

Αθήνα, Μάιος 2008



ΚΛΑΔΙΚΗ ΜΕΛΕΤΗ

ΚΕΝΤΡΑ ΑΔΥΝΑΤΙΣΜΑΤΟΣ ΚΑΙ ΑΙΣΘΗΤΙΚΗΣ

Απαγορεύεται η με κάθε μηχανικό, ηλεκτρονικό ή άλλο μέσο αντιγραφή, αναπαραγωγή ή ανατύπωση του παρόντος, η μετάφραση, διασκευή ή τροποποίηση αυτού, η θέση σε κυκλοφορία του πρωτοτύπου ή αντιτύπων του και γενικά η με οποιαδήποτε τρόπο δημοσίευσή του, ολόκληρου ή τμημάτων του, χωρίς την άδεια των δημιουργών του (Ν. 2121/1993 περί πνευματικής ιδιοκτησίας).

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

Σύνοψη	i
Ζήτηση	i
Προσφορά	ii
Αγορά	ii
1. Εισαγωγή-Γενικά Χαρακτηριστικά	1
1.1 Εισαγωγή	1
1.2 Ιστορική Εξέλιξη του Κλάδου	2
1.3 Περιγραφή Δραστηριότητας	3
1.4 Health Spa Centers	4
1.5 Θεσμικό Πλαίσιο	5
2. Η Ζήτηση των Υπηρεσιών Αδυνατίσματος και Αισθητικής	7
2.1 Προσδιοριστικοί Παράγοντες της Ζήτησης Υπηρεσιών Αδυνατίσματος και Αισθητικής ..	7
2.2 Αποτελέσματα Έρευνας Οικογενειακών Προϋπολογισμών	8
Παράρτημα Κεφαλαίου 2	10
3. Η Προσφορά των Υπηρεσιών Αδυνατίσματος και Αισθητικής	13
3.1 Δομή και Διάρθρωση του Κλάδου	13
3.2 Συνθήκες Ανταγωνισμού	14
3.3 Τρόποι Προώθησης των Υπηρεσιών Αδυνατίσματος και Αισθητικής	15
3.4 Διαφημιστική Δαπάνη Ινστιτούτων Αισθητικής	15
3.5 Ο Θεσμός της Δικαιόχρησης (Franchising) στην Ελλάδα	16
3.5.1 Ορισμός του Franchising	17
3.5.2 Εφαρμοζόμενες Μορφές Συμφωνιών Franchising	17
3.5.3 Τυπολογική Διάκριση Συμφωνιών Franchising	20
3.5.4 Δομή της Σύμβασης Franchise	22
3.5.5 Πλεονεκτήματα για τους Franchisors και τους Franchisees	23
3.5.6 Αποτελέσματα Έρευνας για το Franchising	27
3.6 Παρουσίαση Επιχειρήσεων Παροχής Υπηρεσιών Αδυνατίσματος και Αισθητικής	27
3.6.1 Επιχειρήσεις Παροχής Υπηρεσιών Αδυνατίσματος και Αισθητικής	28
3.6.2 Χωροταξική Κατανομή των Επιχειρήσεων Παροχής Υπηρεσιών Αδυνατίσματος και Αισθητικής	32
3.7 Πωλήσεις των Επιχειρήσεων Παροχής Υπηρεσιών Αδυνατίσματος και Αισθητικής	34
3.8 Χρηματοοικονομική Ανάλυση των Επιχειρήσεων του Κλάδου	35
Κερδοφορία	35
Αποδοτικότητα	36
Ρευστότητα	36
Χρηματοοικονομική Διάρθρωση	37
Δραστηριότητα	38
Ομαδοποιημένος Ισολογισμός	38
Παράρτημα Κεφαλαίου 3	40
4. Η Αγορά των Κέντρων Αδυνατίσματος και Αισθητικής	59
4.1 Μέγεθος Εγχώριας Αγοράς Κέντρων Αδυνατίσματος και Αισθητικής	59
4.2 Κατανομή Αγοράς Υπηρεσιών Αδυνατίσματος και Αισθητικής ανά Τομέα	60
5. Συμπεράσματα και Προοπτικές του Κλάδου	62
Γενικά	62
Ανάλυση ανταγωνιστικού περιβάλλοντος	63
Είσοδος Νέων Ανταγωνιστών	63
Κίνδυνοι από Υποκατάστατα Προϊόντα ή Υπηρεσίες	63
Διαπραγματευτική Δύναμη Προμηθευτών	64
Διαπραγματευτική Δύναμη Αγοραστών	64
Ανταγωνισμός μεταξύ Επιχειρήσεων του Κλάδου	65
Ανάλυση SWOT	65
Δυνατά Σημεία	65
Αδύνατα Σημεία	66
Ευκαιρίες	66
Απειλές	67

Οικονομικά Αποτελέσματα	67
Παράρτημα I: Προϋποθέσεις Εγκατάστασης και Λειτουργίας Μονάδων Αδυνατίσματος και Διαιτολογικών Μονάδων.....	69
Παράρτημα II: Υπουργική Απόφαση Ζ1-1262/2007 για τη ρύθμιση των τύπων και των όρων των συμβάσεων που συνάπτουν οι καταναλωτές με μονάδες αδυνατίσματος και γυμναστήρια	74
Παράρτημα III: Ισολογισμοί Εταιρειών του Κλάδου	79
Παράρτημα IV: Κατάλογος Κλαδικών Μελετών που έχουν εκπονηθεί από τη Διεύθυνση Οικονομικών Μελετών της ICAP Α.Ε.....	96

- Benchmarking Επιχειρήσεων Παροχής Υπηρεσιών Αδυνατίσματος και Αισθητικής (σε ηλεκτρονική μορφή)

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Π2.1 Πληθυσμός της Ελλάδας κατά φύλο και ομάδες ηλικιών (1991,2001,2007)	10
Π2.2 Μέσος όρος μηνιαίων δαπανών των νοικοκυριών για υπηρεσίες καλλωπισμού και ατομικής καθαριότητας κατά μέγεθος νοικοκυριού (2004-2005).....	11
Π2.3 Μέσος όρος μηνιαίων δαπανών των νοικοκυριών για υπηρεσίες καλλωπισμού και ατομικής καθαριότητας κατά περιοχή (2004-2005).....	12
Π2.4 Μέσος όρος μηνιαίων δαπανών των νοικοκυριών για υπηρεσίες καλλωπισμού και ατομικής καθαριότητας κατά επάγγελμα του υπεύθυνου του νοικοκυριού (2004-2005).....	12
Πίνακας 3.1 Επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών αδυνατίσματος και αισθητικής.....	28
Πίνακας 3.2 Πωλήσεις κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής (2002-2007).....	34
Πίνακας 3.3 Επωνυμίες κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής για την ανάγνωση των διαγραμμάτων	35
Π3.1 Διάρθρωση της συνολικής διαφημιστικής δαπάνης των ινστιτούτων αισθητικής ανά διαφημιστικό μέσο (2003-2007).....	40
Π3.2 Διαφημιστική δαπάνη ινστιτούτων αισθητικής ανά εμπορικό σήμα (2006-2007).....	40
Π3.3 Διευθύνσεις κέντρων «Bodyline»	42
Π3.4 Διευθύνσεις κέντρων «DNA Επιστήμη και Ομορφιά»	42
Π3.5 Διευθύνσεις κέντρων «New Day»	43
Π3.6 Διευθύνσεις κέντρων «Silhouette».....	43
Π3.7 Διευθύνσεις κέντρων της Woman´s Studio AE.....	43
Π3.8 Διευθύνσεις κέντρων της Ελκαέρ ΑΕΕ.....	43
Π3.9 Διευθύνσεις κέντρων της Έστερ Στούντιο Υγείας ΑΕ.....	43
Π3.10 Διευθύνσεις κέντρων της εταιρείας Νέα Εμφάνιση-Ομορφιά-Αδυνάτισμα ΑΕ.....	43
Π3.11 Διευθύνσεις κέντρων «Πρίνου»	44
Π3.12 Διευθύνσεις κέντρων της Φλέξ Κλάμπ ΑΕ	44
Π3.13 Κατανομή κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής ανά πόλη (Απρίλιος 2008)	44
Π3.14 Κατανομή κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής ανά περιοχή της Αττικής (Απρίλιος 2008)	45
Π3.15 Κέντρα αδυνατίσματος και αισθητικής στο Νομό Αττικής (Απρίλιος 2008)	45
Π3.16 Κέντρα αδυνατίσματος και αισθητικής στις περιοχές της Θεσ/νίκης, Πάτρας, Λάρισας, Ηρακλείου και Καβάλας (Απρίλιος 2008).....	45
Π3.17 Ορισμοί χρηματοοικονομικών δεικτών.....	46
Π3.18 Δείκτες κερδοφορίας κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής (2002-2006)	48
Π3.19 Δείκτες αποδοτικότητας κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής (2002-2006)	49
Π3.20 Δείκτες ρευστότητας κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής (2002-2006).....	50
Π3.21 Δείκτες χρηματοοικονομικής διάρθρωσης κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής (2002-2006).....	51
Π3.22 Δείκτες δραστηριότητας κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής (2002-2006)	52
Π3.23 Ομαδοποιημένος ισολογισμός κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής (2005-2006)...	53
Π3.24 Ομαδοποιημένος ισολογισμός κερδοφόρων κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής (2005-2006).....	55
Π3.25 Ομαδοποιημένος ισολογισμός ζημιογόνων κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής (2005-2006).....	57
Πίνακας 4.1 Συνολικό μέγεθος αγοράς κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής (1999-2007) 59	
Πίνακας 4.2 Ανάλυση μεγέθους αγοράς ανά τομέα υπηρεσιών (1999-2007).....	60

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Διάγραμμα 2.1 Διαχρονική εξέλιξη πληθυσμού κατά φύλλο (2000-2007).....	8
Διάγραμμα 3.1 Διαφημιστική δαπάνη ινστιτούτων αισθητικής (2003-2007)	16
Διάγραμμα 3.2 Διάρθρωση των κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής ανά γεωγραφικό διαμέρισμα (Απρίλιος 2008).....	33
Διάγραμμα 3.3 Κέντρα αδυνατίσματος και αισθητικής στην Ελλάδα (Απρίλιος 2008)	33
Διάγραμμα 3.4 Εξέλιξη δεικτών κερδοφορίας κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής (2002-2006)	36
Διάγραμμα 3.5 Εξέλιξη δεικτών αποδοτικότητας κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής	36
(2002-2006).....	36
Διάγραμμα 3.6 Εξέλιξη δεικτών ρευστότητας κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής.....	37
(2002-2006).....	37
Διάγραμμα 3.7 Εξέλιξη δεικτών χρηματοοικονομικής διάρθρωσης κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής (2002-2006)	37
Διάγραμμα 3.8 Εξέλιξη δεικτών δραστηριότητας κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής	38
(2002-2006).....	38
Διάγραμμα 4.1 Εξέλιξη της εγχώριας αγοράς των κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής ανά τομέα υπηρεσιών (1999-2007)	61

ΣΥΝΟΨΗ

Η παροχή υπηρεσιών αδυνατίσματος και αισθητικής αποτελεί έναν από τους νεότερους κλάδους της ελληνικής οικονομίας. Ο εν λόγω κλάδος αναπτύχθηκε κυρίως λόγω του ότι ο σύγχρονος άνθρωπος έχοντας καλύψει τις βασικές βιοποριστικές του ανάγκες, άρχισε να περιποιείται όλο και περισσότερο την εξωτερική του εμφάνιση. Σήμερα, δραστηριοποιείται ένας μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων, οι περισσότερες από τις οποίες είναι μικρού μεγέθους οικογενειακές μονάδες, οι οποίες λειτουργούν σε τοπικό επίπεδο. Σημειώνεται ότι στα περισσότερα πολυδύναμα κέντρα λειτουργούν τμήματα αδυνατίσματος, αισθητικής, γυμναστηρίου, προγραμμάτων διαίτης, ψυχολογικής υποστήριξης και εμπορικά τμήματα πώλησης καλλυντικών.

Παράλληλα, στον ευρύτερο κλάδο δραστηριοποιείται ένας μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων, οι οποίες προσφέρουν υποκατάστατες υπηρεσίες των κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής, μεταξύ των οποίων κέντρα ιατρικής αισθητικής, γυμναστήρια, κέντρα διαιτολογικής υποστήριξης, επιχειρήσεις διανομής γευμάτων διαίτης κ.α. Σημειώνεται ότι οι συγκεκριμένες κατηγορίες επιχειρήσεων δεν αποτελούν αντικείμενο εξέτασης της παρούσας μελέτης.

Όσον αφορά την επέκταση του δικτύου καταστημάτων των κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής, αυτή επιτυγχάνεται συχνά με τη μέθοδο της δικαιόχρησης (franchising). Επιπλέον, οι επιχειρήσεις του κλάδου διακρίνονται ανάλογα με το αν έχουν υπό τον άμεσο έλεγχο τους τα καταστήματά που διατηρούν, αν τα καταστήματά τους αποτελούν ξεχωριστές επιχειρήσεις με αυτόνομη νομική μορφή ή αν ορισμένα από τα καταστήματά τους λειτουργούν με τη μέθοδο της δικαιόχρησης και άλλα ελέγχονται από τη δικαιοπάροχο εταιρεία.

Ζήτηση

Ένας από τους σημαντικότερους παράγοντες προσδιορισμού της ζήτησης των υπηρεσιών αδυνατίσματος και αισθητικής είναι το διαθέσιμο εισόδημα των καταναλωτών, σε συνδυασμό με τιμή διάθεσης των παρεχόμενων υπηρεσιών. Επιπλέον, οι υπηρεσίες του κλάδου χαρακτηρίζονται από εποχικότητα, δεδομένου ότι υπάρχει μεγάλη ζήτηση κυρίως για τις υπηρεσίες αδυνατίσματος μετά τις γιορτές των Χριστουγέννων και της Πρωτοχρονιάς, εντείνεται δε ακόμα περισσότερο η ζήτησή τους το δίμηνο Μάιος-Ιούνιος.

Παράλληλα, σημαντική επίδραση ασκεί η ηλικιακή σύνθεση του πληθυσμού και οι μεταβολές του, ενώ η διαφημιστική προβολή των υπηρεσιών που προσφέρουν επιχειρήσεις του κλάδου κατευθύνει σε σημαντικό βαθμό τη ζήτηση στα διαφημιζόμενα κέντρα αδυνατίσματος και αδυνατίσματος.

Τέλος, η βελτίωση του βιοτικού επιπέδου έχει ως αποτέλεσμα τη διεύρυνση των αναγκών των ανθρώπων, γεγονός που επηρεάζει θετικά τη ζήτηση και για τις εξεταζόμενες υπηρεσίες. Το

στοιχείο αυτό ενισχύεται από την ευρύτερη τάση σχετικά με τη σημασία που δίνεται στις μέρες μας σε θέματα εξωτερικής εμφάνισης.

Όσον αφορά τη μέση μηνιαία δαπάνη για υπηρεσίες καλλωπισμού και ατομικής καθαριότητας, σύμφωνα με στοιχεία της Έρευνας Οικογενειακών Προϋπολογισμών που πραγματοποίησε η ΕΣΥΕ το διάστημα 2004-2005, διαμορφώθηκε σε €10,88 καλύπτοντας το 19,5% της μέση μηνιαίας δαπάνης για υπηρεσίες ατομικού ευπρεπισμού.

Προσφορά

Ένα από τα σημαντικότερα χαρακτηριστικά του εξεταζόμενου κλάδου είναι η ύπαρξη μεγάλου αριθμού μικρών επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην εγχώρια αγορά. Ο αριθμός των μεγάλων αλυσίδων παροχής υπηρεσιών αδυνατίσματος και αισθητικής είναι περιορισμένος, με τα κέντα «Bodyline», «New Day» και «Πρίνου» να αποτελούν τις πιο μεγάλες αλυσίδες του κλάδου, βάσει αριθμού καταστημάτων. Παράλληλα, σε επίπεδο μεριδίων ο κλάδος παρουσιάζει μεγάλη συγκέντρωση, καθώς ελέγχεται από λίγες μεγάλες επιχειρήσεις.

Οι έντονες συνθήκες ανταγωνισμού που επικρατούν στο κλάδο, ωθούν αρκετές επιχειρήσεις στην αναβάθμιση και τον εκσυγχρονισμό του μηχανολογικού τους εξοπλισμού σε τακτά χρονικά διαστήματα προκειμένου να παραμείνουν ανταγωνιστικές. Επιπλέον, για να αντεπεξέλθουν στον υψηλό ανταγωνισμό πολλές επιχειρήσεις προχωρούν στη διάθεση πακέτων προσφορών με ειδικές εκπτώσεις, πρόσθετες παροχές και δώρα, προκειμένου να προσελκύσουν όσο το δυνατό μεγαλύτερο αριθμό πελατών. Παράλληλα, η πληρωμή μέσω πιστωτικών καρτών με άτοκες δόσεις αποτελεί έναν από τους πιο διαδεδομένους τρόπους πληρωμής στον εξεταζόμενο κλάδο, γίνεται δε αποδεκτός από ένα σημαντικό αριθμό πελατών και επιβάλλεται από τον ανταγωνισμό.

Στο σημείο αυτό σημειώνεται ότι ο ανταγωνισμός εντείνεται ακόμα περισσότερο και εξαιτίας του γεγονότος ότι υπάρχει ένας μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων, οι οποίες προσφέρουν υπηρεσίες που θεωρούνται υποκατάστατες των υπηρεσιών που προσφέρουν τα κέντρα αδυνατίσματος και αισθητικής, όπως είναι τα spa centers, τα γυμναστήρια, τα διατροφολογικά κέντρα, οι επιχειρήσεις διανομής γευμάτων διαίτης, τα κέντρα ιατρικής αισθητικής κ.α.

Αγορά

Η εγχώρια αγορά των κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής σημείωσε υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης μέχρι και το 2002. Από το 2003 μέχρι και το 2006 η πορεία ήταν πτωτική γεγονός που οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στη δυσπιστία που δημιουργήθηκε στο καταναλωτικό κοινό μετά το κλείσιμο αρκετών επιχειρήσεων του κλάδου. Το 2007 ο κλάδος επανήλθε σε ανοδική πορεία και συγκεκριμένα εκτιμάται ότι η εξεταζόμενη αγορά ανήλθε σε €185 εκ. παρουσιάζοντας αύξηση 10,8% σε σχέση με το προηγούμενο έτος. Σημειώνεται ότι το 53% της

εξεταζόμενης αγοράς για το 2007 αποτέλεσαν οι υπηρεσίες αδυνατίσματος και το υπόλοιπο 47% αφορούσε υπηρεσίες αισθητικής. Επιπλέον, σύμφωνα με παράγοντες τις αγοράς η ανοδική αυτή πορεία του κλάδου εκτιμάται ότι θα συνεχιστεί και τα επόμενα έτη.

Παρά το γεγονός ότι στο κλάδο δραστηριοποιείται ένας μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων παρατηρείται υψηλή συγκέντρωση σε αυτόν, με τις πέντε μεγαλύτερες αλυσίδες να αποσπούν από κοινού το 80% περίπου της εγχώριας αγοράς για το 2007. Όσον αφορά τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις του κλάδου για το 2007, τα κέντρα «Bodyline» και τα κέντρα «Silhouette» αποσπούν από κοινού το 32%-33% περίπου της εγχώριας αγοράς των υπηρεσιών αδυνατίσματος και αισθητικής, ενώ εκτιμάται ότι τα κέντρα «Πρίνου» και τα κέντρα «New Day» απέσπασαν μερίδια της τάξης του 24%-25% και 18%-19% αντίστοιχα.

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ-ΓΕΝΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ

1.1 Εισαγωγή

Η παρούσα μελέτη έχει ως αντικείμενο τη διερεύνηση της εγχώριας αγοράς των κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής. Η παροχή υπηρεσιών αδυνατίσματος και αισθητικής αποτελεί έναν από τους νεότερους κλάδους της ελληνικής οικονομίας, ο οποίος αναπτύχθηκε κυρίως λόγω του γεγονότος ότι ο σύγχρονος άνθρωπος έχοντας καλύψει τις βασικές βιοποριστικές του ανάγκες, άρχισε να περιποιείται όλο και περισσότερο την εξωτερική του εμφάνιση. Στον ευρύτερο κλάδο δραστηριοποιείται ένας μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων μεταξύ των οποίων γυμναστήρια, ινστιτούτα ιατρικής αισθητικής, spa centers και κέντρα διαιτολογικής υποστήριξης. Οι προαναφερθείσες κατηγορίες εταιρειών δεν εξετάζονται στην παρούσα μελέτη, η οποία επικεντρώνεται στα κέντρα που προσφέρουν υπηρεσίες αδυνατίσματος και αισθητικής, παράλληλα με τη χρήση κατάλληλου μηχανολογικού εξοπλισμού. Επιπλέον σημειώνεται ότι, αδυνάτισμα επιτυγχάνεται εκτός των άλλων και μέσω της μεθόδου των διανεμόμενων γευμάτων διαίτης, σε καθημερινή βάση, με την οποία ασχολούνται εταιρείες όπως η Gilli Diet, η Taste N' Diet, η My Secret Diet κ.α. Οι εταιρείες αυτές απευθύνονται σε άτομα τα οποία επιθυμούν την απώλεια βάρους, αλλά δεν διαθέτουν τον απαιτούμενο χρόνο για ένα πρόγραμμα αδυνατίσματος σε κάποιο κέντρο αδυνατίσματος και αισθητικής. Τα γεύματα διανέμονται στο χώρο κατοικίας ή και στο χώρο εργασίας, ανάλογα με τις απαιτήσεις του πελάτη. Επισημαίνεται ότι και αυτή η κατηγορία επιχειρήσεων δεν εξετάζεται στην παρούσα μελέτη.

Στο παρόν κεφάλαιο αναφέρονται κάποια γενικά πληροφοριακά στοιχεία για τον κλάδο των κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής. Ειδικότερα, περιγράφονται αναλυτικά οι δραστηριότητες που προσφέρουν τα εν λόγω κέντρα, γίνεται διαχωρισμός τους από τα «Health Spa Centers», ενώ γίνεται αναφορά και στο θεσμικό πλαίσιο που διέπει τον κλάδο, η τήρηση του οποίου είναι απαραίτητη για τη σωστή λειτουργία των εταιρειών και την παροχή ποιοτικών υπηρεσιών προς τους πελάτες τους. Στο δεύτερο κεφάλαιο εξετάζονται οι κυριότεροι παράγοντες που επιδρούν στη ζήτηση των υπηρεσιών του κλάδου, ενώ παρατίθενται και στοιχεία σχετικά με τη μέση μηνιαία δαπάνη για υπηρεσίες καλλωπισμού και ατομικής καθαριότητας σύμφωνα με τα αποτελέσματα της τελευταίας Έρευνας Οικογενειακών Προϋπολογισμών της ΕΣΥΕ. Στο τρίτο κεφάλαιο γίνεται παρουσίαση της προσφοράς, όπου περιγράφεται η δομή του κλάδου, αναλύονται οι συνθήκες ανταγωνισμού και οι τρόποι προώθησης των υπηρεσιών αδυνατίσματος και αισθητικής, παρατίθενται στοιχεία σχετικά με τη διαφημιστική δαπάνη των εταιρειών του κλάδου, ενώ παρουσιάζονται και ορισμένα στοιχεία για το θεσμό του franchising, ο οποίος αποτελεί έναν από τους κυριότερους τρόπους ανάπτυξης αλυσίδων καταστημάτων. Επιπλέον, παρουσιάζονται οι κυριότερες επιχειρήσεις αδυνατίσματος και αισθητικής που δραστηριοποιούνται στην εγχώρια αγορά. Στο τέταρτο κεφάλαιο παρουσιάζεται η διαχρονική εξέλιξη της εγχώριας αγοράς των κέντρων αδυνατίσματος και

αισθητικής σε αξία, ενώ στο τελευταίο κεφάλαιο συνοψίζονται τα συμπεράσματα της μελέτης και επισημαίνονται τα προβλήματα και οι προοπτικές του κλάδου, χρησιμοποιώντας το υπόδειγμα των πέντε δυνάμεων του Porter.

1.2 Ιστορική Εξέλιξη του Κλάδου

Ο κλάδος του αδυνατίσματος και της αισθητικής εμφανίστηκε στον ελληνικό χώρο με τη μορφή των πρώτων οργανωμένων κέντρων πριν από 50 χρόνια περίπου. Στα τέλη της δεκαετίας του '50 ελληνίδες αισθητικοί, που είχαν σπουδάσει κυρίως στη Γαλλία, ιδρύουν την Πανελλήνια Οργάνωση Αισθητικών (ΠΟΑ), με βασικό στόχο την κατοχύρωση του επαγγέλματος και την έκδοση ειδικής άδειας άσκησης. Οι πρώτες ιδιωτικές σχολές μονοετούς φοίτησης ιδρύονται το 1962, ενώ στο τέλος της δεκαετίας του '60 με το νόμο 361/69 οριοθετείται το επάγγελμα του αισθητικού.

Τα κέντρα «Silhouette», τα οποία ιδρύθηκαν το 1966, αποτελούν τα παλαιότερα πολυδύναμα κέντρα στη χώρα μας. Έκτοτε ακολούθησε η δημιουργία και άλλων ομοειδών πολυδύναμων κέντρων, όπως είναι τα «Bodyline» (ιδρύθηκαν το Σεπτέμβριο του 1968), τα «VitaPlus» κ.α.

Η μεγάλη ανάπτυξη για τον κλάδο του αδυνατίσματος και της αισθητικής ξεκίνησε τη δεκαετία του 1980. Προς την κατεύθυνση αυτή συνέβαλαν σημαντικά τα νέα κοινωνικά πρότυπα, τα οποία έδιναν ιδιαίτερη έμφαση στην εξωτερική εμφάνιση του ανθρώπου. Από τα μέσα της δεκαετίας του 1980 τα μεγάλα πολυδύναμα κέντρα άρχισαν να εστιάζουν όλο και περισσότερο στον τομέα της αισθητικής.

Την περίοδο 1997-2002 ο κλάδος παρουσίασε πολύ μεγάλη άνθηση, κατά την οποία η ζήτηση των υπηρεσιών αδυνατίσματος και αισθητικής ήταν ιδιαίτερα αυξημένη, ενώ παράλληλα στο κλάδο εισήλθε ένας μεγάλος αριθμός εταιρειών. Από το 2003 μέχρι και το 2006 υπήρξε μια μεγάλη πτώση στην ζήτηση των εξεταζόμενων υπηρεσιών, η οποία οφείλεται κυρίως στο κλίμα δυσπιστίας που δημιουργήθηκε στο καταναλωτικό κοινό, λόγω του μεγάλου αριθμού κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής που έκλεισαν. Στο σημείο αυτό πρέπει να αναφερθεί ότι ορισμένες αλυσίδες του κλάδου που είχαν σημαντική παρουσία στο παρελθόν και είχαν αναπτυχθεί κυρίως με τη μέθοδο του franchising, έχουν σταματήσει να λειτουργούν. Ενδεικτικά αναφέρονται τα κέντρα «Lipogen», «Medi Jeunesse», «Beauty & Diet» και «Metabolism». Τονίζεται ωστόσο ότι ορισμένα από τα καταστήματα αυτών των αλυσίδων συνεχίζουν να λειτουργούν ανεξάρτητα, είτε με τον προϋπάρχοντα διακριτικό τίτλο είτε με διαφορετικό, χωρίς όμως να υφίσταται κάποια εταιρεία που να λειτουργεί σαν δικαιούχος.

Τέλος, σύμφωνα με πηγές της αγοράς, από το 2007 ο κλάδος έχει επανέλθει σε ανοδική πορεία, χωρίς όμως να έχει φτάσει στα επίπεδα που ήταν το 2002. Σε αυτόν συνεχίζει να δραστηριοποιείται ένας υψηλός αριθμός εταιρειών, οι περισσότερες από τις οποίες είναι μικρού μεγέθους οικογενειακές επιχειρήσεις, οι οποίες λειτουργούν ανεξάρτητα και κυρίως σε τοπικό

επίπεδο. Επιπλέον, υψηλός παραμένει και ο βαθμός συγκέντρωσης, με τις μεγάλες αλυσίδες κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής να ελέγχουν από κοινού το μεγαλύτερο μέρος της εγχώριας αγοράς.

1.3 Περιγραφή Δραστηριότητας

Σύμφωνα με το άρθρο 1 της Υπουργικής Απόφασης που αναφέρεται στις προϋποθέσεις εγκατάστασης και λειτουργίας Μονάδων Αδυνατίσματος και Διαιτολογικών Μονάδων (ΦΕΚ 655/Β/30-6-1998), ως μονάδες αδυνατίσματος νοούνται οι πολυδύναμες μονάδες παροχής υπηρεσιών είτε άσκησης και διαίτης, είτε αισθητικής και διαίτης, ή άσκησης, αισθητικής και διαίτης οι οποίες:

- Συνυπάρχουν υπό κοινό τίτλο και δρουν, είτε ανεξάρτητα μεταξύ τους είτε υπό μορφή συνδυασμού εταιρειών και ατομικών επιχειρήσεων.
- Λειτουργούν ως ενιαία επιχείρηση υπό μορφή εταιρείας.

Σημειώνεται ότι ανάλογα με τον τρόπο οργάνωσης και λειτουργίας τους, οι επιχειρήσεις του κλάδου διακρίνονται στις εξής κατηγορίες:

- Επιχειρήσεις κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής, οι οποίες έχουν υπό τον άμεσο έλεγχό τους τα καταστήματα που διατηρούν.
- Αλυσίδες στις οποίες ορισμένα καταστήματά τους αποτελούν ξεχωριστές επιχειρήσεις με αυτόνομη νομική μορφή.
- Αλυσίδες στις οποίες ορισμένα καταστήματά τους λειτουργούν με τη μέθοδο της δικαιόχρησης (franchising) και άλλα ελέγχονται από τη δικαιοπάροχο εταιρεία.

Τα περισσότερα ινστιτούτα αισθητικής και κυρίως τα πολυδύναμα κέντρα περιλαμβάνουν συνήθως τα εξής τμήματα: αδυνατίσματος, αισθητικής, γυμναστηρίου, επεξεργασίας προγραμμάτων διαίτης, ψυχολογικής υποστήριξης και εμπορικό τμήμα πώλησης προϊόντων περιποίησης προσώπου και σώματος. Σημειώνεται ωστόσο ότι το μεγαλύτερο μέρος των υπηρεσιών που προσφέρουν τα εν λόγω κέντρα είναι υπηρεσίες αδυνατίσματος και αισθητικής.

Οι κυριότερες υπηρεσίες που προσφέρουν τα **τμήματα αδυνατίσματος** περιλαμβάνουν: αδυνατίσμα, σύσφιξη, θεραπεία κατά της κυτταρίτιδας, ανόρθωση γλουτών ή στήθους, laser, ιστοδιέγερση, φυτοθεραπεία-αρωματοθεραπεία-θαλασσοθεραπεία, μασάζ, υδρομασάζ, σάουνα κ.λ.π.

Τα **τμήματα αισθητικής** περιλαμβάνουν εφαρμογές για το πρόσωπο και το σώμα, όπως: ενυδάτωση, καθαρισμός προσώπου, peeling, lifting, καταπολέμηση ακμής, ρυτίδων, λεκέδων προσώπου κ.λ.π., βιοαναγέννηση, lasers, σύσφιξη, βιομοριακή θεραπεία, αρωματοθεραπεία, οξυγονοθεραπεία, μακιγιάζ, υπέρηχοι, αποτρίχωση προσώπου και σώματος κ.λ.π.

Τα **τμήματα των γυμναστηρίων**, τα οποία αποτελούν παράλληλη δραστηριότητα των τμημάτων αδυνατίσματος και αισθητικής, προσφέρουν υπηρεσίες όπως: aerobic, aquarobic, σουηδική γυμναστική, γυμναστική με όργανα, ασκήσεις σε πισίνα κ.λ.π.

Τα **τμήματα επεξεργασίας προγραμμάτων διαίτης**, τα οποία συνεργάζονται με εξειδικευμένους επιστήμονες, παρέχουν στους πελάτες διάφορα προγράμματα διατροφής, τα οποία βασίζονται στην υγεία και το μεταβολισμό του κάθε ατόμου.

Τα **τμήματα ψυχολογικής υποστήριξης**, τα οποία συναντώνται συνήθως στα μεγάλα πολυδύναμα κέντρα, αφορούν την ψυχολογική στήριξη του πελάτη κατά τη διάρκεια της εκάστοτε θεραπείας.

Τέλος, τα **εμπορικά τμήματα** προμηθεύουν τους πελάτες των ινστιτούτων με διάφορα καλλυντικά για την περιποίηση του σώματος και του προσώπου και συναντώνται στα περισσότερα κέντρα του κλάδου.

1.4 Health Spa Centers

Τα Health Spa Centers έχουν σημειώσει μεγάλη ανάπτυξη σε παγκόσμιο επίπεδο τις τελευταίες δεκαετίες. Στα εν λόγω κέντρα προσφέρονται αφενός ιαματικές θεραπείες και αφετέρου υπηρεσίες αναζωογόνησης και ομορφιάς. Ειδικότερα, προσφέρονται υπηρεσίες που αφορούν την ομορφιά του σώματος και του προσώπου (κούρες ομορφιάς, ανανέωση, χαλάρωση, φυσιοθεραπεία, θαλασσοθεραπεία, κολύμβηση, γυμναστήριο, μασάζ) και συνοδεύονται και από άλλες αθλητικές και πολιτιστικές δραστηριότητες. Οι προαναφερόμενες υπηρεσίες προσφέρονται σε όλο και μεγαλύτερο αριθμό οργανωμένων ξενοδοχειακών μονάδων και ο θεσμός αυτός αποτελεί πλέον μια μορφή ειδικού τουρισμού. Παράλληλα, στα μεγάλα αστικά κέντρα λειτουργούν ορισμένα κέντρα που προσφέρουν αποκλειστικά υπηρεσίες spa στις εγκαταστάσεις τους.

Στην Ελλάδα αρχικά τέτοιες υπηρεσίες προσφέρονταν σε ορισμένα υδροθεραπευτικά κέντρα σε διάφορες λουτροπόλεις της χώρας, τα οποία αποτελούν ιδιοκτησία του ΕΟΤ. Σήμερα στην κατηγορία του ιαματικού τουρισμού περιλαμβάνονται 14 υδροθεραπευτήρια, τα οποία εξυπηρετούν ετησίως 100.000 άτομα περίπου, καθώς και δεκάδες άλλες ιαματικές πηγές που λειτουργούν από τοπικούς φορείς. Ενδεικτικά αναφέρονται τα κέντρα που λειτουργούν στην περιοχή της Αιδηψού, στα Καμένα Βούρλα, στον Καϊάφα, στο Λουτράκι, στην Κυλλήνη κ.α.

