

ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΤΙΚΗ & ΕΠΕΞΗΓΗΜΑΤΙΚΗ ΕΚΘΕΣΗ ΤΟΥ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΤΑΚΤΙΚΗ ΓΕΝΙΚΗ ΣΥΝΕΛΕΥΣΗ ΤΩΝ ΜΕΤΟΧΩΝ ΤΗΣ 18ης Μαΐου 2007

Κυρίες και Κύριοι Μέτοχοι,

Το έτος 2006 ήταν μία ακόμη χρονιά κατά την οποία συνεχίστηκε η ανάπτυξη της Εταιρίας παρά την έντονη δραστηριοποίηση του ανταγωνισμού σε επί μέρους κατηγορίες προϊόντων και παρά το γεγονός, ότι εξωγενείς παράγοντες, όπως η έλλειψη πρώτων υλών κυρίως ελαιολάδων και η αύξηση των τιμών των σπορευμάτων επηρέασαν τις σχετικές αγορές .

Η ανάπτυξη αυτή προέκυψε ως αποτέλεσμα των προσπαθειών της Διοίκησης και του προσωπικού της Εταιρίας που με συνέπεια υλοποίησαν το επιχειρηματικό σχέδιο της και κατά το έτος αυτό.

Το αποτέλεσμα αυτό αντικατοπτρίζεται στην σημειωθείσα κατά το έτος αυτό αύξηση των πωλήσεων κατά ποσοστό 5,0%, έναντι αυξήσεως 3,4% της αντίστοιχης περυσινής περιόδου. Πιο συγκεκριμένα, οι πωλήσεις προϊόντων επάλειψης και μαγειρικής αυξήθηκαν κατά 4,8% και ανήλθαν σε Euro 188,3 εκατ., συμμετέχοντας κατά 79,2% στο συνολικό κύκλο εργασιών. Οι πωλήσεις προϊόντων γεύσης και αφηγημάτων αυξήθηκαν κατά 6,6% και ανήλθαν σε Euro 40,5 εκατ., αντιπροσωπεύοντας το 17,0% του συνολικού κύκλου εργασιών.

Τα μικτά κέρδη για την χρήση 2006 αυξήθηκαν κατά 7,4% και διαμορφώθηκαν σε Euro 100,3 εκατ. έναντι Euro 93,4 εκατ. το 2005, ενώ το περιθώριο μικτού κέρδους διαμορφώθηκε σε 42,2% έναντι 41,3% το 2005. Η αύξηση των μικτών κερδών αποδίδεται στην ευρεία γκάμα καθώς και στα νέα καινοτόμα προϊόντα, όπως επίσης και στην αποδοτικότερη λειτουργία των παραγωγικών μονάδων της εταιρίας.

Ως προς τις επί μέρους κατηγορίες:

Το 2006 ήταν μία δύσκολη χρονιά για την αγορά του ελαιολάδου εξαιτίας των έντονων διακυμάνσεων των τιμών των πρώτων υλών, οι οποίες στην αρχή της χρονιάς αυτής παρουσίασαν ιδιαίτερα αυξητικές τάσεις, λόγω της εκτίμησης για μειωμένη παγκόσμια διαθεσιμότητα. Το γεγονός αυτό είχε σαν αποτέλεσμα τις σημαντικές ανατιμήσεις των τυποποιημένων ελαιολάδων σε όλη την αγορά με επακόλουθο τη συνολική μείωση της κατανάλωσης.

Στο δυσμενές αυτό περιβάλλον τα ελαιόλαδα ΑΛΤΙΣ, τα οποία έχουν καταξιωθεί στη συνείδηση του καταναλωτικού κοινού ως συνώνυμα της εγγυημένης ποιότητας με γευστικές διαφοροποιήσεις που ανταποκρίνονται στις προτιμήσεις του κάθε καταναλωτή, διατήρησαν την ηγετική τους θέση στην αγορά, παρά την μικρή μείωση του μεριδίου τους, οφειλόμενη, κατά κύριο λόγο, στη στροφή του καταναλωτικού κοινού σε επιλογές χαμηλότερης αξίας.

