



**ΕΥΡΩΠΑΙΚΟ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΤΗ  
ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ - ΟΛΙΚΗ ΠΟΙΟΤΗΤΑ (ΜΒΑ -  
ΤQM)**

**ΜΕΛΕΤΗ ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑΣ ΓΙΑ ΙΔΡΥΣΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ  
ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ ΕΤΟΙΜΩΝ ΕΝΔΥΜΑΤΩΝ**

Διπλωματική Εργασία

Εισηγητής: Κος Γεωργακέλλος Δ.

Φοιτήτρια: Τσιναρίδου Μαρία

ΑΘΗΝΑ 2011

*Η παρούσα μελέτη έγινε για εκπαιδευτικούς σκοπούς και κάποια από τα στοιχεία που περιέχει δεν είναι απόλυτα ακριβή.*

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

|   |            |
|---|------------|
| <b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1°</b>  |            |
| <b>ΣΥΝΟΨΗ ΤΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ.....</b>  | <b>2</b>   |
| <b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2°</b>  |            |
| <b>ΒΑΣΙΚΗ ΙΔΕΑ ΚΑΙ ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ.....</b>                 | <b>6</b>   |
| <b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3°</b>  |            |
| <b>Ανάλυση της αγοράς και marketing ...</b>                           | <b>84</b>  |
| <b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4°</b>  |            |
| <b>ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ ΚΑΙ ΑΛΛΑ ΕΦΟΔΙΑ.....</b>                               | <b>84</b>  |
| <b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5°</b>  |            |
| <b>ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΑ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ.....</b>                               | <b>89</b>  |
| <b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6°</b>  |            |
| <b>ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ ΚΑΙ ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ.....</b>                     | <b>92</b>  |
| <b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7°</b>  |            |
| <b>ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΙ ΠΟΡΟΙ.....</b>  | <b>96</b>  |
| <b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8°</b>  |            |
| <b>ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ-ΧΩΡΟΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ-ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ.....</b>                   | <b>98</b>  |
| <b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9°</b>  |            |
| <b>ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΕΡΓΟΥ.....</b>                           | <b>105</b> |
| <b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10°</b>   |            |
| <b>ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ &amp; ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ .....</b> | <b>107</b> |

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1<sup>ο</sup>

### ΣΥΝΟΨΗ ΤΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ

#### 1.1 : ΒΑΣΙΚΗ ΙΔΕΑ ΚΑΙ ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

Η βασική ιδέα για την πραγματοποίηση της παρούσας μελέτης αφενός, και ολόκληρου του επενδυτικού σχεδίου αφετέρου, ξεκίνησαν από τη διαπίστωση ενός πολύ σημαντικού κενού που φαίνεται να υπάρχει στην εγχώρια αγορά και ολόκληρο τον κλάδο των ενδυμάτων. Η ανταγωνιστικότητα που υπάρχει ανάμεσα στις μεγάλες πολυεθνικές εταιρείες που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα διαμόρφωσαν μια κατάσταση εγκλωβισμού και αποκλεισμού των καταστημάτων ρούχων από τα διαθέσιμα brands των ενδυμάτων.

Με βάση τα παραπάνω δεδομένα, η παρούσα μελέτη καλείται να διαπιστώσει κατά πόσο είναι σκόπιμο να ιδρυθεί μια νέα εταιρεία (όχι ιδιαίτερα μεγάλου μεγέθους) η οποία, θα μπορεί να προσφέρει στους πελάτες τις (καταστήματα ενδυμάτων) τα best seller προϊόντα χωρίς κανένα περιορισμό και δεσμεύσεις.

#### 1.2 :ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ MARKETING

Ο κλάδος των ενδυμάτων στην Ελλάδα χαρακτηρίζεται από έντονη εισαγωγική διείσδυση με την παραγωγική δραστηριότητα να επικεντρώνεται σε μικρό αριθμό εταιρειών και την εγχώρια παραγωγή να είναι περιορισμένη σε σχέση με το σύνολο της κατανάλωσης. Τα ενδύματα αποτελούν μια ιδιαίτερη κατηγορία προϊόντων, καθώς καλούνται να καλύψουν ανάγκες που σχετίζονται άμεσα με την αισθητική και την ανάγκη για ρουχισμό, ενώ ταυτόχρονα επηρεάζονται και από τις επιταγές της μόδας.

Η νέα εταιρεία εισαγωγής ενδυμάτων σκοπεύει να κατακτήσει ένα μερίδιο της αγοράς εισάγοντας κατά το πρώτο έτος λειτουργίας της περίπου 25.000 τεμάχια ενδυμάτων πραγματοποιώντας πωλήσεις αξίας 1.458.200 €. Ως εμπορική επιχείρηση, η νέα εταιρεία, δεν θα έχει ιδιαίτερα μεγάλο κόστος marketing. Αυτό συμβαίνει γιατί η νέα εταιρεία θα εμπορεύεται ήδη πολύ γνωστά και διαφημισμένα brands. Όλα τα παραπάνω χαρακτηριστικά και η περαιτέρω ανάλυση τους βρίσκονται στο 3<sup>ο</sup> κεφάλαιο της παρούσας μελέτης.

### **1.3 : ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ ΚΑΙ ΑΛΛΑ ΕΦΟΔΙΑ**

Όπως είναι φυσικό, επειδή η νέα εταιρεία θα είναι μια εμπορική επιχείρηση, δεν θα έχει κάποια παραγωγική δραστηριότητα ούτε κάποιου είδους επεξεργασία πάνω στο προϊόν που θα εμπορεύεται. Αλλά θα εισάγει έτοιμα τα προϊόντα. Συνεπώς, με βάση τα παραπάνω δεν είναι δυνατόν να υπάρχουν πρώτες ύλες, παρά μόνο κάποια εφόδια, τα οποία θα χρειαστούν να καλύψουν τις ανάγκες λειτουργίας της εταιρείας αφενός, και την δραστηριότητα της διανομής των προϊόντων στους πελάτες αφετέρου.

### **1.4 : ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΑ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ**

Στο συγκεκριμένο κεφάλαιο αναλύονται οι ανάγκες της νέας εταιρείας σε μηχανολογικό και τεχνολογικό εξοπλισμό. Βεβαία, όπως αναφέρθηκε παραπάνω, αναφερόμαστε σε μια εμπορική επιχείρηση και όχι σε μια παραγωγική, όπου ο μηχανολογικός εξοπλισμός και η χρησιμοποιούμενη τεχνολογία θα ήταν από τα βασικότερα συστατικά ύπαρξης και λειτουργίας της εταιρείας. Με βάση τα παραπάνω λοιπόν η νέα εταιρεία θα χρειαστεί έναν τέτοιο μηχανολογικό και τεχνολογικό εξοπλισμό ικανό να εξοπλίσει τα γραφεία της επαρκώς και την δραστηριότητα της διανομής των προϊόντων της.

### **1.5 : ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ ΚΑΙ ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ**

Στο συγκεκριμένο κεφάλαιο της παρούσας μελέτης αναλύονται η οργανώσιμη δομή της υπό εξέταση εταιρείας αφενός, και τα γενικά έξοδα της εταιρείας αφετέρου. Η νέα εταιρεία όπως προκύπτει από την εξέταση των αναγκών της, θα χρειαστεί να έχει τα εξής κέντρα εργασίας (τμήματα) ή αρμοδιότητες :

- Διεύθυνση
- Τμήμα πωλήσεων
- Τμήμα προμηθειών
- Αποθήκη
- Γραμματειακή υποστήριξη

Κάθε ένα από τα παραπάνω τμήματα πρέπει να λειτουργεί σε συνεργασία με τα άλλα και να ελέγχεται από την διεύθυνση.

Ως προς τα γενικά έξοδα της εταιρείας, στη παρούσα μελέτη αναφέρονται και εξετάζονται αναλυτικά στο κεφάλαιο 6. αυτά χωρίζονται σε τρεις κατηγορίες ως εξής:

1. Τα γενικά έξοδα
2. Τα διοικητικά έξοδα
3. Τα έξοδα πωλήσεων και διανομής

Τα γενικά έξοδα αφορούν έξοδα τα οποία έχουν να κάνουν με:

- Καθαρισμό των γραφείων
- Συντήρηση
- Μεταφορά των προϊόντων
- Τηλεπικοινωνιακές παροχές
- Νομικά έξοδα

Τα διοικητικά έξοδα αφορούν έξοδα τα οποία έχουν να κάνουν με:

- Εφόδια γραφείου
- Ασφάλιστρα
- Δημόσιες σχέσεις
- Αεροπορικά εισιτήρια

Τα έξοδα πωλήσεων και διανομής αφορούν έξοδα τα οποία έχουν να κάνουν με:

- Επικοινωνίες
- Βενζίνες
- Διόδια
- Συντήρηση αυτοκινήτων
- Ασφάλιστρα αυτοκινήτων

Κατά το πρώτο έτος λειτουργίας της εταιρείας τα γενικά έξοδα ανέρχονται στο πόσο των 31.200,00 €.

## **1.6 : ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΙ ΠΟΡΟΙ**

Στη νέα εταιρεία το ανθρώπινο δυναμικό θα χωρίζεται σε εργατικό και επιτελικό.

Στο εργατικό προσωπικό θα εντάσσονται τα άτομα που θα στελεχώνουν τα τμήματα των πωλήσεων, της αποθήκης και της γραμματείας ενώ στο επιτελικό θα εντάσσεται η διεύθυνση της εταιρείας και το τμήμα προμηθειών (μόνο για το πρώτο έτος λειτουργίας).

Επίσης, ως προς το ανθρώπινο δυναμικό, η νέα εταιρεία θα κατέχει μηχανισμούς και διαδικασίες προσέλκυσης εργαζομένων. Τέλος συμφωνά με τους υπολογισμούς που έχουν πραγματοποιηθεί, το κόστος του ανθρώπινου δυναμικού κατά τη λειτουργική φάση της εταιρείας για το πρώτο έτος θα ανέρχεται στα 140.730,00 €.

## **1.7 : ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ – ΧΩΡΟΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ – ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ**

Καθώς η νέα εταιρεία θα εισάγει και θα εμπορεύεται προϊόντα οι ανάγκες για μεγάλες εγκαταστάσεις και η εύρεση χώρου τοποθεσίας για αγορά γης ή και ετοιμών κτηρίων δεν αντιπροσωπεύουν το υπό εξέταση επενδυτικό σχέδιο. Η νέα εταιρεία θα προχωρήσει σε ενοικίαση ενός χώρου συνολικής επιφάνειας περίπου 300 τμ με 150 τμ. γραφεία και 150 τμ. αποθήκη. Κατόπιν εκτεταμένης έρευνας και πληρώντας τα απαραίτητα κριτήρια για την καλύτερη δυνατή επιλογή τοποθεσίας εγκατάστασης, καταλήξαμε στο δήμο Παλλήνης στο νομό Αττικής. Το ενοίκιο που θα καλείται να καλύψει μηνιαίως η νέα εταιρεία θα ανέρχεται στα 3.200,00 €.

## **1.8 : ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΕΡΓΟΥ**

Το συγκεκριμένο κεφάλαιο της παρούσας μελέτης ασχολείται με τον χρονικό προγραμματισμό εκτέλεσης του εξεταζομένου επενδυτικού σχεδίου και ταυτόχρονα με το κόστος εκτέλεσης. Στην περίπτωση της νέας εταιρείας εισαγωγής ενδυμάτων η εκτέλεση του έργου, συμφωνά με τους απαραίτητους υπολογισμούς, θα διαρκέσει περίπου τρεις μήνες. Ταυτόχρονα το κόστος που εκτιμάται για να πραγματοποιηθούν οι απαραίτητες ενέργειες ανέρχεται στα 18.000,00 €.

## **1.9 : ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ & ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ**

Η χρηματοοικονομική ανάλυση και η αξιολόγηση είναι αυτή που θα καθορίσει την εφικτότητα και τη βιωσιμότητα όλου του επενδυτικού σχεδίου. Στη συγκεκριμένη περίπτωση της εταιρείας ενδυμάτων το συνολικό κόστος επένδυσης ανέρχεται στα 812.744,16 € όπου τα 97.000,00 € αφορούν το πάγιο ενεργητικό της εταιρείας και τα 715.744,16 € αφορούν το κεφάλαιο κίνησης. Το 50% του κόστους επένδυσης θα χρηματοδοτηθεί από το μετοχικό κεφάλαιο και το υπόλοιπο 50 % από τραπεζικό δανεισμό.

## **1.10 : ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ**

Με βάση τα στοιχεία που προκύπτουν από τα κεφάλαια της μελέτης και με βάση την ανάλυση και αξιολόγηση ως προς την εφικτότητα και την βιωσιμότητα του επενδυτικού σχεδίου για την ίδρυση νέας εταιρείας εισαγωγής ενδυμάτων, μπορούμε να βγάλουμε το συμπέρασμα πως το συγκεκριμένο επενδυτικό σχέδιο, όπως παρουσιάζεται μέσα από την μελέτη, είναι ιδιαίτερα ελκυστικό καθώς τα καθαρά κέρδη άνευ τόκων για το 1<sup>ο</sup> έτος λειτουργίας της εταιρείας ανέρχονται στα 970.620,00€ την στιγμή όπου το συνολικό κόστος επένδυσης ανέρχεται στα 812.744,16€. Είναι γεγονός, ωστόσο ότι λόγω της οικονομικής κρίσης που υπάρχει

στην αγορά της Ελλάδας, τα καθαρά κέρδη της εταιρείας παρουσιάζουν πολύ μικρή αύξηση για τα επόμενα πέντε έτη λειτουργίας (πίνακας 27) γεγονός που οφείλεται κυρίως στη μείωση των πωλήσεων στα ακριβά ρούχα – brands- και την αύξηση των πωλήσεων στα φτηνότερα.



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2<sup>ο</sup>

### ΒΑΣΙΚΗ ΙΔΕΑ ΚΑΙ ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

#### 2.1 : ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΙΔΕΑΣ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

Η παρούσα μελέτη, αποβλέπει στον έλεγχο της σκοπιμότητας για την ίδρυση μιας νέας εταιρείας εισαγωγής ενδυμάτων στο νομό Αττικής. Βασική δραστηριότητα της νέας εξεταζόμενης εταιρείας θα είναι η εισαγωγή έτοιμων ενδυμάτων από την Ιταλία με στόχο την προώθηση των προϊόντων (χονδρική πώληση) στα καταστήματα ρούχων που δραστηριοποιούνται σε όλη την Ελλάδα.

Η βασική ιδέα της ιδρύσεως της νέας εταιρείας προήρθε από την χρόνια ενασχόληση με τον κλάδο των ενδυμάτων μέσω οικογενειακής επιχείρησης που ιδρύθηκε το 1981 από τον πατέρα των μετόχων της νέας υπό εξέταση εταιρείας. Πιο συγκεκριμένα, η γέννηση της ιδέας του συγκεκριμένου επενδυτικού σχεδίου, προήρθε από το «κενό» που παρουσιάζει η διάρθρωση της αγοράς στον κλάδο των ενδυμάτων ως προς την πρόσβαση όλων των καταστημάτων ρούχων σε όλα τα brands των εταιρειών που κάνουν εισαγωγή ενδυμάτων. Η νέα εταιρεία θα προσπαθήσει να εισέρθει στο συγκεκριμένο κλάδο προσφέροντας τα καλύτερα μοντέλα ενδυμάτων από τις διασημότερες μάρκες χωρίς κανέναν περιορισμό στη ποσότητα της παραγγελίας από το κατάστημα ρούχων (πελάτη). Ο ανταγωνισμός που υπάρχει μεταξύ των μεγάλων εταιρειών εισαγωγής ενδυμάτων οδηγεί στη δέσμευση των καταστημάτων ρούχων, αφού οι ιδιοκτήτες τους, στην ουσία, πρέπει να διαλέξουν με ποια εταιρεία θα συνεργαστούν (άρα περιορισμός στις εταιρείες που θα έχει ο καταστηματάρχης) και συγχρόνως να καλύπτουν μια ελάχιστη ποσότητα από όλες τις μάρκες που προσφέρει η εταιρεία, οι οποίες μπορεί να μην όλες το ίδιο εμπορικές (άρα και περιορισμός στην ποσότητα παραγγελίας). Έτσι λοιπόν, η νέα εταιρεία μπορεί να εκμεταλλευτεί το κενό που προκύπτει από την πολιτική των μεγάλων πολυεθνικών εταιρειών εισαγωγής ενδυμάτων και να κατακτήσει ένα μερίδιο της αγοράς από τα καταστήματα ρούχων τα οποία έτσι και αλλιώς δεν είχαν πρόσβαση στα προϊόντα που η νέα εταιρεία τους προσφέρει. Ειδικότερα, μας κάνει αρκετά αισιόδοξους το γεγονός ότι με την υπάρχουσα οικονομική κρίση οι ιδιοκτήτες των καταστημάτων ρούχων θα προτιμήσουν να καλύψουν το κατάστημα τους με ρούχα οικονομικά και επώνυμα. Το συγκεκριμένο γεγονός μας κάνει να πιστεύουμε (όπως φαίνεται στο 3<sup>ο</sup> κεφάλαιο της παρούσας μελέτης μέσω της εκτίμησης πωλήσεων) ότι τα επόμενα 5 χρόνια θα αυξηθούν οι πωλήσεις στα οικονομικά ρούχα και θα μειωθούν αρκετά στα πιο ακριβά brands.

## 2.2 : ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

Η σύσταση της νέας εταιρείας πρόκειται να λάβει τη νομική μορφή και τα χαρακτηριστικά της Ομόρρυθμης Εταιρείας (Ο.Ε.) . Η επωνυμία της εταιρείας θα είναι **Αιολίς Εισαγωγική** και η έδρα της θα βρίσκεται στο δήμο Παλλήνης στο νομό Αττικής (όπως αναλύεται στο Κεφάλαιο 8 της παρούσας μελέτης).

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3<sup>ο</sup>

### **3.1 Ανάλυση της αγοράς και marketing**

Η συμπεριφορά μιας αγοράς επηρεάζεται από πολυσύνθετα φαινόμενα των οποίων οι επιπτώσεις παραμένουν λίγο πολύ ασαφείς και πολλές φορές, διαφοροποιούνται και ελέγχονται δύσκολα. Συχνά, η συμπεριφορά αυτή είναι αδύνατο να ερμηνευτεί χωρίς τη θεώρηση ποιοτικών διαστάσεων. Η τελική επιλογή ενός προϊόντος είναι συνάρτηση παραγόντων που εξαρτώνται, είτε απ' την εικόνα του (ποιοτικά χαρακτηριστικά, αισθητικά, οικονομικής φύσης, διαφήμισης, κλπ.) είτε ακόμα και απ' το ίδιο το άτομο (κοινωνική κατάσταση, επάγγελμα, προτιμήσεις, κλπ.).

Η ανάλυση αγοράς έχει δύο σκοπούς που αφορούν στην ίδρυση και ανάπτυξη της «Αιολίς Εισαγωγική». Ο πρώτος είναι να προσδιορίσει πόσο ελκυστική είναι η αγορά και οι υπο-αγορές της για τα προϊόντα της επιχείρησης. Ο δεύτερος σκοπός είναι να κατανοηθεί η δυναμική της αγοράς, ώστε να εντοπιστούν οι ευκαιρίες, αλλά και οι παγίδες. Έτσι, μπορούν να ληφθούν προληπτικά μέτρα και να συνταχθούν ανάλογες στρατηγικές.

### **3.2. Γενικά Χαρακτηριστικά του Κλάδου**

Τα γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα ανήκουν στον ευρύτερο κλάδο της Ένδυσης Κλωστοϋφαντουργίας, ο οποίος θεωρείται από τους σημαντικότερους της Ελληνικής οικονομίας και περιλαμβάνει πλήθος επιχειρήσεων. Χαρακτηριστικό του κλάδου αποτελεί η παραγωγή φασόν ή υπεργολαβία για λογαριασμό επιχειρήσεων της εγχώριας αγοράς ή του εξωτερικού. Συγκεκριμένα, ο θεσμός του φασόν εμφανίζεται με τις εξής μορφές:

- Ελληνικές εταιρίες που αναθέτουν μέρος ή το σύνολο της παραγωγικής τους διαδικασίας σε επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην εγχώρια αγορά ή στο εξωτερικό.
- Επιχειρήσεις που εδρεύουν στις χώρες της Ε.Ε. και αναθέτουν την παραγωγή ενδυμάτων σε επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην εγχώρια αγορά.

Ο κλάδος χαρακτηρίζεται ως εντάσεως εργασίας, με αποτέλεσμα το εργατικό κόστος να έχει σημαντική συμβολή στη διαμόρφωση του συνολικού κόστους παραγωγής και κατά συνέπεια στην τελική τιμή του προϊόντος. Προκειμένου να πετύχουν ελαχιστοποίηση του κόστους, ορισμένες επιχειρήσεις έχουν οδηγηθεί στη διάσπαση της παραγωγικής διαδικασίας και στην ανάθεση μέρους ή του συνόλου αυτής σε τρίτες επιχειρήσεις, που εδρεύουν κυρίως σε βαλκανικές χώρες με χαμηλό εργατικό κόστος. Η μείωση του κόστους παραγωγής αποτελεί πλέον επιτακτική ανάγκη, καθώς οξύνεται ο ανταγωνισμός που δέχονται οι ελληνικές επιχειρήσεις από φθηνά εισαγόμενα προϊόντα που προέρχονται κυρίως από τρίτες χώρες.

Η διάθεση γυναικείων υφασμάτινων ενδυμάτων στην εγχώρια αγορά πραγματοποιείται από αλυσίδες καταστημάτων λιανικής πώλησης ετοίμων ενδυμάτων, καθώς και από εξειδικευμένα καταστήματα και από πολυκαταστήματα. Επιπλέον, τα εξεταζόμενα προϊόντα διατίθενται και από μεγάλα σουπερ μάρκετ, τα οποία έχουν δημιουργήσει ειδικά τμήματα πώλησης γυναικείων υφασμάτινων ενδυμάτων στις εγκαταστάσεις τους.

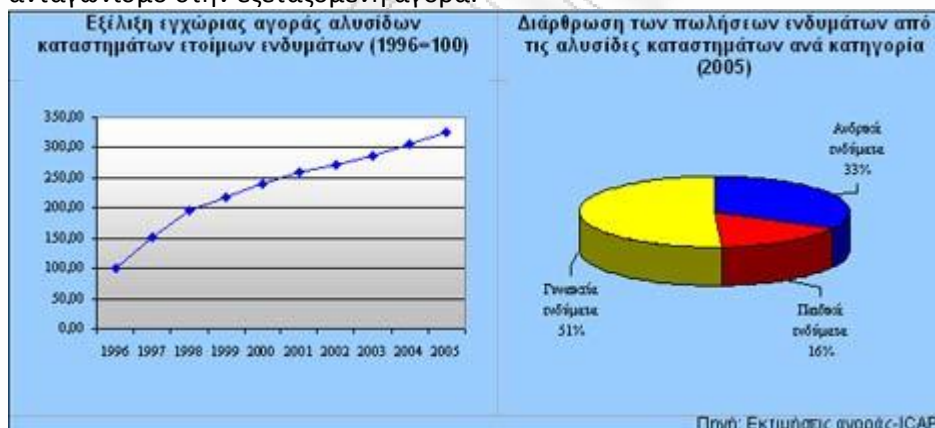
Αναφορικά με τις μεγάλες αλυσίδες καταστημάτων σημειώνεται ότι, διαθέτουν ποικιλία ειδών ένδυσης και καλά οργανωμένο δίκτυο διανομής. Η ανάπτυξή τους στην αγορά του

έτοιμου ενδύματος, κυρίως μέσω του θεσμού της δικαιόχρησης (franchising), υπήρξε ραγδαία τα τελευταία χρόνια. Η επιτυχία τους έγκειται στην εκμετάλλευση οικονομικών κλίμακας από τη διάθεση μεγάλων ποσοτήτων ενδυμάτων, στη γεωγραφική κάλυψη μεγάλου μέρους της αγοράς και στην ευρεία αναγνωρισιμότητά τους.

Οι αλυσίδες καταστημάτων ετοιμών ενδυμάτων, οι οποίες ξεκίνησαν την ουσιαστική ανάπτυξή τους στην εγχώρια αγορά στις αρχές της δεκαετίας του '90, έχουν πλέον έντονη παρουσία και συνεχίζουν να επεκτείνονται, ασκώντας ισχυρές πιέσεις στα μεμονωμένα καταστήματα. Βασικό χαρακτηριστικό του εξεταζόμενου κλάδου είναι ο μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων οι οποίες δραστηριοποιούνται σε αυτόν και διαφοροποιούνται μεταξύ τους, όχι μόνο ως προς την έκταση του δικτύου πωλήσεων, αλλά και ως προς τον τρόπο διάθεσης των προϊόντων τους. Τα παραπάνω επισημαίνονται στην κλαδική μελέτη της ICAP με τίτλο «Αλυσίδες καταστημάτων Ετοιμών Ενδυμάτων», που κυκλοφόρησε τον Ιούλιο του 2006.

Η ύπαρξη εκτεταμένου δικτύου πωλήσεων που εξασφαλίζει ευρεία γεωγραφική κάλυψη, θεωρείται σημαντικός παράγοντας επιτυχίας μιας αλυσίδας. Η μέθοδος ανάπτυξης κάθε αλυσίδας διαφέρει. Ορισμένες εκμεταλλεύονται οι ίδιες το δίκτυο λιανικής τους (εταιρικά καταστήματα). Σε άλλες περιπτώσεις η εκμετάλλευση των καταστημάτων γίνεται από επιχειρήσεις που ανήκουν στον ίδιο όμιλο, ενώ πολύ διαδεδομένη είναι και η ανάπτυξη μέσω της δικαιόχρησης (franchising), οπότε η δικαιοπάροχος εταιρεία συνήθως ελέγχει έναν αριθμό εταιρικών καταστημάτων και τα υπόλοιπα τα εκμεταλλεύονται ανεξάρτητες επιχειρήσεις (δικαιοδόχοι).

Στον εξεταζόμενο κλάδο υπάρχει έντονος ανταγωνισμός, τόσο μεταξύ των ίδιων των αλυσίδων, όσο και μεταξύ των αλυσίδων και των μεμονωμένων καταστημάτων ένδυσης. Η τιμολογιακή πολιτική, το επίπεδο εξυπηρέτησης των πελατών, η ποιότητα και η ποικιλία των προσφερόμενων ειδών, η αναγνωρισιμότητα του εμπορικού σήματος και η διαφημιστική προβολή, είναι μερικοί από τους παράγοντες που καθορίζουν τον ανταγωνισμό στην εξεταζόμενη αγορά.



Το συνολικό μέγεθος αγοράς το οποίο προκύπτει από τις αλυσίδες καταστημάτων ετοιμών ενδυμάτων, ακολούθησε ανοδική πορεία το διάστημα 1996-2005, σημειώνοντας μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης 14% (ως αλυσίδες θεωρούνται εκείνες που διαθέτουν τουλάχιστον 3 καταστήματα υπό το ίδιο εμπορικό σήμα). Το 2005, εκτιμάται ότι το εν λόγω μέγεθος αγοράς αυξήθηκε κατά 6,3% σε σχέση με το 2004.

Οι πωλήσεις ενδυμάτων καλύπτουν το 91-93% των συνολικών ετήσιων πωλήσεων των αλυσίδων τα τελευταία οκτώ χρόνια, ενώ το υπόλοιπο αφορά συμπληρωματικά προς την ένδυση είδη, όπως αξεσουάρ, εσώρουχα, υποδήματα κλπ. Το μεγαλύτερο ποσοστό επί των συνολικών πωλήσεων ενδυμάτων μέσω των εξεταζόμενων αλυσίδων για το 2005, εκτιμάται ότι καταλαμβάνουν τα γυναικεία ενδύματα (50,7%). Ακολουθεί η κατηγορία των ανδρικών ενδυμάτων με ποσοστό 33% και τα παιδικά με 16,3%.

Το σύνολο σχεδόν των αλυσίδων συνεργάζεται με πιστωτικούς οργανισμούς, παρέχοντας τη δυνατότητα στους καταναλωτές για την αγορά προϊόντων με την χρήση πιστωτικών καρτών, αλλά και με άτοκες δόσεις. Ο ανταγωνισμός μεταξύ των αλυσίδων είναι ιδιαίτερα έντονος και στον τομέα των πιστωτικών διευκολύνσεων, ορισμένες εταιρείες μάλιστα έχουν προβεί στη δημιουργία καρτών - μελών, οι οποίες προσφέρουν προνόμια στους κατόχους τους, όπως μειωμένες τιμές για τα προϊόντα τους καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου. Γενικότερα, οι πιστωτικές διευκολύνσεις που παρέχουν οι αλυσίδες επιτρέπουν την αύξηση των πωλήσεών τους, ακόμη και σε περιόδους έλλειψης ρευστότητας στην αγορά, γεγονός που τις τοποθετεί σε πλεονεκτικότερη θέση έναντι των περισσότερων μεμονωμένων καταστημάτων.

Όσον αφορά τα οικονομικά τους στοιχεία και αποτελέσματα, από την ανάλυση του ομαδοποιημένου ισολογισμού επιχειρήσεων του κλάδου, βάσει αντιπροσωπευτικού δείγματος 54 επιχειρήσεων, προκύπτουν τα εξής:

- Οι επιχειρήσεις αυτές εμφάνισαν αύξηση του συνόλου του ενεργητικού κατά 17,3%, ενώ με τον ίδιο περίπου ρυθμό (26,9%) αυξήθηκαν και τα συνολικά ίδια κεφάλαια τους, το 2005/04.
- Οι συνολικές πωλήσεις των επιχειρήσεων του δείγματος αυξήθηκαν κατά 14,7% το 2005/04, ενώ ακόμη εντονότερη ήταν η βελτίωση της κερδοφορίας τους, με τα συνολικά καθαρά (προ φόρου) κέρδη να αυξάνονται κατά 19% περίπου, το ίδιο διάστημα.

Η κυρίαρχη τάση για τα επόμενα χρόνια εκτιμάται ότι θα είναι η επέκταση των μεγάλων αλυσίδων με εμπορικά σήματα ευρείας αναγνώρισης και η συγκέντρωση των πωλήσεων σε μικρότερο αριθμό αλυσίδων. Η εξέλιξη αυτή εκτιμάται ότι θα είναι σε βάρος των μεμονωμένων καταστημάτων αλλά και αλυσίδων με περιορισμένο αριθμό σημείων πώλησης και χαμηλότερη αναγνωρισιμότητα.

Παράγοντες του εξεταζόμενου κλάδου εκτιμούν ότι με βάση τις ισχύουσες συνθήκες και τάσεις, το μέγεθος της αγοράς των αλυσίδων ετοιμών ενδυμάτων θα εξακολουθήσει να παρουσιάζει αξιόλογους ρυθμούς ανάπτυξης και τα επόμενα έτη. Συγκεκριμένα, για τη διετία 2006-2007 η εν λόγω αγορά αναμένεται να εμφανίσει μέση ετήσια αύξηση της τάξης του 7%.

### 3.3. Η ΖΗΤΗΣΗ ΓΥΝΑΙΚΕΙΩΝ ΥΦΑΣΜΑΤΙΝΩΝ ΕΝΔΥΜΑΤΩΝ

Στο παρόν κεφάλαιο σκιαγραφούνται οι κυριότεροι παράγοντες που επηρεάζουν τη ζήτηση γυναικείων υφασμάτων ενδυμάτων. Το διαθέσιμο εισόδημα, η διαφήμιση, το μέγεθος και η σύνθεση του πληθυσμού, καθώς και οι τάσεις της μόδας είναι ορισμένοι από τους κυριότερους παράγοντες που επιδρούν στη ζήτηση των εν λόγω προϊόντων. Παράλληλα με την αναφορά σε παράγοντες που επηρεάζουν τη ζήτηση, στο τέλος του συγκεκριμένου κεφαλαίου παρατίθενται ορισμένα από τα αποτελέσματα της τελευταίας Έρευνας Οικογενειακών Προϋπολογισμών της Ε.Σ.Υ.Ε. σχετικά με τις μηνιαίες δαπάνες των ελληνικών νοικοκυριών για έτοιμα γυναικεία ενδύματα. Η τιμή των προϊόντων, σε συνδυασμό με το διαθέσιμο εισόδημα, λειτουργεί θετικά ή αρνητικά ως προς τη ζήτηση των εξεταζόμενων προϊόντων, κυρίως ως προς το είδος και την ποιότητα και σε μικρότερο βαθμό ως προς την ποσότητα των υφασμάτων γυναικείων ενδυμάτων που αγοράζονται. Πάντως, σύμφωνα με παράγοντες της αγοράς, τα τελευταία χρόνια παρατηρείται στροφή

των καταναλωτών προς τα γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα, τα οποία χαρακτηρίζονται από σχετικά ικανοποιητική σχέση τιμής-ποιότητας.

Η διαφήμιση επηρεάζει ως ένα βαθμό τη ζήτηση των εξεταζομένων προϊόντων και την κατευθύνει μεταξύ των εμπορικών σημάτων της αγοράς. Επιπλέον, παρέχει ενημέρωση στους καταναλωτές για τις αλλαγές στις τάσεις της μόδας. Η διαφημιστική δαπάνη των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον εξεταζόμενο κλάδο παρουσιάζεται στο κεφάλαιο 3.2 της παρούσας μελέτης. Ο πληθυσμός των γυναικών αποτελεί σημαντικό προσδιοριστικό παράγοντα της κατανάλωσης των εξεταζόμενων προϊόντων. Στην παρούσα μελέτη ενδιαφέρει ο πληθυσμός των γυναικών ηλικίας άνω των 15 ετών. Σύμφωνα με τα στοιχεία του πίνακα 2.1, ο πληθυσμός των γυναικών που ανήκουν στην ομάδα ηλικιών 15 και άνω ανήλθε σε 4.731.016 άτομα το 2001 από 4.563.662 άτομα το 1999 (ποσοστό αύξησης 3,7%). Σύμφωνα με τις προβολές του πληθυσμού (πίνακας 2.2), ο πληθυσμός των γυναικών που ανήκουν στην εξεταζόμενη ομάδα θα συνεχίσει να αυξάνεται μέχρι και το 2030, ενώ τη δεκαετία του 2040 και 2050 θα παρουσιάσει μείωση. Συγκεκριμένα, το 2010 αναμένεται ότι ο πληθυσμός των γυναικών που ανήκουν στην ομάδα ηλικιών 15 και άνω θα φτάσει τα 4.904.472 άτομα από 4.731.016 άτομα που ήταν στην τελευταία απογραφή του πληθυσμού το 2001 (ποσοστό αύξησης 3,7%).

| <b>Πίνακας 2.1 Διάρθρωση του γυναικείου πληθυσμού κατά ηλικιακές ομάδες (1999-2001)</b> |                  |                  |                  |
|---|------------------|------------------|------------------|
| <b>Ηλικιακές Ομάδες</b>   | <b>Θήλεις</b>    |                  |                  |
|   | <b>1999</b>      | <b>2000</b>      | <b>2001</b>      |
| 15-19   | 344.075          | 338.880          | 346.954          |
| 20-24   | 382.294          | 380.684          | 398.743          |
| 25-29   | 398.847          | 399.214          | 412.286          |
| 30-34   | 402.359          | 404.739          | 429.698          |
| 35-39   | 380.125          | 382.028          | 392.394          |
| 40-44   | 365.026          | 368.147          | 395.530          |
| 45-49   | 341.424          | 343.877          | 359.063          |
| 50-54   | 326.385          | 327.967          | 350.741          |
| 55-59   | 297.996          | 297.494          | 290.503          |
| 60-64   | 325.565          | 323.556          | 343.299          |
| 65-69   | 317.568          | 318.738          | 332.472          |
| 70-74   | 275.324          | 279.463          | 298.474          |
| 75-79   | 187.320          | 192.573          | 184.494          |
| 80-84   | 114.589          | 115.262          | 109.666          |
| 85 και άνω  | 104.765          | 105.887          | 86.699           |
| <b>Σύνολο</b>   | <b>4.563.662</b> | <b>4.578.509</b> | <b>4.731.016</b> |

*Πηγή: ΕΣΥΕ*

| Πίνακας 2.2 Προβολές πληθυσμού της Ελλάδας κατά ηλικιακή ομάδα (2010-2050) |                  |                  |                  |                  |                  |
|--|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Ηλικιακές Ομάδες   | Θήλεις           |                  |                  |                  |                  |
|  | 2010             | 2020             | 2030             | 2040             | 2050             |
| 15-19  | 277.241          | 264.586          | 259.040          | 228.218          | 222.424          |
| 20-24  | 299.890          | 270.314          | 275.707          | 249.485          | 229.831          |
| 25-29  | 378.030          | 295.550          | 282.974          | 277.487          | 246.762          |
| 30-34  | 418.187          | 323.559          | 294.124          | 299.573          | 273.458          |
| 35-39  | 433.405          | 401.453          | 319.379          | 306.935          | 301.552          |
| 40-44  | 438.337          | 437.452          | 343.489          | 314.340          | 319.907          |
| 45-49  | 405.755          | 447.144          | 415.744          | 334.569          | 322.439          |
| 50-54  | 391.735          | 445.412          | 445.042          | 352.636          | 324.176          |
| 55-59  | 357.111          | 405.745          | 447.098          | 416.969          | 337.761          |
| 60-64  | 340.136          | 384.449          | 437.678          | 438.423          | 349.186          |
| 65-69  | 287.973          | 342.709          | 390.664          | 432.046          | 404.568          |
| 70-74  | 311.228          | 312.828          | 356.344          | 408.581          | 412.009          |
| 75-79  | 280.699          | 240.226          | 290.915          | 336.657          | 377.920          |
| 80-84  | 181.401          | 209.784          | 218.329          | 258.031          | 305.477          |
| 85-89  | 75.514           | 123.103          | 112.880          | 147.568          | 182.468          |
| 90 και άνω   | 27.830           | 55.466           | 80.271           | 94.199           | 130.933          |
| <b>Σύνολο</b>  | <b>4.904.472</b> | <b>4.959.780</b> | <b>4.969.678</b> | <b>4.895.717</b> | <b>4.740.871</b> |

Πηγή: Ε.Σ.Υ.Ε.

Οι τάσεις της μόδας υπαγορεύουν τις όποιες αλλαγές στα σχέδια και στα υλικά κατασκευής των γυναικείων υφασμάτων ενδυμάτων και οδηγούν στη συχνότερη ανανέωση αυτών. Ένδειξη της κατανάλωσης υφασμάτων γυναικείων ενδυμάτων αποτελεί και η μέση μηνιαία δαπάνη των νοικοκυριών για γυναικεία ενδύματα, όπως καταγράφηκε από την ΕΣΥΕ στην Έρευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών της περιόδου Φεβρουαρίου 2004 – Ιανουαρίου 2005 (πίνακες Π2.1-Π2.3 παραρτήματος). Η εν λόγω έρευνα κάλυψε βάσει δείγματος τα νοικοκυριά όλης της χώρας, ανεξάρτητα από μέγεθος ή άλλα οικονομικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά τους. Ένας από τους σκοπούς της έρευνας, είναι η συγκέντρωση πληροφοριών για την αξία των αγορών των νοικοκυριών για κάθε είδους αγαθό και υπηρεσία. Τα ελληνικά νοικοκυριά δαπανούν για έτοιμα ενδύματα €103,24 μηνιαίως, από τα οποία τα €40,95 (ποσοστό 39,66%) προορίζονται για την αγορά γυναικείων ενδυμάτων. Πληροφοριακά αναφέρεται ότι, σύμφωνα με την προηγούμενη αντίστοιχη έρευνα της ΕΣΥΕ (Νοέμβριος 1998 – Οκτώβριος 1999), το ποσοστό συμμετοχής των γυναικείων ενδυμάτων στο σύνολο των μηνιαίων δαπανών για τα ενδύματα ήταν 41,35%.

Από τα στοιχεία του πίνακα Π2.1 προκύπτει ότι, οι δαπάνες για γυναικεία ενδύματα είναι υψηλότερες στο πολεοδομικό συγκρότημα της Θεσσαλονίκης (€52,97), ενώ οι αγροτικές περιοχές παρουσιάζουν τη χαμηλότερη μηνιαία δαπάνη (€26,88).

Σε ότι αφορά την εισοδηματική κατάσταση των νοικοκυριών (πίνακας Π2.2 του παραρτήματος), διαπιστώνεται ότι τα υψηλότερα ποσά για γυναικεία ενδύματα δαπανώνται από τις οικογένειες με μηνιαίο συνολικό εισόδημα €3.501 και άνω (€92,48), ενώ στην αμέσως προηγούμενη εισοδηματική τάξη (€2.801 -€3.500) η μέση μηνιαία δαπάνη ανέρχεται σε €61,68. Αντίστοιχα συμπεράσματα προκύπτουν και από την εξέταση της συμπεριφοράς των νοικοκυριών διαφορετικών μηνιαίων συνολικών αγορών (πίνακας Π2.3 του παραρτήματος), όπου οι υψηλότερες δαπάνες για έτοιμα γυναικεία ενδύματα πραγματοποιούνται από νοικοκυριά με μηνιαίες συνολικές αγορές €3.501 και άνω (€114,29). Σύμφωνα με εκπροσώπους του κλάδου, ένας άλλος παράγοντας που έχει αρχίσει να επηρεάζει περισσότερο τα τελευταία χρόνια τις πωλήσεις γυναικείων υφασμάτων ενδυμάτων, είναι οι ακραίες καιρικές συνθήκες. Ο παράγοντας αυτός επηρεάζει τις πωλήσεις συγκεκριμένων εποχιακών προϊόντων (π.χ. παλτά, μπουφάν) δημιουργώντας μεγάλα stock στις εταιρείες.

**Π2.1 Μέσος όρος μηνιαίων δαπανών των νοικοκυριών για έτοιμα ενδύματα κατά βαθμό αστικοποίησης**

| Χαρακτηριστικά νοικοκυριών | Όλες οι περιοχές | Αστικές περιοχές        |                        |                                     |                         | Ημιαστικές περιοχές | Αγροτικές περιοχές |
|----------------------------|------------------|-------------------------|------------------------|-------------------------------------|-------------------------|---------------------|--------------------|
|                            |                  | Σύνολο αστικών περιοχών | Περιφέρεια πρωτεύουσας | Πολυεδομικό συγκρότημα Θεσσαλονίκης | Λοιπές αστικές περιοχές |                     |                    |
| Έτοιμα γυναικεία ενδύματα  | 40,95            | 46,16                   | 46,65                  | 52,97                               | 42,96                   | 35,85               | 26,88              |
| Ενδύματα                   | 103,24           | 113,8                   | 114,99                 | 123,68                              | 108,45                  | 94,74               | 73,62              |

Όλα τα ποσά έχουν μετατραπεί σε ευρώ βάσει της επίσημης ισοτιμίας €1=340,75 δρχ. Τυχόν αποκλίσεις σε ορισμένους λογαριασμούς οφείλονται στην προσαρμογή στο νέο νόμισμα.

Πηγή: ΕΣΥΕ (Έρευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών 2004/05)

**Π2.2 Μέσος όρος μηνιαίων αγορών των νοικοκυριών κατά τάξεις μηνιαίου συνολικού εισοδήματος**

| Χαρακτηριστικά νοικοκυριών | Όλα τα νοικοκυριά | Νοικοκυριά με μηνιαίο συνολικό εισόδημα (€): |          |          |          |          |          |          |              |
|----------------------------|-------------------|--|----------|----------|----------|----------|----------|----------|--------------|
|                            |                   | Μέχρι 750                                    | 751-1100 | 110-1450 | 145-1800 | 180-2200 | 220-2800 | 280-3500 | 3501 και άνω |
| Έτοιμα γυναικεία ενδύματα  | 40,95             | 15,26  | 18,93    | 25,46    | 30,76    | 38,47    | 47,76    | 61,68    | 92,48        |
| Ενδύματα                   | 103,24            | 31,10  | 44,34    | 65,50    | 83,01    | 100,07   | 127,00   | 160,53   | 223,00       |

Όλα τα ποσά έχουν μετατραπεί σε ευρώ βάσει της επίσημης ισοτιμίας €1=340,75 δρχ. Τυχόν αποκλίσεις σε ορισμένους λογαριασμούς οφείλονται στην προσαρμογή στο νέο νόμισμα.

Πηγή: ΕΣΥΕ (Έρευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών 2004/05)

**Π2.3 Μέσος όρος μηνιαίων αγορών των νοικοκυριών κατά τάξεις μηνιαίων συνολικών αγορών**

| Χαρακτηριστικά νοικοκυριών | Όλα τα νοικοκυριά | Νοικοκυριά με μηνιαίες συνολικές αγορές (€): |          |          |          |          |          |          |              |
|----------------------------|-------------------|--|----------|----------|----------|----------|----------|----------|--------------|
|                            |                   | Μέχρι 750                                    | 751-1100 | 110-1450 | 145-1800 | 180-2200 | 220-2800 | 280-3500 | 3501 και άνω |
| Έτοιμα γυναικεία ενδύματα  | 40,95             | 5,85   | 13,24    | 17,62    | 22,79    | 32,3     | 48,68    | 59,66    | 114,29       |
| Ενδύματα                   | 103,24            | 10,84  | 28       | 46,83    | 64,13    | 86,44    | 127,76   | 154,14   | 277,09       |

Όλα τα ποσά έχουν μετατραπεί σε ευρώ βάσει της επίσημης ισοτιμίας €1=340,75 δρχ. Τυχόν αποκλίσεις σε ορισμένους λογαριασμούς οφείλονται στην προσαρμογή στο νέο νόμισμα.

Πηγή: ΕΣΥΕ (Έρευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών 2004/05)

**Η προσφορά γυναικείων υφασμάτων ενδυμάτων**

Σε συνέχεια της παρουσίασης των βασικών χαρακτηριστικών και προσδιοριστικών παραγόντων της ζήτησης γυναικείων υφασμάτων ενδυμάτων στο προηγούμενο κεφάλαιο, αναφέρονται τα στοιχεία που σκιαγραφούν την προσφορά των προϊόντων αυτών, πραγματοποιώντας και συνοπτική αναφορά στις κυριότερες εταιρείες που δραστηριοποιούνται στον κλάδο (παραγωγικές και εισαγωγικές).

**Δομή και Διάρθρωση του Κλάδου**

Στον κλάδο των γυναικείων υφασμάτων ενδυμάτων δραστηριοποιείται σημαντικός αριθμός επιχειρήσεων, οι οποίες διακρίνονται σε δύο βασικές κατηγορίες από άποψη μεγέθους.

Η πρώτη κατηγορία αφορά τις μεγάλες εταιρείες, αρκετές από τις οποίες εφαρμόζουν σύγχρονες μεθόδους μάρκετινγκ και προώθησης των προϊόντων τους. Ορισμένες εξ αυτών έχουν επεκταθεί και στη λιανική πώληση ενδυμάτων, εκμεταλλευόμενες δικά τους (εταιρικά) καταστήματα, ή/ και αναπτύσσοντας το δίκτυό τους μέσω του θεσμού της δικαιόχρησης (franchising). Η δεύτερη κατηγορία αφορά τις μικρότερες επιχειρήσεις, οι οποίες έχουν κατά κύριο λόγο το χαρακτήρα της βιοτεχνίας. Η πλειονότητα αυτών έχει περιορισμένες δυνατότητες αξιοποίησης της σύγχρονης τεχνολογίας και βελτίωσης της παραγωγικότητας. Το μεγαλύτερο μέρος της παραγωγής καλύπτεται από πολλές επιχειρήσεις μικρού και μεσαίου μεγέθους, οι οποίες πραγματοποιούν την παραγωγή τους σε ίδιες εγκαταστάσεις ή/και σε εγκαταστάσεις τρίτων (της εγχώριας αγοράς ή του



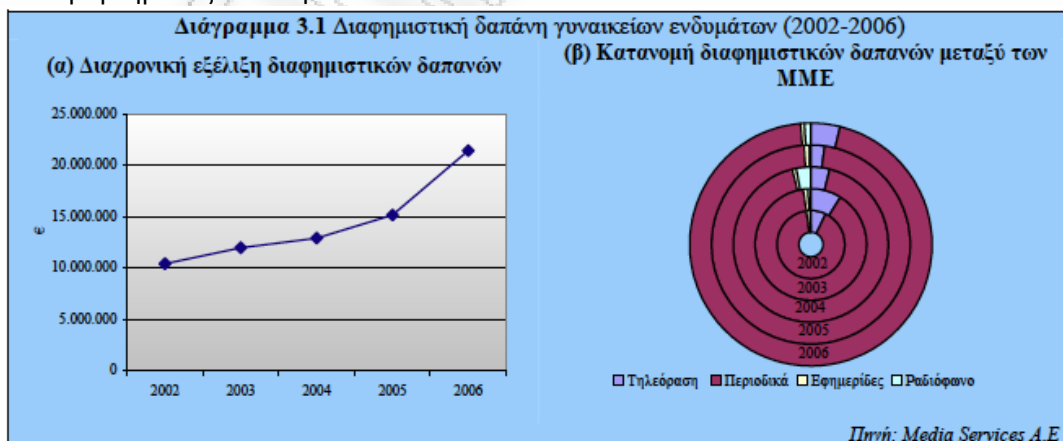
εξωτερικού). Αρκετές από τις μικρότερου μεγέθους εταιρίες πραγματοποιούν ορισμένα στάδια ή το σύνολο της παραγωγής για λογαριασμό τρίτων (φασόν).

Ο κλάδος χαρακτηρίζεται ως εντάσεως εργασίας, με αποτέλεσμα σημαντικό μέρος της παραγωγικής δραστηριότητας να έχει μεταφερθεί εκτός των ελληνικών συνόρων, σε χώρες (όπως οι βαλκανικές) όπου το εργατικό κόστος παραμένει σε χαμηλά επίπεδα, ώστε να μην επηρεάζεται αυξητικά η διαμόρφωση του συνολικού κόστους παραγωγής. Το στάδιο της παραγωγικής διαδικασίας που συνήθως πραγματοποιείται σε εγκαταστάσεις τρίτων είναι η ραφή των ενδυμάτων, ενώ ο σχεδιασμός και η κοπή γίνεται στις εγκαταστάσεις της εταιρείας.

Ορισμένες εταιρείες παραγωγής γυναικείων υφασμάτων ενδυμάτων έχουν εξαγωγικό προσανατολισμό, κατευθύνοντας μεγάλο μέρος ή το σύνολο της παραγωγής τους σε πελάτες του εξωτερικού, με αποτέλεσμα να μην έχουν παρουσία στην εγχώρια αγορά (κατανάλωση). Ο τομέας εισαγωγής γυναικείων υφασμάτων ενδυμάτων απαρτίζεται από μεγάλο αριθμό επιχειρήσεων, αρκετές εκ των οποίων ασχολούνται με την εισαγωγή και εμπορία προϊόντων με γνωστά εμπορικά σήματα. Παράλληλα, στην αγορά δραστηριοποιούνται και εταιρείες οι οποίες πραγματοποιούν εισαγωγές σε «άνωνυμα» φθηνά προϊόντα τα οποία προέρχονται κυρίως από τρίτες χώρες. Στο σημείο αυτό θα πρέπει να τονισθεί ότι, γενικά η κατάργηση των ποσοτώσεων επί των εισαγωγών στον κλάδο των κλωστοϋφαντουργικών ειδών και ειδών ένδυσης την 1η Ιανουαρίου 2005, επηρέασε αρνητικά τον κλάδο, καθώς οδήγησε στην αύξηση των εισαγωγών από την Κίνα. Ο ανταγωνισμός που δέχονταν και δέχονται τα ελληνικά προϊόντα από τα αντίστοιχα εισαγόμενα από ασιατικές χώρες είναι έντονος. Το γεγονός αυτό οδήγησε στη σύναψη νέας συμφωνίας μεταξύ της Ε.Ε. και της Κίνας για την επαναφορά ποσοτικών περιορισμών σε δέκα προϊόντα, περιορισμοί οι οποίοι θα καταργηθούν την 1η Ιανουαρίου 2008.

#### Διαφημιστική Δαπάνη Γυναικείων Ενδυμάτων

Ο κλάδος των γυναικείων ενδυμάτων γενικότερα, χαρακτηρίζεται από υψηλές διαφημιστικές δαπάνες στα ΜΜΕ. Η διαχρονική εξέλιξη των διαφημιστικών δαπανών για τα εξεταζόμενα προϊόντα στα μέσα μαζικής επικοινωνίας, καθώς και η ποσοστιαία κατανομή τους μεταξύ τηλεόρασης, περιοδικών, εφημερίδων και ραδιοφώνου παρουσιάζεται στο διάγραμμα 3.1. Τα απόλυτα ονομαστικά στοιχεία παρατίθενται στους πίνακες Π3.1 και Π3.2 του παραρτήματος του κεφαλαίου.



Η συνολική διαφημιστική δαπάνη των γυναικείων υφασμάτων ενδυμάτων ακολούθησε ανοδική πορεία κατά την περίοδο 2002-2006 με μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης 19,79%, ανερχόμενη σε €21,4 εκ. το 2006 από €10,4 εκ. το 2002. Το διαφημιστικό μέσο το οποίο

απορρόφησε το μεγαλύτερο μέρος της διαφημιστικής δαπάνης, καθ' όλη την εξεταζόμενη περίοδο, είναι τα περιοδικά. Συγκεκριμένα, το 2006 τα περιοδικά κάλυψαν το 94,6% της συνολικής διαφημιστικής δαπάνης, η τηλεόραση το 4%, οι εφημερίδες το 0,56% και το ραδιόφωνο το 0,84%.

Το μεγαλύτερο ποσοστό στη διαφημιστική δαπάνη γυναικείων ενδυμάτων το 2006 κατέλαβαν τα ενδύματα «Toi & Moi», με μερίδιο 7,06%. Ακολουθούν τα ενδύματα «Bsb Trends» με ποσοστό συμμετοχής 6,91% και τα ενδύματα «Lussile» με μερίδιο 4,25% αντίστοιχα. Το 2005, το μεγαλύτερο μερίδιο της συνολικής διαφημιστικής δαπάνης κατέλαβαν τα γυναικεία ενδύματα «Bsb Trends» (11,48%). Ακολουθεί το εμπορικό σήμα «Toi & Moi» με ποσοστό συμμετοχής 8,02% και το «Lussile» με μερίδιο 4,07%.

Ο πίνακας Π3.3 του παραρτήματος παρουσιάζει την εξέλιξη των διαφημιστικών δαπανών για ανδρικά και γυναικεία ενδύματα στα μέσα μαζικής επικοινωνίας, καθώς και την ποσοστιαία κατανομή τους μεταξύ τηλεόρασης, περιοδικών, εφημερίδων και ραδιοφώνου. Η συνολική διαφημιστική δαπάνη των ανδρικών-γυναικείων ενδυμάτων εμφάνισε αύξηση την περίοδο 2006/05 κατά 11,3% και διαμορφώθηκε σε €8,5 εκ. Το 2006 από €7,6 εκ. το 2005. Το κύριο διαφημιστικό μέσο της συγκεκριμένης κατηγορίας ενδυμάτων ήταν τα περιοδικά, τα οποία κάλυψαν το 92,9% και το 98% της συνολικής διαφημιστικής δαπάνης το 2005 και το 2006 αντίστοιχα. Το μεγαλύτερο ποσοστό στη διαφημιστική δαπάνη το 2006 απορρόφησαν τα ενδύματα «Lak» (15,11%). Ακολουθούν τα ενδύματα «Boss» με μερίδιο 9,21% και τα «Burberrys» με ποσοστό συμμετοχής 7,30%.

#### **Κανάλια Διάθεσης των Προϊόντων του Κλάδου**

Οι εταιρείες υφασμάτων γυναικείων ενδυμάτων διοχετεύουν τα προϊόντα τους στην αγορά μέσω αντιπροσώπων και χονδρεμπόρων ενώ αρκετές επιχειρήσεις (παραγωγικές, εισαγωγικές) διατηρούν και δικά τους σημεία λιανικής πώλησης. Το δίκτυο λιανικής πώλησης των εταιρειών αυτών ενδέχεται να περιλαμβάνει εκτός από ιδιόκτητα – εταιρικά καταστήματα και καταστήματα που λειτουργούν με το σύστημα της δικαιόχρησης (franchising). Τα προϊόντα διατίθενται στους καταναλωτές μέσω αλυσίδων καταστημάτων λιανικής πώλησης ενδυμάτων, μέσω εξειδικευμένων-μεμονωμένων καταστημάτων, πολυκαταστημάτων και σούπερ – μάρκετ. Στον κλάδο του λιανικού εμπορίου ενδυμάτων και ειδικότερα των γυναικείων ενδυμάτων έχουν σημειωθεί σημαντικές μεταβολές κατά τη διάρκεια της προηγούμενης δεκαετίας. Μέχρι τις αρχές της δεκαετίας του '90, τα μεμονωμένα σημεία πώλησης αποτελούσαν το κύριο κανάλι διανομής των ετοιμών ενδυμάτων, ενώ έκτοτε άρχισαν να αναπτύσσονται οι αλυσίδες καταστημάτων ετοιμών ενδυμάτων.

Η ανάπτυξη των αλυσίδων πραγματοποιήθηκε με ταχείς ρυθμούς, περιορίζοντας τις πωλήσεις των μεμονωμένων καταστημάτων και εντείνοντας τον ανταγωνισμό. Σύμφωνα με κλαδική μελέτη για τις «Αλυσίδες Καταστημάτων Ετοιμών Ενδυμάτων» που εκπονήθηκε από την ICAP (έκδοση: Ιούλιος 2006), οι αλυσίδες καταστημάτων έχουν αναδειχθεί σε σημαντικό κανάλι διανομής ετοιμών ενδυμάτων ιδιαίτερα κατά τα τελευταία χρόνια. Η παρουσία τους στην αγορά είναι έντονη, εκτοπίζοντας σταδιακά τα μεμονωμένα σημεία πώλησης. Παράγοντες που ευνόησαν την εξέλιξη αυτή ήταν η σταδιακή ανάπτυξη των δικτύων πωλήσεων των αλυσίδων συχνά με τη μέθοδο της δικαιόχρησης (franchising), η διαφημιστική προβολή η οποία συνέβαλε στην αναγνωρισιμότητα των διαφημιζόμενων εμπορικών σημάτων ενδυμάτων αλλά και των καταστημάτων τους, καθώς και η δυνατότητα παροχής πιστωτικών διευκολύνσεων προς το αγοραστικό κοινό. Σημαντική

εξέλιξη στον κλάδο της λιανικής πώλησης ετοιμών ενδυμάτων είναι και η δημιουργία σημείων πώλησης (shop-in-shop) εντός πολυκαταστημάτων (όπως Notos Galleries, Fokas, Factory Outlet, Shopping House, Hondos Center, Attica κλπ.) τα οποία ανήκουν είτε στις εταιρείες που εκμεταλλεύονται τα αντίστοιχα εμπορικά σήματα, είτε ανήκουν στα πολυκαταστήματα. Επιπλέον, ειδικά τμήματα πώλησης ενδυμάτων έχουν δημιουργηθεί στις εγκαταστάσεις μεγάλων σουπέρ μάρκετ, τα οποία αποσπούν μερίδιο αγοράς από τα παραδοσιακά καταστήματα. Μια ιδιαίτερη κατηγορία σημείων λιανικής πώλησης είναι τα καταστήματα «stock» στα οποία διατίθενται προϊόντα προηγούμενων περιόδων (σεζόν) σε χαμηλότερες τιμές από τις αρχικές τους. Τα τελευταία χρόνια έχουν εισέλθει στην αγορά και καταστήματα πώλησης κινέζικων ενδυμάτων, τα οποία διαθέτουν προϊόντα σε πολύ χαμηλές τιμές. Η εξέλιξη αυτή πλήττει κυρίως τις επιχειρήσεις οι οποίες διαθέτουν στην αγορά φθηνά γυναικεία ενδύματα.