Επιπλέον, τα τελευταία χρόνια έχουν αρχίσει και αναπτύσσονται σε ορισμένα ξενοδοχεία της χώρας κέντρα θαλασσοθεραπείας, τα οποία προσφέρουν στις εγκαταστάσεις τους τις ευεργετικές ιδιότητες του θαλασσινού νερού. Τα κέντρα αυτά είναι εφοδιασμένα με το ειδικό σήμα λειτουργίας του Ε.Ο.Τ. και είναι τα εξής: το Olympia Riviera στο Νομό Ηλείας, τα Candia Maris και το Royal Mare Village στο Νομό Ηρακλείου, το Elounda Spa & Thalassotherapy Center στο Νομό Λασιθίου, το Perle Resort Hotel στο Νομό Χανίων και το Galini στο Νομό Φθιώτιδας.

Η μεγάλη ζήτηση που παρουσιάζουν οι υπηρεσίες που προσφέρουν τα «Health Spa Centers» οδήγησαν ορισμένα μεγάλα κέντρα αδυνατίσματος και αισθητικής στη δημιουργία ειδικών τμημάτων spa στις εγκαταστάσεις τους, τα οποία παρέχουν κάποιες από τις προαναφερθείσες υπηρεσίες. Η ζήτηση αυτών των υπηρεσιών αυξάνεται συνεχώς και εκτιμάται

ότι στο μέλλον θα προσελκύσουν μεγαλύτερο μέρος του καταναλωτικού κοινού, καλύπτοντας την αυξανόμενη ανάγκη του για χαλάρωση, χωρίς να χρειάζεται να ταξιδέψει στα κέντρα υδροθεραπείας και θαλασσοθεραπείας, τα περισσότερα από τα οποία είναι αρκετά απομακρυσμένα από τα αστικά κέντρα.

1.5 Θεσμικό Πλαίσιο

Στο παρόν κεφάλαιο γίνεται αναφορά της κυριότερης νομοθεσίας που διέπει το κλάδο των κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής. Το θεσμικό πλαίσιο του κλάδου αρχικά ρυθμίστηκε την περίοδο 1969-1970, όταν και καθορίστηκαν οι προϋποθέσεις ασκήσεως του επαγγέλματος του αισθητικού. Το 1998 με υπουργική απόφαση καθορίστηκαν οι προϋποθέσεις εγκατάστασης και λειτουργίας μονάδων αδυνατίσματος και διαιτολογικών μονάδων, η οποία το 2004 δέχτηκε συμπλήρωση-τροποποίηση, ενώ το 2007 με υπουργική απόφαση ρυθμίστηκαν οι όροι των συμβάσεων που συνάπτουν οι καταναλωτές με τα κέντρα αδυνατίσματος.

Πιο συγκεκριμένα, οι κυριότεροι νόμοι που διέπουν τον εξεταζόμενο κλάδο είναι οι εξής:

- ΦΕΚ 244/Α/28-11-1969, Παρ. 3 νόμος υπ' αριθμόν 361, «Περί ασκήσεως του επαγγέλματος του αισθητικού».
- ΦΕΚ 426/Β/17-6-1970, Παρ. 9 υπουργική απόφαση Αρ. Πρωτ. Φ.Γ4ε/5258, «Περί ρυθμίσεως λεπτομερειών εφαρμογής του υπ' αριθμού 361/69».
- ΦΕΚ 37/Α/7-2-1989, Παρ. 2 Προεδρικό Διάταγμα υπ' αριθμόν 83, άρθρο 1, «Επαγγελματικά δικαιώματα πτυχιούχων τμήματος αισθητικής».
- ΦΕΚ 433/Β/9-6-1994, Παρ. 1 υπουργική απόφαση Αρ. Πρωτ. Υ7/οικ. 3971, «Τροποποίηση της Γ43/5258 αποφάσεως "Περί ρυθμίσεως λεπτομερειών του υπ' αριθμού 361/69 περί ασκήσεως του επαγγέλματος του αισθητικού"».
- ΦΕΚ 655/Β/30-6-1998, Υπουργική Απόφαση Αρ. Οικ. 3215, «Προϋποθέσεις εγκατάστασης και λειτουργίας μονάδων αδυνατίσματος και διαιτολογικών μονάδων».
- ΦΕΚ 749/1999, Υπουργική Απόφαση Α/5, «Τροποποίηση και συμπλήρωση της υπουργικής απόφασης περί ρυθμίσεως λεπτομερειών εφαρμογής του 361/1969 ΝΔ περί ασκήσεως του επαγγέλματος αισθητικού».
- ΦΕΚ 296/Α/23-12-2003, Νόμος υπ' αριθμόν 3204, «Τροποποίηση και συμπλήρωση της νομοθεσίας για το Εθνικό Σύστημα Υγείας και ρυθμίσεις άλλων θεμάτων αρμοδιοτήτων του υπουργείου υγείας και πρόνοιας», Άρθρο 23-Άδειες λειτουργίας μονάδων αδυνατίσματος.
- ΦΕΚ 246/Β/9-2-2004, Υπουργική Απόφαση Αρ. Πρωτ. Υ3β οικ. 14185, «Τροποποίηση και συμπλήρωση της 3215/3-6-1998 (ΦΕΚ 655/Β/1998) υπουργικής απόφασης "Προϋποθέσεις εγκατάστασης και λειτουργίας μονάδων αδυνατίσματος και διαιτολογικών μονάδων"».
- ΦΕΚ 2122/31-10-2007, Υπουργική Απόφαση Ζ1-1262, «Ρύθμιση των τύπων και των όρων των συμβάσεων που συνάπτουν οι καταναλωτές με μονάδες αδυνατίσματος και γυμναστήρια».

Στο τέλος της μελέτης (παράρτημα I) παρατίθενται αναλυτικά οι προϋποθέσεις εγκατάστασης και λειτουργίας των μονάδων αδυνατίσματος και των διαιτολογικών μονάδων. Στο παράρτημα II παρατίθεται η Υπουργική Απόφαση Ζ1-1262/2007, η οποία ρυθμίζει τους τύπους και τους όρους των συμβάσεων που συνάπτουν οι καταναλωτές με τις μονάδες αδυνατίσματος και τα γυμναστήρια. Η υπουργική αυτή απόφαση ουσιαστικά αντικαθιστά το κώδικα δεοντολογίας των κέντρων αδυνατίσματος, ο οποίος είχε συνταχθεί τον Ιούλιο του 2000 με την υπόδειξη και συμφωνία της Διεύθυνσης Προστασίας Καταναλωτή του Υπουργείου Ανάπτυξης.

2. Η ΖΗΤΗΣΗ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΑΔΥΝΑΤΙΣΜΑΤΟΣ ΚΑΙ ΑΙΣΘΗΤΙΚΗΣ

Στο παρόν κεφάλαιο αναφέρονται οι κυριότεροι παράγοντες που επηρεάζουν τη ζήτηση των υπηρεσιών αδυνατίσματος και αισθητικής. Επιπλέον, παρουσιάζονται στοιχεία της ΕΣΥΕ που αφορούν την πραγματοποιούμενη μέση μηνιαία δαπάνη ανά νοικοκυριό για υπηρεσίες καλλωπισμού και ατομικής καθαριότητας, οι οποίες εντάσσονται στην ευρύτερη κατηγορία του ατομικού ευημερισμού.

2.1 Προσδιοριστικοί Παράγοντες της Ζήτησης Υπηρεσιών Αδυνατίσματος και Αισθητικής

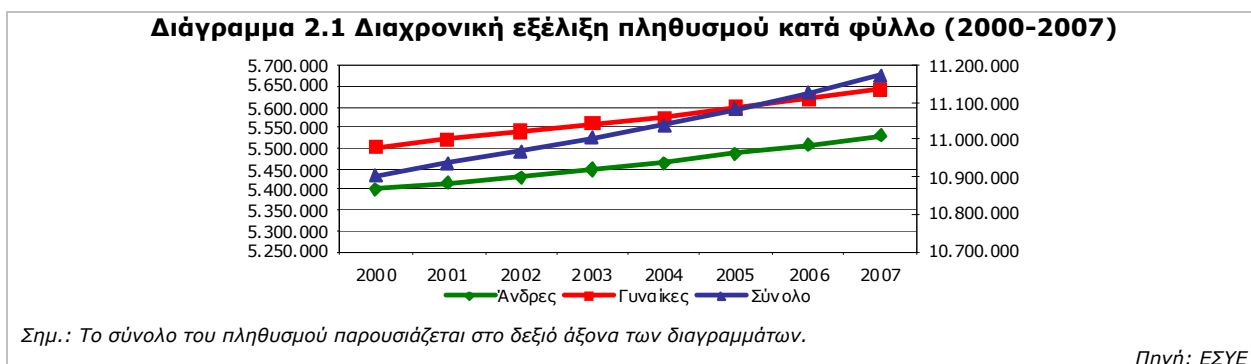
Ιδιαίτερα σημαντικός παράγοντας προσδιορισμού της ζήτησης των υπηρεσιών αδυνατίσματος και αισθητικής είναι το διαθέσιμο εισόδημα των καταναλωτών. Δεδομένου ότι οι υπηρεσίες που προσφέρουν τα κέντρα αδυνατίσματος και αισθητικής δεν θεωρούνται πρώτης ανάγκης, όσο μεγαλύτερο το διαθέσιμο εισόδημα των καταναλωτών τόσο περισσότερα χρήματα ξοδεύουν οι τελευταίοι σε υπηρεσίες του εξεταζόμενου κλάδου. Επιπλέον, σε περιόδους οικονομικής ύφεσης και μείωσης του διαθέσιμου εισοδήματος οι περισσότεροι καταναλωτές αναβάλλουν την πραγματοποίηση δαπανών που θεωρούνται δευτερεύουσας σημασίας.

Έπειτα, η τιμή στην οποία παρέχονται οι υπηρεσίες των κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής επηρεάζει τη ζήτησή τους. Σημειώνεται ότι η τιμή διάθεσης επηρεάζει περισσότερο τις ασθενέστερες εισοδηματικές τάξεις. Πολλές επιχειρήσεις του κλάδου, έχοντας διαπιστώσει τη σημαντική επίδραση της τιμής στη ζήτηση των προσφερόμενων υπηρεσιών, έχουν προχωρήσει στη διάθεση ελκυστικών προσφορών και πακέτων, στα οποία γίνονται ειδικές εκπτώσεις και πρόσθετες παροχές, προκειμένου να καταστήσουν τις υπηρεσίες τους οικονομικά ανταγωνιστικές.

Επιπλέον, οι υπηρεσίες αδυνατίσματος χαρακτηρίζονται από εποχικότητα, δεδομένου ότι υπάρχει μεγάλη ζήτηση μετά τις γιορτές των Χριστουγέννων και της Πρωτοχρονιάς, εντείνεται δε ακόμα περισσότερο το δίμηνο Μάιος-Ιούνιος. Αντίθετα, οι υπηρεσίες αισθητικής έχουν σχετικά σταθερή ζήτηση καθ' όλη τη διάρκεια του έτους.

Παράλληλα, η ηλικιακή σύνθεση του πληθυσμού και οι μεταβολές του επηρεάζουν σημαντικά τη ζήτηση των υπηρεσιών αδυνατίσματος και αισθητικής. Το μεγαλύτερο μέρος των πελατών των ινστιτούτων αδυνατίσματος και αισθητικής είναι γυναίκες, αν και τα τελευταία χρόνια παρατηρείται σημαντική αύξηση και του αριθμού των αντρών που επισκέπτονται τα εν λόγω κέντρα, κυρίως για υπηρεσίες αισθητικής. Στον πίνακα Π2.1 του παραρτήματος του παρόντος κεφαλαίου δίνονται στοιχεία σχετικά με το συνολικό πληθυσμό της Ελλάδας ανά φύλο και ηλικιακές ομάδες για τα έτη 1991, 2001 και 2007. Επιπλέον, στο παρακάτω διάγραμμα 2.1 παρουσιάζεται συγκεντρωτικά η εξέλιξη του μόνιμου πληθυσμού συνολικά και ανά φύλο στην αρχή κάθε έτους για τη περίοδο 2000-2007, σύμφωνα με στοιχεία της ΕΣΥΕ. Από τα

παρουσιάζομενα στοιχεία διαπιστώνεται ότι ο συνολικός πληθυσμός της Ελλάδας παρουσίασε μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης 0,3% την περίοδο 2000-2007.



Η διαφήμιση επηρεάζει σημαντικά τη ζήτηση των υπηρεσιών αδυνατίσματος και αισθητικής, δεδομένου ότι καθιστά γνωστές στο ευρύ κοινό τις υπηρεσίες που παρέχουν οι επιχειρήσεις του κλάδου, καθώς και τις προσφορές και τα πακέτα που προσφέρουν. Επιπλέον, μέσω της διαφήμισης οι επιχειρήσεις του κλάδου επιτυγχάνουν αύξηση της αναγνωρισιμότητάς και της φήμης τους, γεγονός που επιδρά θετικά στην προσέλκυση πελατών.

Τέλος, η βελτίωση του βιοτικού επιπέδου έχει ως αποτέλεσμα τη διεύρυνση των αναγκών των ανθρώπων, γεγονός που επηρεάζει θετικά τη ζήτηση και για τις εξεταζόμενες υπηρεσίες. Το στοιχείο αυτό ενισχύεται από την ευρύτερη τάση σχετικά με τη σημασία που δίνεται στις ημέρες μας σε θέματα εξωτερικής εμφάνισης.

2.2 Αποτελέσματα Έρευνας Οικογενειακών Προϋπολογισμών

Στους πίνακες Π2.2-Π2.4 του παραρτήματος του παρόντος κεφαλαίου, παρουσιάζονται ορισμένα από τα αποτελέσματα της Έρευνας Οικογενειακών Προϋπολογισμών που πραγματοποίησε η Εθνική Στατιστική Υπηρεσία Ελλάδος το χρονικό διάστημα 2004-2005, η οποία διενεργήθηκε σε τελικό δείγμα 6.555 ιδιωτικών νοικοκυριών και σε 17.386 μέλη τους σε ολόκληρη τη χώρα. Πιο συγκεκριμένα παρουσιάζεται η μέση μηνιαία δαπάνη για υπηρεσίες ατομικού ευπρεπισμού και για υπηρεσίες καλλωπισμού και ατομικής καθαριότητας, κατά μέγεθος νοικοκυριού, κατά περιοχές και κατά επάγγελμα του υπεύθυνου του νοικοκυριού. Σημειώνεται ότι οι υπηρεσίες αδυνατίσματος και αισθητικής δεν κατηγοριοποιούνται χωριστά από την ΕΣΥΕ και ως εκ τούτου η ανάλυση που ακολουθεί επιδιώκει να δώσει κυρίως μια ένδειξη της διάρθρωσης της εν λόγω δαπάνης.

Σύμφωνα με τον πίνακα Π2.2, η μέση μηνιαία δαπάνη των νοικοκυριών για υπηρεσίες καλλωπισμού και ατομικής καθαριότητας διαμορφώθηκε σε €10,88, καλύπτοντας το 19,5% της μέσης μηνιαίας δαπάνης για υπηρεσίες ατομικού ευπρεπισμού. Οι μεγαλύτερες δαπάνες πραγματοποιούνται από νοικοκυριά με τέσσερα μέλη (€15,99) και ακολουθούν τα νοικοκυριά με τρία (€14,36) και πέντε μέλη (€11,24). Η περιοχή στην οποία παρατηρείται η μεγαλύτερη μέση

μηνιαία δαπάνη για υπηρεσίες καλλωπισμού και ατομικής καθαριότητας είναι το πολεοδομικό συγκρότημα της Θεσσαλονίκης (€15,85) και ακολουθεί η περιφέρεια της πρωτεύουσας (πίνακας Π2.3). Στο πίνακα Π2.4 εμφανίζεται η μέση μηνιαία δαπάνη των νοικοκυριών κατά επάγγελμα του υπεύθυνου του νοικοκυριού, σύμφωνα με το οποίο τη μεγαλύτερη μέση μηνιαία δαπάνη για υπηρεσίες καλλωπισμού και ατομικής καθαριότητας πραγματοποιούν τα νοικοκυριά με υπεύθυνο διευθύνοντα ή ανώτερο διοικητικό στέλεχος (€22,43) και ακολουθούν αυτά με υπεύθυνο επιστήμονα, ελεύθερο επαγγελματία, τεχνικό βοηθό αυτών κλπ. (€21,47).

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ 2

Π2.1 Πληθυσμός της Ελλάδας κατά φύλο και ομάδες ηλικιών (1991,2001,2007)									
Ηλικιακή Ομάδα	Απογραφή 1991			Απογραφή 2001			Υπολογιζόμενος Μόνιμος Πληθυσμός 1/1/2007		
	Άνδρες	Γυναίκες	Σύνολο	Άνδρες	Γυναίκες	Σύνολο	Άνδρες	Γυναίκες	Σύνολο
0-4 ετών	286.143	270.844	556.987	271.306	258.093	529.399	275.728	259.120	534.848
5-9 ετών	341.078	322.356	663.434	280.484	264.621	545.105	263.890	248.732	512.622
10-14 ετών	387.720	366.726	754.446	305.404	280.991	586.395	282.334	266.726	549.060
15-19 ετών	394.647	371.958	766.605	380.500	345.674	726.174	305.073	283.343	588.416
20-24 ετών	399.821	391.591	791.412	437.018	398.445	835.463	365.650	336.480	702.130
25-29 ετών	359.353	362.398	721.751	436.199	411.228	847.427	435.467	399.495	834.962
30-34 ετών	361.163	367.777	728.940	441.543	428.389	869.932	447.419	420.446	867.865
35-39 ετών	342.078	339.238	681.316	392.326	391.087	783.413	451.442	433.627	885.069
40-44 ετών	336.449	336.802	673.251	387.644	394.299	781.943	410.859	407.268	818.127
45-49 ετών	278.589	281.374	559.963	356.135	357.840	713.975	393.669	398.712	792.381
50-54 ετών	319.255	338.060	657.315	338.090	349.259	687.349	362.214	370.036	732.250
55-59 ετών	322.616	332.648	655.264	271.095	289.120	560.215	332.697	347.811	680.508
60-64 ετών	308.493	336.371	644.864	298.181	341.893	640.074	286.632	312.850	599.482
65-69 ετών	210.148	243.707	453.855	291.600	331.645	623.245	265.481	317.942	583.423
70-74 ετών	150.627	193.396	344.023	247.136	297.882	545.018	260.898	325.176	586.074
75-79 ετών	129.403	166.749	296.152	144.761	184.157	328.918	206.923	263.173	470.096
80-84 ετών	81.436	110.621	192.057	78.700	109.493	188.193	117.043	162.373	279.416
85 ετών και άνω	46.389	71.876	118.265	55.304	86.555	141.859	68.628	86.383	155.011
Σύνολο	5.055.408	5.204.492	10.259.900	5.413.426	5.520.671	10.934.097	5.532.047	5.639.693	11.171.740

Πηγή: ΕΣΥΕ

Π2.2 Μέσος όρος μηνιαίων δαπανών των νοικοκυριών για υπηρεσίες καλλωπισμού και ατομικής καθαριότητας κατά μέγεθος νοικοκυριού (2004-2005)							
Κατηγορία/ Χαρακτηριστικά Νοικοκυριών	Όλα τα νοικοκυριά	Νοικοκυριά με:					
		1 μέλος	2 μέλη	3 μέλη	4 μέλη	5 μέλη	6 μέλη και άνω
Σύνολο Αγορών	1.792,28	897,78	1.384,83	2.215,95	2.498,72	2.470,79	2.710,68
Ατομικός Ευπρεπισμός	55,76	27,39	40,86	72,28	80,30	73,93	75,53
Υπηρεσίες καλλωπισμού και ατομικής καθαριότητας	10,88	4,98	9,11	14,36	15,99	11,24	9,83
Αξία σε €							
Πηγή: ΕΣΥΕ (Έρευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών)							

Π2.3 Μέσος όρος μηνιαίων δαπανών των νοικοκυριών για υπηρεσίες καλλωπισμού και ατομικής καθαριότητας κατά περιοχή (2004-2005)							
Κατηγορία/ Χαρακτηριστικά Νοικοκυριών	Όλες οι Περιοχές	Αστικές περιοχές				Ημιαστικές Περιοχές	Αγροτικές Περιοχές
		Σύνολο Αστικών Περιοχών	Περιφέρεια Πρωτευούσης	Πολεοδομικό Συγκρότημα Θεσσαλονίκης	Λοιπές Αστικές Περιοχές		
Σύνολο Αγορών	1.792,28	1.940,59	2.013,20	1.979,47	1.815,61	1.712,18	1.353,17
Ατομικός Ευπρεπισμός	55,76	63,97	65,57	74,99	57,56	46,08	34,59
Υπηρεσίες καλλωπισμού και ατομικής καθαριότητας	10,88	13,15	13,69	15,85	11,34	7,68	5,34
Αξία σε €							

Πηγή: ΕΣΥΕ (Έρευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών)

Π2.4 Μέσος όρος μηνιαίων δαπανών των νοικοκυριών για υπηρεσίες καλλωπισμού και ατομικής καθαριότητας κατά επάγγελμα του υπεύθυνου του νοικοκυριού (2004-2005)									
Κατηγορία/ Χαρακτηριστικά Νοικοκυριών	Όλα τα Νοικοκυριά	Νοικοκυριά με υπεύθυνο:							
		Επιστήμονα, Ελεύθερο Επαγγελματία, Τεχνικό Βοηθό Αυτών κλπ.	Διευθύνοντα ή Ανώτερο Διοικητικό Στέλεχος	Υπάλληλο Γραφείου	Έμπορο ή Πωλητή	Απασχολούμενο στην Παροχή Υπηρεσιών	Γεωργό, Κτηνοτρόφο, Δασοκόμο, Αλιέα κλπ., Εργάτη στη Γεωργία	Τεχνίτη ή Εργάτη (Εκτός Γεωργίας) ή Χειριστή Μεταφορικού Μέσου	Μη εργαζόμενο που Ζητούσε Εργασία για Πρώτη Φορά
Σύνολο Αγορών	1.792,28	2.971,96	3.191,88	2.430,85	2.246,02	2.127,42	1.689,38	1.982,00	1.258,02
Ατομικός Ευπρεπισμός	55,76	97,94	96,30	84,30	76,40	74,57	44,69	60,70	37,15
Υπηρεσίες καλλωπισμού και ατομικής καθαριότητας	10,88	21,47	22,43	18,69	13,75	13,29	7,17	9,16	7,67
Αξία σε €									

Πηγή: ΕΣΥΕ (Έρευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών)

3. Η ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΑΔΥΝΑΤΙΣΜΑΤΟΣ ΚΑΙ ΑΙΣΘΗΤΙΚΗΣ

Στο παρόν κεφάλαιο γίνεται παρουσίαση της προσφοράς των κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής. Αρχικά δίνονται στοιχεία σχετικά με την δομή και διάρθρωση του κλάδου, τις συνθήκες ανταγωνισμού και τους τρόπους προώθησης των υπηρεσιών αδυνατίσματος και αισθητικής. Στη συνέχεια, παρατίθενται στοιχεία σχετικά με τη διαφημιστική δαπάνη των εταιρειών του κλάδου, ενώ δίνονται και ορισμένα στοιχεία για το θεσμό της δικαιόχρησης (franchising), δεδομένου ότι κάποιες από τις επιχειρήσεις επιλέγουν αυτόν τον τρόπο προκειμένου να διευρύνουν το δίκτυο των καταστημάτων τους. Τέλος, παρουσιάζονται ορισμένα από τα κυριότερα κέντρα αδυνατίσματος και αισθητικής που δραστηριοποιούνται στην εγχώρια αγορά και πραγματοποιείται χρηματοοικονομική ανάλυση των βασικών οικονομικών μεγεθών συγκεκριμένων εταιρειών.

3.1 Δομή και Διάρθρωση του Κλάδου

Ένα από τα σημαντικότερα χαρακτηριστικά του εξεταζόμενου κλάδου είναι η ύπαρξη μεγάλου αριθμού μικρών επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην εγχώρια αγορά. Πρόκειται συνήθως για ατομικές, ομόρρυθμες και ετερόρρυθμες εταιρείες, οι οποίες απευθύνονται κυρίως στην τοπική αγορά στην οποία δραστηριοποιούνται.

Ο αριθμός των μεγάλων αλυσίδων παροχής υπηρεσιών αδυνατίσματος και αισθητικής είναι περιορισμένος, με τα κέντρα «Bodyline», «New Day» και «Πρίνου» να αποτελούν τις πιο μεγάλες αλυσίδες του κλάδου, βάσει αριθμού καταστημάτων. Αξίζει να σημειωθεί ότι στο παρελθόν στο κλάδο δραστηριοποιούνταν και άλλες μεγάλες αλυσίδες όπως «Lipogen», «Medi Jeunesse», «Beauty & Diet», «Metabolism» κ.α., οι οποίες είτε έχουν διακόψει πλήρως δραστηριότητες, είτε κάποια από τα καταστήματά τους που είχαν αναπτυχθεί με τη μέθοδο της δικαιόχρησης συνεχίζουν και λειτουργούν ανεξάρτητα, με τον ίδιο ή με διαφορετικό διακριτικό τίτλο. Η δυνατότητα εξακρίβωσης του αριθμού των κέντρων που λειτουργούν σήμερα με αυτούς τους διακριτικούς τίτλους είναι περιορισμένη, δεδομένου ότι αφού οι δικαιοπάροχοι έχουν σταματήσει να λειτουργούν δεν είναι εφικτό να προκύψουν συγκεντρωτικά στοιχεία.

Σε επίπεδο μεριδίων ο κλάδος παρουσιάζει μεγάλη συγκέντρωση, καθώς ελέγχεται από λίγες μεγάλες επιχειρήσεις. Οι συγκεκριμένες εταιρείες, είτε μέσω υποκαταστημάτων είτε με τη μέθοδο της δικαιόχρησης (franchising), προσπαθούν να καλύψουν γεωγραφικά όσο δυνατόν μεγαλύτερο μέρος της ελληνικής επικράτειας, προκειμένου να ανταποκριθούν στον οξύ ανταγωνισμό και στις απαιτήσεις των καταναλωτών. Παρόλα αυτά, τα τελευταία χρόνια και ιδιαίτερα μετά την παύση λειτουργίας κάποιων μεγάλων αλυσίδων, παρατηρείται μια στροφή των καταναλωτών προς τα μικρά κέντρα αδυνατίσματος και αισθητικής και διαπιστώνεται αύξηση του συνολικού μεριδίου συμμετοχής τους στην εγχώρια αγορά των εν λόγω υπηρεσιών.

3.2 Συνθήκες Ανταγωνισμού

Ο ανταγωνισμός που επικρατεί μεταξύ των επιχειρήσεων του εξεταζόμενου κλάδου είναι έντονος, καθώς σε αυτόν δραστηριοποιείται ένας μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων, η πλειονότητα των οποίων, όπως ήδη αναφέρθηκε, είναι μικρού μεγέθους ανεξάρτητες επιχειρήσεις.

Οι έντονες συνθήκες ανταγωνισμού που επικρατούν, ωθούν αρκετές επιχειρήσεις στην αναβάθμιση και τον εκσυγχρονισμό του μηχανολογικού τους εξοπλισμού σε τακτά χρονικά διαστήματα προκειμένου να παραμείνουν ανταγωνιστικές, δεδομένου ότι η υποστήριξη με τα κατάλληλα μηχανήματα παίζει πολύ σημαντικό ρόλο για την επίτευξη ενός ικανοποιητικού αποτελέσματος, πέρα από τη συμβολή των ειδικών διαιτολόγων, αισθητικών και ιατρών που διαθέτουν τα κέντρα.

Παράλληλα, για να αντεπεξέλθουν στον υψηλό ανταγωνισμό πολλές επιχειρήσεις έχουν προχωρήσει στη διάθεση πακέτων προσφορών με εκπτώσεις, πρόσθετες παροχές και δώρα, προκειμένου να προσελκύσουν όσο το δυνατό μεγαλύτερο αριθμό πελατών. Επιπλέον, η πληρωμή μέσω πιστωτικών καρτών με άτοκες δόσεις αποτελεί έναν από τους πιο διαδεδομένους τρόπους πληρωμής στον εξεταζόμενο κλάδο, γίνεται αποδεκτός από ένα σημαντικό αριθμό πελατών και επιβάλλεται από τον ανταγωνισμό.

Ένας από τους σημαντικότερους στόχους των εταιρειών του κλάδου είναι η διατήρηση ενός σταθερού πελατολογίου. Για να επιτευχθεί αυτό, πολλές αλυσίδες έχουν δημιουργήσει club μελών, οι συμμετέχοντες στα οποία έχουν τη δυνατότητα πραγματοποίησης επισκέψεων στα κέντρα σε τακτά χρονικά διαστήματα, προκειμένου να ενημερωθούν για τα νέα προγράμματα και τα νέα μηχανήματα που έχουν στη διάθεση τους οι εταιρείες, για να πραγματοποιήσουν έλεγχο και διατήρηση του βάρους τους κ.α. Δεδομένου του υψηλού ανταγωνισμού και της πτώσης στη ζήτηση των εν λόγω υπηρεσιών από το 2002 και μετά, η διατήρηση των υπάρχοντων πελατών είναι επιτακτική ανάγκη για τις επιχειρήσεις του κλάδου και γι' αυτό η ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών και η αξιοπιστία των εταιρειών πρέπει να διατηρείται σε υψηλά επίπεδα.

Όσον αφορά τον αριθμό των καταγγελιών σε βάρος των κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής, αυτός παραμένει ακόμα υψηλός, γεγονός που πλήττει και τον κλάδο αλλά και τις επιχειρήσεις οι οποίες λειτουργούν αξιόπιστα και παρέχουν ποιοτικές υπηρεσίες στους πελάτες τους. Θα πρέπει βέβαια να αναφερθεί ότι, σύμφωνα με παράγοντες του κλάδου, μεγάλο μέρος των καταγγελιών είναι εντελώς αβάσιμες, προέρχονται δε από δυσαρεστημένους πελάτες οι οποίοι δεν είχαν τα υποσχόμενα αποτελέσματα, ενώ οι ίδιοι δεν ακολούθησαν τις οδηγίες των κέντρων ιδιαίτερα όσον αφορά τη δίαιτα που έπρεπε να ακολουθήσουν.

3.3 Τρόποι Προώθησης των Υπηρεσιών Αδυνατίσματος και Αισθητικής

Τα κέντρα αδυνατίσματος και αισθητικής χρησιμοποιούν διάφορες μεθόδους με τις οποίες προσπαθούν να προσελκύσουν υποψήφιους πελάτες. Παρακάτω αναφέρονται οι πιο διαδεδομένοι τρόποι προώθησης των υπηρεσιών που προσφέρουν:

- ❖ **Διαφήμιση στα Μ.Μ.Ε.** Όπως αναφέρεται και στο επόμενο υποκεφάλαιο, οι μεγάλες αλυσίδες κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής δαπανούν σημαντικά ποσά για τη διαφήμισή τους, κυρίως μέσω των περιοδικών και της τηλεόρασης. Παρόλα αυτά, τα ποσά που δαπανούν οι εταιρείες του κλάδου για διαφήμιση τείνουν μειούμενα τα τελευταία χρόνια.
- ❖ **Δυνατότητα αποπληρωμής των προγραμμάτων με άτοκες δόσεις.** Έχει αποδειχτεί ότι η συγκεκριμένη πρακτική διευκολύνει ιδιαίτερα το καταναλωτικό κοινό, καθώς οι ενδιαφερόμενοι δεν χρειάζεται να εκταμιεύσουν όλο το ποσό. Πολλά προγράμματα έχουν σχετικά υψηλό κόστος, το οποίο αποτρέπει μεγάλο μέρος του καταναλωτικού κοινού από την αγορά τους. Η πληρωμή των προγραμμάτων αυτών με μηνιαίες συνήθως δόσεις διευκολύνει σε σημαντικό βαθμό τους εκάστοτε ενδιαφερόμενους και συντελεί στην αύξηση της ζήτησης.
- ❖ **Χρηματικές προσφορές,** που αναφέρονται κατά κύριο λόγο σε εκπώσεις που δίνονται για την παρακολούθηση κάποιων συγκεκριμένων προγραμμάτων.
- ❖ Προκειμένου ο πελάτης να έχει μια πρώτη γνωριμία με το κέντρο και να ενημερωθεί καλύτερα για τις υπηρεσίες που αυτό προσφέρει, πολλές από τις επιχειρήσεις του κλάδου παρέχουν τη δυνατότητα της **δωρεάν δοκιμής προγραμμάτων**, καθώς πολλές φορές η πρώτη επίσκεψη δεν χρεώνεται.
- ❖ **Δωρεάν προγράμματα που παρέχονται αν ο πελάτης παρακολουθεί και κάποιο άλλο, συγκεκριμένο, πρόγραμμα.** Με τη μέθοδο αυτή επιδιώκεται η προώθηση συγκεκριμένων προγραμμάτων, τα οποία γίνονται ελκυστικότερα αν «συνοδεύονται» από κάποια άλλα που προσφέρονται με τη μορφή δώρων.

3.4 Διαφημιστική Δαπάνη Ινστιτούτων Αισθητικής

Η διαφήμιση αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα εργαλεία που χρησιμοποιούν τα κέντρα αδυνατίσματος και αισθητικής για την προσέλκυση νέων πελατών. Στους πίνακες Π3.1 και Π3.2 του παραρτήματος του παρόντος κεφαλαίου παρατίθενται αναλυτικά στοιχεία σχετικά με τη διαφημιστική δαπάνη των ινστιτούτων αισθητικής, σύμφωνα με στοιχεία της Media Services AE. Επιπλέον, στο πρώτο μέρος του διαγράμματος 3.1 απεικονίζεται η διαχρονική εξέλιξη της διαφημιστικής δαπάνης των ινστιτούτων αισθητικής για το διάστημα 2003-2007, ενώ στο δεύτερο μέρος του διαγράμματος απεικονίζεται η κατανομή της διαφημιστικής δαπάνης ανά διαφημιστικό μέσο για την περίοδο 2003-2007. Διευκρινίζεται ότι στην κατηγορία της Media

Services «Ινστιτούτα Αισθητικής» περιλαμβάνονται και επιχειρήσεις με συναφές αντικείμενο, όπως γυμναστήρια, κέντρα ιατρικής αισθητικής, ινστιτούτα διατροφής και διαιτολογίας, οι οποίες δεν αποτελούν αντικείμενο εξέτασης της παρούσας μελέτης.

Από τα παρουσιαζόμενα στοιχεία διαπιστώνεται ότι η συνολική διαφημιστική δαπάνη των ινστιτούτων αισθητικής παρουσίασε πτωτική πορεία το διάστημα 2003-2007, με μέσο ετήσιο ρυθμό μείωσης 14,8%. Όσον αφορά την ποσοστιαία κατανομή ανά διαφημιστικό μέσο, κυρίαρχη θέση στο κλάδο έχουν τα περιοδικά, το μερίδιο των οποίων για το 2007 ανήλθε σε 67,7%. Σημαντικό μερίδιο αποσπά επίσης η τηλεόραση, το οποίο το 2007 ανήλθε σε 23,7%.

