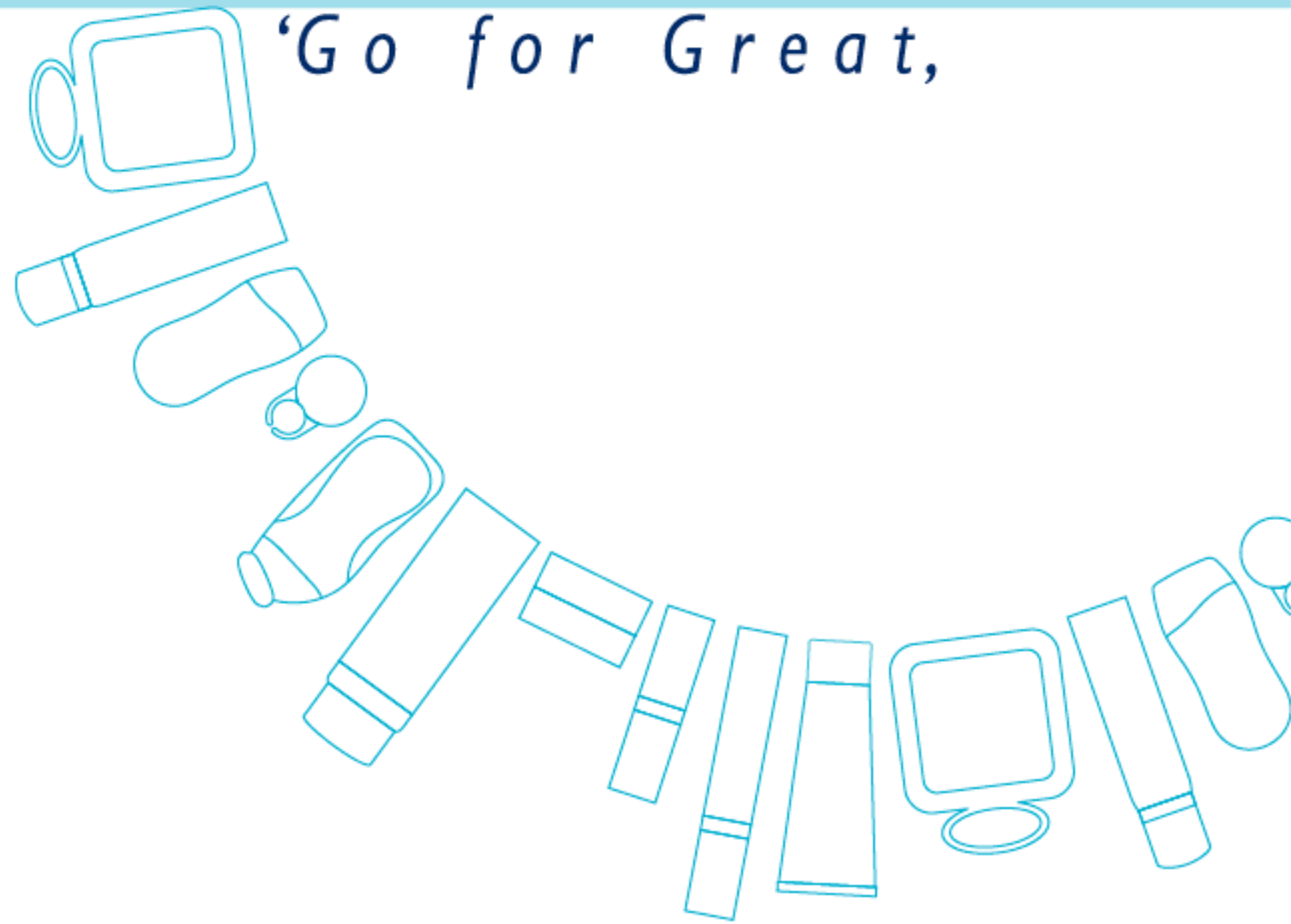




# OUR MISSION

Sarantis wishes to become the N°1 marketing and 'brand-selling' organization, both in Eastern & South Eastern Europe, via a strong own brand portfolio and the strongest direct and indirect distribution network in the consumer products' domain.

*'Go for Great,*



ΕΤΗΣΙΟΣ ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ | Annual Report



2005

- 39 ● Μήνυμα Προέδρου
- 40 ● Σχετικά με τη Σαράντης
- 42 ● Άξονες Ανάπτυξης
- 44 — Καλλυντικά Ευρείας Διανομής
- 46 — Προϊόντα Οικιακής Χρήσης
- 48 — Προϊόντα Υγείας και Φροντίδας
- 50 — Στρατηγικές Συνεργασίες
- 52 ● Δραστηριότητα του Ομίλου στην Ανατολική Ευρώπη
- 54 — Πολωνία, Ρουμανία
- 56 — Βουλγαρία, Σερβία & Μοντενέγκρο
- 58 — Σκόπια, Τσεχία
- 60 — Τουρκία, Ουκρανία
- 62 ● Στρατηγική
- 64 ● Ορόσημα 2005
- 66 ● Οικονομικά αποτελέσματα 2005
- 68 ● Ισολογισμός
- 70 ● Εικόνα Μετοχής
- 71 ● Διοικητικό Συμβούλιο

## ΠΕΡΙΧΟΜΕΝΑ

### Αγαπητοί Μέτοχοι,

Με μόνιμο και κυριότερο σύμμαχο την αφοσίωση των ανδρώπων μας, η Γρ. Σαράντης καταγράφει άλλη μια επιτυχημένη χρονιά στα 50 χρόνια ιστορία της, σημειώνοντας το 2005 σημαντική αναπτυξιακή δραστηριότητα σε 9 χώρες και κύκλο εργασιών 208 εκ. €.

Με τη δύναμη των εργαζομένων, των συνεργατών και των μετόχων μας επιτεύχθηκαν οι στόχοι μας και με σταθμό προόδου τον κάθε χρόνο εμπειρίας αντιμετωπίσαμε με αισιοδοξία, σιγουριά και δημιουργική απουσία, το αήριο.

Πιο συγκεκριμένα, η αναπτυξιακή πορεία του ομίλου συνεχίστηκε με επιτυχία και αυτή τη χρονιά, επιτυγχάνοντας άνοδο πωλήσεων της τάξης του 11% και σημαντική βελτίωση των καθαρίων κερδών του ομίλου μετά από γήρους και μ.δ.μ., τα οποία αυξήθηκαν κατά 14% γράνοντας τα 19,3 εκ. €.

Η σχέση εμπιστοσύνης που έχουμε κτίσει μαζί σας είναι βασικός άξονας της περαιτέρω στρατηγικής μας ανάπτυξης.

Η ιεραρχοποίηση αυτή των οικονομικών μας μεγεθών προήλθε κυρίως από την ανάπτυξη και αποτελεσματικότερη υποστήριξη των ιδιοπαραγόμενων προϊόντων του Ομίλου στις αγορές των καλλυντικών και των προϊόντων οικιακής φροντίδας, καθώς και από την ιεραρχοποίηση και ανάπτυξη της δραστηριότητας της εταιρείας στην Ανατολική Ευρώπη. Τα ανωτέρω αποτελέσματα υπογραμμίζουν και συμβάλλουν στην καθημερινή μας επιδίωξη να είμαστε η κορυφαία εταιρεία στον κλάδο μας, προσφέροντας συνεχώς αξία στους καταναλωτές, στους συνεργάτες και στους μετόχους μας.

Η σχέση εμπιστοσύνης που έχουμε κτίσει μαζί σας είναι βασικός άξονας της περαιτέρω στρατηγικής μας ανάπτυξης. Ανάπτυξη που θα επέλθει από την εισαγωγή νέων προϊόντων και την ιεραρχοποίηση των υπάρχοντων ιδιοπαραγόμενων σημάτων της εταιρείας στην Ελλάδα και στην Ανατολική Ευρώπη, καθώς και από την περαιτέρω επέκταση των δραστηριοτήτων της στις αγορές της Ανατολικής και Νοτιοανατολικής Ευρώπης. Με τη δική σας υποστήριξη καταφέραμε σήμερα να συγκαταλεγόμαστε στις κορυφαίες και ταχύτερα αναπτυσσόμενες εταιρείες στον κλάδο μας διεθνώς.

Η εμπιστοσύνη σας είναι η συνεχής μας έμπνευση.

Σας ευχαριστούμε,

Γρηγόρης Σαράντης  
Πρόεδρος Δ.Σ. Ομίλου Σαράντης







## Άνθρωποι

Στη 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. Ο πολυεθνικός χαρακτήρας της εταιρείας αποτυπώνεται στον ακόλουθο πίνακα κατανομής των εργαζομένων Σαράντη ανά χώρα κατά τη διάρκεια του 2005:

ΧΩΡΕΣ	ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΙ
Ελλάδα	1418
Πολωνία	232
Ρουμανία	301
Βουλγαρία	108
Σερβία & Μοντενέγκρο	60
Π.Γ.Δ.Μ	16
Τσεχία	21
Ουκρανία	33
Τουρκία	35
	2224

- Μέσος όρος ηλικίας εργαζομένων Σαράντη: 33 ετών.
- 19% των εργαζομένων μας είναι κάτοχοι πτυχίου από Ανώτερα και Ανώτατα Εκπαιδευτικά Ιδρύματα.

## R & D

Ο Όμιλος Σαράντη σημειώνει σημαντική παραγωγική δραστηριότητα στα Οινόφυτα Βοιωτίας, όπου διατηρεί υπεσύγχρονες παραγωγικές εγκαταστάσεις. 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 υφισταμένων προϊόντων αποτελούν βασικό του στόχο. Στο τμήμα Έρευνας & Ανάπτυξης του Ομίλου επιστήμονες όλων των ειδικοτήτων, χημικοί, φαρμακοποιοί και βιολόγοι 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 εμφάνισή 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.



Η Σαράντη είναι μια από τις ηγετικές εταιρείες καταναλωτικών προϊόντων στην Ελλάδα και στην Ανατολική Ευρώπη. Το Portfolio των προϊόντων της απαρτίζεται από μερικά από τα πλέον γνωστά και αγαπητά προϊόντα για τις καθημερινές ανάγκες 400 εκατομμυρίων ανθρώπων στην ευρύτερη περιοχή της Ανατολικής και Νοτιανατολικής Ευρώπης.