Οι επιχειρήσεις του κλάδου εφαρμόζουν μια σειρά από στρατηγικές προώθησης των πωλήσεών τους με σκοπό τη διεύρυνση του μεριδίου που κατέχουν στην αγορά. Η διαφήμιση αποτελεί μία εξ αυτών, συμβάλλοντας στην ενίσχυση της αναγνωρισιμότητάς τους. Όπως αναφέρθηκε και σε προηγούμενο κεφάλαιο, η διαφημιστική δαπάνη των γυναικείων ενδυμάτων παρουσίασε σημαντική αύξηση την τελευταία πενταετία. Σύμφωνα με εκτιμήσεις παραγόντων του κλάδου, ολοένα και μεγαλύτερο μέρος των γυναικείων υφασμάτων ενδυμάτων διοχετεύεται στην αγορά μέσω των αλυσίδων λιανικής πώλησης ενδυμάτων. Οι επιχειρήσεις του κλάδου (παραγωγικές και εισαγωγικές) προκειμένου να εξασφαλίσουν καλύτερη πρόσβαση στην αγορά, με στόχο την αύξηση ή τη διατήρηση του μεριδίου τους στην αγορά, θα πρέπει να επεκτείνουν περαιτέρω τα εμπορικά τους δίκτυα, δημιουργώντας και δικά τους σημεία πώλησης, διαθέτοντας “επώνυμα” καλής ποιότητας προϊόντα τα οποία θα στηρίζουν με την κατάλληλη στρατηγική μάρκετινγκ.

### Παρουσίαση Παραγωγικών Επιχειρήσεων

Στο παρόν κεφάλαιο παρουσιάζονται αλφαβητικά ορισμένες από τις κυριότερες επιχειρήσεις παραγωγής γυναικείων υφασμάτων ενδυμάτων που δραστηριοποιούνται στη χώρα μας, οι οποίες πραγματοποίησαν πωλήσεις από τα παραγόμενα εξεταζόμενα προϊόντα άνω του €1,5 εκ. το 2005. Διευκρινίζεται ότι, τα εμπορικά σήματα που εμφανίζονται στον πίνακα αφορούν μόνο γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα.

Στον πίνακα δεν αναφέρονται εταιρείες οι οποίες ασχολούνταν με την κατασκευή και εμπορία γυναικείων ενδυμάτων και είχαν σημαντικό μέγεθος παραγωγής, αλλά έχουν διακόψει τις εργασίες τους τα τελευταία χρόνια. Ενδεικτικά αναφέρεται η εταιρεία Egg A.E., η οποία κηρύχθηκε σε πτώχευση τον Απρίλιο του 2007 και η εταιρεία Αλμαλιώτης Π. Δ., Α.Β.Ε.Ε., η οποία αδρανή από το καλοκαίρι του 2005 και το Νοέμβριο του 2006 κηρύχθηκε σε πτώχευση.

| Πίνακας 3.1 Συνοπτική παρουσίαση παραγωγικών επιχειρήσεων του κλάδου |  |
|--|--|
| ABSOLUTE A.B.E.E.  |  |
| Διεύθυνση  | Έδρα - Εργοστάσιο:<br>Αγ. Σαράντα 24, 183 46, Μοσχάτο<br>Τηλ: 210-482.1785, φαξ: 210-482.1762<br>www.absolute.com                                    |
| Προσωπικό  | 17   |
| Κύκλος εργασιών 2006 (€)   | 2.969.113  |
| Δραστηριότητες   | Κατασκευή και εμπόριο γυναικείων ενδυμάτων. Από τις αρχές του 2007 ξεκίνησε και εμπόριο ηλεκτρικών συσκευών, κινητών τηλεφώνων και αξεσουάρ κινητών. |
| Εμπορικό σήμα  | Absolute   |
| Άλλα στοιχεία  | Ιδρύθηκε το 2000 και το 2002 απορρόφησε την επιχείρηση Σοράτος Γεώργιος. Κατασκευάζει αποκλειστικά γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα, κυρίως σε          |

|                                 |   |
|---------------------------------|---|
|                                 | εγκαταστάσεις τρίτων της εγχώριας αγοράς. Επίσης, εισάγει και έτοιμα γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα από χώρες της Ε.Ε.. Η διάθεση των ενδυμάτων της πραγματοποιείται κυρίως χονδρικός, ενώ η λιανική πώληση πραγματοποιείται μέσω 3 καταστημάτων της. Μέρος της παραγωγής της σε γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα εξάγεται στην Κύπρο, τη Γερμανία και άλλες χώρες της Ε.Ε., σε ποσοστό 9% το 2005 και 25% περίπου το 2006 επί των συνολικών πωλήσεων. Η ενασχόληση με τα γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα κάλυψε πάνω από το 90% του συνολικού κύκλου εργασιών της εταιρείας, το 2006.  |
| <b>ACCESS A.B.E.E.</b>          |   |
| <b>Διεύθυνση</b>                | <b>Έδρα - Εργοστάσιο:</b><br>Χάγα & Χαλκηδόνας 20, 551 33 Καλαμαριά Θεσσαλονίκη<br>Τηλ: 231-043.7710, Φαξ: 231-048.8517   |
| <b>Προσωπικό</b>                | 20  |
| <b>Κύκλος εργασιών 2006 (€)</b> | 3.420.331   |
| <b>Δραστηριότητες</b>           | Κατασκευή και εμπόριο γυναικείων ενδυμάτων. Εισαγωγές και εμπόριο δερμάτινων ενδυμάτων και αξεσουάρ ένδυσης.  |
| <b>Εμπορικό σήμα</b>            | Access  |
| <b>Άλλα στοιχεία</b>            | Ιδρύθηκε το Δεκέμβριο του 2003 από μετατροπή νομικής μορφής της ατομικής επιχείρησης Αικατερίνη Κίτσου, η οποία προϋπήρχε από το 2000. Παράγει σε εγκαταστάσεις τρίτων της εγχώριας αγοράς αλλά και στα Σκόπια και στη Βουλγαρία. Προμηθεύεται τις πρώτες ύλες κυρίως από την εγχώρια αγορά και μικρό μέρος (5% περίπου) από χώρες τις Ε.Ε. Εισάγει έτοιμα ενδύματα (οι πωλήσεις των οποίων κάλυψαν το 30% περίπου του συνολικού κύκλου εργασιών το 2005 και 2006) από την Κίνα. Διαθέτει τα είδη της χονδρικός. Εξάγει το 30% περίπου των συνολικών πωλήσεων προς την Κύπρο, την Γερμανία, τη Γιουγκοσλαβία, την Αυστρία και τη Σερβία. Η ενασχόληση της επιχείρησης με τα γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα κάλυψε το 70% περίπου του συνολικών πωλήσεων το 2006. |
| <b>ANEL A.E.</b>                |   |
| <b>Διεύθυνση</b>                | <b>Έδρα - Εργοστάσιο:</b><br>Πτολεμαίων 33, 546 30 Θεσσαλονίκη<br>Τηλ: 2310-508.424, φαξ: 2310-508.424  |
| <b>Προσωπικό</b>                | 30  |
| <b>Κύκλος εργασιών 2006 (€)</b> | 5.129.551   |
| <b>Δραστηριότητες</b>           | Κατασκευή, εισαγωγές και εμπόριο γυναικείων ενδυμάτων και αξεσουάρ.   |
| <b>Εμπορικό σήμα</b>            | Anel  |
| <b>Άλλα στοιχεία</b>            | Ιδρύθηκε το 1998. Κατασκευάζει γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα, κυρίως σε εγκαταστάσεις τρίτων της εγχώριας αγοράς. Προμηθεύεται πρώτες ύλες κυρίως από την εγχώρια αγορά και σε μικρότερη κλίμακα από την Ιταλία. Εισάγει γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα (περίπου το 30% των ενδυμάτων που πουλάει) από την Ιταλία και την Τουρκία. Διαθέτει τα είδη της κυρίως λιανικός μέσω 4 καταστημάτων της αλλά και χονδρικός. Εξάγει μικρό μέρος της παραγωγής της στην Κύπρο. Οι πωλήσεις σε γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα κάλυψαν περίπου το 95% του συνολικού κύκλου εργασιών το 2005 και το 2006.  |
| <b>ATTRATTIVO A.E.</b>          |   |
| <b>Διεύθυνση</b>                | <b>Έδρα - Εργοστάσιο:</b><br>Μεσογίτη & Σωρού, 144 52 Μεταμόρφωση.<br>Τηλ: 210-285.3813, φαξ: 210-285.3141<br>www.attrattivo.gr   |
| <b>Προσωπικό</b>                | 143   |
| <b>Κύκλος εργασιών 2006 (€)</b> | 24.705.830  |
| <b>Δραστηριότητες</b>           | Κατασκευή γυναικείων ενδυμάτων. Εισαγωγές και εμπόριο γυναικείων ενδυμάτων, υποδημάτων, τσαντών και αξεσουάρ. Οργάνωση επιχειρήσεων με το σύστημα της δικαιόχρησης.   |
| <b>Εμπορικό σήμα</b>            | Attrattivo, Ale   |
| <b>Άλλα στοιχεία</b>            | Ιδρύθηκε το 1999. Προήλθε από συγχώνευση των εταιριών Ξυλούρης Ηρακλής & Σία Ο.Ε. και Αβραμίδου Εντ. & Ε. Π. Ο.Ε. "Attrattivo", οι οποίες προϋπήρχαν από το 1979 και το 1962 αντίστοιχα. Μέρος της παραγωγικής διαδικασίας (ραφή) πραγματοποιείται κυρίως σε εγκαταστάσεις τρίτων της εγχώριας αγοράς, της Κίνας και των Σκοπίων. Προμηθεύεται πρώτες ύλες κυρίως από την εγχώρια αγορά και σε  |

|                           |   |
|---------------------------|---|
|                           | μικρότερη κλίμακα από την Ιταλία. Επίσης, εισάγει και έτοιμα γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα (περίπου το 40% των συνολικών πωλήσεων) από την Ιταλία, την Κίνα, τη Γαλλία, την Πολωνία, την Τουρκία, την Ινδία, την Ισπανία, την Πορτογαλία, το Πακιστάν και τη Βουλγαρία. Πραγματοποιεί εξαγωγές γυναικείων υφασμάτινων ενδυμάτων (15% της παραγωγής της περίπου) προς Τσεχία, Σλοβακία, Κύπρο, Πολωνία, Τουρκία, Αρμενία, Ιρλανδία, Ολλανδία, Σουηδία, Σλοβενία, Ελβετία, Μάλτα και Σαουδική Αραβία. Η εταιρεία διαθέτει 6 καταστήματα λιανικής πώλησης, αλλά πουλάει τα είδη της και μέσω της συγγενούς επιχείρησης Αβραμιδής Παντ. & Σια Ο.Ε. (η οποία έχει 12 καταστήματα λιανικής) καθώς και μέσω δικαιούχων επιχειρήσεων (περίπου 15-20). Το 2005 και το 2006, το 99% του συνολικού κύκλου εργασιών της αφορούσε γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα.   |
| <b>BELLINO A.E.</b>       |   |
| Διεύθυνση                 | Έδρα - Εργοστάσιο:<br>Χρυσολωρά 7, 144 52 Μεταμόρφωση<br>Τηλ: 210-282.4230, φαξ: 210-283.4540<br>www.bellino.gr   |
| Προσωπικό                 | 16  |
| Κύκλος εργασιών 2006 (€)  | 2.247.304   |
| Δραστηριότητες            | Κατασκευή και εμπόριο γυναικείων ενδυμάτων.   |
| Εμπορικό σήμα             | Bellino   |
| Άλλα στοιχεία             | Ιδρύθηκε το 1996. Ασχολείται με την κατασκευή γυναικείων ενδυμάτων. Επίσης, πραγματοποιεί και ορισμένες εισαγωγές. Διαθέτει τα γυναικεία ενδύματα κυρίως χονδρικός αλλά και λιανικός μέσω 2 εταιρικών καταστημάτων.   |
| <b>BILL COST A.B.E.E.</b> |   |
| Διεύθυνση                 | Έδρα - Εργοστάσιο:<br>Πύρρονος 16-18, 163 46 Ηλιούπολη<br>Τηλ: 210-996.1811 - 2, φαξ: 210-992.7632  |
| Προσωπικό                 | 55  |
| Κύκλος εργασιών 2006 (€)  | 9.766.883   |
| Δραστηριότητες            | Κατασκευή, εισαγωγές και εμπόριο γυναικείων ενδυμάτων και αξεσουάρ. Οργάνωση επιχειρήσεων με το σύστημα της δικαιόχρησης.   |
| Εμπορικό σήμα             | Bill Cost   |
| Άλλα στοιχεία             | Ιδρύθηκε το 1996, αναλαμβάνοντας τις δραστηριότητες της ατομικής επιχείρησης Κωσταριδής Βασιλείος που προϋπήρχε από το 1987. Το Νοέμβριο του 2005 απορρόφησε την εταιρία Κωσταριδής, Μ. & Β., Ο.Ε.. Η κατασκευή γυναικείων υφασμάτινων ενδυμάτων πραγματοποιείται κυρίως σε εγκαταστάσεις τρίτων της εγχώριας αγοράς. Εισάγει γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα από την Ιταλία, την Ολλανδία, το Ηνωμένο Βασίλειο, τη Γερμανία, την Τουρκία, την Κίνα και την Ινδία. Πραγματοποίησε εξαγωγές προς την Κύπρο, το Ηνωμένο Βασίλειο, τη Σαουδική Αραβία, την Αρμενία και τη Ρουμανία που κάλυψαν το 8% επί των συνολικών πωλήσεων το 2005 και το 6,5% περίπου το 2006. Η διάθεση των προϊόντων της πραγματοποιείται χονδρικός αλλά και λιανικός μέσω 6 εταιρικών καταστημάτων (στην Αθήνα, στη Γλυφάδα, στο Χαλάνδρι, στη Δάφνη, στον Αλιμο και στα Ιωάννινα). Επίσης, η εταιρεία προμηθεύει και 3 καταστήματα που λειτουργούν με τη μέθοδο της δικαιόχρησης (στον Πειραιά, στην Κύπρο και στα Χανιά). Για το 2007 η εταιρία προγραμματίζει την αγορά νέου καταστήματος στην Καλλιθέα, το οποίο αναμένεται να λειτουργήσει τον Ιούλιο του ίδιου έτους. |
| <b>BSB A.B.E.E.</b>       |   |
| Διεύθυνση                 | Έδρα - Εργοστάσιο (Μεταφορά τον Ιούλιο 2007):<br>10 <sup>ο</sup> χλμ. Εθνικής Οδού Αθηνών-Λαμίας, 143 42 Νέα Φιλαδέλφεια<br>Τηλ: 210-250.9000, φαξ: 210-251.0311<br>www.bsbfashion.com  |
| Προσωπικό                 | 254   |
| Κύκλος εργασιών 2006 (€)  | 43.823.571  |
| Δραστηριότητες            | Κατασκευή γυναικείων ενδυμάτων. Εισαγωγές και εμπόριο γυναικείων ενδυμάτων, υποδημάτων, τσαντών και αξεσουάρ. Οργάνωση επιχειρήσεων με το σύστημα της δικαιόχρησης.   |
| Εμπορικό σήμα             | Bsb   |

|  |   |
|--|---|
| <b>Άλλα στοιχεία</b>                         | <p>Ιδρύθηκε το 1997, αναλαμβάνοντας τις δραστηριότητες της επιχείρησης Μπιθαράς Β. &amp; Σία Ο.Ε. που προϋπήρχε από το 1994. Η κατασκευή γυναικείων υφασμάτων ενδυμάτων πραγματοποιείται κυρίως σε δικές της εγκαταστάσεις (60% περίπου) και σε μικρότερη κλίμακα σε εγκαταστάσεις τρίτων της εγχώριας αγοράς. Το 80% περίπου των πρώτων υλών που χρησιμοποιεί προέρχονται από χώρες τις Ε.Ε. και από την Άπω Ανατολή. Επίσης, εισάγει και έτοιμα γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα από την Ιταλία, την Τουρκία, την Κίνα και την Ινδία. Η λιανική διάθεση των προϊόντων της πραγματοποιείται από 8 εταιρικά καταστήματα λιανικής και 45 franchising (από τα οποία 35 είναι BSB franchising και 10 BSB Point, μικρότερου μεγέθους καταστήματα) σε όλη την Ελλάδα. Επίσης, λειτουργούν 8 σημεία πώλησης shop in shop εντός των πολυκαταστημάτων Notos Galleries (3), Fokas (4), Attica (1). Αξίζει επίσης να τονιστεί και η σημαντική παρουσία της αλυσίδας στο εξωτερικό με 29 συνολικά franchising, η οποία περιλαμβάνει 4 καταστήματα στην Κύπρο (Πάφος, Λεμεσός, Λάρνακα), στο Λίβανο (3), στη Σαουδική Αραβία (6), στη Ρουμανία (13), στην Τουρκία (1), στην Αίγυπτο (1) και στην Αλβανία (1). Μέρος της παραγωγής της σε γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα εξάγεται προς την Ρουμανία, την Τουρκία, την Κύπρο, τη Σαουδική Αραβία, τη Γερμανία και την Αλβανία. Η ενασχόλησή της με την κατασκευή γυναικείων υφασμάτων ενδυμάτων αφορούσε το 98% του συνολικού κύκλου εργασιών της το 2005 και το 87% το 2006. Η εταιρία το 2006 επένδυσε €17 εκατ. για νέες εγκαταστάσεις, στις οποίες μεταφέρθηκε τον Ιούλιο του 2007.</p> |
| <b>DAY A.E.</b>                              |   |
| <b>Διεύθυνση</b>                             | <p><b>Έδρα - Εργοστάσιο:</b><br/>Ν. Πλαστήρα 57, 542 50 Θεσσαλονίκη<br/>Τηλ: 2310-307.802, φαξ: 2310-307.846</p>  |
| <b>Προσωπικό</b>                             | 45  |
| <b>Κύκλος εργασιών 2006 (€)</b>              | 3.033.814   |
| <b>Δραστηριότητες</b>                        | Κατασκευή και εμπόριο γυναικείων ενδυμάτων.   |
| <b>Εμπορικό σήμα</b>                         | Day   |
| <b>Άλλα στοιχεία</b>                         | <p>Ιδρύθηκε το 1991, ύστερα από συγχώνευση των εταιριών Day A.E. (έτος ίδρυσης 1985), Παντελάκης – Πενλίδης Α.Ε (που ιδρύθηκε το 1971) και Σαββαδοπούλου Μαρία Ο.Ε (που ιδρύθηκε το 1989). Ασχολείται με την κατασκευή γυναικείων υφασμάτων ενδυμάτων κυρίως σε εγκαταστάσεις τρίτων. Προμηθεύεται πρώτες ύλες κυρίως από τη Γαλλία, τη Γερμανία, την Ιταλία και την Ισπανία και σε μικρότερη κλίμακα από την Τουρκία, την Ινδία και την εγχώρια αγορά. Διαθέτει τα είδη της λιανικώς (μέσω 7 καταστημάτων της) και κυρίως χονδρικώς. Μέρος της παραγωγής της (10% περίπου των συνολικών πωλήσεων) εξάγεται προς την Κύπρο.</p>   |
| <b>EMPHASIS A. ΠΑΝΑΓΙΩΤΟΥ &amp; ΣΙΑ Ε.Ε.</b> |   |
| <b>Διεύθυνση</b>                             | <p><b>Έδρα - Εργοστάσιο:</b><br/>Ι. Νίκα 15, 136 71 Αχαρνές<br/>Τηλ: 210-231.2837, Φαξ: 210-231.8751</p>  |
| <b>Προσωπικό</b>                             | 34  |
| <b>Δραστηριότητες</b>                        | Κατασκευή, εισαγωγές και εμπόριο γυναικείων ενδυμάτων.  |
| <b>Εμπορικό σήμα</b>                         | Emphasis  |
| <b>Άλλα στοιχεία</b>                         | <p>Ιδρύθηκε αρχικώς το 1976. Την 01.01.2000 η νομική μορφή της τιτλούχου άλλαξε από Ομόρρυθμη εταιρεία σε Ετερόρρυθμη. Εξάγει τα είδη της (πάνω από 90% του συνολικού κύκλου εργασιών) στην Γαλλία, στη συγγενή της επιχείρηση Emphasis Srl, αλλά διαθέτει και λιανικώς στην Ελλάδα μέσω ενός καταστήματος. Η ενασχόλησή της με τα γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα κάλυψε περίπου το 90% του συνολικού κύκλου εργασιών, τα τελευταία έτη.</p>   |
| <b>EXCLUSIVE FASHION A.E.</b>                |   |
| <b>Διεύθυνση</b>                             | <p><b>Έδρα - Εργοστάσιο:</b><br/>Δεξαμενής &amp; Ιπποκράτους 21, 144 52 Μεταμόρφωση<br/>Τηλ: 210-285.0290-1, φαξ: 210-284.7930</p>  |
| <b>Προσωπικό</b>                             | 18  |
| <b>Κύκλος εργασιών 2006 (€)</b>              | 5.456.925   |
| <b>Δραστηριότητες</b>                        | Κατασκευή και εμπόριο γυναικείων ενδυμάτων.   |
| <b>Άλλα στοιχεία</b>                         | <p>Ιδρύθηκε το 1992. Η παραγωγική διαδικασία πραγματοποιείται σε ίδιες αλλά και σε εγκαταστάσεις τρίτων της εγχώριας αγοράς. Προμηθεύεται πρώτες ύλες από την</p>   |

|                          |  |
|--------------------------|--|
|                          | Ελλάδα. Η διάθεση των ειδών της πραγματοποιείται χονδρικός.  |
| <b>FIDELE A.E.B.E.</b>   |  |
| Διεύθυνση                | Εδρα - Εργοστάσιο:<br>Ευτέρπης 4, 173 43 Άγιος Δημήτριος<br>Τηλ: 210-976.5980, φαξ: 210-976.5984   |
| Προσωπικό                | 70   |
| Κύκλος εργασιών 2006 (€) | 5.705.511  |
| Δραστηριότητες           | Κατασκευή, εισαγωγές και χονδρικό εμπόριο γυναικείων ενδυμάτων.  |
| Άλλα στοιχεία            | Ιδρύθηκε το 1990 για να αναλάβει τις εμπορικές δραστηριότητες της εταιρίας Σακαρέλος Γ. & Σία Ο.Ε., που είχε ιδρυθεί το 1979. Το 1995, ανέλαβε και τις επιχειρηματικές δραστηριότητες της συγγενούς εταιρίας Κουφογιάννης Δημήτριος & Σία Ο.Ε. Ασχολείται με την κατασκευή γυναικείων ενδυμάτων οι πωλήσεις των οποίων κάλυψαν το 90% περίπου του κύκλου εργασιών το 2005 και 2006. Επιπλέον, πραγματοποιεί εισαγωγές γυναικείων υφασμάτων ενδυμάτων από την Ιταλία, τη Γερμανία και τη Γαλλία. Η διάθεση των προϊόντων της πραγματοποιείται χονδρικός και λιανικός μέσω 19 καταστημάτων. Το 2005 και 2006 η εταιρεία επένδυσε συνολικά €400 χιλ. για τη λειτουργία 6 νέων καταστημάτων. Επίσης, το 2007 προγραμματίζει επένδυση ύψους €2 εκατ. για την αγορά οικοπέδου και την ανέγερση νέου κτιρίου. |
| <b>FOREL A.E.B.E.E.</b>  |  |
| Διεύθυνση                | Εδρα – Εργοστάσιο:<br>Ελευθ. Βενιζέλου 345, 176 75 Καλλιθέα<br>Τηλ: 210-940.8024, φαξ: 210-941.4271<br>www.forel.gr  |
| Προσωπικό                | 26   |
| Κύκλος εργασιών 2006 (€) | 9.208.271 (1-1/31-12-2006)   |
| Δραστηριότητες           | Κατασκευή, εισαγωγές και χονδρικό εμπόριο γυναικείων ενδυμάτων και αξεσουάρ.   |
| Εμπορικό σήμα            | Forel  |
| Άλλα στοιχεία            | Ιδρύθηκε τον Ιούλιο του 2006, προερχόμενη από τη συγχώνευση των εταιρειών Χατζούλας, Α., Ε.Π.Ε. και Forel Επιχειρήσεις Ε.Π.Ε. (η οποία είχε ιδρυθεί το 2003 για να αναλάβει τις δραστηριότητες της συγγενούς επιχείρησης Forel Ενδύματα Ε.Π.Ε.). Κατασκευάζει (περίπου 80% του συνολικού κύκλου εργασιών) γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα, αλλά πραγματοποιεί και κάποιες εισαγωγές από την Ιταλία και τη Γαλλία. Προμηθεύεται πρώτες ύλες από την εγχώρια αγορά. Η διάθεση των προϊόντων της πραγματοποιείται κυρίως χονδρικός αλλά και λιανικός μέσω 2 εταιρικών καταστημάτων. Μέρος της παραγωγής της εξάγεται προς την Κύπρο, τη Βουλγαρία, τα Σκόπια και τη Ρωσία. Η διάθεση των προϊόντων της πραγματοποιείται λιανικός μέσω 5 καταστημάτων της, καθώς και χονδρικός.                              |
| <b>GRA-MA A.B.E.E.</b>   |  |
| Διεύθυνση                | Εδρα - Εργοστάσιο:<br>Πτολεμαίων 29β, 546 30 Θεσσαλονίκη<br>Τηλ: 2310-536.646, φαξ: 2310-536.646   |
| Προσωπικό                | 34   |
| Κύκλος εργασιών 2006 (€) | 3.044.901  |
| Δραστηριότητες           | Κατασκευή γυναικείων ενδυμάτων.  |
| Εμπορικό σήμα            | Grama  |
| Άλλα στοιχεία            | Ιδρύθηκε το 2000 κατόπιν μετατροπής της εταιρίας Βασιλειάδης Αριστείδης & Σία Ο.Ε., η οποία είχε ιδρυθεί το 1993. Κατασκευάζει γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα κυρίως σε εγκαταστάσεις τρίτων της εγχώριας αγοράς. Πραγματοποιεί εισαγωγές πρώτων υλών από την Ιταλία και τη Γαλλία και ελάχιστες εισαγωγές έτοιμων ενδυμάτων από Ιταλία. Μέρος της παραγωγής της εξάγεται προς την Κύπρο, τη Βουλγαρία, τα Σκόπια και τη Ρωσία. Η διάθεση των προϊόντων της πραγματοποιείται λιανικός μέσω 5 καταστημάτων της, καθώς και χονδρικός.   |
| <b>LYNNE A.B.E.E.</b>    |  |
| Διεύθυνση                | Εδρα - Εργοστάσιο:<br>Ηρακλείου 395, 141 22 Ν. Ηράκλειο<br>Τηλ: 210-284.6290, φαξ: 210-281.3341<br>www.lynne.gr  |
| Προσωπικό                | 100  |

|  |  |
|--|--|
| <b>Κύκλος εργασιών 2006 (€)</b>              | 11.687.301   |
| <b>Δραστηριότητες</b>                        | Κατασκευή, εισαγωγές και χονδρικό εμπόριο γυναικείων ενδυμάτων. Οργάνωση επιχειρήσεων με το σύστημα franchising.   |
| <b>Εμπορικό σήμα</b>                         | Lynne  |
| <b>Άλλα στοιχεία</b>                         | Ιδρύθηκε το 1994 με έδρα το Ηράκλειο για να συνεχίσει τις εργασίες της συγγενούς επιχείρησης Lynne Ε.Π.Ε. Προμηθεύεται τις πρώτες ύλες από την εσωτερική αγορά. Πραγματοποιεί και εισαγωγές γυναικείων υφασμάτων ενδυμάτων από την Ιταλία, τη Γαλλία, την Κίνα και την Τουρκία. Η διάθεση των προϊόντων της πραγματοποιείται κυρίως χονδρικώς, ενώ η λιανική διάθεση γίνεται μέσω 8 εταιρικών καταστημάτων και 8-10 καταστημάτων franchising. Εξάγει το 10% περίπου της συνολικής της παραγωγής σε γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα προς τη Γαλλία, το Λίβανο, την Τσεχία, την Κύπρο και την Αλβανία. |
| <b>MAT FASHION Γ. ΜΟΝΕΛΑΣ &amp; ΣΙΑ Ε.Ε.</b> |  |
| <b>Διεύθυνση</b>                             | <b>Έδρα - Εργοστάσιο:</b><br>Αττική Οδός (Παράπλευρος) & Ποσειδώνος, 144 51 Μεταμόρφωση<br>Τηλ: 210-283.6400, φαξ: 210-283.6477  |
| <b>Προσωπικό</b>                             | 20 (ICAP data bank).   |
| <b>Δραστηριότητες</b>                        | Κατασκευή και εμπόριο γυναικείων ενδυμάτων.  |
| <b>Εμπορικό σήμα</b>                         | Mat Fashion  |
| <b>Άλλα στοιχεία</b>                         | Ιδρύθηκε το 2003. Η παραγωγική διαδικασία πραγματοποιείται κυρίως σε ίδιες εγκαταστάσεις. Μικρό μέρος των πρώτων υλών που χρησιμοποιεί προέρχεται από τη Γαλλία και από την Τουρκία. Επιπλέον, πραγματοποιεί και εισαγωγές γυναικείων ενδυμάτων από τη Γαλλία. Η διάθεση των ειδών της πραγματοποιείται κυρίως χονδρικώς αλλά και λιανικώς μέσω 8 εταιρικών καταστημάτων και 2 shop in shop στο πολυκατάστημα Πολιτικός (στη Λαμία) και στο Shopping House (Αλιμο). Μέρος της παραγωγής της εξάγεται στην Κύπρο, στην Εσθονία, στη Φινλανδία και στη Γερμανία.                                     |
| <b>MISS SIMBOLO Ε.Π.Ε.</b>                   |  |
| <b>Διεύθυνση</b>                             | <b>Έδρα - Εργοστάσιο:</b><br>Μιαούλη 52, 183 45, Μοσχάτο<br>Τηλ: 210-940.9173, Φαξ: 210-941.7597   |
| <b>Προσωπικό</b>                             | 30   |
| <b>Κύκλος εργασιών 2006 (€)</b>              | 3.083.357  |
| <b>Δραστηριότητες</b>                        | Κατασκευή, εισαγωγές και εμπόριο γυναικείων ενδυμάτων.   |
| <b>Εμπορικό σήμα</b>                         | Miss Simbolo   |
| <b>Άλλα στοιχεία</b>                         | Ιδρύθηκε τον Ιανουάριο του 1991, με έδρα την Αθήνα. Κατασκευάζει γυναικεία ενδύματα (67% επί των συνολικών πωλήσεων), αλλά πραγματοποιεί και εισαγωγές από την Γαλλία, την Ιταλία και το Ηνωμένο Βασίλειο. Μέρος της παραγωγικής διαδικασίας πραγματοποιείται σε εγκαταστάσεις τρίτων της εγχώριας αγοράς. Προμηθεύεται πρώτες ύλες από την εσωτερική αγορά και από το εξωτερικό. Διαθέτει τα είδη της λιανικώς μέσω 7 εταιρικών καταστημάτων.   |
| <b>MODA PER DUE Α.Ε.</b>                     |  |
| <b>Διεύθυνση</b>                             | <b>Έδρα - Εργοστάσιο:</b><br>Κρήνης 2, 142 35 Νέα Ιωνία<br>Τηλ: 210-271.7690, φαξ: 210-277.1091  |
| <b>Προσωπικό</b>                             | 30   |
| <b>Κύκλος εργασιών 2006 (€)</b>              | 2.529.403  |
| <b>Δραστηριότητες</b>                        | Κατασκευή και εμπόριο γυναικείων ενδυμάτων.  |
| <b>Εμπορικό σήμα</b>                         | Moda Per Due   |
| <b>Άλλα στοιχεία</b>                         | Ιδρύθηκε το 1997 και το 2001 απορρόφησε την εταιρία Παλαμάρας Α. & Σία Ο.Ε. Κατασκευάζει γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα, τόσο σε εγκαταστάσεις τρίτων της εγχώριας αγοράς, όσο και σε δικές της εγκαταστάσεις. Πραγματοποιεί εισαγωγές πρώτων υλών κυρίως από την Ιταλία, την Ισπανία και την Ινδία. Η διάθεση των προϊόντων της πραγματοποιείται λιανικώς μέσω 9 καταστημάτων της.   |



| <b>PERLA FASHION A.B. &amp; E.E.</b>      |  |
|---|--|
| Διεύθυνση                                 | Έδρα - Εργοστάσιο:<br>Αρχμηδούς 7, 183 46 Μοσχάτο<br>Τηλ: 210-481.3913, Φαξ: 210-482.1540<br>www.perlaf.gr   |
| Προσωπικό                                 | 65   |
| Κύκλος εργασιών 2006 (€)                  | 3.610.615  |
| Δραστηριότητες                            | Κατασκευή και εμπόριο γυναικείων ενδυμάτων.  |
| Εμπορικό σήμα                             | Perla Fashion  |
| Άλλα στοιχεία                             | Ιδρύθηκε το 1991. Προήλθε από συγχώνευση των εταιριών Perla Fashion A.B.E.E., η οποία ιδρύθηκε το 1980 και Πάτικας Α. - Α. Πίτσας & Σία Ο.Ε., η οποία ιδρύθηκε το 1988. Κατασκευάζει γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα (περίπου το 70% του συνολικού κύκλου εργασιών), αλλά παράλληλα πραγματοποιεί και εισαγωγές από την Ιταλία και Γαλλία. Διαθέτει τα προϊόντα της χονδρικώς. Μικρό μέρος της παραγωγής της σε γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα (5% περίπου) εξάγεται προς την Κύπρο.  |
| <b>POSITIVE ΑΦΟΙ ΓΙΑΝΝΟΠΟΥΛΟΙ Α.Β.Ε.Ε</b> |  |
| Διεύθυνση                                 | Έδρα - Εργοστάσιο:<br>Χαλκιδικής 60, 144 51 Μεταμόρφωση<br>Τηλ: 210-284.5205, φαξ: 210-284.5869<br>www.positive.com.gr   |
| Προσωπικό                                 | 60   |
| Κύκλος εργασιών 2006 (€)                  | 4.547.960  |
| Δραστηριότητες                            | Κατασκευή και εμπόριο γυναικείων ενδυμάτων.  |
| Εμπορικό σήμα                             | Positive   |
| Άλλα στοιχεία                             | Ιδρύθηκε το 1998, κατόπιν συγχώνευσης των επιχειρήσεων Α. Γιαννόπουλος Ε.Ε. (έτος ίδρυσης 1995), Γιαννόπουλος Αναστάσιος (έτος ίδρυσης 1994), Γιαννόπουλος Θεόδωρος (έτος ίδρυσης 1994) και Γιαννόπουλος Σπυρίδων (έτος ίδρυσης 1994). Δραστηριοποιείται κυρίως στην κατασκευή γυναικείων υφασμάτινων ενδυμάτων. Εισάγει μέρος των πρώτων υλών που χρησιμοποιεί από την Ιταλία. Τα προϊόντα της διατίθενται τόσο λιανικώς (μέσω 12 εταιρικών καταστημάτων), όσο και χονδρικώς. Πραγματοποιεί εξαγωγές προς την Κύπρο που αφορούσαν το 10% της παραγωγής της το 2005 και το 4% το 2006. Η ενασχόληση της εταιρείας με τα γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα αφορούσε το 85% περίπου του συνολικού κύκλου εργασιών της το 2005 και το 2006. |
| <b>P &amp; R FASHION A.E.</b>             |  |
| Διεύθυνση                                 | Έδρα - Εργοστάσιο:<br>Αγ. Λαύρας 2, 141 21 Ηράκλειο<br>Τηλ: 210-288.0500, Φαξ: 210-283.4603<br>www.annariska.gr  |
| Προσωπικό                                 | 37   |
| Κύκλος εργασιών 2006 (€)                  | 8.864.559  |
| Δραστηριότητες                            | Κατασκευή, εισαγωγές και εμπόριο ενδυμάτων.  |
| Αντιπροσωπευόμενος οίκος/ Εμπορικό σήμα   | Anna Riska, Tara - Jamon, Milk & Honey   |
| Άλλα στοιχεία                             | Ιδρύθηκε το έτος 2004. Εκτός από τον κατασκευή, εισάγει γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα από την Ιταλία, τη Γαλλία, την Ισπανία, το Ηνωμένο Βασίλειο, την Κίνα, την Ινδία και την Τουρκία. Εξάγει μικρό μέρος της παραγωγής της στην Κύπρο. Η ενασχόληση με τα γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα κάλυψε το 60% περίπου του κύκλου εργασιών το 2006.   |
| <b>RAXEVSKY AEBE</b>                      |  |
| Διεύθυνση                                 | Έδρα - Εργοστάσιο:<br>Κατσαντώνη 6, 144 52 Μεταμόρφωση<br>Τηλ: 210-284.6766, φαξ: 210-284.7532<br>www.raxevsky.gr  |
| Προσωπικό                                 | 261  |
| Κύκλος εργασιών 2006 (€)                  | 24.332.353   |
| Δραστηριότητες                            | Κατασκευή, εισαγωγές και εμπόριο γυναικείων ενδυμάτων. Οργάνωση επιχειρήσεων με το σύστημα της δικαιόχρησης.   |

|                                 |  |
|---------------------------------|--|
| <b>Εμπορικό σήμα</b>            | Raxeovsky, Miss Raxeovsky  |
| <b>Άλλα στοιχεία</b>            | <p>Ιδρύθηκε το 1976 με την επωνυμία Helen's Club ΑΕ. Τον Οκτώβριο του 1991 απορρόφησε τη συγγενή επιχείρηση Helen's Club ΕΠΕ η οποία είχε ιδρυθεί το 1983. Τον Ιανουάριο του 2000 απορρόφησε την ατομική επιχείρηση Μουρτζούχου Ιουλία και τον Ιούνιο του 2001 την εταιρία Raxeovsky ΑΕΒΕ, αλλάζοντας ταυτόχρονα την επωνυμία της στη σημερινή. Η παραγωγική διαδικασία πραγματοποιείται σε δικές της εγκαταστάσεις, αλλά κυρίως σε εγκαταστάσεις τρίτων (πάνω από 70% της παραγωγής) στην Ελλάδα και στο εξωτερικό (Τουρκία, Βουλγαρία, κλπ.). Προμηθεύεται πρώτες ύλες κυρίως από χώρες της Ε.Ε. Μέρος της παραγωγής της εξάγεται προς την Κύπρο, τη Βουλγαρία, τη Ρουμανία και τη Γερμανία (περίπου το 5% επί των συνολικών πωλήσεων). Η διάθεση των προϊόντων της πραγματοποιείται λιανικώς μέσω της αλυσίδας Raxeovsky, η οποία αριθμεί 45 καταστήματα στην ελληνική αγορά, 29 από τα οποία είναι εταιρικά και 16 franchising, καθώς και 7 shop in shop εντός των πολυκαταστημάτων "F" Φωκάς σε Αθήνα (2) και Θεσσαλονίκη (1), στα Notos Galleries στην Αθήνα (1), στον Πειραιά (1) και στη Λάρισα (1) και 1 στο Hondos Center στην Θεσσαλονίκη. Διαθέτει τα είδη της και χονδρικός. Το εν λόγω δίκτυο καλύπτει το μεγαλύτερο μέρος των εμπορικών περιοχών της χώρας, καθώς πέραν της Αττικής και της Θεσσαλονίκης, όπου λειτουργούν 13 και 4 καταστήματα αντίστοιχα, η αλυσίδα έχει επιπλέον παρουσία σε πόλεις της Βορείου (4) και της Κεντρικής (6) Ελλάδας, της Κρήτης (1) και της Σύρου (1). Επίσης, αξίζει να σημειωθεί η λειτουργία 5 καταστημάτων της αλυσίδας πέραν των συνόρων της χώρας, στη Βουλγαρία (2), στην Κύπρο, στη Ρουμανία και στη Γερμανία.</p> |
| <b>ROBERTO A.E.</b>             |  |
| <b>Διεύθυνση</b>                | <p>Έδρα - Εργοστάσιο:<br/>Παλαιά Οδός Θεσσαλονίκης-Ωραιόκαστρο (6 χλμ.), Ιπποδρομίου, Τ.Θ.6, 570 13 Ωραιόκαστρο Θεσσαλονίκη<br/>Τηλ: 231-068.3291-4, Φαξ: 231-068.3225</p>   |
| <b>Προσωπικό</b>                | 84 (ICAP data bank)  |
| <b>Κύκλος εργασιών 2006 (€)</b> | 8.703.276  |
| <b>Δραστηριότητες</b>           | Κατασκευή και εμπόριο ενδυμάτων.   |
| <b>Άλλα στοιχεία</b>            | <p>Ιδρύθηκε τον Ιούλιο του 1996 προερχόμενη από μετατροπή σε Α.Ε. της ομόρρυθμης εταιρείας Πανάγος Α.- Ν. Παπακωνσταντής Ο.Ε. «Roberto», που προϋπήρχε από το 1985.</p>  |
| <b>SAIN MORITZ A.B.E.E.</b>     |  |
| <b>Διεύθυνση</b>                | <p>Έδρα - Εργοστάσιο:<br/>Θερμαϊκού 15, 570 13 Ωραιόκαστρο Θεσσαλονίκη<br/>Τηλ: 231-068.5200, Φαξ: 231-068.8084</p>  |
| <b>Προσωπικό</b>                | 83 (ICAP data bank)  |
| <b>Κύκλος εργασιών 2006 (€)</b> | 10.105.999   |
| <b>Δραστηριότητες</b>           | Κατασκευή και εμπόριο ανδρικών και γυναικείων ενδυμάτων.   |
| <b>Άλλα στοιχεία</b>            | <p>Ιδρύθηκε στις 02.12.1996, με έδρα τη Θεσσαλονίκη. Προήλθε από μετατροπή σε Α.Ε. της ομόρρυθμης εταιρείας Promoda Ν. Βελλής - Κ. Πριμούδης &amp; Σία Ο.Ε., η οποία είχε ιδρυθεί το 1987.</p>   |
| <b>SARAH LAWRENCE A.E.</b>      |  |
| <b>Διεύθυνση</b>                | <p>Έδρα - Εργοστάσιο:<br/>17<sup>ης</sup> Νοεμβρίου 85, 543 52 Θεσσαλονίκη<br/>Τηλ: 2310-989.910, φαξ: 2310-950.806<br/>www.sarahlawrence.com</p>  |
| <b>Προσωπικό</b>                | 130  |
| <b>Κύκλος εργασιών 2006 (€)</b> | 10.383.519   |
| <b>Δραστηριότητες</b>           | Κατασκευή, εισαγωγές και εμπόριο γυναικείων ενδυμάτων και αξεσουάρ. Οργάνωση επιχειρήσεων με το σύστημα της δικαιοχρησίας.   |
| <b>Εμπορικό σήμα</b>            | Sarah Lawrence   |
| <b>Άλλα στοιχεία</b>            | <p>Ιδρύθηκε το 1999, από μετατροπή της εταιρίας Ledai Αφοί Φλωρεντίν Ε.Π.Ε. Το 1998 η επωνυμία της άλλαξε από Ledai Αφοί Φλωρεντίν-Παπαγερίδης Ε.Π.Ε στη σημερινή. Δραστηριοποιείται στην κατασκευή γυναικείων υφασμάτων ενδυμάτων κυρίως σε δικές της εγκαταστάσεις και σε μικρότερη κλίμακα σε εγκαταστάσεις τρίτων της εγχώριας αγοράς και της Βουλγαρίας. Εισάγει πρώτες ύλες και έτοιμα ενδύματα από τη Γαλλία, την Ιταλία, το Χονγκ Κονγκ, την Ιαπωνία και την Γερμανία.</p>   |

|                               |  |
|-------------------------------|--|
|                               | Τα προϊόντα της διατίθενται λιανικώς μέσω 14 εταιρικών καταστημάτων και 20 καταστημάτων franchising. Εξάγει μέρος της παραγωγής (περίπου 5% του συνολικού κύκλου εργασιών) προς την Κύπρο.   |
| <b>TE QUIERO A.B.E.E.</b>     |  |
| Διεύθυνση                     | <b>Έδρα:</b><br>Δεξαμενής 4, 144 52 Μεταμόρφωση<br>Τηλ: 210-282.8908, φαξ: 210-283.1490<br><b>Εργοστάσιο:</b><br>Ιπποκράτους 21, 144 52 Μεταμόρφωση<br>www.tequiero.gr   |
| Προσωπικό                     | 30 (ICAP Data Bank)  |
| Κύκλος εργασιών 2006 (€)      | 5.726.654  |
| Δραστηριότητες                | Κατασκευή, εισαγωγές και εμπόριο γυναικείων ενδυμάτων.   |
| Εμπορικό σήμα                 | Te Quiero  |
| Άλλα στοιχεία                 | Ιδρύθηκε το 1994, για να αναλάβει τις εργασίες της συγγενούς εταιρίας Bonsai Είδη Ένδυσης Ε.Π.Ε.   |
| <b>ΤΟΙ &amp; ΜΟΙ Α.Β.Ε.Ε.</b> |  |
| Διεύθυνση                     | <b>Έδρα:</b><br>Πίνδου 58 & Μηδείας, 143 42 Νέα Φιλαδέλφεια<br>Τηλ: 210-259.3700, φαξ: 210-259.3800<br>www.toi-moi.com   |
| Προσωπικό                     | 170  |
| Κύκλος εργασιών 2006 (€)      | 24.610.425   |
| Δραστηριότητες                | Κατασκευή γυναικείων ενδυμάτων. Εισαγωγές και εμπόριο γυναικείων ενδυμάτων, αξεσουάρ ένδυσης, υποδημάτων και τσαντών. Οργάνωση επιχειρήσεων με το σύστημα της δικαιόχρησης.  |
| Εμπορικό σήμα                 | Toi & Moi  |
| Άλλα στοιχεία                 | Ιδρύθηκε το 2000 από μετατροπή της νομικής μορφής της εταιρείας Τοι & Μοι Ε.Π.Ε., η οποία είχε ιδρυθεί το 1993 για να αναλάβει τις εργασίες της συγγενούς εταιρίας Παπαζαφειρόπουλοι Κ. Υιοί Ε.Π.Ε. Ασχολείται με την κατασκευή γυναικείων υφασμάτων ενδυμάτων, τόσο σε δικές της εγκαταστάσεις, όσο και σε εγκαταστάσεις τρίτων. Ειδικότερα, σε εγκαταστάσεις τρίτων πραγματοποιείται μέρος της ραφής, ενώ σε δικές της εγκαταστάσεις πραγματοποιείται η κοπή των υφασμάτων και ο σχεδιασμός των ενδυμάτων. Η διάθεση των ειδών της πραγματοποιείται χονδρικώς, καθώς και λιανικώς μέσω 9 εταιρικών καταστημάτων και 8 franchising. Η τιτλούχος διατηρεί επίσης 2 καταστήματα shop in shop, εντός των πολυκαταστημάτων Notos Galleries σε Αθήνα και Πειραιά αντίστοιχα, 1 στο εμπορικό κέντρο Attica, 2 στο Factory Outlet Πειραιώς και Αεροδρομίου, 1 στο Shopping House στον Άλιμο, 1 Mega Outlet στη Θεσσαλονίκη και 1 στο Empoli Outlet στο Περιστέρι. Το 2005 και το 2006, η ενασχόληση της εταιρείας με τα γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα κάλυψε το 95% περίπου του συνολικού κύκλου εργασιών της. |
| <b>VENER A.E.</b>             |  |
| Διεύθυνση                     | <b>Έδρα- Εργοστάσιο:</b><br>Αγίου Δημητρίου 300, 173 42, Άγιος Δημήτριος<br>Τηλ: 210-985.2946, φαξ: 210-985.1829<br>www.vener.gr   |
| Προσωπικό                     | 30   |
| Κύκλος εργασιών 2006 (€)      | 3.301.553  |
| Δραστηριότητες                | Κατασκευή, εισαγωγές και εμπόριο γυναικείων ενδυμάτων.   |
| Εμπορικό σήμα                 | Vener  |
| Άλλα στοιχεία                 | Ιδρύθηκε το 2001 από μετατροπή της ατομικής επιχείρησης Ηρακλής Γ. Ξυλούρης, η οποία είχε ιδρυθεί το 1994. Δραστηριοποιείται στην κατασκευή γυναικείων υφασμάτων ενδυμάτων, κυρίως σε εγκαταστάσεις τρίτων της εγχώριας αγοράς όπου γίνεται η ραφή. Η διάθεση των ειδών της είναι κυρίως χονδρική, ενώ η λιανική πώληση πραγματοποιείται μέσω ενός καταστήματός της καθώς και μέσω των καταστημάτων άλλων συγγενικών επιχειρήσεων. Το 2005 και το 2006, οι πωλήσεις των παραγομένων γυναικείων υφασμάτων ενδυμάτων κάλυψαν το 80% περίπου  |

|                                     |   |
|-------------------------------------|---|
|                                     | του συνολικού κύκλου εργασιών της. Προμηθεύεται πρώτες ύλες και εισάγει υφασμάτινα γυναικεία ενδύματα (5% περίπου επί των πωλήσεων), από την Ιταλία, την Τουρκία και την Κίνα. Επίσης, αγοράζει και από εγχώριους προμηθευτές. Μικρό μέρος της παραγωγής της (2% περίπου επί των πωλήσεων) εξάγεται στην Κύπρο.   |
| <b>YSATIS A.E.B.E.</b>              |   |
| <b>Διεύθυνση</b>                    | <b>Έδρα - Εργοστάσιο:</b><br>Αναγεννήσεως 40, 144 51 Μεταμόρφωση<br>Τηλ: 210-284.7376, φαξ: 210-282.1766<br>www.yzatis.gr   |
| <b>Προσωπικό</b>                    | 155   |
| <b>Κύκλος εργασιών 2006 (€)</b>     | 21.578.970  |
| <b>Δραστηριότητες</b>               | Κατασκευή, εισαγωγές και εμπόριο γυναικείων ενδυμάτων.  |
| <b>Εμπορικό σήμα</b>                | Ysatis, Inside, Boeing  |
| <b>Άλλα στοιχεία</b>                | Ιδρύθηκε το 1993 με την επωνυμία Γενική Εμποροβιομηχανική Υφασμάτων Α.Ε.Β.Ε. Τον Αύγουστο του 1999 η επωνυμία της άλλαξε στη σημερινή. Τον Νοέμβριο του 2000 απορρόφησε τις εταιρίες Ysatis Creations K. A. Παπαθανασίου & ΣΙΑ Ο.Ε., Υσάτις Εμπορία Ενδυμάτων Ε.Π.Ε και Παπαθανασίου Αφοί «Boeing» Ε.Π.Ε. Πραγματοποιεί εισαγωγές πρώτων υλών από τη Γαλλία, την Ιταλία, το Ηνωμένο Βασίλειο, την Κίνα, την Κορέα (Νότια) και την Ταϊβάν. Εισάγει γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα από Γαλλία, Ιταλία, Κίνα και Ινδία. Διαθέτει τα είδη της κυρίως χονδρικός ενώ η λιανική διάθεση πραγματοποιείται μέσω 21 εταιρικών καταστημάτων, καθώς και 6 καταστημάτων franchising. Μέρος της παραγωγής της σε γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα (10% περίπου το 2005 και 40% το 2006) εξάγεται προς την Τουρκία, τη Βουλγαρία, την Κύπρο, την Σαουδική Αραβία και τη Ρουμανία. Η ενασχόλησή της με τα γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα δικής της παραγωγής κάλυψε το 20% περίπου του συνολικού κύκλου εργασιών της το 2005 και το 50% το 2006. |
| <b>ΑΝΤΩΝΑΚΟΥ ΑΦΟΙ Α.Β.&amp;Ε.Ε.</b> |   |
| <b>Διεύθυνση</b>                    | <b>Έδρα - Εργοστάσιο:</b><br>Μυκόνου 54, 163 46 Ηλιούπολη<br>Τηλ: 210-973.5749, φαξ: 210-976.3800   |
| <b>Προσωπικό</b>                    | 39  |
| <b>Κύκλος εργασιών 2006 (€)</b>     | 2.715.667   |
| <b>Δραστηριότητες</b>               | Κατασκευή και εμπόριο γυναικείων ενδυμάτων.   |
| <b>Εμπορικό σήμα</b>                | Genesis   |
| <b>Άλλα στοιχεία</b>                | Ιδρύθηκε το 1992. Προήλθε από μετατροπή της εταιρίας Αντωνάκος Γεώργιος & Αντώνιος "Genesis" Ε.Π.Ε. Η παραγωγική διαδικασία διενεργείται κυρίως σε εγκαταστάσεις τρίτων της εγχώριας αγοράς και το 2006 μικρό μέρος πραγματοποιήθηκε στα Σκόπια. Το 30% περίπου των πρώτων υλών που χρησιμοποιεί προέρχονται από τη Γαλλία, τη Γερμανία, την Ιταλία και την Ισπανία. Η διάθεση των προϊόντων της είναι κυρίως χονδρική, ενώ η λιανική πώληση πραγματοποιείται μέσω ενός καταστήματός της και 4 σημείων πώλησης shop in shop εντός των πολυκαταστημάτων Notos Galleries, Γενική Εμπορική και Θερμαϊκός (Θεσσαλονίκη). Εξάγει μικρό μέρος της παραγωγής της (3% των πωλήσεων περίπου) προς την Κύπρο.   |
| <b>ΓΝΑΦΑΚΗΣ Μ. Α.Ε.</b>             |   |
| <b>Διεύθυνση</b>                    | <b>Έδρα:</b><br>Πραξιτέλους 15-19, 105 62 Αθήνα<br>Τηλ: 210-322.4538, φαξ: 210-322.1428<br><b>Εργοστάσιο:</b><br>Κολοκοτρώνη 72, 176 75 Καλλιθέα  |
| <b>Προσωπικό</b>                    | 45  |
| <b>Κύκλος εργασιών 2006 (€)</b>     | 3.425.962   |
| <b>Δραστηριότητες</b>               | Κατασκευή και εμπόριο γυναικείων ενδυμάτων.   |
| <b>Εμπορικό σήμα</b>                | Dynasta, Sandrine, Starla   |
| <b>Άλλα στοιχεία</b>                | Ιδρύθηκε το 1977, έπειτα από συγχώνευση των επιχειρήσεων Γναφάκη Μαρίκα Ε.Π.Ε (ιδρυθείσα το 1974) και Γναφάκης Μάρκος (ιδρυθείσα το 1995). Κατασκευάζει γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα, κυρίως σε εγκαταστάσεις τρίτων της   |