Μεταξύ των επιλογών αυτών εξακολουθεί να παραμένει και το χύμα ελαιόλαδο το οποίο, όπως και κατά το παρελθόν έχει επισημανθεί, αποτελεί τον σοβαρότερο παρεμποδιστικό παράγοντα περαιτέρω ανάπτυξης του τυποποιημένου ελαιολάδου, λαμβανομένου υπ' όψιν ότι η αξία του χύμα παράνομα διακινούμενου ελαιολάδου υπολογίζεται ότι είναι της τάξεως των 250 εκ. ευρώ.

Η εξυγίανση πάντως της αγοράς του ελαιολάδου απαιτεί τόσο την αυστηρή ενεργοποίηση και εφαρμογή του υφιστάμενου νομοθετικού πλαισίου εκ μέρους των αρμοδίων Αρχών όσο και τη σωστή ενημέρωση του καταναλωτικού κοινού σχετικά με τους κινδύνους που συνεπάγεται η αγορά και κατανάλωση του χύμα ελαιολάδου.

Η ΕΛΛΑΪΣ-UNILEVER συμμετέχει και υποστηρίζει ενεργά την προσπάθεια που πραγματοποιεί προς την κατεύθυνση αυτή ο ΣΕΒΙΤΕΛ μέλος του οποίου είναι και η Εταιρία μας με τη συνδρομή βεβαίως του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Όσον αφορά τα λοιπά προϊόντα της οικογένειας ΑΛΤΙΣ στις μαργαρίνες το ΑΛΤΙΣ SOFT αύξησε το μερίδιό του αξιοποιώντας την θετική τάση του καταναλωτικού κοινού προς προϊόντα με ελαιόλαδο.

Στην αγορά της πάστας ελιάς, όπου συνεχίζεται η παρουσία του ΑΛΤΙΣ με τρεις (3) ποικιλίες (παραδοσιακή, απαλή, πικάντικη), το 2006 είχαμε μία πτώση του μεριδίου αγοράς μας, λόγω της έντονης δραστηριοποίησης του ανταγωνισμού με προωθητικές ενέργειες στα σημεία πώλησης με δωρεάν προϊόντα.

Στην αγορά της τυποποιημένης ελιάς παρόλο ότι παρατηρήθηκαν σταθεροποιητικές τάσεις, εντούτοις τα μερίδιά μας σημείωσαν υποχώρηση, λόγω της ενίσχυσης των προϊόντων ιδιωτικού σήματος.

Τα προϊόντα της οικογένειας ΑΛΤΙΣ, ΑΛΤΙΣ Balsamico, ΑΛΤΙΣ Vinaigrette με ξύδι, βασιλικό, ρίγανη και ΑΛΤΙΣ Vinaigrette με ξύδι από σέρι και αρωματικά χορταρικά υποστηρίχθηκαν τη χρονιά αυτή διαφημιστικά με αποτέλεσμα να βελτιώσουν τα μερίδια αγοράς.

Στην κατηγορία των μαργαρινών καίτοι δεν παρατηρήθηκαν κατά το έτος αυτό ιδιαίτερες μεταβολές στον συνολικό όγκο πωλήσεων σε σχέση με το έτος 2005, εν τούτοις οι πωλήσεις σε αξία παρουσίασαν αύξηση της τάξεως του 4,5% περίπου κυρίως λόγω της στροφής του καταναλωτικού κοινού προς τις λειτουργικές μαργαρίνες (BECEL pro.active) που έχει ταυτισθεί στη συνείδηση του έλληνα καταναλωτή με το προϊόν εκείνο που μειώνει αποτελεσματικά τη χοληστερίνη στα πλαίσια βεβαίως ενός υγιεινού διατροφολογίου και τις μαργαρίνες με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, όπως το BECEL με ω-3 και ω-6 λιπαρά που αποδεδειγμένα συμβάλλουν στην καλή λειτουργία του καρδιαγγειακού συστήματος και το ΑΛΤΙΣ SOFT με ελαιόλαδο με τα γνωστά στο καταναλωτικό κοινό οφέλη του ελαιολάδου.