## Σχετικά με τη Σαράντη

### Κατηγορίες Προϊόντων

Δύναμη της εταιρείας Σαράντη αποτελούν τα προϊόντα που διαθέτει στην αγορά για τις καθημερινές ανάγκες των καταναλωτών. Πιο συγκεκριμένα, η εταιρεία διατηρεί σημαντικό portfolio ιδιοπαράγωμων και διανεμόμενων καταναλωτικών προϊόντων, τα οποία θα μπορούσαν να καταταχθούν σε 4 βασικούς πυλώνες που εξυπηρετούν στην ανάπτυξη του Ομίλου. Πιο συγκεκριμένα, οι βασικοί άξονες ανάπτυξης της Σαράντη είναι τα καλλυντικά ευρείας διανομής, τα προϊόντα οικιακής χρήσης, τα προϊόντα υγείας και φροντίδας και οι συνεργασίες. Μεγάλο μέρος των εμπορικών σημάτων που ανήκουν στις 2 πρώτες κατηγορίες είναι ιδιοπαράγωμα προϊόντα της εταιρείας, τα οποία παράγονται στις σύγχρονες εγκαταστάσεις παραγωγής της εταιρείας. Παράλληλα, η εταιρεία διατηρεί ισχυρό portfolio εμπορικών σημάτων ηγετικών εταιρειών καταναλωτικών προϊόντων παγκοσμίως μέσω συμφωνιών αποκλειστικής διανομής που διατηρεί μαζί τους.

### Χώρες Δραστηριοποίησης

Η εταιρεία δραστηριοποιείται σε 8 χώρες της Ανατολικής και Νοτιανατολικής Ευρώπης μέσω θυγατρικών εταιρειών, ενώ παράλληλα διατηρεί ισχυρό δίκτυο διανομής σε περισσότερες από 20 χώρες μέσω άμεσων εξαγωγών. Πιο συγκεκριμένα, περίπου το 50% του συνολικού κύκλου εργασιών της Σαράντη προέρχεται από τη δραστηριότητα των θυγατρικών εταιρειών του Ομίλου στην Πολωνία, Βουλγαρία, Ρουμανία, Σερβία, Τσεχία, FYROM, Ουκρανία και Τουρκία, ενώ στα στρατηγικά πλάνα του Ομίλου συγκαταλέγεται η περαιτέρω γεωγραφική επέκταση της δραστηριότητάς του μέσω θυγατρικών εταιρειών στη Ρωσία και Ουγγαρία.





## ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΑ Ευρείας Διανομής



## 2 ΠΡΟΪΟΝΤΑ Οικιακής Χρήσης



## 3 ΠΡΟΪΟΝΤΑ Υγείας και Φροντίδας



## 4 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ Συνεργασίες



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.

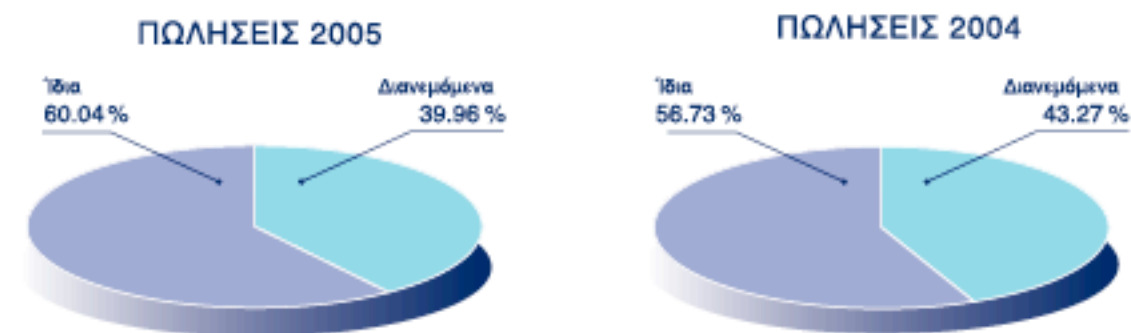
Κατά τη διάρκεια του 2005, σημαντική ανάπτυξη σημείωσαν οι κλάδοι των προϊόντων υγείας και φροντίδας, των καλλυντικών ευρείας διανομής και των προϊόντων οικιακής χρήσης, ενώ ακολούθησαν οι τομείς των καλλυντικών επιλεκτικής διανομής και αξεσουάρ αυτοκινήτου. Πιο συγκεκριμένα, ο κλάδος των προϊόντων οικιακής χρήσης είχε την υψηλότερη συνεισφορά στις ενοποιημένες πωλήσεις, σημειώνοντας αύξηση εσόδων κατά 9,67% το 2005/2004, ενώ τα καλλυντικά ευρείας διανομής ήταν ο δεύτερος σε συνεισφορά τομέας δραστηριότητας, εμφανίζοντας ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης της τάξεως του 20,31%. Εντυπωσιακή ανάκαμψη παρουσίασε ο τομέας των προϊόντων υγείας και φροντίδας, εμφανίζοντας ετήσια αύξηση 22,61% και σημειώνοντας έσοδα της τάξεως των 19,09 εκατ. ευρώ στο έτος 2005, έναντι εσόδων 15,57 εκατ. ευρώ το 2004. Η θετική αυτή εξέλιξη ήταν απόρροια της αναδιάρθρωσης του χαρτοφυλακίου προϊόντων, της ενίσχυσης του δικτύου διανομής στην Ελληνική αγορά, καθώς και της εξάπλωσης στις αγορές της Ανατολικής Ευρώπης. Αντίστοιχα θετική ήταν η εικόνα των κλάδων δραστηριότητας σε επίπεδο κερδών προ τόκων και φόρων, με τα καλλυντικά ευρείας διανομής και τα προϊόντα οικιακής χρήσης να παρουσιάζουν την υψηλότερη συνεισφορά στα ενοποιημένα κέρδη προ τόκων και φόρων και τα προϊόντα υγείας και φροντίδας να πετυχαίνουν το υψηλότερο περιθώριο κέρδους μεταξύ των τομέων δραστηριότητας του Ομίλου.

ΑΞΟΝΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Ανάλυση κύκλου εργασιών ανά κατηγορία προϊόντων (2005)



Ανάλυση κύκλου εργασιών σε ίδια VS διανεμόμενα προϊόντα





εξαιρετικά επιτυχημένη πορεία που τους διασφαλίζει την πρώτη θέση στις αγορές που διατίθενται, αλλά και στις προτιμήσεις των καταναλωτών. Με προϊόντα σχεδιασμένα σύμφωνα με τις σύγχρονες απαιτήσεις των καταναλωτών, πάντα μπροστά από τις τάσεις και τις εξελίξεις της αγοράς ο κλάδος των καλλυντικών ευρείας διανομής σημειώνει δυναμική παρουσία στην αγορά και αποτελεί έναν από τους ισχυρότερους κλάδους του Ομίλου.



Το έντονο επενδυτικό πρόγραμμα του ομίλου στην Ανατολική Ευρώπη, καθώς και το επιτυχημένο λανσάρισμα βασικών εμπορικών σημάτων, όπως το STR8, το Carroten και το σαμπουάν μύρας ORZENE, έδωσαν

## ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΑ Ευρείας Διανομής



Ο κλάδος των καλλυντικών ευρείας διανομής του Ομίλου αποτελείται από περισσότερα από 20 εμπορικά σήματα στο χώρο των καλλυντικών, μεγάλο μέρος των οποίων αποτελούν παραγωγή της εταιρείας. Με ευρέως γνωστά αρώματα, αλλά και προϊόντα για την

σημαντική ώθηση στις πωλήσεις του συγκεκριμένου κλάδου, με αποτέλεσμα οι τελευταίες να αυξηθούν κατά 20 περίπου ποσοστιαίες μονάδες σε σχέση με την αντίστοιχη περιόδου και να ανέλθουν στα 73,5 εκ. ευρώ. Αντιστοίχως, τα κέρδη προ φόρων και τόκων ανήλθαν στα 8,3 εκ. ευρώ, αυξημένα κατά 55% περίπου σε σχέση με το 2004. Τέλος, ο κλάδος των καλλυντικών ευρείας διανομής αποτέλεσε το 35% των ενοποιημένων πωλήσεων του Ομίλου για το 2005.

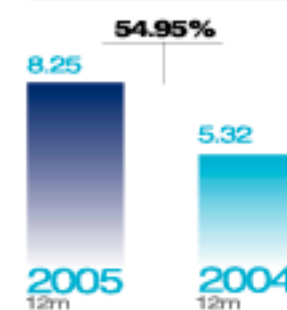
Για το 2006, αναμένεται να συνεχιστεί η ισχυρή πορεία του κλάδου μέσω της διάθεσης νέων προϊόντων στις αγορές της Ελλάδας και του εξωτερικού, αλλά και μέσω της επέκτασης της γκάμας των ιδιοπαράγόμενων προϊόντων του Ομίλου στις αγορές της Ανατολικής Ευρώπης.

### ΠΩΛΗΣΕΙΣ (€ '000,000)



20.31%

### EBIT (€ '000,000)



54.95%

αντηλιακή προστασία, για την περιποίηση των μαλλιών και της επιδερμίδας ο συγκεκριμένος κλάδος του Ομίλου κατέχει σημαντική θέση στις προτιμήσεις των καταναλωτών, καθώς επιτρέπει στους τελευταίους να αποκτήσουν προηγμένης τεχνολογίας καλλυντικά σε προσιτές τιμές. Εμπορικά σήματα όπως το STR8, το C-THRU, το BU και το X-POSE, αλλά και το Carroten και το ORZENE, έχουν σημειώσει





τεχνολογίας, μπροστά από τις εξελίξεις της αγοράς και κατάλληλα για να ικανοποιήσουν κάθε ανάγκη των καταναλωτών, ο κλάδος των προϊόντων οικιακής χρήσης σημειώνει ισχυρή παρουσία στην αγορά και αποτελεί έναν από τους πλέον αναπτυσσόμενους κλάδους του Ομίλου. Οι πωλήσεις του κλάδου των προϊόντων οικιακής χρήσης το 2005 ανήλθε στα 76 εκ. ευρώ, αύξηση κατά 10



περίπου ποσοστιαίες μονάδες σε σχέση με την προηγούμενη οικονομική χρήση, γεγονός το οποίο οφείλεται στην ισχυροποίηση της ηγετικής θέσης του Ομίλου στην εγχώρια αγορά, αλλά και στις αγορές της

## ΠΡΟΪΟΝΤΑ Οικιακής Χρήσης



Ανατολικής Ευρώπης με την προσφορά νέων προϊόντων. Σημαντική ήταν και η αύξηση των κερδών προ φόρων και τόκων, τα οποία έφτασαν τα επίπεδα των 7,2 εκ. Ευρώ, αύξηση κατά 6 περίπου ποσοστιαίες μονάδες σε σχέση με την αντίστοιχη περηνή περίοδο όπου κυμάνθηκαν στα 6,8 εκ. Ευρώ, ενώ ως ποσοστό του συνολικού ενοποιημένου κύκλου εργασιών ο συγκεκριμένος κλάδος αποτέλεσε το 37%. Ως βασικοί στόχοι για το 2006 παραμένουν η αύξηση της επενδυτικής υποστήριξης των προϊόντων και ο εμπλουτισμός της γκάμας των προϊόντων που προσφέρει η εταιρεία, καθώς και η διεύρυνση του αριθμού των χωρών δραστηριοποίησης του Ομίλου, στις οποίες θα διατίθενται τα υπάρχοντα προϊόντα της εταιρείας.