|  |  |
|--|--|
|  | εγχώριας αγοράς. Το 70% των πρώτων υλών που χρησιμοποιεί προέρχεται από το εξωτερικό (Ιταλία και Απω Ανατολή). Εισάγει έτοιμα ενδύματα (20% επί των συνολικών πωλήσεων) από την Κίνα και λίγα δερμάτινα είδη από την Ολλανδία. Μικρό μέρος της παραγωγής της (1%) εξάγεται προς την Κύπρο και το Ισραήλ. Η διάθεση των ειδών της πραγματοποιείται κυρίως χονδρικός, ενώ η λιανική πραγματοποιείται μέσω ενός υποκαταστήματός της. Το 2005 και το 2006 το 97% του συνολικού κύκλου εργασιών αφορούσε υφασμάτινα γυναικεία ενδύματα.   |
| <b>ΕΛΒΕ ΕΝΔΥΜΑΤΩΝ Α.Ε.</b>                   |  |
| <b>Διεύθυνση</b>                             | <b>Έδρα - Εργοστάσιο:</b><br>Άγιος Ανδρέας, 640 07 Νέα Πέραμος Καβάλα<br>Τηλ: 2594-023.600-2, φαξ: 2594-023.604<br>www.elvesa.gr   |
| <b>Προσωπικό</b>                             | 79   |
| <b>Κύκλος εργασιών 2006 (€)</b>              | 11.206.745   |
| <b>Δραστηριότητες</b>                        | Κατασκευή και εμπόριο γυναικείων ενδυμάτων.  |
| <b>Εμπορικό σήμα</b>                         | Arte Maxima by Makis Tselios, My Way, O.K.S.   |
| <b>Άλλα στοιχεία</b>                         | Ιδρύθηκε το 1987. Προήλθε από μετατροπή της εταιρίας Ελβέ Ε.Π.Ε, η οποία προϋπήρχε από το 1948 με την επωνυμία Κιτσικόπουλος Π. & Ν. Ο.Ε. Το 1998 απορρόφησε την εταιρία Lord International Α.Β.Ε.Ε. Κατασκευάζει γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα κυρίως σε εγκαταστάσεις τρίτων στην εγχώρια αγορά και στη Βουλγαρία. Προμηθεύεται τις πρώτες ύλες της από την Ιταλία, τη Γαλλία, τη Γερμανία και την Κίνα. Ένα ποσοστό 50% επί του συνολικού κύκλου εργασιών σε γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα εξάγεται προς τη Γαλλία, το Ηνωμένο Βασίλειο, την Ιρλανδία, την Πορτογαλία, την Ισπανία τον Καναδά και την Κύπρο. Διαθέτει τα είδη της κυρίως χονδρικός, ενώ η λιανική πραγματοποιείται μέσω 6 καταστημάτων της.   |
| <b>ΖΕΡΔΕΒΑΣ ΑΝΔΡΕΑΣ Α.Β.Ε.Ε.</b>             |  |
| <b>Διεύθυνση</b>                             | <b>Έδρα - Εργοστάσιο:</b><br>Πανδοσίας 23, 111 42 Αθήνα<br>Τηλ: 210-213.6501, Φαξ: 210-291.2792  |
| <b>Προσωπικό</b>                             | 17   |
| <b>Κύκλος εργασιών 2006 (€)</b>              | 2.513.549  |
| <b>Δραστηριότητες</b>                        | Κατασκευή, εισαγωγές και εμπόριο γυναικείων ενδυμάτων.   |
| <b>Εμπορικό σήμα</b>                         | Female Fashion   |
| <b>Άλλα στοιχεία</b>                         | Ιδρύθηκε το 2002 από μετατροπή νομικής μορφής της ατομικής επιχείρησης Ζερδεβάς Ανδρέας, η οποία είχε ιδρυθεί το 1996. Παράγει γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα αλλά πραγματοποιεί και ορισμένες εισαγωγές (περίπου 30%-35% επί του συνολικού κύκλου εργασιών για το 2005 και 2006) από τη Γαλλία και την Κίνα. Διαθέτει τα είδη της αποκλειστικά χονδρικός. Εξάγει μέρος της παραγωγής σε γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα (το 2006 εξήγαγε το 19% επί των συνολικών πωλήσεων) προς την Κύπρο, το Ισραήλ και την Ουγγαρία. Το 2006 ξεκίνησε την ανέγερση κτιρίου σε οικόπεδο ιδιοκτησίας της εταιρείας, του οποίου θα διατεθεί ένα μέρος προς εκμετάλλευση της εταιρείας (ως εργοστάσιο και αποθήκη).   |
| <b>ΘΕΟΧΑΡΗΣ Π. &amp; ΣΙΑ Ο.Ε. "PARANOIA"</b> |  |
| <b>Διεύθυνση</b>                             | <b>Έδρα - Εργοστάσιο:</b><br>Θειρσίου 3-5-7, 104 45 Αθήνα<br>Τηλ: 210-825.3541, φαξ: 210-825.3543  |
| <b>Προσωπικό</b>                             | 30   |
| <b>Δραστηριότητες</b>                        | Κατασκευή γυναικείων ενδυμάτων.  |
| <b>Εμπορικό σήμα</b>                         | Paranoia   |
| <b>Άλλα στοιχεία</b>                         | Ιδρύθηκε το Ιανουάριο του 2005, αναλαμβάνοντας τις δραστηριότητες της Θεοχάρης Γ. & Σία Ο.Ε. "Paranoia", η οποία αδρανή από τον Ιανουάριο του 2005. Η τελευταία είχε ιδρυθεί το 2001 για να αναλάβει τις δραστηριότητες της επιχείρησης Θεοχάρης Γεώργιος (η οποία ιδρύθηκε το 1998 και διαλύθηκε το 2002). Η παραγωγική διαδικασία διενεργείται κυρίως σε εγκαταστάσεις τρίτων στην εγχώρια αγορά. Το μεγαλύτερο μέρος των συνολικών της αγορών σε πρώτες ύλες προέρχεται από την Τουρκία, την Κίνα και το Πακιστάν. Διαθέτει τα προϊόντα της χονδρικός. Ωστόσο, τα είδη της διατίθενται και λιανικός μέσω των καταστημάτων "Paranoia" που έχουν οι συγγενείς επιχειρήσεις Αφοί Π. Θεοχάρης Ο.Ε. (4 καταστήματα) και Αφοί Γ. Θεοχάρης Ο.Ε. (4). Εξάγει μικρό μέρος της παραγωγής της προς την Κύπρο, το |

|                          |   |
|--------------------------|---|
|                          | Λίβανο και τη Βουλγαρία.  |
|                          | <b>ΚΑΚΟΥΡΗΣ Ν. Α.Β.Ε.Ε.</b>   |
| Διεύθυνση                | Έδρα - Εργοστάσιο:<br>Αγ. Νεκταρίου 65α, 144 51 Μεταμόρφωση<br>Τηλ: 210-281.4104, φαξ: 210-284.0484<br><a href="http://www.rebeccablu.gr">www.rebeccablu.gr</a>   |
| Προσωπικό                | 55  |
| Κύκλος εργασιών 2006 (€) | 6.907.659   |
| Δραστηριότητες           | Κατασκευή γυναικείων ενδυμάτων. Εισαγωγή και εμπόριο γυναικείων ενδυμάτων και αξεσουάρ. Οργάνωση επιχειρήσεων με το σύστημα της παρακαταθήκης.  |
| Εμπορικό σήμα            | Rebecca Blu   |
| Άλλα στοιχεία            | Ιδρύθηκε το 1986. Από το Μάρτιο του 1994 μέχρι και το Δεκέμβριο του 1996 παρέμεινε σε αδράνεια και τις δραστηριότητές της είχε αναλάβει η συγγενής εταιρεία Κακούρης Νικόλαος & Σία Ο.Ε. Τον Ιανουάριο του 1997 η τιτλούχος επαναδραστηριοποιήθηκε.<br>Ασχολείται με την κατασκευή γυναικείων υφασμάτων ενδυμάτων, ενώ πραγματοποιεί και εισαγωγές από την Ιταλία. Οι πρώτες ύλες που χρησιμοποιεί προέρχονται από την εγχώρια αγορά και από την Ιταλία. Μέρος της παραγωγής της (5% περίπου) εξάγεται προς την Κύπρο, τη Βουλγαρία, τα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα και τη Γερμανία. Διαθέτει τα είδη της κυρίως χονδρικός, ενώ η λιανική διάθεση πραγματοποιείται μέσω, 54 καταστημάτων, εκ των οποίων τα 9 είναι εταιρικά.  |
|                          | <b>ΚΑΜΜΕΝΟΣ, Δ. &amp; Π., &amp; ΣΙΑ Ο.Ε.Β.Ε.</b>  |
| Διεύθυνση                | Έδρα - Εργοστάσιο:<br>Αθ. Κυριαζή 10, 301 00 Αγρίνιο<br>Τηλ: 264-104.8314, Φαξ: 264-102.8224<br><a href="http://www.paul-christophe.gr">www.paul-christophe.gr</a>  |
| Προσωπικό                | 45  |
| Δραστηριότητες           | Κατασκευή και εμπόριο γυναικείων ενδυμάτων.   |
| Εμπορικό σήμα            | Paul Christophe   |
| Άλλα στοιχεία            | Ιδρύθηκε το 1963, με έδρα το Αγρίνιο. Τον Απρίλιο του 1995 η τιτλούχος ανέλαβε τις δραστηριότητες της Παύλος Καμμένος Ο.Ε.Β.Ε.. Εισάγει πρώτες ύλες και λίγα έτοιμα ενδύματα από την Ιταλία, τη Γαλλία, την Ισπανία, την Κίνα και το Πακιστάν. Διαθέτει τα ενδύματα κυρίως χονδρικός και λιανικός μέσω δύο καταστημάτων στο Αγρίνιο. Εξάγει το 10% περίπου επί των συνολικών πωλήσεών της προς την Κύπρο, την Τσεχία, τη Μάλτα, την Αλβανία, τη Φινλανδία και τη Σουηδία.   |
|                          | <b>ΚΑΜΙΝΙΩΤΗ Μ. ΑΦΟΙ Α.Β.Ε.Ε.</b>   |
| Διεύθυνση                | Έδρα – Εργοστάσιο:<br>Ηρώς 13 <sup>α</sup> , 104 42 Αθήνα<br>Τηλ: 210-513.3333, φαξ: 210-512.4333<br><a href="http://www.lussile.com">www.lussile.com</a>   |
| Προσωπικό                | 190   |
| Κύκλος εργασιών 2006 (€) | 16.686.169  |
| Δραστηριότητες           | Κατασκευή, εισαγωγές και εμπόριο γυναικείων ενδυμάτων και αξεσουάρ. Οργάνωση επιχειρήσεων με το σύστημα franchising.  |
| Εμπορικό σήμα            | Lussile   |
| Άλλα στοιχεία            | Ιδρύθηκε το 1990, από μετατροπή της νομικής μορφής της εταιρίας Καμινιώτη Μ. Αφοί Ε.Π.Ε. Η τελευταία ιδρύθηκε το 1987, αναλαμβάνοντας τις δραστηριότητες των εταιριών Καμινιώτης Δ. & Β. Ο.Ε και Καμινιώτη Μ. Αφοί Ο.Ε., που προϋπήρχαν από τα έτη 1984 και 1985 αντίστοιχα. Το 2003, απορρόφησε την εταιρία Καμινιώτη Μ. Αφοί Ε.Π.Ε. Η παραγωγική διαδικασία πραγματοποιείται κυρίως σε εγκαταστάσεις τρίτων της εγχώριας αγοράς. Προμηθεύεται το μεγαλύτερο μέρος των πρώτων υλών που χρησιμοποιεί από την εγχώρια αγορά (60% περίπου) και σε μικρότερη κλίμακα από τη Γαλλία, τη Γερμανία και την Ιταλία. Μικρό μέρος της παραγωγής της (4% περίπου) εξάγεται της προς την Κύπρο, την Τσεχία και την Πολωνία. Εισάγει γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα από τη Γαλλία, την Ιταλία, την Ισπανία και την Κίνα. Διαθέτει τα προϊόντα της χονδρικός και λιανικός μέσω 18 καταστημάτων, εκ των οποίων τα 13 είναι εταιρικά και τα υπόλοιπα 5 λειτουργούν με τη μορφή του franchising. Επιπλέον, διατηρεί καταστήματα shop in shop εντός των |

|                                 |  |
|---------------------------------|--|
|                                 | εγκαταστάσεων των εταιρειών Notos Com Holdings A.E. (Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Πειραιάς), Γενική Εμπορική Α.Ε. (Λαμία), Hondos Center A.E. (Γλυφάδα, Ομόνοια, Πατησίων, Περιστερί, Θεσσαλονίκη), Center In A.E.E.E. (Βέροια) και Φωκάς Ο., Α.Ε. (Θεσσαλονίκη). Το 95% περίπου του συνολικού κύκλου εργασιών της το 2005 και το 2006 αφορούσε γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα.  |
| <b>ΚΟΛΙΟΣ, Ι., Α.Ε.Ε.</b>       |  |
| <b>Διεύθυνση</b>                | <b>Έδρα - Εργοστάσιο:</b><br>Λεωφ. Ηρακλείου 236-238, 142 31 Νέα Ιωνία<br>Τηλ: 210-277.2508, Φαξ: 210-277.2736   |
| <b>Προσωπικό</b>                | 25   |
| <b>Κύκλος εργασιών 2006 (€)</b> | 9.092.902  |
| <b>Δραστηριότητες</b>           | Κατασκευή, εισαγωγές και εμπόριο ανδρικών και γυναικείων ενδυμάτων.  |
| <b>Εμπορικό σήμα</b>            | No name  |
| <b>Άλλα στοιχεία</b>            | Ιδρύθηκε στις 31.03.1994. Το Σεπτέμβριο του 2000 απορρόφησε τις εταιρείες Τζιάλλα Ελένη & Σία Ο.Ε., Κολιός Σταύρος Θ., Κολιός Ιωάννης Θ., Τσολάκου Ασημίνα Κων. Παράγει σε εγκαταστάσεις τρίτων της εγχώριας αγοράς αλλά και στην Ιταλία και Τουρκία. Διαθέτει τα είδη της κυρίως λιανικώς (περίπου 70% των συνολικών πωλήσεων) αλλά και χονδρικώς. Η ενασχόληση με τα γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα το 2005 και το 2006 κάλυψε το 50% περίπου του συνολικού κύκλου εργασιών της εταιρείας.  |
| <b>ΛΙΝΕΑ Α.Β.Ε.Ε.</b>           |  |
| <b>Διεύθυνση</b>                | <b>Έδρα - Εργοστάσιο:</b><br>Οδός Δράμας - Καβάλας (4ο χλμ), 661 00 Δράμα<br>Τηλ: 2521-042.272, φαξ: 2521-042.380<br><a href="http://www.esthis.gr">www.esthis.gr</a>  |
| <b>Προσωπικό</b>                | 25   |
| <b>Κύκλος εργασιών 2006 (€)</b> | 4.365.538  |
| <b>Δραστηριότητες</b>           | Κατασκευή και εμπόριο γυναικείων ενδυμάτων.  |
| <b>Εμπορικό σήμα</b>            | Esthis   |
| <b>Άλλα στοιχεία</b>            | Ιδρύθηκε το 1988, έπειτα από μετατροπή της εταιρίας Αγγελος Ζωγραφίδης & Σία Ο.Ε.Β.Ε., η οποία είχε ιδρυθεί το 1986. Η παραγωγική διαδικασία διενεργείται κυρίως σε εγκαταστάσεις τρίτων της εγχώριας αγοράς και της Βουλγαρίας. Προμηθεύεται το μεγαλύτερο μέρος των πρώτων υλών που χρησιμοποιεί (ποσοστό 80% περίπου των συνολικών της αγορών) κυρίως από την Ιταλία και μικρό μέρος από Γερμανία. Ο μεγαλύτερος όγκος της παραγωγής της (65% περίπου) εξάγεται προς τον Καναδά, τη Ρωσία, την Ιρλανδία, τη Σουηδία, τη Γερμανία, την Αυστρία, την Ολλανδία, την Ελβετία και την Πολωνία. Η διάθεση των προϊόντων της πραγματοποιείται κυρίως χονδρικώς, καθώς και λιανικώς μέσω ενός εταιρικού καταστήματος και μέσω της επιχείρησης ΝΗΜΑ Α.Ε. (στην οποία συμμετέχει η τιτλούχος), η οποία διαθέτει 4 καταστήματα λιανικής. |
| <b>ΛΟΛΑ Α.Β. &amp; Ε.Ε.</b>     |  |
| <b>Διεύθυνση</b>                | <b>Έδρα - Εργοστάσιο:</b><br>Αγ. Δημητρίου 174, 173 41 Άγιος Δημήτριος<br>Τηλ: 210-934.9088, φαξ: 210-931.3401<br><a href="http://www.lola.gr">www.lola.gr</a>   |
| <b>Προσωπικό</b>                | 107  |
| <b>Κύκλος εργασιών 2006 (€)</b> | 7.272.709 (1-7-2005/30-6-2006)   |
| <b>Δραστηριότητες</b>           | Κατασκευή, εισαγωγές και εμπόριο γυναικείων ενδυμάτων.   |
| <b>Εμπορικό σήμα</b>            | LOLA, Amber  |
| <b>Άλλα στοιχεία</b>            | Ιδρύθηκε το 1979, ύστερα από συγχώνευση της εταιρίας Γρηγόριος Γιαλαμάς & Σία Ε.Ε. (ίδρυση 1973) και της ατομικής επιχείρησης Γρηγόριος Γιαλαμάς. Το 1991 ανέλαβε τις εργασίες της ατομικής επιχείρησης Γιαλαμά Αναστασία, η οποία ιδρύθηκε το 1988. Εκτός της παραγωγικής δραστηριότητας, η εταιρεία πραγματοποιεί και κάποιες εισαγωγές έτοιμων ενδυμάτων από την Ιταλία, την Κίνα, τη Γερμανία, τη Γαλλία και την Τουρκία. Η λιανική διάθεση των ειδών της πραγματοποιείται μέσω 7 εταιρικών καταστημάτων και 1 καταστήματος (στη Μυτιλήνη) που λειτουργεί με τη μέθοδο franchising. Το 99% περίπου του συνολικού κύκλου εργασιών της το 2005 και το 2006 αφορούσε υφασμάτινα γυναικεία ενδύματα, εκ των οποίων το 62% ήταν   |

|  |   |
|--|---|
|  | από υφασμάτινα γυναικεία ενδύματα δικής της παραγωγής και το 38% από εισαγόμενα.  |
| <b>ΜΑΝΟΥΕΛ ΕΝΔΥΜΑΤΑ Α.Ε.Β.Ε.</b>               |   |
| Διεύθυνση                                      | Έδρα - Εργοστάσιο:<br>Βοιωτίας 6,141 22 Ν. Ηράκλειο<br>Τηλ: 210-285.5201-2, φαξ: 210-285.5203<br>www.bestmanuel.gr  |
| Προσωπικό                                      | 23  |
| Κύκλος εργασιών 2006 (€)                       | 2.089.930   |
| Δραστηριότητες                                 | Κατασκευή, εισαγωγές και εμπόριο γυναικείων ενδυμάτων. Οργάνωση επιχειρήσεων με το σύστημα franchising.   |
| Εμπορικό σήμα                                  | Best Manuel   |
| Άλλα στοιχεία                                  | Ιδρύθηκε το 2000. Προήλθε από μετατροπή της εταιρίας Χριστοδούλου Εμμ. & Σία Ο.Ε., η οποία ιδρύθηκε το 1994 από μετατροπή της επιχείρησης Χριστοδούλου Εμμ. Ε.Ε., η οποία είχε συσταθεί το 1987. Η διάθεση των ειδών της πραγματοποιείται κυρίως χονδρικός, ενώ η λιανική διάθεση πραγματοποιείται μέσω 3 καταστημάτων της και 6 καταστημάτων franchising. Μέρος της παραγωγής της εξάγεται στην Κύπρο, στη Βουλγαρία, στη Γερμανία, στη Τουρκία και στη Ρουμανία.  |
| <b>ΜΑΝΤΑΕΝ Α.Β.Ε.Ε.</b>                        |   |
| Διεύθυνση                                      | Έδρα - Εργοστάσιο:<br>Βαλαωρίτου 1, 143 43 Νέα Χαλκηδόνα<br>Τηλ: 210-253.1325, φαξ: 210-253.1381  |
| Προσωπικό                                      | 33  |
| Κύκλος εργασιών 2006 (€)                       | 3.133.056   |
| Δραστηριότητες                                 | Κατασκευή και εμπόριο γυναικείων ενδυμάτων.   |
| Εμπορικό σήμα                                  | Madlen  |
| Άλλα στοιχεία                                  | Ιδρύθηκε το 1989. Στα τέλη του 1992 ανέλαβε τις εργασίες της συγγενούς εταιρείας Mandlen Παναγιώτης Ευθυμίου Α.Β.Ε.Ε, η οποία ιδρύθηκε το 1986 (προϋπήρχε από το 1976). Προμηθεύεται πρώτες ύλες κυρίως από την εσωτερική αγορά. Η διάθεση των ειδών της πραγματοποιείται κυρίως χονδρικός και μικρό μέρος αυτών εξάγεται στην Κύπρο, στην Ελβετία και στην Αλβανία. Το δίκτυο των καταστημάτων λιανικής αποτελείται από 4 εταιρικά καταστήματα, 2 καταστήματα franchising και 2 καταστήματα shop in shop. Το 95% περίπου του συνολικού κύκλου εργασιών της αφορούσε γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα το 2005 και το 2006. |
| <b>ΜΙΧΑΗΛΙΔΗΣ Ι. Α.Β.Ε.</b>                    |   |
| Διεύθυνση                                      | Έδρα - Εργοστάσιο:<br>Ακροπόλεως 5, 142 35 Ν. Ιωνία<br>Τηλ: 210-277.2000, Φαξ: 210-277.9905   |
| Προσωπικό                                      | 35  |
| Κύκλος εργασιών 2006 (€)                       | 5.447.912   |
| Δραστηριότητες                                 | Κατασκευή και εμπόριο γυναικείων ενδυμάτων.   |
| Αντιπροσωπευόμενος οίκος/ Εμπορικό σήμα        | Vergi, Monix, Size Free   |
| Άλλα στοιχεία                                  | Ιδρύθηκε το 1999 και τον Οκτώβριο του 2002 απορρόφησε την εταιρεία Μιχαηλίδου Ευανθία & Σία Ο.Ε. Η παραγωγική διαδικασία διενεργείται σε εγκαταστάσεις τρίτων της εγχώριας αγοράς. Προμηθεύεται πρώτες ύλες κυρίως από την εγχώρια αγορά, αλλά πραγματοποιεί και εισαγωγές από την Ιταλία και την Τουρκία. Διαθέτει τα είδη της κυρίως χονδρικός, ενώ η λιανική διάθεση πραγματοποιείται μέσω 6 εταιρικών καταστημάτων που λειτουργούν με το εμπορικό σήμα Vergi. Μέρος της παραγωγής της εξάγεται προς την Κύπρο.  |
| <b>ΜΙΧΑΗΛΙΔΟΥ, Ο.Α., &amp; ΣΙΑ Ο.Ε. "BONN"</b> |   |
| Διεύθυνση                                      | Έδρα - Εργοστάσιο:<br>Π. Ράλλη 13, 151 21 Πεύκη<br>Τηλ: 210-805.4470, Φαξ: 210-805.2068   |
| Προσωπικό                                      | 27  |
| Δραστηριότητες                                 | Κατασκευή, εισαγωγές και εμπόριο γυναικείων ενδυμάτων.  |
| Εμπορικό σήμα                                  | Bonn  |
| Άλλα στοιχεία                                  | Ιδρύθηκε το 1985 σαν ομόρρυθμη εταιρεία με την επωνυμία Μιχαηλίδου Ανθή & Σία   |



|                                       |  |
|---------------------------------------|--|
|                                       | <p>Ο.Ε.. Το 1992, η τιτλούχος κατόπιν τροποποίησης του καταστατικού της άλλαξε τη νομική της μορφή και την επωνυμία της, σε Μιχαηλίδου Ολ. &amp; Σία Ε.Ε. Τέλος, το 2001 η νομική μορφή και η επωνυμία της τιτλούχου άλλαξε στη σημερινή. Κατασκευάζει γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα αλλά πραγματοποιεί και εισαγωγές από την Ιταλία, την Κίνα και την Τουρκία. Διαθέτει τα είδη της χονδρικός αλλά και λιανικός μέσω 6 εταιρικών καταστημάτων. Εξάγει περίπου το 20% επί των συνολικών πωλήσεων στην Κύπρο.</p> |
| <b>ΠΕΡΒΕΝΗΣ Α. "EXTREME" Α.Β.Ε.Ε.</b> |  |
| Διεύθυνση                             | <p>Έδρα - Εργοστάσιο:<br/>17<sup>ης</sup> Νοέμβρη 79, 543 52 Θεσσαλονίκη<br/>Τηλ: 2310-906.066, φαξ: 2310-906.007</p>  |
| Προσωπικό                             | 30   |
| Κύκλος εργασιών 2006 (€)              | 4.771.224  |
| Δραστηριότητες                        | Κατασκευή γυναικείων και παιδικών ενδυμάτων.   |
| Εμπορικό σήμα                         | Extreme  |
| Άλλα στοιχεία                         | <p>Ιδρύθηκε το 1996, έπειτα από συγχώνευση των επιχειρήσεων Περβένης Α. Extreme Α.Ε. (ιδρυθείσα τον 1991) και Περβένης Αλέξανδρος (ιδρυθείσα το 1986). Η παραγωγική διαδικασία πραγματοποιείται κυρίως σε εγκαταστάσεις θυγατρικής της στη Βουλγαρία. Η παραγωγή της εξάγεται εξ'ολοκλήρου στο Ηνωμένο Βασίλειο, στην Ιταλία, στη Γερμανία, στη Σουηδία, στη Γαλλία και στην Ολλανδία. Το 95% του συνολικού κύκλου εργασιών της το 2005 και το 2006 αφορούσε γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα.</p>                  |
| <b>ΠΕΤΡΟΓΚΙΝΗ Α.Ε.</b>                |  |
| Διεύθυνση                             | <p>Έδρα:<br/>Τατοίου 78, 144 51 Μεταμόρφωση<br/>Τηλ: 210-285.3333, φαξ: 210-285.3334</p>   |
| Προσωπικό                             | 40   |
| Κύκλος εργασιών 2006 (€)              | 5.600.323  |
| Δραστηριότητες                        | Κατασκευή και εμπόριο γυναικείων ενδυμάτων.  |
| Εμπορικό σήμα                         | Harpening  |
| Άλλα στοιχεία                         | <p>Ιδρύθηκε το 1998. Η παραγωγική διαδικασία διενεργείται σε εγκαταστάσεις τρίτων. Προμηθεύεται το μεγαλύτερο μέρος των πρώτων υλών της από την εγχώρια αγορά. Εξάγει μέρος της παραγωγής της σε γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα προς τα Σκόπια, τη Σερβία, τη Σλοβενία, τη Βοσνία και την Κύπρο. Η διάθεση των προϊόντων της πραγματοποιείται κυρίως χονδρικός και σε μικρότερη κλίμακα λιανικός μέσω 6 εταιρικών καταστημάτων και 6 καταστημάτων franchising.</p>  |
| <b>ΡΟΔΟΠΟΥΛΟΣ Α. Ε.Π.Ε.</b>           |  |
| Διεύθυνση                             | <p>Έδρα:<br/>Καρόρη 14 &amp; Βορέου 2, 105 51 Αθήνα<br/>Τηλ. 210-321.3391, φαξ: 210-325.0039<br/>Εργοστάσιο:<br/>Καρόρη 12 &amp; Βορέου 3, 105 51 Αθήνα</p>  |
| Προσωπικό                             | 20 (ICAP Databank)   |
| Κύκλος εργασιών 2006 (€)              | 2.706.099  |
| Δραστηριότητες                        | Κατασκευή γυναικείων ενδυμάτων.  |
| Εμπορικό σήμα                         | Rodonna  |
| Άλλα στοιχεία                         | <p>Ιδρύθηκε το 1982, για να συνεχίσει μέρος των εργασιών της εταιρείας Α. Ροδόπουλος &amp; Σία Ε.Ε., η οποία είχε ιδρυθεί το 1975 ως συνέχεια της ατομικής επιχείρησης Ροδόπουλος Ανδρέας (η οποία είχε ιδρυθεί το 1971 και συνέχιζε τις εργασίες της Ροδόπουλος - Αποστόλου Α.Ε., που είχε συσταθεί το 1961).</p>   |
| <b>ΡΟΔΟΠΟΥΛΟΣ Ι. Α.Ε.Β.Ε.</b>         |  |
| Διεύθυνση                             | <p>Έδρα:<br/>Πλατ. Θεάτρου 12, 105 52 Αθήνα<br/>Τηλ: 210-321.2750, Φαξ: 210-321.2605</p>   |
| Προσωπικό                             | 40   |
| Κύκλος εργασιών 2006 (€)              | 4.150.537  |
| Δραστηριότητες                        | Κατασκευή και εμπόριο γυναικείων ενδυμάτων.  |
| Εμπορικό σήμα                         | Gianni Rodini  |

|   |   |
|---|---|
| <b>Άλλα στοιχεία</b>                            | Ιδρύθηκε τον Απρίλιο του 2004 αναλαμβάνοντας τη δραστηριότητα της Gianni Rodini International Ε.Π.Ε. Η επιχείρηση παράγει και σε εγκαταστάσεις τρίτων της εγχώριας αγοράς. Προμηθεύεται τις πρώτες ύλες κυρίως από την εγχώρια αγορά και ένα μικρό μέρος από την Ιταλία και την Απω Ανατολή. Διαθέτει τα γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα αποκλειστικά χονδρικής και εξάγει ένα μικρό μέρος (2%-5% επί των συνολικών πωλήσεων) στην Κύπρο.   |
| <b>ΣΑΒΒΑΣ Μ. JUPE ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ Ε.Π.Ε.</b>        |   |
| <b>Διεύθυνση</b>                                | <b>Έδρα - Εργοστάσιο:</b><br>Κλειούς 3, 173 43 Άγιος Δημήτριος<br>Τηλ: 210-971.6483, φαξ: 210-976.9104  |
| <b>Προσωπικό</b>                                | 26  |
| <b>Κύκλος εργασιών 2006 (€)</b>                 | 2.772.701   |
| <b>Δραστηριότητες</b>                           | Κατασκευή, εισαγωγές και εμπόριο γυναικείων ενδυμάτων και αξεσουάρ.   |
| <b>Εμπορικό σήμα</b>                            | Jupe  |
| <b>Άλλα στοιχεία</b>                            | Ιδρύθηκε το 2001. Η παραγωγική διαδικασία πραγματοποιείται κυρίως σε εγκαταστάσεις τρίτων της εγχώριας αγοράς. Πραγματοποιεί εισαγωγές γυναικείων υφασμάτινων ενδυμάτων από τη Γαλλία και την Ιταλία. Διαθέτει τα προϊόντα της κυρίως χονδρικής, ενώ η λιανική διάθεση πραγματοποιείται μέσω 4 καταστημάτων της. Εξάγει μέρος της παραγωγής της σε γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα προς την Κύπρο, την Ελβετία και το Λίβανο.   |
| <b>ΣΑΚΕΛΛΑΡΗΣ Μ. ΑΒΕΕ</b>                       |   |
| <b>Διεύθυνση</b>                                | <b>Έδρα - Εργοστάσιο:</b><br>Παραδεισιών 25-27, 111 47 Γαλάτσι<br>Τηλ: 210-222.2346, φαξ: 210-222.4117<br>www.rococo.gr   |
| <b>Προσωπικό</b>                                | 100   |
| <b>Κύκλος εργασιών 2006 (€)</b>                 | 10.929.507  |
| <b>Δραστηριότητες</b>                           | Κατασκευή ανδρικών και γυναικείων ενδυμάτων και αξεσουάρ. Οργάνωση επιχειρήσεων με το σύστημα της δικαιόχρησης.   |
| <b>Εμπορικό σήμα</b>                            | Rococo, Status Quo  |
| <b>Άλλα στοιχεία</b>                            | Ιδρύθηκε το 1992. Προήλθε από μετατροπή της Status Quo Μ. Σακελλάρης Ε.Π.Ε., που συστάθηκε το 1988 για να συνεχίσει τις εργασίες της Μ. Σακελλάρης – Α. Παλαμάρας Ο.Ε. που είχε συσταθεί το 1982 και προϋπήρχε από το 1971 με την επωνυμία Αφοί Σακελλάρη Ο.Ε. Το 1996 απορρόφησε τη συγγενή επιχείρηση Rococo Ε.Π.Ε., που ιδρύθηκε το 1991. Το 2000 άλλαξε τον διακριτικό της τίτλο από Status Quo σε Rococo Status Quo. Το 2001 απορρόφησε την επιχείρηση Μητσιούδης Πάρις Ε.Π.Ε. Η κοπή των ενδυμάτων γίνεται σε δικές της εγκαταστάσεις, ενώ τα υπόλοιπα μέρη της παραγωγικής διαδικασίας πραγματοποιούνται σε εγκαταστάσεις τρίτων της εγχώριας αγοράς. Εισάγει τις πρώτες ύλες από την Ιταλία και τη Γαλλία. Τα προϊόντα της εταιρίας διατίθενται κυρίως λιανικώς μέσω 11 εταιρικών καταστημάτων και 4 - 5 καταστημάτων που λειτουργούν με τη μέθοδο του franchising και τον διακριτικό τίτλο Rococo. Εξάγει μικρό μέρος (5% επί των συνολικών πωλήσεων) των γυναικείων ενδυμάτων στην Κύπρο. |
| <b>ΣΤΑΘΟΠΟΥΛΟΣ Ι. &amp; ΣΙΑ Ο.Ε. "ESTETICA"</b> |   |
| <b>Διεύθυνση</b>                                | <b>Έδρα - Εργοστάσιο:</b><br>Σκουζέ 4, 105 60 Αθήνα<br>Τηλ 210-322.9064, φαξ 210-323.1174   |
| <b>Προσωπικό</b>                                | 13  |
| <b>Δραστηριότητες</b>                           | Κατασκευή γυναικείων ενδυμάτων.   |
| <b>Εμπορικό σήμα</b>                            | Estetica  |
| <b>Άλλα στοιχεία</b>                            | Ιδρύθηκε το 1994. Ξεκίνησε δραστηριότητες το 1995 αναλαμβάνοντας τις εργασίες της συγγενούς εταιρείας Παν. Σταθόπουλος & Σία Ο.Ε. Προμηθεύεται πρώτες ύλες κυρίως από την εγχώρια αγορά και σε μικρότερη κλίμακα από την Ιταλία και την Πολωνία. Διαθέτει τα είδη της αποκλειστικά χονδρικής. Εξάγει μέρος της παραγωγής της στην Κύπρο.  |

| <b>ΣΤΕΠΑ Α.Ε.</b>                                |   |
|--|---|
| <b>Διεύθυνση</b>                                 | <b>Έδρα - Εργοστάσιο:</b><br>Γεωργιανή, 640 01 Νικησιανή Καβάλα<br>Τηλ: 259-202.1809, Φαξ: 259-202.1808   |
| <b>Προσωπικό</b>                                 | 15  |
| <b>Κύκλος εργασιών 2006 (€)</b>                  | 2.782.485   |
| <b>Δραστηριότητες</b>                            | Κατασκευή και εμπορία γυναικείων ενδυμάτων.   |
| <b>Άλλα στοιχεία</b>                             | Ιδρύθηκε το έτος 2002. Προμηθεύεται πρώτες ύλες κυρίως από την εγχώρια αγορά, ενώ πραγματοποιεί και ορισμένες εισαγωγές από τη Γερμανία. Διαθέτει τα είδη της κυρίως χονδρικός και λιανικός μέσω ενός καταστήματος που λειτουργεί στην έδρα της. Μέρος της παραγωγής της σε γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα (περίπου 10% επί των συνολικών πωλήσεων) εξάγεται προς τη Γερμανία και Π.Γ.Δ.Μ.   |
| <b>ΤΟΥΝΤΑ Β. – PERFECTION ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ Ε.Π.Ε.</b> |   |
| <b>Διεύθυνση</b>                                 | <b>Έδρα - Εργοστάσιο:</b><br>Πρεβέζης 3, 143 42, Νέα Φιλαδέλφεια<br>Τηλ: 210-252.7040, Φαξ: 210-252.7064  |
| <b>Προσωπικό</b>                                 | 35  |
| <b>Κύκλος εργασιών 2006 (€)</b>                  | 10.074.906  |
| <b>Δραστηριότητες</b>                            | Κατασκευή, εισαγωγές και εμπορία γυναικείων ενδυμάτων και αξεσουάρ.   |
| <b>Εμπορικό σήμα</b>                             | On Line   |
| <b>Άλλα στοιχεία</b>                             | Ιδρύθηκε τον Ιούλιο του 2004. Προμηθεύεται πρώτες ύλες κυρίως από την εγχώρια αγορά και εισάγει ορισμένες από την Ιταλία. Επίσης, πραγματοποιεί και ορισμένες εισαγωγές σε έτοιμα γυναικεία ενδύματα από την Ιταλία, Ταϊβάν και Ινδία. Εξάγει μέρος των γυναικείων υφασμάτινων ενδυμάτων προς την Κύπρο, το Λίβανο, την Ελβετία και τη Φινλανδία. Διαθέτει τα είδη της κυρίως χονδρικός αλλά και λιανικός μέσω 3 εταιρικών καταστημάτων. Η επιχείρηση επένδυσε το 2005 και το 2006 συνολικά €230 χιλ. για τη διαμόρφωση χώρου χονδρικής διάθεσης προϊόντων και διαμόρφωση καταστημάτων λιανικής.            |
| <b>ΤΖΕΛΟΣ Α. &amp; Γ., Ο.Ε.</b>                  |   |
| <b>Διεύθυνση</b>                                 | <b>Έδρα - Εργοστάσιο:</b><br>Ανδρου & Ψαρών 12, 131 22 Τριων<br>Τηλ: 210-263.3244, Φαξ: 210-263.7131<br>www.jelo.gr   |
| <b>Προσωπικό</b>                                 | 26  |
| <b>Δραστηριότητες</b>                            | Κατασκευή και εμπόριο γυναικείων ενδυμάτων. Οργάνωση επιχειρήσεων με το σύστημα franchising.  |
| <b>Εμπορικό σήμα</b>                             | Jelo  |
| <b>Άλλα στοιχεία</b>                             | Ιδρύθηκε το 1995. Μέρος της παραγωγής γίνεται σε εγκαταστάσεις τρίτων. Διαθέτει τα είδη της χονδρικός και λιανικός μέσω 5 εταιρικών καταστημάτων και 7 καταστημάτων franchising. Εξάγει μέρος της παραγωγής της στην Κύπρο.   |
| <b>ΧΑΛΙΜΟΣ Ν &amp; Κ., Ο.Ε.</b>                  |   |
| <b>Διεύθυνση</b>                                 | <b>Έδρα - Εργοστάσιο:</b><br>Αίνου 7, 142 33 Νέα Ιωνία<br>Τηλ: 210-275.8300, Φαξ: 210-271.3200<br>www.passager.gr   |
| <b>Προσωπικό</b>                                 | 23  |
| <b>Δραστηριότητες</b>                            | Κατασκευή, εισαγωγές και εμπόριο γυναικείων ενδυμάτων.  |
| <b>Εμπορικό σήμα</b>                             | Passager  |
| <b>Άλλα στοιχεία</b>                             | Ιδρύθηκε το έτος 1988. Προμηθεύεται τις πρώτες ύλες για την παραγωγή γυναικείων υφασμάτινων ενδυμάτων από την εγχώρια αγορά. Πραγματοποιεί εισαγωγές ενδυμάτων (οι πωλήσεις των οποίων κάλυψαν το 25% περίπου του κύκλου εργασιών το 2005 και 2006) από την Ιταλία, την Κίνα, την Τουρκία και τη Γαλλία. Διαθέτει τα είδη της κυρίως χονδρικός (70% περίπου των πωλήσεων) αλλά και λιανικός μέσω 3 εταιρικών καταστημάτων. Μέρος της παραγωγής της εξάγεται στην Κύπρο και την Τουρκία. Η ενσασχόληση με τα γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα κάλυψε περίπου το 90% των συνολικών πωλήσεων το 2005 και το 2006. |

| ΧΡΙΣΤΟΠΟΥΛΟΙ ΑΦΟΙ Α.Β.Ε.Ε. |   |
|----------------------------|---|
| Διεύθυνση                  | Έδρα - Εργοστάσιο:<br>Δερβενακίων 1-3, 143 43 Νέα Χαλκηδόνα<br>Τηλ. 210-252.8444, φαξ 210-252.8460  |
| Προσωπικό                  | 50  |
| Κύκλος εργασιών 2006 (€)   | 7.724.541   |
| Δραστηριότητες             | Κατασκευή, εισαγωγές και εμπόριο γυναικείων ενδυμάτων και αξεσουάρ.   |
| Εμπορικό σήμα              | Iso Woman, Iso  |
| Άλλα στοιχεία              | Ιδρύθηκε το 2001. Προήλθε από συγχώνευση των εταιρειών Χριστόπουλος Δημήτριος & Σία Ο.Ε. και Χριστόπουλοι Αφοί & Σία Ο.Ε. Η παραγωγή πραγματοποιείται κυρίως σε εγκαταστάσεις τρίτων της εγχώριας αγοράς. Προμηθεύεται το μεγαλύτερο μέρος των πρώτων υλών από την εγχώρια αγορά και εισάγει λίγα υφάσματα από την Ιταλία. Πραγματοποιεί ορισμένες εισαγωγές γυναικείων υφασμάτων ενδυμάτων από την Ιταλία, την Κίνα και την Τουρκία. Το 15% περίπου της παραγωγής της εξάγεται προς την Τουρκία, και το 2006 και στα Αραβικά Εμιράτα. Διαθέτει τα είδη της κυρίως χονδρικός, ενώ η λιανική πώληση πραγματοποιείται μέσω 6 εταιρικών καταστημάτων και 4 shop in shop καταστημάτων στο εμπορικό κέντρο Avenue (1), στα Empoli Outlet στο Περιστέρι και στη Νέα Ιωνία (2) και στο εμπορικό κέντρο στα Πευκάκια (1). |

Πηγή: ICAP

### Πωλήσεις Παραγωγικών Επιχειρήσεων

Στον πίνακα 3.2 παρουσιάζονται οι πωλήσεις των παραγωγικών επιχειρήσεων που συμπεριλήφθηκαν στο προηγούμενο κεφάλαιο (πίνακας 3.1). Τα στοιχεία αφορούν την περίοδο 2001-2006 και προέρχονται από τους αντίστοιχους δημοσιευμένους ισολογισμούς. Επισημαίνεται ότι, δεν παρουσιάζονται οι πωλήσεις των εταιρειών που δεν υποχρεούνται στη δημοσίευση οικονομικών στοιχείων (ομόρρυθμες, ετερόρρυθμες), ενώ εμφανίζονται ορισμένες εταιρείες οι οποίες έχουν διακόψει πλέον τις δραστηριότητές τους, είχαν όμως σημαντική παρουσία στον κλάδο κατά το εξεταζόμενο χρονικό διάστημα.

Οι πωλήσεις των εταιρειών αφορούν το σύνολο της δραστηριότητάς τους, δηλαδή περιλαμβάνουν και πωλήσεις άλλων προϊόντων πέραν των εξεταζόμενων. Βάσει των στοιχείων του πίνακα διαπιστώνεται ότι, το σύνολο των πωλήσεων των παρουσιαζόμενων εταιρειών ακολούθησε ανοδική πορεία την περίοδο 2001-2006. Το 2006 οι συνολικές πωλήσεις των εταιρειών διαμορφώθηκαν σε περίπου €390 εκατ. από €378 εκατ. το 2005, παρουσιάζοντας αύξηση ποσοστού 3,2%. Εκτιμάται όμως ότι οι πωλήσεις που προήλθαν μόνο από τα γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα διαμορφώθηκαν σε €345 εκ. περίπου το 2006, καλύπτοντας περίπου το 88% των αντίστοιχων συνολικών πωλήσεων. Επισημαίνεται ότι, το προαναφερόμενο ποσό (€345 εκ.) αφορά πωλήσεις κυρίως από παραγόμενα υφασμάτινα γυναικεία ενδύματα αλλά και από εισαγόμενα, καθότι αρκετές επιχειρήσεις ασχολούνται παράλληλα και με την εισαγωγή γυναικείων ενδυμάτων. Υπολογίζεται όμως ότι, οι πωλήσεις ενδυμάτων δικής τους παραγωγής κάλυψαν ποσοστό άνω του 70% επί των συνολικών πωλήσεων γυναικείων ενδυμάτων. Τη μεγαλύτερη αύξηση του συνολικού κύκλου εργασιών σε απόλυτα μεγέθη κατά την περίοδο 2006/2005 εμφάνισαν οι εταιρείες: Attrativo A.E. (€5,5 εκ.), BSB A.B.E.E. (€3,8 εκ.), Ysatis A.E.B.E. (€3,1εκ.), Raxevsky A.E.B.E. (€3 εκ.) και Τοι & Μοι A.B.E.E. (€ 2,5 εκ.). Σημαντική ποσοστιαία αύξηση των πωλήσεών τους κατά την ίδια περίοδο, παρουσίασαν οι εταιρείες Περβένης Α. Extreme A.B.E.E. (46,96%), Day A.E. (37,22%), Στέπα Α.Ε. (36,75%) και Attrativo A.E. (28,98%).

| Πίνακας 3.2 Πωλήσεις παραγωγικών επιχειρήσεων γυναικείων υφασμάτων ενδυμάτων (2001-2006) |            |            |            |            |            |            |
|--|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Επωνυμία   | 2001       | 2002       | 2003       | 2004       | 2005       | 2006       |
| B.S.B. A.B.E.E.  | 19.308.451 | 25.254.642 | 27.861.200 | 33.460.443 | 40.021.458 | 43.823.571 |
| ATTRATTIVO A.E.  | 8.734.887  | 10.321.619 | 13.000.277 | 16.122.307 | 19.154.636 | 24.705.830 |
| ΤΟΙ & ΜΟΙ Α.Β.Ε.Ε.   | 15.032.283 | 18.564.417 | 20.088.105 | 21.837.680 | 22.069.608 | 24.610.425 |
| RAXEVSKY A.B.E.E. (1)  | 18.355.197 | 14.792.775 | 17.258.933 | 19.319.280 | 21.288.667 | 24.332.353 |
| ΥΣΑΤΙΣ Α.Β.Ε.Ε.  | 8.708.291  | 12.739.171 | 13.901.985 | 16.190.850 | 18.443.259 | 21.578.970 |
| ΚΑΜΙΝΙΩΤΗ Μ. ΑΦΟΙ Α.Β.Ε.Ε.   | 11.772.148 | 14.552.780 | 15.036.904 | 14.507.134 | 14.654.512 | 16.686.169 |
| LYNNE A.B.E.E.   | 9.783.751  | 13.823.604 | 13.881.099 | 15.012.316 | 12.538.125 | 11.687.301 |
| ΕΛΒΕ ΕΝΔΥΜΑΤΩΝ Α.Ε. (2)  | 16.391.013 | 9.037.085  | 8.313.693  | 9.803.105  | 10.320.251 | 11.206.745 |
| ΣΑΚΕΛΛΑΡΗΣ Μ. Α.Β.Ε.Ε.   | 7.122.116  | 7.390.485  | 7.118.603  | 9.266.948  | 10.963.990 | 10.929.507 |
| SARAH LAWRENCE A.E.  | 8.968.997  | 9.270.731  | 10.384.637 | 11.592.004 | 11.412.107 | 10.383.519 |
| SAIN MORITZ A.B.E.E.   | 7.644.508  | 9.203.282  | 7.950.364  | 9.610.705  | 11.386.890 | 10.105.999 |
| ΤΟΥΝΤΑ Β. - PERFECTIΟΝ ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ Ε.Π.Ε. (3)  | -          | -          | -          | -          | 11.439.364 | 10.074.906 |
| BILL COST A.B.E.E.   | 8.111.564  | 9.552.942  | 8.981.444  | 9.439.499  | 9.321.613  | 9.766.883  |
| FOREL A.B.E.E. (4)   | -          | -          | -          | -          | -          | 9.208.271  |
| ΚΟΛΙΟΣ Ι. Α.Ε.Ε.   | 4.615.365  | 6.082.150  | 5.820.207  | 7.530.642  | 9.040.131  | 9.092.902  |
| P & R FASHION A.E. (5)   | -          | -          | -          | -          | 13.824.945 | 8.864.559  |
| ROBERTO A.E.   | 8.934.341  | 8.891.982  | 9.574.003  | 8.568.912  | 8.874.082  | 8.703.276  |
| ΧΡΙΣΤΟΠΟΥΛΟΙ ΑΦΟΙ Α.Β.Ε.Ε. (6)   | -          | 10.335.024 | 6.081.215  | 6.673.686  | 7.236.411  | 7.724.541  |
| ΛΟΛΑ Α.Β.&Ε.Ε. (7)   | 4.628.228  | 5.414.839  | 5.647.144  | 6.380.040  | 6.991.210  | 7.272.709  |
| ΚΑΚΟΥΡΗΣ Ν. Α.Β.Ε.Ε.   | 3.782.182  | 6.268.843  | 7.438.711  | 8.044.845  | 5.929.520  | 6.907.659  |
| TE QUIERO A.B.E.E.   | 3.527.198  | 4.529.286  | 4.517.178  | 4.876.507  | 5.953.075  | 5.726.654  |
| FIDELE A.B.E.E.  | 3.986.863  | 3.754.394  | 4.698.958  | 6.238.637  | 4.880.043  | 5.705.511  |
| ΠΕΤΡΟΓΚΙΝΗ Α.Ε.  | 5.141.983  | 4.534.508  | 4.694.268  | 5.095.206  | 7.998.644  | 5.600.323  |
| EXCLUSIVE FASHION A.E.   | 2.768.021  | 3.134.433  | 4.413.560  | 4.500.350  | 4.931.200  | 5.456.925  |
| ΜΙΧΑΗΛΙΔΗΣ Ι. Α.Β.Ε.   | 5.157.811  | 6.256.702  | 6.593.510  | 5.678.652  | 5.668.547  | 5.447.912  |
| ANEL A.E.  | 4.171.886  | 4.384.050  | 5.530.552  | 5.706.568  | 5.942.823  | 5.129.551  |
| ΠΕΡΒΕΝΗΣ Α. EXTREME A.B.E.E.   | 7.063.939  | 6.093.027  | 5.163.469  | 4.324.767  | 3.246.535  | 4.771.224  |
| POSITIVE ΑΦΟΙ ΓΙΑΝΝΟΠΟΥΛΟΙ Α.Β.Ε.Ε.  | 3.940.754  | 4.250.891  | 4.604.955  | 4.994.287  | 4.812.654  | 4.547.960  |
| ΛΙΝΕΑ Α.Β.Ε.Ε.   | 3.538.811  | 5.732.325  | 4.858.774  | 3.451.687  | 4.172.049  | 4.365.538  |
| ΡΟΔΟΠΟΥΛΟΣ Ι. Α.Β.Ε.Ε. (8)   | -          | -          | -          | -          | 6.561.217  | 4.150.537  |
| PERLA FASHION A.B. & E.E.  | 2.926.310  | 3.476.545  | 3.980.322  | 4.241.815  | 3.693.224  | 3.610.615  |
| ΓΝΑΦΑΚΗΣ Μ. Α.Ε.   | 4.326.039  | 4.624.627  | 4.085.600  | 3.846.897  | 3.347.709  | 3.425.962  |
| ACCESS A.B.E.E. (9)  | -          | -          | -          | 3.589.730  | 3.579.458  | 3.420.331  |
| VENER A.E.   | 2.480.132  | 2.895.099  | 2.968.675  | 2.906.496  | 2.839.231  | 3.301.553  |
| ΜΑΝΤΛΕΝ Α.Β.Ε.Ε. (10)  | 7.489.467  | 5.372.590  | 3.938.917  | 4.354.069  | 3.416.251  | 3.133.056  |
| MISS SIMBOLO Ε.Π.Ε.  | 2.644.454  | 2.582.197  | 2.705.476  | 3.098.884  | 3.146.208  | 3.083.357* |
| GRA-MA Α.Β.Ε.Ε. (11)   | 3.116.299  | 2.383.185  | 2.252.860  | 2.257.410  | 2.940.378  | 3.044.901  |
| DAY A.E.   | 2.558.520  | 2.592.473  | 2.337.853  | 1.581.598  | 2.210.958  | 3.033.814  |
| ABSOLUTE A.B.E.E. (12)   | 5.414.580  | 3.613.338  | 3.252.147  | 4.455.460  | 3.191.524  | 2.969.113  |
| ΣΤΕΡΙΑ Α.Ε. (13)   | -          | -          | 365.823    | 1.111.144  | 2.034.676  | 2.782.485  |
| ΣΑΒΒΑΣ Μ. JUPE ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ Ε.Π.Ε. (14)   | -          | 2.519.654  | 1.899.283  | 2.275.647  | 2.414.949  | 2.772.701  |
| ΑΝΤΩΝΑΚΟΥ ΑΦΟΙ Α.Β.&Ε.Ε.   | 3.891.339  | 3.976.871  | 3.291.179  | 3.159.333  | 2.777.736  | 2.715.667  |
| ΡΟΔΟΠΟΥΛΟΣ Α. Ε.Π.Ε.   | 1.561.294  | 1.663.113  | 1.730.220  | 2.016.996  | 2.311.334  | 2.706.099  |

| Πίνακας 3.2 (συνέχεια)            |                    |                    |                    |                    |                    |                    |
|-----------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Επωνυμία                          | 2001               | 2002               | 2003               | 2004               | 2005               | 2006               |
| MODA PER DUE A.E.                 | 1.904.493          | 2.049.937          | 2.364.113          | 2.654.109          | 2.806.975          | 2.529.403          |
| ΖΕΡΔΕΒΑΣ ΑΝΔ.<br>Α.Β.Ε.Ε. (15)    | -                  | -                  | 5.566.538          | 2.971.391          | 2.682.391          | 2.513.549          |
| BELLINO A.E.                      | 1.992.736          | 2.184.975          | 1.689.770          | 2.545.297          | 2.523.461          | 2.247.304          |
| ΜΑΝΟΥΕΛ ΕΝΔΥΜΑΤΑ<br>Α.Ε.Β.Ε.      | 2.170.938          | 2.231.959          | 2.028.413          | 1.868.280          | 2.486.769          | 2.089.930          |
| ΟΝ ΛΑΙΝ Α.Β.Ε.Ε. (16)             | 19.740.577         | 22.273.724         | 20.157.457         | -                  | 4.144.213          | 2.014.819          |
| FOREL ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ<br>Ε.Π.Ε. (17) | -                  | -                  | -                  | 8.745.194          | 6.308.126          | -                  |
| MARELLE A.E. (18)                 | 8.698.814          | 9.835.273          | 11.100.862         | 10.170.284         | -                  | -                  |
| EGG A.E. (19)                     | 1.886.471          | 2.053.306          | 2.253.641          | 1.956.743          | -                  | -                  |
| ΑΛΜΑΔΙΩΤΗΣ Π. Δ.<br>Α.Β.Ε.Ε. (20) | 9.536.445          | 9.849.059          | 9.244.077          | -                  | -                  | -                  |
| FOREL ΕΝΔΥΜΑΤΑ<br>Ε.Π.Ε. (21)     | 3.381.982          | 3.588.646          | -                  | -                  | -                  | -                  |
| <b>Σύνολο</b>                     | <b>286.911.478</b> | <b>323.932.558</b> | <b>330.626.974</b> | <b>338.033.834</b> | <b>377.933.137</b> | <b>389.962.889</b> |

Αξία: €

\* Σύμφωνα με δήλωση των υπευθύνων της επιχείρησης.

Σημειώσεις:

1. Στις 12.6.01 απορρόφησε την εταιρεία Raxevsky A.E.B.E.
2. Οι πωλήσεις για το 2001 αφορούν τη περίοδο 1.7.2000 έως 31.12.2001 λόγω αλλαγής της διαχειριστικής περιόδου.
3. Η πρώτη εταιρική χρήση αφορά τη περίοδο 1.9.2004 έως 31.12.2005.
4. Η εταιρεία ιδρύθηκε τον Ιούλιο του 2006 προερχόμενη από τη συγχώνευση των εταιρειών Χατζούλας Α. Ε.Π.Ε. και Forel Επιχειρήσεις Ε.Π.Ε.. Η πρώτη εταιρική χρήση αφορά την περίοδο 1.1.2006 έως 31.12.2006
5. Η πρώτη εταιρική χρήση αφορά τη χρονική περίοδο 30.4.2004 έως 31.12.2005..
6. Η πρώτη εταιρική χρήση αφορά το χρονικό διάστημα 2.1.2001 έως 31.12.2002.
7. Οι πωλήσεις κάθε έτους αφορούν τη χρονική περίοδο 1.7 κάθε έτους έως 30.6 του επόμενου.
8. Η πρώτη εταιρική χρήση αφορά τη χρονική περίοδο 21.4.2004 έως 31.12.2005.
9. Η πρώτη εταιρική χρήση αφορά το χρονικό διάστημα 16.12.2003 έως 31.12.2004.
10. Οι πωλήσεις για το 2001 αφορούν τη περίοδο 1.7.2000 έως 31.12.2001 λόγω αλλαγής της διαχειριστικής περιόδου.
11. Η πρώτη εταιρική χρήση με την παρούσα νομική μορφή αφορά τη χρονική περίοδο 17.5.2000 έως 31.12.2001.
12. Η πρώτη εταιρική χρήση αφορά το χρονικό διάστημα 2.1.2000 έως 31.12.2001.
13. Η πρώτη εταιρική χρήση αφορά τη χρονική περίοδο 13.11.2002 έως 31.12.2003.
14. Η πρώτη εταιρική χρήση αφορά το χρονικό διάστημα 18.4.2001 έως 31.12.2002.
15. Ιδρύθηκε το 2002 από μετατροπή της νομικής μορφής της ατομικής επιχείρησης Ζερδεβας Ανδρέας, η οποία είχε ιδρυθεί το 1996. Οι πωλήσεις του 2003 αφορούν τη χρονική περίοδο 1-1-2002/31-12-2003.
16. Η εταιρεία κηρύχθηκε σε πτώχευση στις 21.12.2005. Σύμφωνα με δήλωση, οι πωλήσεις το 2005 και το 2006 προέρχονται από την κατασκευή ενδυμάτων για λογαριασμό τρίτων.
17. Η πρώτη εταιρική χρήση με αυτή τη νομική μορφή αφορά τη χρονική περίοδο 3.1.2003 έως 31.12.2004. Τον Ιούλιο του 2006 συγχωνεύτηκε με την εταιρεία Χατζούλας Α. Ε.Π.Ε. για τη δημιουργία της Forel Α.Ε.Β.Ε.Ε.
18. Η εταιρεία μέχρι και το 2004 ασχολείτο με την κατασκευή, εισαγωγές και εμπόριο ενδυμάτων. Οι πωλήσεις για το 2005 και 2006 δεν εμφανίζονται στον πίνακα καθώς αφορούν μόνο λιανικό εμπόριο ενδυμάτων.
19. Η εταιρεία κηρύχθηκε σε πτώχευση στις 24.4.2007.
20. Η εταιρεία αδρανει από το καλοκαίρι του 2005 και στις 24.11.2006 κηρύχθηκε σε πτώχευση.
21. Αδρανει από τον Ιανουάριο του 2003. Οι δραστηριότητές της είχαν αναληφθεί από τη Forel Επιχειρήσεις ΕΠΕ.

Πηγή: ICAP – Δημοσιευμένοι Ισολογισμοί

**Χρηματοοικονομική Ανάλυση Παραγωγικών Επιχειρήσεων**

Στη συνέχεια αναλύονται τα οικονομικά στοιχεία ορισμένων παραγωγικών επιχειρήσεων γυναικείων υφασμάτων ενδυμάτων, για την περίοδο 2002-2006. Συγκεκριμένα, στη χρηματοοικονομική ανάλυση που ακολουθεί εξετάζονται η κερδοφορία, η αποδοτικότητα, η ρευστότητα, η χρηματοοικονομική διάρθρωση των επιχειρήσεων, στις οποίες οι πωλήσεις γυναικείων υφασμάτων ενδυμάτων κάλυψαν ποσοστό άνω του 50% επί του συνολικού κύκλου εργασιών τους, το 2006. Στους πίνακες του παραρτήματος του παρόντος κεφαλαίου και στα διαγράμματα, παρουσιάζονται αναλυτικά οι αντίστοιχοι δείκτες 13 επιλεγμένων εταιρειών, των οποίων οι πωλήσεις από γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα ξεπέρασαν τα €9 εκ. το 2006. Στους ίδιους πίνακες εμφανίζονται και οι μέσοι όροι των ετήσιων δεικτών (ΜΟΔ) της κάθε εταιρείας, καθώς και ο μέσος όρος του συνόλου των επιχειρήσεων για κάθε χρονιά. Οι συμβολισμοί των 13 επιλεγμένων εταιριών ανάλυση των δεικτών, ακολουθεί ο ομαδοποιημένος ισολογισμός των κυριότερων παραγωγικών επιχειρήσεων γυναικείων υφασμάτων ενδυμάτων, για το διάστημα 2005-2006.