Σύμφωνα με στοιχεία του πίνακα Π3.2 τα κέντρα Bodyline δαπάνησαν τα μεγαλύτερα ποσά για διαφήμιση τη διετία 2006-2007, καταλαμβάνοντας μερίδιο 26,4% το 2006 και 31,9% το 2007 επί της συνολικής διαφημιστικής δαπάνης των εν λόγω ετών. Επιπλέον, το 2006 σημαντικό μερίδιο της διαφημιστικής δαπάνης απέσπασαν τα ινστιτούτα αισθητικής B.M.I. (17,8%), ενώ το 2007 σημαντικό μερίδιο της διαφημιστικής δαπάνης απέσπασαν τα κέντρα Silhouette (13,4%).



Τέλος, θα πρέπει να αναφερθεί ότι πέρα από τη διαφήμιση στα Μ.Μ.Ε., πολλές εταιρείες του εξεταζόμενου κλάδου επιλέγουν και άλλες μορφές προώθησης και διαφήμισης. Χαρακτηριστικά παραδείγματα είναι η διαφήμιση σε ταξί, η προσωπική προώθηση που γίνεται σε επιλεγμένα σημεία (έξω από καταστήματα καλλυντικών, σε εμπορικούς δρόμους κ.α.) κλπ.

3.5 Ο Θεσμός της Δικαιόχρησης (Franchising) στην Ελλάδα

Η επέκταση του δικτύου καταστημάτων των κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής επιτυγχάνεται συχνά με τη μέθοδο της δικαιόχρησης (franchising). Στην παρούσα ενότητα παρουσιάζονται ορισμένα γενικά πληροφοριακά στοιχεία για τον εν λόγω θεσμό, τα οποία περιλαμβάνονται στην κλαδική μελέτη «Franchising» που εκπονήθηκε από την ICAP ΑΕ το Δεκέμβριο του 2005.

3.5.1 Ορισμός του Franchising

Ο επικρατέστερος ορισμός της Δικαιόχρησης (εφεξής franchising όπως είναι ευρύτερα γνωστό), που είναι δεκτός και σε κοινοτικό επίπεδο, ορίζεται ως σύμβαση συνεργασίας μεταξύ δύο επιχειρήσεων, βάσει της οποίας η μία επιχείρηση (δικαιοπάροχος ή franchisor) παραχωρεί στον δικαιοδόχο (franchisee), έναντι άμεσου ή έμμεσου οικονομικού ανταλλάγματος, το δικαίωμα εκμετάλλευσης του πακέτου franchising δηλ. ενός συνόλου δικαιωμάτων βιομηχανικής ή πνευματικής ιδιοκτησίας που αφορούν εμπορικά σήματα ή επωνυμίες, διακριτικά γνωρίσματα καταστημάτων (πινακίδες), πρότυπα χρήσης, σχέδια, υποδείγματα, ευρεσιτεχνία, καθώς και την απαραίτητη τεχνογνωσία προς εκμετάλλευση με σκοπό την εμπορία συγκεκριμένων τύπων προϊόντων ή/και υπηρεσιών σε τελικούς χρήστες (βλ. και Δικαστήριο Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, Υπόθεση PRONUPTIA, Συλλογή 1986, σελ. 353 επ. 381 Κανονισμός Επιτροπής ΕΟΚ αριθμ. 4087/1988 της 30-11-1988 'για την εφαρμογή του άρθρου 85 παρ. 3 Συνθήκης Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων σε κατηγορίες συμφωνιών Franchise', ΕΕ 28-12-1980 L. 359/46 επ.).

Η σύμβαση franchising διακρίνεται από άλλες μορφές συνεργασίας μεταξύ ανεξάρτητων επιχειρήσεων όπως η σύμβαση αποκλειστικής προμήθειας και η σύμβαση αποκλειστικής ή επιλεκτικής διανομής.

Παρότι συχνά συνδυάζεται με την προμήθεια αγαθών, η σύμβαση franchising βασικά στοχεύει στην παροχή τεχνογνωσίας, στη χορήγηση σημάτων, μέσων οργάνωσης και διοίκησης της επιχείρησης, στην εκμετάλλευση φήμης και πελατείας και στη λειτουργία κάτω από το γενικότερο όνομα του δικαιοπαρόχου και ό,τι αυτό εγγυάται. Η σύμβαση διανομής, αν και συνδυάζεται με τη χρήση σημάτων και την προμήθεια αγαθών, βασικά αποσκοπεί στη διασφάλιση ενός μόνιμου δικτύου διανομής των προϊόντων στην αγορά και παροχής υπηρεσιών εξυπηρέτησης των πελατών. Η σύμβαση προμήθειας, αν και περιλαμβάνει συχνά τη χρήση σημάτων, ιδίως όταν έχει μακρά διάρκεια, αποβλέπει βασικά στην αγορά προς μεταπώληση αγαθών, ενώ όλα τα λοιπά στοιχεία είναι δευτερεύοντα (παρακολουθηματικά).

3.5.2 Εφαρμοζόμενες Μορφές Συμφωνιών Franchising

Το franchising προσφέρεται για τη διάθεση προϊόντων και υπηρεσιών σε διεθνές επίπεδο. Ανάλογα με τους γεωγραφικούς περιορισμούς και τη μορφή της τυχόν επιβαλλόμενης από τον δικαιοπάροχο ανάπτυξης του δικαιοδόχου μέσα σε μια συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή, διακρίνουμε τις εξής μορφές συμφωνιών:

i) Άμεσο Franchising που περιλαμβάνει: α) τη σύμβαση franchising κατευθείαν σε μια ξένη χώρα, β) την ίδρυση υποκαταστήματος ή θυγατρικής εταιρείας και γ) τη συμφωνία ανάπτυξης μιας περιοχής.

ii) Κύρια Συμφωνία franchising (Master Franchising).

iii) Συμφωνία για δραστηριότητα κοινής επιχείρησης (Joint Venture).

Ειδικότερα:

i) Άμεσο Franchising (Direct Franchising). Αποτελεί την απλούστερη και συνηθέστερη μορφή franchising, στην οποία διαμορφώνεται απευθείας σχέση μεταξύ του δικαιοπαρόχου και του δικαιοδόχου που βρίσκεται στην ξένη χώρα, χωρίς την παρεμβολή τρίτου. Αυτή η σχέση μπορεί να υλοποιηθεί με τις εξής μορφές:

α) Σύμβαση Franchising κατευθειαν σε μια ξένη χώρα. Ο δικαιοπάροχος παραχωρεί το δικαίωμα εκμετάλλευσης του πακέτου franchising κατευθειαν από τη χώρα του κατά τον ίδιο τρόπο που θα το παραχωρούσε μέσα στην ίδια του τη χώρα, παρότι ο δικαιοδόχος και το σημείο λιανικής πώλησης βρίσκονται σε ξένη χώρα.

Αυτή η μορφή franchising ενδείκνυται όταν οι δύο χώρες βρίσκονται γεωγραφικά κοντά ή μία στην άλλη, με καλή και εύκολη επικοινωνία μεταξύ τους και χωρίς σημαντικές διαφορές στη γλώσσα, ήθη και έθιμα, συνήθειες, νόμους και εμπορικές πρακτικές ή όταν ο δικαιοπάροχος σκοπεύει σε περιορισμένη δραστηριότητα στη ξένη χώρα ή για φορολογικούς λόγους.

β) Ίδρυση Υποκαταστήματος ή θυγατρικής Εταιρείας. Η επιλογή ανάμεσα στους δύο αυτούς τύπους βασίζεται κυρίως σε φορολογικά κριτήρια. Αν για παράδειγμα ο δικαιοπάροχος αναμένει ότι η επέκτασή του σε ξένη χώρα με τη μορφή franchising θα του προξενήσει ζημιές κατά τα πρώτα χρόνια τουλάχιστον, πιθανότατα θα ήταν σκόπιμη η επιλογή του υποκαταστήματος, αφού έτσι θα μπορούσε να συμψηφίσει τις ζημιές με τα κέρδη που θα αποκόμιζε στη χώρα του (συμψηφισμός που δεν είναι δυνατόν να γίνει στην περίπτωση της θυγατρικής εταιρείας). Ωστόσο, από άποψη ευθύνης η επιλογή της θυγατρικής είναι προτιμότερη γιατί αποτελεί χωριστό νομικό πρόσωπο που φέρει τη δική του ευθύνη, χωριστή από τα μέλη του.

Και οι δυο μορφές παρουσιάζουν σημαντικά πλεονεκτήματα, όπως η δυνατότητα για απόκτηση άμεσου ελέγχου εκ μέρους του δικαιοπαρόχου ή απολαβή του συνόλου των κερδών χωρίς συμμετοχή του δικαιοδόχου. Ωστόσο, οι λύσεις αυτές απαιτούν τη δαπάνη σημαντικών κεφαλαίων για τη σύσταση των υποκαταστημάτων-θυγατρικών εταιρειών, αλλά και επάρκεια διαθέσιμου προσωπικού που θα τις στελεχώσει.

γ) Συμφωνία Ανάπτυξης μιας Περιοχής (Area Development Agreement). Ο δικαιοδόχος, συνήθως κάτοικος ξένης χώρας, αναλαμβάνει την υποχρέωση να ανοίξει μόνος του και να διατηρήσει σε λειτουργία μια σειρά από καταστήματα του δικτύου σε προκαθορισμένη περιοχή (σε ξένη χώρα), βάσει συγκεκριμένου χρονοδιαγράμματος.

ii) Κύρια Συμφωνία Franchising (Master Franchising). Στην περίπτωση αυτή ο δικαιοπάροχος (master franchisor) παρέχει στον κύριο δικαιοδόχο (master franchisee) έναντι άμεσου ή έμμεσου οικονομικού ανταλλάγματος το αποκλειστικό δικαίωμα εκμετάλλευσης του «πακέτου» franchising, με σκοπό τη σύναψη περαιτέρω συμφωνιών franchising με τρίτους δικαιοδόχους (sub-franchising).

Αυτή η μορφή franchising είναι ιδιαίτερα συνηθισμένη στις περιπτώσεις που ο δικαιοπάροχος επιθυμεί να επεκτείνει το δίκτυό του σε πολλές χώρες. Εξυπακούεται ότι ο κύριος δικαιοδόχος πληροφορείται πολύ περισσότερα μυστικά (από έναν απλό δικαιοδόχο), έτσι ώστε

να μπορεί να υποκαθιστά τον δικαιοπάροχο πλήρως, δρώντας αυτός πλέον ως δικαιοπάροχος στην προκαθορισμένη περιοχή που συνήθως καλύπτει όλη την επικράτεια μιας χώρας.

Είναι όμως δυνατό, ο δικαιοπάροχος να μην είναι ο ίδιος κάτοχος του franchise αλλά κύριος δικαιοδόχος ενός franchise, η άδεια εκμετάλλευσης του οποίου του έχει παραχωρηθεί από τον κάτοχο (αρχικό δικαιοπάροχο) του franchise. Ο κύριος δικαιοδόχος χορηγεί στη συνέχεια υπό-άδειες εκμετάλλευσης σε τρίτους, τους απλούς δικαιοδόχους. Η περίπτωση αυτή χαρακτηρίζεται ως «κύρια συμφωνία franchise» (master franchise). Αυτή η μορφή franchising είναι ιδιαίτερα σημαντική για όσους δικαιοπαρόχους θέλουν να επεκτείνουν το δίκτυο τους σε πολλές χώρες. Αυτό γίνεται συνήθως με την ανάθεση σε μια μόνο επιχείρηση (κύριο δικαιοδόχο) της ανάπτυξης δικτύου franchising σε μια προκαθορισμένη περιοχή, που συνήθως καλύπτει όλη την επικράτεια ενός κράτους, συνάπτοντας συμφωνίες franchising με τους απλούς δικαιοδόχους. Στην περίπτωση αυτή ισχύουν, τηρουμένων των αναλογιών για τις σχέσεις δικαιοπαρόχου-κύριου δικαιοδόχου και κύριου δικαιοδόχου-απλών δικαιοδόχων, τα όσα ισχύουν για τη σχέση δικαιοπαρόχου-δικαιοδόχων.

Η κύρια συμφωνία franchising διαφέρει από τη «συμφωνία ανάπτυξης μιας περιοχής» (Area Development Agreement), όπου ο δικαιοδόχος αναλαμβάνει να ανοίξει μόνος του μια σειρά από καταστήματα του δικτύου franchising σε μια προκαθορισμένη περιοχή και για μια ορισμένη περίοδο. Οι Κατευθυντήριες Οδηγίες της Επιτροπής για τους κάθετους περιορισμούς (C 291/13.10.2000) ρυθμίζουν επίσης ρητά την περίπτωση των συμφωνιών franchising χονδρικού εμπορίου (wholesale franchising), ενός συστήματος δηλαδή όπου οι δικαιοδόχοι δεν πωλούν σε τελικούς χρήστες, αλλά σε χονδρική βάση.

iii) Συμφωνία για Δραστηριότητα Κοινής Επιχείρησης (Joint-Venture). Κοινή επιχείρηση-εταιρεία είναι εκείνη που υπόκειται στον κοινό έλεγχο δύο ή περισσότερων οικονομικά ανεξάρτητων επιχειρήσεων. Στην περίπτωση αυτή δηλαδή, ο δικαιοπάροχος από κοινού με τον joint-venture συνεταιρό του, που είναι συνήθως κάτοικος της ξένης χώρας, συνιστά μια εταιρεία joint-venture σε αυτή την ξένη χώρα. Η εταιρεία joint venture στη συνέχεια συνάπτει με τον δικαιοπάροχο είτε Συμφωνία Ανάπτυξης μιας Περιοχής είτε Κύρια Συμφωνία franchising. Αυτή η μορφή franchising ενδείκνυται συνήθως όταν ο δικαιοπάροχος επιθυμεί να επεκταθεί με το σύστημα franchising σε χώρες (π.χ. Βαλκάνια, Ανατολική Ευρώπη, Άπω Ανατολή, Νότια Αμερική) όπου τα ήθη, τα έθιμα και οι εμπορικές συνήθειες απαιτούν τη συμμετοχή προσώπων με βαθιά γνώση της αντίστοιχης αγοράς, ή όταν ο δικαιοπάροχος επιθυμεί να συμμετέχει με κάποιο ποσοστό ιδιοκτησίας στην κοινή επιχείρηση, μειώνοντας παράλληλα τους κινδύνους (οικονομικούς ή άλλους) από τη συμμετοχή του αυτή.

Η δημιουργία μιας τέτοιας εταιρείας παρουσιάζει σημαντικά πλεονεκτήματα, όπως επιμερισμό του επιχειρηματικού κινδύνου, ευκολότερη πρόσβαση σε εθνικές-κυβερνητικές επιδοτήσεις-επιχορηγήσεις, δημιουργία ισχυρής οικονομικά εταιρείας με άμεση γνώση της αγοράς και ισχυρή κεφαλαιακή βάση, σύμπραξη με συνεταιίρο που γνωρίζει τους νόμους, τις εμπορικές πρακτικές, τα ήθη, τα έθιμα, τη γλώσσα και γενικά την κουλτούρα της ξένης χώρας

και πιθανόν ευνοϊκότερη φορολογική αντιμετώπιση. Ωστόσο, δεν λείπουν και τα σημαντικά μειονεκτήματα που καθιστούν τη λειτουργία της δυσχερή και πάντως εξαιρετικά δαπανηρή, όπως η αδυναμία συμψηφισμού εξαιρετικά των τυχόν δαπανών και ζημιών που θα προκύψουν από τη λειτουργία της επιχείρησης κατά τα πρώτα έτη με τα κέρδη των μετόχων-εταίρων της, ή η πιθανή δυσκολία να εξαχθούν τα κέρδη χωρίς τη σύμφωνη γνώμη όλων των συνεταίρων.

3.5.3 Τυπολογική Διάκριση Συμφωνιών Franchising

Ι) Με βάση το αντικείμενο του franchising, διακρίνουμε τρεις κατηγορίες συμφωνιών: α) franchising διανομής, β) franchising υπηρεσιών, γ) franchising παραγωγής ή βιομηχανικό franchising, δ) μικτό franchising.

α) Franchising Διανομής. Ο δικαιοδόχος περιορίζεται στο να πωλεί, εκμεταλλευόμενος το franchise, σε τελικούς καταναλωτές (λιανικώς) ορισμένα προϊόντα μέσα σε κατάστημα που φέρει το διακριτικό γνώρισμα του δικαιοπαρόχου. Τα ίδια τα προϊόντα δεν είναι απαραίτητο να φέρουν το σήμα του δικαιοπαρόχου χωρίς όμως και να αποκλείεται αυτό.

Σύμφωνα με την πιο συνηθισμένη μορφή εμφάνισης του franchising στις συναλλαγές, ο δικαιοπάροχος είναι παραγωγός ή μεγαλέμπορος, ο οποίος με την εν λόγω συνεργασία αποβλέπει στην ίδρυση ενός εκτεταμένου δικτύου διανομής του προϊόντος που παράγει ή εμπορεύεται. Ως προϊόν νοείται όχι μόνο το εμπόρευμα με την υλική υπόσταση, αλλά και η παροχή υπηρεσιών ιδίως στο τομέα της εστίασης, των ξενοδοχείων, του καθαρισμού και της περιποίησης κτιρίων, αυτοκινήτων, εκπαίδευσης κ.α. Στις περιπτώσεις αυτές πρόκειται κατ'εξοχήν για το λεγόμενο franchising διανομής, το οποίο ανάλογα με το προϊόν στο οποίο αναφέρεται το αντικείμενο της συνεργασίας franchising χαρακτηρίζεται ως franchising διανομής εμπορευμάτων ή υπηρεσιών.

β) Franchising Υπηρεσιών. Στο franchising υπηρεσιών, ο δικαιοδόχος παρέχει υπηρεσίες στους τελικούς χρήστες υπό το διακριτικό γνώρισμα, την εμπορική επωνυμία, ή και το σήμα του δικαιοπαρόχου σύμφωνα με τις οδηγίες και τις προδιαγραφές του τελευταίου. Το franchising υπηρεσιών βρίσκεται σε πλήρη εξέλιξη εδώ και μερικά χρόνια. Προς το παρόν πάντως αντιπροσωπεύει μόλις 20% του συνολικού κύκλου εργασιών των συστημάτων franchising στη Δυτική Ευρώπη. Πολλοί θεωρούν ότι η κατηγορία αυτή αποτελεί «την πλέον αυθεντική εφαρμογή των αρχών του franchising», διότι δεν περιλαμβάνει πώληση προϊόντων. Οι κύριοι τομείς εφαρμογής του franchising υπηρεσιών είναι τα εστιατόρια ταχείας εξυπηρέτησης (fast food), οι αλυσίδες ξενοδοχείων πολυτελείας (Holiday-Inn, Novotel), οι ενοικιάσεις ή επισκευές αυτοκινήτων, τα γραφεία συνοικεσίων, η εκμάθηση ξένων γλωσσών, τα φροντιστήρια, τα καθαριστήρια, οι βιντεολέσχες, τα ταξιδιωτικά γραφεία, η οργάνωση υποδοχών, οι επιχειρήσεις καθαρισμού χώρων & εγκαταστάσεων κλπ.

Ειδικά στην περίπτωση του franchising υπηρεσιών είναι δυνατόν οι υπηρεσίες να μην παρέχονται μόνο στο κατάστημα αλλά και εκτός καταστήματος. Στην περίπτωση αυτή πρόκειται για το λεγόμενο «κινητό franchising».

γ) Franchising Παραγωγής ή Βιομηχανικό Franchising. Στην περίπτωση αυτή, ο δικαιοπάροχος παρέχει στο δικαιοδόχο την άδεια να παράγει ή να μεταποιεί ορισμένα προϊόντα σύμφωνα με τις οδηγίες του και να τα πωλεί με το σήμα του δικαιοπαρόχου. Στην περίπτωση αυτή πρόκειται στην πραγματικότητα για μια ιδιαίτερη μορφή εκμετάλλευσης τεχνογνωσίας (ή διπλώματος ευρεσιτεχνίας) και σήματος. Ο δικαιοδόχος είναι είτε παραγωγός (όταν παράγει τα προϊόντα) είτε χονδρέμπορος (όταν τα μεταποιεί και τα μεταπωλεί).

Ο λόγος που συνήθως οδηγεί στη σύναψη μιας συμφωνίας Franchising Παραγωγής είναι ότι ο δικαιοπάροχος επιδιώκει να αποφύγει τη μεταφορά των προϊόντων του στον τόπο τελικής διάθεσης, είτε για λόγους οικονομικούς (έξοδα μεταφοράς), είτε για λόγους που σχετίζονται με τη φύση του προϊόντος, π.χ. κίνδυνος αλλοίωσης ή απώλειας της φρεσκάδας των προϊόντων.

δ) Μικτό Franchising. Υπάρχουν μορφές συμφωνιών franchising που συνδυάζουν τόσο στοιχεία του franchising διανομής όσο και του franchising υπηρεσιών, όπως η πώληση Η/Υ σε συνδυασμό με την παροχή υπηρεσιών εκμάθησης προγραμμάτων (software) και χειρισμού. Επίσης, η πώληση καλλυντικών σε συνδυασμό με την παροχή υπηρεσιών αισθητικού, η παροχή υπηρεσιών καθαρισμού χώρων και εγκαταστάσεων σε συνδυασμό με την πώληση υλικών καθαρισμού, η διδασκαλία ξένων γλωσσών σε συνδυασμό με την πώληση βιβλίων και οπτικοακουστικών μέσων. Η ύπαρξη και των δυο στοιχείων σε πολλές συμφωνίες franchising οδήγησε την Επιτροπή της ΕΟΚ στο να συμπεριλάβει στον κανονισμό αριθ. 4087/88 τόσο τις συμφωνίες franchising διανομής όσο και τις συμφωνίες franchising υπηρεσιών.

Είναι επίσης δυνατή η ύπαρξη μικτών μορφών franchising που περιέχουν στοιχεία όλων των παραπάνω τύπων δηλαδή, του franchising διανομής ή/και υπηρεσιών όσο και του franchising παραγωγής ή βιομηχανικού franchising.

II) Με βάση τον τρόπο ένταξης των δικαιοδόχων στο σύστημα και το βαθμό εξάρτησής τους από τον δικαιοπάροχο, διακρίνουμε δύο τύπους franchising:

α) Franchising Υπαγωγής (Subjection Franchising). Στην περίπτωση αυτή που είναι και η πλέον διαδεδομένη, ο δικαιοπάροχος ο οποίος είναι και ο αρχικός δημιουργός και κάτοχος της τεχνογνωσίας (know-how) διαδραματίζει κυρίαρχο ρόλο όχι απλώς δίνοντας κατευθυντήριες γραμμές, αλλά καθορίζοντας ουσιαστικά την επιχειρηματική πολιτική των δικαιοδόχων του. Χαρακτηριστικό της μορφής αυτής είναι η μονομερής υπαγωγή των δικαιοδόχων στην οργανωτική και επιχειρηματική καθοδήγηση του δικαιοπαρόχου. Τούτο σημαίνει απλά, συμμόρφωση προς τις αυστηρές οδηγίες του δικαιοπαρόχου και υπαγωγή στον έλεγχό του, ως προς τη συμμόρφωση με τις αυστηρές συνήθως οδηγίες και προδιαγραφές που θέτει στα πλαίσια του συστήματος που ο ίδιος επινόησε και ανέπτυξε. Οι δικαιοδόχοι αποτελούν απλώς εκτελεστικά όργανα του δικαιοπαρόχου, έστω και αν έχουν αυτοτελή επιχειρηματική

οντότητα. Ο δικαιοπάροχος συνδέεται ακτινωτά με καθέναν από τους δικαιοδόχους, ενώ οι ίδιοι δεν συνδέονται μεταξύ τους.

β) Franchising Ισοτιμίας. Στη μορφή αυτή που απαντάται σπάνια δεν υπάρχει κυρίαρχη θέση του δικαιοπάροχου, αλλά μια μορφή συνεταιριστικής συνεργασίας στη βάση της ισοτιμίας μεταξύ δικαιοπάροχου και δικαιοδόχων καθώς και δικαιοδόχων μεταξύ τους. Χαρακτηριστικό του τύπου αυτού είναι η συνεργασία με σκοπό την προώθηση των πωλήσεων και την επιτυχία του συστήματος. Οι δικαιοδόχοι συμμετέχουν στη λήψη αποφάσεων και υπάρχει εναρμόνιση ενεργειών για την επίτευξη των στόχων του συστήματος. Στα πλαίσια αυτής της εναρμόνισης αναπτύσσονται μεταξύ των δικαιοδόχων διάφορες μορφές συνεργασίας και αλληλοβοήθειας, όπως π.χ. ανταλλαγή πληροφοριών και προσωπικού, κάλυψη περιοδικών αναγκών σε εμπορεύματα κλπ., με τις οποίες επιδιώκεται η τελική επιτυχία του συστήματος.

3.5.4 Δομή της Σύμβασης Franchise

Η σύμβαση franchise αποτελείται συνήθως από τέσσερα μέρη: α) προοίμιο, β) υποχρεώσεις του δικαιοπάροχου, γ) υποχρεώσεις του δικαιοδόχου, δ) λοιπές διατάξεις.

α. Στο προοίμιο καθορίζονται ο σκοπός και το πλαίσιο της συνεργασίας, υπογραμμίζεται η ανεξαρτησία των συμβαλλόμενων μερών και στη συνέχεια περιγράφεται το περιεχόμενο του «πακέτου» που αποτελεί το franchise, δηλαδή το σύνολο δικαιωμάτων βιομηχανικής ή πνευματικής ιδιοκτησίας που αφορούν το εμπορικό σήμα και την επωνυμία, τα διακριτικά γνωρίσματα του καταστήματος (πινακίδες), τα πρότυπα χρήσεως, τα σχέδια, τα δικαιώματα αναπαραγωγής, τις τεχνογνωσίες ή τα διπλώματα ευρεσιτεχνίας που παραχωρούνται από τον δικαιοπάροχο στο δικαιοδόχο προς εκμετάλλευση.

β. Οι υποχρεώσεις του δικαιοπάροχου αναφέρονται στα στοιχεία εκείνα που συνιστούν τη συμβολή του τελευταίου για την επίτευξη του οικονομικού σκοπού του franchising, όπως η παραχώρηση στο δικαιοδόχο της χρήσης και εκμετάλλευσης του «πακέτου» franchising, η ένταξη του δικαιοδόχου στο σύστημα με την παροχή σ' αυτόν της απαιτούμενης τεχνικής και οργανωτικής υποδομής και της ανάλογης εκπαίδευσής του, ο εφοδιασμός του δικαιοδόχου με πρώτες ύλες, ημιέτοιμα ή έτοιμα εμπορεύματα (ιδίως όταν τα προϊόντα του συστήματος παράγονται από τον ίδιο το δικαιοπάροχο), η συνεχής υποστήριξη του δικαιοδόχου καθ' όλη τη διάρκεια της σύμβασης, ο προσδιορισμός της γεωγραφικής περιοχής μέσα στην οποία ο δικαιοδόχος θα διενεργεί τις πωλήσεις με το δικό του όνομα και για δικό του λογαριασμό.

γ. Ο δικαιοδόχος πωλεί τα προϊόντα του συστήματος στο δικό του όνομα, για δικό του λογαριασμό και με δικό του κίνδυνο. Οι υποχρεώσεις του δικαιοδόχου αναφέρονται στα στοιχεία εκείνα που συνιστούν τη συμβολή του τελευταίου στην επίτευξη του οικονομικού σκοπού του franchising, σε αντιπαροχή της αντίστοιχης συμβολής του δικαιοπάροχου. Ειδικότερα, περιλαμβάνονται οι ακόλουθες υποχρεώσεις: η καταβολή ενός εφάπαξ ποσού (entry fee) για την παραχώρηση από μέρους του δικαιοπάροχου της χρήσης και εκμετάλλευσης τεχνογνωσίας

και δικαιωμάτων βιομηχανικής ιδιοκτησίας, η περιοδική καταβολή στο δικαιούχο ενός ορισμένου ποσοστού από τις εισπράξεις των πωλήσεων μετά την αφαίρεση των φόρων (σπανιότερα ορισμένου ποσοστού συμμετοχής στα κέρδη από τις πωλήσεις), η ενεργός προώθηση των πωλήσεων με την καλύτερη δυνατή αξιοποίηση της προσωπικής εργασίας και των άλλων μέσων που έχει στη διάθεσή του ο δικαιούχος, η συμμόρφωση στις οργανωτικές αρχές του συστήματος και ιδίως ο σεβασμός της αρχής της ομοιομορφίας σύμφωνα με την οποία η σύνθεση, η παρασκευή, τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα και γενικά η εικόνα (image) των προϊόντων του συστήματος πρέπει να είναι πάντα ενιαία, ανεξάρτητα από τον τόπο ή την αγορά στην οποία γίνεται η διάθεσή τους.

δ. Στις «λοιπές διατάξεις» περιλαμβάνονται ρυθμίσεις που αναφέρονται στη διάρκεια της σύμβασης, την παράτασή της, την καταγγελία, την εκκαθάριση μετά τη λήξη της σύμβασης της συμμετοχής του δικαιούχου στο λεγόμενο «Συμβούλιο των Δικαιούχων», τη διαιτησία, το εφαρμοστέο δίκαιο (όταν οι συμβαλλόμενοι προέρχονται από διαφορετικές χώρες), το αρμόδιο για την εκδίκαση των διαφορών δικαστήριο κλπ. Επίσης, περιλαμβάνονται ρυθμίσεις που αναφέρονται στην αποζημίωση του δικαιούχου μετά τη λύση της σύμβασης (με καταγγελία ή άλλο τρόπο), στην αγορά από το δικαιούχο μη πωληθέντων προϊόντων ή ακόμα και του καταστήματος, στους λόγους που δικαιολογούν καταγγελία της σύμβασης πριν από τη λήξη της (παύση πληρωμών, πτώχευση, βλάβη της φήμης του δικτύου κλπ).

3.5.5 Πλεονεκτήματα για τους Franchisors και τους Franchisees

Τα Οφέλη για τον Franchisor

- Το franchising προσφέρει στους franchisors τη δυνατότητα να επεκτείνουν και να διαφοροποιήσουν τη δραστηριότητά τους, ενώ ταυτόχρονα περιορίζει τους συνεπαγόμενους κινδύνους.
- Ο franchisor λαμβάνει την εφάπαξ αμοιβή εισόδου (entry fee) και περιοδικές αμοιβές ή προμήθειες (royalties), ενισχύοντας τη ρευστότητά του.
- Ο franchisor επιτυγχάνει ταχεία επέκταση του δικτύου διανομής με λιγότερα κεφάλαια απ' ότι στην περίπτωση ιδιόκτητων καταστημάτων. Το franchising απαιτεί μικρότερο κεφάλαιο εκκίνησης και ανθρώπινους πόρους σε σύγκριση με ιδιόκτητες μονάδες ή κοινοπραξίες σε περίπτωση επέκτασης στο εξωτερικό, διότι ο franchisee αναλαμβάνει να προσπορίσει το κεφάλαιο κίνησης, αλλά και το μεγαλύτερο τμήμα της αρχικής επένδυσης.
- Αντίστοιχα όμως, ο franchisor δεν καρπούται το σύνολο των κερδών του συστήματος, εφόσον δεν έχει τον έλεγχο των επιμέρους μονάδων.
- Ο franchisor επιτυγχάνει την ανάπτυξη επιχειρηματικών ευκαιριών για μια ολόκληρη περιοχή, ταχεία διείσδυση και μακρόχρονη παρουσία στην αγορά με περιορισμένο επιχειρηματικό κίνδυνο. Η οικειότητα του franchisee με τις τοπικές συνθήκες αγοράς, το

επιχειρηματικό περιβάλλον, το θεσμικό πλαίσιο και την κουλτούρα περιορίζει τον κίνδυνο που συνδέεται με επέκταση σε νέες και απομακρυσμένες γεωγραφικές περιοχές.

- Ο franchisee αναλαμβάνει την ευθύνη της καθημερινής διαχείρισης, έτσι ώστε να περιορίζεται ο κίνδυνος πιθανών μελλοντικών υποχρεώσεων για τον franchisor. Το franchising προσφέρει στον franchisor τη δυνατότητα κατανομής του κόστους διαφήμισης και προώθησης λόγω οικονομιών κλίμακας, με άμεσο όφελος στη ρευστότητα της επιχείρησης.
- Το franchising εξασφαλίζει ότι τα καταστήματα (σημεία διανομής) διαχειρίζονται από ικανούς επιχειρηματίες-managers σε τοπικό επίπεδο, διότι οι συνεργάτες αυτοί παρακινούνται από το κίνητρο της εμπορικής επιτυχίας.
- Η ανάπτυξη ενός δικτύου μέσω franchising αποφέρει σταδιακά οικονομίες κλίμακας. Δηλαδή, ενισχύεται η διαπραγματευτική ικανότητα του franchisor έναντι των προμηθευτών, με αποτέλεσμα ανταγωνιστικές τιμές για όλο το δίκτυο.
- Ο δικαιοπάροχος δημιουργεί σταδιακά ένα δίκτυο πληροφοριών, σχετικά με τις επικρατούσες τάσεις και συνθήκες. Έτσι, έχει τη δυνατότητα να γνωρίζει άμεσα τις ανάγκες των καταναλωτών σε κάθε περιοχή και είναι σε θέση να χαράξει σωστή εμπορική πολιτική, βασισμένη στα δεδομένα της αγοράς.

Τα Οφέλη για τον Franchisee

- Το franchising προσφέρει στους επιχειρηματίες-managers την ευκαιρία να αποκτήσουν και να διαχειρίζονται με μειωμένο κίνδυνο μια επιχείρηση με δοκιμασμένο σύστημα λειτουργίας, το δικαίωμα να χρησιμοποιούν ένα αναγνωρισμένο εμπορικό σήμα και πολύτιμη τεχνογνωσία.
- Ο franchisee έχει την ιδιοκτησία και τη διαχείριση του καταστήματος ως ανεξάρτητη επιχειρηματική μονάδα, η λειτουργία της οποίας διέπεται από τους όρους που καθορίζονται στη σύμβαση δικαιόχρησης. Ο franchisee εισφέρει το κεφάλαιο που εξασφαλίζει την τοποθεσία, την κατασκευή ή τη διαμόρφωση και τον εξοπλισμό του καταστήματος. Ο franchisor προμηθεύει προϊόντα, αναπτύσσει υπηρεσίες και εφοδιάζει τον franchisee με την τεχνογνωσία, τα πρότυπα λειτουργίας, την αρχική εκπαίδευση και τη συνεχή υποστήριξη.
- Το franchising βασίζεται στην αρχή ότι ο franchisee ακολουθεί ένα δοκιμασμένο πρότυπο λειτουργίας το οποίο έχει αναπτύξει ο franchisor, ώστε οι franchisees δεν έχουν την ελευθερία να αποφασίσουν μονομερώς για θέματα που ενδέχεται να επηρεάσουν την επιχείρηση ή την εικόνα και τη φήμη του franchisor και των υπολοίπων καταστημάτων του δικτύου.
- Ο franchisee απολαμβάνει το δικαίωμα εκμετάλλευσης του εμπορικού σήματος (σημάτων), του ονόματος, του λογότυπου και κάθε άλλης μορφής εμπορικού συμβόλου του franchisor και επωφελείται από την εταιρική φήμη και την καλή εικόνα του franchisor.