Ο κλάδος των προϊόντων οικιακής χρήσης με ονόματα που για χρόνια αποτελούν «σύμμαχο» κάθε νοικοκυριού, αποτελείται από περισσότερα από 10 ηγετικά εμπορικά σήματα στο χώρο των προϊόντων οικιακής φροντίδας, το σύνολο των οποίων παράγονται από τον Όμιλο. Με μια ευρεία γκάμα αποσμητικών χώρου, προϊόντων για τη συσκευασία των τροφίμων, την περιποίηση των υποδημάτων



αλλά και την περιποίηση της τουαλέτας ο συγκεκριμένος κλάδος του Ομίλου κατέχει την πρώτη θέση στις προτιμήσεις των καταναλωτών. Εμπορικά σήματα όπως το Sanitas, το Camel, το Afroso, το Fino και το Teza έχουν σημειώσει ιδιαίτερως επιτυχημένη πορεία στις αγορές που διατίθενται, κατακτώντας ηγετικά μερίδια στις αγορές που δραστηριοποιούνται. Με προϊόντα προηγμένης





και ωορρηξίας για το σπύτι CLEARBLUE, τα προϊόντα θαλασσοθεραπείας OCEAN VITAL, τα φυσικά καλλυντικά PERLIER, κ.α. Παράλληλα, είναι υπεύθυνος για την διανομή των προϊόντων της 3M και της Procter&Gamble 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.

## ΠΡΟΪΟΝΤΑ Υγείας & Φροντίδας



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

Οι πωλήσεις του κλάδου των προϊόντων υγείας και φροντίδας το 2005 παρουσίασαν άνοδο κατά 23 ποσοστιαίες μονάδες φτάνοντας τα 19 εκ. ευρώ από 15,6 εκ. ευρώ που ήταν το 2004. Η βελτίωση των αποτελεσμάτων προήλθε κυρίως από την πολύ καλή πορεία που σημείωσαν τα προϊόντα Korff, Lanes & Clearblue την εξεταζόμενη περίοδο. Επιπρόσθετα, σημαντική ήταν η βελτίωση των κερδών προ φόρων και τόκων του συγκεκριμένου κλάδου για το 2005, τα οποία εμφανίστηκαν αυξημένα κατά 25 περίπου ποσοστιαίες μονάδες. Τέλος, ο κλάδος των προϊόντων υγείας και φροντίδας αποτέλεσε το 9% των συνολικών ενοποιημένων πωλήσεων.

Για το 2006 η θετική πορεία του κλάδου αναμένεται να συνεχιστεί, κυρίως μέσω της προσφοράς νέων προϊόντων στην αγορά, αλλά και της ευρύτερης διάθεσης των προϊόντων στην Ανατολική Ευρώπη.



### ΠΩΛΗΣΕΙΣ (€ '000,000)

22.61%

19.09

2005  
12m

15.57

2004  
12m

### EBIT (€ '000,000)

24.79%

2.58

2005  
12m

2.06

2004  
12m

στους βασικούς προμηθευτές Φαρμακείου, προσφέροντας μία πλούσια γκάμα προϊόντων υψηλής ποιότητας όπως τις βιταμίνες & τα συμπληρώματα διατροφής LANES, τα καλλυντικά KORFF, τα φυτικά συμπληρώματα διατροφής ORTIS, τα διαγνωστικά τεστ εγκυμοσύνης



προσφέροντας μια μεγάλη γκάμα εξειδικευμένων προϊόντων.

Επιπρόσθετα, μέσω της εταιρείας Κ. Θεοδοωρίδης 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. Τέλος, ο Όμιλος μέχρι και το τέλος του 2005 εκπροσωπούσε περισσότερα από 10 ευρέως γνωστά εμπορικά σήματα στο χώρο των προϊόντων διατροφής και αξεσουάρ μικρών ζώων. Πιο συγκεκριμένα, η εταιρεία διατηρούσε μια μεγάλη γκάμα προϊόντων σχεδιασμένων για να καλύψουν τις ανάγκες και τις επιθυμίες των καταναλωτών που φιλοξενούν μικρά ζώα με εμπορικά σήματα όπως Eukanuba, IAMS, ROGZ και Natural Snacks, ενώ πλέον ο συγκεκριμένος κλάδος έχει τεθεί εκτός των δραστηριοτήτων της εταιρείας.

Τα καλλυντικά επιλεκτικής διανομής (μη περιλαμβανομένων των πωλήσεων που αφορούν στην κοινοπραξία με την Estee Lauder), το 2005 σημείωσαν δυναμική πορεία παρουσιάζοντας αύξηση πωλήσεων κατά 7 ποσοστιαίες μονάδες σε σχέση με την περσινή χρονιά, φτάνοντας τα 15,9 εκ. ευρώ. Αντιστοίχως, οι πωλήσεις

## ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ Συνεργασίες

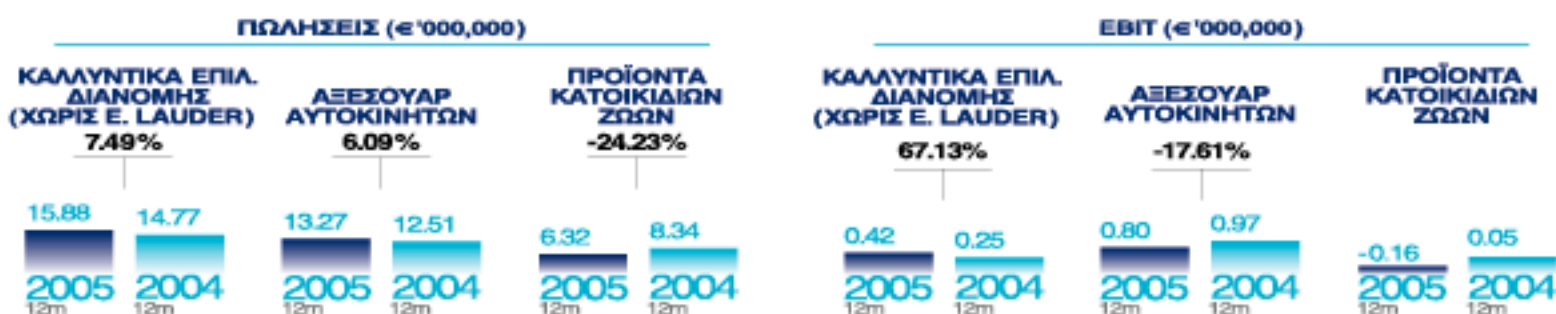
ESTEE LAUDER DONNA KARAN  
CLINIQUE L'AMER  
MAC BOBBI BROWN aramis TOMMY HILFINGER  
JO MALONE stila

Cartier DermaNew GIORGIO ARMANI  
Lolita Lempicka ORLANE COMME des GARÇONS  
BOSS LALIQUE MISS SIXTY PUPA DAVID SECKHAM FERRE JUVENA Laura Biagiotti  
NINA RICCI elle roberto cavalli Salvatore Ferragamo VALENTINO

Siemens KÖNIG autoTOP BOSSI Disney Steel mate Turtle wax forever-friends Guard



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 Cartier, Juvena, Boss, 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,

των αξεσουάρ αυτοκινήτων αυξήθηκαν κατά 6% σε σχέση με την αντίστοιχη περσινή περίοδο φτάνοντας τα 13,3 εκ. ευρώ, εξαιτίας της πολύ καλής πορείας των προϊόντων του κλάδου στις αγορές της Ανατολικής Ευρώπης, ενώ τα προϊόντα κατοικίδιων ζώων σημείωσαν 6,3 εκ. ευρώ πωλήσεις, μειωμένες κατά 24% περίπου σε σχέση με την αντίστοιχη περσινή περίοδο.