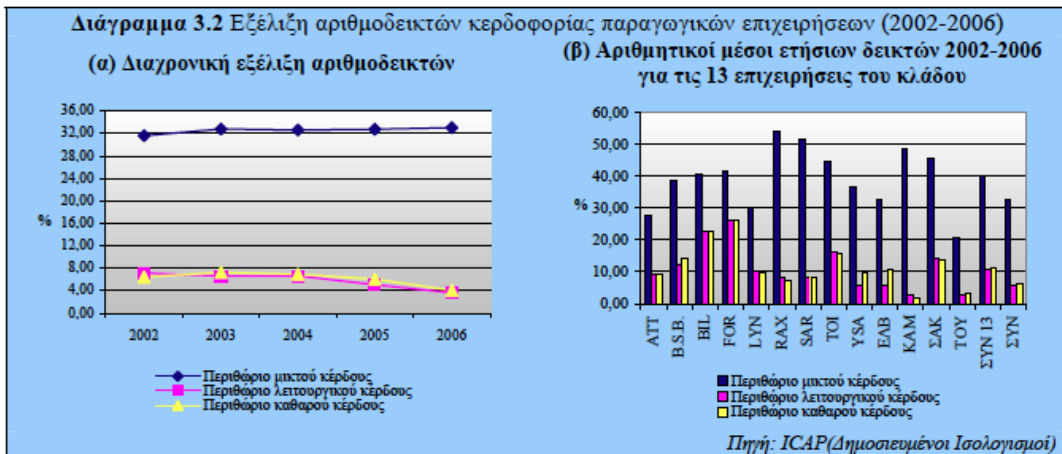
| <b>Πίνακας 3.3 Συντομογραφίες επωνυμιών παραγωγικών εταιρειών για την ανάγνωση των διαγραμμάτων</b> |   |
|---|---|
| ΑΤΤ   | ATTRATTIVO A.E.                           |
| B.S.B.  | B.S.B. A.B.E.E.                           |
| BIL   | BILL COST A.B.E.E.                        |
| FOR   | FOREL A.E.B.E.E.                          |
| LYN   | LYNNE A.B.E.E.                            |
| RAX   | RAXEVSKY A.E.B.E.                         |
| SAR   | SARAH LAWRENCE A.E.                       |
| ΤΟΙ   | ΤΟΙ & ΜΟΙ A.B.E.E.                        |
| ΥΣΑ   | ΥΣΑΤΙΣ A.E.B.E.                           |
| ΕΛΒ   | ΕΛΒΕ ΕΝΔΥΜΑΤΩΝ Α.Ε.                       |
| ΚΑΜ   | ΚΑΜΙΝΙΩΤΗ Μ. ΑΦΟΙ Α.Β.Ε.Ε.                |
| ΣΑΚ   | ΣΑΚΕΛΛΑΡΗΣ Μ. Α.Β.Ε.Ε.                    |
| ΤΟΥ   | ΤΟΥΝΤΑ Β. - PERFECTION ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ Ε.Π.Ε. |
| ΣΥΝ 13  | Σ 13                                      |
| ΣΥΝ   | ΣΥΝ                                       |



## Κερδοφορία

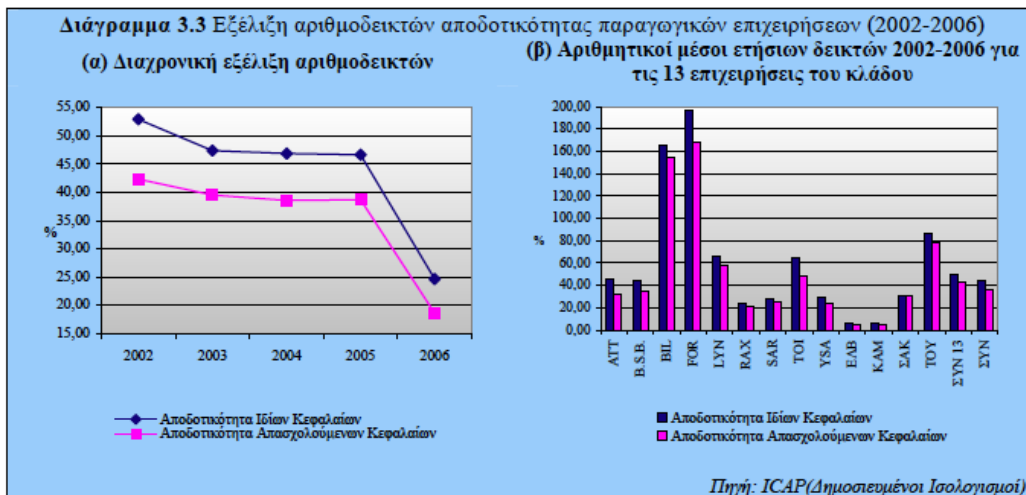
Για την αξιολόγηση της κερδοφορίας των επιχειρήσεων χρησιμοποιούνται οι αριθμοδείκτες μικτού(gross), λειτουργικού (operating) και καθαρού περιθωρίου κέρδους (net profit margin), που εκφράζουν το ποσοστό των μικτών, λειτουργικών και προ φόρου κερδών αντίστοιχα, στο σύνολο του κύκλου εργασιών της κάθε επιχείρησης (πίνακας Π3.4 παραρτήματος, διάγραμμα3.2).

Οι παραγωγικές επιχειρήσεις του δείγματος εμφάνισαν μέσο περιθώριο μικτού κέρδους 32,56% την εξεταζόμενη περίοδο. Τα λειτουργικά έξοδα όμως, εκτός του κόστους πωληθέντων, περιόρισαν το λειτουργικό περιθώριο κέρδους σε 5,81%, ενώ το καθαρό περιθώριο κέρδους διαμορφώθηκε σε 6,14% ως μέσος όρος για το σύνολο των εταιρειών. Οι δείκτες κερδοφορίας των 13 επιχειρήσεων κυμάνθηκαν σε υψηλότερα επίπεδα. Συγκεκριμένα, ο μέσος όρος πενταετίας του μικτού περιθωρίου κέρδους διαμορφώθηκε σε 40,18%, του λειτουργικού κέρδους σε 10,58% και του καθαρού περιθωρίου κέρδους σε 11,19%.



**Αποδοτικότητα**

Το διάγραμμα 3.3 του παρόντος κεφαλαίου παρουσιάζουν την αποδοτικότητα των ιδίων κεφαλαίων (return on equity) και την αποδοτικότητα των συνολικά απασχολούμενων κεφαλαίων (return on assets) των παραγωγικών επιχειρήσεων. Η αποδοτικότητα ιδίων κεφαλαίων εκφράζεται ως ποσοστό των προ φόρου κερδών στα ίδια κεφάλαια, ενώ η αποδοτικότητα απασχολούμενων κεφαλαίων επιδιώκει να αποτυπώσει την απόδοση του κεφαλαίου της επιχείρησης ανεξαρτήτως προέλευσης (ίδια κεφάλαια ή υποχρεώσεις) και υπολογίζεται ως ποσοστό των προ φόρου κερδών στο σύνολο των ιδίων κεφαλαίων και των μεσομακροπρόθεσμων υποχρεώσεων και προβλέψεων.

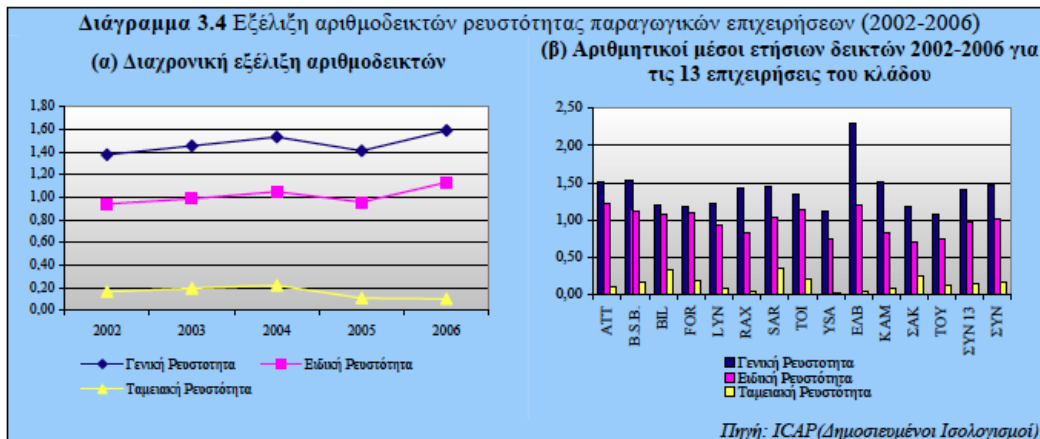


Η μέση αποδοτικότητα του συνόλου των παραγωγικών επιχειρήσεων του δείγματος την τελευταία πενταετία ανήλθε σε 43,72% ως προς τα ίδια κεφάλαια και σε 35,54% ως προς τα απασχολούμενα. Οι αντίστοιχοι δείκτες για το δείγμα των 13 εταιρειών κυμάνθηκαν σε λίγο υψηλότερα επίπεδα. Συγκεκριμένα, ο μέσος δείκτης αποδοτικότητας των ιδίων κεφαλαίων για τις 13 εταιρίες διαμορφώθηκε σε 50,18% και των απασχολούμενων κεφαλαίων σε 43,28%. Τις πρώτες θέσεις, κατά την εξεταζόμενη περίοδο (μέσοι όροι), κατέλαβαν οι εξής επιχειρήσεις: Ως προς την απόδοση ιδίων κεφαλαίων: Forel A.E.B.E.E. (196,32% μόνο για το 2006), Bill Cost A.B.E.E. (165,79%) και Τούντα Β. - Perfection Μονοπρόσωπη Ε.Π.Ε. (86,07% για τα έτη 2005-2006).

Ως προς την απόδοση απασχολούμενων κεφαλαίων: Forel A.E.B.E.E. (168,57% μόνο για το 2006), BillCost A.B.E.E. (154,09%) και Τούντα Β. - Perfection Μονοπρόσωπη Ε.Π.Ε. (78,91%).

**Ρευστότητα**

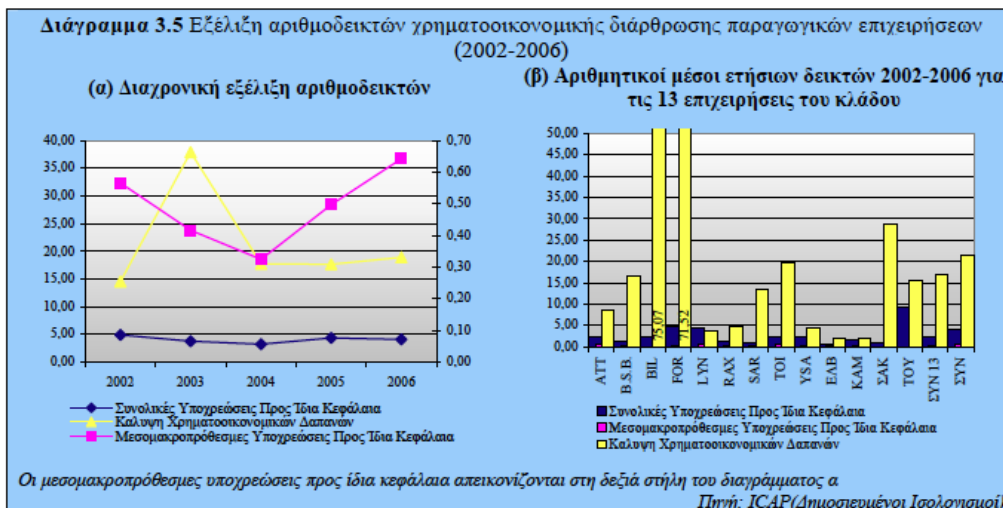
Η ρευστότητα των επιχειρήσεων αξιολογείται με τη χρήση των αριθμοδεικτών της γενικής (current), ειδικής (quick) και ταμειακής ρευστότητας (cash ratio), οι τιμές των οποίων παρατίθενται στον πίνακα Π3.6 του παραρτήματος. Επισημαίνεται ότι η υψηλή ρευστότητα δεν αποτελεί αμιγώς θετική ένδειξη της πορείας της επιχείρησης ή του κλάδου, αφού ενδεχομένως αντικατοπτρίζει κακή κατανομή κεφαλαίων ή λιγότερο ευνοϊκούς όρους συναλλαγής με τους προμηθευτές ή πιστωτές. Η μέση γενική ρευστότητα (κυκλοφορούν ενεργητικό/βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις) του συνόλου των εταιρειών του δείγματος διαμορφώθηκε σε 1,47, η ειδική ρευστότητα (απαιτήσεις + διαθέσιμα/βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις) σε 1,01 και η ταμειακή (διαθέσιμα/βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις) σε 0,16. Το δείγμα των 13 επιχειρήσεων εμφάνισε αντίστοιχα μεγέθη 1,42, 0,98 και 0,15.



- Τις τρεις πρώτες θέσεις βάσει ρευστότητας κατά την εξεταζόμενη πενταετία, κατέλαβαν οι εξής επιχειρήσεις:
- ως προς τη γενική ρευστότητα: ΕΛΒΕ Ενδυμάτων Α.Ε. (2,31), B.S.B. Α.Β.Ε.Ε. (1,53) και Attrattivo Α.Ε. (1,51).
- ως προς την ειδική ρευστότητα: Attrattivo Α.Ε. (1,23), ΕΛΒΕ Ενδυμάτων Α.Ε. (1,21), και Τοί & Μοί Α.Β.Ε.Ε. (1,14).
- ως προς την ταμειακή ρευστότητα: Sarah Lawrence Α.Ε. (0,35), Bill Cost Α.Β.Ε.Ε. (0,32) και Σακελλάρης Μ. Α.Β.Ε.Ε. (0,24).

#### Χρηματοοικονομική διάρθρωση

Η εκτίμηση του χρηματοοικονομικού κινδύνου ασφαλώς δεν μπορεί να πραγματοποιηθεί αποκλειστικά μέσω των λογιστικών στοιχείων των επιχειρήσεων. Συνεπώς, η παρούσα ενότητα δεν προσπαθεί παρά να δώσει κάποια βασικά χαρακτηριστικά των επιχειρήσεων του δείγματος όσον αφορά το λόγο των συνολικών υποχρεώσεων προς τα ίδια κεφάλαια (total debt to equity), το λόγο των μεσομακροπρόθεσμων υποχρεώσεων προς τα ίδια κεφάλαια (debt to equity) και τον αριθμοδεικτη κάλυψης χρηματοοικονομικών δαπανών (interest coverage), που δείχνει πόσες φορές τα κέρδη προ φόρων και τόκων καλύπτουν τις χρηματοοικονομικές δαπάνες της επιχείρησης. Οι τιμές και η εξέλιξη των τριών αριθμοδεικτών εμφανίζονται στον πίνακα Π3.7 του παραρτήματος και στο διάγραμμα 3.5. Επισημαίνεται ότι, το ύψος των λόγων υποχρεώσεων προς ίδια κεφάλαια δεν αποτελεί αμιγώς αρνητική παράμετρο, καθώς είναι πιθανό να αντικατοπτρίζει διαφορές στην πιστοληπτική ικανότητα, αλλά και τη στρατηγική στη διάρθρωση των πηγών των κεφαλαίων των επιχειρήσεων. Οι δείκτες συνολικών και μεσομακροπρόθεσμων υποχρεώσεων προς ίδια κεφάλαια δεν ορίζονται στην περίπτωση ύπαρξης αρνητικών ιδίων κεφαλαίων, ενώ η κάλυψη χρηματοοικονομικών δαπανών δεν ορίζεται, αφενός στην περίπτωση μηδενικών χρηματοοικονομικών δαπανών και αφετέρου στην περίπτωση αρνητικών αποτελεσμάτων προ φόρων και τόκων.



Ο μέσος λόγος συνολικών υποχρεώσεων προς ίδια κεφάλαια, για την περίοδο 2002-2006, διαμορφώθηκε σε 4,09 για το σύνολο των εταιρειών και σε 2,19 για το δείγμα των 13 επιχειρήσεων. Σε πολύ χαμηλότερα επίπεδα κυμάνθηκε ο λόγος των μεσομακροπρόθεσμων υποχρεώσεων προς ίδια κεφάλαια (0,49 για το σύνολο και 0,23 για το μικρό δείγμα), υποδηλώνοντας την εκτεταμένη συμμετοχή των βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων στα συνολικά ξένα κεφάλαια. Ως προς την κάλυψη των χρηματοοικονομικών δαπανών, ο μέσος όρος της πενταετίας για το σύνολο των επιχειρήσεων ανήλθε σε 21,38, ενώ για το δείγμα των 13 εταιριών διαμορφώθηκε σε 17,01. Τη χαμηλότερη σχέση ξένων προς ίδια κεφάλαια για την εξεταζόμενη περίοδο, εμφάνισαν οι εταιρείες: ΕΛΒΕ Ενδυμάτων Α.Ε. (0,58), Σακελλάρης Μ. Α.Β.Ε.Ε. (1,02) και Sarah Lawrence Α.Ε. (1,04).

Ο λόγος μεσομακροπρόθεσμων υποχρεώσεων προς ίδια κεφάλαια είναι χαμηλός στις εταιρείες Σακελλάρης Μ. Α.Β.Ε.Ε. (0,00), Τούντα Β. - Perfection Μονοπρόσωπη Ε.Π.Ε. (0,08 για τα έτη 2005-2006) και Bill Cost Α.Β.Ε.Ε. (0,08). Τον υψηλότερο δείκτη κάλυψης χρηματοοικονομικών δαπανών παρουσίασαν οι εταιρίες Bill Cost Α.Β.Ε.Ε. (75,07), Forel Α.Ε.Β.Ε.Ε. (71,52 μόνο για το 2006) και Σακελλάρης Μ. Α.Β.Ε.Ε. (28,68).

### Ανάλυση του ομαδοποιημένου ισολογισμού

Στον πίνακα Π3.8 του παραρτήματος του παρόντος κεφαλαίου, εμφανίζεται ο ομαδοποιημένος ισολογισμός των κυριότερων παραγωγικών επιχειρήσεων του κλάδου. Για τη σύνταξή του χρησιμοποιήθηκε δείγμα 44 εταιρειών, για τις οποίες υπάρχουν δημοσιευμένα οικονομικά στοιχεία για το χρονικό διάστημα 2005-2006 και των οποίων οι πωλήσεις από γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα καλύπτουν ποσοστό άνω του 50% του συνολικού κύκλου εργασιών τους. Όπως προκύπτει από τα παρουσιαζόμενα στοιχεία, το σύνολο του ενεργητικού του δείγματος το 2006 διαμορφώθηκε σε €384.999 χιλ., παρουσιάζοντας αύξηση κατά 17,4% έναντι του 2005 (€327.975 χιλ.). Η εν λόγω αύξηση προήλθε κυρίως από την αύξηση των καθαρών παγίων (κατά €26.254 χιλ.) και των απαιτήσεων (κατά €25.861 χιλ.). Το σύνολο των ιδίων κεφαλαίων των επιχειρήσεων του δείγματος ανήλθαν σε €131.339 χιλ. το 2006, παρουσιάζοντας αύξηση κατά 12,7% σε σχέση με το 2005. Σημαντική ήταν η άνοδος που εμφάνισαν οι μέσο & μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις το 2006 (κατά 86,3%) έναντι του 2005. Οι βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις αυξήθηκαν κατά 8,6% την περίοδο 2006/2005. Επισημαίνεται ότι, οι βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις, κάλυψαν το 77,3% των συνολικών υποχρεώσεων το 2006 και το 85,4% το 2005. Οι συνολικές πωλήσεις των επιχειρήσεων του δείγματος το 2006 διαμορφώθηκαν σε €366.953 χιλ., παρουσιάζοντας αύξηση κατά 3,2% σε σχέση με το 2005 (€355.461 χιλ.). Το μικτό περιθώριο αυξήθηκε κατά 7,2%, ενώ το λειτουργικό περιθώριο (κέρδος προ

εξωλειτουργικών στοιχείων, αποσβέσεων και φόρων) σημείωσε μείωση κατά 22,9%. Το καθαρό αποτέλεσμα (προ φόρων) των επιχειρήσεων του δείγματος ήταν κερδοφόρο και για τα δύο έτη, παρουσιάζοντας ωστόσο μείωση κατά 18,3% (€25.289 χιλ. το 2006 έναντι €30.941 χιλ. το 2005). Ο δείκτης δανειακής επιβάρυνσης επιδεινώθηκε το 2006 σε σχέση με το προηγούμενο έτος (2006:1,93:1, 2005: 1,82:1), δείχνοντας εξάρτηση των εργασιών των επιχειρήσεων του δείγματος από ξένα κεφάλαια. Η κυκλοφοριακή ταχύτητα των αποθεμάτων επιδεινώθηκε (129 ημέρες το 2006 από 114 ημέρες το 2005). Τόσο η γενική όσο και η άμεση ρευστότητα βελτιώθηκαν κατά το 2006. Ο μέσος όρος προθεσμίας είσπραξης των απαιτήσεων αυξήθηκε το 2006 (161 ημέρες) συγκριτικά με το 2005 (140 ημέρες), παραμένοντας σε υψηλότερα επίπεδα από τον αντίστοιχο μέσο όρο προθεσμίας εξόφλησης των προμηθευτών και πιστωτών (2006: 138 ημέρες, 2005: 124 ημέρες), γεγονός που επηρεάζει αρνητικά τη ρευστότητα των επιχειρήσεων. Στον πίνακα Π3.9 του παραρτήματος παρουσιάζεται ο ομαδοποιημένος ισολογισμός των κερδοφόρων επιχειρήσεων του δείγματος, οι οποίες ανήλθαν σε 38 το 2006 από 42 το 2005. Οι πωλήσεις αυτών διαμορφώθηκαν σε €342.291 χιλ. το 2006, καλύπτοντας το 93,3% των συνολικών πωλήσεων του δείγματος για το ίδιο έτος. Τα αντίστοιχα καθαρά κέρδη ανήλθαν σε €29.267 χιλ. Στον πίνακα Π3.10 του παραρτήματος εμφανίζεται ο ομαδοποιημένος ισολογισμός των ζημιολόγων επιχειρήσεων, οι οποίες ήταν 6 το 2006 και 2 το 2005. Οι πωλήσεις αυτών διαμορφώθηκαν σε €24.662 χιλ. το 2006, καλύπτοντας το 6,7% των συνολικών πωλήσεων του δείγματος. Το σύνολο των ζημιών διαμορφώθηκε σε €3.978 χιλ. το 2006.

### 3.7 Παρουσίαση Εισαγωγικών Επιχειρήσεων

Στο κεφάλαιο αυτό παρουσιάζονται ορισμένες από τις κυριότερες επιχειρήσεις εισαγωγής γυναικείων υφασμάτων ενδυμάτων που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα και οι οποίες πραγματοποίησαν πωλήσεις από τα εξεταζόμενα προϊόντα άνω των €2,5 εκ. το 2005. Τα εμπορικά σήματα που αναφέρονται για κάθε επιχείρηση αφορούν μόνο τα εξεταζόμενα είδη. Στον πίνακα που ακολουθεί δεν αναφέρονται εταιρείες οι οποίες έχουν διακόψει ή έχουν αλλάξει τις δραστηριότητές τους. Ενδεικτικά αναφέρεται η εταιρεία The Martin's A.E.E. η οποία είχε σημαντικές πωλήσεις αλλά αδρανή από το 2004, η εταιρεία Ιταλικό Design Υψηλής Ραπτικής Α.Ε. που κηρύχθηκε σε πτώχευση το Φεβρουάριο του 2007, καθώς και η εταιρεία Κολωνάκι Α.Ε.Β.Ε. η οποία ασχολείτο με εισαγωγές και εμπόριο γυναικείων ενδυμάτων, αλλά από το Μάρτιο του 2004 άλλαξε αντικείμενο εργασιών σε εκμίσθωση ακινήτων. Πέραν των επιχειρήσεων του πίνακα, εισαγωγές γυναικείων υφασμάτων ενδυμάτων πραγματοποιούνται και από παραγωγικές εταιρείες, οι οποίες όμως έχουν ήδη αναφερθεί στον αντίστοιχο πίνακα (3.1). Σημειώνεται ότι, όσον αφορά τα ενδύματα Benetton και Sisley, οι εισαγωγές πραγματοποιούνται από αρκετές επιχειρήσεις. Στον παρακάτω πίνακα εμφανίζεται η εταιρεία Benalex «Benetton» ΑΕ, η οποία εκτός από εισαγωγές, πραγματοποιεί και τον δειγματισμό των προϊόντων του ιταλικού ομίλου, τα οποία στη συνέχεια εισάγονται απ' ευθείας από τις ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις.

| <b>Πίνακας 3.4</b> Συνοπτική παρουσίαση εισαγωγικών επιχειρήσεων του κλάδου<br><b>BENALEX «BENETTON» ΑΕ</b> |   |
|---|---|
| <b>Διεύθυνση</b>  | <b>Έδρα:</b><br>Απόλλωνος 14, 105 57 Αθήνα<br>Τηλ: 210-322.6531, Φαξ: 210-323.0450<br>www.benetton.gr   |
| <b>Προσωπικό</b>  | 120   |
| <b>Κύκλος εργασιών 2006 (€)</b>   | 10.527.731  |
| <b>Δραστηριότητες</b>   | Εισαγωγές και εμπόριο ενδυμάτων, μαγιό, αξεσουάρ, υποδημάτων και ομπρελών.<br>Οργάνωση επιχειρήσεων με το σύστημα της δικαιόχρησης.   |
| <b>Αντιπροσωπευόμενος οίκος/<br/>Εμπορικό σήμα</b>  | Benetton, Sisley, Play Life.  |
| <b>Άλλα στοιχεία</b>  | Ιδρύθηκε το 1987 και ανέλαβε τη συγκεκριμένη δραστηριότητα το 1999 με την απορρόφηση της εταιρίας Conalex ΕΠΕ. Το ίδιο έτος απορρόφησε και τις εταιρείες Σγουμπόπουλου Μ. & Σία ΟΕ, Σγουμπόπουλος Α. & Κ. ΟΕ και τον Ιανουάριο του 2001 την Triple-A ΕΠΕ. Επίσης, το 2002 απορρόφησε την εταιρία Τρανόπουλος Ιωάννης Γ. & Σία Ε.Ε. Η εταιρεία εισάγει όλα τα είδη που εμπορεύεται από την Ιταλία. Το δίκτυο καταστημάτων της αποτελείται από 15 σημεία πώλησης. Η |

|  |  |
|--|--|
|  | ενασχόλησή της με τα υφασμάτινα γυναικεία ενδύματα κάλυψε το 30% περίπου του συνολικού κύκλου εργασιών της το 2006.<br><b>CELESTINO A.E</b>  |
| <b>Διεύθυνση</b>                               | <b>Έδρα:</b><br>Πλούτωνος 17, 122 41 Αιγάλεω<br>Τηλ: 210-345.4222, Φαξ: 210-347.5558   |
| <b>Προσωπικό</b>                               | 35   |
| <b>Κύκλος εργασιών 2006 (€)</b>                | 9.151.196  |
| <b>Δραστηριότητες</b>                          | Εισαγωγές και εμπόριο γυναικείων ενδυμάτων και αξεσουάρ.   |
| <b>Αντιπροσωπευόμενος οίκος/ Εμπορικό σήμα</b> | Celestino.   |
| <b>Άλλα στοιχεία</b>                           | Ιδρύθηκε το 1987. Προήλθε από μετατροπή της εταιρείας Celestino Πέτρος Παπαπαύλου & Σία Ε.Ε., η οποία ιδρύθηκε το 1977 για να συνεχίσει τις εργασίες της Παπαπαύλου Πέτρος & Σία Ο.Ε., που προϋπήρχε από το 1975. Πραγματοποιεί εισαγωγές ετοιμών γυναικείων ενδυμάτων από την Ιταλία και τη Γαλλία. Η διάθεση των προϊόντων της γίνεται κυρίως χονδρικός, ενώ η λιανική διάθεση πραγματοποιείται μέσω 1 καταστήματος (στο Κολωνάκι). Εξάγει το 10% περίπου των εισαγομένων προϊόντων της προς την Κύπρο, το Ντουμπάι, την Αλβανία και την Τσεχία. Τα γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα κάλυψαν το 95% του συνολικού κύκλου εργασιών της το 2005 και το 2006.  |
| <b>ELMEC SPORT A.B.E.T.E.</b>                  |  |
| <b>Διεύθυνση</b>                               | <b>Έδρα:</b><br>Λεωφ. Βουλιαγμένης 96, 166 74 Γλυφάδα<br>Τηλ: 210-969.9300, Φαξ: 210-964.8335-6<br>www.elmec.gr  |
| <b>Προσωπικό</b>                               | 592  |
| <b>Κύκλος εργασιών 2006 (€)</b>                | 84.127.599   |
| <b>Δραστηριότητες</b>                          | Αντιπροσωπείες, αποκλειστικές εισαγωγές και εμπόριο αθλητικών, ανδρικών και γυναικείων υποδημάτων και ενδυμάτων, μαγιό, εσφορούχων και αξεσουάρ, οργάνων γυμναστικής, μοτοσικλετών, ανταλλακτικών και αξεσουάρ. Παραγωγή (φασόν) ενδυμάτων casual και καλτσών.   |
| <b>Αντιπροσωπευόμενος οίκος/ Εμπορικό σήμα</b> | Patrizia Pepe, Joseph, Helly Hansen GMBH   |
| <b>Άλλα στοιχεία</b>                           | Ιδρύθηκε στις 19/10/1981 με έδρα την Αθήνα, ξεκίνησε δε εμπορικές δραστηριότητες το Μάρτιο του 1982. Τον Ιούλιο του 1995 η τιτλούχος απορρόφησε την επιχείρηση Σμας Α.Ε.&Β.Ε., που είχε ιδρυθεί το 1990, αναλαμβάνοντας κατ'αυτόν τον τρόπο την αντιπροσώπευση της αμερικανικής εταιρείας Harley-Davidson (μοτοσικλέτες, αξεσουάρ και συναφή είδη ένδυσης). Εισάγει από Γαλλία, Κάτω Χώρες, Γερμανία, Ιταλία, Ηνωμένο Βασίλειο, Ισπανία, Βέλγιο, Ηνωμένες Πολιτείες, Μαλαισία, Σιγκαπούρη, Κίνα, Κορέα, Δημοκρατία και Ταϊβάν. Εξάγει ένα μέρος από τα είδη της (περίπου 15% του συνολικού κύκλου εργασιών) προς Ρουμανία, Βουλγαρία, Κύπρο, Γαλλία και Ιταλία. Ο όμιλος Εταιρειών της Elmec Sport περιλαμβάνει σήμερα, εκτός από τη μητρική εταιρεία Elmec Sport ABETE και τις ακόλουθες εταιρείες: Factory Outlet AEE, Factory Outlet Airport AE, Elmec Romania Srl (στη Ρουμανία), Elmec Sport Bulgaria EOOD (στη Βουλγαρία), Chronosport AE, Μουστάκης AEE, Logisites Express AE, Αττικά Πολυκαταστήματα AE, Ηπειρωτική AEKE. Ο όμιλος διαθέτει τα είδη του μέσω τριών πολυκαταστημάτων (Attica, Factory Outlet στο Ν. Φάληρο και το Factory Outlet Αεροδρομίου), λιανικός μέσω 130 καταστημάτων (mono-brand και multi-brand) καθώς και χονδρικός. |
| <b>FASHION DISTRIBUTION A.E.</b>               |  |
| <b>Διεύθυνση</b>                               | <b>Έδρα:</b><br>Λεωφ. Βουλιαγμένης 26, 166 75 Γλυφάδα<br>Τηλ: 210-963.5000, Φαξ: 210-964.3447  |
| <b>Προσωπικό</b>                               | 70   |
| <b>Κύκλος εργασιών 2006 (€)</b>                | 10.286.226   |
| <b>Δραστηριότητες</b>                          | Αντιπροσωπείες, εισαγωγές και εμπόριο ενδυμάτων και υποδημάτων.  |
| <b>Αντιπροσωπευόμενος οίκος/ Εμπορικό σήμα</b> | Formarina  |

|  |   |
|--|---|
| <b>Εμπορικό σήμα</b>                           |   |
| <b>Άλλα στοιχεία</b>                           | <p>Ιδρύθηκε το 2001 από μετατροπή νομικής μορφής της εταιρείας Fashion Distribution E.Π.Ε., η οποία προϋπήρχε από το 2000. Εισάγει κυρίως από την Ιταλία και άλλες χώρες της Ε.Ε. Διαθέτει τα είδη της κυρίως χονδρικός, αλλά και λιανικός μέσω 7 καταστημάτων. Εξάγει μικρό μέρος (περίπου 3% του συνολικού κύκλου εργασιών) στην Κύπρο.</p> <p style="text-align: center;"><b>GINESTRA A.E.B.E</b></p>  |
| <b>Διεύθυνση</b>                               | <p><b>Έδρα:</b><br/>Δεληγιάνη 37, 144 52 Μεταμόρφωση<br/>Τηλ: 210-285.5410, Φαξ: 210-285.5419</p>   |
| <b>Προσωπικό</b>                               | 36  |
| <b>Κύκλος εργασιών 2006 (€)</b>                | 6.348.082   |
| <b>Δραστηριότητες</b>                          | Εισαγωγές και εμπόριο γυναικείων ενδυμάτων.   |
| <b>Αντιπροσωπευόμενος οίκος/ Εμπορικό σήμα</b> | Transit, Wich, Ginestra.  |
| <b>Άλλα στοιχεία</b>                           | <p>Ιδρύθηκε το 1991. Τον Ιανουάριο του 2002 απορρόφησε την εταιρία Ginestra Δ. &amp; Β. Κοντογούρης ΟΕ. Το Μάρτιο του 2002 ανέλαβε τις πλήρεις δραστηριότητες της συγγενούς επιχείρησης Ginestra Διονύσιος Κοντογούρης. Πραγματοποιεί εισαγωγές γυναικείων υφασμάτων ενδυμάτων από την Ιταλία, τη Γαλλία και τη Γερμανία. Διαθέτει τα είδη της χονδρικός και κυρίως λιανικός μέσω 10 καταστημάτων. Το 2006 πραγματοποίησε και ορισμένες εξαγωγές υφασμάτων γυναικείων ενδυμάτων στην Κύπρο.</p> <p style="text-align: center;"><b>GOLDEN AGENT A.E</b></p>  |
| <b>Διεύθυνση</b>                               | <p><b>Έδρα:</b><br/>Αναγεννήσεως 40, 144 51 Μεταμόρφωση<br/>Τηλ: 210-281.8201, Φαξ: 210-285.5239</p>  |
| <b>Προσωπικό</b>                               | 90  |
| <b>Κύκλος εργασιών 2006 (€)</b>                | 13.475.900  |
| <b>Δραστηριότητες</b>                          | Εισαγωγές και εμπόριο γυναικείων ενδυμάτων και αξεσουάρ ένδυσης. Οργάνωση επιχειρήσεων με το σύστημα της δικαιόχρησης.  |
| <b>Αντιπροσωπευόμενος οίκος/ Εμπορικό σήμα</b> | Morgan.   |
| <b>Άλλα στοιχεία</b>                           | <p>Ιδρύθηκε το 1998 με την επωνυμία Παπαθανασίου Ντιστριμπιούσιον ΑΕ, η οποία άλλαξε στη σημερινή τον Οκτώβριο του 2000. Πραγματοποιεί εισαγωγές ετοιμών ενδυμάτων κυρίως από τη Γαλλία αλλά και από την Κίνα, ενώ αποτελεί την δικαιούχο του εμπορικού σήματος Morgan για την ελληνική αγορά. Η εταιρεία διαθέτει τα είδη της κυρίως χονδρικός. Η παρουσία της αλυσίδας λιανικής πώλησης στην Ελλάδα περιλαμβάνει 30 καταστήματα, τα 11 από τα οποία εκμεταλλεύεται η Golden Agent ΑΕ και 19 καταστήματα λειτουργούν μέσω του συστήματος της δικαιόχρησης. Επιπλέον, σημεία πώλησης με το ίδιο εμπορικό σήμα, βρίσκονται με τη μορφή shop in shop εντός των πολυκαταστημάτων Hondos Center (1), Attica (1) και Notos Galleries (1). Σημαντική είναι και η παρουσία της εταιρείας στο εξωτερικό με 4 καταστήματα στην Κύπρο (Πάφος, Λάρνακα και Λευκωσία) και 2 στην Κωνσταντινούπολη. Οι εξαγωγές κάλυψαν το 22% του κύκλου εργασιών το 2006. Εξάγει προς την Τουρκία, την Κύπρο, την Βουλγαρία και την Σαουδική Αραβία. Η ενασχόλησή της με την εισαγωγή και εμπορία γυναικείων υφασμάτων ενδυμάτων κάλυψε το 98% του συνολικού κύκλου εργασιών της το 2005 και το 2006.</p> <p style="text-align: center;"><b>MARINA BI A.E.</b></p> |
| <b>Διεύθυνση</b>                               | <p><b>Έδρα:</b><br/>Μεγ. Αλεξάνδρου 55, 164 52 Αργυρούπολη<br/>Τηλ: 210-994.8357, Φαξ: 210-991.1089</p>   |
| <b>Προσωπικό</b>                               | 25  |
| <b>Κύκλος εργασιών 2006 (€)</b>                | 4.116.547   |
| <b>Δραστηριότητες</b>                          | Εισαγωγές και εμπόριο ανδρικών και γυναικείων ενδυμάτων, υποδημάτων και αξεσουάρ. Κατασκευή γυναικείων ενδυμάτων.   |
| <b>Αντιπροσωπευόμενος οίκος/ Εμπορικό σήμα</b> | Colori  |
| <b>Άλλα στοιχεία</b>                           | Ιδρύθηκε το έτος 2001. Εισάγει το μεγαλύτερο μέρος των ενδυμάτων της από την  |



|  |  |
|--|--|
|  | <p>Ιταλία και σε μικρότερο ποσοστό από το Βέλγιο. Επιπλέον κατασκευάζει (20% περίπου του συνολικού κύκλου εργασιών) σε εγκαταστάσεις τρίτων της εγχώριας αγοράς. Διαθέτει τα ενδύματα κυρίως λιανικώς μέσω 7 εταιρικών καταστημάτων και μέσω 3 shop in shop (στο πολυκατάστημα Attica στη Σταδίου, στο Notos Galleries στην Ομόνοια και στο Factory Outlet Αεροδρομίου), αλλά και χονδρικώς.</p>   |
| <b>N.C.S ΕΛΛΑΣ Α.Ε</b>                         |  |
| <b>Διεύθυνση</b>                               | <p><b>Έδρα:</b><br/>Μολιέρου 10, 144 52 Μεταμόρφωση<br/>Τηλ: 210-284.6543, Φαξ: 210-284.6540<br/><a href="http://www.nafnaf.fr">www.nafnaf.fr</a></p>  |
| <b>Προσωπικό</b>                               | 26   |
| <b>Κύκλος εργασιών 2006 (€)</b>                | 6.994.760  |
| <b>Δραστηριότητες</b>                          | Εισαγωγές και εμπόριο γυναικείων και παιδικών ενδυμάτων, υποδημάτων, μαγιό και αξεσουάρ. Οργάνωση επιχειρήσεων με το σύστημα franchising.  |
| <b>Αντιπροσωπευόμενος οίκος/ Εμπορικό σήμα</b> | Naf Naf.   |
| <b>Άλλα στοιχεία</b>                           | <p>Ιδρύθηκε το 1994 με την επωνυμία Naf-Naf Ελλάς ΑΕ, η οποία άλλαξε στη σημερινή το Σεπτέμβριο του 2002. Διατηρεί την αλυσίδα Naf-Naf που αποτελείται από 11 καταστήματα στην ελληνική αγορά, τα 8 από τα οποία λειτουργούν βάσει του συστήματος της δικαιόχρησης του εμπορικού σήματος. Εισάγει τα είδη της από την Γαλλία και εξάγει ένα μέρος τους στην Κύπρο.</p> <p style="text-align: center;"><b>NOTOS COM. HOLDINGS A.E.</b></p>  |
| <b>Διεύθυνση</b>                               | <p><b>Έδρα:</b><br/>Μενεξεδών 6, ΤΘ 51417, 145 64 Κηφισιά<br/>Τηλ: 210-800.7300, Φαξ: 210-807.4579<br/><a href="http://www.notoscom-holdings.com">www.notoscom-holdings.com</a></p>  |
| <b>Προσωπικό</b>                               | 1.903  |
| <b>Κύκλος εργασιών 2006 (€)</b>                | 271.904.000  |
| <b>Δραστηριότητες</b>                          | Συμμετοχική εταιρεία. Αντιπροσωπείες, εισαγωγές και εμπόριο ενδυμάτων, υποδημάτων, αξεσουάρ ένδυσης, καλλυντικών, ειδών προσωπικής φροντίδας και υγιεινής, ειδών ταξιδιού, ειδών γραφείου, οικιακών μικροσυσκευών και ειδών οικιακής χρήσης. Πολυκαταστήματα. Οργάνωση επιχειρήσεων με το σύστημα franchising.   |
| <b>Αντιπροσωπευόμενος οίκος/ Εμπορικό σήμα</b> | Kookai, Alain Manoukian, Jaques Jaunet, Gerald Derel, Henry Cottons, Trussardi, Marina Rinaldi, Max Mara, Miro, Fcuk, Lacoste.   |
| <b>Άλλα στοιχεία</b>                           | <p>Ιδρύθηκε το 1984 με την επωνυμία Yselina Α.Ε. Τον Μάιο του 1993 η επωνυμία της άλλαξε σε Παπαέλληνας Επιχειρήσεις ΑΕΒΕ και το Δεκέμβριο του ίδιου έτους σε Παπαέλληνας Όμιλος Επιχειρήσεων ΑΕΒΕ. Το Μάιο του 2000 η επωνυμία της εταιρείας άλλαξε στη σημερινή. Το 2001 απορρόφησε τις εταιρείες Παπαέλληνας Καλλυντικά Α.Β.Ε.Ε., Σπόρτσμαν Α.Ε., Ενδυση ΑΕΒΕ, Λαμπρόπουλοι Αφοί Α.Β.Ε.Ε., Παπαέλληνας Καταναλωτικά «Παπαέλκο» Α.Ε., Παπαέλληνας Συμμετοχική Α.Ε.Β.Ε., Αταλάντη Α.Β.Ε.Ε., Αταλάντα Α.Ε. Επίσης, απορρόφησε τον Οκτώβριο του 2002 τις εταιρίες Valmed Α.Ε.Ε.Ε. και Σωτηρόπουλος Σ.Μ. Α.Ε. Το 2004 απορρόφησε την εταιρία Μπικ Σίτυ Κορπορέισον Α.Ε.Β.Ε.. Το 2005 απορρόφησε την εταιρία Αιακος Α.Ε.Β.Ε..</p> <p>Σήμερα, η Notos Com Holdings Α.Ε., πέρα από τη χονδρική διάθεση των ενδυμάτων ελέγχει 59 συνολικά σημεία λιανικής πώλησης ενδυμάτων. Συγκεκριμένα, 13 καταστήματα λειτουργούν με το εμπορικό σήμα Lacoste, 7 με το σήμα Springfield, 2 με το σήμα Alain Manoukian, 8 με το σήμα Gant, 1 με το σήμα Kookai, 3 με το The Bostonians, 1 με το New Man, 3 με το Polo Ralph Lauren, 1 με το Polo Jeans, 1 με το Trussardi, 4 με το Max Mara, 4 με το Marina Rinaldi, 1 με το Henry Cottons και 5 πολυκαταστήματα (στην Αθήνα, στον Πειραιά, στη Θεσσαλονίκη, στη Λάρισα και στην Καλαμάτα). Παράλληλα, 5 καταστήματα λειτουργούν ως "multibrand shops" με περισσότερα του ενός από τα σήματα που αντιπροσωπεύει η εταιρεία. Επίσης, λειτουργούν σημεία με τη μορφή corners εντός πολυκαταστημάτων. Οι αλυσίδες Kookai και Polo Ralph Lauren αναπτύσσονται και μέσω του συστήματος του franchising. Οι χώρες από τις οποίες εισάγει είναι η Σουηδία, η Γαλλία, η Ιταλία, η</p> |

|   |  |
|---|--|
|   | <p>Ισπανία, η Πορτογαλία, η Αμερική, η Τουρκία και η Τυνησία. Εξαγωγές πραγματοποιεί στην Τσεχία, την Ουγγαρία, την Αυστρία, την Κροατία, την Πολωνία, την Κύπρο, την Αλβανία, την Ρουμανία, την Βουλγαρία, την Τουρκία και τη Σλοβακία (3% περίπου επί των συνολικών πωλήσεων το 2006). Η ενασχόληση της εταιρείας με τα γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα κάλυψε πολύ μικρό ποσοστό του συνολικού κύκλου εργασιών της, το 2005 και το 2006.</p>  |
|   | <b>PELOTE Π.Α. ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΟΥΣ Α.Ε.</b>   |
| Διεύθυνση   | <p><b>Έδρα:</b><br/>                 Βασ. Όλγας 156, 172 36 Άγιος Δημήτριος<br/>                 Τηλ 210-975.0411-3, φαξ 210-975.0444<br/>                 www.pelote.gr</p>   |
| Προσωπικό   | 50   |
| Κύκλος εργασιών 2006 (€)                                    | 5.416.813  |
| Αντιπροσωπευόμενος οίκος/<br>Εμπορικό σήμα                  | <p>Dolce Vita, Mariella Rosati, Fausta, Firma, Gaia Life, Dolce Vita, Dolce Vita Trend, Hazard Couture, Pianura Studio, Mariella Burani Le Sportives Tricot Chic, Myf, Yogo, PDR, Bain de Nuit, Kenzo by Takada, Perspective, Moony.</p>   |
| Δραστηριότητες<br>Άλλα στοιχεία                             | <p>Εισαγωγές και εμπόριο γυναικείων, δερμάτινων ενδυμάτων και υποδημάτων. Ιδρύθηκε το 1991. Εισάγει γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα από την Ιταλία, τη Γαλλία και την Τουρκία. Μικρό μέρος αυτών εξάγεται προς την Κύπρο και τη Πολωνία. Διαθέτει τα είδη της κυρίως χονδρικός αλλά και λιανικός μέσω 3 εταιρικών καταστημάτων, 2 shop in shop στο Factory Outlet Αεροδρομίου και Euro Outlet Center (τα οποία έχουν είδη stock), καθώς και μέσω 2 καταστημάτων της συγγενούς εταιρείας Aniger Ε.Π.Ε. Η ενασχόλησή της με την εισαγωγή και εμπορία γυναικείων υφασμάτινων ενδυμάτων κάλυψε το 97% του συνολικού κύκλου εργασιών της το 2005 και το 2006. Την τελευταία διετία πραγματοποίησε επενδύσεις ποσού €700 χιλ. για την κατασκευή – διαμόρφωση χώρων εντός του κτιρίου της έδρας της, για κατάστημα στην Πάτρα και ενός “corner” εντός του Factory Outlet Airport.</p> |
|   | <b>ROSSI Α.Ε.</b>  |
| Διεύθυνση   | <p><b>Έδρα:</b><br/>                 Θεοφίλοπούλου 1-5, 117 43 Αθήνα<br/>                 Τηλ 210-923.8202, 210-922.2802, Φαξ 210-923.9735</p>   |
| Προσωπικό   | 54   |
| Κύκλος εργασιών 2006 (€)                                    | 14.410.013   |
| Δραστηριότητες  | <p>Εισαγωγές και εμπόριο ανδρικών και γυναικείων ενδυμάτων, υποδημάτων και δερματινών ειδών, ψευδοκοσμημάτων.</p>  |
| Αντιπροσωπευόμενος οίκος/<br>Εμπορικό σήμα<br>Άλλα στοιχεία | <p>Roberto Cavalli, Plein Sud, Cerruti, Blue Marine, Cloe, Burberry's, Lawrence Steele.</p> <p>Ιδρύθηκε το 1986 και προήλθε από μετατροπή της νομικής μορφής της ομορρύθμου εταιρείας Braggi Z. Τσουρεκάς &amp; Σία Ο.Ε. Εισάγει υφασμάτινα γυναικεία ενδύματα κυρίως από την Ιταλία. Η διάθεση των γυναικείων ενδυμάτων γίνεται λιανικός μέσω 3 καταστημάτων της, τα οποία λειτουργούν με την επωνυμία Luisa. Η τιλούχος διατηρεί επίσης 3 καταστήματα με την επωνυμία Rossi, από τα οποία διατίθενται ανδρικά ενδύματα.</p>  |
|   | <b>SARKK Α.Β.Ε.Ε.</b>  |
| Διεύθυνση   | <p><b>Έδρα:</b><br/>                 Ηρώων Πολυτεχνείου 19, 152 31 Χαλάνδρι<br/>                 Τηλ: 210-675.5820-1, Φαξ: 210-674.1011<br/>                 www.sarkk.gr</p>  |
| Προσωπικό   | 150  |
| Κύκλος εργασιών 2006 (€)                                    | 17.355.281   |
| Δραστηριότητες  | <p>Εισαγωγές και εμπόριο ανδρικών, γυναικείων και παιδικών ενδυμάτων, υποδημάτων και αρωμάτων.</p>   |
| Αντιπροσωπευόμενος οίκος/<br>Εμπορικό σήμα<br>Άλλα στοιχεία | <p>Tommy Hilfiger</p> <p>Ιδρύθηκε το 1998 και είναι ο αντιπρόσωπος της Tommy Hilfiger για την Ελλάδα και την Κύπρο. Εισάγει όλα τα ενδύματα κυρίως από τη Γερμανία, την Ολλανδία και την Ιταλία. Όλες οι σειρές Tommy Hilfiger βρίσκονται στα ομόνομα καταστήματα της</p>  |

|  |   |
|--|---|
|  | Sarkk ABEE, Flagship stores (Κηφισιά, Κολωνάκι, Γλυφάδα, Πάτρα, Λευκωσία), σε καταστήματα franchise (Θεσσαλονίκη, Ρόδος, Τρίκαλα και σε περισσότερα από 35 shop in shops σε πολυκαστήματα (ανάμεσά τους και στη Ρουμανία και Βουλγαρία). Εξάγει μέρος των ενδυμάτων (περίπου 2%-3% επί των συνολικών πωλήσεων) στην Κύπρο. Η ενασχόλησή της με τα γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα κάλυψε το 40% περίπου του συνολικού κύκλου εργασιών το 2005 και το 2006.  |
| <b>SHOP &amp; TRADE A.E.B.E.</b>               |   |
| <b>Διεύθυνση</b>                               | <b>Έδρα:</b><br>Ακομινάτου 37, 104 38 Αθήνα<br>Τηλ: 210-523.1683, Φαξ: 210-523.1684   |
| <b>Προσωπικό</b>                               | 170   |
| <b>Κύκλος εργασιών 2006 (€)</b>                | 40.722.497  |
| <b>Δραστηριότητες</b>                          | Εισαγωγές και εμπόριο unisex, αθλητικών και casual ενδυμάτων, αξεσουάρ, υποδημάτων, δερμάτινων ειδών και γυαλιών.   |
| <b>Αντιπροσωπευόμενος οίκος/ Εμπορικό σήμα</b> | Miss Sixty, Meltin Pot, Mambo, Killah Babe, Custo, G-sus, Nolita  |
| <b>Άλλα στοιχεία</b>                           | Ιδρύθηκε το 2000 προερχόμενη από μετατροπή νομικής μορφής της εταιρείας Trade M. Φούντα & Σία Ο.Ε., η οποία ιδρύθηκε το 1996 για να αναλάβει τις δραστηριότητες της ατομικής επιχείρησης Trade Μαριάννα Α. Φούντα, που προϋπήρχε από το 1990. Εισάγει γυναικεία ενδύματα από χώρες της Ε.Ε. (Ιταλία, Γαλλία, Ισπανία, Ολλανδία και Μεγάλη Βρετανία). Διαθέτει τα είδη της κυρίως χονδρικός αλλά και λιανικός μέσω 7 εταιρικών καταστημάτων που λειτουργούν με την επωνυμία «Shop». Το 2005 και 2006 η εταιρεία λειτούργησε 3 καταστήματα, και για το 2007 προγραμματίζει επένδυση για την εγκατάσταση της επιχείρησης σε νέο κτίριο. Εξάγει μικρό μέρος των ειδών της (1,2% επί των συνολικών πωλήσεων το 2006) στην Κύπρο. Η ενασχόληση της εταιρείας με γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα, το 2005 και το 2006, κάλυψε περίπου το 15% του συνολικού κύκλου εργασιών.  |
| <b>SPRIDER STORES A.E.&amp;B.E.</b>            |   |
| <b>Διεύθυνση</b>                               | <b>Έδρα:</b><br>Σύρου 1, Περιοχή ΟΣΑΜ, Άνω Τρίγωνο, 153 49 Ανθούσα<br>Τηλ: 210-660.9800, Φαξ: 210-666.4807, 210-660.9862  |
| <b>Προσωπικό</b>                               | 980   |
| <b>Κύκλος εργασιών 2006 (€)</b>                | 92.804.689  |
| <b>Δραστηριότητες</b>                          | Εισαγωγές και εμπόριο ενδυμάτων, υποδημάτων και συναφών ειδών.  |
| <b>Αντιπροσωπευόμενος οίκος/ Εμπορικό σήμα</b> | Soul Rebel, Aggressive, Emilio Corali, Perform, Donna, Sprider Athletic   |
| <b>Άλλα στοιχεία</b>                           | Ιδρύθηκε τον Απρίλιο του 1978 για να συνεχίσει τις εργασίες της εταιρείας Αlibak Σ. & Ν. Αργυρός Ο.Ε., η οποία προϋπήρχε από το 1971. Τον Μάιο του 2001 η τιτλούχος απορρόφησε τις εταιρείες Sprider A.E.B.E. & Σία Ο.Ε. "Αιγάλεω", Sprider A.E.B.E. & Σία Ο.Ε. "Ν. Ιωνία", Sprider A.E.B.E. & Σία Ο.Ε. "Καλλιθέα", Sprider A.E.B.E. & Σία Ο.Ε. "Καλαμάτα", Sprider A.E.B.E. & Σία Ο.Ε. "Χαλκίδα", Sprider Πάτρας Ε.Π.Ε., Sprider 11 Ε.Π.Ε., Sprider Ηρακλείου Μονοπρόσωπη Ε.Π.Ε., Sprider A.E.B.E. & Σία Ο.Ε. "Ελληνικό". Το Φεβρουάριο του 2002 απορρόφησε και την εταιρεία Sprider Dan A.E.&B.E. Εισάγει γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα από την Κίνα, την Ινδία, το Πακιστάν, το Μπαγκλαντές και την Ιταλία. Διαθέτει τα είδη της αποκλειστικά λιανικός μέσω 49 καταστημάτων. Το 2005 και το 2006 η ενασχόλησή της με τα γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα αφορούσε το 22% και 25% του συνολικού κύκλου εργασιών, αντίστοιχα. |
| <b>STENIA A.E.B.E.</b>                         |   |
| <b>Διεύθυνση</b>                               | <b>Έδρα:</b><br>Γούναρη 187, 166 74 Γλυφάδα<br>Τηλ: 210-960.0794, φαξ: 210-960.0846   |
| <b>Προσωπικό</b>                               | 39  |
| <b>Κύκλος εργασιών 2006 (€)</b>                | 5.099.682   |
| <b>Δραστηριότητες</b>                          | Εισαγωγές και εμπόριο γυναικείων, ανδρικών και παιδικών ενδυμάτων, υποδημάτων και αξεσουάρ ένδυσης.   |
| <b>Αντιπροσωπευόμενος οίκος/ Εμπορικό σήμα</b> | Stenia  |

|  |   |
|--|---|
| Άλλα στοιχεία                              | <p>Ιδρύθηκε το 2000 από μετατροπή της εταιρίας Σ. Δούκα – Π. Τσαρδάλογλου Ο.Ε. που προϋπήρχε από το 1989. Τον Ιούνιο του 2004 ο κλάδος της εταιρείας άλλαξε από Βιομηχανία σε Εμπόριο. Εισάγει τα είδη της κυρίως από την Ιταλία, την Γαλλία και το Ηνωμένο Βασίλειο. Διαθέτει τα είδη της στην εγχώρια αγορά αποκλειστικά λιανικός μέσω 6 εταιρικών καταστημάτων. Το 2005 η ενασχόλησή της με τα γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα κάλυψε το 94% των συνολικών πωλήσεων, ενώ το 2006 το ποσοστό αυτό μειώθηκε στο 75% περίπου, γιατί αυξήθηκε η ενασχόληση με τα ανδρικά και παιδικά ενδύματα.</p>   |
| <b>SWEET HEART A.E.</b>                    |   |
| Διεύθυνση                                  | <p><b>Έδρα:</b><br/>Ιωαννίνων &amp; Ανεξαρτησίας, 134 51 Καματερό<br/>Τηλ: 210-238.3900-6, Φαξ: 210-238.3910</p>  |
| Προσωπικό                                  | 60  |
| Κύκλος εργασιών 2006 (€)                   | 5.979.452   |
| Δραστηριότητες                             | Εισαγωγές και εμπόριο ανδρικών, γυναικείων και παιδικών ενδυμάτων και αξεσουάρ.   |
| Αντιπροσωπευόμενος οίκος/<br>Εμπορικό σήμα | S Oliver, Goldix, Comma, Ovi Group  |
| Άλλα στοιχεία                              | <p>Ιδρύθηκε τον Αύγουστο του 1992, με έδρα το Ζεφύρι, έπειτα από συγχώνευση των επιχειρήσεων Ση Γιούροπ Βιοτεχνία Ετοιμών Ενδυμάτων Α.Ε., η οποία είχε ιδρυθεί το 1986 και Ρανιούσα Βιοτεχνία Ετοιμών Α.Ε., η οποία είχε ιδρυθεί το 1985. Στις 29/12/2003 η τιτλούχος απορρόφησε την εταιρεία Sweet Heart Α.Ε., που ιδρύθηκε το 1997, και άλλαξε την επωνυμία της από Ση Γιούροπ Α.Ε. στη σημερινή. Εισάγει όλα τα ενδύματα από την Γερμανία. Το 70% περίπου του συνολικού κύκλου εργασιών το 2006 κάλυψε η ενασχόληση της εταιρείας με τα γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα. Διαθέτει τα είδη της κυρίως χονδρικός, αλλά και λιανικός μέσω 9 εταιρικών καταστημάτων και μέσω 1 shop in shop στο Hondos Center στην Ομόνοια. Μικρό μέρος των ενδυμάτων εξάγεται στην Κύπρο.</p> |
| <b>ΑΓΓΛΟΥΠΑΣ Α.Β. &amp; Ε.Ε</b>            |   |
| Διεύθυνση                                  | <p><b>Έδρα – Εργοστάσιο:</b><br/>Κεφαλληνίας 6, 163 42 Ηλιούπολη<br/>Τηλ 210-996.3010-6, φαξ 210- 996.3017<br/><a href="http://www.angloupas.gr">www.angloupas.gr</a></p>   |
| Προσωπικό                                  | 120 (ICAP Data Bank)  |
| Κύκλος εργασιών 2006 (€)                   | 11.096.056  |
| Δραστηριότητες                             | Εισαγωγές, κατασκευή και εμπόριο γυναικείων ενδυμάτων.  |
| Αντιπροσωπευόμενος οίκος/<br>Εμπορικό σήμα | Mia, Lucifair   |
| Άλλα στοιχεία                              | <p>Ιδρύθηκε το 1976. Προήλθε από συγχώνευση των εταιρειών Αγγλούπας &amp; Σία Ε.Π.Ε. (που ιδρύθηκε το 1974) και Νικόλαος Αγγλούπας (που ιδρύθηκε το 1975). Παρέμεινε σε αδράνεια κατά την περίοδο 1987-1989 και τις δραστηριότητές της ανέλαβε η συγγενής εταιρία Ν. Αγγλούπας ΑΕ. Την 1/1/1990 επαναδραστηριοποιήθηκε και το 1997 ανέλαβε τις δραστηριότητες της συγγενούς εταιρίας Αγγλούπας ΑΕ.</p>  |
| <b>ΒΑΡΔΑΣ Α.Ε.&amp;Β.Ε.</b>                |   |
| Διεύθυνση                                  | <p><b>Έδρα:</b><br/>Λεωφ. Μεσογείων 225, 115 25 Αθήνα<br/>Τηλ 210-679.4700, φαξ 210-679.4800<br/><a href="http://www.vardas.gr">www.vardas.gr</a></p>   |
| Προσωπικό                                  | 350   |
| Κύκλος εργασιών 2006 (€)                   | 47.396.166  |
| Δραστηριότητες                             | Εισαγωγές και εμπόριο ετοιμών ανδρικών και γυναικείων ενδυμάτων και υποδημάτων. Κατασκευή ενδυμάτων σε εγκαταστάσεις τρίτων. Οργάνωση επιχειρήσεων με το σύστημα της δικαιόχρησης.  |
| Αντιπροσωπευόμενος οίκος/<br>Εμπορικό σήμα | Abro, Amuleti, Bianca, Charfal, Calvin Klein, Carla Carini, Cinzia Rocca, Dusk, Emozioni, Laura Donini, Maliparmi, Mania, Marcelane, Mariella Burani, Pollini, Ungaro fuchsia, Serenade.  |