- Η επιχειρηματική δραστηριότητα, η τεχνογνωσία, η εκπαίδευση αλλά και τα πρότυπα λειτουργίας του franchisor είναι στη διάθεση του franchisee, όπως αποτυπώνονται στο εγχειρίδιο λειτουργίας, και δανείζονται στον franchisee καθ' όλη την ισχύ της σύμβασης δικαιόχρησης. Ο franchisor κοινοποιεί στον franchisee εμπορικά μυστικά, εμπειρία και τεχνογνωσία τα οποία βοηθούν στην αποφυγή των προβλημάτων που σχετίζονται με το ξεκίνημα μιας νέας επιχείρησης. Σύμφωνα με διεθνείς μελέτες στο χώρο του λιανεμπορίου, το ποσοστό θνησιμότητας των επιχειρήσεων franchise είναι περίπου στο 20% του αντίστοιχου για ανεξάρτητες επιχειρήσεις.
- Το κόστος διαφήμισης και προώθησης της μονάδας franchise αλλά και των άλλων λειτουργικών εξόδων περιορίζεται λόγω των οικονομιών κλίμακας που επιτυγχάνει ο franchisor με την επέκταση του δικτύου.
- Ο franchisee απολαμβάνει της συνεχούς υποστήριξης και καθοδήγησης του franchisor και αποκτά πρόσβαση σε τεχνολογικές καινοτομίες και εξελίξεις.
- Ο franchisee επωφελείται από τις γνώσεις, τις εμπειρίες και τις γνωριμίες που απορρέουν από το τοπικό δίκτυο και τη διεθνή παρουσία που αναπτύσσει ο franchisor.

Μειονεκτήματα

Τα μειονεκτήματα του franchising απορρέουν από τη λανθασμένη ή καταχρηστική πρακτική του θεσμού, παρά τις βασικές επιχειρηματικές αρχές. Ειδικότερα, το franchising τίθεται σε κίνδυνο όταν:

- Οι αγορές κατανέμονται βάσει μονοπωλιακής ή ολιγοπωλιακής δύναμης.
- Παραβιάζονται οι νόμοι και οι συνθήκες περί υγιούς ανταγωνισμού.
- Λόγω της ισχύος του φορέα του, εμποδίζεται η ακριβοδίκαιη διαμόρφωση των τιμών.
- Υπάρχει άνιση μεταχείριση μεταξύ του δικαιοπαρόχου και του δικαιοδόχου σε βάρος του τελευταίου, με άνιση χρησιμοποίηση της διαπραγματευτικής δύναμης.

Τα παραπάνω ενδέχεται να δημιουργήσουν διαφωνίες και προβλήματα μεταξύ δικαιοπάροχου και δικαιοδόχων. Στη χώρα μας, η έλλειψη νομοθετικής ρύθμισης των συμφωνιών franchising, παρά τη σχετική πρόβλεψη που υπάρχει στο άρθρο 2 του Ν. 703/77, και η καθυστέρηση ρύθμισης των σχέσεων δικαιοπάροχου-δικαιοδόχου, σύμφωνα με τους κοινοτικούς κανόνες για τις ρήτρες εδαφικής προστασίας, τον καθορισμό των τιμών, τις ρήτρες αποκλειστικότητας κλπ. (αρ. 85 Συνθήκης ΕΟΚ, Κανονισμός 2790/99), συνιστούν μειονέκτημα για την εύρυθμη λειτουργία του θεσμού.

To Franchising ως Στρατηγική Ανάπτυξης

Το franchising είναι αποτελεσματική μέθοδος ταχείας ανάπτυξης, ιδιαίτερα για μεσαίες και μικρές επιχειρήσεις, όταν υφίστανται περιορισμοί κεφαλαίων. Προσφέρει τη δυνατότητα διεκδίκησης εμπορικής υπεροχής και ανταγωνιστικότητας σε νέες αγορές και την απόκτηση σημαντικών μεριδίων αγοράς, σε σύγκριση με την ανάπτυξη μέσω ιδίων καταστημάτων. Επιπλέον, προσφέρει τη δυνατότητα διαφοροποίησης των πηγών εσόδων της επιχείρησης μέσω

της αμοιβής εισόδου και των περιοδικών προμηθειών (royalties), πέρα από την πώληση αγαθών και υπηρεσιών.

Η ανάπτυξη μιας επιχείρησης με franchising:

- Επιτυγχάνει οικονομίες κλίμακας για τον franchisor και τους franchisees λόγω του αυξανόμενου όγκου αγορών προϊόντων.
- Συμβάλει στην αύξηση των θέσεων εργασίας και ενισχύει την επιχειρηματικότητα των οικονομιών σε εθνικό, περιφερειακό και παγκόσμιο επίπεδο.

Προκειμένου να επιτύχει το franchising, η επιχείρηση θα πρέπει να διαθέτει:

- Διακεκριμένο, δοκιμασμένο και ανταγωνιστικό προϊόν.
- Αναγνωρισμένο και κατοχυρωμένο εμπορικό σήμα.
- Άρτια αποτυπωμένο λειτουργικό και επιχειρηματικό σύστημα, το οποίο να αναπαράγεται εύκολα για την αποτελεσματική μεταφορά γνώσεων στους franchisees.
- Άρτιο σύστημα εκπαίδευσης και κατάρτισης των franchisees και των υπαλλήλων τους. Επειδή το franchising λειτουργεί στα πλαίσια ενός δυναμικού επιχειρηματικού περιβάλλοντος, η εκπαίδευση θα πρέπει να συμπληρώνεται από διαρκή ενημέρωση και κατάρτιση των franchisees στις μεταβαλλόμενες συνθήκες της αγοράς.
- Δυνατότητα εξασφάλισης ικανοποιητικών αποτελεσμάτων (απόδοσης) για τους franchisees.
- Πιλοτικό κατάστημα το οποίο λειτουργεί σαν δυναμικό όχημα ανάπτυξης, τεκμηρίωσης και βελτίωσης του συστήματος και της απόδοσης των καταστημάτων.

Χαρακτηριστικά, το πακέτο του franchisor περιλαμβάνει τα πρότυπα αρχιτεκτονικά σχέδια των καταστημάτων, τις προδιαγραφές των προϊόντων, τις διαδικασίες λειτουργίας, εκπαιδευτικά προγράμματα για τους franchisees και τους υπαλλήλους τους, έλεγχο διαχείρισης και υποστήριξης εφοδιασμού των καταστημάτων, διαχείριση αποθεμάτων, εμπορία και διαφήμιση, κοστολόγηση της επένδυσης του καταστήματος και τεκμηριωμένα στοιχεία απόδοσης του καταστήματος.

Προκειμένου να επιτύχει, ο υποψήφιος franchisee πρέπει να διαθέτει:

- Διοικητικές ικανότητες και δυνατότητες να εκπαιδευτεί όπως ορίζουν τα πρότυπα του franchisor, καθώς επίσης και να διακατέχεται από θετικό πνεύμα συνεργασίας.
- Ανάλογο profile με βάση τις προδιαγραφές του concept franchise που θα ασχοληθεί.
- Κατάστημα κατάλληλο για τη συγκεκριμένη επιχείρηση.
- Κεφάλαιο ικανό για την διαμόρφωση του καταστήματος και των λοιπών εξόδων που θα απαιτηθούν για την εγκατάσταση. Ο franchisee πρέπει να έχει τη δυνατότητα να εξασφαλίσει το αρχικό κεφάλαιο από ίδιους πόρους ή να απευθυνθεί σε επενδυτές και χρηματοπιστωτικούς οργανισμούς, όπως κάθε νεοϊδρυόμενη επιχείρηση.

3.5.6 Αποτελέσματα Έρευνας για το Franchising

Στην παρούσα ενότητα δίνονται στοιχεία της έρευνας που πραγματοποιήθηκε το διάστημα Ιούνιος-Σεπτέμβριος 2005 στα πλαίσια της κλαδικής μελέτης του «Franchising» και αφορούν τα κέντρα αδυνατίσματος και αισθητικής. Σημειώνεται ότι τα πλήρη αποτελέσματα της συγκεκριμένης έρευνας παρουσιάζονται αναλυτικά στην σχετική μελέτη.

Κατά το διάστημα Ιούνιος-Σεπτέμβριος 2005 ο πληθυσμός των ενεργών franchisors της χώρας εκτιμήθηκε σε 400 περίπου επιχειρήσεις, από τις οποίες οι 105 συμμετείχαν στην έρευνα που πραγματοποιήθηκε από την ICAP. Από το σύνολο των ενεργών franchisors το 5,7% ήταν επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνταν στον ευρύτερο κλάδο των κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής, γυμναστηρίων και κομμωτηρίων. Επιπλέον, σημειώνεται ότι ο νομός Αττικής συγκέντρωσε το 29,6% του συνόλου των καταστημάτων franchise το 2005, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό το 2001 ήταν 19,2%.

Στις 105 επιχειρήσεις franchise του δείγματος αντιστοιχούσαν 112 εμπορικά σήματα και ισάριθμα concept το 2005. Όσον αφορά τα εμπορικά σήματα που αφορούσαν τις επιχειρήσεις της κατηγορίας αισθητική-fitness-κομμωτήρια, αυτά ανέρχονται σε 6 το 2005 και ήταν όλα κατοχυρωμένα. Επιπλέον στην εν λόγω κατηγορία το 2005 δραστηριοποιούνταν 42 εταιρικά καταστήματα και 88 franchises, ενώ στο σύνολο των 105 επιχειρήσεων του δείγματος αντιστοιχούσαν 1.383 εταιρικά καταστήματα και 2.817 franchises.

Όσον αφορά την προέλευση των επιχειρηματικών συστημάτων franchising της κατηγορίας αισθητική-fitness-κομμωτήρια που λειτουργούσαν στη χώρα μας το 2005, το 83,3% είχαν εγχώρια προέλευση, ενώ το 16,7% διεθνή. Σημειώνεται ότι τα διεθνή concepts λειτουργούσαν αποκλειστικά με τη μορφή Master Franchise και η χώρα προέλευσης τους ήταν η Γαλλία. Παράλληλα, το 16,7% του συνόλου των επιχειρηματικών συστημάτων της κατηγορίας αισθητική-fitness-κομμωτήρια είχε αναπτύξει διεθνή παρουσία το 2005, ενώ το 33,3% σχεδίαζε να αναπτύξει.

Τέλος, το 66,7% των επιχειρήσεων της κατηγορίας αισθητική-fitness-κομμωτήρια ξεκίνησαν δραστηριότητα το διάστημα 1996-2000, ενώ οι υπόλοιπες είχαν ξεκινήσει δραστηριότητες πριν από το 1990. Όμως, όλες ξεκίνησαν το franchising μετά το 1990 και συγκεκριμένα το 16,7% των επιχειρήσεων ανέπτυξε την εν λόγω μέθοδο το διάστημα 1991-1995, το 66,7% των επιχειρήσεων το διάστημα 1996-2000 και το 16,7% των επιχειρήσεων το διάστημα 2001-2005.

3.6 Παρουσίαση Επιχειρήσεων Παροχής Υπηρεσιών Αδυνατίσματος και Αισθητικής

Στο κεφάλαιο αυτό γίνεται παρουσίαση ορισμένων εκ των κυριότερων κέντρων παροχής υπηρεσιών αδυνατίσματος και αισθητικής που δραστηριοποιούνται στην εγχώρια αγορά.

Επιπλέον, γίνεται χωροταξική κατανομή των εν λόγω επιχειρήσεων, ενώ στο παράρτημα του κεφαλαίου δίνονται οι διευθύνσεις των κέντρων των παρουσιαζόμενων εταιρειών.

3.6.1 Επιχειρήσεις Παροχής Υπηρεσιών Αδυνατίσματος και Αισθητικής

Στον πίνακα 3.1 παρουσιάζονται, με αλφαβητική σειρά, ορισμένες από τις κυριότερες επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών αδυνατίσματος και αισθητικής που δραστηριοποιούνται στην εγχώρια αγορά. Κάθε μια από τις παρουσιαζόμενες εταιρείες πραγματοποίησε το 2006 συνολικό κύκλο εργασιών άνω των €90.000. Ο πίνακας περιλαμβάνει στοιχεία που αφορούν την επωνυμία, τον τελευταίο διαθέσιμο κύκλο εργασιών, τον αριθμό του απασχολούμενου προσωπικού, την πλήρη δραστηριότητα, τον αριθμό των καταστημάτων, τη διεύθυνση της έδρας και ορισμένα γενικά πληροφοριακά στοιχεία. Οι διευθύνσεις των καταστημάτων παρουσιάζονται αναλυτικά στους πίνακες Π3.3-Π3.12 του παραρτήματος.

Σημειώνεται ότι στον εν λόγω πίνακα δεν περιλαμβάνονται κέντρα ιατρικής αισθητικής, γυμναστήρια και αλυσίδες γυμναστηρίων, τα οποία προσφέρουν σε περιορισμένη κλίμακα υπηρεσίες αδυνατίσματος και αισθητικής, καθώς και εταιρείες οι οποίες προσφέρουν έτοιμα γεύματα διαίτης, όπως είναι οι Gilli Diet, Taste N' Diet, My Secret Diet κ.α. Οι τελευταίες ασχολούνται αποκλειστικά με τη διαιτολογική υποστήριξη, χωρίς τη χρήση μηχανημάτων και την παροχή πρόσθετων υπηρεσιών αδυνατίσματος και αισθητικής.

Πέρα από τις επιχειρήσεις που περιλαμβάνονται στον πίνακα που ακολουθεί, στο κλάδο συνεχίζουν και δραστηριοποιούνται ορισμένα κέντρα αδυνατίσματος και αισθητικής με τους διακριτικούς τίτλους «Lipogen», «Medi Jeunesse» και «Metabolism», τα οποία είχαν αναπτυχθεί παλαιότερα με τη μέθοδο του franchising. Οι εταιρείες Lipogen ΕΠΕ, Κέντρα Ιατρικής Αισθητικής ΑΕ και Διατροφολογική ΕΠΕ (δικαιοπάροχοι των σημάτων Lipogen και Metabolism, αντίστοιχα), έχουν διακόψει δραστηριότητες, ορισμένα όμως από τα κέντρα συνεχίζουν και λειτουργούν ανεξάρτητα πλέον με τους συγκεκριμένους διακριτικούς τίτλους. Όσον αφορά τα κέντρα «Medi Jeunesse», σύμφωνα με πηγές της αγοράς σήμερα εκτιμάται ότι λειτουργούν περίπου 12 καταστήματα με αυτό το διακριτικό τίτλο σε όλη την Ελλάδα.

Πίνακας 3.1 Επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών αδυνατίσματος και αισθητικής	
GFG ΕΠΕ «PERSONAL SPA»	
Κύκλος Εργασιών 2007 (€)	250.000 (κατά δήλωση)
Προσωπικό	8
Δραστηριότητα	Παροχή υπηρεσιών αδυνατίσματος, περιποίησης σώματος και προσώπου, αποτρίχωσης και spa. Εμπόριο καλλυντικών.
Αριθμός Κέντρων	1
Άλλα Στοιχεία	Ιδρύθηκε το Δεκέμβριο του 2005. Διατηρεί ένα κέντρο αδυνατίσματος και αισθητικής στην έδρα της. Το κέντρο επισκέπτονται κυρίως γυναίκες (90%), ενώ το μεγαλύτερο ποσοστό των πελατών είναι ηλικίας 40-60 ετών (60%) και ακολουθούν άτομα ηλικίας 20-40 ετών (30%). Στις υπηρεσίες που προσφέρει περιλαμβάνεται το αδυνάτισμα, η αισθητική (σώματος και προσώπου), η αποτρίχωση και οι υπηρεσίες spa.
Διεύθυνση	Πατησίων 77-79, 104 35 Αθήνα Τηλ. 210-882.7600

LIPOGEN ΑΓΡΙΝΙΟΥ ΕΠΕ «LIPOGEN»	
Κύκλος Εργασιών 2007 (€)	150.000 (κατά δήλωση)
Προσωπικό	5
Δραστηριότητα	Εκμετάλλευση κέντρου αδυνατίσματος και αισθητικής.
Αριθμός Κέντρων	1
Άλλα Στοιχεία	Ιδρύθηκε το 2002. Διατηρεί ένα κέντρο αδυνατίσματος και αισθητικής στην έδρα της. Το 50% της συνολικής της δραστηριότητας αφορά υπηρεσίες αδυνατίσματος, ενώ το υπόλοιπο αφορά υπηρεσίες αισθητικής. Το κέντρο επισκέπτονται αποκλειστικά γυναίκες, ηλικίας 25-45 ετών. Σε ετήσια βάση το επισκέπτονται 300-400 άτομα, ενώ για τη διατήρηση και την προσέλκυση πελατών παρέχονται εκπώσεις, άτοκες δόσεις, προσφορές και δώρα.
Διεύθυνση	Η. Ηλίου 10, 301 00 Αγρίνιο Τηλ. 26410-390.09, 26410-397.87-8, φαξ 26410-390.08
SKIN CARE CLINIC ΕΠΕ	
Προσωπικό	4
Δραστηριότητα	Εκμετάλλευση κέντρου αισθητικής και αδυνατίσματος.
Αριθμός Κέντρων	1
Άλλα Στοιχεία	Ιδρύθηκε το 2000. Τον Αύγουστο του 2002 ο διακριτικός τίτλος άλλαξε από «Body & Life» σε «Skin Care Clinic». Προσφέρει κυρίως υπηρεσίες αισθητικής (80%) και σε μικρότερο βαθμό υπηρεσίες αδυνατίσματος (20%). Το κέντρο επισκέπτονται κυρίως γυναίκες (90%), ενώ το μεγαλύτερο ποσοστό των πελατών είναι ηλικίας 25-45 ετών (80%) και ακολουθούν άτομα 45 ετών και άνω (20%). Σε ετήσια βάση το επισκέπτονται 300 άτομα περίπου, ενώ βασίζεται κυρίως σε συστάσεις από ήδη υπάρχοντες πελάτες για την προσέλκυση νέων πελατών, προσφέροντας παράλληλα και εκπώσεις, άτοκες δόσεις και δώρα.
Διεύθυνση	Λεωφ. Ποσειδώνος 80, 166 75 Γλυφάδα Τηλ. 210-968.1318, 210-968.1317, φαξ 210-968.1318
WOMAN'S STUDIO ΑΕ	
Κύκλος Εργασιών 2007 (€)	450.000 (κατά δήλωση)
Προσωπικό	15
Δραστηριότητα	Εκμετάλλευση ινστιτούτων αισθητικής και αδυνατίσματος. Κομμωτήρια.
Αριθμός Κέντρων	2
Άλλα Στοιχεία	Ιδρύθηκε το 1993 με έδρα τη Θεσσαλονίκη. Το 2001 ο διακριτικός της τίτλος άλλαξε από Γούμανς Στούντιο ΑΕ σε Red Personal Care ΑΕ. Διατηρεί δυο κέντρα αδυνατίσματος και αισθητικής στη Θεσσαλονίκη, καθώς και δύο κομμωτήρια. Τα κέντρα επισκέπτονται σχεδόν αποκλειστικά γυναίκες (98%-100%), ενώ το μεγαλύτερο ποσοστό αυτών είναι ηλικίας 45 ετών και άνω (55%). Σε ετήσια βάση τα επισκέπτονται 2.000 άτομα. Για την προσέλκυση νέων πελατών, παρέχονται εκπώσεις και άτοκες δόσεις, ενώ τη διετία 2006-2007 πραγματοποίησε επενδύσεις ύψους €40.000 για την αγορά μηχανολογικού εξοπλισμού.
Διεύθυνση	Δελφών 228, 546 55 Θεσσαλονίκη Τηλ. 2310-411.209, 2310-413.085, 2310-237.224, φαξ 2310-413.085
ΕΛΚΑΕΡ ΑΕΕ «B in Beauty»	
Κύκλος Εργασιών 2006 (€)	1.150.031
Προσωπικό	58
Δραστηριότητα	Εκμετάλλευση κέντρων αισθητικής και αδυνατίσματος. Υπηρεσίες laser και ιατρικής αισθητικής.
Αριθμός Κέντρων	3
Άλλα Στοιχεία	Ιδρύθηκε το 2003 από μετατροπή της νομικής μορφής της εταιρείας Ελένη Μπίκου Μονοπρόσωπη ΕΠΕ, η οποία είχε ιδρυθεί το 2001 με την επωνυμία Dna in Beauty Μονοπρόσωπη ΕΠΕ. Διατηρεί 3 κέντρα αδυνατίσματος και αισθητικής, τα οποία βρίσκονται στην Καβάλα, στις Σέρρες και στη Δράμα. Παρέχει υπηρεσίες αδυνατίσματος και αισθητικής, καθώς και υπηρεσίες ιατρικής αισθητικής. Τα κέντρα επισκέπτονται κυρίως γυναίκες (σε ποσοστό 80% περίπου), ενώ το μεγαλύτερο ποσοστό αυτών είναι ηλικίας 30-45 ετών. Για την προσέλκυση νέων πελατών πραγματοποιεί διαφημιστική προβολή των υπηρεσιών της στην τοπική τηλεόραση καθώς και σε κινούμενες διαφημίσεις πάνω σε ταξί, ενώ αποστέλλει και newsletter ανά τετράμηνο στους ήδη υφιστάμενους πελάτες. Παράλληλα παρέχει και εκπώσεις, άτοκες δόσεις, προσφορές και δώρα.
Διεύθυνση	Ομονοίας 104, 653 02 Καβάλα Τηλ. 2510-222.503, φαξ 2510-839.303
ΕΣΤΕΡ ΣΤΟΥΝΤΙΟ ΥΓΕΙΑΣ ΑΕ	
Κύκλος Εργασιών 2007 (€)	162.276 (κατά δήλωση)
Προσωπικό	10
Δραστηριότητα	Εκμετάλλευση κέντρου αδυνατίσματος και αισθητικής. Εκμισθώσεις ακινήτων.
Αριθμός Κέντρων	1
Άλλα Στοιχεία	Ιδρύθηκε το 1989. Διατηρεί ένα κέντρο αδυνατίσματος και αισθητικής στη Λάρισα (Αλ. Παναγούλη 23). Το κέντρο επισκέπτονται σχεδόν αποκλειστικά γυναίκες (99%), ενώ για την προσέλκυση νέων πελατών χρησιμοποιεί διαφήμιση στον

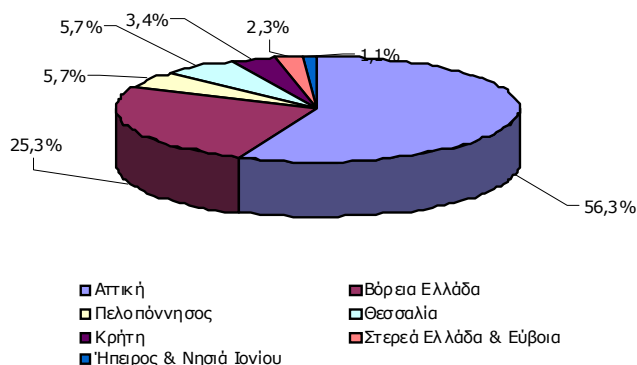
	τύπο, καθώς και προσφορές διάφορων δώρων στους πελάτες.
Διεύθυνση	Γ. Παπανδρέου 12, 157 71 Ζωγράφου Τηλ. 210-779.0710, φαξ 210-779.4702
ΚΕΛΜΑΛΗ Χ.Π.Α. ΕΠΕ	
Κύκλος Εργασιών 2007 (€)	560.000 (κατά δήλωση)
Προσωπικό	15
Δραστηριότητα	Εκμετάλλευση κέντρου αισθητικής. Εμπόριο καλλυντικών.
Αριθμός Κέντρων	1
Άλλα Στοιχεία	Ιδρύθηκε το 1996 από μετατροπή της εταιρείας Χρυσαφούλα Κέλμαλη-Παναγιώτης Κέλμαλης ΟΕ. Το 2000 άλλαξε την επωνυμία της από Κέλμαλη Χ.-Π. Κέλμαλης ΕΠΕ στη σημερινή. Διατηρεί κέντρο αισθητικής στην έδρα της. Το μεγαλύτερο μέρος του κύκλου εργασιών της αφορά υπηρεσίες αισθητικής, ενώ το υπόλοιπο αφορά εμπόριο καλλυντικών. Το 85%-90% των ατόμων που επισκέπτονται το κέντρο είναι γυναίκες. Το 60% είναι άτομα ηλικίας 25-45 ετών, ενώ τα υπόλοιπα είναι από 45 ετών και πάνω. Τη διετία 2006-2007 πραγματοποίησε επενδύσεις ύψους €150.000 για μηχανολογικό και κτιριακό εξοπλισμό, ενώ τα προσεχή έτη προγραμματίζει επενδύσεις €150.000 για την αγορά μηχανολογικού εξοπλισμού.
Διεύθυνση	Ηρ. Αττικού 7, 145 61 Κηφισιά Τηλ. 210-808.7566, 808.7256, φαξ 210-808.5676
KENTRA «BODYLINE»	
Προσωπικό	1.200
Δραστηριότητα	Κέντρα αισθητικής και αδυνατίσματος.
Αριθμός Κέντρων	23
Άλλα Στοιχεία	Αποτελεί μια από τις παλαιότερες αλυσίδες στο χώρο του αδυνατίσματος και της αισθητικής, η οποία δραστηριοποιείται στο κλάδο από τον Σεπτέμβριο του 1968. Κάθε κέντρο λειτουργεί με αυτόνομη νομική μορφή, ενώ σήμερα υπάρχουν 20 κέντρα «Bodyline» στην Ελλάδα (Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Ηράκλειο, Καβάλα, Λάρισα, Ξάνθη, Πάτρα, Χαλκίδα και Χανιά) και 3 στην Κύπρο. Στο προσωπικό που απασχολούν περιλαμβάνονται αισθητικοί, γυμναστές, διαιτολόγοι, φυσιοθεραπευτές, ψυχολόγοι και γιατροί. Το 90% των ατόμων που τα επισκέπτονται είναι γυναίκες. Στις υπηρεσίες που προσφέρουν περιλαμβάνεται το αδυνάτισμα, η αισθητική και η αποτρίχωση, ενώ προσφέρονται και υπηρεσίες γυμναστηρίου. Σημειώνεται ότι κάθε ένα από τα κέντρα καλύπτει επιφάνεια άνω των 1.000 τ.μ.
Διεύθυνση	Φιλελλήνων 30-32, 105 58 Αθήνα Τηλ. 210-374.7500, φαξ 210-331.5813 www.bodyline.gr
KENTRA «DNA Επιστήμη και Ομορφιά»	
Δραστηριότητα	Κέντρα αδυνατίσματος και αισθητικής.
Αριθμός Κέντρων	9
Άλλα Στοιχεία	Τα κέντρα DNA ασχολούνται με το αδυνάτισμα, την αισθητική, την αποτρίχωση και τη διατροφή, ενώ μέρος της δραστηριότητάς τους αποτελούν και οι υπηρεσίες Spa. Υπάρχουν 9 κέντρα DNA σε όλη την Ελλάδα και πιο συγκεκριμένα 4 στην Αθήνα, 3 στη Θεσσαλονίκη και από ένα στην Πάτρα και τη Λάρισα. Το προσωπικό που απασχολούν αποτελείται μεταξύ άλλων από γιατρούς, διαιτολόγους και ειδικούς θεραπευτές.
Διεύθυνση	Μητροπόλεως 3, 105 57 Σύνταγμα Τηλ. 210-324.0000, φαξ 210-324.5518 www.dna.com.gr
KENTRA «NEW DAY»	
Δραστηριότητα	Εκμετάλλευση κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής.
Αριθμός Κέντρων	16 (από την ιστοσελίδα της εταιρείας)
Άλλα Στοιχεία	Υπάρχουν 16 κέντρα «New Day» σε όλη την Ελλάδα και πιο συγκεκριμένα υπάρχουν 13 στην Αθήνα, 2 στη Θεσσαλονίκη και 1 στην Πάτρα. Κάθε κέντρο λειτουργεί με ανεξάρτητη νομική μορφή, σε όλα όμως συμμετέχει η επιχείρηση Ελέβα ΕΠΕ, η οποία είναι συμμετοχική εταιρεία. Η τελευταία ιδρύθηκε το 1996 με έδρα το Μαρούσι και το 2007 η έδρα της μεταφέρθηκε στην Αναστάσεως 13 στο Χολαργό. Το προσωπικό που απασχολούν αποτελείται μεταξύ άλλων από αισθητικούς, διαιτολόγους, δερματολόγους και ψυχολόγους. Οι κυριότερες υπηρεσίες που προσφέρουν είναι υπηρεσίες αδυνατίσματος, αισθητικής προσώπου και σώματος και αποτρίχωσης.
Διεύθυνση	Αναστάσεως 13, 155 61 Χολαργός Τηλ. 210-650.9600, φαξ 210-650.9621 www.newday.gr
KENTRA «SILHOUETTE»	
Προσωπικό	200
Δραστηριότητα	Κέντρα αισθητικής και αδυνατίσματος.
Αριθμός Κέντρων	6

Άλλα Στοιχεία	Τα κέντρα «Silhouette» ιδρύθηκαν το 1966 και αποτελούν την παλαιότερη αλυσίδα κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής στην Ελλάδα. Κέντρα «Silhouette» υπάρχουν στην Αθήνα (5 κέντρα) και στη Θεσσαλονίκη (1 κέντρο). Προσφέρουν υπηρεσίες αδυνατίσματος, αισθητικής, αποτρίχωσης και γυμναστηρίου. Το προσωπικό που απασχολούν αποτελείται μεταξύ άλλων από γιατρούς, διαιτολόγους, γυμναστές, φυσιοθεραπευτές, ψυχολόγους και αισθητικούς. Τα κέντρα επισκέπτονται κατά κύριο λόγο γυναίκες (90%). Σημειώνεται ότι όλα τα κέντρα έχουν επιφάνεια άνω των 1.000 τ.μ.
Διεύθυνση	Φιλελλήνων 30-32, 105 58 Αθήνα Τηλ. 210-374.7500, φαξ 210-331.5813 www.silhouette.gr
ΚΕΝΤΡΑ «ΠΡΙΝΟΥ»	
Προσωπικό	2.000 (από την ιστοσελίδα της εταιρείας)
Δραστηριότητα	Κέντρα αδυνατίσματος και αισθητικής.
Αριθμός Κέντρων	19 (από την ιστοσελίδα της εταιρείας)
Άλλα Στοιχεία	Τα κέντρα Πρίνου δραστηριοποιούνται στο τομέα του αδυνατίσματος, της αισθητικής και της αποτρίχωσης. Διαθέτουν 19 καταστήματα σε όλη την Ελλάδα και συγκεκριμένα 12 καταστήματα στην Αθήνα, 4 στη Θεσσαλονίκη και από ένα στο Ηράκλειο, στην Πάτρα και στην Λάρισα. Το προσωπικό που απασχολούν αποτελείται από γιατρούς, διαιτολόγους, ψυχολόγους, φυσιοθεραπευτές και αισθητικούς.
Διεύθυνση	Ερμού 2, 105 63 Αθήνα Τηλ. 210-331.1909, 210-685.3666, φαξ 210-681.6125 www.prinou.com.gr
ΝΕΑ ΕΜΦΑΝΙΣΗ- ΟΜΟΡΦΙΑ- ΑΔΥΝΑΤΙΣΜΑ ΑΕ «BEAUTY SCIENCE»	
Κύκλος Εργασιών 2007 (€)	1.000.000 (κατά δήλωση)
Προσωπικό	35
Δραστηριότητα	Εκμετάλλευση κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής.
Αριθμός Κέντρων	3
Άλλα Στοιχεία	Ιδρύθηκε το 2003. Προήλθε από συγχώνευση των εταιρειών Κέντρο Αδυνατίσματος Αμαρουσίου ΕΠΕ και Lirogen Καλλιθέας ΕΠΕ. Διατηρεί 3 κέντρα αδυνατίσματος και αισθητικής, τα οποία βρίσκονται στην έδρα της στη Καλλιθέα, στο Μαρούσι και στη Κόρινθο. Από τη συνολική δραστηριότητα της εταιρείας το 60% αφορά υπηρεσίες αδυνατίσματος και το υπόλοιπο αφορά υπηρεσίες αισθητικής. Το κέντρο επισκέπτονται σχεδόν αποκλειστικά γυναίκες (95%), ενώ το μεγαλύτερο μέρος των πελατών είναι ηλικίας μεταξύ 25-45 ετών (50%) και ακολουθούν πελάτες ηλικίας 45 ετών και άνω (40%). Κατά μέσο όρο το επισκέπτονται 400 άτομα ετησίως. Οι μέθοδοι μάρκετινγκ που χρησιμοποιούνται για την προσέλκυση πελατών είναι εκπτώσεις, άτοκες δόσεις, προσφορές και δωροεπιταγές. Τη διετία 2006-2007 πραγματοποίησε επενδύσεις σε μηχανολογικό εξοπλισμό και κτιριακές εγκαταστάσεις ύψους €210.000.
Διεύθυνση	Ελ. Βενιζέλου 156, 176 75 Καλλιθέα Τηλ. 210-953.3003, φαξ 210-958.1787
ΣΙΤΥ ΜΠΙΖΝΕΣ ΑΕ «OXYGEN PLUS»	
Κύκλος Εργασιών 2007 (€)	500.000 (κατά δήλωση)
Προσωπικό	32
Δραστηριότητα	Εκμετάλλευση ινστιτούτου αδυνατίσματος και αισθητικής. Κομμωτήριο. Γυμναστήριο. Εμπορία προϊόντων.
Αριθμός Κέντρων	1
Άλλα Στοιχεία	Ιδρύθηκε το 2001. Στην έδρα της λειτουργεί κέντρο αδυνατίσματος και αισθητικής, γυμναστήριο και κομμωτήριο. Παράλληλα πραγματοποιεί και εμπορία προϊόντων συναφών με το αντικείμενό της. Οι υπηρεσίες αδυνατίσματος και αισθητικής αποτελούν το 50% περίπου του κύκλου εργασιών της για το 2007. Το κέντρο επισκέπτονται σχεδόν αποκλειστικά γυναίκες (97%), ενώ το μεγαλύτερο μέρος των πελατών του είναι ηλικίας μεταξύ 25-45 ετών (80%). Κατά μέσο όρο το επισκέπτονται 300-400 άτομα ετησίως. Οι μέθοδοι μάρκετινγκ που χρησιμοποιεί για την προσέλκυση πελατών είναι άτοκες δόσεις και δώρα, ενώ ορισμένες φορές πραγματοποιούνται και εκδηλώσεις για την προώθηση των προγραμμάτων. Τη διετία 2006-2007 πραγματοποίησε επενδύσεις ύψους €70.000 για την αγορά μηχανολογικού εξοπλισμού, ενώ και τα προσεχή έτη αναμένεται να πραγματοποιήσει ανάλογες επενδύσεις.
Διεύθυνση	Σπ. Αρβανιτάκη 7, 491 00 Κέρκυρα Τηλ. 26610-820.91-2, 26610-203.80, φαξ 26610-205.00
ΣΚΟΥΡΛΕΤΗΣ Π. & Γ. ΟΕ «LIROGEN»	
Προσωπικό	9
Δραστηριότητα	Εκμετάλλευση ινστιτούτου αδυνατίσματος και αισθητικής.
Αριθμός Κέντρων	1
Άλλα Στοιχεία	Ιδρύθηκε το 1998. Διατηρεί κέντρο αδυνατίσματος και αισθητικής στην έδρα της. Το κέντρο επισκέπτονται σχεδόν αποκλειστικά γυναίκες (95%), ενώ το