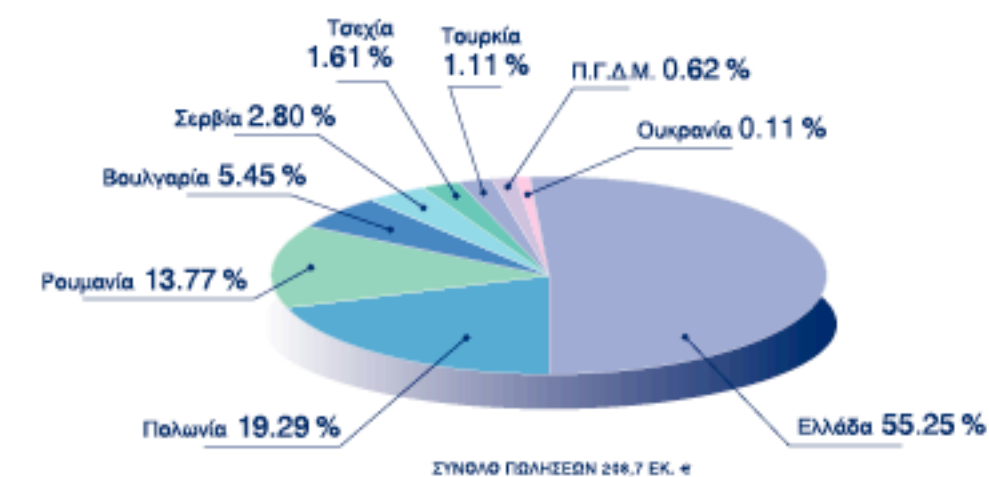




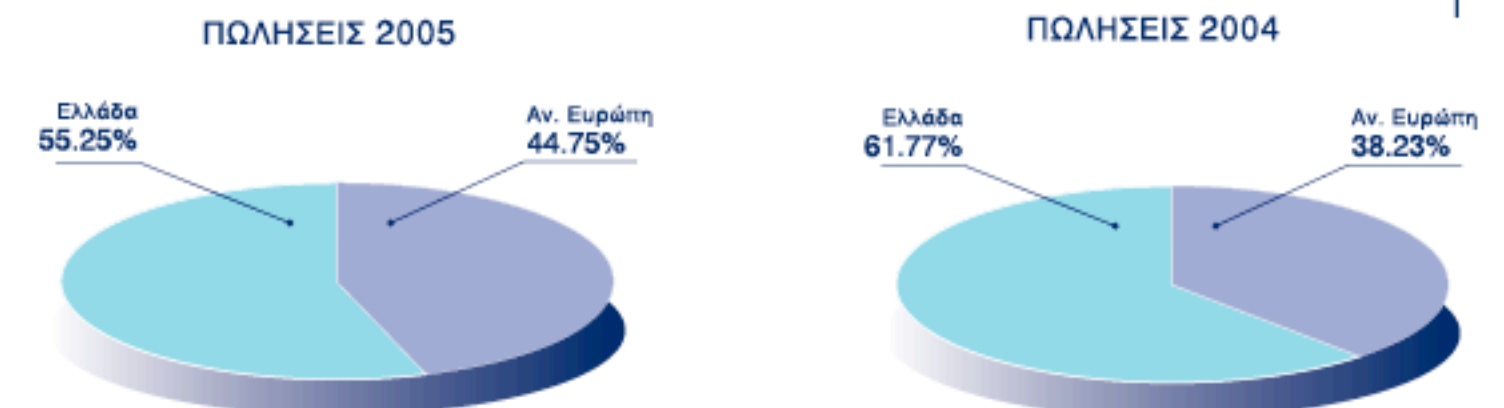
Ο Όμιλος δραστηριοποιείται στην Ανατολική Ευρώπη μέσω 8 θυγατρικών εταιριών στην Πολωνία, Ρουμανία, Βουλγαρία, Σερβία, Δημοκρατία της Τσεχίας, Π.Γ.Δ.Μ., Ουκρανία και Τουρκία, ενώ παράλληλα διατηρεί έντονη εξαγωγική δραστηριότητα σε περισσότερες από 20 χώρες. Σημαντικότεροι άξονες ανάπτυξης του Ομίλου στην Ανατολική Ευρώπη αποτέλεσαν οι αγορές της Πολωνίας (+32%), της Σερβίας (+39%) και της Τσεχίας (+45%). Αντίστοιχη θετική εικόνα παρουσιάζουν και τα επίπεδα κερδοφορίας των θυγατρικών εταιριών του Ομίλου στην Πολωνία και στη Σερβία για το 2005, καθώς αυτά εμφανίζουν διψήφιους ρυθμούς ανάπτυξης για το 2005 της τάξης του 169% και 102% αντιστοίχως. Επιπρόσθετα, βελτιωμένα οικονομικά μεγέθη παρουσιάζουν και οι θυγατρικές του Ομίλου στη Βουλγαρία (πωλήσεις +14%, EBIT +45%), Ρουμανία (πωλήσεις +21%, EBIT +20%) και FYROM (πωλήσεις +29%, EBIT +72%), εξασφαλίζοντας σημαντική αναπτυξιακή ώθηση στον Όμιλο.

## ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΟΜΙΛΟΥ ΣΤΗΝ ΑΝΑΤΟΛΙΚΗ ΕΥΡΩΠΗ

Ανάλυση κύκλου εργασιών ανά γεωγραφική περιοχή (2005)



Ανάλυση κύκλου εργασιών Ελλάδα - Αν. Ευρώπη



## 8 ΘΥΓΑΤΡΙΚΕΣ & ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Πολωνία, Ρουμανία, Βουλγαρία, Σερβία & Μοντενέγκρο, Π.Γ.Δ.Μ, Τσεχία, Ουκρανία, Τουρκία.  
Αλβανία, Αρμενία, Λευκορωσία, Βέλγιο, Βοσνία, Κροατία, Κύπρος, Αίγυπτος, Εσθονία, Αιθιοπία, Ουγγαρία, Καζακιστάν, Σαουδική Αραβία, Λετονία, Λίβανος, Λιθουανία, Μάλτα, Μολδαβία, Πορτογαλία, Ρωσία, Σλοβακία, Σλοβενία, Η.Α.Ε.





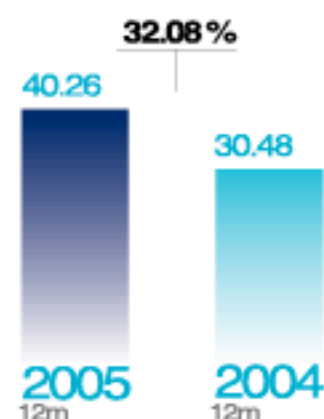
## SARANTIS POLSKA S.A.

Η εταιρεία ιδρύθηκε το 1991 και εδρεύει στη Βαρσοβία της Πολωνίας, ενώ έγινε για πρώτη φορά μέλος του Ομίλου το 2002 μετά την εξαγορά της πλειοψηφίας των μετοχών της από τη Γρ. Σαράντης ΑΒΕΕ. Κατά τη διάρκεια του 2004 η εταιρεία μετονομάστηκε από S.D. Packplast International SA σε SARANTIS POLSKA. Η εταιρεία δραστηριοποιείται στην παραγωγή και διάθεση καταναλωτικών προϊόντων και πιο συγκεκριμένα καλλυντικών ευρείας διανομής και προϊόντων οικιακής χρήσης στην Πολωνική αγορά, ενώ παράλληλα πραγματοποιεί και εξαγωγές σε χώρες όπως στη Ρωσία, Λιθουανία, Μολδαβία, κλπ. Πιο συγκεκριμένα, η εταιρεία, δραστηριοποιείται ευρέως στην παραγωγή και διάθεση προϊόντων οικιακής χρήσης με το brand Jan Niezbedny, όπως σακούλες ακουπιδιών και παγοσακούλες, σακούλες τροφίμων, χαρτί ψησίματος και αλουμινόχαρτα, ενώ επιπρόσθετα διανέμει τα προϊόντα οικιακής χρήσης Grosic, kamelia, Fino και Camel. Παράλληλα, η εταιρεία διαθέτει στην αγορά της Πολωνίας τα καλλυντικά ευρείας διανομής ίδιας παραγωγής της Γρ. Σαράντης ΑΒΕΕ και πιο συγκεκριμένα, την ανδρική αρωματική σειρά STR8 και τις γυναικείες σειρές αρωματικών C-THRU, X-POSE & BU. Τέλος, η εταιρεία διανέμει προϊόντα και άλλων εταιριών που αντιπροσωπεύει η Γρ. Σαράντης, όπως προϊόντα του Antonio Puig και Manetti-Roberts, τα οποία μέσω της SARANTIS POLSKA SA διατίθενται στην Πολωνική αγορά.

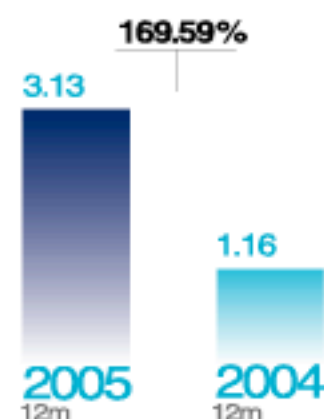
Οι προοπτικές της εταιρείας για το 2006 διαγράφονται ιδιαίτερα θετικές και η εταιρεία αποτελεί το κυρίως όχημα ανάπτυξης των δραστηριοτήτων του Ομίλου προς τις χώρες της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης καθώς και τις λοιπές χώρες της Βαλτικής.



### ΠΩΛΗΣΕΙΣ (€ '000,000)



### ΕΒΙΤ (€ '000,000)



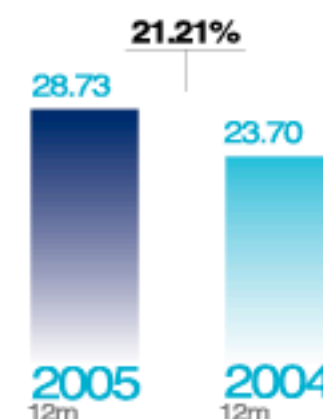
## SARANTIS ROMANIA S.A.

Η εταιρεία συστήθηκε τον Αύγουστο του 1996 και εδρεύει στο Βουκουρέστι της Ρουμανίας, ενώ κατά τη διάρκεια του 2004 μετονομάστηκε από ROMSAR Cosmetics SA σε SARANTIS ROMANIA SA. Η εταιρεία διαθέτει στην αγορά της Ρουμανίας προϊόντα ευρείας διανομής ίδιας παραγωγής της Γρ. Σαράντης ΑΒΕΕ, όπως την ανδρική αρωματική σειρά STR8, τις γυναικείες σειρές αρωματικών C-THRU, X-POSE & BU, τα αντηλιακά Carroten τα είδη περιποίησης υποδημάτων CAMEL, τα AFROSO, Fino, Pyrox, Teza αλλά και προϊόντα επιλεκτικής διανομής όπως τα Juvena, La Prairie και PUPA. Επιπρόσθετα, διανέμει τα προϊόντα ευρείας διανομής της Bolton Group, τα αρωματικά προϊόντα της Antonio Puig, τα προϊόντα της Johnson & Johnson της Church & Dwight και της L'Oreal, είδη χάρτου της Georgia Pacific με το εμπορικό σήμα Delica, καθώς και τα είδη ευρείας της Glaxo SmithKline. Τέλος, η εταιρεία διανέμει και τα αξεσουάρ αυτοκινήτου OTOTOP.

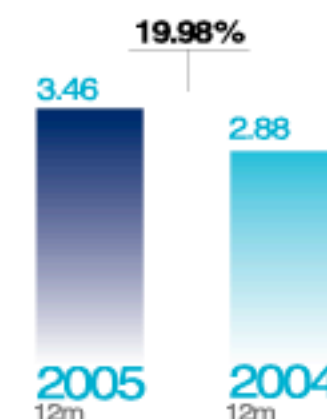
Οι προοπτικές της εταιρείας για το 2006 είναι θετικές και αναμένεται νέα αύξηση του κύκλου εργασιών μέσα από την ανάπτυξη και την ισχυροποίηση του δικτύου της διανομής και της εισαγωγής νέων κωδικών.



### ΠΩΛΗΣΕΙΣ (€ '000,000)



### ΕΒΙΤ (€ '000,000)







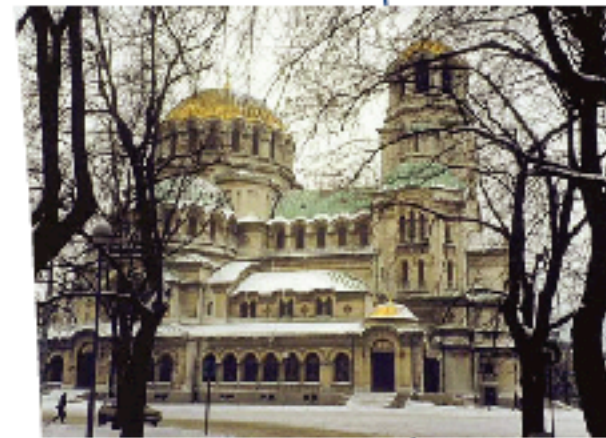
## SARANTIS BULGARIA L.T.D.

Η εταιρεία SARANTIS BULGARIA LTD ιδρύθηκε το 1994 και εδρεύει στη Σόφια της Βουλγαρίας. Η εταιρεία, η οποία αποτελεί την πρώτη θυγατρική της Γρ. Σαράντης ABEE στην Ανατολική Ευρώπη, μέσω του ισχυρού δικτύου διανομής που διαθέτει, διανέμει καταναλωτικά προϊόντα στην αγορά της Βουλγαρίας και πιο συγκεκριμένα, καλλυντικά ευρείας, επιλεκτικής και ημιεπιλεκτικής διανομής, προϊόντα οικιακής χρήσης, καθώς και προϊόντα υγείας & φροντίδας. Πιο συγκεκριμένα, στο portfolio των προϊόντων της εταιρείας ανήκουν τα ιδιοπαραγόμενα καλλυντικά ευρείας διανομής και τα προϊόντα οικιακής χρήσης της Γρ. Σαράντης ABEE, όπως η ανδρική αρωματική σειρά STR8, τις γυναικείες σειρές αρωματικών C-THRU, X-POSE & BU, τα αντηλιακά Carroten τα είδη περιποίησης υποδημάτων CAMEL και τα προϊόντα Fino, Teza, Pyrox και AFROSO, καθώς και τα καλλυντικά επιλεκτικής διανομής JUVENA, La Prairie, Nina Ricci, Lotto, Elite & Ingrid Millet. Επιπρόσθετα, η εταιρεία διατηρεί συνεργασίες διανομής των προϊόντων των εταιρειών Johnson & Johnson, Antonio Puig, Church & Dwight και Weruska & Joel στην αγορά της Βουλγαρίας.