Σημαντική για την χρονιά αυτή ήταν η υλοποίηση της απόφασης για παραγωγή του Becel Pro.active spread στην Ελλάδα αντί της Ολλανδίας, μετά από έγκριση της Unilever καθώς και το λανσάρισμα του Becel Pro.active Spread Extra Light που είναι μία μαργαρίνη με τα χαμηλότερα λιπαρά στην Ελληνική αγορά.

Με τη μαργαρίνη αυτή επεκτάθηκε η γκάμα των μαργαρινών Becel pro.active, παρέχοντας έτσι περισσότερες επιλογές στους καταναλωτές. Παρότι ο ανταγωνισμός υπήρξε ιδιαίτερα επιθετικός κατά τη διάρκεια του 2006, εν τούτοις τα

μερίδια αγοράς αυξήθηκαν με αποτέλεσμα το Becel Pro.active να καταλάβει τη δεύτερη θέση στην αγορά των μαργαρινών.

Στην αγορά των παραδοσιακών μαργαρινών, όπου η εταιρία δραστηριοποιείται με τα προϊόντα υπό το σήμα BITAM παρά την έντονα επιθετική πολιτική του ανταγωνισμού, η οποία εκδηλώθηκε τόσο με την παρουσία στην σχετική αγορά νέων προϊόντων, όσο και με διάφορες προωθητικές ενέργειες τα προϊόντα BITAM εξακολουθούν να κατέχουν ηγετική θέση στην αγορά αυτή.

Σημαντική πάντως παρουσία αναμένεται να έχει στην αγορά αυτή και το BITAM ΙΔΕΑ, το οποίο ήδη έχει τοποθετηθεί στην αγορά και το οποίο είναι εμπλουτισμένο με απαραίτητα και θρεπτικά συστατικά για τον εγκέφαλο όπως το DHA, το ALA και οι βιταμίνες του συμπλέγματος Β. Σημειώνεται ότι το BITAM ΙΔΕΑ είναι ένα καινοτομικό προϊόν το οποίο είναι αποτέλεσμα μακροχρόνιων ερευνών της μητρικής Unilever.

Το Super Fresco διατήρησε την πιστή βάση των καταναλωτών που επιζητούν την ιδιαίτερη γεύση και το ιδιαίτερο άρωμά του, διατηρώντας τα επίπεδα μεριδίου του και κατά το έτος αυτό.

Αντίθετα τα προϊόντα υπό το σήμα BITAM spread με άπαχο τυρί σε τέσσερες διαφορετικές γεύσεις, παρουσίασαν αισθητή μείωση του μεριδίου τους στην σχετική αγορά, κυρίως λόγω της έντονα επιθετικής πολιτικής προωθήσεων του βασικού ανταγωνιστή.

Η οικογένεια των λειτουργικών τροφίμων εκτός από τη μαργαρίνη Becel Pro.active για επάλειψη περιλαμβάνει τα προϊόντα Becel Pro.active επιδόρπιο γιαουρτιού σε διαφορετικές γεύσεις και το προβιοτικό ρόφημα γιαουρτιού με φυτικές στερόλες, το οποίο βοήθησε σημαντικά στην ανάπτυξη της συνολικής αγοράς των Mini Drinks.

Το μερίδιο του Becel Pro.active με γάλα, το οποίο επίσης ανήκει στην ίδια οικογένεια των λειτουργικών τροφίμων, σημείωσε κατά το έτος αυτό ικανοποιητική αύξηση.