	μεγαλύτερο μέρος των πελατών είναι 45 ετών και άνω (55%) και ακολουθούν πελάτες ηλικίας 25-45 ετών (40%). Κατά μέσο όρο το επισκέπτονται 200 άτομα ετησίως. Κύρια μέθοδος μάρκετινγκ για την προσέλκυση πελατών είναι η παροχή εκπλώσεων. Τη διετία 2006-2007 πραγματοποίησε επενδύσεις σε μηχανολογικό εξοπλισμό ύψους €10.000, ενώ και τα προσεχή έτη προγραμματίζει ανάλογες επενδύσεις σε μηχανολογικό εξοπλισμό.
Διεύθυνση	Σ. Σπυρίδη 61, 382 21 Βόλος Τηλ. 24210-238.50-1, φαξ 24210-238.50-1
ΦΛΕΞ ΚΛΑΜΠ ΑΕ	
Κύκλος Εργασιών 2007 (€)	867.386 (1/7/2006-30/6/2007)
Προσωπικό	10
Δραστηριότητα	Εκμετάλλευση ινστιτούτων αισθητικής και αδυνατίσματος.
Αριθμός Κέντρων	2
Άλλα Στοιχεία	Ιδρύθηκε το 1993, έπειτα από συγχώνευση των ατομικών επιχειρήσεων του Σάββα Κορσαββίδη και της Ευαγγελίας Κορσαββίδη. Διατηρεί δύο κέντρα αδυνατίσματος και αισθητικής στη Θεσσαλονίκη. Το αδυνάτισμα αφορά το 30%-40% της συνολικής της δραστηριότητας, ενώ η αισθητική το 60%-70%. Τα κέντρα επισκέπτονται κυρίως γυναίκες (κατά 90% περίπου), ενώ το 80% του συνόλου των ατόμων που τα επισκέπτονται είναι ηλικίας 20-50 ετών. Οι κυριότερες μέθοδοι μάρκετινγκ που εφαρμόζει είναι η παροχή πακέτων προσφορών και εξατομικευμένων υπηρεσιών. Παράλληλα μεγάλη έμφαση δίνεται στην προσωπική επαφή με τους πελάτες. Τη διετία 2006-2007 πραγματοποίησε επενδύσεις που αφορούσαν την αγορά μηχανολογικού εξοπλισμού.
Διεύθυνση	Άνω Τζουμαγιάς 63, 544 53 Θεσσαλονίκη Τηλ. 2310-926.731, φαξ 2310-989.244 www.flexco.gr
ΜΔ: Μη Διαθέσιμα Στοιχεία	
Πηγή: ICAP ΑΕ	

3.6.2 Χωροταξική Κατανομή των Επιχειρήσεων Παροχής Υπηρεσιών Αδυνατίσματος και Αισθητικής

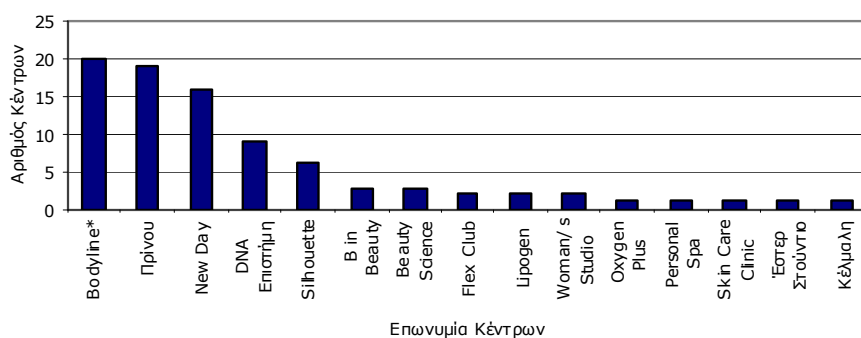
Στο υποκεφάλαιο αυτό παρουσιάζονται στοιχεία που αφορούν τη χωροταξική κατανομή των επιχειρήσεων παροχής υπηρεσιών αδυνατίσματος και αισθητικής που παρουσιάστηκαν στον πίνακα 3.1. Από τα στοιχεία του διαγράμματος 3.2 διαπιστώνεται ότι η περιοχή της Αττικής συγκεντρώνει το μεγαλύτερο αριθμό αδυνατίσματος και αισθητικής, καλύπτοντας το 56,3% του συνόλου. Ακολουθεί η Βόρεια Ελλάδα, η οποία συγκεντρώνει το 25,3%. Παράλληλα, στον πίνακα Π3.13 του παραρτήματος γίνεται κατανομή των κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής ανά πόλη. Από τα στοιχεία του πίνακα προκύπτει ότι το 85% των επιχειρήσεων είναι συγκεντρωμένο στην Αθήνα, τη Θεσσαλονίκη, τη Λάρισα και την Πάτρα. Επιπλέον, στον πίνακα Π3.14 του παραρτήματος γίνεται κατανομή των κέντρων στην περιοχή της Αττικής. Τα περισσότερα κέντρα εντοπίζονται στην οδό Πατησίων, στον Πειραιά και στην περιοχή του Συντάγματος, οι οποίες συγκεντρώνουν από κοινού το 32,7% των παρουσιαζόμενων κέντρων του νομού Αττικής.

Διάγραμμα 3.2 Διάρθρωση των κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής ανά γεωγραφικό διαμέρισμα (Απρίλιος 2008)

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων-ICAP AE

Στο διάγραμμα 3.3 που ακολουθεί εμφανίζεται ο συνολικός αριθμός των καταστημάτων που διατηρεί κάθε αλυσίδα-επιχείρηση στην Ελλάδα. Τα κέντρα «Bodyline» διατηρούν τα περισσότερα καταστήματα (20), αντιπροσωπεύοντας το 23% του συνόλου των κέντρων του δείγματος. Ακολουθούν τα κέντρα «Πρίνου» με 19 καταστήματα και μερίδιο της τάξης του 21,8% και τα κέντρα «New Day» με 16 καταστήματα και αντίστοιχο ποσοστό συμμετοχής 18,4%. Επιπλέον, σημειώνεται ότι το 87,4% των κέντρων που παρουσιάζονται στην παρούσα μελέτη αφορούν αλυσίδες, οι οποίες διατηρούν τουλάχιστον τρία καταστήματα.

Στους πίνακες Π3.15 και Π3.16 του παραρτήματος παρουσιάζονται τα καταστήματα των κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής στο Νομό Αττικής, καθώς και στις περιοχές της Θεσσαλονίκης, της Πάτρας, της Λάρισας, του Ηρακλείου και της Καβάλας. Από τα παρουσιαζόμενα στοιχεία διαπιστώνεται ότι στο Νομό Αττικής τα κέντρα «New Day» με 13 καταστήματα έρχονται πρώτα όσον αφορά τον αριθμό των καταστημάτων τους, ακολουθούμενα από τα κέντρα «Πρίνου» και τα κέντρα «Bodyline», τα οποία διατηρούν 12 και 10 καταστήματα αντίστοιχα. Στην περιοχή της Θεσσαλονίκης τα κέντρα «Πρίνου» έρχονται πρώτα διατηρώντας 4 καταστήματα, ενώ ακολουθούν τα κέντρα «Bodyline» και «DNA Επιστήμη και Ομορφιά» τα οποία διατηρούν από 3 καταστήματα.

Διάγραμμα 3.3 Κέντρα αδυνατίσματος και αισθητικής στην Ελλάδα (Απρίλιος 2008)

*Στον αριθμό των κέντρων Bodyline δεν συμπεριλαμβάνονται τα 3 καταστήματα της Κύπρου.

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων-ICAP AE

3.7 Πωλήσεις των Επιχειρήσεων Παροχής Υπηρεσιών Αδυνατίσματος και Αισθητικής

Στο πίνακα 3.2 που ακολουθεί παρουσιάζεται η εξέλιξη του κύκλου εργασιών επιχειρήσεων παροχής υπηρεσιών αδυνατίσματος και αισθητικής που συμπεριλήφθηκαν στη προηγούμενη ενότητα και για τις οποίες υπήρχαν διαθέσιμα οικονομικά στοιχεία για την περίοδο 2002-2007. Τονίζεται ότι οι πωλήσεις των επιχειρήσεων που εμφανίζονται στο πίνακα αφορούν το σύνολο της δραστηριότητάς τους, η οποία κατά περίπτωση ενδέχεται να περιλαμβάνει και άλλες υπηρεσίες και ή/και προϊόντα πέρα από τη παροχή υπηρεσιών αδυνατίσματος και αισθητικής. Σημειώνεται όμως ότι οι εξεταζόμενες υπηρεσίες καταλαμβάνουν το μεγαλύτερο μέρος των ετήσιων συνολικών πωλήσεων του πίνακα 3.2 (περίπου το 93% για το 2006 και το 90% για το 2007). Επιπλέον, επισημαίνεται ότι οι επιχειρήσεις εμφανίζονται με φθίνουσα σειρά βάσει του μεγέθους των πωλήσεων τους για το έτος 2007.

Ο παρακάτω πίνακας πωλήσεων δεν είναι ενδεικτικός των πωλήσεων των εταιρειών του κλάδου. Σε αυτόν δεν περιλαμβάνονται επιχειρήσεις με σημαντική παρουσία, καθώς δεδομένης της νομικής τους μορφής (ατομικές επιχειρήσεις, ομόρρυθμες και ετερόρρυθμες εταιρείες) δεν ήταν δυνατό να συγκεντρωθούν οικονομικά στοιχεία.

Οι συνολικές πωλήσεις των παρουσιαζόμενων επιχειρήσεων ανήλθαν σε €4,5 εκ. το 2006. Ο συνολικός κύκλος εργασιών των εταιρειών για τις οποίες υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία τόσο για το 2006 όσο και για το 2007, παρουσίασε αύξηση 9,4% την περίοδο 2007/06.

Πίνακας 3.2 Πωλήσεις κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής (2002-2007)						
Επωνυμία	2002	2003	2004	2005	2006	2007
ΝΕΑ ΕΜΦΑΝΙΣΗ - ΟΜΟΡΦΙΑ - ΑΔΥΝΑΤΙΣΜΑ Α.Ε. ⁽¹⁾	-	97.632	430.353	975.533	1.000.000*	1.000.000*
ΦΛΕΞ ΚΛΑΜΠ Α.Ε. ⁽²⁾	505.424	570.892	669.830	518.816	689.673	867.386
ΚΕΛΜΑΛΗ Χ. Π. Α. Ε.Π.Ε.	Μ.Δ.	Μ.Δ.	46.589	37.907	390.272	560.000*
ΣΙΤΥ ΜΠΙΖΝΕΣ Α.Ε. ⁽³⁾	341.386	471.588	Μ.Δ.	Μ.Δ.	500.000*	500.000*
WOMAN S STUDIO Α.Ε.	321.049	298.634	347.446	361.464	392.668	450.000*
GFG Ε.Π.Ε. ⁽⁴⁾	-	-	-	-	Μ.Δ.	250.000*
ΕΣΤΕΡ ΣΤΟΥΝΤΙΟ ΥΓΕΙΑΣ Α.Ε.	684.581	430.955	358.203	246.927	150.393	162.276*
ΛΙΡΟΓΕΝ ΑΓΡΙΝΙΟΥ Ε.Π.Ε. ⁽⁵⁾	-	664.265	551.227	300.000*	250.000*	150.000*
ΕΛΚΑΕΡ Α.Ε.Ε. ⁽⁶⁾	802.087	638.129	1.158.697	764.016	1.150.031	Μ.Δ.
Σύνολο	2.654.527	3.172.095	3.562.345	3.204.663	4.523.037	3.939.662
Ποσά σε € *Σύμφωνα με δήλωση των υπευθύνων (1) Ιδρύθηκε το 2003. Η χρήση του 2003 αφορά την περίοδο 1/6/2003-31/12/2003. (2) Όλες οι εταιρικές χρήσεις καλύπτουν το διάστημα από 1/7 έως 30/6 του επόμενου έτους. (3) Ιδρύθηκε το 2001. Η χρήση του 2002 αφορά την περίοδο 12/7/2001-31/12/2002. (4) Ιδρύθηκε το Δεκέμβριο του 2005. (5) Ιδρύθηκε το 2002. Η χρήση του 2003 αφορά την περίοδο 4/11/2002-31/12/2003. (6) Ιδρύθηκε το 2003 από μετατροπή της νομικής μορφής της εταιρείας Ελένη Μπίκου Μονοπρόσωπη ΕΠΕ. Η χρήση του 2003 αφορά την περίοδο 1/6/2003-31/12/2003.						

Πηγή: Δημοσιευμένοι Ισολογισμοί-ICAP ΑΕ

3.8 Χρηματοοικονομική Ανάλυση των Επιχειρήσεων του Κλάδου

Στο παρόν κεφάλαιο πραγματοποιείται χρηματοοικονομική ανάλυση, για την περίοδο 2002-2006, των οκτώ κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής που παρουσιάστηκαν στον προηγούμενο πίνακα πωλήσεων. Σημειώνεται ότι η εξεταζόμενη δραστηριότητα κάλυψε άνω του 50% του συνολικού κύκλου εργασιών τους το 2006. Επιπλέον, επισημαίνεται ότι η παρακάτω χρηματοοικονομική ανάλυση δεν είναι ενδεικτική του κλάδου των κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής, δεδομένου ότι στην ανάλυση αυτή δεν περιλαμβάνονται επιχειρήσεις με σημαντική παρουσία, καθώς δεδομένης της νομικής τους μορφής (ατομικές επιχειρήσεις, ομόρρυθμες και ετερόρρυθμες εταιρείες) δεν υποχρεούνται στη δημοσίευση οικονομικών στοιχείων.

Οι τιμές των δεικτών παρατίθενται στους πίνακες Π3.18-Π3.22 του παραρτήματος του παρόντος κεφαλαίου. Για κάθε επιχείρηση υπολογίζονται 17 δείκτες για τα έτη 2002-2006, ενώ υπολογίζονται επίσης και οι αντίστοιχοι μέσοι όροι της πενταετίας. Στον πίνακα 3.3 ερμηνεύονται οι συμβολισμοί των 8 εταιρειών, για την ανάγνωση των διαγραμμάτων 3.4-3.8.

Μετά την ανάλυση των δεικτών ακολουθεί ο ομαδοποιημένος ισολογισμός των επιχειρήσεων, για τα έτη 2005 και 2006, ενώ στο τέλος της παρούσας μελέτης παρατίθενται δημοσιευμένοι ισολογισμοί των επιχειρήσεων για τη τελευταία διαθέσιμη τριετία.

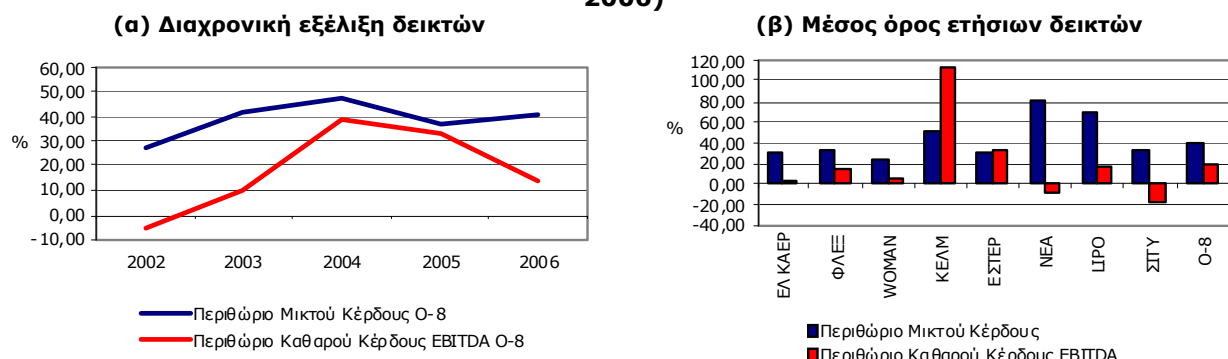
Πίνακας 3.3 Επωνυμίες κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής για την ανάγνωση των διαγραμμάτων	
Επωνυμία	Συντομογραφία
ΕΛΚΑΕΡ Α.Ε.Ε.	ΕΛΚΑΕΡ
ΦΛΕΞ ΚΛΑΜΠ Α.Ε.	ΦΛΕΞ
WOMAN S STUDIO Α.Ε.	WOMAN
ΚΕΛΜΑΛΗ Χ. Π. Α. Ε.Π.Ε.	ΚΕΛΜ
ΕΣΤΕΡ ΣΤΟΥΝΤΙΟ ΥΓΕΙΑΣ Α.Ε.	ΕΣΤΕΡ
ΝΕΑ ΕΜΦΑΝΙΣΗ - ΟΜΟΡΦΙΑ - ΑΔΥΝΑΤΙΣΜΑ Α.Ε.	ΝΕΑ
LIPOGEN ΑΓΡΙΝΙΟΥ Ε.Π.Ε.	LIPO
ΣΙΤΥ ΜΠΙΖΝΕΣ Α.Ε.	ΣΙΤΥ
Ομάδα 8	Ο-8

Πηγή: ICAP ΑΕ

Κερδοφορία

Για την αξιολόγηση της κερδοφορίας χρησιμοποιούνται οι δείκτες μικτού, λειτουργικού και καθαρού περιθωρίου κέρδους, καθώς επίσης και ο δείκτης περιθωρίου EBITDA. Οι συγκεκριμένοι δείκτες παρουσιάζονται αναλυτικά στον πίνακα Π3.18 του παραρτήματος.

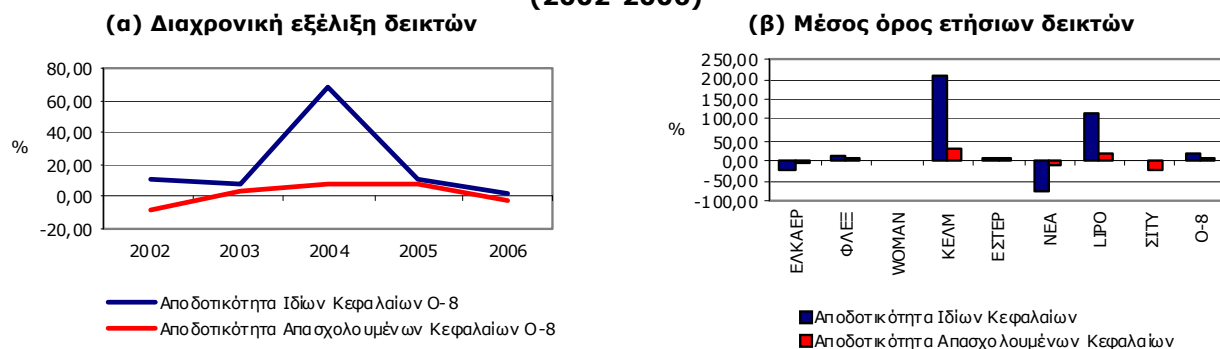
Ο μέσος όρος του μικτού περιθωρίου κέρδους της ομάδας των 8 εταιρειών (Ο-8) για την πενταετία 2002-2006, διαμορφώθηκε σε 39,16%. Οι αντίστοιχοι μέσοι όροι για τα περιθώρια λειτουργικού και καθαρού κέρδους διαμορφώθηκαν σε -0,31% και 6,23%. Όσον αφορά το περιθώριο καθαρού κέρδους EBITDA ανήλθε σε 18,06%.

Διάγραμμα 3.4 Εξέλιξη δεικτών κερδοφορίας κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής (2002-2006)

Πηγή: Δημοσιευμένοι Ισολογισμοί-ICAP ΑΕ

Αποδοτικότητα

Η αποδοτικότητα των επιχειρήσεων αξιολογείται με τους δείκτες αποδοτικότητας ιδίων κεφαλαίων και αποδοτικότητας απασχολούμενων κεφαλαίων. Οι συγκεκριμένοι δείκτες παρουσιάζονται αναλυτικά στον πίνακα Π3.19 του παραρτήματος. Από τα στοιχεία του πίνακα προκύπτει ότι ο μέσος όρος πενταετίας της αποδοτικότητας ιδίων κεφαλαίων του συνολικού δείγματος επιχειρήσεων (O-8) ανήλθε σε 19,99%, η δε αποδοτικότητα απασχολούμενων κεφαλαίων σε 1,57%.

Διάγραμμα 3.5 Εξέλιξη δεικτών αποδοτικότητας κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής (2002-2006)

Πηγή: Δημοσιευμένοι Ισολογισμοί-ICAP ΑΕ

Ρευστότητα

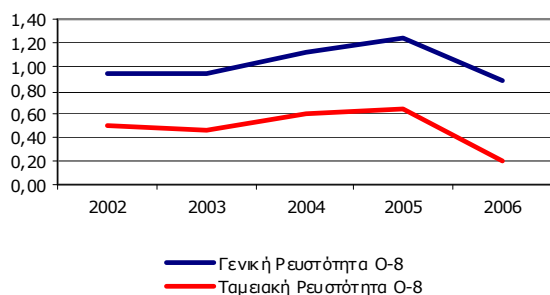
Για την αξιολόγηση της ρευστότητας των επιχειρήσεων χρησιμοποιούνται οι δείκτες γενικής, ειδικής και ταμειακής ρευστότητας, ενώ επιπλέον παρουσιάζεται και το κεφάλαιο κίνησης των εταιρειών. Οι τιμές των συγκεκριμένων δεικτών παρουσιάζονται αναλυτικά στον πίνακα Π3.20 του παραρτήματος.

Η μέση γενική ρευστότητα του συνόλου των επιχειρήσεων τη τελευταία πενταετία διαμορφώθηκε σε 1,03, ενώ η ειδική και η ταμειακή ρευστότητα ανήλθαν σε 0,93 και 0,49

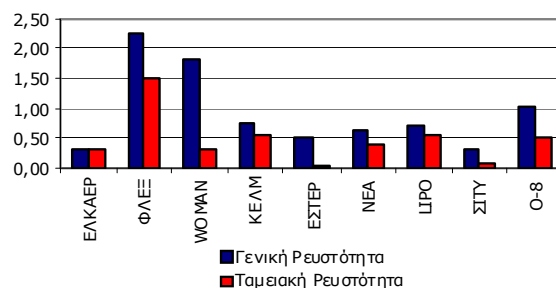
αντίστοιχα. Επιπλέον, οι έξι από τις οχτώ παρουσιαζόμενες επιχειρήσεις παρουσίασαν αρνητικό μέσο κεφάλαιο κίνησης για την περίοδο 2002-2006.

Διάγραμμα 3.6 Εξέλιξη δεικτών ρευστότητας κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής (2002-2006)

(α) Διαχρονική εξέλιξη δεικτών



(β) Μέσος όρος ετήσιων δεικτών



Πηγή: Δημοσιευμένοι Ισολογισμοί-ICAP AE

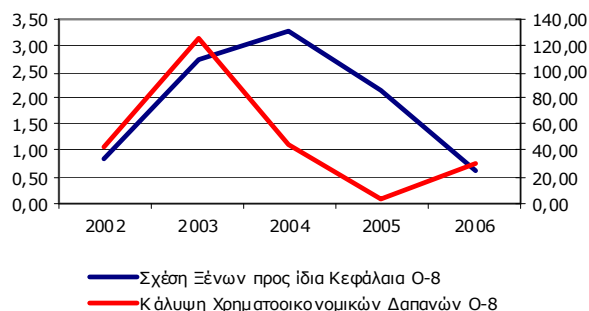
Χρηματοοικονομική Διάρθρωση

Η ανάλυση της χρηματοοικονομικής διάρθρωσης γίνεται βάσει των δεικτών συνολικών υποχρεώσεων προς ίδια κεφάλαια, κάλυψης χρηματοοικονομικών δαπανών, που δείχνει πόσες φορές τα κέρδη προ φόρου και τόκων καλύπτουν τις χρηματοοικονομικές δαπάνες της επιχείρησης, και του δείκτη βραχυπρόθεσμου τραπεζικού δανεισμού προς ίδια κεφάλαια, που εκφράζει το βραχυπρόθεσμο τραπεζικό δανεισμό ως ποσοστό των ιδίων κεφαλαίων. Οι δείκτες αυτοί παρουσιάζονται στον πίνακα Π3.21 του παραρτήματος. Σημειώνεται ότι ο δείκτης κάλυψης χρηματοοικονομικών δαπανών δεν ορίζεται αφενός στη περίπτωση έλλειψης χρηματοοικονομικών δαπανών και αφετέρου στη περίπτωση εμφάνισης αρνητικών αποτελεσμάτων προ φόρων και τόκων.

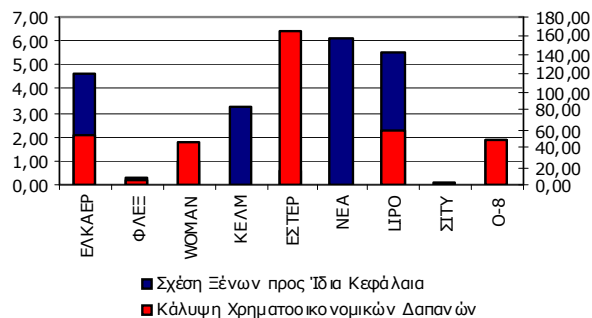
Ο μέσος όρος πενταετίας του λόγου ξένων προς ίδια κεφάλαια διαμορφώθηκε σε 1,92, ενώ όσον αφορά το μέσο δείκτη κάλυψης χρηματοοικονομικών δαπανών διαμορφώθηκε σε 49,43.

Διάγραμμα 3.7 Εξέλιξη δεικτών χρηματοοικονομικής διάρθρωσης κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής (2002-2006)

(α) Διαχρονική εξέλιξη δεικτών



(β) Μέσος όρος ετήσιων δεικτών



Σημ.: Η κάλυψη χρηματοοικονομικών δαπανών παρουσιάζεται στο δεξιό άξονα των διαγραμμάτων.

Πηγή: Δημοσιευμένοι Ισολογισμοί-ICAP AE

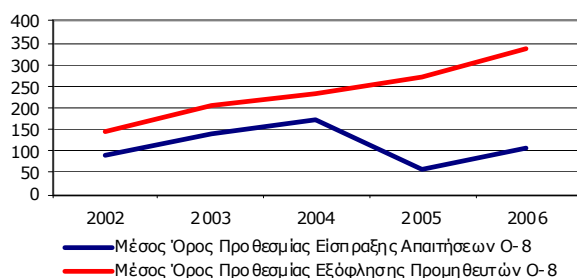
Δραστηριότητα

Στους δείκτες δραστηριότητας περιλαμβάνονται ο μέσος όρος προθεσμίας είσπραξης απαιτήσεων, ο μέσος όρος προθεσμίας εξόφλησης προμηθευτών, η κυκλοφοριακή ταχύτητα αποθεμάτων και η κυκλοφοριακή ταχύτητα απασχολούμενων κεφαλαίων, οι οποίοι παρουσιάζονται αναλυτικά στον πίνακα Π3.22 του παραρτήματος.

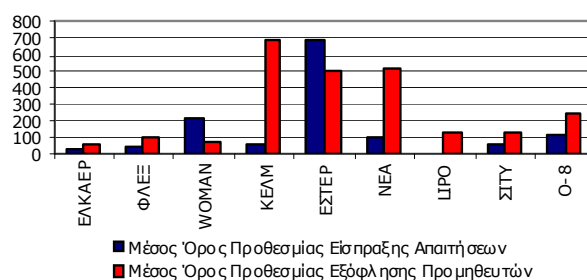
Ο μέσος όρος προθεσμίας είσπραξης απαιτήσεων διαμορφώθηκε σε 114 μέρες και ο μέσος όρος προθεσμίας εξόφλησης προμηθευτών ανήλθε σε 237 μέρες κατά την εξεταζόμενη πενταετία για το σύνολο των επιχειρήσεων. Σημειώνεται ότι διαπιστώνεται σημαντική καθυστέρηση στην είσπραξη των απαιτήσεων (4 μήνες περίπου), ενώ η καθυστέρηση στην πληρωμή των υποχρεώσεων είναι ακόμα μεγαλύτερη και συγκεκριμένα διπλάσια (8 μήνες περίπου). Αντίθετα η κυκλοφοριακή ταχύτητα των αποθεμάτων είναι εμφανώς καλύτερη, δεδομένου ότι απαιτούνται 45 μέρες μόνο για μια πλήρη ανανέωσή τους.

Διάγραμμα 3.8 Εξέλιξη δεικτών δραστηριότητας κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής (2002-2006)

(α) Διαχρονική εξέλιξη δεικτών



(β) Μέσος όρος ετήσιων δεικτών



Πηγή: Δημοσιευμένοι Ισολογισμοί-ICAP ΑΕ

Ομαδοποιημένος Ισολογισμός

Στο παρόν τμήμα παρουσιάζεται ο ομαδοποιημένος ισολογισμός 5 κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής, για τα οποία υπήρχαν διαθέσιμα δημοσιευμένα οικονομικά στοιχεία τόσο για το 2005 όσο και για το 2006, ενώ η εξεταζόμενη δραστηριότητα κάλυψε τουλάχιστον το 50% του συνολικού κύκλου εργασιών τους το 2006.

Το σύνολο του ενεργητικού των επιχειρήσεων του δείγματος ανήλθε σε €7,97 εκ. το 2006 έναντι €7,8 εκ. το 2005. Τα ίδια κεφάλαια διαμορφώθηκαν σε €4,7 εκ., σημειώνοντας αύξηση 4,8% έναντι του προηγούμενου έτους.

Οι συνολικές πωλήσεις των 5 επιχειρήσεων του δείγματος ανήλθαν σε €2,8 εκ. το 2006, παρουσιάζοντας αύξηση 43,8% σε σχέση με το προηγούμενο έτος, ενώ πολύ μεγάλη αύξηση παρουσίασε και το μικτό περιθώριο κέρδους την διετία 2005-2006 (ποσοστιαία αύξηση κατά 158,4%). Όμως παρόλο που το μικτό περιθώριο κέρδους βελτιώθηκε αισθητά το 2006, τα λοιπά λειτουργικά έξοδα παρέμειναν σε υψηλά επίπεδα, με αποτέλεσμα το συνολικό λειτουργικό

αποτέλεσμα των 5 εταιρειών να είναι αρνητικό, ενώ αρνητικό ήταν και το καθαρό αποτέλεσμα για το 2006, το οποίο διαμορφώθηκε σε -113,02 χιλ.

Στο πίνακα Π3.24 του παραρτήματος παρουσιάζεται ο ομαδοποιημένος ισολογισμός των κερδοφόρων επιχειρήσεων του δείγματος, ο αριθμός των οποίων μειώθηκε από 3 εταιρείες το 2005 σε 2 εταιρείες το 2006. Οι πωλήσεις των συγκεκριμένων εταιρειών διαμορφώθηκαν σε €1,8 εκ. το 2006, αντιπροσωπεύοντας το 66,3% των συνολικών πωλήσεων των 5 εταιρειών του δείγματος. Επιπλέον, τα κέρδη προ φόρων των συγκεκριμένων εταιρειών διαμορφώθηκαν σε €132,3 χιλ. το 2006.