Οι προοπτικές της εταιρείας για το 2006 είναι θετικές και αναμένεται νέα αύξηση του κύκλου εργασιών μέσω της περαιτέρω ανάπτυξης του δικτύου διανομής της, καθώς και της εισαγωγής νέων κωδικών στην τοπική αγορά.



ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ



## NETWEST L.T.D. SARANTIS SERBIA & MONTENEGRO

Η εταιρεία ιδρύθηκε το 1997 με την επωνυμία NET WEST DISTRIBUTION SERVICES LTD, SERBIA & MONTENEGRO και εδρεύει στο Βελιγράδι της Σερβίας. Η δραστηριότητα της εταιρείας περιλαμβάνει τη διανομή της πλήρους γκάμας ιδίων προϊόντων ευρείας διανομής της ΓΡ. ΣΑΡΑΝΤΗΣ Α.Β.Ε.Ε., όπως την ανδρική αρωματική σειρά STR8, τις γυναικείες σειρές αρωματικών C-THRU, X-POSE & BU, τα αντηλιακά Carroten, τα είδη περιποίησης υποδημάτων CAMEL και τα προϊόντα Fino, Afroso και Tub-o-flo, καθώς και τη διανομή των αρωμάτων της Antonio Puig.

Οι προοπτικές της εταιρείας για το 2006 είναι ιδιαίτερα θετικές και αναμένεται νέα αύξηση του κύκλου εργασιών μέσω της ανάπτυξης του δικτύου της διανομής, καθώς και της εισαγωγής νέων κωδικών.

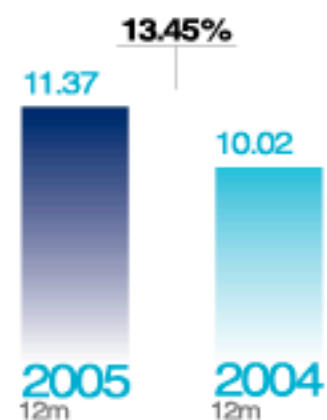


ΣΕΡΒΙΑ

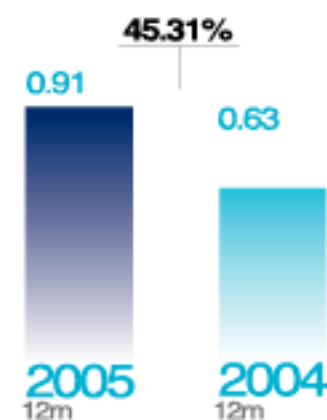
ΜΑΥΡΟΒΟΥΝΙΟ



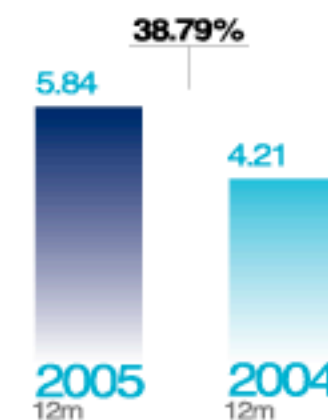
ΠΩΛΗΣΕΙΣ  
(€ '000,000)



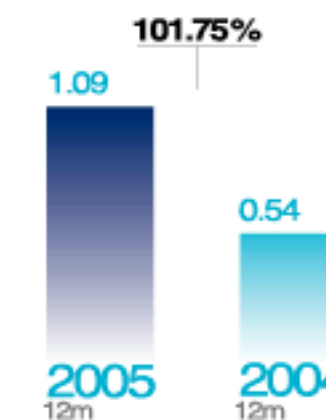
EBIT  
(€ '000,000)



ΠΩΛΗΣΕΙΣ  
(€ '000,000)



EBIT  
(€ '000,000)







## SARANTIS SKOPJE L.T.D.

Η εταιρεία ιδρύθηκε το 1997 με την επωνυμία NET WEST DISTRIBUTION SERVICES LTD D.O.O, GR. SARANTIS & OTHERS και έχει την έδρα της στα Σκόπια της Πρώην Γιουγκοσλαβικής Δημοκρατίας της Μακεδονίας. Τη σημερινή της ονομασία απέκτησε το Μάιο του 2004 όταν μετονομάστηκε από NETWEST SKOPJE LTD σε SARANTIS SKOPJE LTD. Η κύρια δραστηριότητα της εταιρείας συνίσταται στην εμπορία και διανομή των ίδιων προϊόντων ευρείας διανομής της ΓΡ. ΣΑΡΑΝΤΗΣ Α.Β.Ε.Ε, όπως τα αρωματικά STR8, C-THRU, X-POSE & BU, τα αντηλιακά Carrotten τα σιλβωτικά CAMEL και τα προϊόντα FINO, afroso και tubofo καθώς και τη διανομή των αρωματικών σειρών του ANTONIO PUIG και των προϊόντων Delica της Georgia Pacific.

Οι προοπτικές της εταιρείας για το 2006 είναι θετικές και αναμένεται αύξηση του κύκλου εργασιών με την εισαγωγή νέων κωδικών στην αγορά.

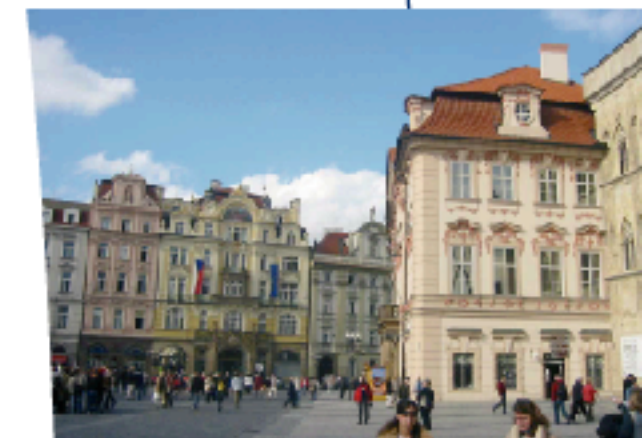
Π.Γ.Δ.Μ



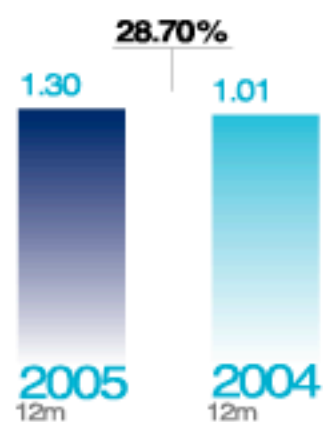
## SARANTIS CZECH REPUBLIC s.r.o.

Η εταιρεία ιδρύθηκε το 1998 και εδρεύει στην Πράγα της Δημοκρατίας της Τσεχίας. Το 2002 η εταιρεία εντάχθηκε για πρώτη φορά στον Όμιλο, ενώ τη σημερινή της ονομασία απέκτησε κατά τη διάρκεια του 2004, όταν από PACK PLAST CZECH, μετονομάστηκε σε SARANTIS CZECH REPUBLIC. Η εταιρεία ουσιαστικά ξεκίνησε να δραστηριοποιείται ως διανομέας της SARANTIS POLSKA SA στην Τσεχία, αποτελώντας έτσι το όχημα εισόδου της εταιρείας σε αυτή την αγορά. Σήμερα, η εταιρεία διαθέτει εμπορική παρουσία μέσω διάθεσης στην αγορά των ιδίων προϊόντων ευρείας διανομής της έμμεσης μητρικής της Γρ. Σαράντης ΑΒΕΕ, όπως την ανδρική αρωματική σειρά STR8, τα γυναικεία αρωματικά C-THRU, X-POSE & BU, αλλά και μέσω της διάθεσης προϊόντων οικιακής χρήσης από την άμεση μητρική της, όπως τα Fino & KORUNKA. Η εταιρεία για το 2006 αναμένει νέα αύξηση του κύκλου εργασιών της λόγω περαιτέρω ανάπτυξης του δικτύου της διανομής της, εξαιτίας της αύξησης των κωδικών των προϊόντων που διανέμει (ξεκίνησε η συνεργασία με την εταιρεία Church & Dwight για τη διανομή των Pearl Drops, καθώς επίσης και η διάθεση του Carrotten), αλλά και λόγω της έναρξης δραστηριοποίησής της στη γειτονική αγορά της Σλοβακίας.

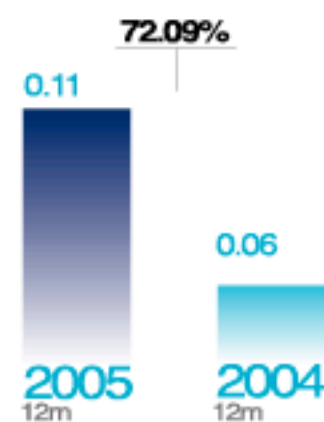
ΤΣΕΧΙΑ



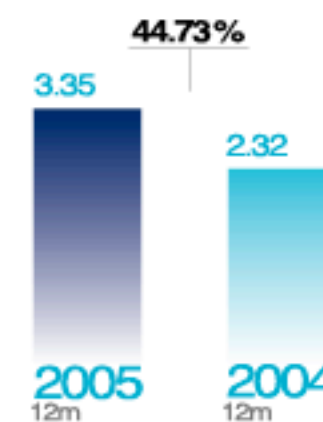
ΠΩΛΗΣΕΙΣ  
(€ '000,000)



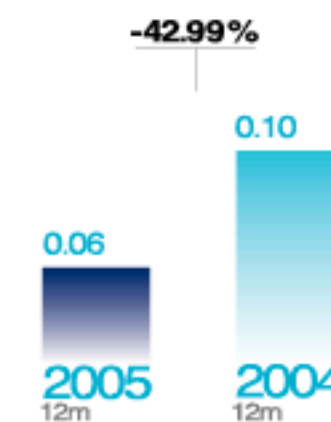
ΕΒΙΤ  
(€ '000,000)



ΠΩΛΗΣΕΙΣ  
(€ '000,000)



ΕΒΙΤ  
(€ '000,000)







## SARANTIS TURKIYE

Η Sarantis Τούρκιye ιδρύθηκε το 2005 και η κύρια δραστηριότητά της εταιρείας συνίσταται στη διανομή των αρωματικών ευρείας διανομής και των αντηλιακών της Γρ. Σαράντης ΑΒΕΕ όπως STR8, B.U., C-THRU και Carroten.