Στην κατηγορία των τοματικών προϊόντων η οποία θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως συνώνυμη του Pummato, η Εταιρεία κατέχει ηγετικό ρόλο προσφέροντας μία ευρεία ποικιλία προϊόντων στις υποκατηγορίες του ελαφρά συμπυκνωμένου χυμού τομάτας Passata, της ψιλοκομμένης τομάτας και του πελτέ.

Το Pummato, με συνέπεια όλα αυτά τα χρόνια προσφέρει στην ελληνίδα νοικοκυρά, προϊόντα εξαιρετικής ποιότητας με ναυαρχίδα τον ελαφρά συμπυκνωμένο χυμό τομάτας Pummato passata, ένα προϊόν που παράγεται από 100% ελληνικές τομάτες που καλλιεργούνται στην περιοχή του Πύργου Ηλείας και επεξεργάζονται στο εργοστάσιο της εταιρίας στην ίδια περιοχή υπό τα αυστηρά πρότυπα διασφάλισης ποιότητας και τεχνολογίας της Unilever.

Για τα προϊόντα μας η χρονιά αυτή σηματοδοτήθηκε από τα νέα λανσαρίσματα της Σπιτικής τομάτας από τον τρίφτη και του ελαφρά συμπυκνωμένου χυμού σε νέα πρακτική συσκευασία με καπάκι.

Για την συνολική αγορά των τοματικών προϊόντων το 2006 θα μπορούσε να πει κανείς ότι ήταν μία ιδιαίτερη χρονιά, δοθέντος ότι παρουσίασε την μεγαλύτερη ανάπτυξη των τελευταίων ετών. Ταυτόχρονα παρατηρήθηκε η είσοδος στην αγορά νέων ανταγωνιστικών προϊόντων με προτάσεις που υποστηρίχθηκαν με πλήθος προωθητικών ενεργειών και έντονο διαφημιστικό πρόγραμμα. Παράλληλα τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας (DoBs) διετήρησαν την σημαντική θέση που κατέχουν στην κατηγορία αυτή.

Στην κατηγορία των σπορελαίων παρατηρήθηκε σημαντική αύξηση των τιμών των πρώτων υλών, οφειλόμενη στην σημαντική αύξηση της παγκόσμιας ζήτησης λόγω του βιοκαυσίμου, στην εφαρμογή νέων αυστηρότερων προδιαγραφών στη μεταφορά ελαίων με καράβια από 01/01/2007 γεγονός που συνέτεινε στην αύξηση της ζήτησης των σπορελαίων κατά το τελευταίο τρίμηνο του 2006 και τέλος στην αύξηση των ναύλων, λόγω της ανοδικής τιμής του πετρελαίου. Παρά ταύτα η αγορά των σπορελαίων κινήθηκε ελαφρώς ανοδικά, λόγω της αύξησης της τιμής των ελαιολάδων, όπως ήδη έχει προαναφερθεί.

Στη συγκυρία αυτή τα προϊόντα μας κατάφεραν να διατηρηθούν στην πρώτη θέση της σχετικής αγοράς, παρά τις πιέσεις που δέχτηκαν από τον ανταγωνισμό και κυρίως από τα προϊόντα ιδιωτικού σήματος τα οποία διατίθενται σε χαμηλότερες τιμές.

Όσον αφορά τα μαγειρικά λίπη, η μετακίνηση των καταναλωτών σε διαφορετικές διατροφικές προτιμήσεις επηρεάζει αρνητικά τη συγκεκριμένη αγορά.

Στο χώρο του τσαγιού το Lipton σε μια χρονιά μη ευνοϊκών καιρικών συνθηκών, συνέχισε την πολύ επιτυχημένη πορεία που άρχισε το 2005. Στο γεγονός αυτό συνέβαλε τόσο η νέα καινοτομική συσκευασία πυραμίδες όσο και η υλοποίηση του πολύπλευρου προγράμματος επικοινωνίας και προωθητικών ενεργειών, γεγονότα που συνέβαλαν στην διείσδυση και διεύρυνση της σχετικής αγοράς.