Τέλος, στο πίνακα Π3.25 εμφανίζεται ο ομαδοποιημένος ισολογισμός των ζημιογόνων εταιρειών για τη χρονική περίοδο 2005-2006, οι οποίες αυξήθηκαν από 2 εταιρείες το 2005 σε 3 εταιρείες το 2006. Οι συνολικές ζημιές αυτών διαμορφώθηκαν σε €245,4 χιλ. το 2006.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ 3

Π3.1 Διάρθρωση της συνολικής διαφημιστικής δαπάνης των ινστιτούτων αισθητικής ανά διαφημιστικό μέσο (2003-2007)

Διαφημιστικό Μέσο	Έτος				
	2003	2004	2005	2006	2007
Τηλεόραση	12.099.668	7.963.099	5.174.520	4.332.173	4.987.469
Εφημερίδες	876.974	834.688	2.335.282	1.151.702	1.391.392
Περιοδικά	26.414.909	21.304.658	19.132.627	18.013.534	14.273.938
Ραδιόφωνο	523.114	1.100.091	1.022.592	474.790	425.027
Σύνολο	39.914.665	31.202.536	27.665.021	23.972.199	21.077.825

Αξία σε €

Πηγή: Media Services AE

Π3.2 Διαφημιστική δαπάνη ινστιτούτων αισθητικής ανά εμπορικό σήμα (2006-2007)

	Έτος	Τηλεόραση	Εφημερίδες	Περιοδικά	Ραδιόφωνο	Σύνολο	Ποσοστό Συμμετοχής (%)
SILHOUETTE ινστ. αδυν.	2006	0	97.453	2.150.524	0	2.247.977	9,38%
	2007	427.243	117.436	2.279.148	0	2.823.827	13,40%
BODYLINE ινστ. αισθητικής	2006	1.975.728	117.899	4.227.368	0	6.320.995	26,37%
	2007	2.524.651	183.067	4.023.949	0	6.731.667	31,94%
ΔΕΡΜΕΤΖΟΠΟΥΛΟΥ ινστ. αδυν.	2006	0	0	236.779	0	236.779	0,99%
	2007	0	5.670	147.533	0	153.203	0,73%
VITA PLUS ινστ. αδυν.	2006	0	0	27.329	0	27.329	0,11%
	2007	0	0	0	0	0	0,00%
WEIGHT WATCHERS ινστ. αδυν.	2006	0	29.019	87.091	27.586	143.696	0,60%
	2007	0	0	0	0	0	0,00%
ΠΡΙΝΟΥ ινστ. αισθητικής	2006	386.903	7.371	894.443	0	1.288.716	5,38%
	2007	268.513	19.279	429.843	0	717.634	3,40%
BIODYNAMIC κεντρ. γυμν.	2006	0	12.162	311.453	0	323.615	1,35%
	2007	0	11.808	237.761	0	249.569	1,18%
DNA κέντρο αδυν.	2006	170.767	108.093	134.379	0	413.240	1,72%
	2007	136.828	175.381	110.678	0	422.887	2,01%
MEDI JEUNESSE ιατρ. αισθ.	2006	0	0	0	0	0	0,00%
	2007	12.633	4.649	0	0	17.283	0,08%
BODYBUILDING CLUB	2006	0	0	1.595.651	0	1.595.651	6,66%
	2007	0	0	1.644.924	0	1.644.924	7,80%
JOE WEIDER αλυσ. γυμναστ.	2006	0	0	7.863	194.933	202.796	0,85%
	2007	0	0	8.618	353.776	362.395	1,72%
NEOTIS ινστ. αισθ.	2006	0	0	20.242	0	20.242	0,08%
	2007	0	0	0	0	0	0,00%
BELLADONNA ινστ. αισθ.	2006	0	0	21.659	0	21.659	0,09%
	2007	0	0	92.426	0	92.426	0,44%
NEW DAY ινστ. αισθ.	2006	1.086.983	125.603	501.818	11.767	1.726.170	7,20%
	2007	999.439	56.870	314.855	0	1.371.164	6,51%
GYMNASIUM γυμναστήριο	2006	0	0	7.711	0	7.711	0,03%
	2007	0	0	0	0	0	0,00%
LASERLINE ινστ. αισθ.	2006	710.794	0	492.043	0	1.202.837	5,02%
	2007	615.065	5.557	4.763	32.124	657.508	3,12%
MEDITERANIAN CENT.DIET	2006	0	0	0	0	0	0,00%
	2007	0	0	29.257	0	29.257	0,14%
C & BEAUTY κέντρα αδυν.	2006	0	0	24.268	0	24.268	0,10%
	2007	0	0	3.742	0	3.742	0,02%
CAROLI HEALTH CLUB ινστ.αισθ.	2006	0	0	20.185	0	20.185	0,08%
	2007	0	0	0	0	0	0,00%
HOLMES PLACE γυμναστήριο	2006	0	56.361	407.049	0	463.410	1,93%
	2007	0	0	523.171	3.060	526.231	2,50%
B.M.I. ινστ. αισθ.	2006	0	308.628	3.958.851	0	4.267.479	17,80%
	2007	812	4.877	1.312.435	0	1.318.123	6,25%
BIO CENTER ινστ. αισθ.	2006	0	0	0	0	0	0,00%
	2007	0	6.918	0	0	6.918	0,03%
NILAYA DAY SPA ινστ. αισθ.	2006	0	7.859	0	0	7.859	0,03%
	2007	0	0	0	0	0	0,00%
NAILSPOT ινστ. αισθ.	2006	0	0	22.226	0	22.226	0,09%
	2007	0	0	3.742	0	3.742	0,02%

Π3.2 (συνέχεια)							
	Έτος	Τηλεόραση	Εφημερίδες	Περιοδικά	Ραδιόφωνο	Σύνολο	Ποσοστό Συμμετοχής (%)
PEGGY SAGE ινστ. αισθ.	2006	0	0	99.952	0	99.952	0,42%
	2007	0	0	76.658	0	76.658	0,36%
LA PRAIRIE ινστ. αισθ.	2006	0	0	0	0	0	0,00%
	2007	0	0	8.505	0	8.505	0,04%
ASANA γυμναστήριο	2006	0	0	0	0	0	0,00%
	2007	0	0	6.804	0	6.804	0,03%
SUNSHINE SOLARIUM ινστ. αισθ.	2006	0	0	17.259	126.927	144.186	0,60%
	2007	0	0	240.068	0	240.068	1,14%
BACACOS NAILS	2006	0	0	166.193	0	166.193	0,69%
	2007	0	0	9.072	0	9.072	0,04%
KALLIGA/TURKISH BATH SPA ινστ.	2006	0	0	493.982	61.546	555.528	2,32%
	2007	0	0	64.525	0	64.525	0,31%
WELLNESS PARADISE CLUB	2006	15	0	0	0	15	0,00%
	2007	0	0	0	0	0	0,00%
LET'S GO γυμναστήριο	2006	0	0	0	45.963	45.963	0,19%
	2007	0	0	0	0	0	0,00%
FIGURA ινστ. αισθητικής	2006	0	13.551	31.639	0	45.190	0,19%
	2007	0	13.268	44.011	0	57.278	0,27%
NYXI NYXI ινστ. αισθ.	2006	0	0	132.875	0	132.875	0,55%
	2007	0	39.690	509.629	0	549.319	2,61%
COSMETIC MEDICINE ινστ. αισθ.	2006	0	0	470.763	0	470.763	1,96%
	2007	0	0	516.367	0	516.367	2,45%
C-MARSO studio μανικιούρ-πεντ.	2006	0	0	20.299	1.340	21.638	0,09%
	2007	0	9.072	12.361	0	21.432	0,10%
ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜ. ΑΙΣΘΗΤΙΚΩΝ	2006	0	27.758	56.870	0	84.629	0,35%
	2007	0	0	0	0	0	0,00%
ESTETICA ινστ. αισθ.	2006	983	0	0	0	983	0,00%
	2007	0	0	0	0	0	0,00%
YLANG-YLANG ινστ. αισθ.	2006	0	0	95.992	0	95.992	0,40%
	2007	0	0	30.164	0	30.164	0,14%
BEAUTY & SCIENCE ινστ. αισθ.	2006	0	14.742	100.246	0	114.988	0,48%
	2007	0	0	0	0	0	0,00%
INTRO FITNESS HALL γυμναστήριο	2006	0	0	0	4.729	4.729	0,02%
	2007	0	0	0	2.840	2.840	0,01%
ACTIVE BEAUTY ινστ. αισθ.	2006	0	0	0	0	0	0,00%
	2007	0	0	14.629	0	14.629	0,07%
THE FOUR SEASONS CLUB γυμναστ.	2006	0	0	0	0	0	0,00%
	2007	0	0	0	605	605	0,00%
DIET ινστιτούτο διατροφ.	2006	0	0	0	0	0	0,00%
	2007	0	0	48.989	0	48.989	0,23%
LOTUS ORIENTAL SPA/ ΜΑΣΑΖ	2006	0	0	0	0	0	0,00%
	2007	1.331	0	0	0	1.331	0,01%
ROSELINE'S BEAUTY studio ομορφιάς	2006	0	0	0	0	0	0,00%
	2007	0	0	0	8.834	8.834	0,04%
CRC PREVENT HAIR AND BODY CENT	2006	0	0	0	0	0	0,00%
	2007	824	3.629	0	0	4.453	0,02%
LASER PROMEDICA ινστ. αισθ.	2006	0	0	0	0	0	0,00%
	2007	131	0	0	0	131	0,00%
CURVES γυμναστήριο	2006	0	0	0	0	0	0,00%
	2007	0	1.174	0	12.939	14.112	0,07%
ΔΙΑΦΟΡΑ ΓΥΜΝΑΣΤΗΡΙΑ	2006	0	77.660	105.092	0	182.752	0,76%
	2007	0	11.410	186.323	0	197.733	0,94%
ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΑ ΑΙΣΘ/ΚΗΣ ΔΙΑΦ.	2006	0	147.544	1.073.440	0	1.220.983	5,09%
	2007	0	721.639	1.338.989	10.850	2.071.477	9,83%
Σύνολο	2006	4.332.173	1.151.702	18.013.534	474.790	23.972.199	100,00%
	2007	4.987.469	1.391.392	14.273.938	425.027	21.077.825	100,00%

Αξία σε €

Πηγή: Media Services AE

Π3.3 Διευθύνσεις κέντρων «Bodyline»		
A/A	Περιοχή	Διεύθυνση
Αττική		
1	Αιγάλεω	Ιερά Οδός 247
2	Γλυφάδα	Αγγέλου Μεταξά 27-29
3	Καλλιθέα	Ελ. Βενιζέλου 86
4	Κηφισιά	Λ. Κηφισίας 234
5	Ν. Ιωνία	Λ. Ηρακλείου 346 Β
6	Παγκράτι	Φρύνης 1-3
7	Πατησίων	Πατησίων & Φερρών 2
8	Πειραιάς	Ηρ. Πολυτεχνείου 22
9	Σύνταγμα	Καραγεώργη Σερβίας 2
10	Χολαργός	Λ. Μεσογείων 240
Θεσσαλονίκη		
11	Ανατολική Θεσσαλονίκη	Βασ. Όλγας 213
12	Θεσσαλονίκη	Τσιμισκή 106
13	Θεσσαλονίκη	Δημοκρατίας 9 (Πλατεία Βαρδάρη)
Λοιπή Ελλάδα		
14	Ηράκλειο	Λ. Δικαιοσύνης 63
15	Καβάλα	Ερυθ. Σταυρού 30
16	Λάρισα	Αλ. Παναγούλη 23 (Πλατ. Ταχυδρομείου)
17	Ξάνθη	Βασ. Κωνσταντίνου
18	Πάτρα	Μαιζώνος & Αγ. Νικολάου 30
19	Χαλκίδα	Τζιαρτίνη 2
20	Χανιά	Πλατεία 1866 7-11
Κύπρος		
21	Λάρνακα	Λεωφ. Αρχιεπισκόπου Μακαρίου Γ' 22
22	Λεμεσός	Λεωφ. Αρχιεπισκόπου Μακαρίου Γ' 107
23	Λευκωσία	Λεωφ. Αρχιεπισκόπου Μακαρίου Γ' 48

Πηγή: www.bodyline.gr

Π3.4 Διευθύνσεις κέντρων «DNA Επιστήμη και Ομορφιά»			
A/A	Περιοχή	Διεύθυνση	Τηλέφωνο
Αττική			
1	Σύνταγμα	Μητροπόλεως 3	210-3240000
2	Πειραιάς	Λ. Γεωργίου Α' 19	210-4101520
3	Πατησίων	Κεφαλληνίας 46	210-8846200
4	Χολαργός	Μεσογείων 226	210-6541700
Θεσσαλονίκη			
5	Πλ. Αριστοτέλους	Μητροπόλεως 28	2310-251002
6	Πλ. Δημοκρατίας	Λ. Λαγκαδά 2	2310-566336
7	Καλαμαριά	Εθν. Αντιστάσεως 7α	2310-450510
Λοιπή Ελλάδα			
8	Πάτρα	Αγ. Νικολάου 12	2610-220555
9	Λάρισα	-	-

Πηγή: www.dna.com.gr

Π3.5 Διευθύνσεις κέντρων «New Day»			
A/A	Περιοχή	Διεύθυνση	Τηλέφωνο
Αττική			
1	Αιγάλεω	Ιερά Οδός 268	210-5315630
2	Γλυφάδα	Α. Λαζαράκη & Α. Παπανδρέου 5	210-8940400
3	Ηλιούπολη	Λεωφ. Βουλιαγμένης 341 (πλατεία Παναγούλη)	210-9763106
4	Καλλιθέα	Θησέως 140 (Στοά Καραντινού)	210-9570460
5	Ν. Ιωνία	Λεωφ. Ηρακλείου 346β (Εμπορικό Κέντρο)	210-2719540
6	Παγκράτι	Χρεμωνίδου 50	210-7561063
7	Πατησίων	Πατησίων 68 (είσοδος από Κότσικα 2)	210-8225500
8	Πειραιάς	Ηρώων Πολυτεχνείου 46 (είσοδος από Πλάτωνος 5)	210-4224322
9	Περιστέρι	Εθνικής Αντιστάσεως 1	210-5733600
10	Σύνταγμα	Ερμού 2	210-3244190
11	Χαλάνδρι	Ηρ. Αττικού 1 (πλατεία Δούρου)	210-6829200
12	Χίλτον	Βασ. Σοφίας & Βεντήρη 7	210-7258465
13	Χολαργός	Μεσογείων 204	210-6560800
Θεσσαλονίκη			
14	Θεσσαλονίκη	Τσιμισκή 58	2310-267842
15	Θεσσαλονίκη-Βαρδάρης	Δωδεκανήσου 2, Βαρδάρης	2310-533444
Λοιπή Ελλάδα			
16	Πάτρα	Ρήγα Φερραίου 93-97	2610-243300

Πηγή: www.newday.gr

Π3.6 Διευθύνσεις κέντρων «Silhouette»			
A/A	Περιοχή	Διεύθυνση	Τηλέφωνο
Αττική			
1	Γλυφάδα	Λαζαράκη & Αθηνών 5	210-8946132
2	Κηφισιά	Κασσαβέτη 2-4	210-8088760
3	Πατησίων	Πατησίων & Κεφαλληνίας 42	210-8237889
4	Πειραιάς	Βασ. Γεωργίου & Κουντουριώτου 138	210-4227850
5	Σύνταγμα	Μητροπόλεως 3	210-3232986
Λοιπή Ελλάδα			
6	Θεσσαλονίκη	Τσιμισκή 45	2310-250490

Πηγή: www.silhouette.gr

Π3.7 Διευθύνσεις κέντρων της Woman's Studio AE			
A/A	Περιοχή	Διεύθυνση	T.K.
1	Θεσσαλονίκη	Δελφών 228	546 55
2	Θεσσαλονίκη	Παπαναστασίου 133	542 50

Πηγή: Woman's Studio AE

Π3.8 Διευθύνσεις κέντρων της Ελκαέρ ΑΕΕ			
A/A	Περιοχή	Διεύθυνση	T.K.
1	Δράμα	Θ. Αθανασιάδη 9	661 00
2	Καβάλα	Ομονοίας 104	653 02
3	Σέρρες	Πλ. Εμπορίου & Ανατολ. Θράκης	621 22

Πηγή: Ελκαέρ ΑΕΕ

Π3.9 Διευθύνσεις κέντρων της Έστερ Στούντιο Υγείας ΑΕ			
A/A	Περιοχή	Διεύθυνση	T.K.
1	Λάρισα	Αλ. Παναγούλη 23	412 23

Πηγή: Έστερ Στούντιο Υγείας ΑΕ

Π3.10 Διευθύνσεις κέντρων της εταιρείας Νέα Εμφάνιση-Ομορφιά-Αδυνατίσμα ΑΕ			
A/A	Περιοχή	Διεύθυνση	T.K.
Αττική			
1	Καλλιθέα	Ελ. Βενιζέλου 156	176 75
2	Μαρούσι	Μητροπόλεως 23	151 24
Λοιπή Ελλάδα			
3	Κόρινθος	Δαμασκηνού 34	201 00

Πηγή: Νέα Εμφάνιση-Ομορφιά-Αδυνατίσμα ΑΕ

Π3.11 Διευθύνσεις κέντρων «Πρίνου»			
A/A	Περιοχή	Διεύθυνση	Τηλέφωνο
Αττική			
1	Αγ. Ανάργυροι	Λεωφ. Δημοκρατίας 51	210-2626888
2	Αιγάλεω	Χρ. Σμύρνης 12 & Σμύρνης	210-5310404
3	Δάφνη	Λεωφ. Βουλιαγμένης 237	210-9766155
4	Καλλιθέα	Σιβιτανίδου 6	210-9579025
5	Κηφισιά	Κηφισίας 214 & Ζηρηνηίου	210-8019000
6	Νέα Ιωνία	Λ. Ηρακλείου 269	210-2711753
7	Νίκαια	Πέτρου Ράλλη 213	210-4914666
8	Πατησίων	Λ. Πατησίων 129	210-8840402
9	Πειραιάς	Ηρώων Πολυτεχνείου 24	210-4138480
10	Περιστέρι	Εθν. Αντιστάσεως & Σεβαστείας 6	210-5710000
11	Σύνταγμα	Ερμού 2	210-3311909
12	Χολαργός	Λ. Μεσογείων 226	210-6541700
Θεσσαλονίκη			
13	Θεσσαλονίκη	Βασ. Όλγας 148	2310-860000
14	Θεσσαλονίκη	Καρόλου Ντήλ 18	2310-256254
15	Θεσσαλονίκη	Πλατεία Δημοκρατίας 1	2310-533333
16	Θεσσαλονίκη	Πλατεία Δημοκρατίας 9	2310-556911
Λοιπή Ελλάδα			
17	Ηράκλειο	Ρούσου Χούρδου 7	2810-332860
18	Λάρισα	Κύπρου & Ρούσβελτ	2410-532200
19	Πάτρα	Αγ. Ανδρέου 67 & Νικολάου	2610-222100

Πηγή: www.prinou.com.gr/main/home.htm

Π3.12 Διευθύνσεις κέντρων της Φλέξ Κλάμπ ΑΕ			
A/A	Περιοχή	Διεύθυνση	Τ.Κ.
1	Θεσσαλονίκη	Άνω Τζουμαγιάς 63	544 53
2	Θεσσαλονίκη	Καρ. Ντήλ 8	546 23

Πηγή: Φλέξ Κλάμπ ΑΕ

Π3.13 Κατανομή κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής ανά πόλη (Απρίλιος 2008)	
Περιοχή	Αριθμός Κέντρων
Αθήνα	49
Θεσσαλονίκη	17
Λάρισα	4
Πάτρα	4
Ηράκλειο	2
Καβάλα	2
Αγρίνιο	1
Βόλος	1
Δράμα	1
Κέρκυρα	1
Κόρινθος	1
Ξάνθη	1
Σέρρες	1
Χαλκίδα	1
Χανιά	1
Σύνολο	87

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων-ICAP ΑΕ

Π3.14 Κατανομή κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής ανά περιοχή της Αττικής (Απρίλιος 2008)

Περιοχή Αττικής	Αριθμός Κέντρων
Πατησίων	6
Πειραιάς	5
Σύνταγμα	5
Γλυφάδα	4
Καλλιθέα	4
Κηφισιά	4
Χολαργός	4
Αιγάλεω	3
Ν. Ιωνία	3
Παγκράτι	2
Περιστέρι	2
Αγ. Ανάργυροι	1
Δάφνη	1
Ηλιούπολη	1
Μαρούσι	1
Νίκαια	1
Χαλάνδρι	1
Χίλτον	1
Σύνολο	49

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων-ICAP ΑΕ

Π3.15 Κέντρα αδυνατίσματος και αισθητικής στο Νομό Αττικής (Απρίλιος 2008)

Επωνυμία Κέντρων	Αριθμός Κέντρων
New Day	13
Πρίνου	12
Bodyline	10
Silhouette	5
DNA Επιστήμη και Ομορφιά	4
Beauty Science	2
Personal spa	1
Skin Care Clinic	1
Κέλμαλη	1
Σύνολο	49

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων-ICAP ΑΕ

Π3.16 Κέντρα αδυνατίσματος και αισθητικής στις περιοχές της Θεσ/νίκης, Πάτρας, Λάρισας, Ηρακλείου και Καβάλας (Απρίλιος 2008)

Επωνυμία Κέντρων	Αριθμός Κέντρων					Σύνολο
	Θεσ/νίκη	Πάτρα	Λάρισα	Ηράκλειο	Καβάλα	
Bodyline	3	1	1	1	1	7
Πρίνου	4	1	1	1	-	7
DNA Επιστήμη και Ομορφιά	3	1	1	-	-	5
New Day	2	1	-	-	-	3
Flex Club	2	-	-	-	-	2
Woman's Studio	2	-	-	-	-	2
B in Beauty	-	-	-	-	1	1
Silhouette	1	-	-	-	-	1
Έστερ Στούντιο Υγείας	-	-	1	-	-	1
Σύνολο	17	4	4	2	2	29

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων-ICAP ΑΕ

Π3.17 Ορισμοί χρηματοοικονομικών δεικτών	
Δείκτες Κερδοφορίας	
Περιθώριο Μικτού Κέρδους = $\frac{\text{Μικτό Κέρδος}}{\text{Πωλήσεις}} \times 100$	Ο δείκτης δεν υπολογίζεται όταν: Πωλήσεις = 0 ή Πωλήσεις = Μικτό Κέρδος Όρια τιμών: $\geq -500, \leq 99$
Περιθώριο Λειτουργικού Κέρδους = $\frac{\text{Λειτουργικό Περιθώριο}}{\text{Πωλήσεις}} \times 100$	Ο δείκτης δεν υπολογίζεται όταν: Πωλήσεις = 0 Όρια τιμών: $\geq -500, \leq 500$
Περιθώριο Καθαρού Κέρδους = $\frac{\text{Κέρδος προ Φόρου}}{\text{Πωλήσεις}} \times 100$	Ο δείκτης δεν υπολογίζεται όταν: Πωλήσεις = 0 Όρια τιμών: $\geq -500, \leq 500$
Περιθώριο Καθαρού Κέρδους EBITDA = $\frac{\text{EBITDA}}{\text{Πωλήσεις}} \times 100$ EBITDA = Λειτουργικό Περιθώριο + Χρηματοοικονομικές Δαπάνες + Κοστολογηθείσες Αποσβέσεις Χρήσεως	Ο δείκτης δεν υπολογίζεται όταν: Πωλήσεις = 0 Όρια τιμών: $\geq -500, \leq 500$
Δείκτες Αποδοτικότητας	
Αποδοτικότητα Ιδίων Κεφαλαίων = $\frac{\text{Κέρδος προ Φόρου}}{\text{Ίδια Κεφάλαια}} \times 100$	Ο δείκτης δεν υπολογίζεται όταν: Ίδια Κεφάλαια ≤ 0 Όρια τιμών: $\geq -500, \leq 500$
Αποδοτικότητα Απασχολούμενων Κεφαλαίων = $\frac{\text{Κέρδος προ Φόρου}}{\text{Παθητικό}} \times 100$	Ο δείκτης δεν υπολογίζεται όταν: Παθητικό = 0 Όρια τιμών: $\geq -500, \leq 500$
Δείκτες Ρευστότητας	
Γενική Ρευστότητα = $\frac{\text{Κυκλοφορούν Ενεργητικό}}{\text{Βραχ. υποχρ.}}$ Κυκλοφορούν Ενεργητικό = Αποθέματα + Απαιτήσεις + Ταμείο, Τράπεζες Βραχ. υποχρ.: Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις	Ο δείκτης δεν υπολογίζεται όταν: Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις = 0 Όρια τιμών: $\geq 0, \leq 50$
Ειδική Ρευστότητα = $\frac{\text{Απαιτήσεις + ταμείο, τράπεζες}}{\text{Βραχ. υποχρ.}}$ Βραχ. υποχρ.: Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις	Ο δείκτης δεν υπολογίζεται όταν: Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις = 0 Όρια τιμών: $\geq 0, \leq 30$
Ταμειακή Ρευστότητα = $\frac{\text{Χρεώγραφα + ταμείο, τράπεζες}}{\text{βραχ. υποχρ.}}$ βραχ. υποχρ.: βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις	Ο δείκτης δεν υπολογίζεται όταν: Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις = 0 Όρια τιμών: $\geq 0, \leq 15$
Κεφάλαιο Κίνησης = Κυκλοφορούν Ενεργητικό – Βραχ. Υποχρ. Κυκλοφορούν Ενεργητικό = Αποθέματα + Απαιτήσεις + Ταμείο, Τράπεζες Βραχ. Υποχρ.: Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις	Ο δείκτης δεν υπολογίζεται όταν: Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις = 0 Όρια τιμών: Δεν υπάρχουν όρια
Δείκτες Χρηματοοικονομικής Διάρθρωσης	
Σχέση Ξένων προς Ίδια Κεφάλαια = $\frac{\text{Σύνολο Υποχρεώσεων}}{\text{Ίδια Κεφάλαια}}$	Ο δείκτης δεν υπολογίζεται όταν: Ίδια Κεφάλαια ≤ 0 Όρια τιμών: $> 0, \leq 100$
Κάλυψη Χρημ. Δαπ. = $\frac{\text{Κέρδος προ Φόρου + Χρηματ. Δαπάνες}}{\text{Χρηματ. Δαπάνες}}$ Κάλυψη Χρημ. Δαπ.: Κάλυψη Χρηματοοικονομικών Δαπανών	Ο δείκτης δεν υπολογίζεται όταν: Χρηματοοικονομικές Δαπάνες = 0 ή Κέρδος προ Φόρου + Χρηματοοικονομικές Δαπάνες ≤ 0 Όρια τιμών: $> 0, \leq 1000$
Βραχ. Τραπ. Δαν. προς Ίδια Κεφ. = $\frac{\text{Τράπ. \& Δόσεις Μακρ. Δαν.}}{\text{Ίδια Κεφάλαια}} \times 100$ Βραχ. Τραπεζ. Δαν. προς Ίδια Κεφ.: Βραχυπρόθεσμος Τραπεζικός Δανεισμός προς Ίδια Κεφάλαια Τράπ. \& Δόσεις Μακρ. Δαν.: Τράπεζες \& Δόσεις Μακροπρόθεσμων	Ο δείκτης δεν υπολογίζεται όταν: Ίδια Κεφάλαια ≤ 0 Όρια τιμών: $> 0, \leq 500$

Π3.17 (συνέχεια)	
Δείκτες Δραστηριότητας	
$\text{Μ.Ο. Προθ. Είσηρ. Απαιτ.} = \frac{\text{Απαιτ. Πελατών Γραμ. Είσηρ. Πωλήσεις}}{\text{Πωλήσεις}} \times 365$ Μ.Ο. Προθ. Είσηρ. Απαιτ.: Μέσος Όρος Προθεσμίας Είσπραξης Απαιτήσεων	Ο δείκτης δεν υπολογίζεται όταν: Πωλήσεις = 0 Όρια τιμών: > 0, <= 720
$\text{Μ.Ο. Προθ. Εξόφλ. Προμηθ.} = \frac{\text{Γραμ. Πληρ., Προμηθ. Πιστωτές}}{\text{Κόστος Πωληθέντων}} \times 365$ Μ.Ο. Προθ. Εξόφλ. Προμηθ.: Μέσος Όρος Προθεσμίας Εξόφλησης Προμηθευτών Γραμ. Πληρ., Προμηθ. Πιστωτές: Γραμμάτια Πληρωτέα, Προμηθευτές Πιστωτές	Ο δείκτης δεν υπολογίζεται όταν: Κόστος Πωληθέντων = 0 Όρια τιμών: > 0, <= 720
$\text{Κυκλοφοριακή Ταχύτητα Αποθεμάτων} = \frac{\text{Αποθέματα}}{\text{Κόστος Πωληθέντων}} \times 365$	Ο δείκτης δεν υπολογίζεται όταν: Κόστος Πωληθέντων = 0 Όρια τιμών: > 0, <= 720
$\text{Κυκλοφοριακή Ταχύτητα Απασχολ. Κεφ.} = \frac{\text{Παθητικό}}{\text{Πωλήσεις}} \times 365$ Κυκλοφοριακή Ταχύτητα Απασχολ. Κεφ.: Κυκλοφοριακή Ταχύτητα Απασχολουμένων Κεφαλαίων	Ο δείκτης δεν υπολογίζεται όταν: Παθητικό = 0 ή Πωλήσεις = 0 Όρια τιμών: > 0, <= 100
Πηγή: ICAP ΑΕ	

Π3.18 Δείκτες κερδοφορίας κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής (2002-2006)						
Επωνυμία	2002	2003	2004	2005	2006	ΜΟΔ
Περιθώριο Μικτού Κέρδους (%)						
ΕΛΚΑΕΡ Α.Ε.Ε. ¹	32,01	35,66	35,47	14,46	39,16	31,35
ΦΛΕΞ ΚΛΑΜΠ Α.Ε. ²	19,60	34,27	33,96	36,24	40,89	32,99
WOMAN S STUDIO Α.Ε.	23,37	26,63	26,96	22,52	19,89	23,87
ΚΕΛΜΑΛΗ Χ. Π. Α. Ε.Π.Ε.	-	-	42,75	30,28	79,50	50,85
ΕΣΤΕΡ ΣΤΟΥΝΤΙΟ ΥΓΕΙΑΣ Α.Ε.	43,36	32,82	32,79	22,93	24,61	31,30
ΝΕΑ ΕΜΦΑΝΙΣΗ - ΟΜΟΡΦΙΑ - ΑΔΥΝΑΤΙΣΜΑ Α.Ε. ³	-	52,01	90,81	98,96	-	80,60
ΛΙΡΟΓΕΝ ΑΓΡΙΝΙΟΥ Ε.Π.Ε. ⁴	-	66,19	72,59	-	-	69,39
ΣΙΤΥ ΜΠΙΖΝΕΣ Α.Ε. ⁵	19,46	46,06	-	-	-	32,76
Ομάδα 8	27,56	41,95	47,90	37,57	40,81	39,16
Περιθώριο Λειτουργικού Κέρδους (%)						
ΕΛΚΑΕΡ Α.Ε.Ε. ¹	-10,31	-2,89	-3,28	-30,21	9,58	-7,42
ΦΛΕΞ ΚΛΑΜΠ Α.Ε. ²	9,84	11,81	13,45	3,36	2,43	8,18
WOMAN S STUDIO Α.Ε.	11,11	9,77	8,06	0,06	-9,50	3,90
ΚΕΛΜΑΛΗ Χ. Π. Α. Ε.Π.Ε.	-	-	164,23	107,34	-12,60	86,33
ΕΣΤΕΡ ΣΤΟΥΝΤΙΟ ΥΓΕΙΑΣ Α.Ε.	-10,41	-10,05	14,77	-49,85	-106,96	-32,50
ΝΕΑ ΕΜΦΑΝΙΣΗ - ΟΜΟΡΦΙΑ - ΑΔΥΝΑΤΙΣΜΑ Α.Ε. ³	-	-26,25	-19,51	4,35	-	-13,80
ΛΙΡΟΓΕΝ ΑΓΡΙΝΙΟΥ Ε.Π.Ε. ⁴	-	10,45	6,76	-	-	8,61
ΣΙΤΥ ΜΠΙΖΝΕΣ Α.Ε. ⁵	-50,69	5,56	-	-	-	-22,56
Ομάδα 8	-10,09	-0,23	26,36	5,84	-23,41	-0,31
Περιθώριο Καθαρού Κέρδους ΕΒΙΤΔΑ (%)						
ΕΛΚΑΕΡ Α.Ε.Ε. ¹	-10,33	-3,07	-3,28	-11,12	10,32	-3,50
ΦΛΕΞ ΚΛΑΜΠ Α.Ε. ²	4,22	11,64	13,02	2,45	1,97	6,66
WOMAN S STUDIO Α.Ε.	6,32	2,50	2,98	-2,52	-11,53	-0,45
ΚΕΛΜΑΛΗ Χ. Π. Α. Ε.Π.Ε.	-	-	164,23	107,34	-10,37	87,07
ΕΣΤΕΡ ΣΤΟΥΝΤΙΟ ΥΓΕΙΑΣ Α.Ε.	89,57	25,32	55,42	2,85	-106,14	13,40
ΝΕΑ ΕΜΦΑΝΙΣΗ - ΟΜΟΡΦΙΑ - ΑΔΥΝΑΤΙΣΜΑ Α.Ε. ³	-	-26,25	-19,51	4,35	-	-13,80
ΛΙΡΟΓΕΝ ΑΓΡΙΝΙΟΥ Ε.Π.Ε. ⁴	-	10,38	6,00	-	-	8,19
ΣΙΤΥ ΜΠΙΖΝΕΣ Α.Ε. ⁵	-79,40	5,47	-	-	-	-36,97
Ομάδα 8	2,07	3,71	31,27	17,23	-23,15	6,23
Περιθώριο Καθαρού Κέρδους ΕΒΙΤΔΑ (%)						
ΕΛΚΑΕΡ Α.Ε.Ε. ¹	-4,14	2,60	6,15	-15,95	19,13	1,56
ΦΛΕΞ ΚΛΑΜΠ Α.Ε. ²	17,93	17,87	19,12	9,56	5,69	14,03
WOMAN S STUDIO Α.Ε.	14,36	11,84	9,40	2,00	-7,72	5,97
ΚΕΛΜΑΛΗ Χ. Π. Α. Ε.Π.Ε.	-	-	192,96	154,31	-7,81	113,15
ΕΣΤΕΡ ΣΤΟΥΝΤΙΟ ΥΓΕΙΑΣ Α.Ε.	-2,33	14,77	50,97	44,94	57,76	33,22
ΝΕΑ ΕΜΦΑΝΙΣΗ - ΟΜΟΡΦΙΑ - ΑΔΥΝΑΤΙΣΜΑ Α.Ε. ³	-	-14,88	-19,51	4,35	-	-10,01
ΛΙΡΟΓΕΝ ΑΓΡΙΝΙΟΥ Ε.Π.Ε. ⁴	-	19,48	12,50	-	-	15,99
ΣΙΤΥ ΜΠΙΖΝΕΣ Α.Ε. ⁵	-50,69	17,40	-	-	-	-16,64
Ομάδα 8	-4,97	9,87	38,80	33,20	13,41	18,06

ΜΟΔ: Μέσος Όρος Δεικτών

1. Ιδρύθηκε το 2003 από μετατροπή της νομικής μορφής της εταιρείας Ελένη Μπίκου Μονοπρόσωπη ΕΠΕ. Η χρήση του 2003 αφορά την περίοδο 1/6/2003-31/12/2003.

2. Όλες οι εταιρικές χρήσεις καλύπτουν το διάστημα από 1/7 έως 30/6 του επόμενου έτους.

3. Ιδρύθηκε το 2003. Η χρήση του 2003 αφορά την περίοδο 1/6/2003-31/12/2003.

4. Ιδρύθηκε το 2002. Η χρήση του 2003 αφορά την περίοδο 4/11/2002-31/12/2003.

5. Ιδρύθηκε το 2001. Η χρήση του 2002 αφορά την περίοδο 12/7/2001-31/12/2002.

Πηγή: Δημοσιευμένοι Ισολογισμοί – ICAP ΑΕ

Π3.19 Δείκτες αποδοτικότητας κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής (2002-2006)						
Επωνυμία	2002	2003	2004	2005	2006	ΜΟΔ
Αποδοτικότητα Ιδίων Κεφαλαίων (%)						
ΕΛΚΑΕΡ Α.Ε.Ε. ¹	-	-7,78	-17,78	-80,41	25,57	-20,10
ΦΛΕΞ ΚΛΑΜΠ Α.Ε. ²	3,71	11,26	14,56	1,99	2,13	6,73
WOMAN S STUDIO Α.Ε.	12,53	4,51	6,01	-5,58	-20,14	-0,53
ΚΕΛΜΑΛΗ Χ. Π. Α. Ε.Π.Ε.	-	-	278,34	140,93	-	209,63
ΕΣΤΕΡ ΣΤΟΥΝΤΙΟ ΥΓΕΙΑΣ Α.Ε.	18,94	3,37	5,53	0,20	-4,66	4,68
ΝΕΑ ΕΜΦΑΝΙΣΗ - ΟΜΟΡΦΙΑ - ΑΔΥΝΑΤΙΣΜΑ Α.Ε. ³	-	-74,58	-	-	-	-74,58
ΛΙΡΟΓΕΝ ΑΓΡΙΝΙΟΥ Ε.Π.Ε. ⁴	-	104,73	128,28	-	-	116,50
ΣΙΤΥ ΜΠΙΖΝΕΣ Α.Ε. ⁵	-	-	-	-	-	-
Ομάδα 8	11,73	6,92	69,16	11,42	0,72	19,99
Αποδοτικότητα Απασχολουμένων Κεφαλαίων (%)						
ΕΛΚΑΕΡ Α.Ε.Ε. ¹	-22,74	-1,23	-2,31	-11,70	17,80	-4,04
ΦΛΕΞ ΚΛΑΜΠ Α.Ε. ²	2,63	7,88	11,49	1,71	1,52	5,05
WOMAN S STUDIO Α.Ε.	5,34	1,99	3,76	-3,04	-10,50	-0,49
ΚΕΛΜΑΛΗ Χ. Π. Α. Ε.Π.Ε.	-	-	62,81	33,93	-15,81	26,98
ΕΣΤΕΡ ΣΤΟΥΝΤΙΟ ΥΓΕΙΑΣ Α.Ε.	11,01	2,19	3,96	0,12	-2,79	2,90
ΝΕΑ ΕΜΦΑΝΙΣΗ - ΟΜΟΡΦΙΑ - ΑΔΥΝΑΤΙΣΜΑ Α.Ε. ³	-	-10,52	-41,44	21,82	-	-10,05
ΛΙΡΟΓΕΝ ΑΓΡΙΝΙΟΥ Ε.Π.Ε. ⁴	-	27,06	13,93	-	-	20,49
ΣΙΤΥ ΜΠΙΖΝΕΣ Α.Ε. ⁵	-42,09	3,19	-	-	-	-19,45
Ομάδα 8	-9,17	4,36	7,46	7,14	-1,96	1,57

ΜΟΔ: Μέσος Όρος Δεικτών

1. Ιδρύθηκε το 2003 από μετατροπή της νομικής μορφής της εταιρείας Ελένη Μπίκου Μονοπρόσωπη ΕΠΕ. Η χρήση του 2003 αφορά την περίοδο 1/6/2003-31/12/2003.

