημένος κύκλος εργασιών** του Ομίλου Σαράντη αυξήθηκε κατά 4,39% το Α' εξάμηνο του 2010 και ανήλθε στα €111,20 εκ. από €106,51 εκ. το Α' εξάμηνο του 2009. Η βελτίωση στις ενοποιημένες πωλήσεις του Ομίλου οφείλεται κατά κύριο λόγο στην αύξηση πωλήσεων των χωρών του εξωτερικού που είναι αποτέλεσμα οργανικής ανάπτυξης και θετικής επίδρασης των ισοτιμιών. Σε αντίθεση, παρατηρήθηκε αρνητική απόδοση στην ελληνική αγορά κατά το Α' εξάμηνο του 2010, η οποία οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στα πρόσφατα μέτρα σταθερότητας.

Παρόλα αυτά, η πτώση της ελληνικής αγοράς αντισταθμίστηκε εν μέρει από την άνοδο των ξένων χωρών του Ομίλου.

Το **ενοποιημένο μικτό κέρδος** αυξήθηκε κατά 5,28% στα €55,49 εκ. το Α' εξάμηνο του 2010 από €52,70 εκ. Το μικτό περιθώριο κέρδους διαμορφώθηκε σε 49,90% έναντι 49,48%, θετικά επηρεασμένο από τις ευνοϊκές συναλλαγματικές διακυμάνσεις και την υψηλή συμμετοχή των ιδιοπαραγόμενων προϊόντων στις συνολικές πωλήσεις.

Τα **κέρδη προ Τόκων Φόρων και Αποσβέσεων (EBITDA)** παρουσίασαν μείωση της τάξης του 18,11% στα €10,42 εκ. το Α' εξάμηνο του 2010 από €12,72 εκ. το Α' εξάμηνο του 2009 επηρεασμένα από τις αυξημένες διαφημιστικές και προωθητικές δαπάνες καθώς και τα χαμηλότερα έσοδα της κοινοπραξίας με την Estee Lauder Hellas. Πάντως θα πρέπει να σημειωθεί ότι η αύξηση στα διαφημιστικά και προωθητικά έξοδα, η οποία αποσκοπεί στην αύξηση των πωλήσεων κατά το Β' εξάμηνο του 2010, θα ομαλοποιηθεί κατά το υπόλοιπο της χρονιάς και επομένως αναμένεται ότι το ποσοστό των ετήσιων Α&Ρ δαπανών ως προς τις συνολικές πωλήσεις του Ομίλου θα παραμείνει στο περυσινό επίπεδο. Το περιθώριο EBITDA διαμορφώθηκε σε 9,37% από 11,95% που ήταν την αντίστοιχη περυσινή περίοδο.

Τα **Κέρδη προ Τόκων και Φόρων (EBIT)** ανήλθαν σε €8,48 εκ. από €10,91 εκ. μειωμένα κατά 22,33%, ενώ το περιθώριο EBIT διαμορφώθηκε σε 7,56% από 9,29%.

Τα χρηματοοικονομικά έξοδα του Ομίλου ανήλθαν σε €65 χιλ. κατά το Α' εξάμηνο του 2010 από €1.02 εκ. κατά το Α' εξάμηνο του 2009 κυρίως λόγω χαμηλότερων χρεωστικών τόκων και της θετικής επίδρασης των ισοτιμιών. Κατά συνέπεια, τα **κέρδη προ φόρων (ΚΠΦ)** ανήλθαν σε €8,41 εκ., από €9,89 εκ. μειωμένα κατά 14,99%.

Τέλος τα **Κέρδη Μετά Φόρων και Δικαιωμάτων Μειοψηφίας** ανήλθαν σε €6,71 εκ. μειωμένα κατά 14,93% σε σχέση με περυσί. Συμπεριλαμβάνοντας την έκτακτη εισφορά ύψους €0,45 εκ. τα κ.μ.φ.μ.δ.μ. διαμορφώθηκαν σε €6,27 εκ., μειωμένα κατά 20,59% συγκριτικά με την αντίστοιχη περυσινή περίοδο και το περιθώριο ΚΜΦΜΔΜ διαμορφώθηκε σε 5,64% από 7,41%.

Παρά τις αντίξοες συνθήκες στο χρηματοοικονομικό περιβάλλον ο Όμιλος συνέχισε επιτυχώς να δημιουργεί ισχυρές ταμειακές ροές, γεγονός που οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στις πρωτοβουλίες της διοίκησης για συγκράτηση των λειτουργικών εξόδων καθώς και στην αποτελεσματική διαχείριση του κεφαλαίου κίνησης.

Συγκεκριμένα, το κεφάλαιο κίνησης του Ομίλου διαμορφώθηκε στα €68,14 εκ. το Α' εξάμηνο του 2010 από €64,10 εκ. που ήταν το 2009 και τα €71,17 εκ. το 2008. Το κεφάλαιο κίνησης ως προς τις πωλήσεις ανήλθε σε 30,24% συγκριτικά με 29,05% και 27,44% αντίστοιχα.