Με την συνδρομή και των νέων κωδικών που τοποθετήθηκαν κατά το έτος αυτό στην αγορά, όπως το Green tea Pyramid και το Green Tea Collection, διευρύνθηκε έτι περαιτέρω η αγορά του πράσινου τσαγιού.

Τέλος και όσον αφορά τα αντιπροσωπευόμενα προϊόντα HELLMANN'S (μαγιονέζα, κέτσαπ, μουστάρδα και salad dressings) πέτυχαν για άλλη μια χρονιά υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης σε σχέση με το επίσης επιτυχημένο έτος 2005, ενώ τα επίσης αντιπροσωπευόμενα προϊόντα Knorr (ζωμοί και μυρωδικά, σάλτσες για ζυμαρικά και για κρέας, σούπες και ημιέτοιμες προτάσεις για γεύματα) πέτυχαν την διατήρηση των μεριδίων αγοράς σε υψηλά επίπεδα στις περισσότερες κατηγορίες, συμβάλλοντας έτσι έμμεσα στην ανάπτυξη της Εταιρίας.

Αξίζει να σημειωθεί ότι την χρονιά αυτή η Knorr λανσάρισε στην ελληνική αγορά το Knorr Vie ένα καινούργιο πρωτοποριακό προϊόν, το οποίο είναι ένα απολαυστικό ρόφημα από μίγμα φρούτων, λαχανικών και συμπυκνωμένου χυμού το οποίο παρέχει το 50% των φρούτων και λαχανικών που συνιστώνται διεθνώς για τις ημερήσιες ανάγκες του ανθρώπινου οργανισμού.

Ο τομέας των προϊόντων που απευθύνονται σε επαγγελματίες και μονάδες μαζικής εστίασης, στον οποίο η Εταιρία δραστηριοποιείται με το Foodsolutions για μια ακόμη συνεχή χρονιά παρουσίασε αξιοσημείωτες επιδόσεις, αυξάνοντας τον κύκλο εργασιών κατά ποσοστό 13% περίπου.

Στον τομέα των επενδύσεων οι οποίες κατά το έτος 2006 πλησίασαν στο επίπεδο του 1 εκατ. Ευρώ, αξίζει να σημειωθεί ότι στο εργοστάσιο του Ν. Φαλήρου

ολοκληρώθηκε η επένδυση για την παραγωγή της μαργαρίνης Becel pro.active. Περαιτέρω η επιτυχία του στόχου μας να επικεντρωθούμε στην βελτίωση των τοματικών προϊόντων μέσω επενδύσεων στο εργοστάσιο παραγωγής τοματικών προϊόντων στην Γαστούνη Ηλείας οδήγησε στην αύξηση της ποσότητας των πωλήσεων μας προς προς συγγενείς εταιρίες κατά 50%.

Παράλληλα με την συνεχή επιδίωξη μας για βελτίωση και εκσυγχρονισμό των εγκαταστάσεων μας με σκοπό την παραγωγή προϊόντων υψηλής τεχνολογίας και προστιθέμενης αξίας, βασικό μας μέλημα ήταν και είναι η διασφάλιση της προστασίας του περιβάλλοντος και προς το σκοπό αυτό ειδικοί περιβαλλοντολογικοί δείκτες έχουν τεθεί και παρακολουθούνται συνεχώς.

Η είσοδος και ανάπτυξη της ΕΛΑΙΣ-UNILEVER σε νέες, καινοτομικές αγορές όπως είναι τα προβιοτικά ροφήματα γιαουρτιού (σε συνέχεια της δραστηριοποίησης στην κατηγορία του γάλακτος και του γιαουρτιού) και οι συμπυκνωμένοι χυμοί φρούτων και λαχανικών Knorr Vie ώθησαν την Εταιρία να αναδιαρθρώσει περαιτέρω το σύστημα διανομής της, για να ανταποκριθεί στην ευαίσθητη φύση των προϊόντων με μικρή διάρκεια ζωής. Έτσι, και το 2006 συνεχίστηκε η αναδιάρθρωση των συστημάτων διανομής και παραγγελιοληψίας, ώστε τα νέα προϊόντα να φθάνουν στον καταναλωτή φρέσκα και στη σωστή ημερομηνία λήξης τους