|  |   |
|--|---|
| <b>Άλλα στοιχεία</b>                           | <p>Ιδρύθηκε το 1991, έπειτα από συγχώνευση των εταιρειών Βάρδας Fashion House Ελλάς Α.Ε. και Αφοί Βάρδα Α.Ε. Το 1998 απορρόφησε την εταιρεία Βάρδας Κ. &amp; Δ. Αναγνωστόπουλος Α.Ε.Ε. Οι μετοχές της διαπραγματεύονται στο Χ.Α.Α από τον Απρίλιο του 2001. Πραγματοποιεί εισαγωγές γυναικείων υφασμάτινων ενδυμάτων από την Ιταλία, τη Γερμανία, τη Γαλλία και την Ιταλία. Μέρος από τα είδη που εμπορεύεται η εταιρεία κατασκευάζονται στο εξωτερικό (Γερμανία) για λογαριασμό της, με υφάσματα που επιλέγει η ίδια η εταιρεία. Η διάθεση των προϊόντων της γίνεται κυρίως λιανικώς μέσω 40 καταστημάτων, εκ των οποίων τα 28 είναι ιδιόκτητα, τα 3 λειτουργούν ως franchise, τα 5 ως καταστήματα stock και τα 4 ως shop in shop. Οι πωλήσεις των γυναικείων υφασμάτινων ενδυμάτων κάλυψαν το 32% του συνολικού κύκλου εργασιών της το 2005 και το 36% το 2006.</p>   |
| <b>ΓΑΒΑΛΑΣ ΛΑΚΗΣ Α.Ε.Ε.</b>                    |   |
| <b>Διεύθυνση</b>                               | <p><b>Έδρα:</b><br/>39,7 χλμ. Αττικής Οδού, 190 02 Παιανία<br/>Τηλ 210- 628.3200, Φαξ 210- 628.3899<br/>www.lakisgavalas.gr</p>   |
| <b>Προσωπικό</b>                               | 120   |
| <b>Κύκλος εργασιών 2006 (€)</b>                | 43.833.753  |
| <b>Δραστηριότητες</b>                          | Εισαγωγές και εμπόριο ανδρικών και γυναικείων ενδυμάτων, εσφορούχων, καλτσών, μαγιό, υποδημάτων, αξεσουάρ, ψευδοκοσμημάτων, καλλυντικών, ειδών ατομικής υγιεινής και δερμάτινων ειδών.  |
| <b>Αντιπροσωπευόμενος οίκος/ Εμπορικό σήμα</b> | Dolce & Cabbana, Cucci, Exte, Moschino, Burberrys, Cavalli, Krizia, Bluemarine.   |
| <b>Άλλα στοιχεία</b>                           | <p>Ιδρύθηκε το 1998, από τη συγχώνευση των εταιρειών Γαβαλάς Λ. Α.Ε. και Λ.Γ. Μόδα Α.Ε. Εισάγει γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα κυρίως από την Ιταλία, τη Γαλλία, το Ηνωμένο Βασίλειο και τις Η.Π.Α. Η διάθεση των προϊόντων της πραγματοποιείται κυρίως χονδρικώς και σε μικρότερη κλίμακα λιανικώς μέσω 6 καταστημάτων. Μικρό μέρος (1% - 2% περίπου) των εισαγομένων προϊόντων εξάγεται προς την Κύπρο. Η ενασχόληση με τα γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα αφορούσε το 60% περίπου του συνολικού κύκλου εργασιών το 2005 και το 2006.</p>  |
| <b>ΕΝΩΜΕΝΑ ΣΗΜΑΤΑ ΜΟΔΑΣ Α.Ε</b>                |   |
| <b>Διεύθυνση</b>                               | <p>Μαραθώνος 16, 561 29 Αμπελόκηποι Θεσσαλονίκης<br/>Τηλ. 2310-736.673, φαξ: 2310-720.779</p>   |
| <b>Προσωπικό</b>                               | 135   |
| <b>Κύκλος εργασιών 2006 (€)</b>                | 14.438.329  |
| <b>Δραστηριότητες</b>                          | Εισαγωγές και εμπόριο ενδυμάτων, υποδημάτων και δερμάτινων ειδών. Οργάνωση επιχειρήσεων με το σύστημα της δικαιόχρησης.   |
| <b>Αντιπροσωπευόμενος οίκος/ Εμπορικό σήμα</b> | Blend of America, Julia Bergovich, More & More, Olsen, 4You, Fransa, Eurobrooks, Oakwood, Broadway.   |
| <b>Άλλα στοιχεία</b>                           | <p>Ιδρύθηκε το 2002, από συγχώνευση των εταιρειών More &amp; More Hellas Ε.Π.Ε και Γκατένιο Ρ. &amp; Ι. Σία Ο.Ε. Ωστόσο, το ΦΕΚ ίδρυσης δημοσιεύθηκε στις αρχές του 2003. Τον Ιανουάριο του 2005 απορρόφησε τις εταιρείες Υφασματζ Α.Ε., Κοσμοτζ Ι. Σαλιέλ &amp; Σία Ο.Ε., Γκατένιο – Κοέν &amp; Σία Ο.Ε., Γκατένιο – Σαλιέλ &amp; Σία Ο.Ε.</p> <p>Εισάγει γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα από τη Γερμανία, τη Γαλλία, την Ισπανία, τη Δανία και τις Η.Π.Α.. Μικρό μέρος αυτών εξάγεται στην Κύπρο και τη Ρωσία. Διατηρεί την αλυσίδα καταστημάτων More &amp; More στην Ελλάδα με 31 καταστήματα λιανικής, εκ των οποίων 17 εκμεταλλεύεται η ίδια, ενώ τα υπόλοιπα λειτουργούν μέσω του συστήματος δικαιόχρησης. Το 2005 και 2006 η επιχείρηση επένδυσε συνολικά €730.000 σε βελτιώσεις κτιρίων, και για το 2007 προγραμματίζει επένδυση ύψους €1.300.000 για νέα κτίρια. Η ενασχόλησή της με τα γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα κάλυψε το 90% περίπου του συνολικού κύκλου εργασιών της το 2005 και το 2006.</p> |
| <b>ΖΑΡΑ ΕΛΛΑΣ ΑΕΕ</b>                          |   |
| <b>Διεύθυνση</b>                               | <p><b>Έδρα:</b><br/>Αθηνάς 33-37, 105 54, Αθήνα<br/>Τηλ 210-324.3101, φαξ 210-324.3127<br/>www.inditex.com</p>  |
| <b>Προσωπικό</b>                               | 1400 (ICAP data bank))  |

|   |   |
|---|---|
| <b>Κύκλος εργασιών 2006 (€)</b><br><b>Δραστηριότητες</b>                          | 212.213.230<br>Εισαγωγές και εμπόριο ενδυμάτων, υποδημάτων, εσωρούχων, αξεσουάρ, δερμάτινων ειδών, αρωμάτων και καλλυντικών.  |
| <b>Αντιπροσωπευόμενος οίκος/ Εμπορικό σήμα</b>                                    | Zara.   |
| <b>Άλλα στοιχεία</b>  | Ιδρύθηκε το 1992. Το 1998 απορρόφησε τη συγγενή επιχείρηση Αναστασιάδης Β.Κ. Ελίζα ΑΕ. Το Δεκέμβριο του 2004 απορρόφησε την εταιρεία Ζάρα Βαστγκόντ Ελλάς Α.Ε.. Τα προϊόντα της εισάγονται από την Ισπανία. Ανήκει στον όμιλο Inditex, ο οποίος περιλαμβάνει μεταξύ άλλων και τις επιχειρήσεις <b>Μάσσιμο Ντούττι Ελλάς Α.Ε.Ε.</b> και <b>Pull and Bear Α.Ε.Ε.</b> που ασχολούνται με εισαγωγές και εμπόριο ανδρικών και γυναικείων ενδυμάτων και υποδημάτων. Η επιχείρηση Ζάρα Ελλάς Α.Ε.Ε. διαθέτει τα είδη της μέσω 41 καταστημάτων λιανικής πώλησης.<br><b>ΚΑΡΟΥΖΟΣ 4 ΚΑΠΠΑ Α.Ε.Β.Ε</b>   |
| <b>Διεύθυνση</b>  | Έδρα:<br>Κ. Παλαμά 44, 143 43 Νέα Χαλκηδόνα<br>Τηλ: 210-250.2501, φαξ: 210-250.2521<br>www.carouzos.com   |
| <b>Προσωπικό</b>  | 220   |
| <b>Κύκλος εργασιών 2006 (€)</b><br><b>Δραστηριότητες</b>                          | 40.593.535<br>Εισαγωγές και εμπόριο ανδρικών και γυναικείων ενδυμάτων, υποδημάτων, τσαντών και αξεσουάρ.  |
| <b>Αντιπροσωπευόμενος οίκος/ Εμπορικό σήμα</b>                                    | Celine, Claudia Stradder, Donna Karan, Emanuel Ungaro, Fendi, Jil Sander, Marc Cain, Prada, Wera Wang, Carlos Mielle, Michael Kourse, Cathrin Maladrino.  |
| <b>Άλλα στοιχεία</b>  | Ιδρύθηκε το 1995 με την επωνυμία Ούλτρα Σχεδιασμός & Κατασκευή Επίπλων ΑΕ, η οποία άλλαξε στη σημερινή, με την απορρόφηση της εταιρείας Carouzos 4 Κάππα ΕΠΕ τον Σεπτέμβριο του 2000. Τον Οκτώβριο του 2001 απορρόφησε την επιχείρηση Καρούζος Αντώνιος. Η εταιρεία εισάγει από τις Η.Π.Α., την Βραζιλία, το Ηνωμένο Βασίλειο, την Ελβετία, την Ιταλία και την Ιρλανδία. Οι πωλήσεις των γυναικείων υφασμάτων ενδυμάτων κάλυψαν το 22% περίπου των συνολικών πωλήσεων της εταιρείας το 2006.<br><b>ΚΑΣΤΩΡ Α.Β.Ε.Ε.</b>  |
| <b>Διεύθυνση</b>  | Έδρα:<br>Λεωφ. Ηρακλείου 269, 142 31 Νέα Ιωνία<br>Τηλ: 210-275.9571-4, Φαξ: 210-271.4606  |
| <b>Προσωπικό</b>  | 45  |
| <b>Κύκλος εργασιών 2006 (€)</b><br><b>Δραστηριότητες</b>                          | 6.170.077<br>Αντιπροσωπείες, εισαγωγές και χονδρικό εμπόριο ενδυμάτων, εσωρούχων και μαγιό. Παραγωγή και εμπόριο καμβάδων, κλωστών και νημάτων. Εκμίσθωση ακινήτων.   |
| <b>Αντιπροσωπευόμενος οίκος/ Εμπορικό σήμα</b>                                    | Marella, Full Circle, L' Altra Moda, Compania Italiana, I Blus.   |
| <b>Άλλα στοιχεία</b>  | Ιδρύθηκε το 1938, αλλά προϋπήρχε από το 1920. Εισάγει γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα κυρίως από την Ιταλία. Διαθέτει τα είδη της κυρίως χονδρικός. Η λιανική πώληση γίνεται μέσω δύο καταστημάτων των συγγενών επιχειρήσεων Σωτηρόπουλος, Π. & Σία Ο.Ε. και Αφοί Σωτηρόπουλοι & Σία Ε.Ε., αλλά και μέσω 9 σημείων shop in shop στα πολυκαταστήματα Hondos Center, Notos Galleries, Attica και Φοκάς, στην Αθήνα, Θεσσαλονίκη και άλλες πόλεις της Ελλάδας. Εξάγει μικρό μέρος των ενδυμάτων στην Κύπρο. Η ενασχόληση της εταιρείας με τα γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα το 2005 και το 2006 κάλυψε το 45% περίπου του συνολικού κύκλου εργασιών.<br><b>ΚΟΝΣΕΠΤ Α.Ε.Β.Ε.Ε.</b> |
| <b>Διεύθυνση</b>  | Έδρα:<br>Κατσαντώνη 4, 144 52 Μεταμόρφωση<br>Τηλ: 210-283.5860, φαξ: 210-283.5865   |
| <b>Προσωπικό</b>  | 160   |
| <b>Κύκλος εργασιών 2006 (€)</b><br><b>Αντιπροσωπευόμενος οίκος/ Εμπορικό σήμα</b> | 11.623.775<br>Artisti Italiani  |
| <b>Δραστηριότητες</b>   | Εισαγωγές και εμπόριο ενδυμάτων, υποδημάτων, τσαντών και αξεσουάρ.  |

|  |  |
|--|--|
| <b>Άλλα στοιχεία</b>                           | <p>Ιδρύθηκε το 1998. Στις 7/1/2003 δημοσίευσε την απορρόφηση των εταιριών Assoluto A.E., Cool Brands A.E.B.E. και Φουλ Σπιντ Α.Ε. Ωστόσο, τα οικονομικά στοιχεία αυτών συμπεριλαμβάνονται στο δημοσιευμένο ισολογισμό της εταιρίας για το 2002. Διαχειρίζεται τα εμπορικά σήματα Artisti Italiani (το οποίο εκμεταλλεύονταν η Assoluto A.E.). Εισάγει από Κίνα, Ινδία, Ιταλία και Τουρκία. Συνολικά εκμεταλλεύεται 12 καταστήματα ένδυσης που φέρουν το σήμα Artisti Italiani και τρία shop-in-shop Artisti Italiani (ένα στο Factory Outlet στην Πειραιώς, ένα στο Empoli Outlet στο Περιστέρι και ένα στο Smart Outlet στην Λάρισα).</p> |
| <b>Διεύθυνση</b>                               | <p><b>ΛΙΝΕΑ ΙΜΠΟΡΤΣ Α.Ε.</b><br/>                 Έδρα:<br/>                 Λεωφ. Βουλιαγμένης 401, 163 46 Ηλιούπολη<br/>                 Τηλ 210-976.2701-3, φαξ 210-971.9646<br/>                 www.lineainports.gr</p>   |
| <b>Προσωπικό</b>                               | 41   |
| <b>Κύκλος εργασιών 2006 (€)</b>                | 9.928.696  |
| <b>Δραστηριότητες</b>                          | Εισαγωγές και εμπόριο ενδυμάτων, μαγιό και υποδημάτων.   |
| <b>Αντιπροσωπευόμενος οίκος/ Εμπορικό σήμα</b> | Blue Les Copains, Roccobarocco, Roccobarocco Access, M-Missoni, Virginware, Playboy Female, Save the Queen, Fani Couture, Penny Black.   |
| <b>Άλλα στοιχεία</b>                           | <p>Ιδρύθηκε το 1991. Οι εισαγωγές της πραγματοποιούνται από την Ιταλία, τη Γαλλία και την Αμερική, ενώ οι εξαγωγές της είναι περιορισμένες (περίπου 5% επί των συνολικών πωλήσεων) και έχουν προορισμό την Κύπρο. Η διάθεση των προϊόντων της πραγματοποιείται κυρίως χονδρικός, ενώ υπάρχει και ένα υποκατάστημα της εταιρείας που ασχολείται μόνο με είδη stock. Το 90% των πωλήσεων της το 2005 και το 2006 αφορούσε γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα.</p>   |
| <b>ΜΑΛΛΙΩΡΑΣ Α.Ε.</b>                          |  |
| <b>Διεύθυνση</b>                               | <p>Έδρα:<br/>                 23<sup>ης</sup> Οκτωβρίου 15, 412 21 Λάρισα<br/>                 Τηλ: 241-055.4426-7, Φαξ: 241-055.4428</p>  |
| <b>Προσωπικό</b>                               | 22   |
| <b>Κύκλος εργασιών 2006 (€)</b>                | 6.204.702  |
| <b>Δραστηριότητες</b>                          | Εισαγωγές και εμπόριο ανδρικών και γυναικείων ενδυμάτων, αξεσουάρ ένδυσης και δερμάτινων τσαντών.  |
| <b>Αντιπροσωπευόμενος οίκος/ Εμπορικό σήμα</b> | Sinequanone, Rosso di Sera, Artili, Anna Biagini, Ego Fashion, Ake, Dea, Mamunt, Fraconina, Sottotono, Murato, Elem Lulu.  |
| <b>Άλλα στοιχεία</b>                           | <p>Η εταιρεία ιδρύθηκε τον Ιανουάριο του 2004 και προήλθε από τη συγχώνευση των εταιρειών Μαλλιώρας Αναστάσιος, Βιδάλη, Α., Αφοί, Α.Β.Ε.Ε. Εισάγει τα ενδύματα από την Γαλλία και την Ιταλία. Διαθέτει τα είδη της κυρίως χονδρικός και λιανικός μέσω δύο εταιρικών καταστημάτων. Εξάγει μικρό μέρος των γυναικείων υφασμάτινων ενδυμάτων (περίπου 3%) στην Κύπρο. Το 90% περίπου του συνολικού κύκλου εργασιών της εταιρείας, το 2005 και το 2006, αφορούσε πωλήσεις γυναικείων υφασμάτινων ενδυμάτων.</p>  |
| <b>ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ ΑΒΕΤΕ</b>                      |  |
| <b>Διεύθυνση</b>                               | <p>Έδρα:<br/>                 Αγ. Δημητρίου 63, 174 56 Αλιμος<br/>                 Τηλ: 210-989.8012, φαξ: 210-988.622<br/>                 www.marinopoulos.gr</p>  |
| <b>Προσωπικό</b>                               | 460  |
| <b>Κύκλος εργασιών 2006 (€)</b>                | 86.579.150   |
| <b>Δραστηριότητες</b>                          | Εισαγωγές και εμπόριο ενδυμάτων, αξεσουάρ ένδυσης, εσωρούχων, υποδημάτων, καλτσών και ειδών σπιτιού.   |
| <b>Αντιπροσωπευόμενος οίκος/ Εμπορικό σήμα</b> | Marks & Spencer, Limited, Peruna, Classic, Plus.   |
| <b>Άλλα στοιχεία</b>                           | <p>Ιδρύθηκε το 2002 από συγχώνευση των εταιρειών Μαρινόπουλος ΑΒΕΤΕ και Γλάρος Διαφημιστική ΑΕ. Η πρώτη από τις δύο εταιρείες είχε συσταθεί το 1961, για να συνεχίσει τις δραστηριότητες της ατομικής επιχείρησης Δ. Σινάκης που προϋπήρχε από το 1906 και εκμεταλλεύονταν την αλυσίδα Marks &amp; Spencer μετά την ανάληψη του σχετικού κλάδου από τη Μαρινόπουλος ΑΒΕΤΕ τον Νοέμβριο του 2000. Η συνεργασία του ομίλου Μαρινόπουλου με την Marks &amp; Spencer Plc ξεκίνησε το</p>   |

|   |  |
|---|--|
|   | 1978 με την εκχώρηση master franchise από τον βρετανικό όμιλο και αρχικά έλαβε τη μορφή της δημιουργίας shop in shop εντός σούπερ μάρκετ του ομίλου. Η ανάπτυξη της αυτοτελούς αλυσίδας Marks & Spencer ξεκίνησε το 1990. Τον Ιανουάριο του 2005 απορρόφησε την εταιρεία Ακινήτων Πασαλιμανίου ΑΕ. Σήμερα, αριθμεί 25 σημεία πώλησης στην ελληνική αγορά, ενώ πουλάει χονδρικός σε εταιρείες του εξωτερικού (Intercompany Exchange), δηλαδή εξάγει στην Ρουμανία, στη Βουλγαρία, στην Κροατία, στη Σλοβενία και στην Ελβετία. Το 2005 και 2006 το ποσοστό αυτών των εξαγωγών ήταν περίπου το 15% των συνολικών πωλήσεων της εταιρείας. Η ενασχόλησή της με τα γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα κάλυψε το 45% περίπου του συνολικού κύκλου εργασιών της το 2005 και το 2006. |
| <b>ΜΠΕΡΣΚΑ ΕΛΛΑΣ ΑΕΕ</b>                |  |
| Διεύθυνση                               | Έδρα:<br>Αθηνάς 33-37, 105 54, Αθήνα<br>Τηλ 210-324.3101, φαξ 210-324.3127<br>www.inditex.com  |
| Προσωπικό                               | 300  |
| Κύκλος εργασιών 2006 (€)                | 53.137.712   |
| Δραστηριότητες                          | Εισαγωγές και εμπόριο γυναικείων ενδυμάτων, υποδημάτων και αξεσουάρ.   |
| Αντιπροσωπευόμενος οίκος/ Εμπορικό σήμα | Bershka  |
| Άλλα στοιχεία                           | Ιδρύθηκε το 1999 και ελέγχεται από τον ισπανικής προέλευσης πολυεθνικό όμιλο Inditex. Η ίδρυση του πρώτου καταστήματος Bershka διεθνώς πραγματοποιήθηκε τον Απρίλιο του 1998, αποτελώντας την πρόταση του ομίλου Inditex για τις νεαρές ηλικίες. Στην Ελλάδα, η εταιρεία διαθέτει τα προϊόντα της μέσω 17 καταστημάτων.  |
| <b>ΝΤΗΖΕΛ ΕΛΛΑΣ Α.Ε.</b>                |  |
| Διεύθυνση                               | Έδρα:<br>Λεωφ. Συγγρού 6, 117 42 Αθήνα<br>Τηλ: 210-602.1900, Φαξ: 210-602.2001<br>www.diesel.com   |
| Προσωπικό                               | 80 (ICAP data bank)  |
| Κύκλος εργασιών 2006 (€)                | 43.244.773   |
| Δραστηριότητες                          | Εισαγωγές και εμπόριο ενδυμάτων, υποδημάτων, καλτσών, εσφορούχων, αξεσουάρ, δερμάτινων ειδών και ρολογιών.   |
| Αντιπροσωπευόμενος οίκος/ Εμπορικό σήμα | Diesel   |
| Άλλα στοιχεία                           | Ιδρύθηκε στις 9.9.1992. Το 2000 η τιτλούχος απορρόφησε την εταιρεία Diesel Shop Μονοπρόσωπη Ε.Π.Ε., ενώ το Σεπτέμβριο του 2001 απορρόφησε την εταιρεία Diesel Surplus Μονοπρόσωπη Ε.Π.Ε.. Η ενασχόλησή της με τα γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα κάλυψε το 15% περίπου του συνολικού κύκλου εργασιών, το 2006.   |
| <b>ΠΑΓΩΝΗ Ε. Α.Ε</b>                    |  |
| Διεύθυνση                               | Έδρα:<br>Λεωφ. Βουλιαγμένης 316, 173 43 Άγιος Δημήτριος<br>Τηλ: 210-979.7700, Φαξ: 210-973.8600<br>www.gruppo-pagani.com   |
| Προσωπικό                               | 150  |
| Κύκλος εργασιών 2006 (€)                | 28.696.817   |
| Δραστηριότητες                          | Αντιπροσωπείες εισαγωγές και εμπόριο ανδρικών και γυναικείων ενδυμάτων, υποδημάτων και αξεσουάρ.   |
| Αντιπροσωπευόμενος οίκος/ Εμπορικό σήμα | Iceberg, Valentino, Ferretti, Gianfranco Ferre, Versace, Moschino, Just Cavalli, Roberto Cavalli Class.  |
| Άλλα στοιχεία                           | Ιδρύθηκε το 1990 με έδρα την Αθήνα. Το 2004 η τιτλούχος απορρόφησε την επιχείρηση Παγώνης Γεώργιος. Πραγματοποιεί εισαγωγές γυναικείων υφασμάτινων ενδυμάτων από την Ιταλία. Από το σύνολο των πωλήσεων του 2006 το 70% αφορά τα γυναικεία και ανδρικά ενδύματα και το 30% τα υπόλοιπα προϊόντα. Η διάθεση των ειδών της γίνεται κυρίως χονδρικός (ποσοστό άνω του 60% επί των συνολικών πωλήσεων το 2006), ενώ η λιανική πραγματοποιείται μέσω 9 εταιρικών καταστημάτων που λειτουργούν με την επωνυμία "Εροπγιο".  |



| <b>ΠΡΟΜΟΔΑ Α.Ε.Β.Ε.</b>                            |   |
|--|---|
| <b>Διεύθυνση</b>                                   | <b>Έδρα:</b><br>Κοτζιά 26-30, 174 56 Άλιμος<br>Τηλ: 210-985.0170, Φαξ: 210-985.8535   |
| <b>Προσωπικό</b>                                   | 43  |
| <b>Κύκλος εργασιών 2006 (€)</b>                    | 13.702.844  |
| <b>Δραστηριότητες</b>                              | Εισαγωγές και εμπόριο ανδρικών, γυναικείων και παιδικών ενδυμάτων και αξεσουάρ.   |
| <b>Αντιπροσωπευόμενος οίκος/<br/>Εμπορικό σήμα</b> | Guess, Twin Set   |
| <b>Άλλα στοιχεία</b>                               | Ιδρύθηκε το Μάιο του 1983. Εισάγει τα ενδύματα κυρίως από την Ιταλία. Διαθέτει τα είδη της κυρίως χονδρικός (95% περίπου). Εξάγει μικρό μέρος των εισαγόμενων γυναικείων υφασμάτων ενδυμάτων στην Κύπρο. Η ενασχόλησή της με τα γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα κάλυψε το 60% περίπου του συνολικού κύκλου εργασιών το 2005 και το 2006.  |
| <b>ΡΑΚΑΣ Ε.Π.Ε</b>                                 |   |
| <b>Διεύθυνση</b>                                   | <b>Έδρα:</b><br>Σωρού 28, 151 25, Μαρούσι<br>Τηλ 210-610.0615, φαξ 210-610.0411   |
| <b>Προσωπικό</b>                                   | 80  |
| <b>Κύκλος εργασιών 2006 (€)</b>                    | 14.108.652 (κατά δήλωση)  |
| <b>Δραστηριότητες</b>                              | Εισαγωγές και εμπόριο γυναικείων ενδυμάτων.   |
| <b>Αντιπροσωπευόμενος οίκος/<br/>Εμπορικό σήμα</b> | Pinko, Toy-g, Betty Blue, Celine B, Atos Lombardini, Yes London.  |
| <b>Άλλα στοιχεία</b>                               | Ιδρύθηκε το 1988. Η επιχείρηση πραγματοποιεί εισαγωγές από την Ιταλία, τη Γαλλία, το Ηνωμένο Βασίλειο, την Ισπανία, τις Κάτω Χώρες, τις Η.Π.Α., την Αυστραλία και πρόσφατα και από την Τουρκία. Η διάθεση των προϊόντων της γίνεται κυρίως χονδρικός, αλλά και λιανικός μέσω 11 εταιρικών καταστημάτων και 9 franchising. Μικρό μέρος των εισαγόμενων προϊόντων της εξάγεται προς την Κύπρο. Η ενασχόλησή της με την εισαγωγή και εμπορία γυναικείων υφασμάτινων ενδυμάτων κάλυψε περίπου το 85% του συνολικού κύκλου εργασιών της το 2005 και το 2006.   |
| <b>ΣΑΝΤΑΝΑ Ι. ΕΛΜΑΛΙΩΤΗΣ Α.Β.Ε.Ε.</b>              |   |
| <b>Διεύθυνση</b>                                   | <b>Έδρα:</b><br>ΒΙ. ΠΕ. Τ.Θ. 60181, 570 01 Θέρμη Θεσσαλονίκη<br>Τηλ: 231-046.3156, Φαξ: 231-046.2760<br>www.santana.gr  |
| <b>Προσωπικό</b>                                   | 195 (ICAP data bank )   |
| <b>Κύκλος εργασιών 2006 (€)</b>                    | 20.063.361  |
| <b>Δραστηριότητες</b>                              | Εισαγωγές και εμπόριο ανδρικών και γυναικείων ενδυμάτων, εσφορούχων και αξεσουάρ.   |
| <b>Αντιπροσωπευόμενος οίκος/<br/>Εμπορικό σήμα</b> | Red Green, Ulla Popken  |
| <b>Άλλα στοιχεία</b>                               | Ιδρύθηκε στη Θεσσαλονίκη στα τέλη του 1990, μετά τη συγχώνευση των παρακάτω επιχειρήσεων: Σαντάνα - Ι. Ελμαλιώτης, Α.Ε., η οποία είχε ιδρυθεί στη Θεσσαλονίκη στις 28.3.88 και προήλθε από τη συγχώνευση των ακόλουθων επιχειρήσεων: 1) Σαντάνα - Ι. Ελμαλιώτης Α.Ε., η οποία είχε ιδρυθεί στη Θεσσαλονίκη στις 16.10.84, για να συνεχίσει τις δραστηριότητες της ατομικής επιχείρησης Ιωάννης Ελμαλιώτης, που προϋπήρχε από το 1976. 2) Φ. Τσακαλίδου - Ν. Γαργαλάς Ο.Ε., η οποία ιδρύθηκε στη Θεσσαλονίκη το 1986. - Σ. Κακουλίδου & Σία Ο.Ε., παλιά ομόρρυθμος εταιρεία, η οποία ασχολείτο με το ίδιο αντικείμενο εργασιών με την τιτλούχο. Εισάγει τα γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα από τη Δανία (Red Green) και από τη Γερμανία (Ulla Popken). Η εταιρεία διαθέτει σήμερα συνολικά 32 εταιρικά καταστήματα λιανικής πώλησης σε όλη την Ελλάδα, ένα στην Κύπρο (από το 2007), καθώς και 3 shop in shops (στα Notos Galleries και Attica στην Αθήνα, και στο Mega Outlet στη Θεσσαλονίκη). |

| <b>ΤΣΑΝΤΙΛΗΣ Π. Α.Ε.Β.Ε</b>                     |  |
|---|--|
| Διεύθυνση                                       | Έδρα:<br>Ερμού 23-25, 105 63 Αθήνα<br>Τηλ: 210-323.9401, φαξ: 210-323.4319<br>www.tsantilis.gr   |
| Προσωπικό                                       | 165  |
| Κύκλος εργασιών 2006 (€)                        | 17.504.756   |
| Δραστηριότητες                                  | Εισαγωγές και εμπόριο γυναικείων ενδυμάτων, υφασμάτων, κοσμημάτων και αξεσουάρ ένδυσης.  |
| Αντιπροσωπευόμενος οίκος/ Εμπορικό σήμα         | Paolafrani, Strenesse, Amaya Arzuaga, Mauro Grifoni, Germano Zama, Gerani, Anne Fontaine, Bagutta, Pinko, Cantarelli, Irma Bignami, Riani, Nude, Paola Antonini, Vassalli, Rizal.  |
| Άλλα στοιχεία                                   | Ιδρύθηκε το 1995, κατόπιν συγχώνευσης των επιχειρήσεων Τσαντίλη Υιοί ΑΕΒΕ, Τσαντίλης Π. & Υιοί ΑΕΒΕ, Τσαντίλης Π. & Αφοί ΑΕΒΕ, Τσαντίλη Α.Δ.Ι. ΑΕΒΕ, Τσαντίλης Π. Α.Ε, Γκροντίλι ΑΕΒΕ, Τσαντίλη Μ. & Φ. ΑΕΒΕ, Τσαντίλη Αδελφοί Α.Ε. Το πρώτο κατάστημα Τσαντίλης λειτούργησε το 1919 επί της οδού Αιόλου, με αντικείμενο δραστηριότητας την εμπορία υφασμάτων. Η δραστηριοποίηση στο χώρο του έτοιμου ενδύματος ξεκίνησε το 1970. Εισάγει τα είδη της από χώρες της Ε.Ε., καθώς και από τις Η.Π.Α. και την Ινδία. Σήμερα η εταιρία διατηρεί την αλυσίδα καταστημάτων Tsantilis με 8 σημεία πώλησης, τα 6 από τα οποία βρίσκονται στην περιοχή της Αττικής, ενώ από 1 βρίσκεται στη Θεσσαλονίκη και την Πάτρα. Μεταξύ αυτών, τρία καταστήματα (Πανεπιστημίου 6 & Βουκουρεστίου, Χαϊμαντά 19 & Πλάτωνος και Σταδίου 4 & Αμερικής) διαθέτουν αποκλειστικά έτοιμα ενδύματα, ενώ τα υπόλοιπα (Ερμού 23-25, Λεβίδου 8 Κηφισιά, Μεταξά 35 Γλυφάδα, Θεσσαλονίκη και Πάτρα) ασχολούνται με την εμπορία υφασμάτων και έτοιμων ενδυμάτων. Η ενασχόλησή της με την εισαγωγή και εμπορία γυναικείων υφασμάτων ενδυμάτων κάλυψε το 77% περίπου του συνολικού κύκλου εργασιών το 2005 και το 80% το 2006. |
| <b>ΦΑΝΝΥ Α.Ε.</b>                               |  |
| Διεύθυνση                                       | Έδρα:<br>Δημοκρίτου 12-14, 551 34 Καλαμαριά Θεσσαλονίκη<br>Τηλ 2310-473.138, φαξ 2310-473.817<br>www.fena.gr   |
| Προσωπικό                                       | 400  |
| Κύκλος εργασιών 2006 (€)                        | 43.071.344   |
| Δραστηριότητες                                  | Εισαγωγές και εμπόριο ενδυμάτων (γυναικείων, ανδρικών και παιδικών), υποδημάτων και αξεσουάρ.  |
| Αντιπροσωπευόμενος οίκος/ Εμπορικό σήμα         | Moschino, Dolce & Gabbana, Burberry, Lucia, Verse, Betty Barclay, Hucke Woman, Lecomte, Vera Mont, GIL Bret, Frank Edem, Escada, Laurel, Basler.   |
| Άλλα στοιχεία                                   | Ιδρύθηκε το 1997, έπειτα από συγχώνευση των επιχειρήσεων: Φάννυ Α.Ε. (η οποία ιδρύθηκε το 1989), Φρη Λαϊν Α.Ε. (η οποία ιδρύθηκε το 1985), Κάτσου Θεοφανία Ι. (η οποία ιδρύθηκε το 1983). Εισάγει γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα κυρίως από τη Γερμανία, τη Γαλλία και την Ιταλία. Η ενασχόληση με τα γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα κάλυψε περίπου το 40% του συνολικού κύκλου εργασιών της το 2005 και το 2006.  |
| <b>ΦΕΛΟΥΣ ΦΑΣΙΟΝ ΓΚΡΟΥΠ – ΠΛΑΤΙΝΟΥΜ Α.Ε.Β.Ε</b> |  |
| Διεύθυνση                                       | Έδρα:<br>Χειμάρας 21–23, 183 45 Μοσχάτο<br>Τηλ 210-940.6116, Φαξ 210-940.0530  |
| Προσωπικό                                       | 60   |
| Κύκλος εργασιών 2006 (€)                        | 15.821.103   |
| Δραστηριότητες                                  | Εισαγωγές και εμπόριο ανδρικών και γυναικείων ενδυμάτων, υποδημάτων, πιτζαμιών, εσπορούχων, δερμάτινων ειδών, αξεσουάρ ένδυσης και γυαλιών ηλίου.  |
| Εμπορικό σήμα                                   | Calvin Klein, Donna Karan, 4you, Seven, Von Dutch.   |
| Άλλα στοιχεία                                   | Ιδρύθηκε το 1993. Το 2001 απορρόφησε την εταιρεία Πλάτινουμ Α.Ε.Β.Ε και η επωνυμία της άλλαξε από Φέλουσ Φάσιον Γκρουπ Α.Ε.Β.Ε. στη σημερινή. Πραγματοποιεί εισαγωγές γυναικείων υφασμάτων ενδυμάτων από τις Κάτω Χώρες, την Ιταλία, τη Δανία, τις Η.Π.Α., το Χονγκ Κονγκ και την Ινδία. Εξάγει πολύ μικρό μέρος των εισαγωγών της στην Κύπρο. Διαθέτει τα είδη της χονδρικής και λιανικής.  |

| <b>ΦΩΚΑΣ Α.Β.Ε. &amp; Α.Ε.</b>                 |   |
|--|---|
| <b>Διεύθυνση</b>                               | <b>Έδρα:</b><br>Βενιζέλου 19, 546 24 Θεσσαλονίκη<br>Τηλ: 2310-241.954, Φαξ: 2310-264.506<br>www.fokas.gr  |
| <b>Προσωπικό</b>                               | 495 (ICAP data bank )   |
| <b>Κύκλος εργασιών 2006 (€)</b>                | 22.413.160  |
| <b>Δραστηριότητες</b>                          | Εισαγωγές και εμπόριο ενδυμάτων, υποδημάτων και λευκών ειδών.   |
| <b>Άλλα στοιχεία</b>                           | Η εταιρία ιδρύθηκε το 1979.   |
| <b>ΦΩΚΑΣ ΟΛΥΣΣΕΑΣ Α.Ε.</b>                     |   |
| <b>Διεύθυνση</b>                               | <b>Έδρα:</b><br>Ερμού 14, 546 24 Θεσσαλονίκη<br>Τηλ 2310-241.954, 2310-262.613, 2310- 279.876, φαξ 2310-264.506<br>www.fokas.gr   |
| <b>Προσωπικό</b>                               | 632   |
| <b>Κύκλος εργασιών 2006 (€)</b>                | 73.072.827  |
| <b>Δραστηριότητες</b>                          | Εισαγωγές και εμπόριο ενδυμάτων, εσφορούχων, υποδημάτων, ψευδοκοσμημάτων, αξεσουάρ, πιτζαμών, καλτσών, δερμάτινων ειδών, καλλυντικών και παιγνιδιών.  |
| <b>Αντιπροσωπευόμενος οίκος/ Εμπορικό σήμα</b> | Esprit, Marc Aurel, Todesco Paola, Geny Wever, Court One, Hirsch, Fuchs & Schmitt, Stefanel, Acquaviva.   |
| <b>Άλλα στοιχεία</b>                           | Ιδρύθηκε το 1936. Το 2002 απορρόφησε τις εταιρείες Gruppo T. A.E. και Φωκάς Α.Ε.Ε. Εισάγει γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα από την Ισπανία, τη Γερμανία, την Ιταλία, την Ινδία και την Κίνα. Διαθέτει τα είδη της κυρίως λιανικώς μέσω 11 εταιρικών καταστημάτων και πολυκαταστημάτων. Ένα μεγάλο ποσοστό των πωλήσεων της προέρχεται από την εκμετάλλευση των "shop in shop" που παρέχει σε άλλες επιχειρήσεις. Το 2005 και 2006 πραγματοποίησε ελάχιστες εξαγωγές προς την Κύπρο. Η δραστηριότητα της εισαγωγής γυναικείων υφασμάτινων ενδυμάτων κάλυψε το 15% περίπου του συνολικού κύκλου εργασιών της το 2005 και το 2006. |

Πηγή: ICAP Α.Ε.

### Πωλήσεις Εισαγωγικών Επιχειρήσεων

Στον πίνακα 3.5 παρουσιάζονται οι πωλήσεις των εισαγωγικών επιχειρήσεων γυναικείων υφασμάτινων ενδυμάτων που παρουσιάστηκαν στην προηγούμενη ενότητα και οι οποίες υποχρεούνται στη δημοσίευση οικονομικών στοιχείων. Οι παρουσιαζόμενες πωλήσεις αφορούν το σύνολο της δραστηριότητας των εταιρειών και όχι μόνο τα γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα. Βάσει των στοιχείων του πίνακα διαπιστώνεται ότι, οι πωλήσεις των αναφερόμενων εισαγωγικών εταιρειών παρουσίασαν διαχρονική αύξηση το διάστημα 2001-2006. Το 2006 ανήλθαν σε €1.433,6 εκ., σημειώνοντας αύξηση κατά 8,34% έναντι του 2005 (€1.323 εκ.). Οι πωλήσεις που προήλθαν από τα γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα, εκτιμάται ότι κυμάνθηκαν σε επίπεδα άνω των €500 εκ. το 2006. Επισημαίνεται δε ότι, σε ορισμένες επιχειρήσεις το ποσοστό συμμετοχής των εξαταζόμενων προϊόντων στο συνολικό κύκλο εργασιών τους κυμαίνεται σε πολύ χαμηλά επίπεδα. Τη μεγαλύτερη αύξηση του συνολικού κύκλου εργασιών, σε απόλυτα μεγέθη, κατά το χρονικό διάστημα 2006/2005 παρουσίασε η εταιρεία Sprider Stores A.E.&B.E. (€23 εκ.) και ακολούθησαν οι εταιρείες Ζάρα Ελλάς Α.Ε.Ε. (€20 εκ.) και Notos Com Holdings (€17,3 εκ.). Τη σημαντικότερη ποσοστιαία αύξηση πωλήσεων για το ίδιο χρονικό διάστημα παρουσίασαν οι εταιρείες Προμόδα Α.Ε.Β.Ε. (34,49%), SarkkA.B.&E.E. (33,24%) και Sprider Stores A.E.&B.E. (33,04%).

| <b>Πίνακας 3.5 Πωλήσεις εισαγωγικών επιχειρήσεων γυναικείων υφασμάτων ενδυμάτων (2001-2006)</b> |             |             |             |             |             |             |
|---|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>Επωνυμία</b>   | <b>2001</b> | <b>2002</b> | <b>2003</b> | <b>2004</b> | <b>2005</b> | <b>2006</b> |
| NOTOS COM. HOLDINGS A.E.  | 134.289.221 | 187.386.256 | 209.952.094 | 230.892.000 | 254.564.000 | 271.904.000 |
| ΖΑΡΑ ΕΛΛΑΣ Α.Ε.Ε. (1)   | 111.379.468 | 135.741.276 | 140.901.385 | 164.823.330 | 192.182.636 | 212.213.230 |
| SPRIDER STORES A.E.&B.E.  | 42.539.385  | 52.020.604  | 52.540.816  | 61.617.221  | 69.757.875  | 92.804.689  |
| ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Β.Ε.Τ.Ε. (2)   | -           | 51.368.147  | 60.697.064  | 71.886.648  | 73.482.802  | 86.579.150  |
| ELMEC SPORT Α.Β.Ε.Τ.Ε.  | 79.898.888  | 94.373.173  | 101.899.158 | 111.592.381 | 114.659.536 | 84.127.599  |
| ΦΩΚΑΣ Ο. Α.Ε. (3)   | 76.351.531  | 53.752.486  | 58.049.168  | 64.184.761  | 68.261.271  | 73.072.827  |
| ΜΠΕΡΣΚΑ ΕΛΛΑΣ Α.Ε.Ε. (4)  | 2.390.908   | 7.967.597   | 16.546.448  | 28.330.347  | 41.747.175  | 53.137.712  |
| ΒΑΡΔΑΣ Α.Ε.&Β.Ε. (5)  | 25.833.673  | 40.869.832  | 32.783.594  | 36.603.586  | 40.708.528  | 47.396.166  |
| ΓΑΒΑΛΑΣ ΛΑΚΗΣ Α.Ε.Ε.  | 15.115.310  | 18.331.051  | 23.658.786  | 29.182.041  | 36.338.045  | 43.833.753  |
| ΝΤΗΖΕΛ ΕΛΛΑΣ Α.Ε.   | 24.980.865  | 32.337.857  | 38.057.924  | 46.013.179  | 45.927.194  | 43.244.773  |
| ΦΑΝΝΥ Α.Ε. (6)  | 17.047.325  | 19.259.509  | 23.843.531  | 32.055.639  | 38.029.782  | 43.071.344  |
| SHOP & TRADE Α.Ε.Β.Ε. (7)   | 9.896.241   | 12.786.407  | 18.564.756  | 26.904.666  | 32.161.802  | 40.722.497  |
| ΚΑΡΟΥΖΟΣ 4 ΚΑΠΠΑ Α.Ε.Β.Ε.   | 40.987.007  | 38.266.803  | 35.292.269  | 35.602.515  | 37.740.790  | 40.593.535  |
| ΠΑΓΩΝΗ Ε. Α.Ε. (8)  | 18.807.965  | 18.701.409  | 19.146.925  | 21.906.487  | 26.363.121  | 28.696.817  |
| ΦΩΚΑΣ Α.Β.Ε.&Α.Ε.   | 5.878.686   | 6.276.891   | 9.289.863   | 21.109.151  | 21.844.389  | 22.413.160  |
| ΣΑΝΤΑΝΑ Ι. ΕΛΜΑΛΙΩΤΗΣ Α.Β.Ε.Ε. (9)  | 7.369.694   | 8.214.336   | 10.976.830  | 13.738.618  | 16.891.263  | 20.063.361  |
| ΤΣΑΝΤΙΑΗΣ Π. Α.Ε.Β.Ε.   | 15.614.039  | 14.935.627  | 14.527.996  | 15.631.508  | 16.511.219  | 17.504.756  |
| SARKK Α.Β.&Ε.Ε.   | 4.878.838   | 6.231.227   | 8.714.494   | 10.120.680  | 13.025.419  | 17.355.281  |
| ΦΕΛΟΥΣ ΦΑΣΙΟΝ ΓΚΡΟΥΠ - ΠΛΑΤΙΝΟΥΜ Α.Ε.Β.Ε.   | 7.185.450   | 9.697.173   | 12.538.694  | 15.411.220  | 14.628.135  | 15.821.103  |
| ΕΝΩΜΕΝΑ ΣΗΜΑΤΑ ΜΟΔΑΣ Α.Ε. (10)  | -           | 8.895.280   | 8.515.994   | 12.888.309  | 13.089.008  | 14.438.329  |
| ROSSIA Α.Ε. (11)  | 10.466.571  | 18.372.758  | 12.711.633  | 13.130.266  | 13.732.964  | 14.410.013  |
| ΡΑΚΑΣ Ε.Π.Ε.  | 2.110.474   | 3.481.408   | 4.813.689   | 6.858.680   | 10.819.595  | 14.108.652* |
| ΠΡΟΜΟΔΑ Α.Ε.Β.Ε.  | 4.175.680   | 4.692.237   | 5.752.917   | 8.192.992   | 10.188.533  | 13.702.844  |
| GOLDEN AGENT Α.Ε.   | 10.732.044  | 11.814.012  | 11.237.527  | 12.666.035  | 13.005.251  | 13.475.900  |
| ΚΟΝΣΕΠΤ Α.Ε.Β.Ε.Ε. (12)   | 1.743.678   | 19.868.450  | 22.545.557  | 16.740.796  | 12.794.681  | 11.623.775  |
| ΑΓΓΛΟΥΠΙΑΣ Α.Β.&Ε.Ε.  | 7.271.338   | 8.637.745   | 8.624.042   | 9.706.143   | 9.841.543   | 11.096.056  |
| BENALEX BENETTON Α.Ε.   | 7.602.884   | 8.612.722   | 9.012.639   | 9.165.963   | 9.829.985   | 10.527.731  |
| FASHION DISTRIBUTION Α.Ε. (13)  | 2.157.940   | 4.134.117   | 6.565.145   | 9.822.378   | 9.209.198   | 10.286.226  |
| LINEA ΙΜΠΟΡΤΣ Α.Ε.  | 4.687.120   | 5.329.197   | 5.521.287   | 6.669.359   | 7.728.793   | 9.928.696   |
| CELESTINO Α.Ε.  | 9.536.687   | 9.065.965   | 7.595.664   | 8.834.952   | 11.914.581  | 9.151.196   |
| N C S ΕΛΛΑΣ Α.Ε. (14)   | 6.470.165   | 7.133.953   | 7.211.694   | 7.201.577   | 7.911.684   | 6.994.760   |
| GINESTRA Α.Ε.Β.Ε.   | 6.592.382   | 6.046.436   | 6.299.024   | 6.307.695   | 6.547.506   | 6.348.082   |
| ΜΑΛΛΙΩΡΑΣ Α.Ε. (15)   | -           | -           | -           | 5.638.416   | 6.782.277   | 6.204.702   |
| ΚΑΣΤΩΡ Α.Β.Ε.Ε.   | 4.472.338   | 5.581.951   | 5.932.427   | 6.239.681   | 5.926.345   | 6.170.077   |
| SWEET HEART Α.Ε. (16)   | 2.127.066   | 1.807.616   | 3.670.568   | 4.286.542   | 4.914.997   | 5.979.452   |
| PELOTE II Α. ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΟΥΣ Α.Ε.  | 3.515.493   | 4.693.787   | 6.201.238   | 6.110.100   | 5.666.166   | 5.416.813   |
| STENIA Α.Ε.Β.Ε. (17)  | 3.220.404   | 3.405.998   | 2.949.293   | 2.987.719   | 3.988.098   | 5.099.682   |

| <b>Πίνακας 3.5 (συνέχεια)</b>            |                    |                    |                      |                      |                      |                      |
|--|--------------------|--------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| <b>Επωνυμία</b>                          | <b>2001</b>        | <b>2002</b>        | <b>2003</b>          | <b>2004</b>          | <b>2005</b>          | <b>2006</b>          |
| MARINA BI Α.Ε. (18)                      | -                  | 4.601.926          | 3.369.341            | 3.896.217            | 4.518.935            | 4.116.547            |
| ΙΤΑΛΙΚΟ DESIGN ΥΨΗΛΗΣ ΡΑΠΤΙΚΗΣ Α.Ε. (19) | 25.211.220         | 25.450.769         | 21.136.680           | 15.508.757           | -                    | -                    |
| ΚΟΛΩΝΑΚΙ Α.Ε.Β.Ε. (20)                   | 4.800.523          | 5.325.754          | 5.243.381            | 2.532.412            | -                    | -                    |
| THE MARTIN S Α.Ε.Ε. (21)                 | 10.185.685         | 11.181.680         | -                    | -                    | -                    | -                    |
| ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Β.Ε.Τ.Ε. (22)             | 40.052.650         | -                  | -                    | -                    | -                    | -                    |
| <b>Σύνολο</b>                            | <b>807.576.836</b> | <b>986.651.422</b> | <b>1.052.891.535</b> | <b>1.212.990.967</b> | <b>1.323.235.122</b> | <b>1.433.635.286</b> |

**Χρηματοοικονομική Ανάλυση Εισαγωγικών Επιχειρήσεων**

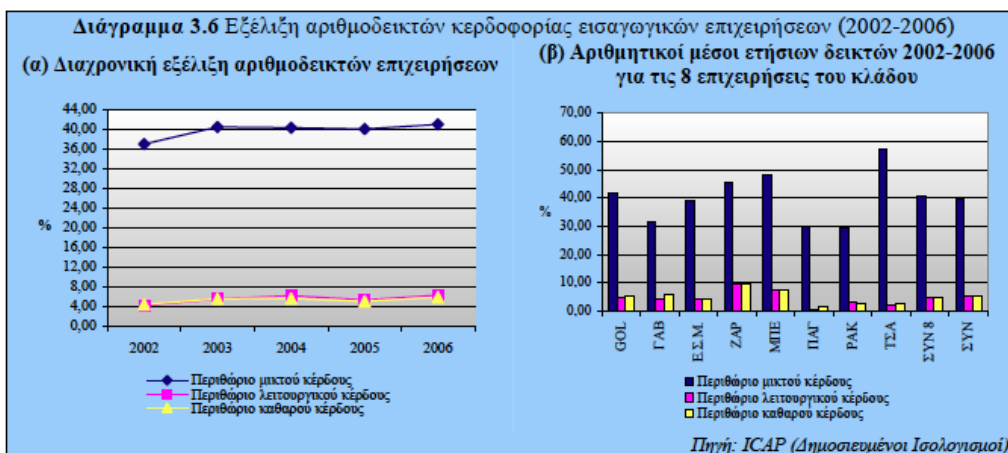
Στο παρόν κεφάλαιο πραγματοποιείται ανάλυση των χρηματοοικονομικών στοιχείων ορισμένων εισαγωγικών επιχειρήσεων γυναικείων υφασμάτων ενδυμάτων. Η ανάλυση μεθοδολογικά είναι παρόμοια εκείνης που προηγήθηκε και αφορούσε τις παραγωγικές επιχειρήσεις του κλάδου.

| Πίνακας 3.6 Συντομογραφίες επωνυμιών εταιρειών για την ανάγνωση των διαγραμμάτων |                           |
|--|---------------------------|
| GOL  | GOLDEN AGENT A.E.         |
| ΓΑΒ  | ΓΑΒΑΛΑΣ ΛΑΚΗΣ Α.Ε.Ε.      |
| Ε.Σ.Μ.   | ΕΝΩΜΕΝΑ ΣΗΜΑΤΑ ΜΟΔΑΣ Α.Ε. |
| ΖΑΡ  | ΖΑΡΑ ΕΛΛΑΣ Α.Ε.Ε.         |
| ΜΠΕ  | ΜΠΕΡΣΚΑ ΕΛΛΑΣ Α.Ε.Ε.      |
| ΠΑΓ  | ΠΑΓΩΝΗ Ε. Α.Ε.            |
| ΡΑΚ  | ΡΑΚΑΣ Ε.Π.Ε.              |
| ΤΣΑ  | ΤΣΑΝΤΙΛΗΣ Π. Α.Ε.Β.Ε.     |
| ΣΥΝ 8  | Σ 8                       |
| ΣΥΝ  | ΣΥΝ                       |

Στη συνέχεια εξετάζονται εισαγωγικές επιχειρήσεις, για τις οποίες υπάρχουν διαθέσιμα δημοσιευμένα οικονομικά στοιχεία και των οποίων οι πωλήσεις από τα εξεταζόμενα προϊόντα κάλυψαν ποσοστό άνω του 50% του συνολικού κύκλου εργασιών τους το 2006.

**Κερδοφορία**

Για την αξιολόγηση της κερδοφορίας των επιχειρήσεων του κλάδου χρησιμοποιούνται οι αριθμοδείκτες του μικτού (gross), λειτουργικού (operating) και καθαρού (net profit margin) περιθωρίου κέρδους, που εκφράζουν το ποσοστό των μικτών, λειτουργικών και προ φόρου κερδών στο σύνολο των πωλήσεων της κάθε επιχείρησης

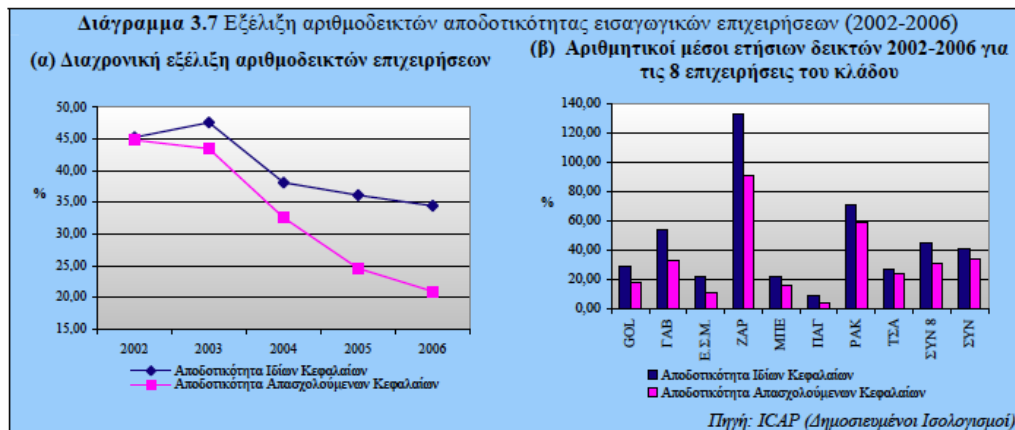


Το περιθώριο μικτού κέρδους των εισαγωγικών επιχειρήσεων του δείγματος, ως μέσος όρος της πενταετίας ανήλθε σε 39,82%. Σημαντικά χαμηλότερο παρουσιάζεται το λειτουργικό και καθαρό περιθώριο κέρδους. Ειδικότερα, ο μέσος δείκτης λειτουργικού περιθωρίου κέρδους για το σύνολο των επιχειρήσεων διαμορφώθηκε σε 5,58% και του καθαρού περιθωρίου σε 5,39%. Οι αντίστοιχοι δείκτες των 8 εταιρειών διαμορφώθηκαν ως εξής: 40,75% (μικτό περιθώριο), 4,72% (λειτουργικό περιθώριο), 5,06 (καθαρό περιθώριο). Το διάγραμμα 3.6 αποτυπώνει την κερδοφορία των εξεταζόμενων επιχειρήσεων, οι τιμές των οποίων εμφανίζονται στον πίνακα Π3.11 του παραρτήματος. Τις τρεις πρώτες θέσεις ως προς την κερδοφορία, κατέλαβαν οι εξής επιχειρήσεις:

- ως προς το μικτό περιθώριο κέρδους: Τσαντίλης Π. Α.Ε.Β.Ε. (57,50%), Μπέρσκα Ελλάς Α.Ε.Ε. (48,01%) και Ζάρα Ελλάς Α.Ε.Ε.(45,54%).
- ως προς το λειτουργικό περιθώριο κέρδους: Ζάρα Ελλάς Α.Ε.Ε. (9,74%), Μπέρσκα Ελλάς Α.Ε.Ε. (7,33%) και Golden Agent Α.Ε. (5,09%). ως προς το καθαρό περιθώριο κέρδους: Ζάρα Ελλάς Α.Ε.Ε. (9,51%), Μπέρσκα Ελλάς Α.Ε.Ε. (7,37%) και Γαβαλάς Λάκης Α.Ε.Ε.(5,72%).