ΠΩΛΗΣΕΙΣ  
( € '000,000 )

2.32

2005 2004  
12m 12m

ΕΒΙΤ  
( € '000,000 )

-0.65

2005 2004  
12m 12m



## SARANTIS UKRAINE

Η εταιρεία ιδρύθηκε το Μάιο του 2005. Η Sarantis Ukraine δραστηριοποιείται στην Ουκρανική αγορά στις κατηγορίες των γυναικείων και ανδρικών καλλυντικών, των προϊόντων οικιακής χρήσης και περιποίησης υποδημάτων μέσω των ακόλουθων εμπορικών σημάτων: STR8, X-POSE, B.U., C-THRU, FINO, GROSİK και CAMEL. Η στρατηγική της εταιρείας βασίζεται στις αξίες της Γρ. Σαράντης ΑΒΕΕ, ενώ ταυτόχρονα προσανατολίζεται στις τοπικές ανάγκες των καταναλωτών.



ΠΩΛΗΣΕΙΣ  
( € '000,000 )

0.22

2005 2004  
12m 12m

ΕΒΙΤ  
( € '000,000 )

-0.25

2005 2004  
12m 12m



Ο Όμιλος Σαράντη διαγράφοντας τα τελευταία χρόνια μια άκρως δυναμική και επιτυχημένη αναπτυξιακή πορεία στις αγορές που δραστηριοποιείται, αποτελεί μια από τις ηγετικές δυνάμεις στην ευρύτερη περιοχή της Ανατολικής και Νοτιοανατολικής Ευρώπης στην παραγωγή και διανομή καταναλωτικών προϊόντων, κατέχοντας ηγετικά μερίδια αγοράς στις στρατηγικές κατηγορίες δραστηριοποίησής της. Η εξαιρετική πορεία του Ομίλου είναι αποτέλεσμα της σωστής στρατηγικής και προγραμματισμού της Διοίκησης, καθώς και της υποστήριξης των εργαζομένων και συνεργατών της.

Δεκαετής στόχος της εταιρείας είναι η δημιουργία ενός ανταγωνιστικού οργανισμού πωλήσεως προϊόντων για τις καθημερινές ανάγκες 400 εκατομμυρίων ανθρώπων στην Ελλάδα και στην Ανατολική Ευρώπη, ο οποίος θα του εξασφαλίσει ανταγωνιστικό συγκριτικό πλεονέκτημα μέσω της συνεπούς προσφοράς αξίας στους καταναλωτές, συνεργάτες και μετόχους της εταιρείας.

Τέσσερις είναι οι στρατηγικοί πυλώνες ανάπτυξης που θα συμβάλλουν στην επίτευξη των στόχων του Ομίλου: τα καλλυντικά ευρείας διανομής, τα προϊόντα οικιακής χρήσης, τα προϊόντα υγείας και φροντίδας και οι συνεργασίες. Μέσω της ανάπτυξης των προαναφερθέντων αξόνων η εταιρεία επιδιώκει να 'κτίσει' ένα

Η εταιρεία να γίνει ο Νο1 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.

ισχυρό portfolio ιδιοπαραγόμενων, κυρίως, προϊόντων στις στρατηγικές για αυτήν κατηγορίες, εξασφαλίζοντας ηγετικά μερίδια αγοράς. Αυτό, σε συνδυασμό με το ισχυρό δίκτυο διανομής της εταιρείας στην Ανατολική Ευρώπη, της εξασφαλίζει δυναμική παρουσία στις αγορές δραστηριοποίησης καθιστώντας την τον ιδανικό συνεργάτη για εταιρείες καταναλωτικών προϊόντων στην Ανατολική και Νοτιοανατολική Ευρώπη.

Η ανάπτυξη και ισχυροποίηση του Ομίλου προϋποθέτει οργανωτική υπεροχή, καινοτομία σε επίπεδο προϊόντων, συνεργατών και υπηρεσιών, καθώς και αποδοτικό και ικανό management, ικανότητες που θα αποτελέσουν τα εργαλεία επίτευξης των στόχων της εταιρείας, ενώ εξίσου σημαντικό παράγοντα επιτυχίας αποτελεί και η ανάπτυξη κοινής και δυνατής εταιρικής κουλτούρας στους ανθρώπους που απαρτίζουν και υποστηρίζουν τον οργανισμό.

Στα πλαίσια αυτά, τα επόμενα χρόνια η εταιρεία θα δώσει έμφαση στην ανάπτυξη των παραπάνω ικανοτήτων. Πιο συγκεκριμένα, η στρατηγική ανάπτυξης του Ομίλου για την επόμενη τριετία θα βασιστεί στην top line ανάπτυξη, στη δημιουργία οργανωτικής υπεροχής, αλλά και στην ανάπτυξη των χρηματοοικονομικών μεγεθών. Πιο συγκεκριμένα:



## ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ 'Go For Great'

### ΣΤΟΧΟΣ

## ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΜΕΡΙΔΙΩΝ ΑΓΟΡΑΣ

### ΟΡΓΑΝΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

- Επενδύσεις στις βασικές κατηγορίες
- Βελτίωση μεριδίων αγοράς & ενδυνάμωση προϊόντων
- Ανάπτυξη Δικτύου Διανομής

### NEW BUSINESS

- Επέκταση της διαδικασίας κατάρτισης Pipeline για την
- Ανάπτυξη νέων προϊόντων & λανσάρισμα νέων προϊόντων
- Διεξόδυση σε νέες, γεπτονικές κατηγορίες

### ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΕΠΕΚΤΑΣΗ

- Νέες Χώρες
- Άμεσες Εξαγωγές

### ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΣΥΜΜΑΧΙΕΣ & ΕΞΑΓΟΡΕΣ

### ΣΤΟΧΟΣ

## ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗΣ ΥΠΕΡΟΧΗΣ

### ΑΝΑΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ ΣΕ ΜΙΑ ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΕΤΑΙΡΙΑ

- Ανασχεδιασμός οργάνωσης: αλλαγή από Function σε Matrix οργάνωση
- Εφαρμογή επιτυχημένου μοντέλου σε όλες τις χώρες
- Επαναπροσδιορισμός στόμων κλειδιά στις διαδικασίες (Ανάπτυξη, Επιβράβευση, Επικοινωνία)
- Δημιουργία κουλτούρας Σαράντη βασισμένη στις βασικές αξίες
- Να γίνει η Σαράντης: «Ένας Σπουδαίος Χώρος Εργασίας»

### ΣΤΟΧΟΣ

## ΑΝΑΠΤΥΞΗ EPS > 10% ΑΝΑ ΕΤΟΣ

- Βελτίωση των περιθωρίων κέρδους μέσω ανάπτυξης παραγωγικότητας & κινήτρων αποτελεσματικότητας και ανταγωνιστική στρατηγική εφοδιασμού πρώτων υλών
- Μείωση των Χρηματοοικονομικών εξόδων
- Έξοδος από συμμετοχές σε μη στρατηγικές μειοψηφίες
- Μείωση του συνολικού φορολογικού συντελεστή



## Ανάπτυξη Νέων Προϊόντων

Ο Όμιλος για το 2005 στα πλαίσια της στρατηγικής του για την ενίσχυση και περαιτέρω ανάπτυξη των ηγετικών μεριδίων αγοράς που κατέχει στις αγορές που δραστηριοποιείται, προέβη σε λανσαρίσματα στους βασικούς κλάδους δραστηριοποίησής του, εμπλουτίζοντας έτσι τη γκάμα των εμπορικών σημάτων που διαθέτει στην αγορά. Πιο συγκεκριμένα, στον κλάδο των καλλυντικών επιλεκτικής διανομής το καρτοφυλάκιο των εμπορικών σημάτων που διανέμει ο Όμιλος εμπλουτίστηκε με τα λανσαρίσματα των αρωμάτων Jo Malone, Dermanew, D. Beckam, Extee, Elite Model, Miss sixty και esprit. Επιπρόσθετα, στον κλάδο των καλλυντικών ευρείας διανομής σημειώθηκαν επιτυχημένα επαναλανσαρίσματα με σπουδαιότερα αυτά της ανδρικής αρωματικής σειράς STR8, των αντηλιακών Caroten και του σαμπουάν μπίρας ORZENE. Τέλος, στον κλάδο των προϊόντων οικιακής χρήσης η εταιρεία από τον Απρίλιο του 2005 ανέλαβε την αποκλειστική αντιπροσωπεία και διανομή των προϊόντων SPONTEX στην Ελλάδα, συνεργασία που σηματοδοτεί τη δυναμική και ουσιαστική δραστηριοποίηση της εταιρείας ΓΡ. ΣΑΡΑΝΤΗΣ ΑΒΕΕ στην κατηγορία προϊόντων οικιακού καθαρισμού.

Η σταθερή ανάπτυξη των οικονομικών μεγεθών του Ομίλου για το 2005 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.

## Εξαιρετικές Επιδόσεις στη Δραστηριότητα του Ομίλου στις Χώρες της Ανατολικής Ευρώπης

Ιδιαίτερως ικανοποιητικά ήταν τα οικονομικά αποτελέσματα του Ομίλου για το 2005 στις αγορές της Ανατολικής Ευρώπης όπου διατηρεί δραστηριότητα. Πιο συγκεκριμένα, το ποσοστό του κύκλου εργασιών που προέρχεται από τη δραστηριότητα του Ομίλου στο εξωτερικό για το 2005 εμφανίστηκε αυξημένο κατά 7 ποσοστιαίες μονάδες σε σχέση με το 2004, αποτέλεσμα σύμφωνο με τη στρατηγική του Ομίλου για ενίσχυση της δραστηριότητας του στις αγορές του εξωτερικού. Σημαντικότεροι άξονες ανάπτυξης του Ομίλου στην Ανατολική Ευρώπη αποτέλεσαν οι αγορές της Πολωνίας (+32%), της Σερβίας (+39%) και της Τσεχίας (+45%). Αντίστοιχη θετική εικόνα παρουσιάζουν και τα επίπεδα κερδοφορίας των θυγατρικών εταιριών του Ομίλου στην Πολωνία και στη Σερβία για το 2005, καθώς αυτά εμφανίζουν διψήφιους ρυθμούς ανάπτυξης για το 2005 της τάξης του 169% και 102% αντιστοίχως. Επιπρόσθετα, βελτιωμένα οικονομικά μεγέθη παρουσιάζουν και οι θυγατρικές του Ομίλου στη Βουλγαρία (πωλήσεις +14%, EBIT +45%), Ρουμανία (πωλήσεις +21%, EBIT +20%) και FYROM (πωλήσεις +29%, EBIT +72%), εξασφαλίζοντας σημαντική αναπτυξιακή ώθηση στον Όμιλο. Τα ιδιαίτερως 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.