Όσον αφορά το ανθρώπινο δυναμικό φροντίζουμε οι άνθρωποί μας να εργάζονται σε ένα δυναμικό, αξιολογικό περιβάλλον με πρότυπα Διοίκησης που εξασφαλίζουν την προαγωγή της μάθησης αλλά και της εξέλιξης, παράγοντες οι οποίοι είναι καθοριστικοί στην κατάκτηση της ανταγωνιστικής μας θέσης.

Τα συστήματα ανάπτυξης που έχουν υιοθετηθεί από την εταιρία μας, έχουν διαμορφώσει μία μαθησιακή κουλτούρα η οποία ενδυναμώνεται με τη χρήση σύγχρονων πληροφοριακών εργαλείων και συστημάτων.

Η γνώση και η ανάπτυξη δεξιοτήτων του ανθρώπινου δυναμικού μας, αποτελεί για μας σημαντική προτεραιότητα και μοναδικό δρόμο τόσο για την προσωπική όσο και για την επιχειρηματική μας επιτυχία.

Στο πλαίσιο αυτό, τη χρονιά που πέρασε αφιερώθηκαν συνολικά 6.000 ώρες εκπαίδευσης με έμφαση στην αναβάθμιση των δεξιοτήτων σε τομείς όπως marketing, management, επικοινωνία, οικονομικά και τεχνικά θέματα. Στην προσπάθειά μας αυτή, αρωγός είναι η τεχνογνωσία που λαμβάνουμε από την μητρική Unilever.

Πρωταρχικός στόχος μας για την εκπαίδευση ήταν και είναι:

Η αναβάθμιση των ικανοτήτων των ανθρώπων μας που απαιτούνται για την επίτευξη της εξαιρετικής απόδοσης στην εργασία, που θα στηρίξει τη στρατηγική ανάπτυξης της εταιρίας μας καθώς και τους στόχους που έχουν τεθεί.

Η εταιρία μας έχει ως αρχή της, η πρόσληψη, η απασχόληση και η ανάπτυξη του προσωπικού της να γίνεται με μοναδικό κριτήριο τα προσόντα και τις ικανότητες του κάθε ατόμου εξασφαλίζοντας παράλληλα τη δυνατότητα στον εργαζόμενο να εξελιχθεί και να αναπτύξει το πλήρες δυναμικό του.

Τέλος θα πρέπει να ληφθεί υπ' όψιν, ότι κατά τη χρήση αυτή έλαβαν χώρα δύο σημαντικά και καθοριστικής σημασίας για την εταιρία μας γεγονότα και ειδικότερα:

Ι. Στις 4/9/2006 η Unilever Hellas AEBE, η οποία κατείχε ποσοστό 21,35% του μετοχικού κεφαλαίου, κατέθεσε στην Επιτροπή Κεφαλαιαγοράς δημόσια πρόταση για την αγορά του υπολοίπου των μετοχών της Εταιρείας. Η περίοδος αποδοχής της δημόσιας πρότασης έληξε την 25η Οκτωβρίου 2006.

Σύμφωνα με την από 3/11/2006 ανακοίνωση της Unilever Hellas AEBE, η Unilever Hellas AEBE απέκτησε στο πλαίσιο της σχετικής δημόσιας πρότασης α) εξωχρηματιστηριακώς την 2/11/2006 και β) κατά την περίοδο 26/10/2006 - 2/11/2006 μέσω χρηματιστηρίου, συνολικά 8.381.765 μετοχές της Εταιρείας με αποτέλεσμα το ποσοστό συμμετοχής της να ανέλθει στο 82,49%. Η εταιρεία LIPOMA B.V., με την σχετική επιστολή της προς την Επιτροπή Κεφαλαιαγοράς, γνωστοποίησε ότι την 2/11/2006 στο πλαίσιο της δημόσιας πρότασης της εταιρείας UNILEVER HELLAS A.E.B.E., μεταβίβασε εξωχρηματιστηριακώς στην τελευταία συνολικά 6.174.144 μετοχές της εταιρείας ΕΛΑΪΣ - UNILEVER A.E., με αποτέλεσμα το ποσοστό συμμετοχής της στο μετοχικό κεφάλαιο της Εταιρείας να κατέλθει από το 45,65% σε 0%.