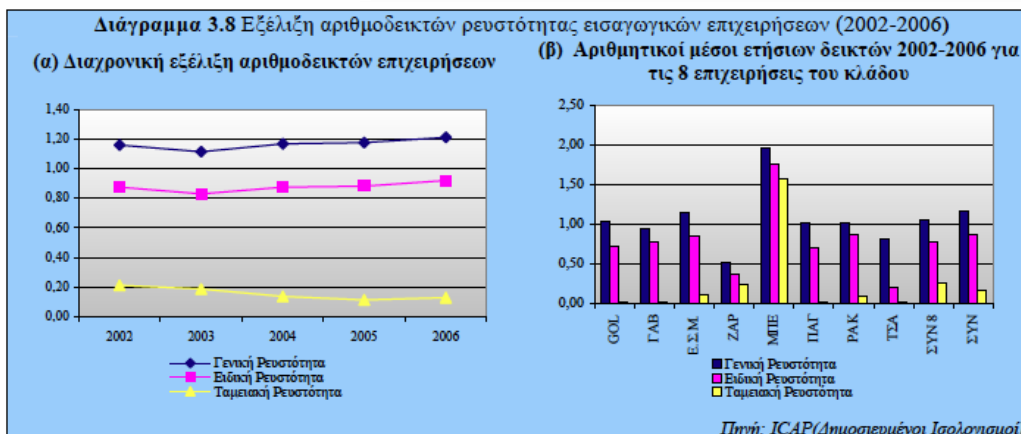
### Αποδοτικότητα

Η αξιολόγηση της αποδοτικότητας των επιχειρήσεων γίνεται μέσω των αριθμοδεικτών αποδοτικότητας ιδίων κεφαλαίων (return to equity - ποσοστό των προ φόρου κερδών στα ίδια κεφάλαια) και αποδοτικότητας απασχολούμενων κεφαλαίων (return to assets). Ο τελευταίος δείκτης αποτυπώνει την απόδοση του κεφαλαίου της επιχείρησης ανεξαρτήτως προέλευσης (ίδια κεφάλαια ή υποχρεώσεις), υπολογίζεται δε ως το ποσοστό των προ φόρου κερδών στο σύνολο των ιδίων κεφαλαίων και των μεσομακροπρόθεσμων υποχρεώσεων και προβλέψεων.



### Ρευστότητα

Οι αριθμοδείκτες της γενικής (current), ειδικής (quick) και ταμειακής ρευστότητας (cash ratio), βάσει των οποίων αξιολογείται η ρευστότητα των επιχειρήσεων, παρουσιάζονται στον πίνακα Π3.13 του παραρτήματος και στο διάγραμμα 3.8 του παρόντος κεφαλαίου. Επισημαίνεται ότι η υψηλή ρευστότητα δεν αποτελεί αμιγώς θετική ένδειξη της πορείας της επιχείρησης ή του κλάδου, αφού ενδεχομένως αντικατοπτρίζει κακή κατανομή κεφαλαίων ή λιγότερο ευνοϊκούς όρους συναλλαγής με τους προμηθευτές ή πιστωτές. Η γενική ρευστότητα του συνόλου των εταιρειών κατά μέσο όρο ανήλθε σε 1,16, η ειδική σε 0,88 και η ταμειακή σε 0,16. Οι αντίστοιχοι δείκτες για τις 8 επιχειρήσεις διαμορφώθηκαν σε 1,06, σε 0,78 και σε 0,26.



Τις τρεις πρώτες θέσεις βάσει ρευστότητας (μέσος όρος πενταετίας), για την περίοδο 2002-2006, κατέλαβαν οι εξής επιχειρήσεις:

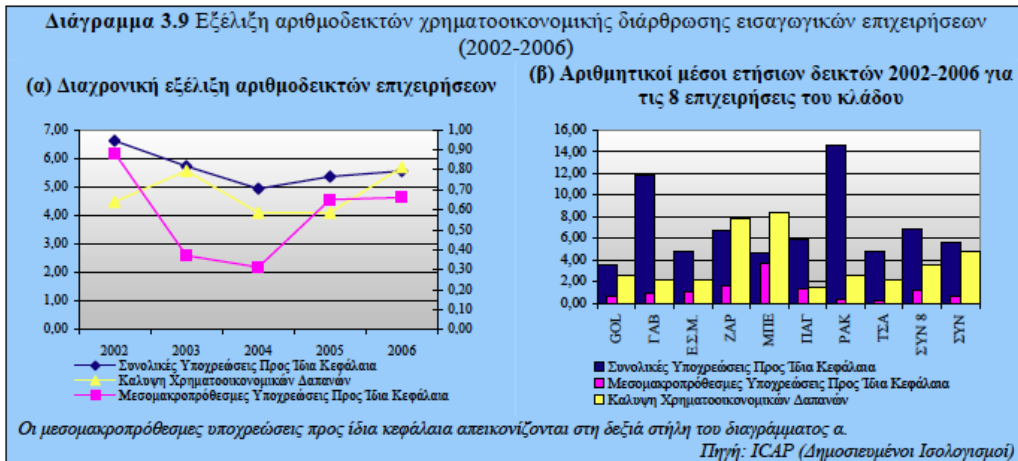
- ως προς τη γενική ρευστότητα: Μπέρσκα Ελλάς Α.Ε.Ε. (1,97), Ενωμένα Σήματα Μόδας Α.Ε. (1,15) και Golden Agent Α.Ε. (1,03).
- ως προς την ειδική ρευστότητα: Μπέρσκα Ελλάς Α.Ε.Ε. (1,76), Ρακάς Ε.Π.Ε. (0,86 για τα έτη 2002-2005) και Ενωμένα Σήματα Μόδας Α.Ε. (0,85).
- ως προς την ταμειακή ρευστότητα: Μπέρσκα Ελλάς Α.Ε.Ε. (1,57), Ζάρα Ελλάς Α.Ε.Ε. (0,24) και Ενωμένα Σήματα Μόδας Α.Ε. (0,11).

#### Χρηματοοικονομική διάρθρωση

Η εκτίμηση του χρηματοοικονομικού κινδύνου δεν μπορεί ασφαλώς να πραγματοποιηθεί αποκλειστικά μέσω των λογιστικών στοιχείων των επιχειρήσεων, συνεπώς η παρούσα ενότητα δεν προσπαθεί παρά να δώσει κάποια βασικά χαρακτηριστικά της χρηματοοικονομικής διάρθρωσης των επιχειρήσεων του δείγματος, βάσει του λόγου των συνολικών υποχρεώσεων ως προς τα ίδια κεφάλαια (total debt to equity), του λόγου μεσομακροπρόθεσμων υποχρεώσεων ως προς τα ίδια κεφάλαια (debt to equity), αλλά και βάσει

του αριθμοδείκτη κάλυψης χρηματοοικονομικών δαπανών (interest coverage), που εκφράζει πόσες φορές τα κέρδη προ φόρων και τόκων καλύπτουν τις χρηματοοικονομικές δαπάνες της επιχείρησης (πίνακας Π3.14

και διάγραμμα 3.9). Επισημαίνεται ότι, το ύψος των λόγων υποχρεώσεων προς ίδια κεφάλαια δεν αποτελεί αμιγώς αρνητική παράμετρο, καθώς είναι πιθανό να αντικατοπτρίζει διαφορές στην πιστοληπτική ικανότητα, αλλά και τη στρατηγική στη διάρθρωση των πηγών κεφαλαίων των επιχειρήσεων. Οι δείκτες συνολικών και μεσομακροπρόθεσμων υποχρεώσεων προς ίδια κεφάλαια δεν ορίζονται στην περίπτωση ύπαρξης αρνητικών ιδίων κεφαλαίων, ενώ η κάλυψη χρηματοοικονομικών δαπανών δεν ορίζεται, αφενός στην περίπτωση μηδενικών χρηματοοικονομικών δαπανών και αφετέρου στην περίπτωση αρνητικών αποτελεσμάτων προ φόρων και τόκων.



Ο μέσος λόγος συνολικών υποχρεώσεων προς ίδια κεφάλαια για την περίοδο 2002-2006 ανήλθε σε 5,64για το σύνολο των επιχειρήσεων. Σε αρκετά χαμηλότερα επίπεδα κυμάνθηκε ο λόγος των μεσομακροπρόθεσμων υποχρεώσεων προς ίδια κεφάλαια (0,58), γεγονός που υποδηλώνει την εκτεταμένη συμμετοχή των βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων στα συνολικά ξένα κεφάλαια. Ως προς την κάλυψη των χρηματοοικονομικών δαπανών, ο μέσος όρος της πενταετίας διαμορφώθηκε σε 4,79.Όσον αφορά το δείγμα των 8 εταιρειών, οι συνολικές υποχρεώσεις προς ίδια κεφάλαια διαμορφώθηκαν κατά μέσο όρο σε 6,87 την περίοδο 2002-2006, οι μεσομακροπρόθεσμες υποχρεώσεις προς ίδια κεφάλαια σε 1,21 και η κάλυψη χρηματοοικονομικών δαπανών σε 3,57.Τη χαμηλότερη σχέση ξένων προς ίδια κεφάλαια εμφανίζουν οι εταιρείες: Golden Agent A.E. (3,52),Μπέρσκα Ελλάς Α.Ε.Ε. (4,61) και Ενωμένα Σήματα Μόδας Α.Ε. (4,77). Ο λόγος μεσομακροπρόθεσμων υποχρεώσεων προς ίδια κεφάλαια κυμαίνεται σε χαμηλά επίπεδα στις επιχειρήσεις: Τσαντίλης Π. Α.Ε.Β.Ε.(0,17), Ρακάς Ε.Π.Ε. (0,29 για τα έτη 2002-2005) και Golden Agent Α.Ε. (0,59). Τον υψηλότερο δείκτη κάλυψης χρηματοοικονομικών δαπανών παρουσιάζουν οι εταιρείες: Μπέρσκα Ελλάς Α.Ε.Ε. (8,31για τα έτη 2003-2006), Ζάρα Ελλάς Α.Ε.Ε. (7,87) και Ρακάς Ε.Π.Ε. (2,63)

| Π3.1 Διάρθρωση της διαφημιστικής δαπάνης γυναικείων ενδυμάτων ανά μέσο ενημέρωσης (2002-2006) |                   |                   |                   |                   |                   |
|---|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Διαφημιστικό Μέσο   | 2002              | 2003              | 2004              | 2005              | 2006              |
| Τηλεόραση   | 738.029           | 1.071.266         | 516.043           | 344.909           | 856.040           |
| Περιοδικά   | 9.426.293         | 10.632.058        | 11.875.142        | 14.630.765        | 20.264.473        |
| Εφημερίδες  | 194.874           | 143.458           | 123.163           | 136.714           | 118.855           |
| Ραδιόφωνο   | 42.750            | 106.961           | 386.799           | 35.082            | 179.439           |
| <b>Σύνολο</b>   | <b>10.401.946</b> | <b>11.953.743</b> | <b>12.901.147</b> | <b>15.147.470</b> | <b>21.418.807</b> |
| Αξία σε €   |                   |                   |                   |                   |                   |

Πηγή: Media Services A.E.



| Π3.2 Διαφημιστική δαπάνη γυναικείων ενδυμάτων ανά εμπορικό σήμα (2005-2006) |      |           |           |            |           |           |         |
|---|------|-----------|-----------|------------|-----------|-----------|---------|
| Προϊόν / Εμπορικό σήμα  | Έτος | Τηλεόραση | Περιοδικά | Εφημερίδες | Ραδιόφωνο | Σύνολο    | Ποσοστά |
| MAX MARA γυν.ένδυση   | 2005 | 0         | 271.323   | 0          | 0         | 271.323   | 1,79    |
|   | 2006 | 0         | 481.338   | 0          | 0         | 481.338   | 2,25    |
| LUCIA γυν. ένδυση   | 2005 | 0         | 45.196    | 0          | 0         | 45.196    | 0,30    |
|   | 2006 | 0         | 43.863    | 0          | 0         | 43.863    | 0,20    |
| LAUREL γυν.ένδυση   | 2005 | 0         | 12.814    | 0          | 0         | 12.814    | 0,08    |
|   | 2006 | 0         | 0         | 0          | 0         | 0         | 0,00    |
| LUCIFER γυν. ρούχα  | 2005 | 0         | 221.867   | 0          | 0         | 221.867   | 1,46    |
|   | 2006 | 0         | 199.357   | 0          | 0         | 199.357   | 0,93    |
| DIL γυν.ένδυση  | 2005 | 0         | 6.133     | 0          | 0         | 6.133     | 0,04    |
|   | 2006 | 0         | 11.019    | 0          | 0         | 11.019    | 0,05    |
| NARACAMICIE γυν.ένδυση  | 2005 | 0         | 0         | 0          | 0         | 0         | 0,00    |
|   | 2006 | 0         | 315.343   | 0          | 0         | 315.343   | 1,47    |
| MIA γυν.ένδυση  | 2005 | 0         | 112.742   | 0          | 0         | 112.742   | 0,74    |
|   | 2006 | 0         | 159.236   | 0          | 0         | 159.236   | 0,74    |
| LOLINA LINE γυν.ένδυση  | 2005 | 0         | 6.577     | 0          | 0         | 6.577     | 0,04    |
|   | 2006 | 0         | 0         | 0          | 0         | 0         | 0,00    |
| LUSSILE γυν.ένδυση  | 2005 | 0         | 592.050   | 25.045     | 0         | 617.095   | 4,07    |
|   | 2006 | 0         | 891.284   | 19.279     | 0         | 910.564   | 4,25    |
| SCANDALO γυν.ένδυση   | 2005 | 0         | 78.836    | 0          | 0         | 78.836    | 0,52    |
|   | 2006 | 0         | 32.999    | 0          | 0         | 32.999    | 0,15    |
| BLUMARINE γυν.ένδυση  | 2005 | 0         | 382.714   | 0          | 0         | 382.714   | 2,53    |
|   | 2006 | 0         | 682.600   | 0          | 0         | 682.600   | 3,19    |
| MARELLA γυν.ένδυση  | 2005 | 0         | 92.308    | 0          | 0         | 92.308    | 0,61    |
|   | 2006 | 0         | 141.115   | 0          | 0         | 141.115   | 0,66    |
| EMPORIO ARMANI γυν.ένδ.   | 2005 | 0         | 70.688    | 0          | 0         | 70.688    | 0,47    |
|   | 2006 | 0         | 0         | 0          | 0         | 0         | 0,00    |
| LAURA BIAGIOTTI γυν.ένδ.  | 2005 | 0         | 13.608    | 0          | 0         | 13.608    | 0,09    |
|   | 2006 | 0         | 0         | 0          | 0         | 0         | 0,00    |
| GINESTRA γυν.ένδυση   | 2005 | 0         | 0         | 0          | 0         | 0         | 0,00    |
|   | 2006 | 0         | 19.051    | 0          | 0         | 19.051    | 0,09    |
| LIANA CAMBA γυν.ένδυση  | 2005 | 0         | 1.474     | 0          | 0         | 1.474     | 0,01    |
|   | 2006 | 0         | 38.102    | 0          | 0         | 38.102    | 0,18    |
| JEAN PAUL γυν.ένδυση  | 2005 | 0         | 0         | 0          | 0         | 0         | 0,00    |
|   | 2006 | 0         | 19.051    | 0          | 0         | 19.051    | 0,09    |
| YVES SAINT LAURENT γυν.έν   | 2005 | 0         | 0         | 0          | 0         | 0         | 0,00    |
|   | 2006 | 0         | 11.907    | 0          | 0         | 11.907    | 0,06    |
| DOLCE VITA γυν.ένδυση   | 2005 | 0         | 95.347    | 0          | 0         | 95.347    | 0,63    |
|   | 2006 | 0         | 134.651   | 0          | 0         | 134.651   | 0,63    |
| VALENTINO γυν.ένδυση  | 2005 | 0         | 47.628    | 0          | 0         | 47.628    | 0,31    |
|   | 2006 | 0         | 125.919   | 0          | 0         | 125.919   | 0,59    |
| ΓΙΩΡ.ΕΛΕΥΘΕΡΙΑΔΗΣ γυν.ένδ   | 2005 | 0         | 0         | 0          | 0         | 0         | 0,00    |
|   | 2006 | 0         | 15.876    | 0          | 0         | 15.876    | 0,07    |
| PENNYBLACK γυν.ένδυση   | 2005 | 0         | 28.826    | 0          | 0         | 28.826    | 0,19    |
|   | 2006 | 0         | 76.840    | 0          | 0         | 76.840    | 0,36    |
| SARAH LAWRENCE γυν.ένδ.   | 2005 | 0         | 303.629   | 5.216      | 0         | 308.845   | 2,04    |
|   | 2006 | 0         | 526.562   | 6.713      | 0         | 533.275   | 2,49    |
| JEAN MARIE LIE γυν.ενδ.   | 2005 | 0         | 27.216    | 0          | 0         | 27.216    | 0,18    |
|   | 2006 | 0         | 91.287    | 0          | 0         | 91.287    | 0,43    |
| TOI & MOI γυν.ένδυση  | 2005 | 266.967   | 948.546   | 0          | 0         | 1.215.512 | 8,02    |
|   | 2006 | 396.917   | 1.115.210 | 0          | 0         | 1.512.127 | 7,06    |

| Π3.2 (συνέχεια)          |      |            |           |            |           |           |         |
|--------------------------|------|------------|-----------|------------|-----------|-----------|---------|
| Προϊόν / Εμπορικό σήμα   | Έτος | Τηλ.εόραση | Περιοδικά | Εφημερίδες | Ραδιόφωνο | Σύνολο    | Ποσοστά |
| SONIA RYKIEL γυν.ένδ.    | 2005 | 0          | 34.553    | 0          | 0         | 34.553    | 0,23    |
|                          | 2006 | 0          | 50.259    | 0          | 0         | 50.259    | 0,23    |
| MORGAN γυν.ένδυση        | 2005 | 0          | 179.070   | 0          | 0         | 179.070   | 1,18    |
|                          | 2006 | 0          | 215.891   | 0          | 0         | 215.891   | 1,01    |
| BILL COST γυν.ένδ.       | 2005 | 0          | 40.416    | 0          | 0         | 40.416    | 0,27    |
|                          | 2006 | 0          | 338.136   | 0          | 3.869     | 342.005   | 1,60    |
| MOTHER LAND ρούχα εγκυμ. | 2005 | 0          | 0         | 0          | 0         | 0         | 0,00    |
|                          | 2006 | 0          | 57.324    | 0          | 0         | 57.324    | 0,27    |
| CAMELO γυν.ένδυση        | 2005 | 0          | 46.471    | 0          | 0         | 46.471    | 0,31    |
|                          | 2006 | 0          | 0         | 0          | 0         | 0         | 0,00    |
| STEP BY STEP γυν.ένδυση  | 2005 | 0          | 30.731    | 0          | 0         | 30.731    | 0,20    |
|                          | 2006 | 0          | 88.701    | 0          | 0         | 88.701    | 0,41    |
| THESIS γυν.ένδυση        | 2005 | 0          | 69.083    | 0          | 0         | 69.083    | 0,46    |
|                          | 2006 | 0          | 53.411    | 0          | 0         | 53.411    | 0,25    |
| ANNA MOLINARI γυν.ένδυση | 2005 | 0          | 51.370    | 0          | 0         | 51.370    | 0,34    |
|                          | 2006 | 0          | 52.504    | 0          | 0         | 52.504    | 0,25    |
| STENIA γυν.ένδυση        | 2005 | 0          | 0         | 0          | 0         | 0         | 0,00    |
|                          | 2006 | 0          | 82.669    | 0          | 0         | 82.669    | 0,39    |
| ATTRATTIVO Γυν.ένδυση    | 2005 | 0          | 445.787   | 0          | 0         | 445.787   | 2,94    |
|                          | 2006 | 314.457    | 420.090   | 0          | 0         | 734.547   | 3,43    |
| KNOW-HOW Γυν. ένδυση     | 2005 | 0          | 29.484    | 0          | 0         | 29.484    | 0,19    |
|                          | 2006 | 0          | 150.130   | 0          | 0         | 150.130   | 0,70    |
| MARA CRIS Γυν.ένδυση     | 2005 | 0          | 0         | 2.340      | 0         | 2.340     | 0,02    |
|                          | 2006 | 0          | 0         | 0          | 0         | 0         | 0,00    |
| BSB TRENDS Γυν. ενδ.     | 2005 | 0          | 1.738.944 | 0          | 0         | 1.738.944 | 11,48   |
|                          | 2006 | 0          | 1.405.559 | 0          | 74.413    | 1.479.972 | 6,91    |
| JOOP γυν.ένδυση          | 2005 | 0          | 78.354    | 0          | 0         | 78.354    | 0,52    |
|                          | 2006 | 0          | 0         | 0          | 0         | 0         | 0,00    |
| GIORGIO ARMANI ανδ.ένδ.  | 2005 | 0          | 216.611   | 0          | 0         | 216.611   | 1,43    |
|                          | 2006 | 0          | 208.259   | 0          | 0         | 208.259   | 0,97    |
| APRIORI γυν.ένδυση       | 2005 | 0          | 65.829    | 0          | 0         | 65.829    | 0,43    |
|                          | 2006 | 0          | 73.597    | 0          | 0         | 73.597    | 0,34    |
| CHARACTERE γυν.ένδυση    | 2005 | 0          | 68.471    | 0          | 0         | 68.471    | 0,45    |
|                          | 2006 | 0          | 57.993    | 0          | 0         | 57.993    | 0,27    |
| GIL BRET γυν.ένδυση      | 2005 | 0          | 55.946    | 0          | 0         | 55.946    | 0,37    |
|                          | 2006 | 0          | 46.403    | 0          | 0         | 46.403    | 0,22    |
| MISS ROUSSEL γυν.ένδυση  | 2005 | 0          | 0         | 0          | 0         | 0         | 0,00    |
|                          | 2006 | 0          | 45.156    | 0          | 0         | 45.156    | 0,21    |
| CATWALKS γυν.ένδυση      | 2005 | 0          | 567       | 0          | 0         | 567       | 0,00    |
|                          | 2006 | 0          | 0         | 0          | 0         | 0         | 0,00    |
| FREE SOUL γυν.ένδυση     | 2005 | 0          | 151.843   | 0          | 0         | 151.843   | 1,00    |
|                          | 2006 | 0          | 147.193   | 0          | 0         | 147.193   | 0,69    |
| ILIA FASHION γυν.ενδ.    | 2005 | 0          | 19.732    | 0          | 0         | 19.732    | 0,13    |
|                          | 2006 | 0          | 12.134    | 0          | 0         | 12.134    | 0,06    |
| ANGELA NICOLE γυν.ένδ.   | 2005 | 0          | 382.476   | 0          | 0         | 382.476   | 2,53    |
|                          | 2006 | 0          | 357.142   | 0          | 0         | 357.142   | 1,67    |
| GRIGIO γυν.ένδυση        | 2005 | 0          | 19.459    | 0          | 0         | 19.459    | 0,13    |
|                          | 2006 | 0          | 0         | 0          | 0         | 0         | 0,00    |
| EUGEN KLEIN γυν.ένδυση   | 2005 | 0          | 0         | 0          | 0         | 0         | 0,00    |
|                          | 2006 | 0          | 10.886    | 0          | 0         | 10.886    | 0,05    |

| Π3.2 (συνέχεια)          |      |           |           |            |           |         |         |
|--------------------------|------|-----------|-----------|------------|-----------|---------|---------|
| Προϊόν / Εμπορικό σήμα   | Έτος | Τηλεόραση | Περιοδικά | Εφημερίδες | Ραδιόφωνο | Σύνολο  | Ποσοστά |
| FOREL γυν.ένδυση         | 2005 | 0         | 95.596    | 0          | 0         | 95.596  | 0,63    |
|                          | 2006 | 0         | 133.132   | 0          | 0         | 133.132 | 0,62    |
| GENESIS γυν.ένδυση       | 2005 | 0         | 30.958    | 0          | 0         | 30.958  | 0,20    |
|                          | 2006 | 0         | 0         | 0          | 0         | 0       | 0,00    |
| FIDELE γυν.ένδυση        | 2005 | 0         | 91.400    | 0          | 0         | 91.400  | 0,60    |
|                          | 2006 | 0         | 100.858   | 0          | 0         | 100.858 | 0,47    |
| PATRIZIA PEPE γυν.ένδ.   | 2005 | 0         | 95.052    | 0          | 0         | 95.052  | 0,63    |
|                          | 2006 | 0         | 130.410   | 0          | 0         | 130.410 | 0,61    |
| LIST γυν.ένδυση          | 2005 | 0         | 0         | 0          | 0         | 0       | 0,00    |
|                          | 2006 | 0         | 8.392     | 11.430     | 0         | 19.822  | 0,09    |
| MADLEN γυν.ένδυση        | 2005 | 0         | 120.941   | 0          | 0         | 120.941 | 0,80    |
|                          | 2006 | 0         | 128.097   | 0          | 0         | 128.097 | 0,60    |
| JUPE γυν.ένδυση          | 2005 | 0         | 191.975   | 0          | 0         | 191.975 | 1,27    |
|                          | 2006 | 0         | 288.904   | 0          | 0         | 288.904 | 1,35    |
| BATIK γυν.ένδυση         | 2005 | 0         | 92.920    | 0          | 0         | 92.920  | 0,61    |
|                          | 2006 | 0         | 178.889   | 0          | 0         | 178.889 | 0,84    |
| ABSOLUTE γυν.ένδυση      | 2005 | 0         | 9.594     | 0          | 0         | 9.594   | 0,06    |
|                          | 2006 | 0         | 10.319    | 0          | 0         | 10.319  | 0,05    |
| ISO γυν.ένδυση           | 2005 | 0         | 459.984   | 0          | 0         | 459.984 | 3,04    |
|                          | 2006 | 0         | 467.849   | 0          | 1.664     | 469.512 | 2,19    |
| GANAS γυν.ένδυση         | 2005 | 0         | 0         | 0          | 0         | 0       | 0,00    |
|                          | 2006 | 0         | 84.483    | 0          | 0         | 84.483  | 0,39    |
| BANDOLERA γυν.ένδυση     | 2005 | 0         | 12.814    | 0          | 0         | 12.814  | 0,08    |
|                          | 2006 | 0         | 31.877    | 0          | 0         | 31.877  | 0,15    |
| L'ALTRA MODA γυν.ένδυση  | 2005 | 0         | 92.393    | 0          | 0         | 92.393  | 0,61    |
|                          | 2006 | 0         | 66.067    | 0          | 0         | 66.067  | 0,31    |
| GIANNI TSISKAKI γυν.ένδ. | 2005 | 0         | 34.815    | 0          | 0         | 34.815  | 0,23    |
|                          | 2006 | 0         | 0         | 0          | 0         | 0       | 0,00    |
| MAXIN γυν.ένδυση         | 2005 | 0         | 263.791   | 0          | 0         | 263.791 | 1,74    |
|                          | 2006 | 0         | 379.754   | 0          | 0         | 379.754 | 1,77    |
| YSATIS γυν.ένδυση        | 2005 | 0         | 311.986   | 0          | 0         | 311.986 | 2,06    |
|                          | 2006 | 0         | 311.226   | 0          | 0         | 311.226 | 1,45    |
| LASKARIS γυν.ένδυση      | 2005 | 0         | 0         | 0          | 0         | 0       | 0,00    |
|                          | 2006 | 0         | 5.783     | 0          | 0         | 5.783   | 0,03    |
| VIRGIN γυν.ένδυση        | 2005 | 0         | 68.068    | 0          | 0         | 68.068  | 0,45    |
|                          | 2006 | 0         | 0         | 0          | 0         | 0       | 0,00    |
| VERGI γυν.ένδυση         | 2005 | 0         | 9.185     | 0          | 0         | 9.185   | 0,06    |
|                          | 2006 | 0         | 0         | 0          | 0         | 0       | 0,00    |
| REBECCA BLU γυν.ένδυση   | 2005 | 0         | 145.265   | 13.608     | 5.646     | 164.520 | 1,09    |
|                          | 2006 | 0         | 282.162   | 10.092     | 8.039     | 300.293 | 1,40    |
| IDEA γυν.ένδυση          | 2005 | 0         | 51.756    | 0          | 0         | 51.756  | 0,34    |
|                          | 2006 | 0         | 53.321    | 0          | 0         | 53.321  | 0,25    |
| PELOTE 2 γυν.ένδυση      | 2005 | 0         | 300.839   | 0          | 0         | 300.839 | 1,99    |
|                          | 2006 | 0         | 246.872   | 0          | 0         | 246.872 | 1,15    |
| CAPRICE γυν.ένδυση       | 2005 | 0         | 64.071    | 0          | 0         | 64.071  | 0,42    |
|                          | 2006 | 0         | 18.824    | 0          | 0         | 18.824  | 0,09    |
| ESTEL γυν.ένδυση         | 2005 | 0         | 0         | 0          | 0         | 0       | 0,00    |
|                          | 2006 | 0         | 3.402     | 0          | 0         | 3.402   | 0,02    |
| TERRANOVA γυν.ένδυση     | 2005 | 0         | 0         | 0          | 0         | 0       | 0,00    |
|                          | 2006 | 0         | 22.793    | 0          | 0         | 22.793  | 0,11    |

| Π3.2 (συνέχεια)              |      |           |           |            |           |         |         |
|------------------------------|------|-----------|-----------|------------|-----------|---------|---------|
| Προϊόν / Εμπορικό σήμα       | Έτος | Τηλ.εόρση | Περιοδικά | Εφημερίδες | Ραδιόφωνο | Σύνολο  | Ποσοστά |
| ΦΑΛΙΑΚΟΣ γυν.ένδυση          | 2005 | 0         | 100.586   | 0          | 0         | 100.586 | 0,66    |
|                              | 2006 | 0         | 145.333   | 0          | 0         | 145.333 | 0,68    |
| ΑΝΙΥΕ'ΒΥ γυν.ένδυση          | 2005 | 0         | 0         | 0          | 0         | 0       | 0,00    |
|                              | 2006 | 0         | 106.210   | 0          | 0         | 106.210 | 0,50    |
| LYNNE γυν.ένδυση             | 2005 | 16.726    | 327.715   | 0          | 0         | 344.441 | 2,27    |
|                              | 2006 | 0         | 418.219   | 0          | 0         | 418.219 | 1,95    |
| HYPE γυν.ένδυση              | 2005 | 0         | 243.334   | 0          | 0         | 243.334 | 1,61    |
|                              | 2006 | 0         | 177.811   | 0          | 0         | 177.811 | 0,83    |
| CHANEL γυν.ένδυση            | 2005 | 0         | 232.289   | 0          | 0         | 232.289 | 1,53    |
|                              | 2006 | 0         | 173.162   | 0          | 0         | 173.162 | 0,81    |
| CUSTO γυν.ένδυση             | 2005 | 0         | 298.367   | 0          | 0         | 298.367 | 1,97    |
|                              | 2006 | 0         | 415.390   | 0          | 0         | 415.390 | 1,94    |
| MARIO γυν.ένδυση             | 2005 | 0         | 64.298    | 0          | 0         | 64.298  | 0,42    |
|                              | 2006 | 0         | 46.948    | 0          | 0         | 46.948  | 0,22    |
| VICTORIA VERDI<br>γυν.ένδυση | 2005 | 0         | 8.845     | 0          | 0         | 8.845   | 0,06    |
|                              | 2006 | 0         | 6.237     | 0          | 0         | 6.237   | 0,03    |
| BEBE γυν.ένδυση              | 2005 | 0         | 0         | 0          | 0         | 0       | 0,00    |
|                              | 2006 | 0         | 0         | 5.001      | 0         | 5.001   | 0,02    |
| ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ γυν.ένδυση         | 2005 | 1.965     | 418.389   | 83.700     | 29.399    | 533.453 | 3,52    |
|                              | 2006 | 28.886    | 520.506   | 66.339     | 60.487    | 676.219 | 3,16    |
| ΑΧΑΡΑ γυν.ένδυση             | 2005 | 0         | 141.398   | 0          | 0         | 141.398 | 0,93    |
|                              | 2006 | 0         | 8.732     | 0          | 0         | 8.732   | 0,04    |
| VENER γυν.ένδυση             | 2005 | 0         | 15.989    | 0          | 0         | 15.989  | 0,11    |
|                              | 2006 | 0         | 0         | 0          | 0         | 0       | 0,00    |
| GLORIA CARAM<br>γυν.ένδυση   | 2005 | 0         | 0         | 6.804      | 0         | 6.804   | 0,04    |
|                              | 2006 | 0         | 0         | 0          | 0         | 0       | 0,00    |
| NOUGAT γυν.ένδυση            | 2005 | 0         | 34.587    | 0          | 0         | 34.587  | 0,23    |
|                              | 2006 | 0         | 0         | 0          | 0         | 0       | 0,00    |
| POSITIVE γυν.ένδυση          | 2005 | 0         | 0         | 0          | 0         | 0       | 0,00    |
|                              | 2006 | 0         | 33.226    | 0          | 0         | 33.226  | 0,16    |
| ANGELO MARANI<br>γυν.ένδυση  | 2005 | 0         | 188.562   | 0          | 0         | 188.562 | 1,24    |
|                              | 2006 | 0         | 191.431   | 0          | 0         | 191.431 | 0,89    |
| ELENA MIRO γυν.ένδυση        | 2005 | 0         | 151.049   | 0          | 0         | 151.049 | 1,00    |
|                              | 2006 | 0         | 100.847   | 0          | 0         | 100.847 | 0,47    |
| NO-LI-TA γυν.ένδυση          | 2005 | 0         | 236.093   | 0          | 0         | 236.093 | 1,56    |
|                              | 2006 | 0         | 384.125   | 0          | 0         | 384.125 | 1,79    |
| DENNY ROSE γυν.ένδυση        | 2005 | 0         | 14.685    | 0          | 0         | 14.685  | 0,10    |
|                              | 2006 | 0         | 30.482    | 0          | 0         | 30.482  | 0,14    |
| CAM γυν.ένδυση               | 2005 | 0         | 13.608    | 0          | 0         | 13.608  | 0,09    |
|                              | 2006 | 0         | 0         | 0          | 0         | 0       | 0,00    |
| OPEN γυν.ένδυση              | 2005 | 0         | 166.891   | 0          | 0         | 166.891 | 1,10    |
|                              | 2006 | 0         | 140.219   | 0          | 0         | 140.219 | 0,65    |
| AB/SOUL γυν.ένδυση           | 2005 | 0         | 180.964   | 0          | 0         | 180.964 | 1,19    |
|                              | 2006 | 0         | 179.308   | 0          | 0         | 179.308 | 0,84    |
| BCBGMAXZRIA γυν.ένδυση       | 2005 | 0         | 79.919    | 0          | 0         | 79.919  | 0,53    |
|                              | 2006 | 0         | 165.882   | 0          | 0         | 165.882 | 0,77    |
| TERRA TOSCANA<br>γυν.ένδυση  | 2005 | 0         | 35.154    | 0          | 0         | 35.154  | 0,23    |
|                              | 2006 | 0         | 17.804    | 0          | 0         | 17.804  | 0,08    |
| D ANGEL D. γυν.ένδυση        | 2005 | 0         | 45.587    | 0          | 0         | 45.587  | 0,30    |
|                              | 2006 | 0         | 0         | 0          | 0         | 0       | 0,00    |

| Π3.2 (συνέχεια)               |      |           |           |            |           |         |         |
|-------------------------------|------|-----------|-----------|------------|-----------|---------|---------|
| Προϊόν / Εμπορικό σήμα        | Έτος | Τηλεόραση | Περιοδικά | Εφημερίδες | Ραδιόφωνο | Σύνολο  | Ποσοστά |
| IKKS γυν.ένδυση               | 2005 | 0         | 46.409    | 0          | 0         | 46.409  | 0,31    |
|                               | 2006 | 0         | 81.557    | 0          | 0         | 81.557  | 0,38    |
| LATSARO γυν.ένδυση            | 2005 | 59.250    | 353.967   | 0          | 0         | 413.217 | 2,73    |
|                               | 2006 | 115.780   | 335.709   | 0          | 0         | 451.489 | 2,11    |
| MAT FASHION γυν. ένδυση       | 2005 | 0         | 81.761    | 0          | 0         | 81.761  | 0,54    |
|                               | 2006 | 0         | 322.997   | 0          | 30.966    | 353.963 | 1,65    |
| BLUE CULT γυν.ένδυση          | 2005 | 0         | 0         | 0          | 0         | 0       | 0,00    |
|                               | 2006 | 0         | 12.474    | 0          | 0         | 12.474  | 0,06    |
| BARRAGE γυν.ένδυση            | 2005 | 0         | 0         | 0          | 37        | 37      | 0,00    |
|                               | 2006 | 0         | 0         | 0          | 0         | 0       | 0,00    |
| MISS SIXTY κατ.γυν.ένδυσης    | 2005 | 0         | 8.618     | 0          | 0         | 8.618   | 0,06    |
|                               | 2006 | 0         | 0         | 0          | 0         | 0       | 0,00    |
| ACCESS γυν.ένδυση             | 2005 | 0         | 119.308   | 0          | 0         | 119.308 | 0,79    |
|                               | 2006 | 0         | 185.579   | 0          | 0         | 185.579 | 0,87    |
| SINEQUANONE γυν.ένδυση        | 2005 | 0         | 156.741   | 0          | 0         | 156.741 | 1,03    |
|                               | 2006 | 0         | 122.472   | 0          | 0         | 122.472 | 0,57    |
| FERAUD γυν.ένδυση             | 2005 | 0         | 39.123    | 0          | 0         | 39.123  | 0,26    |
|                               | 2006 | 0         | 31.434    | 0          | 0         | 31.434  | 0,15    |
| VERTICE γυν.ένδυση            | 2005 | 0         | 84.370    | 0          | 0         | 84.370  | 0,56    |
|                               | 2006 | 0         | 248.085   | 0          | 0         | 248.085 | 1,16    |
| MAGNETE γυν.ένδυση            | 2005 | 0         | 61.236    | 0          | 0         | 61.236  | 0,40    |
|                               | 2006 | 0         | 43.432    | 0          | 0         | 43.432  | 0,20    |
| PINKO γυν.ένδυση              | 2005 | 0         | 318.790   | 0          | 0         | 318.790 | 2,10    |
|                               | 2006 | 0         | 446.547   | 0          | 0         | 446.547 | 2,08    |
| ARTIGLI γυν.ένδυση            | 2005 | 0         | 21.092    | 0          | 0         | 21.092  | 0,14    |
|                               | 2006 | 0         | 26.876    | 0          | 0         | 26.876  | 0,13    |
| WOLFORD γυν.ένδυση            | 2005 | 0         | 40.711    | 0          | 0         | 40.711  | 0,27    |
|                               | 2006 | 0         | 92.262    | 0          | 0         | 92.262  | 0,43    |
| ROXY γυν.ένδυση               | 2005 | 0         | 55.589    | 0          | 0         | 55.589  | 0,37    |
|                               | 2006 | 0         | 84.937    | 0          | 0         | 84.937  | 0,40    |
| ESTRELLA γυν.ένδυση           | 2005 | 0         | 54.168    | 0          | 0         | 54.168  | 0,36    |
|                               | 2006 | 0         | 34.179    | 0          | 0         | 34.179  | 0,16    |
| JENNIFER LOPEZ<br>γυν.ένδυση  | 2005 | 0         | 100.053   | 0          | 0         | 100.053 | 0,66    |
|                               | 2006 | 0         | 81.829    | 0          | 0         | 81.829  | 0,38    |
| UTTAM LONDON<br>γυν.ένδυση    | 2005 | 0         | 50.191    | 0          | 0         | 50.191  | 0,33    |
|                               | 2006 | 0         | 41.051    | 0          | 0         | 41.051  | 0,19    |
| WINDSOR γυν.ένδυση            | 2005 | 0         | 9.854     | 0          | 0         | 9.854   | 0,07    |
|                               | 2006 | 0         | 0         | 0          | 0         | 0       | 0,00    |
| MILK & HONEY γυν.ένδυση       | 2005 | 0         | 76.454    | 0          | 0         | 76.454  | 0,50    |
|                               | 2006 | 0         | 54.965    | 0          | 0         | 54.965  | 0,26    |
| MUCHACHA γυν.ένδυση           | 2005 | 0         | 64.956    | 0          | 0         | 64.956  | 0,43    |
|                               | 2006 | 0         | 168.864   | 0          | 0         | 168.864 | 0,79    |
| JUST WOMEN γυν.ένδυση         | 2005 | 0         | 12.474    | 0          | 0         | 12.474  | 0,08    |
|                               | 2006 | 0         | 4.196     | 0          | 0         | 4.196   | 0,02    |
| DINA γυν.ένδυση               | 2005 | 0         | 24.721    | 0          | 0         | 24.721  | 0,16    |
|                               | 2006 | 0         | 157.966   | 0          | 0         | 157.966 | 0,74    |
| I BLUES γυν.ένδυση            | 2005 | 0         | 35.381    | 0          | 0         | 35.381  | 0,23    |
|                               | 2006 | 0         | 81.875    | 0          | 0         | 81.875  | 0,38    |
| ATOS LOMBARDINI<br>γυν.ένδυση | 2005 | 0         | 21.773    | 0          | 0         | 21.773  | 0,14    |
|                               | 2006 | 0         | 0         | 0          | 0         | 0       | 0,00    |

| Π3.2 (συνέχεια)             |      |           |            |            |           |            |         |
|-----------------------------|------|-----------|------------|------------|-----------|------------|---------|
| Προϊόν / Εμπορικό σήμα      | Έτος | Τηλεόραση | Περιοδικά  | Εφημερίδες | Ραδιόφωνο | Σύνολο     | Ποσοστά |
| ALDA γυν.ένδυση             | 2005 | 0         | 63.856     | 0          | 0         | 63.856     | 0,42    |
|                             | 2006 | 0         | 20.854     | 0          | 0         | 20.854     | 0,10    |
| MONSOON γυν.ένδυση          | 2005 | 0         | 93.555     | 0          | 0         | 93.555     | 0,62    |
|                             | 2006 | 0         | 656.178    | 0          | 0         | 656.178    | 3,06    |
| PLAYBOY γυν.ένδυση          | 2005 | 0         | 9.185      | 0          | 0         | 9.185      | 0,06    |
|                             | 2006 | 0         | 0          | 0          | 0         | 0          | 0,00    |
| COSMOPEL γυν.ένδυση         | 2005 | 0         | 0          | 0          | 0         | 0          | 0,00    |
|                             | 2006 | 0         | 360.446    | 0          | 0         | 360.446    | 1,68    |
| RENI LEZA γυν.ένδυση        | 2005 | 0         | 0          | 0          | 0         | 0          | 0,00    |
|                             | 2006 | 0         | 196.500    | 0          | 0         | 196.500    | 0,92    |
| BADOO γυν.ένδυση            | 2005 | 0         | 0          | 0          | 0         | 0          | 0,00    |
|                             | 2006 | 0         | 96.844     | 0          | 0         | 96.844     | 0,45    |
| BLEU BLANC ROUGE γυν.ένδυση | 2005 | 0         | 0          | 0          | 0         | 0          | 0,00    |
|                             | 2006 | 0         | 116.042    | 0          | 0         | 116.042    | 0,54    |
| PARASUCO CULT γυν.ένδυση    | 2005 | 0         | 0          | 0          | 0         | 0          | 0,00    |
|                             | 2006 | 0         | 39.645     | 0          | 0         | 39.645     | 0,19    |
| JUST PERFECT γυν.ένδυση     | 2005 | 0         | 0          | 0          | 0         | 0          | 0,00    |
|                             | 2006 | 0         | 115.532    | 0          | 0         | 115.532    | 0,54    |
| HAUBER γυν.ένδυση           | 2005 | 0         | 0          | 0          | 0         | 0          | 0,00    |
|                             | 2006 | 0         | 37.762     | 0          | 0         | 37.762     | 0,18    |
| PAUL & JOE γυν.ένδυση       | 2005 | 0         | 0          | 0          | 0         | 0          | 0,00    |
|                             | 2006 | 0         | 60.329     | 0          | 0         | 60.329     | 0,28    |
| ENZZO γυν.ένδυση            | 2005 | 0         | 0          | 0          | 0         | 0          | 0,00    |
|                             | 2006 | 0         | 64.956     | 0          | 0         | 64.956     | 0,30    |
| GINGER γυν.ένδυση           | 2005 | 0         | 0          | 0          | 0         | 0          | 0,00    |
|                             | 2006 | 0         | 144.812    | 0          | 0         | 144.812    | 0,68    |
| GIZIA γυν.ένδυση            | 2005 | 0         | 0          | 0          | 0         | 0          | 0,00    |
|                             | 2006 | 0         | 82.669     | 0          | 0         | 82.669     | 0,39    |
| LIU-JO γυν.ένδυση           | 2005 | 0         | 0          | 0          | 0         | 0          | 0,00    |
|                             | 2006 | 0         | 108.592    | 0          | 0         | 108.592    | 0,51    |
| BUDDHIST PINK γυν.ένδυση    | 2005 | 0         | 0          | 0          | 0         | 0          | 0,00    |
|                             | 2006 | 0         | 38.216     | 0          | 0         | 38.216     | 0,18    |
| TRAFFIC PEOPLE γυν.ένδυση   | 2005 | 0         | 0          | 0          | 0         | 0          | 0,00    |
|                             | 2006 | 0         | 23.088     | 0          | 0         | 23.088     | 0,11    |
| CELYN b γυν.ένδυση          | 2005 | 0         | 0          | 0          | 0         | 0          | 0,00    |
|                             | 2006 | 0         | 142.430    | 0          | 0         | 142.430    | 0,66    |
| ILARIA NISTRI γυν.ένδυση    | 2005 | 0         | 0          | 0          | 0         | 0          | 0,00    |
|                             | 2006 | 0         | 9.526      | 0          | 0         | 9.526      | 0,04    |
| MACHKA γυν.ένδυση           | 2005 | 0         | 0          | 0          | 0         | 0          | 0,00    |
|                             | 2006 | 0         | 18.144     | 0          | 0         | 18.144     | 0,08    |
| MY WAY γυν.ένδυση           | 2005 | 0         | 0          | 0          | 0         | 0          | 0,00    |
|                             | 2006 | 0         | 9.526      | 0          | 0         | 9.526      | 0,04    |
| SONIA FORTUNA γυν.ένδυση    | 2005 | 0         | 0          | 0          | 0         | 0          | 0,00    |
|                             | 2006 | 0         | 9.526      | 0          | 0         | 9.526      | 0,04    |
| MYMOO γυν.ένδυση            | 2005 | 0         | 0          | 0          | 0         | 0          | 0,00    |
|                             | 2006 | 0         | 22.827     | 0          | 0         | 22.827     | 0,11    |
| SEVENTY γυν.ένδυση          | 2005 | 0         | 0          | 0          | 0         | 0          | 0,00    |
|                             | 2006 | 0         | 9.412      | 0          | 0         | 9.412      | 0,04    |
| Σύνολο                      | 2005 | 344.909   | 14.630.765 | 136.714    | 35.082    | 15.147.470 | 100,00  |
|                             | 2006 | 856.040   | 20.264.473 | 118.855    | 179.439   | 21.418.807 | 100,00  |

Πηγή: Media Services A.E.

| Π3.3 Διαφημιστική δαπάνη ανδρικών – γυναικείων ενδυμάτων ανά εμπορικό σήμα (2005-2006) |      |           |           |            |           |           |         |
|--|------|-----------|-----------|------------|-----------|-----------|---------|
| Προϊόν   | Έτος | Τηλεόραση | Περιοδικά | Εφημερίδες | Ραδιοφωνο | Σύνολο    | Ποσοστά |
| ROBE DI KAPPA ένδυση   | 2005 | 0         | 0         | 0          | 0         | 0         | 0,00    |
|  | 2006 | 0         | 10.206    | 4.423      | 0         | 14.629    | 0,17    |
| ASLANT'S ένδυση  | 2005 | 0         | 15.649    | 0          | 0         | 15.649    | 0,21    |
|  | 2006 | 0         | 13.835    | 0          | 0         | 13.835    | 0,16    |
| PIONEER ένδυση   | 2005 | 0         | 16.670    | 5.613      | 0         | 22.283    | 0,29    |
|  | 2006 | 0         | 63.277    | 12.960     | 0         | 76.237    | 0,90    |
| BURBERRYS ένδυση   | 2005 | 0         | 209.064   | 0          | 0         | 209.064   | 2,74    |
|  | 2006 | 0         | 619.674   | 0          | 0         | 619.674   | 7,30    |
| MEXX ένδυση  | 2005 | 0         | 0         | 0          | 0         | 0         | 0,00    |
|  | 2006 | 0         | 92.920    | 0          | 0         | 92.920    | 1,09    |
| TOMMY HILFIGER ένδυση  | 2005 | 17.490    | 780.039   | 0          | 0         | 797.529   | 10,45   |
|  | 2006 | 18.928    | 554.277   | 0          | 0         | 573.204   | 6,75    |
| TRUSSARDI ένδυση   | 2005 | 0         | 149.801   | 36.969     | 0         | 186.770   | 2,45    |
|  | 2006 | 0         | 275.948   | 67.365     | 0         | 343.313   | 4,04    |
| BOSS ένδυση  | 2005 | 0         | 1.022.567 | 0          | 0         | 1.022.567 | 13,40   |
|  | 2006 | 0         | 781.938   | 0          | 0         | 781.938   | 9,21    |
| SKY LINE έτ. ανδρικά ρούχα   | 2005 | 0         | 0         | 0          | 0         | 0         | 0,00    |
|  | 2006 | 1.161     | 6.577     | 0          | 0         | 7.738     | 0,09    |
| GUY LAROCHE ένδυση   | 2005 | 0         | 1.134     | 0          | 0         | 1.134     | 0,01    |
|  | 2006 | 0         | 0         | 0          | 0         | 0         | 0,00    |
| BETTINA ένδυση   | 2005 | 0         | 44.062    | 0          | 0         | 44.062    | 0,58    |
|  | 2006 | 0         | 7.258     | 0          | 0         | 7.258     | 0,09    |
| THE BOSTONIANS ανδρ. ένδ.  | 2005 | 0         | 180.816   | 0          | 0         | 180.816   | 2,37    |
|  | 2006 | 0         | 16.330    | 0          | 0         | 16.330    | 0,19    |
| PRINCE OLIVER ένδυση   | 2005 | 103.016   | 274.428   | 315.432    | 0         | 692.877   | 9,08    |
|  | 2006 | 0         | 23.814    | 0          | 0         | 23.814    | 0,28    |
| OTTAVIO BARASTI ανδρ. ένδ.   | 2005 | 0         | 0         | 0          | 0         | 0         | 0,00    |
|  | 2006 | 0         | 3.572     | 0          | 0         | 3.572     | 0,04    |
| GUCCI ένδυση   | 2005 | 0         | 126.855   | 0          | 0         | 126.855   | 1,66    |
|  | 2006 | 0         | 58.469    | 0          | 0         | 58.469    | 0,69    |
| JEREMY BOY ανδρ. ένδυση  | 2005 | 0         | 1.588     | 0          | 0         | 1.588     | 0,02    |
|  | 2006 | 0         | 0         | 0          | 0         | 0         | 0,00    |
| NO NAME ανδρ. ένδυση   | 2005 | 0         | 0         | 5.103      | 0         | 5.103     | 0,07    |
|  | 2006 | 0         | 0         | 0          | 0         | 0         | 0,00    |
| REPORTER ανδρ. ένδυση  | 2005 | 0         | 453.146   | 0          | 0         | 453.146   | 5,94    |
|  | 2006 | 0         | 440.173   | 0          | 0         | 440.173   | 5,19    |
| FERRE ένδυση   | 2005 | 0         | 176.269   | 0          | 0         | 176.269   | 2,31    |
|  | 2006 | 0         | 23.338    | 0          | 0         | 23.338    | 0,27    |
| ARTISTI ITALIANI ένδυση  | 2005 | 0         | 0         | 0          | 0         | 0         | 0,00    |
|  | 2006 | 0         | 282.309   | 0          | 0         | 282.309   | 3,33    |
| GIORGIO AJUTANTI ένδυση  | 2005 | 0         | 8.392     | 0          | 0         | 8.392     | 0,11    |
|  | 2006 | 0         | 0         | 0          | 0         | 0         | 0,00    |
| PIERRE CARDIN ανδρ. ένδ.   | 2005 | 0         | 0         | 0          | 0         | 0         | 0,00    |
|  | 2006 | 0         | 7.825     | 0          | 0         | 7.825     | 0,09    |
| SMAIL'S ΕΝΔΥΣΗ   | 2005 | 0         | 42.865    | 0          | 0         | 42.865    | 0,56    |
|  | 2006 | 0         | 26.762    | 0          | 0         | 26.762    | 0,32    |
| RENE LEZARD ένδυση   | 2005 | 0         | 24.744    | 0          | 0         | 24.744    | 0,32    |
|  | 2006 | 0         | 26.422    | 0          | 0         | 26.422    | 0,31    |

| Π3.3 (συνέχεια)                    |      |           |           |            |           |         |         |
|------------------------------------|------|-----------|-----------|------------|-----------|---------|---------|
| Προϊόν                             | Έτος | Τηλεόραση | Περιοδικά | Εφημερίδες | Ραδιοφωνο | Σύνολο  | Ποσοστά |
| PALZILERI άνδ. ένδυση              | 2005 | 0         | 55.226    | 0          | 0         | 55.226  | 0,72    |
|                                    | 2006 | 0         | 112.720   | 0          | 0         | 112.720 | 1,33    |
| LES COPAINS ένδυση                 | 2005 | 0         | 11.022    | 0          | 0         | 11.022  | 0,14    |
|                                    | 2006 | 0         | 9.526     | 0          | 0         | 9.526   | 0,11    |
| VERA MONT ένδυση                   | 2005 | 0         | 50.695    | 0          | 0         | 50.695  | 0,66    |
|                                    | 2006 | 0         | 32.432    | 0          | 0         | 32.432  | 0,38    |
| PATERONIS ένδυση                   | 2005 | 0         | 96.866    | 0          | 0         | 96.866  | 1,27    |
|                                    | 2006 | 0         | 143.700   | 0          | 0         | 143.700 | 1,69    |
| GUESS ένδυση                       | 2005 | 0         | 94.088    | 0          | 0         | 94.088  | 1,23    |
|                                    | 2006 | 0         | 56.813    | 0          | 0         | 56.813  | 0,67    |
| STREILSON ανδρ. ένδυση             | 2005 | 0         | 151.162   | 0          | 0         | 151.162 | 1,98    |
|                                    | 2006 | 0         | 309.140   | 0          | 0         | 309.140 | 3,64    |
| CAMELO ανδρ.+γυν. ένδ.             | 2005 | 0         | 141.064   | 0          | 0         | 141.064 | 1,85    |
|                                    | 2006 | 0         | 54.954    | 0          | 0         | 54.954  | 0,65    |
| LANDINI ανδρ. ένδυση               | 2005 | 0         | 0         | 0          | 0         | 0       | 0,00    |
|                                    | 2006 | 0         | 15.876    | 0          | 0         | 15.876  | 0,19    |
| JOOP ανδρ. ένδυση                  | 2005 | 0         | 122.608   | 0          | 0         | 122.608 | 1,61    |
|                                    | 2006 | 0         | 110.633   | 0          | 0         | 110.633 | 1,30    |
| DOLCE & GABBANA ένδυση             | 2005 | 0         | 163.750   | 0          | 0         | 163.750 | 2,15    |
|                                    | 2006 | 0         | 406.199   | 0          | 0         | 406.199 | 4,79    |
| ROY ROBSON Ανδρ. ένδυση            | 2005 | 0         | 0         | 0          | 0         | 0       | 0,00    |
|                                    | 2006 | 0         | 61.349    | 0          | 0         | 61.349  | 0,72    |
| BURBERRYS Ενδυση                   | 2005 | 0         | 187.031   | 0          | 0         | 187.031 | 2,45    |
|                                    | 2006 | 0         | 0         | 0          | 0         | 0       | 0,00    |
| VASSILIOS KOSTETSOS ένδ.           | 2005 | 0         | 0         | 0          | 0         | 0       | 0,00    |
|                                    | 2006 | 0         | 325.061   | 0          | 0         | 325.061 | 3,83    |
| MANGO ένδυση                       | 2005 | 0         | 203.349   | 9.185      | 0         | 212.534 | 2,79    |
|                                    | 2006 | 0         | 167.583   | 5.262      | 7.899     | 180.743 | 2,13    |
| GIORGIO ARMANI ανδ. ένδ.           | 2005 | 0         | 59.932    | 0          | 0         | 59.932  | 0,79    |
|                                    | 2006 | 0         | 9.639     | 0          | 0         | 9.639   | 0,11    |
| PHILLY - ένδυση                    | 2005 | 0         | 25.515    | 0          | 0         | 25.515  | 0,33    |
|                                    | 2006 | 0         | 18.155    | 0          | 0         | 18.155  | 0,21    |
| CHRIS DIOR ένδ.                    | 2005 | 0         | 57.823    | 0          | 0         | 57.823  | 0,76    |
|                                    | 2006 | 0         | 59.308    | 0          | 0         | 59.308  | 0,70    |
| MALAGRIDA ανδρ. ένδυση             | 2005 | 0         | 0         | 0          | 0         | 0       | 0,00    |
|                                    | 2006 | 0         | 0         | 0          | 63        | 63      | 0,00    |
| EXTE ένδυση                        | 2005 | 0         | 145.810   | 0          | 0         | 145.810 | 1,91    |
|                                    | 2006 | 0         | 0         | 0          | 0         | 0       | 0,00    |
| CALVIN KLEIN ένδυση                | 2005 | 0         | 46.040    | 0          | 0         | 46.040  | 0,60    |
|                                    | 2006 | 0         | 61.724    | 0          | 0         | 61.724  | 0,73    |
| ROCCO BAROCCO ένδυση               | 2005 | 0         | 30.193    | 0          | 0         | 30.193  | 0,40    |
|                                    | 2006 | 0         | 9.526     | 0          | 0         | 9.526   | 0,11    |
| UNICEN ανδρ. ένδυση                | 2005 | 0         | 7.711     | 0          | 0         | 7.711   | 0,10    |
|                                    | 2006 | 0         | 0         | 0          | 0         | 0       | 0,00    |
| BLUSTER ανδρ. ένδυση               | 2005 | 0         | 9.866     | 15.672     | 0         | 25.538  | 0,33    |
|                                    | 2006 | 0         | 0         | 0          | 0         | 0       | 0,00    |
| GABBIANO<br>ανδρ. ένδυση/ΚΟΜΨΟΤΗΤΑ | 2005 | 0         | 0         | 0          | 0         | 0       | 0,00    |
|                                    | 2006 | 16.675    | 0         | 0          | 0         | 16.675  | 0,20    |
| MAFFEI ένδυση                      | 2005 | 0         | 18.949    | 0          | 0         | 18.949  | 0,25    |
|                                    | 2006 | 0         | 38.000    | 0          | 0         | 38.000  | 0,45    |



| Π3.3 (συνέχεια)                      |      |           |           |            |           |           |         |
|--------------------------------------|------|-----------|-----------|------------|-----------|-----------|---------|
| Προϊόν                               | Έτος | Τηλεόραση | Περιοδικά | Εφημερίδες | Ραδιοφωνο | Σύνολο    | Ποσοστά |
| WINDSOR ανδρ.ένδυση                  | 2005 | 0         | 15.649    | 0          | 0         | 15.649    | 0,21    |
|                                      | 2006 | 0         | 16.216    | 0          | 0         | 16.216    | 0,19    |
| FURSTENBERG ανδρ.ένδυση              | 2005 | 0         | 13.608    | 0          | 0         | 13.608    | 0,18    |
|                                      | 2006 | 0         | 10.660    | 0          | 0         | 10.660    | 0,13    |
| VICTORIA KYRIAKIDES<br>ένδυση        | 2005 | 0         | 36.971    | 0          | 0         | 36.971    | 0,48    |
|                                      | 2006 | 0         | 34.020    | 0          | 0         | 34.020    | 0,40    |
| OSCAR DE LA RENTA ένδυση             | 2005 | 0         | 0         | 0          | 0         | 0         | 0,00    |
|                                      | 2006 | 0         | 25.515    | 0          | 0         | 25.515    | 0,30    |
| GERRY WEBER ένδυση                   | 2005 | 0         | 17.917    | 0          | 0         | 17.917    | 0,23    |
|                                      | 2006 | 0         | 0         | 0          | 0         | 0         | 0,00    |
| ROBERTO CAVALLI ένδυση               | 2005 | 0         | 227.662   | 0          | 0         | 227.662   | 2,98    |
|                                      | 2006 | 0         | 553.732   | 0          | 0         | 553.732   | 6,52    |
| ERMENEGILDO ZEGNA<br>ένδυση          | 2005 | 0         | 90.879    | 19.282     | 0         | 110.161   | 1,44    |
|                                      | 2006 | 0         | 132.077   | 8.580      | 0         | 140.657   | 1,66    |
| ETRO ένδυση                          | 2005 | 0         | 0         | 0          | 0         | 0         | 0,00    |
|                                      | 2006 | 0         | 31.979    | 0          | 0         | 31.979    | 0,38    |
| LAK ένδυση                           | 2005 | 0         | 1.022.709 | 0          | 0         | 1.022.709 | 13,41   |
|                                      | 2006 | 0         | 1.282.894 | 0          | 0         | 1.282.894 | 15,11   |
| MASSIMO DUTTI<br>γυν.+ανδρ.ένδ       | 2005 | 0         | 19.709    | 0          | 0         | 19.709    | 0,26    |
|                                      | 2006 | 0         | 0         | 17.940     | 0         | 17.940    | 0,21    |
| HYPER ένδυση                         | 2005 | 0         | 567       | 0          | 0         | 567       | 0,01    |
|                                      | 2006 | 0         | 0         | 0          | 0         | 0         | 0,00    |
| BODY MOVE<br>ένδυση/ΔΥΝΑΜΗ           | 2005 | 5.859     | 0         | 0          | 0         | 5.859     | 0,08    |
|                                      | 2006 | 1.353     | 0         | 0          | 0         | 1.353     | 0,02    |
| TOM TAILOR<br>γυν.+ανδρ.ένδυση/STYLE | 2005 | 8.501     | 0         | 0          | 0         | 8.501     | 0,11    |
|                                      | 2006 | 0         | 0         | 0          | 0         | 0         | 0,00    |
| ΣΠΥΡΟΠΟΥΛΟΣ ένδυση                   | 2005 | 0         | 7.258     | 0          | 0         | 7.258     | 0,10    |
|                                      | 2006 | 0         | 16.953    | 0          | 0         | 16.953    | 0,20    |
| FACONNABLE ανδρ.ένδυση               | 2005 | 0         | 129.469   | 0          | 0         | 129.469   | 1,70    |
|                                      | 2006 | 0         | 205.594   | 6.634      | 0         | 212.228   | 2,50    |
| CULTURA ένδυση                       | 2005 | 0         | 39.985    | 0          | 0         | 39.985    | 0,52    |
|                                      | 2006 | 0         | 0         | 0          | 0         | 0         | 0,00    |
| MAJE ένδυση                          | 2005 | 0         | 70.875    | 0          | 0         | 70.875    | 0,93    |
|                                      | 2006 | 0         | 39.123    | 0          | 0         | 39.123    | 0,46    |
| SAVE THE QUEEN ένδυση                | 2005 | 0         | 94.235    | 0          | 0         | 94.235    | 1,24    |
|                                      | 2006 | 0         | 72.395    | 0          | 0         | 72.395    | 0,85    |
| FRANKIE MORELLO ένδυση               | 2005 | 0         | 65.976    | 0          | 0         | 65.976    | 0,86    |
|                                      | 2006 | 0         | 210.017   | 0          | 0         | 210.017   | 2,47    |
| LAURA BIAGIOTTI<br>ανδρ.+γυν.ενδ.    | 2005 | 0         | 25.515    | 0          | 0         | 25.515    | 0,33    |
|                                      | 2006 | 0         | 0         | 0          | 0         | 0         | 0,00    |
| MAXIM ανδρ.ένδυση                    | 2005 | 0         | 0         | 0          | 1.345     | 1.345     | 0,02    |
|                                      | 2006 | 0         | 0         | 0          | 0         | 0         | 0,00    |
| KENNETH COLE ένδυση                  | 2005 | 0         | 0         | 0          | 0         | 0         | 0,00    |
|                                      | 2006 | 0         | 112.640   | 0          | 0         | 112.640   | 1,33    |
| JUICY COUTURE ένδυση                 | 2005 | 0         | 0         | 0          | 0         | 0         | 0,00    |
|                                      | 2006 | 0         | 45.587    | 0          | 0         | 45.587    | 0,54    |
| HALEBOB ένδυση                       | 2005 | 0         | 0         | 0          | 0         | 0         | 0,00    |
|                                      | 2006 | 0         | 67.796    | 0          | 0         | 67.796    | 0,80    |
| ALEXANDER McQUEEN<br>ένδυση          | 2005 | 0         | 0         | 0          | 0         | 0         | 0,00    |
|                                      | 2006 | 0         | 48.172    | 0          | 0         | 48.172    | 0,57    |

| Π3.3 (συνέχεια)                          |      |           |           |            |           |           |         |
|--|------|-----------|-----------|------------|-----------|-----------|---------|
| Προϊόν                                   | Έτος | Τηλεόραση | Περιοδικά | Εφημερίδες | Ραδιοφωνο | Σύνολο    | Ποσοστά |
| CHRISTOFOROS KOTENTOS<br>ένδυση          | 2005 | 0         | 0         | 0          | 0         | 0         | 0,00    |
|  | 2006 | 0         | 67.303    | 0          | 0         | 67.303    | 0,79    |
| CHARACTER COLLECTION<br>ανδρ.ένδυ/ΘΕΣ/ΚΗ | 2005 | 0         | 0         | 0          | 0         | 0         | 0,00    |
|  | 2006 | 756       | 0         | 0          | 0         | 756       | 0,01    |
| FLORENTINO ανδρ.ένδυση                   | 2005 | 0         | 0         | 0          | 0         | 0         | 0,00    |
|  | 2006 | 0         | 8.165     | 0          | 0         | 8.165     | 0,10    |
| Σύνολο                                   | 2005 | 134.867   | 7.085.773 | 407.257    | 1.345     | 7.629.242 | 100,00  |
|  | 2006 | 38.873    | 8.318.100 | 123.162    | 7.962     | 8.488.097 | 100,00  |
| Αξία σε €                                |      |           |           |            |           |           |         |
| Πηγή: Media Services A.E.                |      |           |           |            |           |           |         |