Παράλληλα, ο Όμιλος επωφελείται από την υγιή κεφαλαιακή διάρθρωση και τον χαμηλό δανεισμό. Κατά το Α' εξάμηνο του 2010, ο καθαρός δανεισμός του Ομίλου διαμορφώθηκε στα €10,7 εκ. από €9,14 εκ. το 2009.

## ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΝΑ ΚΛΑΔΟ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ

Κατά την διάρκεια του Α' εξαμήνου του 2010, παρουσιάστηκε ανάπτυξη στις στρατηγικές κατηγορίες του Ομίλου, αν και σε βαθμό μικρότερο συγκριτικά με το Α' τρίμηνο του 2010. Σε αυτήν την άνοδο συνέβαλε η οργανική ανάπτυξη των ξένων αγορών του Ομίλου σε συνδυασμό με την θετική επίδραση των ισοτιμιών.

Οι πωλήσεις των **καλλυντικών ευρείας διανομής** αυξήθηκαν κατά 7,68% στα €49,43 εκ. από €45,91 εκ. το Α' εξάμηνο του 2009. Σε αυτή τη κατηγορία τα **ιδιοπαραγόμενα προϊόντα** παρουσίασαν άνοδο της τάξης του 5,06%, και παράλληλα η συνεισφορά τους στις πωλήσεις της κατηγορίας ανήλθε σε 67,10%.

Τα **Προϊόντα Οικιακής Χρήσης** κατά το Α' εξάμηνο του 2010 παρουσίασαν αύξηση πωλήσεων κατά 2,89% φτάνοντας τα

€47,64 εκ. από €46,31 εκ. την αντίστοιχη περυσινή περίοδο. Οι πωλήσεις των **ιδιοπαραγόμενων προϊόντων** στην συγκεκριμένη κατηγορία αυξήθηκαν κατά 3,69%, ενώ η συνεισφορά τους στις πωλήσεις της κατηγορίας ανήλθε σε 99,77%. Η πτώση πωλήσεων των προϊόντων οικιακής χρήσης κατά το Β' τρίμηνο του 2010 οφείλεται κατά κύριο λόγο στην αδύναμη απόδοση της ελληνικής αγοράς.

Η κατηγορία των **Λοιπών Πωλήσεων** παρουσίασε πτώση πωλήσεων κατά 1,29% επηρεαζόμενη κυρίως από την υποκατηγορία των προϊόντων Υγείας & Φροντίδας.

Τα λειτουργικά κέρδη του Ομίλου έχουν επηρεαστεί αρνητικά από τις δυσμενείς καταναλωτικές συνθήκες στην αγορά της Ελλάδας καθώς και τα αυξημένα έξοδα διαφήμισης και προώθησης. Επιπρόσθετα, επιβαρυντικό στοιχείο για την κερδοφορία του Ομίλου ήταν και τα μειωμένα έσοδα από την Estee Lauder JV.

Συγκεκριμένα, το EBIT στην κατηγορία των **προϊόντων οικιακής χρήσης** μειώθηκε κατά 16,03% στα €3,56 εκ. από €4,25 εκ. το Α' εξάμηνο του 2009. Παρόλα αυτά η συνεισφορά της κατηγορίας στο συνολικό EBIT αυξήθηκε σε 42,06% το Α' εξάμηνο του 2010 από 38,91% το Α' εξάμηνο του 2009, ενώ το περιθώριο EBIT των προϊόντων οικιακής χρήσης διαμορφώθηκε σε 7,48% από 9,17%. Τα ιδιοπαραγόμενα προϊόντα της εν λόγω κατηγορίας παρουσίασαν μείωση EBIT της τάξης του 14,66% στα €3,58 εκ.

**Τα καλλυντικά ευρείας διανομής** παρουσίασαν μείωση EBIT κατά 25,22% στο Α' εξάμηνο του 2010. Το περιθώριο EBIT των καλλυντικών ευρείας διανομής διαμορφώθηκε σε 3,05% το Α' εξάμηνο του 2010 από 4,39% το Α' εξάμηνο του 2009. Τα λειτουργικά κέρδη των ιδιοπαραγόμενων προϊόντων της κατηγορίας αυτής σημείωσαν αύξηση κατά 14,68% και ανήλθαν σε €1,39 εκ. κατά το Α' εξάμηνο του 2010 από €1,21 εκ. το Α' εξάμηνο του 2009.

## ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΝΑ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΑΓΟΡΑ

Σε επίπεδο γεωγραφικής ανάλυσης, η θετική πορεία των ξένων χωρών του Ομίλου που παρατηρήθηκε κατά το Α' τρίμηνο του 2010 διατηρήθηκε και κατά το Β' τρίμηνο του 2010 χάρη στα βελτιωμένα επίπεδα κατανάλωσης στην πλειοψηφία των χωρών καθώς και στις ευνοϊκές διακυμάνσεις των ισοτιμιών. Αναλυτικά, οι ξένες χώρες του Ομίλου κατά το Α' εξάμηνο του 2010 παρουσίασαν αύξηση πωλήσεων της τάξης του 14,76%, το οποίο αποτελείται από περίπου 9% αύξηση πωλήσεων σε τοπικό νόμισμα και περίπου 6% μέση αναβάθμιση των ισοτιμιών.