2. Όλες οι εταιρικές χρήσεις καλύπτουν το διάστημα από 1/7 έως 30/6 του επόμενου έτους.

3. Ιδρύθηκε το 2003. Η χρήση του 2003 αφορά την περίοδο 1/6/2003-31/12/2003.

4. Ιδρύθηκε το 2002. Η χρήση του 2003 αφορά την περίοδο 4/11/2002-31/12/2003.

5. Ιδρύθηκε το 2001. Η χρήση του 2002 αφορά την περίοδο 12/7/2001-31/12/2002.

Πηγή: Δημοσιευμένοι Ισολογισμοί – ICAP ΑΕ

Π3.20 Δείκτες ρευστότητας κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής (2002-2006)						
Επωνυμία	2002	2003	2004	2005	2006	ΜΟΔ
Γενική Ρευστότητα						
ΕΛΚΑΕΡ Α.Ε.Ε. ¹	0,12	0,66	0,65	0,15	0,08	0,33
ΦΛΕΞ ΚΛΑΜΠ Α.Ε. ²	1,84	1,91	2,48	3,51	1,68	2,28
WOMAN S STUDIO Α.Ε.	1,55	1,63	2,30	1,77	1,83	1,82
ΚΕΛΜΑΛΗ Χ. Π. Α. Ε.Π.Ε.	-	-	0,88	0,85	0,50	0,74
ΕΣΤΕΡ ΣΤΟΥΝΤΙΟ ΥΓΕΙΑΣ Α.Ε.	0,80	0,66	0,50	0,40	0,38	0,55
ΝΕΑ ΕΜΦΑΝΙΣΗ - ΟΜΟΡΦΙΑ - ΑΔΥΝΑΤΙΣΜΑ Α.Ε. ³	-	0,67	0,44	0,77	-	0,63
LIROGEN ΑΓΡΙΝΙΟΥ Ε.Π.Ε. ⁴	-	0,76	0,64	-	-	0,70
ΣΙΤΥ ΜΠΙΖΝΕΣ Α.Ε. ⁵	0,43	0,27	-	-	-	0,35
Ομάδα 8	0,95	0,94	1,13	1,24	0,90	1,03
Ειδική Ρευστότητα						
ΕΛΚΑΕΡ Α.Ε.Ε. ¹	0,10	0,66	0,65	0,15	0,08	0,33
ΦΛΕΞ ΚΛΑΜΠ Α.Ε. ²	1,70	1,51	2,12	3,03	1,22	1,92
WOMAN S STUDIO Α.Ε.	1,48	1,55	2,10	1,46	1,64	1,65
ΚΕΛΜΑΛΗ Χ. Π. Α. Ε.Π.Ε.	-	-	0,86	0,78	0,49	0,71
ΕΣΤΕΡ ΣΤΟΥΝΤΙΟ ΥΓΕΙΑΣ Α.Ε.	0,80	0,66	0,50	0,40	0,38	0,55
ΝΕΑ ΕΜΦΑΝΙΣΗ - ΟΜΟΡΦΙΑ - ΑΔΥΝΑΤΙΣΜΑ Α.Ε. ³	-	0,58	0,43	0,76	-	0,59
LIROGEN ΑΓΡΙΝΙΟΥ Ε.Π.Ε. ⁴	-	0,68	0,59	-	-	0,64
ΣΙΤΥ ΜΠΙΖΝΕΣ Α.Ε. ⁵	0,42	0,26	-	-	-	0,34
Ομάδα 8	0,90	0,84	1,04	1,10	0,76	0,93
Ταμειακή Ρευστότητα						
ΕΛΚΑΕΡ Α.Ε.Ε. ¹	0,09	0,62	0,65	0,01	0,07	0,29
ΦΛΕΞ ΚΛΑΜΠ Α.Ε. ²	1,62	1,16	1,86	2,35	0,55	1,51
WOMAN S STUDIO Α.Ε.	0,67	0,65	0,13	0,04	0,14	0,32
ΚΕΛΜΑΛΗ Χ. Π. Α. Ε.Π.Ε.	-	-	0,69	0,78	0,20	0,56
ΕΣΤΕΡ ΣΤΟΥΝΤΙΟ ΥΓΕΙΑΣ Α.Ε.	0,02	0,03	0,02	0,06	0,06	0,04
ΝΕΑ ΕΜΦΑΝΙΣΗ - ΟΜΟΡΦΙΑ - ΑΔΥΝΑΤΙΣΜΑ Α.Ε. ³	-	0,24	0,39	0,63	-	0,42
LIROGEN ΑΓΡΙΝΙΟΥ Ε.Π.Ε. ⁴	-	0,60	0,56	-	-	0,58
ΣΙΤΥ ΜΠΙΖΝΕΣ Α.Ε. ⁵	0,11	0,06	-	-	-	0,09
Ομάδα 8	0,50	0,48	0,61	0,65	0,20	0,49
Κεφάλαιο Κίνησης						
ΕΛΚΑΕΡ Α.Ε.Ε. ¹	-341.361	-457.778	-493.442	-529.732	-187.080	-401.879
ΦΛΕΞ ΚΛΑΜΠ Α.Ε. ²	198.201	230.600	236.262	259.338	174.433	219.767
WOMAN S STUDIO Α.Ε.	120.421	132.108	133.739	105.870	171.924	132.812
ΚΕΛΜΑΛΗ Χ. Π. Α. Ε.Π.Ε.	-	-	-11.557	-13.905	-81.281	-35.581
ΕΣΤΕΡ ΣΤΟΥΝΤΙΟ ΥΓΕΙΑΣ Α.Ε.	-465.808	-603.466	-714.938	-1.373.051	-1.411.611	-913.775
ΝΕΑ ΕΜΦΑΝΙΣΗ - ΟΜΟΡΦΙΑ - ΑΔΥΝΑΤΙΣΜΑ Α.Ε. ³	-	-68.401	-140.724	-30.911	-	-80.012
LIROGEN ΑΓΡΙΝΙΟΥ Ε.Π.Ε. ⁴	-	-45.174	-77.134	-	-	-61.154
ΣΙΤΥ ΜΠΙΖΝΕΣ Α.Ε. ⁵	-438.645	-658.413	-	-	-	-548.529
Ομάδα 8	-185.438	-210.075	-152.542	-263.732	-266.723	-215.702

ΜΟΔ: Μέσος Όρος Δεικτών

1. Ιδρύθηκε το 2003 από μετατροπή της νομικής μορφής της εταιρείας Ελένη Μπίκου Μονοπρόσωπη ΕΠΕ. Η χρήση του 2003 αφορά την περίοδο 1/6/2003-31/12/2003.

2. Όλες οι εταιρικές χρήσεις καλύπτουν το διάστημα από 1/7 έως 30/6 του επόμενου έτους.

3. Ιδρύθηκε το 2003. Η χρήση του 2003 αφορά την περίοδο 1/6/2003-31/12/2003.

4. Ιδρύθηκε το 2002. Η χρήση του 2003 αφορά την περίοδο 4/11/2002-31/12/2003.

5. Ιδρύθηκε το 2001. Η χρήση του 2002 αφορά την περίοδο 12/7/2001-31/12/2002.

Πηγή: Δημοσιευμένοι Ισολογισμοί – ICAP ΑΕ

Π3.21 Δείκτες χρηματοοικονομικής διάρθρωσης κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής (2002-2006)						
Επωνυμία	2002	2003	2004	2005	2006	ΜΟΔ
Σχέση Ξένων προς Ίδια Κεφάλαια						
ΕΛΚΑΕΡ Α.Ε.Ε. ¹	-	5,34	6,69	5,87	0,44	4,59
ΦΛΕΞ ΚΛΑΜΠ Α.Ε. ²	0,41	0,43	0,27	0,16	0,40	0,33
WOMAN S STUDIO Α.Ε.	1,35	1,27	0,60	0,84	0,92	0,99
ΚΕΛΜΑΛΗ Χ. Π. Α. Ε.Π.Ε.	-	-	3,43	3,15	-	3,29
ΕΣΤΕΡ ΣΤΟΥΝΤΙΟ ΥΓΕΙΑΣ Α.Ε.	0,72	0,54	0,40	0,64	0,67	0,59
ΝΕΑ ΕΜΦΑΝΙΣΗ - ΟΜΟΡΦΙΑ - ΑΔΥΝΑΤΙΣΜΑ Α.Ε. ³	-	6,09	-	-	-	6,09
LIPOGEN ΑΓΡΙΝΙΟΥ Ε.Π.Ε. ⁴	-	2,87	8,21	-	-	5,54
ΣΙΤΥ ΜΠΙΖΝΕΣ Α.Ε. ⁵	-	-	-	-	-	-
Ομάδα 8	0,83	2,76	3,26	2,13	0,61	1,92
Κάλυψη Χρηματοοικονομικών Δαπανών						
ΕΛΚΑΕΡ Α.Ε.Ε. ¹	-	-	-	-	55,99	55,99
ΦΛΕΞ ΚΛΑΜΠ Α.Ε. ²	2,80	8,23	10,35	6,22	3,80	6,28
WOMAN S STUDIO Α.Ε.	27,31	103,26	6,39	-	-	45,65
ΚΕΛΜΑΛΗ Χ. Π. Α. Ε.Π.Ε.	-	-	-	-	-	-
ΕΣΤΕΡ ΣΤΟΥΝΤΙΟ ΥΓΕΙΑΣ Α.Ε.	99,96	508,50	49,50	1,06	-	164,76
ΝΕΑ ΕΜΦΑΝΙΣΗ - ΟΜΟΡΦΙΑ - ΑΔΥΝΑΤΙΣΜΑ Α.Ε. ³	-	-	-	-	-	-
LIPOGEN ΑΓΡΙΝΙΟΥ Ε.Π.Ε. ⁴	-	6,06	112,75	-	-	59,41
ΣΙΤΥ ΜΠΙΖΝΕΣ Α.Ε. ⁵	-	1,46	-	-	-	1,46
Ομάδα 8	43,36	125,50	44,75	3,64	29,90	49,43
Βραχυπρόθεσμος Τραπεζικός Δανεισμός προς Ίδια Κεφάλαια						
ΕΛΚΑΕΡ Α.Ε.Ε. ¹	-	-	-	71,01	-	71,01
ΦΛΕΞ ΚΛΑΜΠ Α.Ε. ²	16,74	20,79	3,81	-	4,29	11,41
WOMAN S STUDIO Α.Ε.	-	-	-	-	44,49	44,49
ΚΕΛΜΑΛΗ Χ. Π. Α. Ε.Π.Ε.	-	-	-	-	-	-
ΕΣΤΕΡ ΣΤΟΥΝΤΙΟ ΥΓΕΙΑΣ Α.Ε.	9,41	1,54	20,92	56,74	58,73	29,47
ΝΕΑ ΕΜΦΑΝΙΣΗ - ΟΜΟΡΦΙΑ - ΑΔΥΝΑΤΙΣΜΑ Α.Ε. ³	-	183,72	-	-	-	183,72
LIPOGEN ΑΓΡΙΝΙΟΥ Ε.Π.Ε. ⁴	-	-	-	-	-	-
ΣΙΤΥ ΜΠΙΖΝΕΣ Α.Ε. ⁵	-	-	-	-	-	-
Ομάδα 8	13,07	68,68	12,37	63,87	35,83	38,77

ΜΟΔ: Μέσος Όρος Δεικτών

1. Ιδρύθηκε το 2003 από μετατροπή της νομικής μορφής της εταιρείας Ελένη Μπίκου Μονοπρόσωπη ΕΠΕ. Η χρήση του 2003 αφορά την περίοδο 1/6/2003-31/12/2003.

2. Όλες οι εταιρικές χρήσεις καλύπτουν το διάστημα από 1/7 έως 30/6 του επόμενου έτους.

3. Ιδρύθηκε το 2003. Η χρήση του 2003 αφορά την περίοδο 1/6/2003-31/12/2003.

4. Ιδρύθηκε το 2002. Η χρήση του 2003 αφορά την περίοδο 4/11/2002-31/12/2003.

5. Ιδρύθηκε το 2001. Η χρήση του 2002 αφορά την περίοδο 12/7/2001-31/12/2002.

Πηγή: Δημοσιευμένοι Ισολογισμοί – ICAP ΑΕ

Π3.22 Δείκτες δραστηριότητας κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής (2002-2006)						
Επωνυμία	2002	2003	2004	2005	2006	ΜΟΔ
Μέσος όρος Προθεσμίας Είσπραξης Απαιτήσεων						
ΕΛΚΑΕΡ Α.Ε.Ε. ¹	-	-	-	40	1	20
ΦΛΕΞ ΚΛΑΜΠ Α.Ε. ²	14	57	23	50	91	47
WOMAN S STUDIO Α.Ε.	200	229	211	192	283	223
ΚΕΛΜΑΛΗ Χ. Π. Α. Ε.Π.Ε.	-	-	120	1	44	55
ΕΣΤΕΡ ΣΤΟΥΝΤΙΟ ΥΓΕΙΑΣ Α.Ε.	-	-	686	-	-	686
ΝΕΑ ΕΜΦΑΝΙΣΗ - ΟΜΟΡΦΙΑ - ΑΔΥΝΑΤΙΣΜΑ Α.Ε. ³	-	269	8	7	-	95
LIPOGEN ΑΓΡΙΝΙΟΥ Ε.Π.Ε. ⁴	-	6	5	-	-	5
ΣΙΤΥ ΜΠΙΖΝΕΣ Α.Ε. ⁵	60	-	-	-	-	60
Ομάδα 8	91	140	176	58	105	114
Μέσος όρος Προθεσμίας Εξόφλησης Προμηθευτών						
ΕΛΚΑΕΡ Α.Ε.Ε. ¹	-	-	-	51	69	60
ΦΛΕΞ ΚΛΑΜΠ Α.Ε. ²	97	73	42	101	159	94
WOMAN S STUDIO Α.Ε.	47	73	86	115	59	76
ΚΕΛΜΑΛΗ Χ. Π. Α. Ε.Π.Ε.	-	-	-	-	694	694
ΕΣΤΕΡ ΣΤΟΥΝΤΙΟ ΥΓΕΙΑΣ Α.Ε.	284	469	615	426	704	500
ΝΕΑ ΕΜΦΑΝΙΣΗ - ΟΜΟΡΦΙΑ - ΑΔΥΝΑΤΙΣΜΑ Α.Ε. ³	-	366	-	660	-	513
LIPOGEN ΑΓΡΙΝΙΟΥ Ε.Π.Ε. ⁴	-	65	175	-	-	120
ΣΙΤΥ ΜΠΙΖΝΕΣ Α.Ε. ⁵	134	-	-	-	-	134
Ομάδα 8	141	209	230	270	337	237
Κυκλοφοριακή Ταχύτητα Αποθεμάτων						
ΕΛΚΑΕΡ Α.Ε.Ε. ¹	6	1	-	-	-	4
ΦΛΕΞ ΚΛΑΜΠ Α.Ε. ²	30	98	47	54	106	67
WOMAN S STUDIO Α.Ε.	23	28	30	56	45	37
ΚΕΛΜΑΛΗ Χ. Π. Α. Ε.Π.Ε.	-	-	27	82	10	40
ΕΣΤΕΡ ΣΤΟΥΝΤΙΟ ΥΓΕΙΑΣ Α.Ε.	-	-	-	-	-	-
ΝΕΑ ΕΜΦΑΝΙΣΗ - ΟΜΟΡΦΙΑ - ΑΔΥΝΑΤΙΣΜΑ Α.Ε. ³	-	152	38	88	-	93
LIPOGEN ΑΓΡΙΝΙΟΥ Ε.Π.Ε. ⁴	-	24	21	-	-	23
ΣΙΤΥ ΜΠΙΖΝΕΣ Α.Ε. ⁵	8	18	-	-	-	13
Ομάδα 8	17	54	33	70	54	45
Κυκλοφοριακή Ταχύτητα Απασχολούμενων Κεφαλαίων						
ΕΛΚΑΕΡ Α.Ε.Ε. ¹	2,20	0,40	0,70	1,05	1,72	1,22
ΦΛΕΞ ΚΛΑΜΠ Α.Ε. ²	0,62	0,68	0,88	0,70	0,77	0,73
WOMAN S STUDIO Α.Ε.	0,84	0,80	1,26	1,21	0,91	1,00
ΚΕΛΜΑΛΗ Χ. Π. Α. Ε.Π.Ε.	-	-	0,38	0,32	1,53	0,74
ΕΣΤΕΡ ΣΤΟΥΝΤΙΟ ΥΓΕΙΑΣ Α.Ε.	0,12	0,09	0,07	0,04	0,03	0,07
ΝΕΑ ΕΜΦΑΝΙΣΗ - ΟΜΟΡΦΙΑ - ΑΔΥΝΑΤΙΣΜΑ Α.Ε. ³	-	0,40	2,12	5,01	-	2,51
LIPOGEN ΑΓΡΙΝΙΟΥ Ε.Π.Ε. ⁴	-	2,61	2,32	-	-	2,46
ΣΙΤΥ ΜΠΙΖΝΕΣ Α.Ε. ⁵	0,53	0,58	-	-	-	0,56
Ομάδα 8	0,86	0,79	1,11	1,39	0,99	1,03

ΜΟΔ: Μέσος Όρος Δεικτών

1. Ιδρύθηκε το 2003 από μετατροπή της νομικής μορφής της εταιρείας Ελένη Μπίκου Μονοπρόσωπη ΕΠΕ. Η χρήση του 2003 αφορά την περίοδο 1/6/2003-31/12/2003.

2. Όλες οι εταιρικές χρήσεις καλύπτουν το διάστημα από 1/7 έως 30/6 του επόμενου έτους.

3. Ιδρύθηκε το 2003. Η χρήση του 2003 αφορά την περίοδο 1/6/2003-31/12/2003.

4. Ιδρύθηκε το 2002. Η χρήση του 2002 αφορά την περίοδο 4/11/2002-31/12/2003.

5. Ιδρύθηκε το 2001. Η χρήση του 2002 αφορά την περίοδο 12/7/2001-31/12/2002.

Πηγή: Δημοσιευμένοι Ισολογισμοί – ICAP ΑΕ

Π3.23 Ομαδοποιημένος ισολογισμός κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής (2005-2006)				
ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΣ	2005	2006	Διαφορά	Ποσοστό
ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΓΙΑ	6.072.259	6.180.694	108.435	1,79
ΓΗΠΕΔΑ ΟΙΚΟΠΕΔΑ	493.058	493.058	0	0,00
ΚΤΙΡΙΑ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	4.769.519	5.141.938	372.419	7,81
ΜΗΧΑΝΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	0	0	0	-
ΑΣΩΜ.ΑΚΙΝΗΤ. ΔΑΠ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒ.	438.750	439.534	784	0,18
ΜΕΙΟΝ ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	2.054.172	2.319.916	265.744	12,94
ΑΠΟΣΒ.ΚΤΙΡΙΩΝ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ	1.811.813	2.038.949	227.136	12,54
ΑΠΟΣΒ.ΜΗΧΑΝΟΛΟΓ.ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ	0	0	0	-
ΑΠΟΣΒ.ΔΑΠ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒ-ΑΣΩΜ.ΑΚΙΝ.	242.360	280.967	38.607	15,93
ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	159.986	160.965	979	0,61
ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ	2.265.117	2.265.117	0	0,00
ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	98.442	159.345	60.903	61,87
ΕΤΟΙΜΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ	78.039	141.394	63.355	81,18
ΗΜΙΚΑΤΕΡΓ.ΠΡΟΙΟΝΤΑ	0	0	0	-
ΥΛΕΣ ΥΛΙΚΑ	20.402	17.951	-2.451	-12,01
ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	1.131.153	1.272.872	141.719	12,53
ΑΠΑΙΤ.ΠΕΛΑΤΩΝ ΓΡΑΜΜ.ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΑ	1.126.879	1.267.250	140.371	12,46
ΧΡΕΟΓΡΑΦΑ	0	0	0	-
ΛΟΙΠΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	4.275	5.622	1.347	31,51
ΤΑΜΕΙΟ - ΤΡΑΠΕΖΕΣ	474.124	354.827	-119.297	-25,16
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	7.775.979	7.967.738	191.759	2,47
ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	4.520.781	4.736.866	216.085	4,78
ΜΕΤΟΧΙΚΟ ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	4.345.201	4.734.601	389.400	8,96
ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΑ	492.313	344.694	-147.619	-29,98
ΑΔΙΑΝ.ΚΕΡΔΗ ΣΥΣΣ. ΖΗΜΙΕΣ	-316.733	-342.431	-25.698	-8,11
ΜΕΣΟ.& ΜΑΚΡΟ. ΥΠΟΧ.& ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	0	110.214	110.214	-
ΜΕΣΟΜΑΚΡ. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	0	110.214	110.214	-
ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	0	0	0	-
ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	3.255.199	3.120.659	-134.540	-4,13
ΟΦΕΙΛΕΣ ΣΕ ΤΡΑΠ ΔΟΣΕΙΣ ΜΑΚΡ.ΔΑΝΕΙΩΝ	2.108.708	2.139.413	30.705	1,46
ΓΡΑΜ.ΠΛΗΡΩΤ ΠΡΟΜΗΘ. ΠΙΣΤΩΤ.	568.584	731.427	162.843	28,64
ΜΕΡΙΣΜ.ΠΛΗΡ ΚΕΡΔΗ ΠΡΟΣ ΔΙΑΝΟΜΗ	4.643	8.705	4.062	87,49
ΛΟΙΠΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	573.264	241.113	-332.151	-57,94
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	7.775.979	7.967.738	191.759	2,47
ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΠΩΛΗΣΕΙΣ)	1.929.130	2.773.037	843.907	43,75
ΜΕΙΟΝ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ	1.481.143	1.615.261	134.118	9,06
ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ	447.988	1.157.778	709.790	158,44
ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤ.ΕΣΟΔΑ	1.406.168	976.165	-430.003	-30,58
ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	125.202	136.105	10.903	8,71
ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	2.024.505	2.118.237	93.732	4,63
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ	-295.550	-120.401	175.149	59,26
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	281.372	25.237	-256.135	-91,03
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	11.559	11.113	-446	-3,86
ΑΠΟΣΒ.ΕΚΤΟΣ ΚΟΣΤ.ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	7.853	6.736	-1.117	-14,22
ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	282.591	276.332	-6.259	-2,21
ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΚΟΣΤΟΣ	274.738	269.597	-5.141	-1,87
ΚΕΡΔΟΣ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	-33.591	-113.016	-79.425	-236,45
ΕΒΙΤΔΑ	104.390	285.301	180.911	173,30
ΚΑΘΑΡΑ ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ	4.643	8.705	4.062	87,49
ΦΟΡΟΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	17.733	4.357	-13.376	-75,43
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΙΔΙΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ	-0,74	-2,39		
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧΟΛ. ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ	-0,43	-1,42		
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΜΙΚΤΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	23,22	41,75		
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	-15,32	-4,34		
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	-1,74	-4,08		
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ ΕΒΙΤΔΑ	5,41	10,29		
ΣΧΕΣΗ ΞΕΝΩΝ ΠΡΟΣ ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	0,72	0,68		
ΚΑΛΥΨΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΔΑΠΑΝΩΝ	0,73	0,17		
ΒΡΑΧ. ΤΡΑΠΕΖ. ΔΑΝΕΙΣΜΟΣ ΠΡΟΣ ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛ.	46,64	45,17		
ΓΕΝΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,52	0,57		
ΕΙΔΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,49	0,52		
ΤΑΜΕΙΑΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,15	0,11		
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ	-1.551.480	-1.333.615		
Μ.Ο ΠΡΟΘΕΣΜΙΑΣ ΕΙΣΠΡΑΞΗΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ	213	167		

Π3.23 (συνέχεια)				
ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΣ	2005	2006	Διαφορά	Ποσοστό
Μ.Ο ΠΡΟΘΕΣΜΙΑΣ ΕΞΟΦΛΗΣΗΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ	140	165		
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΤΑ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ	24	36		
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ. ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ	0,25	0,35		
ΔΕΙΓΜΑ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ	5	5		
Αξία σε €				
Πηγή: Δημοσιευμένοι Ισολογισμοί – ICAP ΑΕ				

Π3.24 Ομαδοποιημένος ισολογισμός κερδοφόρων κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής (2005-2006)				
ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΣ	2005	2006	Διαφορά	Ποσοστό
ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΓΙΑ	5.379.728	1.116.457	-4.263.271	-79,25
ΓΗΠΕΔΑ ΟΙΚΟΠΕΔΑ	493.058	0	-493.058	-100,00
ΚΤΙΡΙΑ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	3.517.781	1.859.780	-1.658.001	-47,13
ΜΗΧΑΝΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	0	0	0	-
ΑΣΩΜ.ΑΚΙΝΗΤ. ΔΑΠ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒ.	313.226	98.175	-215.051	-68,66
ΜΕΙΟΝ ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	1.361.568	847.030	-514.538	-37,79
ΑΠΟΣΒ.ΚΤΙΡΙΩΝ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ	1.170.344	814.069	-356.275	-30,44
ΑΠΟΣΒ.ΜΗΧΑΝΟΛΟΓ.ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ	0	0	0	-
ΑΠΟΣΒ.ΔΑΠ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒ-ΑΣΩΜ.ΑΚΙΝ.	191.224	32.961	-158.263	-82,76
ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	152.113	5.534	-146.579	-96,36
ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ	2.265.117	0	-2.265.117	-100,00
ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	55.267	117.975	62.708	113,46
ΕΤΟΙΜΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ	55.267	117.975	62.708	113,46
ΗΜΙΚΑΤΕΡΓ.ΠΡΟΙΟΝΤΑ	0	0	0	-
ΥΛΕΣ ΥΛΙΚΑ	0	0	0	-
ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	853.562	174.698	-678.864	-79,53
ΑΠΑΙΤ.ΠΕΛΑΤΩΝ ΓΡΑΜΜ.ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΑ	853.540	174.698	-678.842	-79,53
ΧΡΕΟΓΡΑΦΑ	0	0	0	-
ΛΟΙΠΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	22	0	-22	-100,00
ΤΑΜΕΙΟ - ΤΡΑΠΕΖΕΣ	461.747	153.651	-308.096	-66,72
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	6.750.305	1.562.782	-5.187.523	-76,85
ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	4.252.112	1.103.811	-3.148.301	-74,04
ΜΕΤΟΧΙΚΟ ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	3.766.376	912.776	-2.853.600	-75,77
ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΑ	491.977	266.503	-225.474	-45,83
ΑΔΙΑΝ.ΚΕΡΔΗ ΣΥΣΣ. ΖΗΜΙΕΣ	-6.241	-75.468	-69.227	-
ΜΕΣΟ.& ΜΑΚΡΟ. ΥΠΟΧ.& ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	0	0	0	-
ΜΕΣΟΜΑΚΡ. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	0	0	0	-
ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	0	0	0	-
ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	2.498.194	458.971	-2.039.223	-81,63
ΟΦΕΙΛΕΣ ΣΕ ΤΡΑΠ ΔΟΣΕΙΣ ΜΑΚΡ.ΔΑΝΕΙΩΝ	2.033.708	27.407	-2.006.301	-98,65
ΓΡΑΜ.ΠΛΗΡΩΤ ΠΡΟΜΗΘ. ΠΙΣΤΩΤΕΣ	389.351	310.046	-79.305	-20,37
ΜΕΡΙΣΜ.ΠΛΗΡ ΚΕΡΔΗ ΠΡΟΣ ΔΙΑΝΟΜΗ	4.643	8.705	4.062	87,49
ΛΟΙΠΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	70.492	112.812	42.320	60,04
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	6.750.305	1.562.782	-5.187.523	-76,85
ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΠΩΛΗΣΕΙΣ)	803.650	1.839.704	1.036.054	128,92
ΜΕΙΟΝ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ	547.524	1.107.333	559.809	102,24
ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ	256.126	732.372	476.246	185,94
ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤ.ΕΣΟΔΑ	1.390.474	2.497	-1.387.977	-99,82
ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	114.382	7.015	-107.367	-93,87
ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	1.597.192	600.924	-996.268	-62,38
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ	-64.974	126.930	191.904	295,36
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	135.332	9.972	-125.360	-92,63
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	9.916	4.559	-5.357	-54,02
ΑΠΟΣΒ.ΕΚΤΟΣ ΚΟΣΤ.ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	0	0	0	-
ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	169.655	125.279	-44.376	-26,16
ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΚΟΣΤΟΣ	169.655	125.279	-44.376	-26,16
ΚΕΡΔΟΣ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	60.441	132.341	71.900	118,96
ΕΒΙΤΔΑ	219.063	259.224	40.161	18,33
ΚΑΘΑΡΑ ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ	4.643	8.705	4.062	87,49
ΦΟΡΟΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	17.733	4.357	-13.376	-75,43
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΙΔΙΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ	1,42	11,99		
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧΟΛ. ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ	0,90	8,47		
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΜΙΚΤΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	31,87	39,81		
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	-8,08	6,90		
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	7,52	7,19		
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ ΕΒΙΤΔΑ	27,26	14,09		
ΣΧΕΣΗ ΞΕΝΩΝ ΠΡΟΣ ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	0,59	0,42		
ΚΑΛΥΨΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΔΑΠΑΝΩΝ	1,53	19,87		
ΒΡΑΧ. ΤΡΑΠΕΖ. ΔΑΝΕΙΣΜΟΣ ΠΡΟΣ ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛ.	47,83	2,48		
ΓΕΝΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,55	0,97		
ΕΙΔΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,53	0,72		
ΤΑΜΕΙΑΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,18	0,33		
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ	-1.127.618	-12.647		

Π3.24 (συνέχεια)				
ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΣ	2005	2006	Διαφορά	Ποσοστό
Μ.Ο ΠΡΟΘΕΣΜΙΑΣ ΕΙΣΠΡΑΞΗΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ	388	35		
Μ.Ο ΠΡΟΘΕΣΜΙΑΣ ΕΞΟΦΛΗΣΗΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ	260	102		
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΤΑ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ	37	39		
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ. ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ	0,12	1,18		
ΔΕΙΓΜΑ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ	3	2		
Αξία σε €				
Πηγή: Δημοσιευμένοι Ισολογισμοί – ICAP ΑΕ				

Π3.25 Ομαδοποιημένος ισολογισμός ζημιογόνων κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής (2005-2006)				
ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΣ	2005	2006	Διαφορά	Ποσοστό
ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΓΙΑ	692.531	5.064.237	4.371.706	631,27
ΓΗΠΕΔΑ ΟΙΚΟΠΕΔΑ	0	493.058	493.058	-
ΚΤΙΡΙΑ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	1.251.738	3.282.158	2.030.420	162,21
ΜΗΧΑΝΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	0	0	0	-
ΑΣΩΜ.ΑΚΙΝΗΤ. ΔΑΠ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒ.	125.524	341.359	215.835	171,95
ΜΕΙΟΝ ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	692.604	1.472.886	780.282	112,66
ΑΠΟΣΒ.ΚΤΙΡΙΩΝ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ	641.469	1.224.880	583.411	90,95
ΑΠΟΣΒ.ΜΗΧΑΝΟΛΟΓ.ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ	0	0	0	-
ΑΠΟΣΒ.ΔΑΠ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒ.-ΑΣΩΜ.ΑΚΙΝ.	51.136	248.006	196.870	384,99
ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	7.873	155.431	147.558	-
ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ	0	2.265.117	2.265.117	-
ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	43.175	41.370	-1.805	-4,18
ΕΤΟΙΜΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ	22.772	23.419	647	2,84
ΗΜΙΚΑΤΕΡΓ.ΠΡΟΙΟΝΤΑ	0	0	0	-
ΥΛΕΣ ΥΛΙΚΑ	20.402	17.951	-2.451	-12,01
ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	277.591	1.098.174	820.583	295,61
ΑΠΑΙΤ.ΠΕΛΑΤΩΝ ΓΡΑΜΜ.ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΑ	273.339	1.092.552	819.213	299,71
ΧΡΕΟΓΡΑΦΑ	0	0	0	-
ΛΟΙΠΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	4.253	5.622	1.369	32,19
ΤΑΜΕΙΟ - ΤΡΑΠΕΖΕΣ	12.377	201.176	188.799	-
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	1.025.674	6.404.956	5.379.282	524,46
ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	268.669	3.633.055	3.364.386	-
ΜΕΤΟΧΙΚΟ ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	578.825	3.821.825	3.243.000	560,27
ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΑ	336	78.191	77.855	-
ΑΔΙΑΝ.ΚΕΡΔΗ ΣΥΣΣ. ΖΗΜΙΕΣ	-310.492	-266.963	43.529	14,02
ΜΕΣΟ.& ΜΑΚΡΟ. ΥΠΟΧ.& ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	0	110.214	110.214	-
ΜΕΣΟΜΑΚΡ. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	0	110.214	110.214	-
ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	0	0	0	-
ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	757.005	2.661.688	1.904.683	251,61
ΟΦΕΙΛΕΣ ΣΕ ΤΡΑΠ ΔΟΣΕΙΣ ΜΑΚΡ.ΔΑΝΕΙΩΝ	75.000	2.112.006	2.037.006	-
ΓΡΑΜ.ΠΛΗΡΩΤ ΠΡΟΜΗΘ. ΠΙΣΤΩΤ.	179.233	421.381	242.148	135,10
ΜΕΡΙΣΜ.ΠΛΗΡ ΚΕΡΔΗ ΠΡΟΣ ΔΙΑΝΟΜΗ	0	0	0	-
ΛΟΙΠΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	502.772	128.301	-374.471	-74,48
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	1.025.674	6.404.956	5.379.282	524,46
ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΠΩΛΗΣΕΙΣ)	1.125.480	933.333	-192.147	-17,07
ΜΕΙΟΝ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ	933.619	507.928	-425.691	-45,60
ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ	191.862	425.406	233.544	121,72
ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤ.ΕΣΟΔΑ	15.694	973.668	957.974	-
ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	10.820	129.090	118.270	-
ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	427.313	1.517.313	1.090.000	255,08
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ	-230.576	-247.331	-16.755	-7,27
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	146.040	15.265	-130.775	-89,55
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	1.643	6.554	4.911	298,90
ΑΠΟΣΒ.ΕΚΤΟΣ ΚΟΣΤ.ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	7.853	6.736	-1.117	-14,22
ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	112.936	151.053	38.117	33,75
ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΚΟΣΤΟΣ	105.083	144.318	39.235	37,34
ΚΕΡΔΟΣ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	-94.032	-245.357	-151.325	-160,93
ΕΒΙΤΔΑ	-114.673	26.077	140.750	122,74
ΚΑΘΑΡΑ ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ	0	0	0	-
ΦΟΡΟΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	0	0	0	-
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΙΔΙΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ	-35,00	-6,75		
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧΟΛ. ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ	-9,17	-3,83		
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΜΙΚΤΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	17,05	45,58		
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	-20,49	-26,50		
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	-8,35	-26,29		
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ ΕΒΙΤΔΑ	-10,19	2,79		
ΣΧΕΣΗ ΞΕΝΩΝ ΠΡΟΣ ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	2,82	0,76		
ΚΑΛΥΨΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΔΑΠΑΝΩΝ	-	-		
ΒΡΑΧ. ΤΡΑΠΕΖ. ΔΑΝΕΙΣΜΟΣ ΠΡΟΣ ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛ.	27,92	58,13		
ΓΕΝΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,44	0,50		
ΕΙΔΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,38	0,49		
ΤΑΜΕΙΑΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,02	0,08		
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ	-423.862	-1.320.968		

Π3.25 (συνέχεια)				
ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΣ	2005	2006	Διαφορά	Ποσοστό
Μ.Ο ΠΡΟΘΕΣΜΙΑΣ ΕΙΣΠΡΑΞΗΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ	89	427		
Μ.Ο ΠΡΟΘΕΣΜΙΑΣ ΕΞΟΦΛΗΣΗΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ	70	303		
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΤΑ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ	17	30		
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ. ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ	1,10	0,15		
ΔΕΙΓΜΑ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ	2	3		
Αξία σε €				
Πηγή: Δημοσιευμένοι Ισολογισμοί – ICAP ΑΕ				

4. Η ΑΓΟΡΑ ΤΩΝ ΚΕΝΤΡΩΝ ΑΔΥΝΑΤΙΣΜΑΤΟΣ ΚΑΙ ΑΙΣΘΗΤΙΚΗΣ

Στο παρόν κεφάλαιο παρουσιάζεται η εξέλιξη της εγχώριας αγοράς των υπηρεσιών αδυνατίσματος και αισθητικής σε αξία, όπως προκύπτει από την έρευνα που πραγματοποιήθηκε σε επιχειρήσεις του κλάδου, στα πλαίσια της παρούσας μελέτης. Παράλληλα, παρουσιάζεται η διάρθρωση του μεγέθους της αγοράς σε υπηρεσίες αδυνατίσματος και υπηρεσίες αισθητικής.