### Συμπεράσματα και προοπτικές του κλάδου

Ο κλάδος των γυναικείων υφασμάτων ενδυμάτων αλλά και της βιομηχανίας ένδυσης γενικότερα, χαρακτηρίζεται από έντονο ανταγωνισμό, λόγω του μεγάλου αριθμού επιχειρήσεων (παραγωγικών, εισαγωγικών) που δραστηριοποιούνται στη χώρα μας και της πληθώρας των εμπορικών σημάτων που διατίθενται στην ελληνική αγορά. Το γεγονός αυτό σε συνδυασμό με τις συνεχείς εξελίξεις που συντελούνται στο πλαίσιο της παγκοσμιοποίησης, όχι μόνο σε εθνικό αλλά και σε ευρωπαϊκό και διεθνές επίπεδο, δημιουργεί προβλήματα στον ευρύτερο κλάδο της ένδυσης. Η κατάργηση των ποσοτικών περιορισμών από την 1η Ιανουαρίου 2005 επηρέασε σημαντικά τον κλάδο, καθώς οδήγησε σε σημαντική αύξηση των εισαγωγών από τρίτες χώρες και ιδιαίτερα από την Κίνα. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα, την επίτευξη συμφωνίας μεταξύ Ευρωπαϊκής Ένωσης και Κίνας τον Ιούνιο του 2005, βάσει της οποίας επανήλθαν ποσοτικοί περιορισμοί για δέκα ευαίσθητες κατηγορίες κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων, οι οποίοι αναμένεται να καταργηθούν την 1η Ιανουαρίου 2008.

Η αύξηση των εισαγωγών ασκεί έντονες πιέσεις στην εγχώρια παραγωγή και προκαλεί περαιτέρω όξυνση του ανταγωνισμού μεταξύ των επιχειρήσεων. Παράλληλα, το υψηλότερο εργατικό κόστος της χώρας μας σε σύγκριση με το αντίστοιχο τρίτων χωρών, έχει ως αποτέλεσμα τα εγχωρίως παραγόμενα γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα να καθίστανται λιγότερα ανταγωνιστικά από άποψη τιμής, σε σχέση με τα παραγόμενα στις εν λόγω χώρες. Το γεγονός αυτό έχει οδηγήσει αρκετές ελληνικές επιχειρήσεις στη μεταφορά μέρους ή του συνόλου της παραγωγικής τους διαδικασίας κυρίως σε βαλκανικές χώρες, προκειμένου να μειώσουν το κόστος παραγωγής. Παράγοντες του κλάδου εκτιμούν ότι, η τάση της μεταφοράς της παραγωγικής διαδικασίας σε χώρες χαμηλού εργατικού κόστους, θα συνεχισθεί για ένα διάστημα.

Ανάλογο πρόβλημα αντιμετωπίζουν και ελληνικές επιχειρήσεις που παράγουν γυναικεία υφασμάτινα ενδύματα για λογαριασμό πελατών του εξωτερικού, οι οποίοι σταδιακά προσανατολίζονται σε παραγωγικές μονάδες τρίτων χωρών. Παράλληλα, αρκετές παραγωγικές επιχειρήσεις στρέφουν το ενδιαφέρον τους προς εμπορικές δραστηριότητες, ενώ δεν λίγες εκείνες οι οποίες αντιμετωπίζουν οικονομικά προβλήματα και έχουν διακόψει τις δραστηριότητές τους τα τελευταία κυρίως χρόνια. Σύμφωνα με παράγοντες του κλάδου, αρκετοί καταναλωτές αναζητούν προϊόντα «επώνυμα», με καλή σχέση ποιότητας – τιμής, και παράλληλα δίνουν ιδιαίτερη έμφαση στο σχέδιο, το υλικό και τα χρώματα, ώστε να συμβαδίζουν με τις τάσεις της μόδας. Ως εκ τούτου, εντείνεται ακόμα περισσότερο ο ανταγωνισμός μεταξύ των επιχειρήσεων με αποτέλεσμα τη συμπίεση των περιθωρίων κέρδους.

Ο έντονος ανταγωνισμός που επικρατεί στην αγορά δημιουργεί προβλήματα κυρίως στις μικρού μεγέθους επιχειρήσεις, οι οποίες αδυνατούν να διαθέσουν κεφάλαια για τον εκσυγχρονισμό και τη βελτίωση της οργάνωσής τους και δεν διαθέτουν ανεπτυγμένο δίκτυο διανομής με αναγνωρίσιμο εμπορικό σήμα. Προκειμένου να ενισχυθεί η ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον κλάδο των γυναικείων υφασμάτων ενδυμάτων, με στόχο την αύξηση των πωλήσεων και την περαιτέρω εδραίωσή τους στην αγορά, ίσως θα πρέπει να προσανατολισθούν στη συστηματικότερη προβολή και προώθηση των προϊόντων τους, μέσω της οργάνωσης και ανάπτυξης του δικτύου διανομής (περισσότερα σημεία πώλησης). Τα τελευταία κυρίως χρόνια παρατηρείται ότι, ορισμένες επιχειρήσεις προσπαθούν να εφαρμόσουν στρατηγική ανάπτυξης νέων αγορών.

Ορισμένες «επώνυμες», εδραιωμένες εταιρείες στην ελληνική αγορά, επεκτείνουν τις δραστηριότητές τους και στο εξωτερικό, αναζητώντας νέες αγορές. Η λιανική διάθεση των γυναικείων υφασμάτων ενδυμάτων πραγματοποιείται μέσω πληθώρας επιχειρήσεων που περιλαμβάνει μεμονωμένα – εξειδικευμένα καταστήματα, αλυσίδες καταστημάτων λιανικής πώλησης και πολυκαταστήματα. Τα τελευταία κυρίως χρόνια παρατηρείται επέκταση των αλυσίδων στην αγορά και μέσω της μεθόδου της δικαιόχρησης (franchising). Οι εν λόγω αλυσίδες διαθέτουν γνωστό εμπορικό σήμα και επιτυγχάνουν οικονομίες κλίμακας λόγω μεγέθους, ενώ η ανάπτυξή τους συντελείται κυρίως εις βάρος των μεμονωμένων καταστημάτων. Επιπλέον, ορισμένες διατηρούν και corners μέσα σε πολυκαταστήματα, έχοντας παρουσία σε επιπλέον σημεία, όπου συγκεντρώνεται μεγάλος αριθμός καταναλωτών.

Σύμφωνα με παράγοντες της αγοράς, ο ανταγωνισμός στον κλάδο θα ενταθεί τα επόμενα χρόνια, ιδιαίτερα στο επίπεδο του λιανικού εμπορίου, με αποτέλεσμα να διατηρηθούν στην αγορά είτε μεγάλες επιχειρήσεις που διαθέτουν ρευστότητα κεφαλαίων και εκτεταμένο δίκτυο διανομής με αναγνωρίσιμο εμπορικό σήμα, είτε μικρές και ευέλικτες που στοχεύουν σε συγκεκριμένη αγορά καταναλωτικού κοινού (π.χ. «επώνυμα» εισαγόμενα προϊόντα). Σύμφωνα με τις ισχύουσες συνθήκες και τάσεις της αγοράς, εκτιμάται ότι η άνοδος της κατανάλωσης των γυναικείων υφασμάτων ενδυμάτων που παρατηρείται τα τελευταία χρόνια (σε ποσότητα), θα συνεχιστεί τόσο κατά το τρέχον έτος (2007) όσο και το επόμενο (2008) με μέσο ετήσιο ρυθμό ανάλογο των τελευταίων ετών (περίπου 3%). Επίσης, αναμένεται περαιτέρω συρρίκνωση της εγχώριας παραγωγής και αύξηση των εισαγωγών. Παράγοντες του κλάδου επισημαίνουν ότι, προκειμένου να ενισχυθεί η ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων παραγωγής γυναικείων υφασμάτων ενδυμάτων απαιτείται η καλύτερη οργάνωση και ο εκσυγχρονισμός της παραγωγικής διαδικασίας, η εστίαση της παραγωγής σε διαφοροποιημένα προϊόντα υψηλής προστιθέμενης αξίας που να ανταποκρίνονται στις σύγχρονες ανάγκες των καταναλωτών και στις τάσεις της μόδας, η έμφαση στην κατάρτιση των εργαζομένων, η έμφαση στην ενημέρωση των επιχειρήσεων του κλάδου για τις διεθνείς εξελίξεις και τάσεις της αγοράς κ.ά.

## **ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΟΥ MARKETING**

### **ΣΚΟΠΟΙ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΥΠΟ ΙΔΡΥΣΗ ΜΟΝΑΔΑΣ**

**Σκοπός** της υπό ίδρυση εταιρείας εισαγωγής έτοιμων ενδυμάτων είναι να δημιουργηθεί μια νέα φιλοσοφία στην αγορά ενδυμάτων , με την οποία τα εμπορικά καταστήματα θα εξυπηρετούνται και θα έχουν πρόσβαση σε αγορές από πολλά brands του κλάδου χωρίς ποσοτικούς και τιμολογιακούς περιορισμούς.

**Στόχος** της εταιρείας είναι να δημιουργηθεί μια σχέση εμπιστοσύνης με τους πελάτες βασισμένη σε ποιοτική συνεργασία με αποτέλεσμα την εδραίωση και την περαιτέρω ανάπτυξη της εταιρείας στον κλάδο και στην Ελληνική αγορά.

### **ΣΤΟΧΟΘΕΤΗΣΗ (TARGETING)**

Στη νέα υπό ίδρυση εταιρεία εισαγωγής ετοίμων ενδυμάτων είναι πολύ σημαντικό η ορθή επιλογή των τμημάτων στόχων της αγοράς. Σύμφωνα λοιπόν με το παραπάνω σκεπτικό η νέα εταιρεία θα θεωρεί ως τμήμα-στόχο της αγοράς τα καταστήματα ρούχων που λειτουργούν στην Ελλάδα. Κυρίως δε εκείνα που προμηθεύονται τα προϊόντα τους μονομερώς , δηλαδή από μια εισαγωγική εταιρεία.

### **ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ MARKETING**

Η στρατηγική που πρόκειται να ακολουθήσει η υπό εξέταση εταιρεία πρέπει να είναι σε θέση να της προσδώσει ουσιαστικά εφόδια, ώστε να την κατατάξει στον κατάλογο των σύγχρονων, ανταγωνιστικών και διαφοροποιημένων επιχειρήσεων στον κλάδο εισαγωγής ετοίμων ενδυμάτων. Λαμβάνοντας λοιπόν υπόψη τις εναλλακτικές στρατηγικές που προσφέρονται η νέα εταιρεία έχει επιλέξει να εφαρμόσει μια στρατηγική συνεργασίας με τις κύριες ανταγωνιστικές εταιρείες. Πιο συγκεκριμένα η νέα εταιρεία θα εστιάσει στην ποιότητα/επωνυμία των προϊόντων, την επιπλέον απόδοση/διάθεση των προϊόντων γεγονός που θα επιτευχτεί μέσω της διαφοροποίησης και της εστίασης σε συγκεκριμένου (κατά περίπτωση) τύπου εμπορικών καταστημάτων.

**ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ ΤΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ MARKETING****1. PRODUCT: ΠΡΟΙΟΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΠΡΟΙΟΝΤΟΣ**

Το προϊόν με το οποίο θα επικεντρωθεί κυρίως η εξεταζόμενη εταιρεία είναι τα ρούχα. Η εταιρεία λοιπόν θα εισάγει συγκεκριμένα και επιλεγμένα μοντέλα και μάρκες από ρούχα με συγκεκριμένα κριτήρια όπως :

- Το brand name
- Η διαφήμιση της συγκεκριμένης μάρκας/μοντέλου
- Το ιστορικό πωλήσεων
- Τιμή

Με βάση λοιπόν τα παραπάνω στοιχεία/κριτήρια και την ανάλυση της αγοράς που έχει ήδη πραγματοποιηθεί στη συγκεκριμένη μελέτη, η εξεταζόμενη εταιρεία θα εισάγει και θα προωθεί (με βάση την σημερινή ισχύουσα κατάσταση) τα παρακάτω προϊόντα/brandnames:

- Cheap Monday
- Aqua
- Eleven Paris
- Opening Ceremony
- Maaji
- J. Crew
- Current/ Elliot
- T by Alexander Wang
- By Malene Birger
- Aubin & Wills
- Splendid

Είναι πολύ σημαντικό και πρέπει να επισημανθεί ιδιαιτέρως ότι η εξεταζόμενη εταιρεία από τα παραπάνω brandnames δεν θα εισάγει όλους τους κωδικούς που βγάζει κάθε χρόνο η εκάστοτε εταιρεία παρά μόνο αυτά που πληρούν τις προϋποθέσεις και τα κριτήρια που αναφέρθηκαν παραπάνω.

**2. PRICE: ΤΙΜΗ ΚΑΙ ΤΙΜΟΛΟΓΙΑΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ**

Εφόσον η εξεταζόμενη εταιρεία έχει επιλέξει μια στρατηγική συνεργασίας με τον ανταγωνισμό θα πρέπει να υιοθετήσει μια σχετικά καθορισμένη τιμολογιακή πολιτική. Έτσι λοιπόν η νέα εταιρεία θα αγοράζει τα προϊόντα της από τις εταιρείες του ανταγωνισμού και θα τα προωθεί στα εμπορικά καταστήματα σε τιμές λίγο χαμηλότερες από τις θυγατρικές που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα. Το γεγονός ότι μπορεί η νέα εταιρεία να έχει λίγο χαμηλότερες τιμές από τις θυγατρικές εταιρείες βασίζεται στο ότι αγοράζοντας κάποιος απευθείας από την μητρική εταιρεία στην Ιταλία μεγάλες ποσότητες προϊόντων (1000 τεμάχια και πάνω) έχει 30% έκπτωση σε είδος, δηλαδή στα 1000 τεμάχια παίρνει 1300 τεμάχια.

Είναι αρκετά σημαντικό στο σημείο αυτό να επισημάνουμε ότι η νέα εταιρεία, κυρίως για τις μικρές της παραγγελίες, θα εισπράττει τις απαιτήσεις μετρητοίς καθώς αυτό θα την βοηθήσει στην ρευστότητα της για τις αγορές της.

### 3. PROMOTION: ΠΡΩΘΗΣΗ ΚΑΙ ΠΡΩΘΗΤΙΚΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ

Η υπό εξέταση εταιρεία σκοπεύει να επικεντρωθεί σε προωθητικές ενέργειες που θα έχουν να κάνουν με την προσπάθεια ενίσχυσης της φήμης της στα καταστήματα ένδυσης. Το γεγονός ότι ο ιδιοκτήτης καταστήματος θα μπορεί να προμηθευτεί τα ρούχα που θα εισάγει η εταιρεία χωρίς κανένα περιορισμό στα τεμάχια της παραγγελίας του αποτελεί τη βάση για την διάδοση από στόμα σε στόμα στον κλάδο.

Επιπροσθέτως κάποια προωθητικά εργαλεία όπως :

- Δημόσιες σχέσεις
- Προσωπικές πωλήσεις

Γενικώς στη φιλοσοφία της νέας εταιρείας θα είναι η άμεση επαφή με τον ενδιαφερόμενο μέσω επισκέψεων στα επιμέρους καταστήματα. Επίσης το γεγονός ότι η εταιρεία θα εμπορεύεται «παράλληλα» τα πιο γνωστά brands στα είδη ένδυσης καθίστα ανύπαρκτη οποιαδήποτε διαφημιστική ενεργεία των προϊόντων καθώς αυτή έχει ήδη γίνει από τις μητρικές και θυγατρικές εταιρείες.

### 4. PLACE: ΔΙΚΤΥΟ ΔΙΑΝΟΜΗΣ

Το δίκτυο διανομής είναι ένα από τους σημαντικότερους τομείς για την ομαλή λειτουργία της νέας εταιρείας. Η νέα εταιρεία σκοπεύει να αναπτύξει ένα αρκετά μεγάλο εύρος διανομής των προϊόντων της σε ολόκληρη την Ελλάδα. Όπως έχουμε πει από πριν η εταιρεία θα διανέμει τα προϊόντα της σε καταστήματα ένδυσης. Συνεπώς το προσωπικό της εταιρείας θα έχει να κάνει κατά κύριο λόγο με την διανομή των παραγγελιών στα αντίστοιχα καταστήματα. Παράγοντες όπως :

- Χρόνος παράδοσης
- Κατάσταση εμπορευμάτων κατά την παράδοση

Θα αποτελούν σημαντικό κομμάτι για την εικόνα της εταιρείας.

Στα καταστήματα της επαρχίας, τα εμπορεύματα, θα υπάρχει η δυνατότητα να αποστέλλονται με courier με αντικαταβολή αλλά και μέσω των πωλητών της εταιρείας με παράδοση στο ίδιο το κατάστημα.

**ΕΣΟΔΑ ΑΠΟ ΠΩΛΗΣΕΙΣ**

Η εκτίμηση του συνολικού ύψους των εσόδων για την νέα εταιρεία γίνεται σε ετήσια βάση, υπολογίζοντας το ύψος των πωλήσεων τόσο για το έτος 2008, όπου αποτελεί το έτος έναρξης λειτουργίας της νέας επιχείρησης όσο και για ένα βάθος πενταετίας. Για την όσο το δυνατόν ακριβέστερη εκτίμηση και απεικόνιση των εσόδων από τις πωλήσεις θα πρέπει να ληφθούν υπόψη παράγοντες όπως ο πληθωρισμός για τη χώρα μας, ο οποίος αναμένεται ότι θα αυξάνεται κατά 3,5% ανά έτος.

Πίνακας 1. Έσοδα από Πωλήσεις 2008

| ΕΤΟΣ        | BRAND                      | ΤΕΜΑΧΙΑ | ΤΙΜΗ ΠΩΛΗΣΗΣ (€/ΤΜΧ) | ΕΣΟΔΑ ΠΩΛΗΣΕΩΝ |
|-------------|----------------------------|---------|----------------------|----------------|
| <b>2008</b> | <u>Cheap Monday</u>        | 9000    | 65                   | 585000         |
|             | <u>Aqua</u>                | 2000    | 55                   | 110000         |
|             | <u>Eleven Paris</u>        | 1400    | 95                   | 133000         |
|             | <u>Opening Ceremony</u>    | 260     | 110                  | 28600          |
|             | <u>Maaji</u>               | 150     | 90                   | 13500          |
|             | <u>J. Crew</u>             | 400     | 85                   | 34000          |
|             | <u>Current/ Elliot</u>     | 800     | 110                  | 88000          |
|             | <u>T by Alexander Wang</u> | 780     | 95                   | 74100          |
|             | <u>By Malene Birger</u>    | 5000    | 65                   | 325000         |
|             | <u>Aubin &amp; Wills</u>   | 400     | 110                  | 44000          |
|             | <u>Splendid</u>            | 500     | 100                  | 50000          |
|             |                            |         |                      | <b>ΣΥΝΟΛΟ:</b> |

Πίνακας 2. Έσοδα από Πωλήσεις 2009

| ΕΤΟΣ        | BRAND                      | ΤΕΜΑΧΙΑ | ΤΙΜΗ ΠΩΛΗΣΗΣ (€/ΤΜΧ) | ΕΣΟΔΑ ΠΩΛΗΣΕΩΝ |
|-------------|----------------------------|---------|----------------------|----------------|
| <b>2009</b> | <u>Cheap Monday</u>        | 9600    | 65                   | 624000         |
|             | <u>Aqua</u>                | 1850    | 57                   | 105450         |
|             | <u>Eleven Paris</u>        | 1000    | 98                   | 98000          |
|             | <u>Opening Ceremony</u>    | 220     | 113                  | 24860          |
|             | <u>Maaji</u>               | 140     | 93                   | 13020          |
|             | <u>J. Crew</u>             | 320     | 87                   | 27840          |
|             | <u>Current/ Elliot</u>     | 700     | 114                  | 79800          |
|             | <u>T by Alexander Wang</u> | 650     | 98                   | 63700          |
|             | <u>By Malene Birger</u>    | 5700    | 65                   | 370500         |
|             | <u>Aubin &amp; Wills</u>   | 330     | 114                  | 37620          |
|             | <u>Splendid</u>            | 410     | 104                  | 42640          |
|             |                            |         |                      | <b>ΣΥΝΟΛΟ:</b> |



Πίνακας 3. Έσοδα από Πωλήσεις 2010

| ΕΤΟΣ        | BRAND                      | ΤΕΜΑΧΙΑ | ΤΙΜΗ ΠΩΛΗΣΗΣ (€/ΤΜΧ) | ΕΣΟΔΑ ΠΩΛΗΣΕΩΝ |
|-------------|----------------------------|---------|----------------------|----------------|
| <b>2010</b> | <u>Cheap Monday</u>        | 9900    | 65                   | 643000         |
|             | <u>Aqua</u>                | 1640    | 61                   | 100040         |
|             | <u>Eleven Paris</u>        | 840     | 100                  | 84000          |
|             | <u>Opening Ceremony</u>    | 200     | 115                  | 23000          |
|             | <u>Maaji</u>               | 130     | 100                  | 13000          |
|             | <u>J. Crew</u>             | 310     | 90                   | 27900          |
|             | <u>Current/ Elliot</u>     | 640     | 119                  | 76160          |
|             | <u>T by Alexander Wang</u> | 590     | 102                  | 60180          |
|             | <u>By Malene Birger</u>    | 6100    | 65                   | 396500         |
|             | <u>Aubin &amp; Wills</u>   | 310     | 120                  | 37200          |
|             | <u>Splendid</u>            | 370     | 108                  | 39960          |
|             |                            |         | <b>ΣΥΝΟΛΟ:</b>       | <b>1500940</b> |

Πίνακας 4. Έσοδα από Πωλήσεις 2011

| ΕΤΟΣ        | BRAND                      | ΤΕΜΑΧΙΑ | ΤΙΜΗ ΠΩΛΗΣΗΣ (€/ΤΜΧ) | ΕΣΟΔΑ ΠΩΛΗΣΕΩΝ |
|-------------|----------------------------|---------|----------------------|----------------|
| <b>2011</b> | <u>Cheap Monday</u>        | 10100   | 65                   | 656500         |
|             | <u>Aqua</u>                | 1600    | 64                   | 102400         |
|             | <u>Eleven Paris</u>        | 770     | 103                  | 79310          |
|             | <u>Opening Ceremony</u>    | 185     | 118                  | 21830          |
|             | <u>Maaji</u>               | 125     | 103                  | 12875          |
|             | <u>J. Crew</u>             | 300     | 93                   | 27900          |
|             | <u>Current/ Elliot</u>     | 610     | 121                  | 73810          |
|             | <u>T by Alexander Wang</u> | 580     | 103                  | 59740          |
|             | <u>By Malene Birger</u>    | 6500    | 65                   | 422500         |
|             | <u>Aubin &amp; Wills</u>   | 280     | 124                  | 34720          |
|             | <u>Splendid</u>            | 340     | 110                  | 37400          |
|             |                            |         | <b>ΣΥΝΟΛΟ:</b>       |                |

Πίνακας 5. Έσοδα από Πωλήσεις 2012

| ΕΤΟΣ        | BRAND                      | ΤΕΜΑΧΙΑ        | ΤΙΜΗ ΠΩΛΗΣΗΣ (€/ΤΜΧ) | ΕΣΟΔΑ ΠΩΛΗΣΕΩΝ |
|-------------|----------------------------|----------------|----------------------|----------------|
| <b>2012</b> | <u>Cheap Monday</u>        | 10500          | 65                   | 682500         |
|             | <u>Aqua</u>                | 1540           | 67                   | 103180         |
|             | <u>Eleven Paris</u>        | 700            | 105                  | 73500          |
|             | <u>Opening Ceremony</u>    | 160            | 120                  | 19200          |
|             | <u>Maaji</u>               | 120            | 105                  | 12600          |
|             | <u>J. Crew</u>             | 290            | 96                   | 27840          |
|             | <u>Current/ Elliot</u>     | 580            | 123                  | 71340          |
|             | <u>T by Alexander Wang</u> | 530            | 106                  | 56180          |
|             | <u>By Malene Birger</u>    | 6800           | 65                   | 442000         |
|             | <u>Aubin &amp; Wills</u>   | 245            | 129                  | 31605          |
|             | <u>Splendid</u>            | 310            | 113                  | 35030          |
|             |                            | <b>ΣΥΝΟΛΟ:</b> |                      |                |

Πίνακας 6. Έσοδα από Πωλήσεις 2013

| ΕΤΟΣ        | BRAND                      | ΤΕΜΑΧΙΑ | ΤΙΜΗ ΠΩΛΗΣΗΣ (€/ΤΜΧ) | ΕΣΟΔΑ ΠΩΛΗΣΕΩΝ |
|-------------|----------------------------|---------|----------------------|----------------|
| <b>2013</b> | <u>Cheap Monday</u>        | 11000   | 65                   | 715000         |
|             | <u>Aqua</u>                | 1600    | 69                   | 110400         |
|             | <u>Eleven Paris</u>        | 730     | 107                  | 78110          |
|             | <u>Opening Ceremony</u>    | 190     | 120                  | 22800          |
|             | <u>Maaji</u>               | 130     | 107                  | 13910          |
|             | <u>J. Crew</u>             | 310     | 97                   | 30070          |
|             | <u>Current/ Elliot</u>     | 620     | 125                  | 77500          |
|             | <u>T by Alexander Wang</u> | 560     | 106                  | 59360          |
|             | <u>By Malene Birger</u>    | 7000    | 65                   | 455000         |
|             | <u>Aubin &amp; Wills</u>   | 260     | 130                  | 33800          |
|             | <u>Splendid</u>            | 340     | 115                  | 39100          |
|             |                            |         |                      | <b>ΣΥΝΟΛΟ:</b> |

## ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗ

Σύμφωνα με τους παραπάνω πίνακες, η νέα εταιρεία εισαγωγής ετοιμών ενδυμάτων θα πραγματοποιήσει κατά τα πέντε πρώτα έτη λειτουργίας της τις παραπάνω πωλήσεις. Τα τεμάχια που αναφέρονται στους πίνακες, προκύπτουν αφενός από το ποσοστό που εκτιμά η νέα εταιρεία να κατακτήσει στην Ελληνική αγορά, και αφετέρου από τις πωλήσεις που πραγματοποιούνται στα συγκεκριμένα brands από τις θυγατρικές εταιρείες που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα σε συνδυασμό με τις διαφημιστικές δαπάνες που οι εταιρείες αυτές πραγματοποιούν και αναφέρονται παραπάνω αναλυτικά στη παρούσα μελέτη. Κατά το πρώτο έτος λειτουργίας της νέας εταιρείας αναφέρεται η εκτίμηση ότι θα πουληθούν 9.000 τεμάχια Cheap Monday. Ο συγκεκριμένος αριθμός προκύπτει από το γεγονός ότι η νέα εταιρεία εκτιμά ότι θα καταλάβει περίπου το 5-6% της εγχώριας αγοράς, αφού με βάση τα στοιχειά πωλήσεων της εταιρείας Cheap Monday (που αντιπροσωπεύει το brand) αλλά και από την παράλληλη αγορά, στην Ελλάδα δίνονται στα καταστήματα ρούχων περίπου 200.000 τεμάχια ετησίως.

Αντίστοιχα συμβαίνει και με τα άλλα brands που αναφέρονται στους παραπάνω πίνακες όπως π.χ. τα Splendid, τα οποία πωλούν περίπου 80.000 τεμάχια ετησίως κ.ο.κ.

### 3.16 : ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΚΟΣΤΟΥΣ MARKETING

Το κόστος του marketing περιλαμβάνει όλες εκείνες τις δαπάνες που πρόκειται να καταβάλει η νέα υπό εξέταση εταιρεία για την προώθηση και την διανομή των προϊόντων της στους πελάτες της.

Επειδή στη συγκεκριμένη εταιρεία έχουμε να κάνουμε με ενός είδους «παράλληλο εμπόριο» υπολογίζεται ότι το κόστος marketing περιορίζεται σε δαπάνες :

- Διανομής
- Προώθησης

Συγχρόνως, πρέπει να επισημάνουμε πως από τις παραπάνω δαπάνες περίπου το 80% θα έχει να κάνει με την διανομή των προϊόντων και το υπόλοιπο 20% με την προώθησή τους.

Η διανομή των προϊόντων περιλαμβάνει έξοδα σχετικά με την αποστολή των εμπορευμάτων στους πελάτες (οπτικούς) μέσω εταιρείας courier.

Η προώθηση των προϊόντων ΔΕΝ έχει να κάνει με διαφημιστικές δαπάνες των brands που εμπορεύεται η εταιρεία καθώς αυτές έχουν γίνει από πριν από τις ίδιες τις εταιρείες, αλλά έχει να κάνει με τη δημιουργία διαφημιστικών φυλλαδίων που παρουσιάζουν την φύση της υπό εξέταση εταιρείας και τα προϊόντα που προσφέρει, τα οποία οι πελάτες σίγουρα γνωρίζουν.

#### Πίνακας 7. Κόστος Μάρκετινγκ

| ΕΤΟΣ | ΕΣΟΔΑ<br>ΠΩΛΗΣΕΩΝ | ΔΙΑΝΟΜΗ | ΠΡΟΩΘΗΣΗ | ΣΥΝΟΛΟ    |
|------|-------------------|---------|----------|-----------|
| 2008 | 1.485.200         | 55.000  | 4,500    | 1.425.700 |
| 2009 | 1.487.430         | 56.500  | 4,800    | 1.426.130 |
| 2010 | 1.500.940         | 57.300  | 5,100    | 1.438.540 |
| 2011 | 1.528.715         | 58.600  | 5,400    | 1.464.715 |
| 2012 | 1.554.975         | 59.100  | 5,900    | 1.489.975 |
| 2013 | 1.635.050         | 64.400  | 6,800    | 1.563.850 |

### ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗ

Σύμφωνα με τον παραπάνω πίνακα, παρουσιάζονται οι δαπάνες που θα πραγματοποιηθούν για τα πέντε πρώτα έτη λειτουργίας της εταιρείας. Τα έξοδα διανομής προκύπτουν από τη συνεργασία της νέας εταιρείας με εταιρεία courier, η οποία θα ανέρχεται στα 55.000€ ετησίως. Τα έξοδα προώθησης αφορούν διαφημιστικά φυλλάδια και κάρτες της εταιρείας και σύμφωνα με προσφορά εταιρείας εκτυπώσεων ανέρχεται στα 0.45€ το τεμάχιο. Εκτιμάται ότι η νέα εταιρεία θα χρειαστεί περίπου 10.000 τεμάχια, συνεπώς προκύπτει το ποσό των 4.500€ ετησίως.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4<sup>ο</sup>

### **4.1 : ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ ΚΑΙ ΑΛΛΑ ΕΦΟΔΙΑ**

Στην υπό εξέταση εισαγωγική εταιρεία ενδυμάτων δεν είναι δυνατόν να θέσουμε κριτήριο επιλογής πρώτων υλών καθώς δεν θα λαμβάνει μέρος καμία είδους επεξεργασία ή παραγωγική διαδικασία στα προϊόντα (ρούχα) επειδή θα εισάγονται έτοιμα μέσα στις θήκες τους όπως συνηθίζεται.

Ωστόσο προκειμένου να έχουμε μια ομαλή λειτουργία της εταιρείας, πρέπει στο σημείο αυτό να θέσουμε κάποια κριτήρια επιλογής ως προς τα εφόδια που θα χρειαστούν.

#### Υλικά συσκευασίας

Καθώς στη συγκεκριμένη περίπτωση πρόκειται για εισαγωγική εταιρεία η διανομή των προϊόντων χρειάζεται τα απαραίτητα εφόδια για να πραγματοποιηθεί.

Παρόλο που η νέα εταιρεία θα συνεργάζεται με εταιρεία διανομής για τα προϊόντα της (courier) χρειάζεται να κατέχει και η ίδια κάποια ποσότητα υλικών συσκευασίας κυρίως για τις περιπτώσεις παραλαβής εμπορευμάτων από την έδρα της. Με βάση τα παραπάνω λοιπόν θα χρειαστούν:

- Χαρτοκιβώτια μεταφοράς
- Ταινίες κόλλησης
- Περιτύλιγμα ασφαλείας
- Ετικέτες

Πίνακας 8 Υλικά συσκευασίας

| ΥΛΙΚΑ<br>ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ      | ΠΟΣΟΤΗΤΑ<br>(ανά έτος) | ΚΟΣΤΟΣ<br>(ανά μονάδα) | ΚΟΣΤΟΣ (€) |
|---------------------------|------------------------|------------------------|------------|
| ΧΑΡΤΟΚΙΒΩΤΙΑ<br>ΜΕΤΑΦΟΡΑΣ | 500                    | 0.30                   | 150        |
| ΤΑΙΝΙΕΣ ΚΟΛΛΗΣΗΣ          | 50                     | 0.90                   | 45         |
| ΠΕΡΙΤΥΛΙΓΜΑ<br>ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ  | 5(ρολά)                | 10                     | 50         |
| ΕΤΙΚΕΤΕΣ                  | 500                    | 0,10                   | 50         |
| <b>ΣΥΝΟΛΟ</b>             |                        |                        | <b>295</b> |

Βοηθητικά υλικά και άλλα εφόδια

Προκειμένου η υπό μελέτη επιχείρηση να είναι σε θέση να λειτουργήσει, είναι απαραίτητα και κάποια επιπλέον βοηθητικά υλικά και εφόδια. Απαιτείται συνεπώς λεπτομερής εκτίμηση των αναγκαίων εισροών, όπως :

- Υπηρεσίες κοινής ωφέλειας: ηλεκτρικό ρεύμα και νερό
- Υλικά καθαρισμού
- Γραφική υλη και αναλώσιμα



Πίνακας 9 Βοηθητικά υλικά

| <b>ΒΟΗΘΗΤΙΚΑ<br/>ΥΛΙΚΑ &amp; ΑΛΛΑ<br/>ΕΦΟΔΙΑ</b> | <b>ΠΟΣΟΤΗΤΑ<br/>(ανά έτος)</b> | <b>ΚΟΣΤΟΣ<br/>(ανά μονάδα)</b> | <b>ΚΟΣΤΟΣ (€)</b> |
|--|--------------------------------|--------------------------------|-------------------|
| <b>ΗΛΕΚΤΡΙΚΟ<br/>ΡΕΥΜΑ</b>                       | <b>380.000 kwh</b>             | <b>0.04 €/kwh</b>              | <b>15.200</b>     |
| <b>ΝΕΡΟ</b>                                      | <b>50 τόνοι</b>                | <b>10 €/τόνο</b>               | <b>500</b>        |
| <b>ΥΛΙΚΑ<br/>ΚΑΘΑΡΙΣΜΟΥ</b>                      |                                |                                | <b>1.500</b>      |
| <b>ΓΡΑΦΙΚΗ ΥΛΗ &amp;<br/>ΑΝΑΛΩΣΙΜΑ</b>           |                                |                                | <b>3.000</b>      |
| <b>ΣΥΝΟΛΟ</b>                                    |                                |                                | <b>20.200 €</b>   |

#### **4.2 : ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΡΩΤΩΝ ΥΛΩΝ ΚΑΙ ΑΛΛΩΝ ΕΦΟΔΙΩΝ**

Προκειμένου να έχουμε μια σωστή και ρεαλιστική εικόνα σχετικά με το κόστος των εφοδίων που θα χρειαστεί η υπό εξέταση εισαγωγική εταιρεία πρέπει να υπολογίσουμε πρώτα για το έτος 2008 το κόστος για καθένα από τα εφόδια ξεχωριστά.

Στον παρακάτω πίνακα παραθέτουμε το κόστος των εφοδίων για το έτος 2008-2013.

Πίνακας 10 Κόστος πρώτων υλών και άλλων εφοδίων

| <b>ΕΤΟΣ</b> | <b>ΒΟΗΘΗΤΙΚΑ ΥΛΙΚΑ<br/>&amp; ΑΛΛΑ ΕΦΟΔΙΑ</b> | <b>ΥΛΙΚΑ<br/>ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ</b> | <b>ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ<br/>(€)</b> |
|-------------|--|------------------------------|--------------------------------|
| <b>2008</b> | <b>20200</b>                                 | <b>295</b>                   | <b>20495</b>                   |
| <b>2009</b> | <b>21000</b>                                 | <b>310</b>                   | <b>21310</b>                   |
| <b>2010</b> | <b>21400</b>                                 | <b>325</b>                   | <b>21725</b>                   |
| <b>2011</b> | <b>22000</b>                                 | <b>340</b>                   | <b>22340</b>                   |
| <b>2012</b> | <b>22500</b>                                 | <b>355</b>                   | <b>22855</b>                   |
| <b>2013</b> | <b>23000</b>                                 | <b>370</b>                   | <b>23370</b>                   |

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5<sup>ο</sup>

### 5.1 : ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΑ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ

Όπως έχουμε πει και σε προηγούμενα κεφάλαια η νέα υπό εξέταση εταιρεία είναι μια εμπορική-εισαγωγική εταιρεία. Συνεπώς όπως διαφαίνεται δεν θα διαθέτει ένα σύνθετο μηχανολογικό και τεχνολογικό σύστημα καθώς δεν υπάρχει ούτε παραγωγική διαδικασία ούτε κάποιου είδους επεξεργασία του προϊόντος καθώς τα ενδύματα θα εισάγονται έτοιμα.

Σε μια εταιρεία εμπορικής/εισαγωγικής φύσεως θα χρειαστούμε μηχανολογικό και τεχνολογικό εξοπλισμό προκειμένου να καλύψουμε κάποιες σημαντικές λειτουργίες στον χώρο που θα εδρεύει η εταιρεία αφενός αλλά και για τους πωλητές της που θα βρίσκονται κατά κύριο λόγο εκτός για πωλήσεις, επαφές, δειγματισμούς, αγορές κ.τ.λ. αφετέρου.

Με βάση τα παραπάνω η νέα εισαγωγική εταιρεία ενδυμάτων θα χρειαστεί τα εξής:

#### ΜΕΤΑΦΟΡΙΚΑ ΜΕΣΑ

- φορτηγάκια

#### ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΓΡΑΦΕΙΩΝ

- ηλεκτρονικοί υπολογιστές
- laptop
- εκτυπωτές
- Έπιπλα γραφείου
- Συσκευές κλιματισμού
- Συσκευές ασφαλείας
- Αποθηκευτικά ράφια
- Φωτιστικά
- Διακοσμητικά
- Πρόγραμμα διαχείρισης ηλεκτρονικού υπολογιστή για ενδύματα
- μηχανάκια αναγνώρισης barcode
- Τηλεφωνικό κέντρο
- Τηλεφωνικές συσκευές
- κινητά τηλέφωνα
- Βαλίτσες δειγματολογίου
- Λοιπός εξοπλισμός

### 5.2 : ΚΟΣΤΟΣ ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΟΥ & ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟΥ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ

Το κόστος που θα έχει η νέα εταιρεία εισαγωγής ενδυμάτων σχετικά με τα μηχανολογικά και τεχνολογικά μέρη αναλύεται στον παρακάτω πίνακα:

Πίνακας 11 Κόστος μηχανολογικού &amp; τεχνολογικού εξοπλισμού

| ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ                     | ΜΟΝΑΔΕΣ | ΚΟΣΤΟΣ (€)         |
|-------------------------------|---------|--------------------|
| <b>ΜΕΤΑΦΟΡΙΚΑ ΜΕΣΑ</b>        |         |                    |
| ΦΟΡΤΗΓΑΚΙΑ                    | 2       | 30.000,00 €        |
| <b>ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΓΡΑΦΕΙΩΝ</b>    |         |                    |
| Η/Υ                           | 5       | 2.500,00 €         |
| ΛΑΡΤΟΡ                        | 3       | 1.500,00 €         |
| ΕΚΤΥΠΩΤΗΣ                     | 2       | 400,00 €           |
| ΕΠΙΠΛΑ ΓΡΑΦΕΙΟΥ               |         | 15.000,00 €        |
| ΣΥΣΚΕΥΕΣ ΚΛΙΜΑΤΙΣΜΟΥ          | 4       | 2.500,00 €         |
| ΣΥΣΚΕΥΕΣ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ            |         | 5.000,00 €         |
| ΑΠΟΘΗΚΕΥΤΙΚΑ ΡΑΦΙΑ            |         | 10.000,00 €        |
| ΦΩΤΙΣΤΙΚΑ                     |         | 1.000,00 €         |
| ΔΙΑΚΟΣΜΗΤΙΚΑ                  |         | 200,00 €           |
| ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ         |         | 5.000,00 €         |
| ΜΗΧΑΝΑΚΙΑ ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗΣ BARCODE |         | 1.000,00 €         |
| ΤΗΛΕΦΩΝΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ             |         | 2.000,00 €         |
| ΤΗΛΕΦΩΝΙΚΕΣ ΣΥΣΚΕΥΕΣ          | 5       | 300,00 €           |
| ΚΙΝΗΤΑ ΤΗΛΕΦΩΝΑ               | 3       | 600,00 €           |
| ΒΑΛΙΤΣΕΣ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ       |         | 1.500,00 €         |
| ΛΟΙΠΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ             |         | 500,00 €           |
| <b>ΣΥΝΟΛΟ</b>                 |         | <b>79.000,00 €</b> |

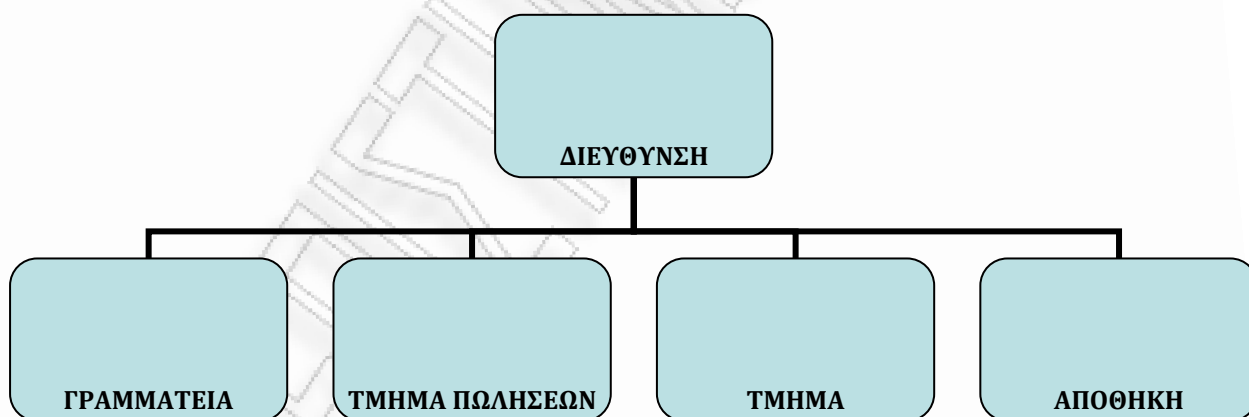
## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6<sup>ο</sup>

### 6.1 : ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ ΚΑΙ ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ

Ως οργάνωση της εταιρείας που εξετάζουμε νοείται ο τρόπος με τον οποίο δομούνται και καθορίζονται οι λειτουργίες και οι δραστηριότητες της επιχείρησης. Είναι πολύ σημαντικό στην υπό εξέταση εταιρεία να υπάρχει πλήρης γνώση των αρμοδιοτήτων καθώς και τήρηση οργανωσιακών λειτουργιών. Στόχος της οργάνωσης σε αυτό το επίπεδο είναι αφενός ο συντονισμός και ο έλεγχος της απόδοσης της επιχείρησης και αφετέρου η επίτευξη των επιχειρηματικών στόχων.

Η οργανωσιακή δομή της επιχείρησης απεικονίζει της υπευθυνότητες στις λειτουργικές μονάδες μέσα στους κόλπους της επιχείρησης. Προφανώς στη συγκεκριμένη περίπτωση της εισαγωγικής εταιρείας ενδυμάτων δεν μπορούμε να μιλήσουμε για ένα σύνθετο οργανόγραμμα με πολλά τμήματα εντός της εταιρείας, ωστόσο είναι σημαντικό ακόμα και αυτό το οργανόγραμμα να μπορεί να τηρείται.

### 6.2 : ΟΡΓΑΝΟΓΡΑΜΜΑ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ



Διάγραμμα 1. Οργανόγραμμα εταιρείας

#### ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ

Η διεύθυνση της εταιρείας αποτελεί το κορυφαίο επίπεδο της εταιρείας που εξετάζουμε. Αποτελείται από τον/τους ιδιοκτήτες της εταιρείας και περιλαμβάνει αρκετές και σύνθετες αρμοδιότητες. Η διεύθυνση της εταιρείας ασχολείται με τα εξής:

- Μακροπρόθεσμο στρατηγικό προγραμματισμό
- Προϋπολογισμό
- Συντονισμό

- Έλεγχο των επιμέρους τμημάτων της εταιρείας
- Έλεγχο των καθημερινών λειτουργιών
- Προσλήψεις προσωπικού
- Απολύσεις προσωπικού
- Δημόσιες σχέσεις

### ΓΡΑΜΜΑΤΕΙΑ

Η γραμματειακή υποστήριξη της εταιρείας αποτελείται από δυο κοπέλες και είναι υπεύθυνες για τις εξής δραστηριότητες:

- Τηλεφωνικό κέντρο
- Αποστολή/λήψη e-mail
- Αρχαιοθέτηση
- Εκτυπώσεις
- Υποδοχή

### ΤΜΗΜΑ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

Το τμήμα πωλήσεων είναι υπεύθυνο για τις πωλήσεις της εταιρείας. Είναι το τμήμα της εταιρείας που καθρεφτίζει την εικόνα της εταιρείας στους πελάτες καθώς οι πωλητές έρχονται σε καθημερινή βάση σε άμεση επαφή. Επίσης το τμήμα πωλήσεων είναι αυτό που πρέπει να γνωρίζει άπταιστα τα προϊόντα και τα χαρακτηριστικά τους προκειμένου να είναι σε θέση να τα προωθήσει. Οι αρμοδιότητες και τα χαρακτηριστικά του εν λόγω τμήματος είναι τα εξής:

- Επίσκεψη ανά τακτά χρονικά διαστήματα στον χώρο του πελάτη
- Δειγματισμοί προϊόντων
- Επαφή και συνεννόηση με τα υπόλοιπα τμήματα της εταιρείας- προμηθειών, αποθήκη- για διαθεσιμότητα προϊόντων
- Συνεχής ενημέρωση για τα προϊόντα της αγοράς
- Ενημέρωση για τον ανταγωνισμό
- Ταξίδια σε επαρχία

### ΤΜΗΜΑ ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ

Το τμήμα προμηθειών αποτελεί το τμήμα της εταιρείας που είναι υπεύθυνο για τις αγορές των προϊόντων από την Ιταλία. Είναι ίσως το πιο σημαντικό τμήμα καθώς είναι αυτό που έρχεται σε επαφή με τους προμηθευτές και προγραμματίζει τις αγορές της νέας εταιρείας. Βασική δραστηριότητα του τμήματος προμηθειών είναι οι έγκαιρες παραγγελίες και ο συντονισμός με τα τμήματα των πωλήσεων και της αποθήκης. Έτσι λοιπόν οι αρμοδιότητες του συγκεκριμένου τμήματος είναι οι εξής:

- Πραγματοποίηση παραγγελιών
- Τακτική επαφή με προμηθευτές και ενημέρωση για τυχόν αλλαγές ή νέα δεδομένα στα προϊόντα
- Ταξίδια στην Ιταλία για αγορές και λήψη δειγματολογίου, διαφημιστικών κ.τ.λ.
- Επαφή και συντονισμός με το τμήμα πωλήσεων και την αποθήκη
- Ενημέρωση για τον ανταγωνισμό και τις τιμές

### ΑΠΟΘΗΚΗ

Το συγκεκριμένο τμήμα της νέας εταιρείας εισαγωγής ενδυμάτων είναι υπεύθυνο για την αποθήκευση των προϊόντων. Βασική του δραστηριότητα αποτελεί η σωστή ποσότητα

αποθεμάτων ασφάλειας για τα εμπορεύματα καθώς και η συνεχής επικοινωνία του με το τμήμα προμηθειών για τυχόν ελλείψεις. Οι βασικές του αρμοδιότητες λοιπόν είναι οι εξής:

- Ασφαλής φύλαξη των εμπορευμάτων
- Παρακολούθηση αποθέματος ασφαλείας
- Συνεχής επικοινωνία με τμήμα προμηθειών

### ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ

Η νέα υπό εξέταση εταιρεία εισαγωγής ενδυμάτων, όπως είναι φυσικό, θα έχει και ορισμένα γενικά έξοδα. Στην κατηγορία αυτή των γενικών εξόδων εντάσσονται έξοδα που αφορούν στην μεταφορά των προϊόντων από τις εταιρείες της Ιταλίας, κάποια νομικά έξοδα καθώς ακόμα και έξοδα που έχουν να κάνουν με την καθαριότητα των κτηριακών εγκαταστάσεων και των γραφείων τις εταιρείες. Τέλος δαπάνες όπως οι τηλεπικοινωνιακές παροχές στην εταιρεία και τα αεροπορικά ταξίδια καθώς και οι βενζίνες εντάσσονται στα γενικά έξοδα που θα βαρύνουν την νέα εταιρεία.

Προκειμένου να διαχωριστούν τα γενικά έξοδα που θα έχει η νέα εισαγωγική εταιρεία θα τα χωρίσουμε σε τρεις επιμέρους κατηγορίες:

- Τα γενικά έξοδα
- Τα διοικητικά έξοδα
- Τα έξοδα πωλήσεων και διανομής

Τα γενικά έξοδα αφορούν έξοδα τα οποία έχουν να κάνουν με:

- Καθαρισμό των γραφείων
- Συντήρηση
- Μεταφορά των προϊόντων
- Τηλεπικοινωνιακές παροχές
- Νομικά έξοδα

Τα διοικητικά έξοδα αφορούν έξοδα τα οποία έχουν να κάνουν με:

- Εφόδια γραφείου
- Ασφάλιστρα
- Δημόσιες σχέσεις
- Αεροπορικά εισιτήρια

Τα έξοδα πωλήσεων και διανομής αφορούν έξοδα τα οποία έχουν να κάνουν με:

- Επικοινωνίες
- Βενζίνες
- Διόδια
- Συντήρηση αυτοκινήτων
- Ασφάλιστρα αυτοκινήτων

Στον παρακάτω πίνακα γίνεται εκτίμηση των παραπάνω γενικών εξόδων για τα πέντε πρώτα έτη λειτουργίας της εταιρείας.