Όσον αφορά στην **ελληνική αγορά**, υπήρξε πτώση πωλήσεων σε όλες τις προϊοντικές κατηγορίες και η οποία οφείλεται κατά κύριο λόγο στην εφαρμογή των μέτρων σταθερότητας. Η διοίκηση παραμένει επιφυλακτική ως προς την ελληνική καταναλωτική αγορά, αλλά αναμένει βελτίωση στις πωλήσεις κατά το Β' εξάμηνο του 2010 υποστηριζόμενη από τις αυξημένες προωθητικές ενέργειες που πραγματοποιήθηκαν κατά το Α' εξάμηνο του 2010.

Όσον αφορά τα **κέρδη προ τόκων και φόρων**, Τα λειτουργικά κέρδη της Ελλάδας είναι επηρεασμένα σε μεγάλο βαθμό από τις αυξημένες δαπάνες διαφήμισης και προώθησης. Κατά το Α' εξάμηνο του 2010 το EBIT της **Ελλάδας** μειώθηκε κατά 38,94% στα €5,97 εκ. από €9,78 εκ. Εξαιρώντας τα έσοδα από την συγγενή εταιρεία Estee Lauder JV, το EBIT της Ελλάδας κατά το Α' εξάμηνο του 2010 ανήλθε σε €2,95 εκ. από €5,47 εκ. μειωμένο κατά 45,99%. Το περιθώριο EBIT της Ελλάδας, εξαιρουμένων των εσόδων από την Estee Lauder JV, διαμορφώθηκε σε 6,51% από 11,13% το Α' εξάμηνο του 2009.

Σε αντίθεση, οι **ξένες χώρες** του εξωτερικού σημείωσαν αύξηση EBIT λόγω των αυξημένων πωλήσεων αλλά και της συγκράτηση των εξόδων σε κάποιες χώρες. Συγκεκριμένα, το EBIT των ξένων χωρών αυξήθηκε κατά 121,03% στα €2,50 εκ. το Α' εξάμηνο του 2010 από €1,13 εκ. την αντίστοιχη περυσινή περίοδο. Το περιθώριο EBIT των ξένων χωρών βελτιώθηκε σε 3,81% το Α' εξάμηνο του 2010 συγκριτικά με 1,98% το Α' εξάμηνο του 2009.

Οι ενοποιημένες πωλήσεις του Ομίλου κατά το Α' εξάμηνο του 2010 ήταν ικανοποιητικές επωφελούμενες κυρίως από την οργανική ανάπτυξη των ξένων χωρών του Ομίλου και τις ευνοϊκές ισοτιμίες. Τα αυξημένα έξοδα διαφήμισης και προώθησης όμως επιβάρυναν τα περιθώρια κερδοφορίας του Ομίλου. Παρόλα αυτά θα πρέπει να αναφερθεί ότι η αύξηση στα διαφημιστικά και προωθητικά έξοδα, η οποία αποσκοπεί στην αύξηση των πωλήσεων κατά το Β' εξάμηνο του 2010, θα ομαλοποιηθεί κατά το υπόλοιπο της χρονιάς και επομένως αναμένεται ότι το ποσοστό των ετήσιων διαφημιστικών δαπανών ως προς τις συνολικές πωλήσεις του Ομίλου θα παραμείνει στο περυσινό επίπεδο. Η διοίκηση παραμένει σε επιφυλακή

παρακολουθώντας τις εξελίξεις στο επιχειρηματικό περιβάλλον. Επιπλέον, σε περίπτωση που θεωρείται αναγκαίο, είναι σε θέση να εφαρμόσει επιπρόσθετα μέτρα περιορισμού εξόδων με αποτέλεσμα να προστατέψει την κερδοφορία του Ομίλου. Τέλος, αξίζει να αναφερθεί η έμφαση που δόθηκε από την διοίκηση στην διατήρηση χαμηλού δανεισμού καθώς και στην δημιουργία ισχυρών ταμειακών ροών.

Παράλληλα, όπως πάντα, ο Όμιλος παραμένει επικεντρωμένος στους στρατηγικούς άξονες που υποστηρίζουν και εξασφαλίζουν την κερδοφόρα πορεία του Ομίλου Σαράντη και συνίστανται σε οργανική ανάπτυξη στις βασικές δραστηριότητες και έμφαση στα ιδιοπαραγόμενα προϊόντα, ανάπτυξη των υπάρχοντων μεριδίων αγοράς των ιδιοπαραγόμενων προϊόντων, συνεχή παρακολούθηση των εξελίξεων στις οικονομίες των χωρών δραστηριοποίησης του Ομίλου και προσαρμογή του στις εκάστοτε νέες συνθήκες καθώς και έμφαση στην 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.