



ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ

«Οικονομικά Αποτελέσματα Α' Τριμήνου 2005 με βάση τα Διεθνή Πρότυπα Χρηματοοικονομικής Πληροφόρησης (Δ.Π.Χ.Π.)»

Αθήνα, 22 Ιουνίου 2005. Στο πρώτο τρίμηνο του 2005 η Folli Follie σημείωσε ισχυρή οικονομική ανάπτυξη, συνεχίζοντας την ανοδική πορεία των τελευταίων ετών.

Τα κέρδη ανά μετοχή ανήλθαν στα €0,47 έναντι €0,32 κατά την ίδια περίοδο του 2004, αυξημένα κατά 47%. Τα καθαρά κέρδη μετά φόρων ανήλθαν σε €15,6 εκ. σημειώνοντας αύξηση κατά 40% σε σχέση με το αντίστοιχο τρίμηνο του 2004, που έφθαναν τα €11,2 εκατ.

Ειδικότερα, σε ενοποιημένη βάση, ο κύκλος εργασιών για την περίοδο 1 Ιανουαρίου 2005 έως 31 Μαρτίου 2005 ανήλθε στα €53,3 εκατ., έναντι €47,2 εκατ., παρουσιάζοντας αύξηση κατά 13% σε σχέση με την αντίστοιχη περυσινή περίοδο. Σε επίπεδο καθαρών κερδών προ φόρων, τα κέρδη ανήλθαν στα €19,8 εκατ. έναντι €16 εκατ. κατά το 2004, παρουσιάζοντας αύξηση κατά 24%.

Τα κέρδη προ φόρων, τόκων και αποσβέσεων (EBITDA) ανήλθαν στα €20,2 εκατ. έναντι €16,5 εκατ. για το πρώτο τρίμηνο του 2004, μέγεθος που αντιστοιχεί σε αύξηση της τάξεως του 22%. Σε επίπεδο κερδών προ φόρων, τόκων και αποσβέσεων (EBITDA) το περιθώριο ανήλθε σε 37,8% έναντι 35% του έτους 2004.

Σε επίπεδο μητρικής εταιρείας για το πρώτο τρίμηνο του 2004, η Folli Follie ABEE παρουσίασε κύκλο εργασιών €11,6 εκατ. έναντι €11 εκατ. κατά την αντίστοιχη περίοδο του 2004, παρουσιάζοντας αύξηση 5%. Τα καθαρά προ φόρων κέρδη ανήλθαν στα €5 εκατ. έναντι €4,5 εκατ. για την ίδια περίοδο του 2004, καταγράφοντας αύξηση της τάξεως του 11%.

Αναλύοντας γεωγραφικά την κατανομή των πωλήσεων, η Ιαπωνία σημείωσε το 20%, η υπόλοιπη Ασία κατέγραψε το 48%, η Ευρώπη το 17%, και οι πωλήσεις στα Duty Free αεροδρομίων και αεροπορικών γραμμών το 15%. Σύμφωνα με την κατανομή των πωλήσεων κατά είδος, τα κοσμήματα αντιπροσωπεύουν το 66% των πωλήσεων, τα ρολόγια το 28% και τα υπόλοιπα αξεσουάρ το 6%.

Η Folli Follie, αμιγώς ελληνική εταιρεία, σχεδιάζει, παράγει και διαθέτει κοσμήματα, ρολόγια και αξεσουάρ με την επωνυμία Folli Follie. Σήμερα, η Folli Follie δραστηριοποιείται σε 20 χώρες, έχει πάνω από 280 σημεία πώλησης και συνεχίζει να επεκτείνει τις δραστηριότητές της σε νέες, στρατηγικής σημασίας αγορές, ενώ, ταυτόχρονα, ενισχύει την παρουσία της στις ήδη υπάρχουσες.

- // -