ΟΡΟΣΗΜΑ  
2005



## Συμφωνία με την Reiting S.A. για τη σύσταση της Sarantis Russia στη Ρωσία

Κατά τη διάρκεια του 2005 ο Όμιλος Σαράντη, στα πλαίσια περαιτέρω γεωγραφικής επέκτασης και επίτευξης του στρατηγικού του στόχου να καταστεί μια από τις ηγετικές εταιρίες διανομής καταναλωτικών προϊόντων στην Α. Ευρώπη, υπέγραψε συμφωνία με τη Ρωσική εταιρεία Reiting S.A. για τη σύσταση θυγατρικής εταιρείας υπό την ονομασία Sarantis Russia.

Κίνηση μεγάλης στρατηγικής σημασίας για τον Όμιλο, καθώς εξυπηρετεί το στρατηγικό στόχο για επέκτασή του στην εν λόγω αγορά, μέσω μιας εταιρείας που κατέχει ηγετική θέση στην αγορά διανομής καταναλωτικών προϊόντων στη Ρωσία. Στρατηγικός στόχος της Sarantis Russia είναι να καταστεί μια από τις ηγετικές εταιρίες διανομής καταναλωτικών προϊόντων στη Ρωσία, εξασφαλίζοντας ηγετικά μερίδια για τα προϊόντα της στη Ρωσική αγορά. Η σύσταση της εταιρείας και η έναρξη του κύκλου εργασιών της αναμένονται στις αρχές του 2006.

## Εξαιρετικές Οικονομικές Επιδόσεις Του Ομίλου Κατά τη Χρήση 2005

Κατά τη χρήση του 2005, ο Όμιλος Σαράντη παρουσίασε διψήφιο ρυθμό ανάδου των πωλήσεων, εξαιτίας της έντονης ανάπτυξης των κλάδων των καλλυντικών ευρείας διανομής, των προϊόντων οικιακής χρήσης και των προϊόντων υγείας και φροντίδας, αλλά και λόγω της ικανοποιητικής πορείας των αναπτυσσόμενων αγορών της Ανατολικής Ευρώπης. Η ανάπτυξη των πωλήσεων σε ετήσια βάση είναι σύμφωνη με τις προβλέψεις της Διοίκησης αναφορικά με την τάση εξέλιξης των αποτελεσμάτων του Ομίλου και βασίζεται τόσο στην εντονότερη προώθηση του καρτοφυλακίου ιδίων προϊόντων στις αγορές δραστηριοποίησης όσο και στην περαιτέρω επέκταση του Ομίλου στις αγορές της Α. Ευρώπης. Η αύξηση του EBITDA κατά 13,10% έναντι του 2004, ήταν ανώτερη της ανάδου κατά 11,21% των πωλήσεων παρά το έντονο επενδυτικό πρόγραμμα του Ομίλου σε επίπεδο διαφήμισης στις αγορές της Ανατολικής Ευρώπης, αλλά και της εισόδου στις νέες αγορές της Τουρκίας, της Ουκρανίας και της Ρωσίας, όπου σημειώθηκαν τα αντίστοιχα έξοδα εγκατάστασης. Σε επίπεδο τελικής κερδοφορίας, ο Όμιλος Σαράντη σημείωσε ιδιαίτερα θετικές επιδόσεις με τα κέρδη προ φόρων να διαμορφώνονται σε 25,28 εκατ. ευρώ το 2005, παρουσιάζοντας άνοδο κατά 15,17% έναντι του 2004, και τα κέρδη μετά από φόρους και δικαιώματα μειοψηφίας να ανέρχονται σε 19,33 εκατ. ευρώ, αυξημένα κατά 13,93% έναντι του προηγούμενου έτους. Οι ανωτέρω εξελίξεις αντανακλούν ιδιαίτερα σημαντικές επιδόσεις τόσο σε ποσοτικό όσο και σε ποιοτικό επίπεδο, καθώς ο Όμιλος πέτυχε βελτίωση της παραγωγικότητάς του, καθώς και ορθολογικοποίηση των εξόδων προώθησης και μάρκετινγκ κατά την εξεταζόμενη οικονομική χρήση.





## Πωλήσεις

Κατά τη χρήση του 2005, ο Όμιλος Σαράντη παρουσίασε διψήφιο ρυθμό ανόδου των πωλήσεων, εξαιτίας της έντονης ανάπτυξης των κλάδων των καλλυντικών ευρείας διανομής, των προϊόντων οικιακής χρήσης και των προϊόντων υγείας και φροντίδας, αλλά και λόγω της ικανοποιητικής πορείας των αναπτυσσόμενων αγορών της Ανατολικής Ευρώπης. Η ανάπτυξη των πωλήσεων σε ετήσια βάση είναι σύμφωνη με τις προβλέψεις της Διοίκησης αναφορικά με την τάση εξέλιξης των αποτελεσμάτων του Ομίλου και βασίζεται τόσο στην εντονότερη προώθηση του χαρτοφυλακίου ιδίων προϊόντων στις αγορές δραστηριοποίησης όσο και στην περαιτέρω επέκταση του Ομίλου στις αγορές της Α. Ευρώπης.

## EBITDA

Η αύξηση του EBITDA κατά 13,10% έναντι του 2004, ήταν ανώτερη της ανόδου κατά 11,21% των πωλήσεων παρά το έντονο επενδυτικό πρόγραμμα του Ομίλου σε επίπεδο διαφήμισης στις αγορές της Ανατολικής Ευρώπης, αλλά και της εισόδου στις νέες αγορές της Τουρκίας, της Ουκρανίας και της Ρωσίας, όπου σημειώθηκαν τα αντίστοιχα έξοδα εγκατάστασης.

Ισχυρά αποτελέσματα σε πωλήσεις και κέρδη παρουσιάζουν τα οικονομικά αποτελέσματα του Ομίλου Σαράντη για το έτος 2005, απόρροια των σωστών στρατηγικών επιλογών της Διοίκησης.

## EBIT

Το EBIT αυξήθηκε κατά 14,68% ετησίως φτάνοντας τα €28.15 εκ. σε σχέση με €24.55 εκ. το 2004. Ως ποσοστό των συνολικών πωλήσεων το EBIT αποτέλεσε το 13,49% το 2005 έναντι 13,08% το 2004.