Πίνακας 12 Γενικών Εξόδων

| ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ                 | ΚΟΣΤΟΣ (€)        | ΚΟΣΤΟΣ (€)         | ΚΟΣΤΟΣ (€)         | ΚΟΣΤΟΣ (€)         | ΚΟΣΤΟΣ (€)         | ΚΟΣΤΟΣ(€)          |
|---------------------------|-------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
|                           | 2008              | 2008               | 2008               | 2008               | 2008               | 2008               |
| <b>ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ</b>       |                   |                    |                    |                    |                    |                    |
| Καθαρισμός γραφείων       | 1.200,00 €        | 1.280,00 €         | 1.300,00 €         | 1.350,00 €         | 1.400,00 €         | 1.450,00 €         |
| Συντήρηση                 | 1.000,00 €        | 500,00 €           | 550,00 €           | 400,00 €           | 400,00 €           | 500,00 €           |
| Μεταφορά προϊόντων        | 6.000,00 €        | 6.800,00 €         | 7.100,00 €         | 7.300,00 €         | 7.700,00 €         | 8.400,00 €         |
| Τηλεπικοινωνιακές παροχές | 2.500,00 €        | 2.700,00 €         | 3.000,00 €         | 3.100,00 €         | 3.300,00 €         | 3.800,00 €         |
| Νομικά έξοδα              | 2.500,00 €        | 500,00 €           | 500,00 €           | 500,00 €           | 500,00 €           | 500,00 €           |
| Εφόδια γραφείου           | 200,00 €          | 250,00 €           | 280,00 €           | 300,00 €           | 330,00 €           | 370,00 €           |
| Ασφάλιστρα                | 1.500,00 €        | 1.700,00 €         | 1.800,00 €         | 2.100,00 €         | 2.400,00 €         | 2.800,00 €         |
| Δημόσιες σχέσεις          | 800,00 €          | 1.000,00 €         | 1.200,00 €         | 1.500,00 €         | 1.700,00 €         | 1.500,00 €         |
| Αεροπορικά εισιτήρια      | 5.500,00 €        | 5.700,00 €         | 5.900,00 €         | 6.200,00 €         | 6.300,00 €         | 6.500,00 €         |
| Επικοινωνίες              | 4.000,00€         | 4.300,00 €         | 4.700,00 €         | 5.200,00 €         | 5.500,00 €         | 5.700,00 €         |
| Βενζίνες                  | 3.500,00€         | 4.000,00 €         | 4.500,00 €         | 5.000,00 €         | 5.300,00 €         | 5.400,00 €         |
| Διόδια                    | 650,00€           | 700,00 €           | 850,00 €           | 950,00 €           | 980,00 €           | 990,00 €           |
| Συντήρηση αυτοκινήτων     | 600,00€           | 640,00 €           | 680,00 €           | 700,00 €           | 730,00 €           | 770,00 €           |
| Ασφάλιστρα αυτοκινήτων    | 1.250,00€         | 1.300,00 €         | 1.400,00 €         | 1.500,00 €         | 1.600,00 €         | 1.700,00 €         |
| <b>ΣΥΝΟΛΟ</b>             | <b>31.200,00€</b> | <b>31.370,00 €</b> | <b>33.760,00 €</b> | <b>36.100,00 €</b> | <b>38.140,00 €</b> | <b>40.380,00 €</b> |



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7<sup>ο</sup>

### **7.1 : ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΙ ΠΟΡΟΙ**

Στο παρόν κεφάλαιο θα προσπαθήσουμε να εκτιμήσουμε το σύνολο των αναγκών σε ανθρώπινους πόρους που θα έχει η νέα εταιρεία εισαγωγής ενδυμάτων.

Η νέα εταιρεία, όπως έχει ήδη ειπωθεί, θα χωρίζεται σε πέντε βασικά τμήματα με βάση το οργανόγραμμα της. Είναι σημαντικό λοιπόν, να γίνει ο διαχωρισμός και να καθοριστούν οι ανάγκες σε ανθρώπινο δυναμικό που θα στελεχώσουν το κάθε τμήμα ξεχωριστά ταξινομημένες σε:

- Εργατικό προσωπικό
- Επιτελικό προσωπικό

### **7.2 : ΕΡΓΑΤΙΚΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ**

Σύμφωνα με το οργανόγραμμα αλλά και τις λειτουργίες της νέας υπό ίδρυση εταιρείας στο εργατικό προσωπικό εντάσσονται οι υπάλληλοι της εταιρείας που θα στελεχώνουν τα τμήματα:

- Της γραμματειακής υποστήριξης
- Του τμήματος πωλήσεων (πωλητές)
- Της αποθήκης

### **7.3 : ΕΠΙΤΕΛΙΚΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ**

Στο επιτελικό προσωπικό θα εντάσσεται το τμήμα διεύθυνσης της εταιρείας το οποίο θα ενσωματώνει στις αρμοδιότητες του (τουλάχιστον για το 1<sup>ο</sup> έτος λειτουργίας της εταιρείας) και το τμήμα προμηθειών.

### **7.4 : ΑΝΑΓΚΕΣ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ ΣΕ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ**

Δεδομένου του μικρού μεγέθους της υπό εξέταση εταιρείας οι ανάγκες σε ανθρώπινο δυναμικό δεν θα είναι μεγάλες. Οι απαιτήσεις της νέας εταιρείας σε ανθρώπινο δυναμικό δίνονται παρακάτω:

- Γενικός διευθυντής
- Πωλητές
- Γραμματεία
- Υπεύθυνος αποθήκης

- Υπεύθυνος προμηθειών

## **7.5 : ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΑΝΑΓΚΩΝ ΣΕ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ**

Αφού έχουμε υπολογίσει το ανθρώπινο δυναμικό που απαιτείται για να λειτουργεί ομαλά η νέα εταιρεία, χρειάζεται να προγραμματίσουμε τις ανάγκες αυτές ως προς το ανθρώπινο δυναμικό. Ο προγραμματισμός αυτός θα γίνει σε δυο χρονικές φάσεις και θα διαχωριστεί αναλόγως.

1. προ παραγωγική φάση
2. λειτουργική φάση

Κατά την προ παραγωγική φάση απαιτείται ότι η πρόσληψη των δυο πωλητών θα χρειαστεί να προηγηθεί κατά ενός μηνός της έναρξης λειτουργίας της εταιρείας, καθώς στο διάστημα αυτό οι πωλητές θα χρειαστεί να εκπαιδευτούν και να παρακολουθήσουν πιθανά κάποια σεμινάρια σχετικά με τον τρόπο και τις μεθόδους πωλήσεων, καθώς επίσης και για ενημέρωση σχετικά με τα προϊόντα που θα κληθούν να προωθήσουν. Επίσης κάποιου είδους εκπαίδευση ενδέχεται να χρειαστούν και οι υπάλληλοι στη γραμματειακή υποστήριξη σε σχέση με τη φύση του προϊόντος και τις διαδικασίες που θα πρέπει να ακολουθούνται κατά τη διάρκεια της εργασίας τους.

Στο σημείο αυτό πρέπει να διευκρινιστεί ότι τα έξοδα για την καταβολή μισθών πριν την έναρξη της λειτουργικής φάσης της νέας εταιρείας θεωρούνται πρόσθετα, καθώς δεν περιλαμβάνονται στο ετήσιο κόστος εργασίας και κατ' επέκταση θα πρέπει να ληφθούν υπόψη.

Κατά τη λειτουργική φάση πρέπει να λαμβάνεται υπόψη πως όταν υπολογίζεται το συνολικό κόστος των μισθών και των ημερομισθίων που πρέπει να καταβάλλονται, είναι ανάγκη να γίνεται κατανοητό ότι οι ωριαίες και μηνιαίες αμοιβές δεν αποτελούν το μοναδικό κόστος ως προς το ανθρώπινο δυναμικό, αλλά πρέπει να δίνεται προσοχή και στους παρακάτω παράγοντες:

- ετήσιες άδειες
- άδειες ασθενείας
- επίσημες αργίες
- κοινωνική ασφάλιση
- πρόσθετες αμοιβές

Οι παραπάνω παράγοντες αυξάνουν το πραγματικό κόστος του ανθρώπινου δυναμικού και σε ορισμένες περιπτώσεις μειώνουν τον αριθμό των πραγματικών εργάσιμων ημερών.

## **7.6 : ΠΡΟΣΕΛΚΥΣΗ ΚΑΙ ΕΠΙΛΟΓΗ ΥΠΟΨΗΦΙΩΝ**

Η διαδικασία προσέλκυσης των υποψηφίων περιλαμβάνει τα στάδια εντοπισμού και πρόσκλησης των κατάλληλων ατόμων για την κάλυψη των κενών θέσεων και αποσκοπεί στο να εξασφαλίσει την καλύτερη και πληρέστερη επιλογή για την εταιρεία. Η νέα υπό ίδρυση εταιρεία θα χρησιμοποιήσει μια σειρά από εξωτερικές πηγές προσέλκυσης υποψηφίων όπως:

1. ανώτερα και ανώτατα εκπαιδευτικά ιδρύματα
2. επαγγελματικές σχολές
3. επαγγελματικές ενώσεις
4. γραφεία εύρεσης απασχόλησης
5. ανακοινώσεις σε έντυπα

Η επιλογή του προσωπικού συνίσταται στη διαδικασία εκείνη που αφορά στη συγκέντρωση πληροφοριών και στην αξιολόγηση των υποψηφίων για την επιλογή των πλέον κατάλληλων για κάθε προσφερόμενη θέση εργασίας. Κατά τη διαδικασία της επιλογής η νέα εταιρεία πρόκειται να ακολουθήσει τα εξής βήματα:

1. εξέταση βιογραφικού
2. συνέντευξη επιλογής
3. τελική απόφαση – προσφορά θέσης εργασίας

### **7.7 : ΚΟΣΤΟΣ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ**

Στους παρακάτω πίνακες παρουσιάζεται τόσο το κόστος ανθρώπινου δυναμικού κατά την προπαραγωγική φάση όσο και για την λειτουργική φάση. Πρέπει ωστόσο να σημειώσουμε ότι κόστος ανθρώπινου δυναμικού κατά την προπαραγωγική φάση περιλαμβάνεται στον υπολογισμό του κόστους εκτέλεσης του προγράμματος που αναλύεται παρακάτω στο κεφάλαιο 9.

**Πίνακας 13. Κόστος ανθρώπινου δυναμικού: Λειτουργική φάση**

| <b>ΘΕΣΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ</b> | <b>ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ</b> | <b>ΜΗΝΙΑΙΕΣ ΑΠΟΔΟΧΕΣ(€)</b> | <b>ΕΤΗΣΙΕΣ ΑΠΟΔΟΧΕΣ(€)</b> | <b>ΕΡΓΟΔΟΤΙΚΕΣ ΕΙΣΦΟΡΕΣ(€)</b> | <b>ΕΤΗΣΙΟ ΚΟΣΤΟΣ(€)</b> |
|----------------------|----------------------------|-----------------------------|----------------------------|--------------------------------|-------------------------|
| ΔΙΕΥΘΥΝΩΝ ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ  | 1                          | 2.100,00                    | 29.400,00                  | 7.830,00                       | 37.230,00               |
| ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ   | 1                          | 1.400,00                    | 19.600,00                  | 5.630,00                       | 25.230,00               |
| ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ | -                          | -                           | -                          | -                              | -                       |
| ΛΟΓΙΣΤΗΣ             | 1                          | 1.100,00                    | 15.400,00                  | 4.620,00                       | 20.020,00               |
| ΠΩΛΗΤΗΣ              | 2                          | 900,00                      | 25.200,00                  | 6.250,00                       | 31.450,00               |
| ΓΡΑΜΜΑΤΕΙΑ           | 2                          | 750,00                      | 21.000,00                  | 5.800,00                       | 26.800,00               |
| ΑΠΟΘΗΚΗ              |                            |                             |                            |                                |                         |

ΣΥΝΟΛΟ 140.730,00

Πίνακας 14 Εκτίμηση Κόστους Ανθρώπινου Δυναμικού (ανά Έτος)

| ΕΤΟΣ        | ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ(€) |
|-------------|--------------------|
| <b>2008</b> | 140.730,00         |
| <b>2009</b> | 141.080,00         |
| <b>2010</b> | 141.430,00         |
| <b>2011</b> | 141.780,00         |
| <b>2012</b> | 142.130,00         |
| <b>2013</b> | 142.480,00         |

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8<sup>ο</sup>

### ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ-ΧΩΡΟΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ-ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

#### 8.1 : ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΑΝΑΓΚΩΝ

Αποτελεί πρωταρχικό και βασικό στόχο στη νέα υπό ίδρυση εταιρεία η καταλληλότερη επιλογή ως προς την τοποθεσία που θα επιλέξει για χώρο εγκατάστασης των γραφείων και της αποθήκης της. Όπως έχουμε ήδη αναφέρει, επειδή αναφερόμαστε σε μια εμπορική-εισαγωγική επιχείρηση οι απαιτήσεις σε χώρους για την νέα εταιρεία δεν είναι μεγάλες. Αυτό συμβαίνει αφενός επειδή δεν πρόκειται για μια εταιρεία παράγωγης προϊόντων ή και επεξεργασίας και αφετέρου επειδή η φύση του προϊόντος είναι τέτοια που δεν πιάνει πολύ χώρο. Με βάση τα παραπάνω λοιπόν, η νέα εταιρεία εισαγωγής ενδυμάτων έχει δυο βασικές ανάγκες ως προς την τοποθεσία του χώρου εγκατάστασής της:

1. Γραφεία (περίπου 100 τμ.)
2. Αποθήκη (περίπου 150 τμ.)

#### 8.2 : ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΤΟΠΟΘΕΣΙΑΣ

Η αναζήτηση της κατάλληλης τοποθεσίας ως προς την γεωγραφική περιοχή, προκειμένου να εγκατασταθεί η νέα εταιρεία πρέπει να εστιάζεται σε ορισμένες βασικές απαιτήσεις-κριτήρια. Ο καθορισμός των εν λόγω κριτηρίων θα συμβάλλει στον πιο εύκολο εντοπισμό των πιθανών τοποθεσιών και συγχρόνως θα επιτρέψει την πιο αποτελεσματική αξιολόγηση των περιοχών που πληρούν τα κριτήρια και θα μας οδηγήσει στην πιο συμφέρουσα λύση. Μέσα σε αυτά τα πλαίσια οι αρμόδιοι συντελεστές της νέας εταιρείας έχουν θέσει τις ακόλουθες απαιτήσεις ως προς την τοποθεσία εγκατάστασης:

- Διαθεσιμότητα εύκολης πρόσβασης
- Εξυπηρέτηση πωλήσεων-προώθησης
- Εγγύτητα σε αεροδρόμιο
- Προσιτά ενοίκια
- Διαθεσιμότητα χώρων στάθμευσης
- Επάρκεια κοινωνικής υποδομής

Με βάση τις παραπάνω απαιτήσεις, που πρέπει να πληρούνται, προκειμένου η νέα εταιρεία να επιλέξει τον τόπο εγκατάστασης της, αποφασίστηκε ότι ως ιδανική γεωγραφική περιοχή αποτελούν οι δήμοι της Αττικής που εντάσσονται στα λεγόμενα «Μεσόγεια» και πιο συγκεκριμένα οι δήμοι της **Παλλήνης** και της **Κάντζας**. Η νέα εισαγωγική εταιρεία κατέληξε σε αυτές τις δυο εναλλακτικές τοποθεσίες με το σκεπτικό ότι ο βασικότερος παράγοντας για την τελική τοποθεσία είναι η εύκολη πρόσβαση κάτι το

οποίο καλύπτεται με αυτές τις δυο εναλλακτικές (Κάντζα, Παλλήνη) λόγω της Αττικής Οδού.

### **8.3 : ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΤΟΠΟΘΕΣΙΩΝ**

Η επιλογή της κατάλληλης τοποθεσίας για το χώρο εγκατάστασης της νέας εταιρείας πρέπει να βασίζεται σε συστηματική διερεύνηση, ανάλυση και αξιολόγηση των υποψήφιων τοποθεσιών, ώστε να μπορέσουμε να εντοπίσουμε την άριστη λύση.

Η άριστη λύση για τη μελλοντική επιχείρηση θα μας δοθεί μέσω της συγκριτικής αξιολόγησης των δύο εναλλακτικών περιοχών.

Η διαδικασία που θα ακολουθήσει για την ανάδειξη της πλέον συμφέρουσας λύσης στηρίχτηκε σε ένα μοντέλο αξιολόγησης, βάσει του οποίου αποδίδεται ένας συντελεστής βαρύτητας σε κάθε ένα από τα προαναφερθέντα κριτήρια επιλογής. Οι συντελεστές θα πρέπει να εκφράζουν όσο το δυνατόν ακριβέστερα τη σπουδαιότητα που έχει για την επιχείρηση το συγκεκριμένο κριτήριο στο οποίο αντιστοιχούν, όπως επίσης πρέπει να σημειωθεί ότι το άθροισμα των συντελεστών αυτών δεν πρέπει να ξεπερνά το εκατό.

**Πίνακας 15 Βαθμολόγηση Εναλλακτικών Τοποθεσιών**

| ΚΡΙΤΗΡΙΟ                        | ΠΑΛΛΗΝΗ | ΚΑΝΤΖΑ | ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΕΣ | ΠΑΛΛΗΝΗ    | ΚΑΝΤΖΑ     |
|---------------------------------|---------|--------|-------------|------------|------------|
| Διαθεσιμότητα εύκολης πρόσβασης | 9       | 8      | 35          | 315        | 280        |
| Εξυπηρέτηση πωλήσεων-προώθησης  | 9       | 8      | 15          | 135        | 120        |
| Εγγύτητα σε αεροδρόμιο          | 7       | 9      | 15          | 105        | 135        |
| Προσιτά ενοίκια                 | 8       | 8      | 20          | 160        | 160        |
| Διαθεσιμότητα χώρων στάθμευσης  | 8       | 8      | 10          | 80         | 80         |
| Επάρκεια κοινωνικής υποδομής    | 8       | 7      | 5           | 40         | 35         |
| <b>ΣΥΝΟΛΟ ΒΑΘΜΟΛΟΓΙΑΣ</b>       |         |        | <b>100</b>  | <b>835</b> | <b>810</b> |

Σύμφωνα με τον παραπάνω πίνακα η νέα εισαγωγική επιχείρηση ενδυμάτων θα επιλέξει ως τοποθεσία εγκατάστασης τον δήμο της Παλλήνης αφού συγκέντρωσε μεγαλύτερη βαθμολογία στα κριτήρια.

Έχοντας καταλήξει ως προς την τοποθεσία εγκατάστασης της νέας εταιρείας, απομένει η ανεύρεση του συγκεκριμένου χώρου όπου θα στεγαστεί.

Κατόπιν λεπτομερούς έρευνας στη συγκεκριμένη περιοχή για ανεύρεση κτιριακής εγκατάστασης προς ενοικίαση που να καλύπτει τις ανάγκες της νέας εταιρείας (όπως αυτές έχουν αναφερθεί παραπάνω), βρέθηκε μια επαρκέστατη κτιριακή εγκατάσταση 250τμ με αποθήκη στο ισόγειο 150τμ και χώρο γραφείων στο 1<sup>ο</sup> όροφο 100τμ.

#### **8.4 : ΚΟΣΤΟΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ**

Με βάση τις νέες κτιριακές εγκαταστάσεις που βρέθηκαν προς ενοικίαση στη περιοχή της Παλλήνης πρέπει να εκτιμήσουμε και να υπολογίσουμε το κόστος για την πλήρη εγκατάσταση της νέας εταιρείας εισαγωγής ενδυμάτων. Στη συγκεκριμένη φάση πρέπει να υπολογίσουμε παράγοντες όπως είναι:

- Συμβόλαια
- Έξοδα δικηγόρου
- Εγγύηση
- Έξοδα αρχιτέκτονα
- Λοιπά έξοδα

Στον παρακάτω πίνακα γίνεται εκτίμηση του κόστους στον χώρο εγκατάστασης.

**Πίνακας 16 Εκτίμηση Κόστους Επένδυσης Για Χώρο Εγκατάστασης**

| <b>ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ</b>  | <b>ΚΟΣΤΟΣ (€)</b>  |
|-------------------|--------------------|
| Συμβόλαια         | 3.000,00 €         |
| Έξοδα δικηγόρου   | 1.200,00€          |
| Εγγύηση           | 6.400,00 €         |
| Έξοδα αρχιτέκτονα | 1.500,00 €         |
| Λοιπά έξοδα       | 3.000,00 €         |
| <b>ΣΥΝΟΛΟ</b>     | <b>15.100,00 €</b> |

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9<sup>ο</sup>

### **ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΕΡΓΟΥ**

Ο προγραμματισμός εκτέλεσης του έργου αναφέρεται στη χρονική περίοδο που εκτείνεται από τη λήψη της απόφασης για την πραγματοποίηση της επένδυσης, έως ότου η νέα εταιρεία να είναι σε θέση να ξεκινήσει την λειτουργία της. Η συγκεκριμένη φάση περιλαμβάνει, εν ολίγοις, όλες τις εντός και εκτός εταιρείας εργασίες που είναι αναγκαίες για να φέρουν το επενδυτικό σχέδιο από το στάδιο της μελέτης σκοπιμότητας στο στάδιο λειτουργίας της νέας εταιρείας εισαγωγής ενδυμάτων.

#### **9.1 : ΧΡΟΝΙΚΟΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ**

Στο σημείο αυτό πρέπει να αναφέρουμε τη χρονική διάρκεια που θα χρειαστεί η νέα υπό ίδρυση εταιρεία μέχρι να είναι έτοιμη να λειτουργήσει. Στο χρονικό προγραμματισμό περιλαμβάνονται διαδικασίες που είναι αναγκαίες για την έναρξη λειτουργίας της νέας εταιρείας.

- Σύσταση της εταιρείας και νομικές απαιτήσεις (1 μήνας)
- Λήψη όλων των απαραίτητων αδειών (1 μήνας)
- Στρατολόγηση και εκπαίδευση προσωπικού (1 μήνας)
- Marketing πριν την έναρξη λειτουργίας (2 μήνες)

#### **9.2 : ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΚΟΣΤΟΥΣ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ**

Το κόστος του προγραμματισμού εκτέλεσης του έργου αναφέρεται στα έξοδα που πρέπει να πραγματοποιηθούν κατά τη χρονική περίοδο που εκτείνεται από τη λήψη της απόφασης για την πραγματοποίηση της επένδυσης έως ότου η νέα εταιρεία να είναι σε θέση να ξεκινήσει την λειτουργία της. Είναι πολύ σημαντικό να αναφέρουμε ότι κατά τον υπολογισμό του κόστους εκτέλεσης του προγράμματος δεν περιλαμβάνονται έξοδα τα οποία έχουν ήδη ληφθεί υπόψη σε προηγούμενα κεφάλαια.

Ο παρακάτω πίνακας μας δίνει αναλυτικά την εκτίμηση για το κόστος εκτέλεσης του προγράμματος:



Πίνακας 17. Κόστος εύρεσης ανθρωπίνου δυναμικού

| ΚΟΣΤΟΣ ΕΥΡΕΣΗΣ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ |         |       |                      |                       |                         |                    |
|-------------------------------------|---------|-------|----------------------|-----------------------|-------------------------|--------------------|
| ΠΡΟΣΕΛΚΥΣΗ & ΕΠΙΛΟΓΗ ΥΠΟΨΗΦΙΩΝ      |         |       |                      |                       |                         | 420,00€            |
| ΚΟΣΤΟΣ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ         |         |       |                      |                       |                         |                    |
| ΘΕΣΗ                                | ΑΡΙΘΜΟΣ | ΜΗΝΕΣ | ΜΗΝΙΑΙΕΣ ΑΠΟΔΟΧΕΣ(€) | ΣΥΝΟΛΙΚΕΣ ΑΠΟΔΟΧΕΣ(€) | ΕΡΓΟΔΟΤΙΚΕΣ ΕΙΣΦΟΡΕΣ(€) | ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ(€) |
| ΠΩΛΗΤΗΣ                             | 2       | 1     | 900                  | 1.800,00              | 650                     | 2.450,00           |
| ΓΡΑΜΜΑΤΕΙΑ                          | 2       | 1     | 750                  | 1.500,00              | 620                     | 2.120,00           |
| ΑΠΟΘΗΚΗ                             | 1       | 1     | 750                  | 750                   | 310                     | 1.060,00           |
| ΚΟΣΤΟΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ                  |         |       |                      |                       |                         |                    |
| ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ               |         |       |                      |                       |                         | 930,00 €           |
| <b>ΣΥΝΟΛΟ</b>                       |         |       |                      |                       |                         | <b>6.980,00</b>    |

Πίνακας 32. Κόστος Εκτέλεσης Προγράμματος

| ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ                                    | ΚΟΣΤΟΣ (€)         |
|--|--------------------|
| Σύσταση της εταιρείας και νομικές απαιτήσεις | 5.000,00 €         |
| Λήψη όλων των απαραίτητων αδειών             | 1.520,00 €         |
| Marketing πριν την έναρξη λειτουργίας        | 4.500,00 €         |
| Κόστος εύρεσης ανθρωπίνου δυναμικού          | 6.980,00 €         |
| <b>ΣΥΝΟΛΟ</b>                                | <b>18.000,00 €</b> |

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10<sup>ο</sup>

### ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ & ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ

Στο συγκεκριμένο κεφάλαιο της παρούσας μελέτης θα επιχειρήσουμε να κάνουμε τη χρηματοοικονομική ανάλυση και αξιολόγηση του επενδυτικού σχεδίου. Κύριος στόχος της ανάλυσης και της αξιολόγησης που θα ακολουθήσει είναι να εντοπιστούν τυχόν αδυναμίες του σχεδίου σε χρηματοοικονομικό επίπεδο έγκαιρα, έτσι ώστε να αποφευχθούν, και να μειωθεί ο επιχειρηματικός κίνδυνος.

#### 10.1 : ΑΝΑΛΥΣΗ ΣΥΝΟΛΙΚΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ

Το συνολικό κόστος μιας επένδυσης προκύπτει από την παρακάτω σχέση:

**ΚΟΣΤΟΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ = ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ + ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ**

Το **πάγιο ενεργητικό** αποτελείται από τις πάγιες επενδύσεις και τις προπαραγωγικές δαπάνες. Οι τελευταίες περιλαμβάνουν όλα εκείνα τα έξοδα όπως είναι η εκπόνηση προκαταρκτικών μελετών, καθώς επίσης και το σύνολο των προπαραγωγικών δαπανών που απαιτούνται, ώστε το επενδυτικό σχέδιο να είναι σε θέση να φτάσει από τη μελέτη σκοπιμότητας στο στάδιο λειτουργίας.

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζεται το πάγιο ενεργητικό για τη νέα εισαγωγική εταιρεία ενδυμάτων:

Πίνακας 18. Πάγιο ενεργητικό

| ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ                               | ΠΙΝΑΚΑΣ | ΚΟΣΤΟΣ (€)         |
|---|---------|--------------------|
| <b>ΠΑΓΙΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ</b>                |         |                    |
| ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΟΣ & ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ |         | 79.000,00 €        |
| <b>ΠΡΟΠΑΡΑΓΩΓΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ</b>           |         |                    |
| ΕΞΟΔΑ ΕΚΤΕΛΕΣΕΩΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ           |         | 18.000,00 €        |
| <b>ΣΥΝΟΛΟ:</b>                          |         | <b>97.000,00 €</b> |

Το καθαρό κεφάλαιο κίνησης αντιστοιχεί στους πόρους που χρειάζονται για να λειτουργήσει η νέα εταιρεία και προκύπτει από την παρακάτω σχέση:

#### ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ = ΤΡΕΧΟΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ – ΤΡΕΧΟΝ ΠΑΘΗΤΙΚΟ

Συμφωνά με την παραπάνω σχέση το **τρέχον ενεργητικό** ισούται με το άθροισμα των:

- Αποθεμάτων
- Εμπορεύσιμων χρεογράφων
- Προπληρωμένων στοιχείων
- Εισπρακτέων στοιχείων
- Μετρητών

Ενώ το **τρέχον παθητικό** αποτελείται από τους λογαριασμούς πληρωτέους.

Κατά τον υπολογισμό του απαιτούμενου καθαρού κεφαλαίου κίνησης πρέπει αρχικά να καθορίσουμε την ελάχιστη κάλυψη ημερών ( $\chi$ ) για το τρέχον ενεργητικό και παθητικό. Στη συνέχεια παρουσιάζονται τα δεδομένα κόστους για κάθε στοιχείο του τρέχοντος ενεργητικού και παθητικού ( $\alpha$ ) και καθορίζεται ο συντελεστής του κύκλου εργασιών ( $\psi$ ) για τα προαναφερθέντα στοιχεία του τρέχοντος ενεργητικού και παθητικού διαιρώντας τις 360 ημέρες του έτους με τον αριθμό ημερών της ελάχιστης κάλυψης ( $\psi=360/\chi$ ). Στη συνέχεια, τα δεδομένα κόστους διαιρούνται με τους συντελεστές του κύκλου εργασιών. Τέλος, αφαιρείται το τρέχον παθητικό από το άθροισμα του τρέχοντος ενεργητικού. Πρέπει να σημειωθεί στο σημείο αυτό ότι για το υπολογισμό των εισπρακτέων λογαριασμών απαιτείται να έχει υπολογίσει προηγουμένως το ετήσιο λειτουργικό κόστος.

Σύμφωνα με τα παραπάνω, ο υπολογισμός των αναγκών της νέας εταιρείας σε καθαρό κεφάλαιο κίνησης φαίνεται στον παρακάτω πίνακα:

Πίνακας 19. Υπολογισμός αναγκών σε καθαρό κεφάλαιο κίνησης

| <b>ΕΛΑΧΙΣΤΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ ΤΡΕΧΟΝΤΟΣ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ ΚΑΙ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ</b> |  |
|---|--|
| <b>A. Λογαριασμοί Εισπρακτέοι</b>                               | <b>60 ημέρες</b>   |
| <b>B. Αποθέματα</b>   |  |
| α. Υλικά Συσκευασίας  | <b>60 ημέρες</b>   |
| β. Βοηθητικά Υλικά & Άλλα Εφόδια                                | <b>60 ημέρες</b>   |
| γ. Προϊόντα   | <b>120 ημέρες</b>  |
| <b>Γ. Μετρητά στο Ταμείο</b>                                    | <b>30 ημέρες μείον τα Υλικά Συσκευασίας &amp; τα Άλλα Εφόδια</b> |
| <b>Δ. Λογαριασμοί Πληρωτέοι</b>                                 | <b>120 ημέρες</b>  |
| <b>ΕΤΗΣΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ (€) ΕΤΟΣ 2010</b>                  |  |

|                                  |                     |
|----------------------------------|---------------------|
| α. Υλικά Συσκευασίας             | 295,00 €            |
| β. Βοηθητικά Υλικά & άλλα εφόδια | 20.200,00 €         |
| γ. Ανθρώπινο Δυναμικό            | 140.730,00 €        |
| δ. Γενικά Έξοδα                  | 31.200,00 €         |
| ε. Έξοδα Marketing               | 59.500,00 €         |
| <b>ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ:</b>          | <b>251.925,00 €</b> |

Βάσει λοιπόν του προηγούμενου πίνακα μπορούμε να κάνουμε τον τελικό υπολογισμό του κεφαλαίου κίνησης που ακολουθεί στον επόμενο πίνακα.

Πρέπει στο σημείο αυτό να σημειώσουμε ότι στον επόμενο πίνακα ο υπολογισμός για το κόστος των προϊόντων έγινε ως εξής:

Κατά το πρώτο έτος λειτουργίας της εταιρείας, με βάση το 3<sup>ο</sup> κεφάλαιο της παρούσας μελέτης, θα πουληθούν 20.690 τεμάχια. Με βάση τους υπολογισμούς και τις τιμές των προϊόντων στην Ιταλία, κατά μέσο όρο στη νέα εταιρεία θα κοστίζει 42 € το τεμάχιο. Ωστόσο, όπως έχουμε πει, ισχύει το γεγονός ότι με την αγορά 1000 τεμαχίων οι εταιρείες δίνουν 30% σε είδος, πράγμα που σημαίνει ότι εάν η εταιρεία αγοράσει 20.000 τεμάχια θα πάρει 26.000. συνεπώς στον πίνακα που ακολουθεί ο αριθμός 840.000€ στα «προϊόντα» προέρχεται από τον πολλαπλασιασμό 20.000\*42.

Όπως είναι φανερό, η νέα εταιρεία θα έχει 26.000 – 20.690 = 5.310 ενδύματα στις αποθήκες της ως απόθεμα ασφαλείας.

Πίνακας 20. Τελικός υπολογισμός κεφαλαίου κίνησης

| ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ                   | ΚΟΣΤΟΣ (€)      | ΑΡΙΘΜΟΣ ΗΜΕΡΩΝ<br>ΕΛΑΧΙΣΤΗΣ<br>ΚΑΛΥΨΗΣ | ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗΣ<br>ΚΥΚΛΟΥ ΕΡΓΑΣΙΩΝ | ΑΝΑΓΚΕΣ ΠΡΩΤΟΥ<br>ΕΤΟΥΣ (2010) / (€) |
|-----------------------------|-----------------|--|--------------------------------|--------------------------------------|
| <b>I. ΤΡΕΧΟΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ</b> |                 |  |                                | <b>722575,16</b>                     |
| A. Λογαριασμοί Εισπρακτέοι  | 251.925,00<br>€ | 60                                     | 6,00                           | <b>419875,00</b>                     |
| B. Αποθέματα                |                 |  |                                | <b>283415,16</b>                     |
| α. Υλικά Συσκευασίας        | 295,00 €        | 60                                     | 6,00                           | 49,16                                |

|   |              |     |       |                     |
|---|--------------|-----|-------|---------------------|
| β. Βοηθητικά Υλικά & Άλλα Εφόδια                                  | 20.200,00 €  | 60  | 6,00  | 3366,00             |
| γ. Προϊόντα   | 840.000,00 € | 120 | 3,00  | 280000,00           |
| Γ. Μετρητά στο ταμείο   | 231.430,00 € | 30  | 12,00 | <b>19285,00</b>     |
| <b>II. ΤΡΕΧΟΝ ΠΑΘΗΤΙΚΟ</b>  |              |     |       | <b>6831,00</b>      |
| A. Λογαριασμοί Πληρωτέοι  | 20.495,00 €  | 120 | 3     | 6831,00             |
| <b>III. ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ</b>                               |              |     |       | <b>715744,16</b>    |
| <b>IV. ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ</b>                            |              |     |       | <b>251925,00</b>    |
| <b>Μείον:</b> Υλικά Συσκευασίας & Βοηθητικά υλικά και άλλα εφόδια |              |     |       | 295,00 €            |
|   |              |     |       | 20.200,00 €         |
|   |              |     |       | <b>231.430,00 €</b> |
| <b>V. ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΕΤΡΗΤΑ</b>                                     |              |     |       | <b>19285,00</b>     |

Έχοντας πραγματοποιήσει τις επιμέρους αναλύσεις του κόστους επένδυσης είμαστε πλέον σε θέση να κάνουμε τον υπολογισμό του **συνολικού κόστους επένδυσης**.

Το συνολικό κόστος επένδυσης της νέας εταιρείας εισαγωγής ενδυμάτων παρουσιάζεται στον παρακάτω πίνακα:

Πίνακας 21. Συνολικό κόστος επένδυσης

| ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ               | ΚΟΣΤΟΣ (€)       | ΠΟΣΟΣΤΟ (%) |
|-------------------------|------------------|-------------|
| Πάγιο Ενεργητικό        | 97000,00         | 11,93       |
| Καθαρό Κεφάλαιο Κίνησης | 715744,16        | 88,07       |
| <b>ΣΥΝΟΛΟ</b>           | <b>812744,16</b> | <b>100</b>  |

Όπως προκύπτει από τον παραπάνω πίνακα το συνολικό κόστος της επένδυσης ανέρχεται στα 812.744,16(€). Επίσης, όπως φαίνεται στον πίνακα το 11.93% του κόστους επένδυσης αποτελείται από τις πάγιες επενδύσεις και προπαραγωγικά έξοδα της εταιρείας, ενώ το υπόλοιπο 88,07% από το καθαρό κεφάλαιο κίνησης.

**10.2 : ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ**

Το επενδυτικό σχέδιο πρέπει να χρηματοδοτηθεί κατά 50% από τραπεζικό δανεισμό καθώς το μετοχικό κεφάλαιο δεν επαρκεί ώστε να καλύψει το καθαρό κεφάλαιο κίνησης. Έτσι λοιπόν, η νέα εταιρεία θα προσφύγει σε δανεισμό ύψους 400.000(€). Ο τόκος του δανείου αυτού υπολογίζεται βάσει του ετήσιου σταθερού ονομαστικού επιτοκίου, το οποίο ισούται με 10%, ενώ η περίοδος αποπληρωμής του δανείου θα είναι ίση με 6 χρόνια. Επίσης πρέπει να επισημάνουμε ότι το πρώτο έτος (2008) της σύναψης του δανείου θα δοθεί περίοδος χάριτος στη νέα εταιρεία.

Για να είμαστε σε θέση να υπολογίσουμε τις ετήσιες υποχρεώσεις της εταιρείας αναφορικά με το συγκεκριμένο δάνειο πρέπει να γνωρίζουμε το μέγεθος των ισόποσων δόσεων που θα καταβάλλονται στο τέλος κάθε έτους αποπληρωμής του δανείου. Το ποσό αυτό θα μας δοθεί από την ακόλουθη σχέση:

$$A = P(A/P, i\%, N)$$

Όπου :

$i$  = επιτόκιο δανεισμού (10%)

$N$  = αριθμός περιοδικών τοκισμού (5 έτη)

$A$  = τιμή ράντας (δόση)

$P$  = παρούσα αξία χρήματος (400.000)

Έτσι λοιπόν με βάση τα παραπάνω και με τη βοήθεια του **πίνακα ανάκτησης κεφαλαίου**, ο οποίος παρατίθεται στη συνέχεια, βρίσκουμε την εξής ετήσια δόση.



| 2008 | ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΧΑΡΙΤΟΣ |           |           | 400.000,00 € |
|------|------------------|-----------|-----------|--------------|
| 2009 | 105.520,00       | 40.000,00 | 65.520,00 | 334.480,00   |
| 2010 | 105.520,00       | 33.448,00 | 72.072,00 | 262.408,00   |
| 2011 | 105.520,00       | 26.240,00 | 79.280,00 | 183.128,00   |
| 2012 | 105.520,00       | 18.312,00 | 87.208,00 | 95.920,00    |
| 2013 | 105.520,00       | 9.592,00  | 95.920,00 | -            |

### 10.3 : ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΧΡΗΣΕΩΣ

Ως κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσεως ορίζεται η λογιστική κατάσταση η οποία εμφανίζει το αποτέλεσμα το οποίο πέτυχε μια οικονομική μονάδα κατά τη διάρκεια μιας περιόδου. Πιο συγκεκριμένα η κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσεως θα μας δείξει ποιο θα είναι το καθαρό εισόδημα της νέας εισαγωγικής εταιρείας ενδυμάτων προκειμένου να διαπιστώσουμε αφενός εάν έχουμε κέρδος ή ζημία και αφετέρου εάν αξίζει η πραγματοποίηση του επενδυτικού σχεδίου.

Ωστόσο προκειμένου να συμπληρώσουμε τον πίνακα για την κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσεως πρέπει να γνωρίζουμε για τα έτη 2010-2015 τα λειτουργικά έξοδα της νέας εταιρείας. Ενώ γνωρίζουμε τα λειτουργικά έξοδα για το έτος 2008, όπως αυτά παρουσιάστηκαν στον πίνακα για τον υπολογισμό του κεφαλαίου κίνησης, τα λειτουργικά έξοδα για τα έτη 2011-2015 παρουσιάζονται παρακάτω:

Πίνακας 24. Λειτουργικό Κόστος

| <b>ΕΤΗΣΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ (€) ΕΤΟΣ 2011</b> |                     |
|--|---------------------|
| α. Υλικά Συσκευασίας                           | 310,00 €            |
| β. Βοηθητικά Υλικά & άλλα εφόδια               | 21.000,00 €         |
| γ. Ανθρώπινο Δυναμικό                          | 141.080,00 €        |
| δ. Γενικά Έξοδα                                | 31.370,00 €         |
| ε. Έξοδα Marketing                             | 61.300,00 €         |
| <b>ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ:</b>                        | <b>255.060,00 €</b> |
| <b>ΕΤΗΣΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ (€) ΕΤΟΣ 2012</b> |                     |



|  |                     |
|--|---------------------|
| α. Υλικά Συσκευασίας                           | 325,00 €            |
| β. Βοηθητικά Υλικά & άλλα εφόδια               | 21.400,00 €         |
| γ. Ανθρώπινο Δυναμικό                          | 141.430,00 €        |
| δ. Γενικά Έξοδα                                | 33.760,00 €         |
| ε. Έξοδα Marketing                             | 62.400,00 €         |
| <b>ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ:</b>                        | <b>259.315,00 €</b> |
| <b>ΕΤΗΣΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ (€) ΕΤΟΣ 2013</b> |                     |
| α. Υλικά Συσκευασίας                           | 340,00 €            |
| β. Βοηθητικά Υλικά & άλλα εφόδια               | 22.000,00 €         |
| γ. Ανθρώπινο Δυναμικό                          | 141.780,00 €        |
| δ. Γενικά Έξοδα                                | 36.100,00 €         |
| ε. Έξοδα Marketing                             | 64.000,00 €         |
| <b>ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ:</b>                        | <b>264.220,00 €</b> |
| <b>ΕΤΗΣΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ (€) ΕΤΟΣ 2014</b> |                     |
| α. Υλικά Συσκευασίας                           | 355,00 €            |
| β. Βοηθητικά Υλικά & άλλα εφόδια               | 22.500,00 €         |
| γ. Ανθρώπινο Δυναμικό                          | 142.130,00 €        |
| δ. Γενικά Έξοδα                                | 38.140,00 €         |
| ε. Έξοδα Marketing                             | 65.000,00 €         |
| <b>ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ:</b>                        | <b>268.125,00 €</b> |
| <b>ΕΤΗΣΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ (€) ΕΤΟΣ 2015</b> |                     |
| α. Υλικά Συσκευασίας                           | 370,00 €            |
| β. Βοηθητικά Υλικά & άλλα εφόδια               | 23.000,00 €         |
| γ. Ανθρώπινο Δυναμικό                          | 142.480,00 €        |
| δ. Γενικά Έξοδα                                | 40.380,00 €         |
| ε. Έξοδα Marketing                             | 71.200,00 €         |
| <b>ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ:</b>                        | <b>277.430,00 €</b> |

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται οι προβλεπόμενες καταστάσεις αποτελεσμάτων χρήσεως.

**Πίνακας 25. Προβλεπόμενες Καταστάσεις Αποτελεσμάτων Χρήσεως**

|   | <b>2008</b>         | <b>2008</b>         | <b>2008</b>         | <b>2008</b>           | <b>2008</b>           | <b>2008</b>           |
|---|---------------------|---------------------|---------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
|   | ΠΟΣΟ (€)            | ΠΟΣΟ (€)            | ΠΟΣΟ (€)            | ΠΟΣΟ (€)              | ΠΟΣΟ (€)              | ΠΟΣΟ (€)              |
| <b>ΠΩΛΗΣΕΙΣ</b>                                   | 1.485.200,00 €      | 1.487.430,00 €      | 1.500.940,00 €      | 1.528.715,00 €        | 1.554.975,00 €        | 1.635.050,00 €        |
| <b>ΜΕΙΟΝ:<br/>ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ<br/>ΚΟΣΤΟΣ</b>          | 251.925,00 €        | 255.060,00 €        | 259.315,00 €        | 264.220,00 €          | 268.125,00 €          | 277.430,00 €          |
| <b>ΜΙΚΤΟ ή<br/>ΦΟΡΟΛΟΓΗΤΕΟ<br/>ΚΕΡΔΟΣ</b>         | 1.233.275,00 €      | 1.232.370,00 €      | 1.241.625,00 €      | 1.264.495,00 €        | 1.286.850,00 €        | 1.357.620,00 €        |
| <b>ΜΕΙΟΝ:<br/>ΦΟΡΟΣ<br/>ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ<br/>(20%)</b> | 246.655,00 €        | 246.474,00 €        | 248.325,00 €        | 252.899,00 €          | 257.370,00 €          | 271.524,00 €          |
| <b>ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΡΔΟΣ</b>                              | <b>986.620,00 €</b> | <b>985.896,00 €</b> | <b>993.300,00 €</b> | <b>1.011.596,00 €</b> | <b>1.029.480,00 €</b> | <b>1.086.096,00 €</b> |

### **10.4 : ΠΙΝΑΚΑΣ ΧΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΡΟΩΝ**

Στη συνέχεια της χρηματοοικονομικής ανάλυσης θα προχωρήσουμε στη δημιουργία ενός πίνακα χρηματικών ροών. Ο πίνακας χρηματικών ροών είναι πολύ σημαντικός αφού θα μας δείξει, τόσο τις μεταβολές που θα έχει η νέα εταιρεία σε μόνιμα κεφάλαια, όσο και σε μεταβλητά όπως π.χ. το δάνειο που θα συνάψει.

Έτσι λοιπόν, ο πίνακας χρηματικών ροών διαμορφώνεται ως εξής:

**Πίνακας 26. Πίνακας χρηματικών ροών**

|                                  | <b>2008</b>         | <b>2008</b>         | <b>2008</b>         | <b>2008</b>         | <b>2008</b>         | <b>2008</b>         |
|----------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
|                                  | ΠΟΣΟ (€)            | ΠΟΣΟ (€)            | ΠΟΣΟ (€)            | ΠΟΣΟ (€)            | ΠΟΣΟ (€)            | ΠΟΣΟ (€)            |
| <b>Α. ΧΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΕΙΣΡΟΕΣ</b>     | <b>2.297.944,16</b> | <b>1.487.430,00</b> | <b>1.500.940,00</b> | <b>1.528.715,00</b> | <b>1.554.975,00</b> | <b>1.635.050,00</b> |
| <b>1. Σύνολο Χρηματικών Ροών</b> | <b>812.744,16</b>   | <b>0</b>            | <b>0</b>            | <b>0</b>            | <b>0</b>            | <b>0</b>            |

|                                   |                       |                     |                     |                     |                     |                     |
|-----------------------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| 2. Έσοδα Από Πωλήσεις             | 1.485.200,00          | 1.487.430,00        | 1.500.940,00        | 1.528.715,00        | 1.554.975,00        | 1.635.050,00        |
| B. ΧΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΕΚΡΟΕΣ              | <b>1.149.483,00</b>   | <b>1.247.886,40</b> | <b>1.254.797,00</b> | <b>1.264.756,40</b> | <b>1.278.469,00</b> | <b>1.360.436,40</b> |
| 1. Σύνολο Πάγιου Ενεργητικού      | 97.000,00             | 0                   | 0                   | 0                   | 0                   | 0                   |
| 2. Κόστος Λειτουργίας             | 251.925,00            | 255.060,00          | 259.315,00          | 264.220,00          | 268.125,00          | 277.430,00          |
| 3. Φόρος Εισοδήματος              | 246.655,00            | 246.474,00          | 248.325,00          | 252.899,00          | 257.370,00          | 271.524,00          |
| 4. Τοκοχρεολύσια                  | 0,00                  | 105.520,00          | 105.520,00          | 105.520,00          | 105.520,00          | 105.520,00          |
| 5. Τακτικό Αποθεματικό*           | 49.331,00             | 49.294,80           | 49.665,00           | 50.579,80           | 51.474,00           | 54.304,80           |
| 6. Μερίσματα**                    | 591.872,00            | 591.537,60          | 591.972,00          | 591.537,60          | 595.980,00          | 651.657,60          |
| Γ. ΠΛΕΟΝΑΣΜΑ                      | <b>1.148.461,16 €</b> | <b>239.543,60 €</b> | <b>246.143,00 €</b> | <b>263.958,60 €</b> | <b>276.506,00 €</b> | <b>274.613,60 €</b> |
| Δ. ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΟ ΤΑΜΕΙΑΚΟ ΥΠΟΛΟΙΠΟ | <b>1.148.461,16 €</b> | <b>239.543,60 €</b> | <b>246.143,00 €</b> | <b>263.958,60 €</b> | <b>276.506,00 €</b> | <b>274.613,60 €</b> |

### 10.5 : ΜΕΘΟΔΟΣ ΕΠΑΝΕΙΣΠΡΑΞΗΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ

Η μέθοδος επανείσπραξης του κόστους επένδυσης μας δίνει τον αριθμό των ετών που απαιτούνται για να επανεισπραχθεί το κόστος του κεφαλαίου της αρχικής επένδυσης, μέσω των καθαρών ταμειακών ροών του επενδυτικού σχεδίου.

Η ΚΤΡ ορίζεται ως εξής:

$$\text{ΚΑΘΑΡΗ ΤΑΜΕΙΑΚΗ ΡΟΗ} = \text{ΤΑΜΕΙΑΚΕΣ ΕΙΣΡΟΕΣ} - \text{ΤΑΜΕΙΑΚΕΣ ΕΚΡΟΕΣ}$$

Ή

$$\text{ΚΑΘΑΡΗ ΤΑΜΕΙΑΚΗ ΡΟΗ} = \text{ΚΑΘΑΡΑ ΚΕΡΔΗ} + \text{ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ}$$

Με τον όρο **ταμειακές εισροές** εννοούμε τα διάφορα οφέλη που προσδοκούνται από την επένδυση, ενώ με τις **ταμειακές εκροές** εννοούμε κάθε ταμειακή εκροή που πραγματοποιείται κατά τη διάρκεια ζωής του επενδυτικού σχεδίου.

Στο σημείο αυτό πρέπει να επισημάνουμε ότι προκειμένου να μπορούμε να υπολογίσουμε την ΚΤΡ πρέπει πρώτα να έχουμε υπολογίσει το ποσό της απόσβεσης που θα έχει η νέα εταιρεία για τα πάγια περιουσιακά της στοιχεία. Επειδή, ωστόσο, η νέα εταιρεία δεν έχει αγοράσει κτιριακές εγκαταστάσεις, δεν θα έχει απόσβεση κτιρίων, αλλά πρέπει να αποσβέσει τον εξοπλισμό της.

Με βάση λοιπόν τα παραπάνω, ως προς την απόσβεση, έχουμε:

Ως πάγιο ενεργητικό = 97.000,00€

Ωφέλιμη διάρκεια εξοπλισμού = 5 χρόνια

Άρα,  $97000/5 = 19.400,00 \text{ €}$

Στον πίνακα που ακολουθεί πρέπει να σημειώσουμε ότι οι τόκοι του δανείου δεν θα συνυπολογίζονται στις ταμειακές εκροές, καθώς έχουν ήδη υπολογιστεί στο συντελεστή προεξόφλησης.

Πίνακας 27. Καθαρά κέρδη άνευ τόκων

| ΕΤΟΣ        | ΠΩΛΗΣΕΙΣ (1) | ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ (2) | ΤΟΚΟΙ (3)   | ΚΕΡΔΗ ΠΡΟ ΦΟΡΩΝ (1)-(2-3) | ΦΟΡΟΣ 20%    | ΚΑΘΑΡΑ ΚΕΡΔΗ   |
|-------------|--------------|------------------------|-------------|---------------------------|--------------|----------------|
| <b>2008</b> | 1.465.200,00 | 251.925,00 €           | 0,00 €      | 1.213.275,00 €            | 242.655,00 € | 970.620,00 €   |
| <b>2009</b> | 1.487.430,00 | 255.060,00 €           | 40.000,00 € | 1.272.370,00 €            | 254.474,00 € | 1.017.896,00 € |
| <b>2010</b> | 1.500.940,00 | 259.315,00 €           | 33.448,00 € | 1.275.073,00 €            | 255.015,00 € | 1.020.058,00 € |
| <b>2011</b> | 1.528.715,00 | 264.220,00 €           | 26.240,00 € | 1.290.735,00 €            | 258.147,00 € | 1.032.588,00 € |
| <b>2012</b> | 1.554.975,00 | 268.125,00 €           | 18.312,00 € | 1.305.162,00 €            | 261.035,00 € | 1.044.127,00 € |
| <b>2013</b> | 1.635.050,00 | 277.430,00 €           | 9.592,00 €  | 1.367.212,00 €            | 273.442,00 € | 1.093.770,00 € |

Πίνακας 28. Καθαρές ταμειακές ροές

| ΕΤΟΣ | ΚΑΘΑΡΑ ΚΕΡΔΗ (1) | ΑΠΟΣΒΕΣΗ (2) | ΚΤΡ (1) + (2) | ΑΘΡΟΙΣΤΙΚΗ ΚΤΡ |
|------|------------------|--------------|---------------|----------------|
|      |                  |              |               |                |

|             |                |             |                |                |
|-------------|----------------|-------------|----------------|----------------|
| <b>2008</b> | 970.620,00 €   | 19.400,00 € | 990.020,00 €   | 990.020,00 €   |
| <b>2009</b> | 1.017.896,00 € | 19.400,00 € | 1.037.296,00 € | 2.027.316,00 € |
| <b>2010</b> | 1.020.058,00 € | 19.400,00 € | 1.039.458,00 € | 3.066.744,00 € |
| <b>2011</b> | 1.032.588,00 € | 19.400,00 € | 1.051.988,00 € | 4.118.732,00 € |
| <b>2012</b> | 1.044.127,00 € | 19.400,00 € | 1.063.527,00 € | 5.182.259,00 € |
| <b>2013</b> | 1.093.770,00 € | 19.400,00 € | 1.113.170,00 € | 6.295.429,00 € |

Με βάση λοιπόν τον παραπάνω πίνακα βλέπουμε ότι λογιστικά η περίοδος επανείσπραξης του κόστους επένδυσης θα γίνει στο τέλος του 1<sup>ου</sup> έτους λειτουργίας της νέας εταιρείας. Ωστόσο, στη πραγματικότητα κάτι τέτοιο είναι αρκετά δύσκολο να συμβεί, λόγω του χρονικού «κενού» που προκύπτει μεταξύ πωλήσεων και είσπραξης των απαιτήσεων από τους πελάτες λόγω των διακανονισμών πληρωμής μέσω επιταγών, γραμματίων κ.τ.λ.

Φυσικά πέρα από τα παραπάνω η επένδυση φαίνεται να είναι ιδιαίτερα ελκυστική καθώς η αθροιστική ΚΤΡ το 2010 ανέρχεται στα 990.020€ γεγονός που καλύπτει το κόστος της επένδυσης που ανέρχεται στα 812744,16€.

#### **10.6 : ΜΕΘΟΔΟΣ ΚΑΘΑΡΗΣ ΠΑΡΟΥΣΑΣ ΑΞΙΑΣ**

Η Καθαρά Παρούσα Αξία ορίζεται ως η παρούσα αξία των ετήσιων εισοδημάτων μείον τη παρούσα αξία των ετήσιων εξόδων, συμπεριλαμβανομένων των επενδύσεων. Στην πράξη κι εφόσον έχει καταστρωθεί ο πίνακας των ταμειακών ροών, η ΚΠΑ υπολογίζεται ως η διαφορά των χρηματικών εισροών (καθαρών ταμειακών ροών μετά φόρων) μείον το κόστος των επενδύσεων, όπως, δίνεται από τον ακόλουθο τύπο:

$$ΚΠΑ = \sum_{t=1}^n \frac{KTP_t}{(1+i)^n} - K_o$$

Ωστόσο επειδή στη περίπτωση της εξεταζόμενης εταιρείας έχουμε άνισες μελλοντικές ετήσιες ταμειακές ροές ο τύπος γίνεται :

$$ΚΠΑ = \Sigma[KTR_{\tau} (\Sigma ΠΑ_{i,v}) - Κ_0$$

Ο ΣΠΑ είναι ο συντελεστής παρούσας αξίας και προκύπτει από τους ειδικούς πίνακες.

Όταν η ΚΠΑ είναι τουλάχιστον ίση ή μεγαλύτερη από το μηδέν, τότε η πρόταση της επένδυσης πρέπει να γίνει αποδεκτή.

Πρέπει να σημειώσουμε ότι ο αναμενόμενος συντελεστής προεξόφλησης ισούται με **12%**.

Λαμβάνοντας υπόψη όλα τα παραπάνω προκύπτει ο παρακάτω πίνακας:

Πίνακας 29. Παρούσα αξία

| ΕΤΟΣ                         | ΚΤΡ<br>(1)        | ΣΠΑ 12%<br>(2) | ΠΑΡΟΥΣΑ<br>ΑΞΙΑ<br>(1) x (2) |
|------------------------------|-------------------|----------------|------------------------------|
| <b>2008</b>                  | 990.020,00 €      | 0,8929         | 883.988,00 €                 |
| <b>2009</b>                  | 1.037.296,00<br>€ | 0,7972         | 826.932,00 €                 |
| <b>2010</b>                  | 1.039.458,00<br>€ | 0,7118         | 739.886,00 €                 |
| <b>2011</b>                  | 1.051.988,00<br>€ | 0,6355         | 668.538,00 €                 |
| <b>2012</b>                  | 1.063.527,00<br>€ | 0,5674         | 603.551,00 €                 |
| <b>2013</b>                  | 1.113.170,00<br>€ | 0,5066         | 563.931,00 €                 |
| <b>ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΑ ΑΞΙΑ</b> |                   |                | <b>4.286.826,00 €</b>        |

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Καρβούνης Κ.Σ., «Οικονομοτεχνικές Μελέτες», Σταμούλης Α.Ε., 2000
2. Μπουραντάς Δημήτριος, Παπαλεξανδρή Νάνση, «Διοίκηση Ανθρωπίνων Πόρων», Εκδόσεις Μπένου, 2001
3. Αρτίκης Γ., «Χρηματοοικονομική Διοίκηση: Ανάλυση και Προγραμματισμός», Εκδοτικός Οίκος INTERBOOKS, 2003
4. Αρτίκης Γ., «Χρηματοοικονομική Διοίκηση: Αποφάσεις Επενδύσεων», Εκδοτικός Οίκος INTERBOOKS, 2002
5. Αρτίκης Γ., «Χρηματοοικονομική Διοίκηση: Αποφάσεις Χρηματοδοτήσεων», Εκδοτικός Οίκος INTERBOOKS, 2003
6. Μάλλιαρης Γ.Π., «Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ», Σταμούλης Α.Ε., 2001
7. ICAP, Κλαδική Μελέτη: Γυναικεία Υφασμάτινα Ενδύματα, Απρίλιος 2007