Επίσης σύμφωνα με τις από 24/10/06 και 18/10/06 ανακοινώσεις της Morgan Stanley και Orn αποκτήθηκε από την Morgan Stanley κατά την διάρκεια της δημόσιας πρότασης ποσοστό συμμετοχής επί του μετοχικού κεφαλαίου της Εταιρείας που ανέρχεται σε 10,05%. Από τον συνδυασμό των ως άνω ανακοινώσεων συμπεραίνουμε ότι μέτοχος με ποσοστό 10,05% είναι η Morgan Stanley & Co International Limited, αλλά η ORN Event Fund LP ασκεί τα δικαιώματα ψήφου.

Ήδη κατά την 23/3/2007 το ποσοστό συμμετοχής της UNILEVER HELLAS A.E.B.E. ανέρχεται σε 84,80%. Το υπόλοιπο ποσοστό του μετοχικού κεφαλαίου είναι διεσπαρμένο σε τρίτους.

II. Η Unilever NV με την από 21/12/2006 επιστολή της γνωστοποίησε στην Εταιρεία μας ότι επανεξετάζει τις υφιστάμενες συμβάσεις παραχώρησης χρήσης εμπορικών σημάτων και ως εκ τούτου μας έστειλε γνωστοποίηση καταγγελίας με ισχύ μετά από 12 μήνες, όπως προβλέπεται στη σύμβαση εξασκώντας το δικαίωμά της να μην ανανεώσει την σύμβαση.

Σύμφωνα με τους όρους της σύμβασης, αυτή θα παραμείνει σε ισχύ για ένα ακόμη έτος, δηλαδή μέχρι την 31/12/2007. Κατά την διάρκεια του 2007 η Unilever NV θα επανεξετάσει και επαναδιαπραγματευθεί τους όρους και τις προϋποθέσεις

ανανέωσης των συμβάσεων με την ΕΛΑΪΣ-UNILEVER ΑΕ ή τυχόν διάδοχό της. Η Εταιρία μας έχει ξεκινήσει διαπραγματεύσεις με την Unilever N.V σχετικά με την ανανέωση ή μη των συμβάσεων.

Τα προϊόντα τα οποία αφορά η επανεξέταση των συμβάσεων είναι τα ακόλουθα:

- προϊόντα Becel και Becel Pro.Active
- μαργαρίνες και σπορέλαια FLORA
- τσάι Lipton (ζεστό και κρύο σε σκόνη)
- σπορέλαια SOL, PHASE και FRIOL
- φυστικοβούτυρο CALVE
- προϊόντα με χαμηλά λιπαρά LINEA
- προϊόντα κρέατος ZWAN

Το ποσοστό με το οποίο συμμετείχαν τα προϊόντα αυτά στον κύκλο εργασιών της εταιρίας μας κατά την παρελθούσα χρήση ανήλθε σε 34% περίπου.

Σε περίπτωση τυχόν μη ανανέωσης της ως άνω σύμβασης οι επιπτώσεις στην οικονομική κατάσταση της Εταιρίας μας αναμένεται να είναι η μείωση των μικτών κερδών κατά ποσοστό 46% περίπου.

Κατά την διανομόμενη χρήση και μέχρι την στιγμή που γράφεται η παρούσα έκθεση η πορεία των εργασιών της Εταιρίας κρίνεται ικανοποιητική. Ο όγκος των πωλήσεων κατά την χρονική αυτή περίοδο παρουσιάζει θετική τάση στις περισσότερες των κατηγοριών που δραστηριοποιείται η Εταιρία.