## Κέρδη προ φόρων

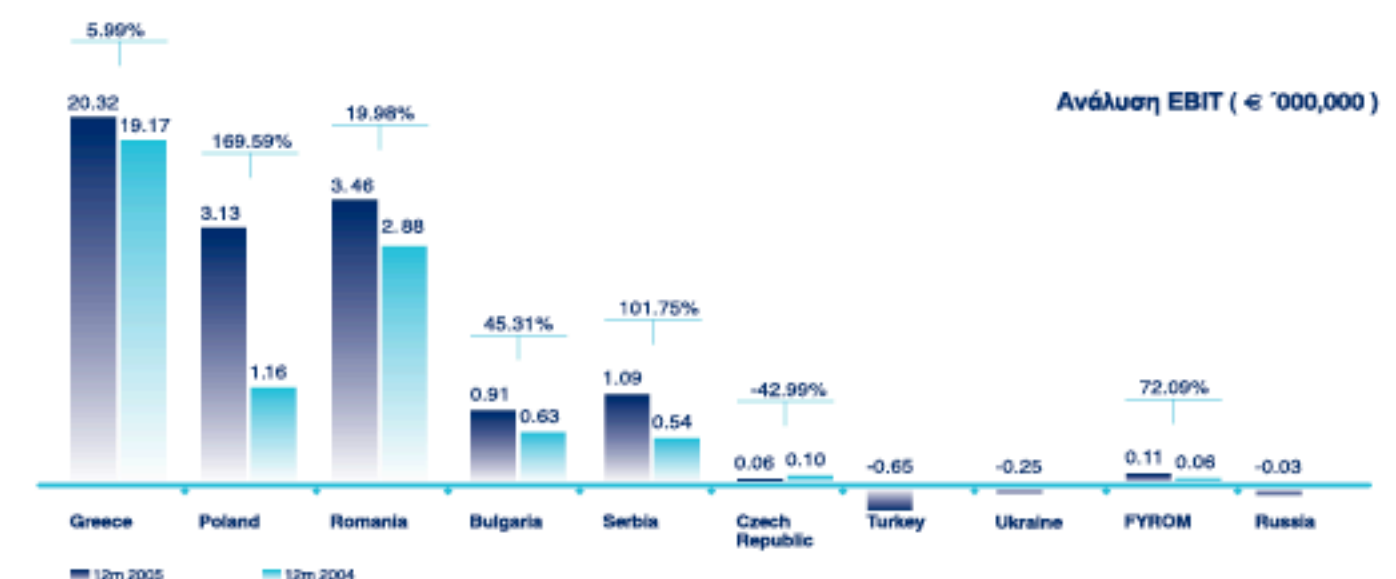
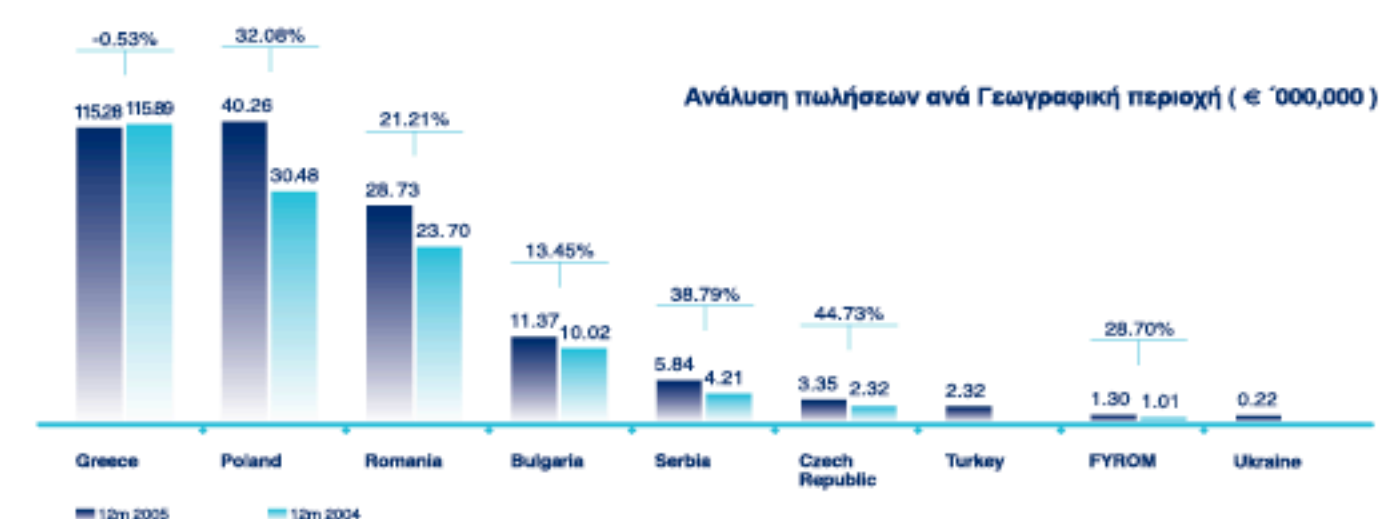
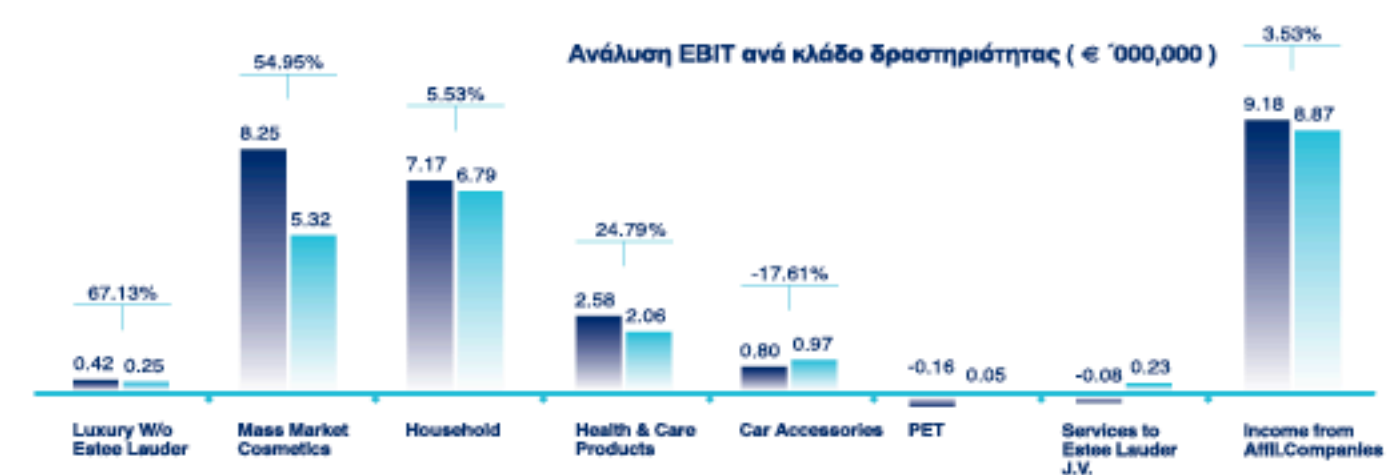
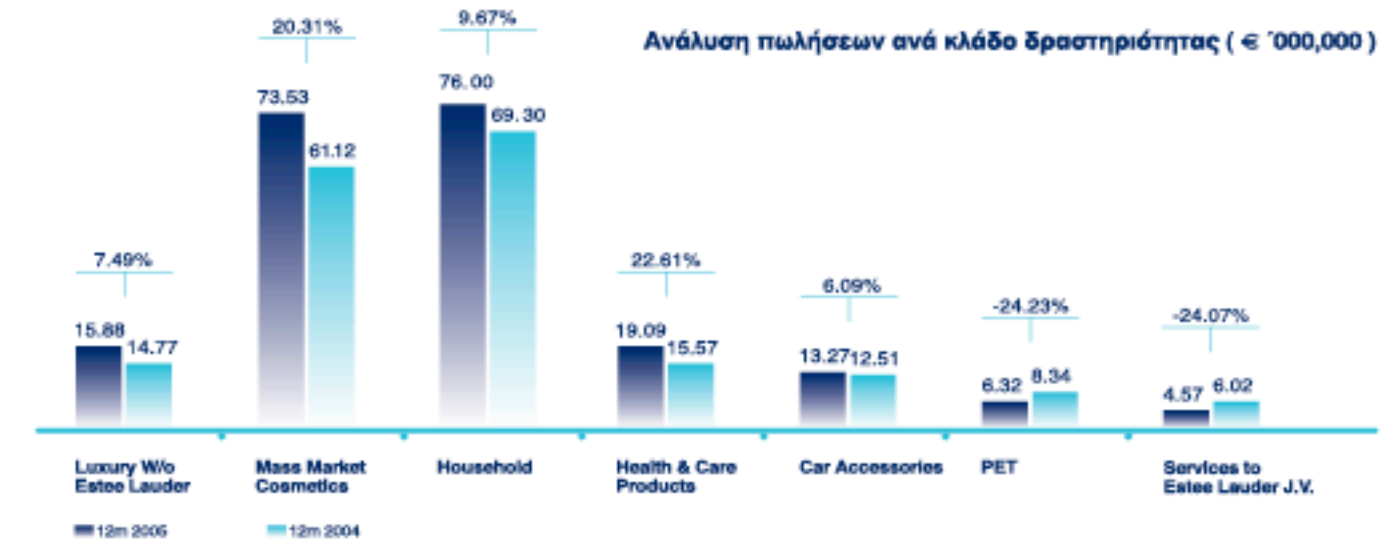
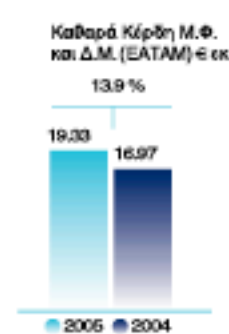
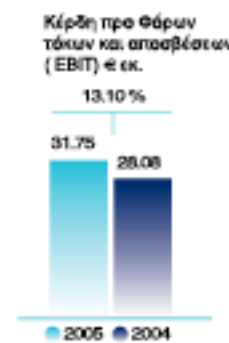
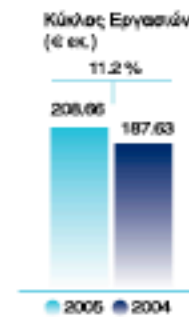
Σε επίπεδο τελικής κερδοφορίας, ο Όμιλος Σαράντη σημείωσε ιδιαίτερα θετικές επιδόσεις με τα κέρδη προ φόρων να διαμορφώνονται σε 25,28 εκατ. ευρώ το 2005, παρουσιάζοντας άνοδο κατά 15,17% έναντι του 2004, και τα κέρδη μετά από φόρους και δικαιώματα μειοψηφίας να ανέρχονται σε 19,33 εκατ. ευρώ, αυξημένα κατά 13,93% έναντι του προηγούμενου έτους. Οι ανωτέρω εξελίξεις αντανακλούν ιδιαίτερα σημαντικές επιδόσεις τόσο σε ποσοτικό όσο και σε ποιοτικό επίπεδο, καθώς ο Όμιλος πέτυχε βελτίωση της παραγωγικότητάς του, καθώς και ορθολογικοποίηση των εξόδων προώθησης και μάρκετινγκ κατά την εξεταζόμενη οικονομική χρήση.

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

Τέλος, τα κέρδη μετά από φόρους και δικαιώματα μειοψηφίας ανέρχονται σε 19,33 εκατ. ευρώ, αυξημένα κατά 13,93% έναντι του προηγούμενου έτους.



# ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ 2005









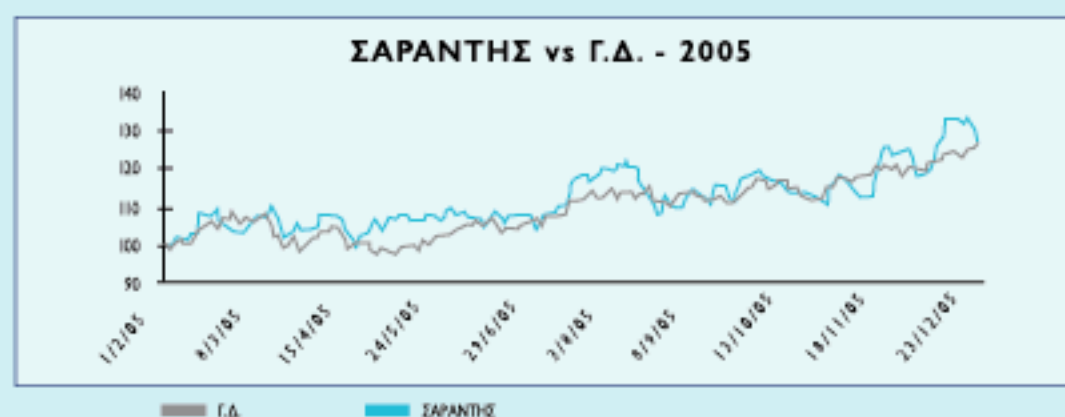
## ΜΕΤΟΧΙΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ

Reuters Ticker .....	SRSr.AT
Bloomberg Ticker .....	SAR GA
Τιμή κλεισίματος ( 31/12/05 ) .....	€ 7,16
Αριθμός Μετοχών .....	38.146.940
Κεφαλαιοποίηση ( 31/12/05 ) .....	€ 243,1 εκ.
52 εβδ. Υψηλό .....	€ 7,48 στις 27/12/05
52 εβδ. χαμηλό .....	€ 5,18 στις 3/1/05

## ΜΕΤΟΧΙΚΗ ΣΥΝΘΕΣΗ 12/2005



## ΧΡΗΜΑΤΙΣΤΗΡΙΑΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ



## Δ Ι Ο Ι Κ Η Τ Ι Κ Ο Σ Υ Μ Β Ο Υ Λ Ι Ο

Γρηγόριος Σαράντης του Πανταζή  
Πρόεδρος (εκτελεστικό μέλος)

Κυριάκος Σαράντης του Πανταζή  
Αντιπρόεδρος & Δ/νων Σύμβουλος (εκτελεστικό μέλος)

Γεώργιος Καλέτσος του Αθανασίου  
Δ/νων Σύμβουλος (εκτελεστικό μέλος)

Κωνσταντίνος Σταματίου του Φωκίωνος  
Εκτελεστικό μέλος

Κωνσταντίνος Ροζακάς του Πέτρου  
Εκτελεστικό μέλος

Πανταζής Σαράντης του Γρηγορίου  
Μη εκτελεστικό μέλος

Αικατερίνη Σαράντη του Πανταζή  
Μη εκτελεστικό μέλος

Αιμίλιος Κυπριανίδης του Συμεώνος  
Ανεξάρτητο - μη εκτελεστικό μέλος

Νικόλαος Κοντίδης του Κων/νου  
Ανεξάρτητο - μη εκτελεστικό μέλος

Καλέτσος Γεώργιος  
Αγιοστρατίτης Αντώνιος  
Βόσσος Αθανάσιος  
Ευαγγέλου Νικόλαος  
Λέκκας Μανώλης  
Μπουκουβάλας Ηλίας  
Παπανικολάου Δημήτριος  
Ροζακάς Κωνσταντίνος  
Σκίτσος Λουκάς  
Σταματίου Κωνσταντίνος  
Συροπούλου Νίκη  
Χριστόπουλος Στάθης

M A N A G E M E N T  
C O M M I T T E E

**SARANTIS**  
Great brands for everyday





## OUR MISSION

Η εταιρεία να γίνει ο Νο1 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.

*'Go for Great,*

