



Σέρρες, 30/11/2015

ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ

Η βιομηχανία γάλακτος Κρι Κρι δημοσίευσε τις οικονομικές καταστάσεις εννιαμήνου 2015. Ο κύκλος εργασιών για τα προϊόντα ανήλθε σε €56.408 χιλ. έναντι €53.138 χιλ. το 2014 (αυξημένος +6,2%). Σημειώνεται ότι το κονδύλι του κύκλου εργασιών της προηγούμενης συγκρίσιμης περιόδου (1/1-30/9/2014) που εμφανίζεται στην κατάσταση συνολικού εισοδήματος περιλαμβάνει επιπλέον έκτακτο ποσό €13.860 χιλ., το οποίο αφορά πωλήσεις υλικών παραγωγής προς τις συνεργαζόμενες, για την παραγωγή φασόν γιαουρτιών, παραγωγικές μονάδες.

Αντίστοιχα, τα μεγέθη της κερδοφορίας διαμορφώνονται ως εξής:

- Τα λειτουργικά κέρδη (ΕΒΙΤΔΑ) ανήλθαν σε €11.682 χιλ. έναντι €8.294 χιλ. το εννιάμηνο 2014.
- Τα κέρδη προ φόρων ανήλθαν σε €9.235 χιλ., έναντι €7.117 χιλ. το εννιάμηνο 2014.
- Τέλος, τα καθαρά κέρδη μετά από φόρους, ανήλθαν σε €7.765 χιλ., έναντι €6.378 χιλ. το εννιάμηνο 2014.

Στον κλάδο του παγωτού, το εγχώριο μακροοικονομικό περιβάλλον και ειδικά τα capital controls που συνέπεσαν με την περίοδο αυξημένης ζήτησης του καλοκαιριού, επέδρασαν αρνητικά στον κλάδο και περιόρισαν το συνολικό μέγεθος της αγοράς. Οι πωλήσεις παγωτού της Κρι Κρι υποχώρησαν κατά -8,2%. Αμυνόμενη στις πιέσεις, η εταιρεία προωθεί την αύξηση της αριθμητικής διανομής, δίνοντας έμφαση στις τουριστικές περιοχές. Επίσης, στοχευμένες ενέργειες γίνονται και για την ανάπτυξη νέων προϊόντων (όπως η κατηγορία frozen yogurt) που να παρουσιάζουν αγοραστικό ενδιαφέρον για την εσωτερική αγορά ή τις αγορές του εξωτερικού.

Στον κλάδο των γαλακτοκομικών, οι πωλήσεις της εταιρείας εμφανίζουν αύξηση +17,5%, με παράλληλη ισχυρή άνοδο της λειτουργικής κερδοφορίας. Η Κρι Κρι επικοινωνεί έντονα το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της εταιρείας: ότι τα γιαούρτια Κρι Κρι παράγονται με φρέσκο ελληνικό γάλα από το νομό Σερρών, μόλις σε 24 ώρες από την συλλογή του, διατηρώντας όλη την φρεσκάδα του. Με τον τρόπο αυτό, η εταιρεία έχει καταφέρει να αυξήσει σημαντικά τα μερίδιά της στην ελληνική αγορά. Παράλληλα, οι πρόσφατες νέες συνεργασίες στο εξωτερικό, όπως για παράδειγμα με τις εθνικές αλυσίδες super market TESCO και MARKS & SPENCER στη Μ. Βρετανία, και με αλυσίδες super market στην Ιταλία και το Βέλγιο, ενισχύουν τον εξαγωγικό προσανατολισμό της εταιρείας.