Επίσης στο διάστημα αυτό ολοκληρώθηκε με επιτυχία η μετεγκατάσταση της Διοίκησης και των γραφείων της Εταιρίας στο νέο σύγχρονο μισθωμένο κτίριο γραφείων στο Μαρούσι Αττικής, όπου και συστεγάζεται με τα γραφεία των υπολοίπων εταιριών του ομίλου Unilever στην Ελλάδα.

Η συστέγαση αυτή αποτελεί μέρος του προγράμματος One Unilever, το οποίο όπως ήδη έχει γίνει γνωστό στοχεύει σε παγκόσμια κλίμακα στην οργανωτική αναδιάρθρωση και εναρμόνιση των δομών και διαδικασιών του ομίλου με απώτερο σκοπό την επίτευξη συνεργιών και οικονομιών κλίμακας.

Πάντως για το έτος 2007 ο γενικότερος σχεδιασμός μας σε σχέση με την αγορά περιλαμβάνει την διατήρηση και περαιτέρω ανάπτυξη των μεριδίων μας, την τοποθέτηση νέων κωδικών προϊόντων καθώς και την υποστήριξη των υπάρχοντων.

Η ΕΛΑΪΣ-UNILEVER εδώ και χρόνια παίζει ένα σημαντικό ρόλο στην διαμόρφωση του διατροφικού προτύπου του Έλληνα καταναλωτή. Σε μια περίοδο που ο τομέας της διατροφής διέρχεται κρίση και ο καταναλωτής αισθάνεται πιο αδύναμος να υιοθετήσει σωστά διατροφικά πρότυπα, λόγω της έλλειψης ενημέρωσης και της σύγχυσης, η Εταιρία μας βασιζόμενη στην πολύτιμη εμπειρία της εξελίσσεται, υπηρετεί βελτιώνει και διαμορφώνει τις διατροφικές συνήθειες του καταναλωτικού κοινού. Σε αυτή της την επιδίωξη εναρμονίζεται με τα νέα τεχνολογικά δεδομένα και εργάζεται με υπευθυνότητα, αξιοποιώντας το παγκόσμιο κύρος και την τεχνογνωσία του ομίλου Unilever.

Κυρίες και Κύριοι Μέτοχοι,

Σύμφωνα με τις υποβαλλόμενες οικονομικές καταστάσεις, η Εταιρία μας κατέγραψε κύκλο εργασιών ίσο με 237,7 εκατ. Ευρώ, ενώ τα συνολικά καθαρά αποτελέσματα μετ' αφαίρεση των φόρων, ανήλθαν σε 23,6 εκατ. ευρώ, ήτοι κέρδη ανά μετοχή 1,74 ευρώ.

Ενόψει τούτων το Διοικητικό Συμβούλιο, αποφάσισε και εισηγείται την έγκριση διανομής μερίσματος, 0,61 ευρώ ανά μετοχή.

Υποβάλλουμε προς έγκριση:

1. Τις Ετήσιες Οικονομικές Καταστάσεις για τη χρήση 2006 με ανάλυση των κονδυλίων τους.
2. Την Έκθεση Ελέγχου του Ανεξάρτητου Ορκωτού Ελεγκτή Λογιστή.

Απευθύνουμε θερμό χαιρετισμό σε όλους τους συνεργάτες μας του εσωτερικού και του εξωτερικού και εκφράζουμε τις ευχαριστίες μας για τη συμβολή τους στην επιτυχία του έργου μας. Χαιρετίζουμε επίσης με ιδιαίτερη ικανοποίηση, το προσωπικό της Εταιρίας μας, που εργάστηκε με ζήλο και υπευθυνότητα και προτείνουμε στη Γενική Συνέλευση να εκφράσει την ευαρέσκειά της προς αυτό.