4.1 Μέγεθος Εγχώριας Αγοράς Κέντρων Αδυνατίσματος και Αισθητικής

Στο πίνακα 4.1 παρουσιάζεται η εξέλιξη του μεγέθους της εγχώριας αγοράς των υπηρεσιών αδυνατίσματος και αισθητικής σε αξία για την περίοδο 1999-2007. Σημειώνεται ότι, στο μέγεθος της αγοράς δεν περιλαμβάνονται οι υπηρεσίες των κέντρων ιατρικής αισθητικής, καθώς θεωρούνται περισσότερο εξειδικευμένες και διαφοροποιημένες από τις αντίστοιχες των κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής, καθώς και οι υπηρεσίες διαιτολογικής υποστήριξης που παρέχονται από διαιτολόγους ή εξειδικευμένα κέντρα, τα οποία δεν κάνουν χρήση μηχανημάτων ή άλλων μεθόδων βοηθητικών του αδυνατίσματος. Επιπλέον επισημαίνεται ότι, στο αναφερόμενο μέγεθος περιλαμβάνονται οι υπηρεσίες γυμναστηρίου και οι πωλήσεις καλλυντικών, τα οποία αποτελούν μέρος των προγραμμάτων αισθητικής και αδυνατίσματος που παρέχουν οι επιχειρήσεις του κλάδου.

Πίνακας 4.1 Συνολικό μέγεθος αγοράς κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής (1999-2007)		
Έτος	Μέγεθος Εγχώριας Αγοράς	Ποσοστιαία Μεταβολή (%)
1999	170.000.000	-
2000	190.000.000	11,8%
2001	210.000.000	10,5%
2002	240.000.000	14,3%
2003	205.000.000	-14,6%
2004	185.000.000	-9,8%
2005	175.000.000	-5,4%
2006	167.000.000	-4,6%
2007	185.000.000	10,8%
Ποσά: σε €.		
Πηγή: Εκτιμήσεις Αγοράς-ICAP ΑΕ		

Η εγχώρια αγορά των κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής σημείωσε υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης μέχρι και το 2002. Από το 2003 μέχρι το 2006 η πορεία ήταν πτωτική, γεγονός που οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στη δυσπιστία που δημιουργήθηκε στο καταναλωτικό κοινό μετά το κλείσιμο αρκετών επιχειρήσεων του κλάδου, πολλές από τις οποίες διαχειρίζονταν πολυδύναμα κέντρα. Πιο συγκεκριμένα, αλυσίδες του κλάδου με σημαντική παρουσία στο παρελθόν, που είχαν αναπτυχθεί κυρίως με τη μέθοδο του franchising, σταμάτησαν να λειτουργούν κατά τη συγκεκριμένη περίοδο. Ενδεικτικά αναφέρονται τα κέντρα «Lipogen», «Medi Jeunesse», «Beauty & Diet» και «Metabolism». Το 2007 ο κλάδος επανήλθε σε ανοδική πορεία και συγκεκριμένα εκτιμάται ότι η εξεταζόμενη αγορά ανήλθε σε €185 εκ. παρουσιάζοντας

αύξηση 10,8% σε σχέση με το προηγούμενο έτος. Σύμφωνα με παράγοντες της αγοράς η ανοδική αυτή πορεία εκτιμάται ότι θα συνεχιστεί και τα επόμενα έτη.

Όσον αφορά τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις του κλάδου για το 2007, τα κέντρα «Bodyline» και τα κέντρα «Silhouette» αποσπών από κοινού το 32%-33% περίπου της εγχώριας αγοράς των υπηρεσιών αδυνατίσματος και αισθητικής. Εκτιμάται ότι τα κέντρα «Πρίνου» και τα κέντρα «New Day» απέσπασαν μερίδια της τάξης του 24%-25% και 18%-19% αντίστοιχα. Σημειώνεται ότι σημαντική παρουσία στον εξεταζόμενο κλάδο έχουν και τα κέντρα «DNA Επιστήμη και Ομορφιά».

Τέλος, όσον αφορά το βαθμό συγκέντρωσης του κλάδου διαπιστώνεται ότι είναι ιδιαίτερα υψηλός με τις πέντε μεγαλύτερες αλυσίδες να αποσπών από κοινού το 80% περίπου της εγχώριας αγοράς για το 2007.

4.2 Κατανομή Αγοράς Υπηρεσιών Αδυνατίσματος και Αισθητικής ανά Τομέα

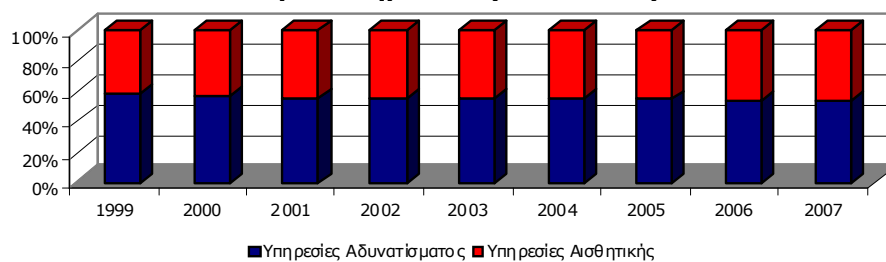
Στον πίνακα 4.2 και στο διάγραμμα 4.1 παρουσιάζεται η κατανομή του μεγέθους της συνολικής εγχώριας αγοράς, σε υπηρεσίες αδυνατίσματος και υπηρεσίες αισθητικής. Όπως παρατηρείται, οι υπηρεσίες αδυνατίσματος καλύπτουν το μεγαλύτερο μέρος της αγοράς. Η πορεία των πωλήσεων των υπηρεσιών αδυνατίσματος ήταν ανάλογη της πορείας του κλάδου, δηλαδή ανοδική μέχρι και το 2002, πτωτική το διάστημα 2003-2006, ενώ το 2007 παρουσίασαν εκ νέου άνοδο και εκτιμώνται σε €98,05 εκ. σημειώνοντας αύξηση 10,8% σε σχέση με το 2006.

Πίνακας 4.2 Ανάλυση μεγέθους αγοράς ανά τομέα υπηρεσιών (1999-2007)					
Έτος	Συνολικό Μέγεθος Εγχώριας Αγοράς	Υπηρεσίες Αδυνατίσματος		Υπηρεσίες Αισθητικής	
		Αξία	Ποσοστιαία Μεταβολή (%)	Αξία	Ποσοστιαία Μεταβολή (%)
1999	170.000.000	100.000.000	-	70.000.000	-
2000	190.000.000	108.000.000	8,0%	82.000.000	17,1%
2001	210.000.000	115.000.000	6,5%	95.000.000	15,9%
2002	240.000.000	132.000.000	14,8%	108.000.000	13,7%
2003	205.000.000	112.750.000	-14,6%	92.250.000	-14,6%
2004	185.000.000	101.750.000	-9,8%	83.250.000	-9,8%
2005	175.000.000	94.500.000	-7,1%	80.500.000	-3,3%
2006	167.000.000	88.510.000	-6,3%	78.490.000	-2,5%
2007	185.000.000	98.050.000	10,8%	86.950.000	10,8%

Ποσά: σε €.

Πηγή: Εκτιμήσεις Αγοράς-ICAP ΑΕ

Όσον αφορά τις πωλήσεις των υπηρεσιών αισθητικής διαπιστώνεται ότι κυμαίνονται σε χαμηλότερα επίπεδα σε σχέση με τις υπηρεσίες αδυνατίσματος σε όλη τη διάρκεια της εξεταζόμενης περιόδου. Παρόλα αυτά η διαφορά μεταξύ των δύο κατηγοριών υπηρεσιών ολοένα και μικραίνει και το 2007 οι υπηρεσίες αδυνατίσματος αποτέλεσαν το 53% του συνόλου της αγοράς, ενώ οι υπηρεσίες αισθητικής το 47%.

Διάγραμμα 4.1 Εξέλιξη της εγχώριας αγοράς των κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής ανά τομέα υπηρεσιών (1999-2007)

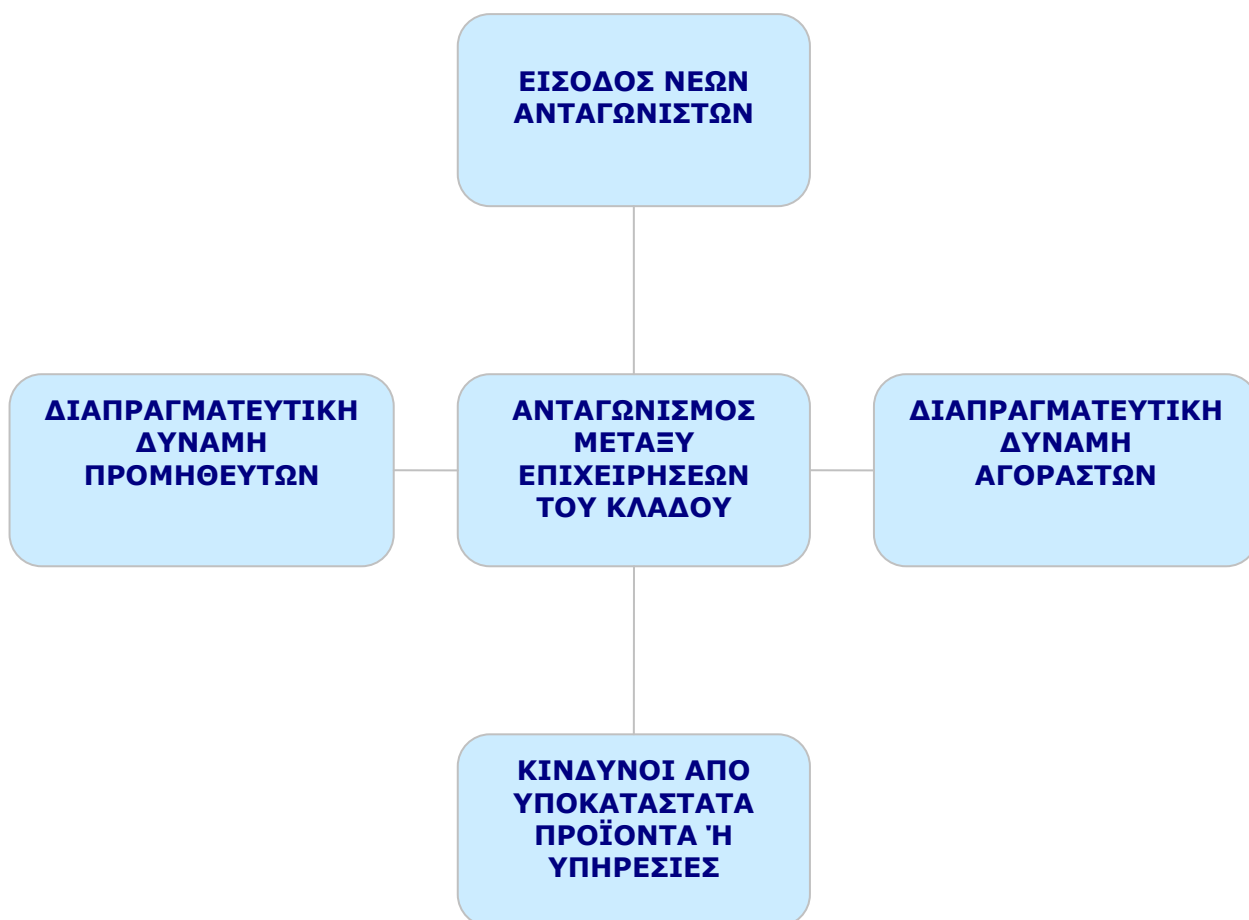
Πηγή: Εκτιμήσεις Αγοράς-ICAP ΑΕ

5. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ

Γενικά

Ο κλάδος των υπηρεσιών αδυνατίσματος και αισθητικής είναι ένας από τους νεότερους σχετικά κλάδους της ελληνικής οικονομίας, ο οποίος άρχισε να αναπτύσσεται πριν από περίπου 50 χρόνια. Στον εξεταζόμενο κλάδο δραστηριοποιείται ένας μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων, η πλειονότητα των οποίων είναι μικρού μεγέθους, οι οποίες λειτουργούν σε τοπικό επίπεδο. Λόγω του μεγάλου αριθμού των επιχειρήσεων, ο υφιστάμενος ανταγωνισμός είναι έντονος. Παρόλα αυτά, ο βαθμός συγκέντρωσης του κλάδου παραμένει υψηλός, με τις μεγάλες αλυσίδες να απορροφούν το μεγαλύτερο μέρος της ζήτησης. Όμως, όπως επισημαίνουν παράγοντες της αγοράς τα μικρά κέντρα αδυνατίσματος αποσπούν τα τελευταία χρόνια όλο και μεγαλύτερο μερίδιο. Σε αυτό συνέβαλε σημαντικά και ο περιορισμός του αριθμού των μεγάλων αλυσίδων κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής από το 2002 και μετά, με αποτέλεσμα πολλοί καταναλωτές να στραφούν σε μικρότερα κέντρα για την κάλυψη των αναγκών τους.

ΠΕΝΤΕ ΔΥΝΑΜΕΙΣ ΤΟΥ PORTER



Ακολουθούν τα βασικά συμπεράσματα της μελέτης παρουσιαζόμενα βάσει του υποδείγματος των πέντε δυνάμεων του Porter και της ανάλυσης SWOT. Τέλος, συνοψίζονται τα βασικά στοιχεία που προέκυψαν από τη χρηματοοικονομική ανάλυση.

Ανάλυση ανταγωνιστικού περιβάλλοντος

Είσοδος Νέων Ανταγωνιστών

Το θεσμικό πλαίσιο που διέπει τον κλάδο δεν προβάλλει ουσιαστικά εμπόδια όσον αφορά την είσοδο μιας νέας επιχείρησης. Υπάρχουν βέβαια κάποιοι περιορισμοί όσον αφορά τις προϋποθέσεις εγκατάστασης και λειτουργίας των πολυδύναμων κέντρων, αλλά το επάγγελμα θεωρείται γενικά «ανοιχτό». Παρόλα αυτά, προκειμένου μια νέα επιχείρηση να εισέλθει στο συγκεκριμένο κλάδο πρέπει να πραγματοποιήσει κάποιες βασικές επενδύσεις σε μηχανολογικό εξοπλισμό, η αξία του οποίου ποικίλλει, ενώ απαραίτητη είναι και η πρόσληψη εξειδικευμένου προσωπικού. Για μικρού μεγέθους κέντρα, τα οποία προσφέρουν μόνο βασικές υπηρεσίες, οι σχετικές επενδύσεις είναι σαφώς μικρότερες, αλλά εκτιμάται ότι ξεπερνούν το ποσό των €100.000. Όσον αφορά την ανάπτυξη κάποιας μεγάλης αλυσίδας κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής, οι επενδύσεις που απαιτούνται είναι πολύ υψηλότερες, ενώ παράλληλα απαιτείται και η διάθεση κονδυλίων για διαφημιστική προβολή του σήματος και των κέντρων, γεγονός που αυξάνει ακόμα περισσότερο το κόστος. Σημειώνεται ότι τελευταία έχει μειωθεί ο αριθμός των μεγάλων αλυσίδων κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής και στο κλάδο εισέρχονται κυρίως μικρού μεγέθους επιχειρήσεις.

Κίνδυνοι από Υποκατάστατα Προϊόντα ή Υπηρεσίες

Ως υποκατάστατες υπηρεσίες των κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής θεωρούνται οι υπηρεσίες που προσφέρουν τα spa centers πολλά από τα οποία λειτουργούν σε μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες. Σε αυτά προσφέρονται κυρίως υπηρεσίες χαλάρωσης, ανανέωσης, φυσιοθεραπείας, θαλασσοθεραπείας και μασάζ, αν και τα τελευταία χρόνια έχουν επεκτείνει τις δραστηριότητες τους και προσφέρουν πλέον και κάποιες υπηρεσίες αδυνατίσματος και αισθητικής. Τα γυμναστήρια και τα διατροφολογικά κέντρα προσφέρουν επίσης υπηρεσίες που θεωρούνται υποκατάστατες των υπηρεσιών του εξεταζόμενου κλάδου. Σημειώνεται ότι ορισμένα γυμναστήρια πέρα από τις υπηρεσίες αδυνατίσματος που προσφέρουν με την ενεργητική γυμναστική, διαθέτουν και τμήματα αισθητικής.

Επιπλέον, υπηρεσίες αδυνατίσματος προσφέρουν και οι επιχειρήσεις που ασχολούνται με τη διανομή γευμάτων διαίτης, όπως οι εταιρείες Gilli Diet, Taste N' Diet, My Secret Diet κ.α. Οι εταιρείες αυτές απευθύνονται σε άτομα τα οποία επιθυμούν απώλεια βάρους, αλλά δεν διαθέτουν τον απαιτούμενο χρόνο για ένα πρόγραμμα αδυνατίσματος σε κάποιο πολυδύναμο

κέντρο. Δεδομένου του περιορισμένου ελεύθερου χρόνου του σύγχρονου ανθρώπου, οι συγκεκριμένες εταιρείες αποσπούν σημαντικό μερίδιο του καταναλωτικού κοινού που διαφορετικά θα απευθυνόταν σε κέντρα αδυνατίσματος και αισθητικής για την απώλεια βάρους.

Τέλος, όσον αφορά τις υπηρεσίες αισθητικής, τα κέντρα ιατρικής αισθητικής καθώς και οι πλαστικοί χειρουργοί προσφέρουν υπηρεσίες που θεωρούνται υποκατάστατες των υπηρεσιών αισθητικής που παρέχουν τα πολυδύναμα κέντρα. Ιδιαίτερα η ζήτηση για τις υπηρεσίες που προσφέρουν τα κέντρα ιατρικής αισθητικής παρουσιάζει αύξηση τα τελευταία χρόνια, καθώς τα αποτελέσματα που προσφέρουν θεωρούνται από το καταναλωτικό κοινό, ως περισσότερο «χειροπιαστά».

Διαπραγματευτική Δύναμη Προμηθευτών

Οι κυριότεροι προμηθευτές των κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής είναι οι επιχειρήσεις που τα προμηθεύουν με τον απαραίτητο μηχανολογικό εξοπλισμό, καθώς και οι επιχειρήσεις που εμπορεύονται τα καλλυντικά που απαιτούνται για τις θεραπείες. Σύμφωνα με πηγές της αγοράς, ο αριθμός των εταιρειών που είτε εισάγουν και εμπορεύονται, είτε απλά εμπορεύονται τα εν λόγω προϊόντα είναι σχετικά μεγάλος. Η διαπραγματευτική τους δύναμη επηρεάζεται σημαντικά από το μέγεθος και τη «δύναμη» του κέντρου αδυνατίσματος, με αποτέλεσμα οι μεγάλες αλυσίδες να πετυχαίνουν ευνοϊκότερους όρους συναλλαγής, σε σχέση με τα μικρά μεμονωμένα κέντρα. Επιπλέον σημειώνεται ότι, τα μεγάλα πολυδύναμα κέντρα αγοράζουν κάποιες φορές το μηχανολογικό εξοπλισμό που χρειάζονται απευθείας από εταιρείες του εξωτερικού.

Παράλληλα στους προμηθευτές του κλάδου συμπεριλαμβάνεται και το εξειδικευμένο επιστημονικό προσωπικό που απασχολείται στα πολυδύναμα κέντρα, όπως είναι οι διαιτολόγοι και οι αισθητικοί. Το μεγαλύτερο μέρος των συγκεκριμένων ειδικοτήτων προέρχεται από το Τμήμα Διαιτολογίας και Διατροφής του Χαροκόπειου Πανεπιστημίου, από τα ΤΕΙ Αισθητικής και από διάφορες ιδιωτικές σχολές. Επισημαίνεται ότι ο βαθμός συνδικαλισμού στα εν λόγω επαγγέλματα είναι περιορισμένος.

Διαπραγματευτική Δύναμη Αγοραστών

Δεδομένου ότι οι υπηρεσίες που προσφέρουν τα κέντρα αδυνατίσματος και αισθητικής απευθύνονται σε τελικούς μεμονωμένους καταναλωτές, η διαπραγματευτική δύναμη των τελευταίων θεωρείται περιορισμένη. Ιδιαίτερα οι περιστασιακοί πελάτες, βαδίζουν συνήθως βάσει τιμοκαταλόγου. Παρόλα αυτά, η καλή τους γνώση γύρω από την αγορά μπορεί να τους οδηγήσει στην επιλογή της πλέον συμφέρουσας χρέωσης για τις δικές τους ανάγκες, δεδομένου ότι υπάρχει ένας μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων που προσφέρει πανομοιότυπες υπηρεσίες. Μεγαλύτερη δύναμη μπορεί να θεωρηθεί ότι έχουν οι τακτικοί πελάτες, οι οποίοι επισκέπτονται

το κέντρο σε συστηματική βάση και μπορούν να επιτύχουν μεγαλύτερες εκπώσεις και πρόσθετες παροχές. Σημειώνεται επιπλέον ότι, όπως και στην περίπτωση της διαπραγματευτικής δύναμης των προμηθευτών, όσο μεγαλύτερο το μέγεθος του κέντρου τόσο περισσότερο περιορίζεται η διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών.

Ανταγωνισμός μεταξύ Επιχειρήσεων του Κλάδου

Όπως έχει ήδη αναφερθεί, στον κλάδο δραστηριοποιείται ένας σχετικά μεγάλος αριθμός εταιρειών, με αποτέλεσμα ο υφιστάμενος ανταγωνισμός να είναι υψηλός. Οι επιχειρήσεις, προσπαθώντας να εδραιώσουν την παρουσία τους στην αγορά, καταφεύγουν στην παροχή εκπώσεων, δώρων και πρόσθετων προγραμμάτων στους πελάτες τους, ενώ προσφέρουν και τη δυνατότητα αποπληρωμής των παρεχόμενων υπηρεσιών με άτοκες μηνιαίες δόσεις. Στα πλαίσια αυτά οι επιχειρήσεις οδηγούνται στη διαφημιστική προβολή του σήματός τους και τον υπηρεσιών που προσφέρουν, με τις μεγαλύτερες εταιρείες να δαπανούν σημαντικά ποσά για αυτό το σκοπό.

Επιπλέον, ο ανταγωνισμός εντείνεται ακόμα περισσότερο και εξαιτίας του γεγονότος ότι υπάρχει ένας μεγάλος αριθμός εταιρειών, οι οποίες προσφέρουν υπηρεσίες που θεωρούνται υποκατάστατες των υπηρεσιών που προσφέρουν τα κέντρα αδυνατίσματος και αισθητικής, όπως είναι τα spa centers, τα γυμναστήρια, τα διατροφολογικά κέντρα, οι επιχειρήσεις διανομής γευμάτων διαίτης, τα κέντρα ιατρικής αισθητικής κ.α.

Ανάλυση SWOT

Δυνατά Σημεία

Το γεγονός ότι τα πολυδύναμα κέντρα παρέχουν ολοκληρωμένες υπηρεσίες αδυνατίσματος και αισθητικής αποτελεί το πιο δυνατό σημείο του κλάδου. Στην πλειονότητα των κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής απασχολείται προσωπικό διαφόρων ειδικοτήτων, όπως αισθητικοί, διαιτολόγοι, γιατροί, γυμναστές, φυσιοθεραπευτές, ψυχολόγοι κ.α. Επομένως, όσοι καταφεύγουν σε αυτά μπορούν να επωφεληθούν από ένα μεγάλο εύρος υπηρεσιών, οι οποίες παρέχονται μεν και από άλλους φορείς, αλλά όχι σε ολοκληρωμένα «πακέτα». Για παράδειγμα διατροφολογικές συμβουλές μπορεί κανείς να πάρει και σε ένα διαιτολογικό κέντρο, υπηρεσίες γυμναστικής μπορεί κανείς να βρει και σε κάποιο γυμναστήριο, ενώ υπηρεσίες αισθητικής προσφέρουν και διάφοροι γιατροί. Το συγκριτικό πλεονέκτημα όμως των πολυδύναμων κέντρων είναι ότι προσφέρουν όλες αυτές τις υπηρεσίες σε ένα χώρο και σε ένα ολοκληρωμένο πακέτο κατάλληλα διαμορφωμένο για κάθε πελάτη.

Αδύνατα Σημεία

Το πιο σημαντικό πρόβλημα του εξεταζόμενου κλάδου, είναι ο μεγάλος αριθμός καταγγελιών που γίνονται σε βάρος των κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής. Σύμφωνα με τη Γενική Γραμματεία Καταναλωτή του Υπουργείου Ανάπτυξης, τα κέντρα αδυνατίσματος και αισθητικής παραμένουν πρώτα όσον αφορά τον αριθμό των καταγγελιών που δέχονται. Το γεγονός αυτό αποτελεί δυσφήμιση για το συγκεκριμένο επάγγελμα, πλήττοντας και τις επιχειρήσεις οι οποίες λειτουργούν αξιόπιστα και παρέχουν ποιοτικές υπηρεσίες στους πελάτες τους. Παρόλα αυτά πρέπει να σημειωθεί ότι σύμφωνα με παράγοντες του κλάδου, δεν είναι βάσιμες όλες οι καταγγελίες που γίνονται σε βάρος των κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής, κάποιες δε φορές υπάρχει υπερβολή από την πλευρά των καταναλωτών. Το σημαντικό αυτό πρόβλημα προσπαθεί να επιλύσει και η υπουργική απόφαση Ζ1-1262/2007, με την οποία ρυθμίζονται οι συμβάσεις που συνάπτουν οι καταναλωτές με τις μονάδες αδυνατίσματος και τα γυμναστήρια.

Παράλληλα, η κακή φήμη που έχει δημιουργηθεί γύρω από τον κλάδο των κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής, δυσχεραίνει την πιστοληπτική ικανότητα των εταιρειών. Οι τράπεζες παρέχουν με δυσκολία δάνεια στις επιχειρήσεις, γεγονός που δυσκολεύει την πραγματοποίηση επενδύσεων σε μηχανολογικό εξοπλισμό από μέρους τους, πρόβλημα που πλήττει κυρίως τις μικρές επιχειρήσεις του κλάδου.

Έπειτα, ο μεγάλος ανταγωνισμός που επικρατεί στο κλάδο σε συνδυασμό με την πτώση στη ζήτηση των υπηρεσιών που προσφέρουν τα συγκεκριμένα κέντρα από το 2002 και μετά, έχει ως αποτέλεσμα η κερδοφορία των επιχειρήσεων να παραμένει σε χαμηλά επίπεδα.

Τέλος, η ανεπάρκεια και σε ορισμένες περιπτώσεις η έλλειψη σωστά καταρτισμένου προσωπικού, σε συνδυασμό με την έλλειψη οργάνωσης από ορισμένα κέντρα, είναι φαινόμενα που συνεχίζουν να συναντώνται στο κλάδο. Πιο συγκεκριμένα, το προσωπικό κάποιες φορές δεν είναι κατάλληλα εκπαιδευμένο, ώστε να μπορεί να αντεπεξέλθει στις ανάγκες των κέντρων, γεγονός που έχει δυσμενείς επιπτώσεις στην εικόνα του κλάδου γενικότερα.

Ευκαιρίες

Η αύξηση της παχυσαρκίας και ιδιαίτερα η αύξηση της παιδικής παχυσαρκίας, αποτελεί μια από τις σημαντικότερες ευκαιρίες του κλάδου, καθώς οδηγεί σε αύξηση της ζήτησης των υπηρεσιών αδυνατίσματος. Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας χαρακτηρίζει την παχυσαρκία σαν νόσο και έχει ορίσει την 24^η Οκτωβρίου σαν Παγκόσμια Ημέρα κατά της Παχυσαρκίας. Η διαστάσεις που έχει λάβει αυτή η νόσος τα τελευταία χρόνια είναι ανησυχητικές, με τον αριθμό των παχύσαρκων ατόμων να αυξάνεται συνεχώς στις ανεπτυγμένες χώρες, αλλά παρόλα αυτά να πλήττει ακόμα και μη ανεπτυγμένες χώρες, όπου παραδοσιακά τα διατροφικά προβλήματα έχουν να κάνουν περισσότερο με τον υποσιτισμό.

Επιπλέον, σύμφωνα με παράγοντες του κλάδου υπάρχει μια τάση προς τις υπηρεσίες της ιατρικής αισθητικής, η οποία οφείλεται κυρίως στο γεγονός ότι η ιατρική αισθητική παρέχει πιο συγκεκριμένα αποτελέσματα σε σχέση με την απλή αισθητική. Πολλές επιχειρήσεις του κλάδου, οι οποίες μέχρι πρότινος προσέφεραν μόνο υπηρεσίες απλής αισθητικής, έχουν προχωρήσει στην προσφορά και υπηρεσιών ιατρικής αισθητικής, αγοράζοντας τα απαραίτητα μηχανήματα και προσλαμβάνοντας το κατάλληλο προσωπικό. Στο σημείο αυτό πρέπει να σημειωθεί ότι το μερίδιο συμμετοχής των υπηρεσιών αισθητικής στο σύνολο των υπηρεσιών του κλάδου αυξάνεται συνεχώς και τα τελευταία χρόνια η ζήτηση για τις υπηρεσίες αυτές έχει φτάσει κοντά στα επίπεδα της ζήτησης των υπηρεσιών αδυνατίσματος.

Μια άλλη σημαντική ευκαιρία για τον εξεταζόμενο κλάδο είναι οι υπηρεσίες spa, οι οποίες παρουσιάζουν μεγάλη ζήτηση τα τελευταία χρόνια. Προκειμένου να απορροφήσουν ένα μέρος της ζήτησης αυτών των υπηρεσιών, ορισμένα από τα μεγάλα κέντρα αδυνατίσματος και αισθητικής έχουν εντάξει τις υπηρεσίες spa στις εγκαταστάσεις τους. Μεγάλο πλεονέκτημα αποτελεί και το γεγονός ότι το καταναλωτικό κοινό μπορεί να επωφεληθεί από τις συγκεκριμένες υπηρεσίες κοντά στο τόπο διαμονής του, ενώ παλαιότερα θα έπρεπε ίσως να επισκεφτεί κάποια ξενοδοχειακή μονάδα.

Τέλος, μεγάλη ευκαιρία ανάπτυξης για τον κλάδο αποτελεί η επέκταση των ελληνικών κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής στις χώρες των Βαλκανίων. Οι συγκεκριμένες αγορές παρουσιάζουν υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης τα τελευταία χρόνια και οι ελληνικές επιχειρήσεις θα μπορούσαν να επωφεληθούν από την βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των πολιτών τους και την αύξηση της ζήτησης για υπηρεσίες που μέχρι πρότινος θεωρούνταν πολυτελείας.

Απειλές

Μια από τις σημαντικότερες απειλές του εξεταζόμενου κλάδου αποτελεί η στροφή μεγάλου μέρους των καταναλωτών στις υπηρεσίες που προσφέρουν τα κέντρα ιατρικής αισθητικής. Τα εν λόγω κέντρα προσφέρουν υπηρεσίες οι οποίες σε κάποια σημεία υπερκαλύπτουν τις υπηρεσίες που παρέχουν τα κέντρα αδυνατίσματος και αισθητικής. Ο μεγάλος αριθμός καταγγελιών σε βάρος επιχειρήσεων του εξεταζόμενου κλάδου σε συνδυασμό με την μη επίτευξη των επιθυμητών αποτελεσμάτων σε ορισμένες περιπτώσεις, έστρεψε μέρος του καταναλωτικού κοινού στην αναζήτηση πιο «χειροπιαστών» αποτελεσμάτων τις οποίες παρέχει η ιατρική.

Οικονομικά Αποτελέσματα

Αν και ο συνολικός κύκλος εργασιών των κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής για τα οποία υπήρχαν διαθέσιμα οικονομικά στοιχεία παρουσίασε σε γενικές γραμμές αυξητική πορεία την περίοδο 2002-2006, το καθαρό αποτέλεσμα τους παρέμεινε σε αρνητικά επίπεδα. Αντίθετα

ο δείκτης περιθωρίου EBITDA σημείωσε βελτίωση και το 2006 διαμορφώθηκε σε 10,29% έναντι 5,41% το 2005. Αν δεν ληφθούν υπόψη οι ζημιογόνες επιχειρήσεις του δείγματος, η κερδοφορία θα ήταν θετική το 2006 σημειώνοντας αύξηση 118,96% σε σχέση με το προηγούμενο έτος, ενώ και η αποδοτικότητα ιδίων κεφαλαίων θα είχε σημειώσει αύξηση τη διετία 2005-2006 ίση με 10,57% και θα ανερχόταν σε 11,99% το 2006.

Όσον αφορά την εξέλιξη της εγχώριας αγοράς των κέντρων αδυνατίσματος και αισθητικής για το 2008, παράγοντες του κλάδου εκτιμούν ότι, σύμφωνα με τις ισχύουσες τάσεις και συνθήκες, η συνολική αξία της θα παρουσιάσει άνοδο και είναι πολύ πιθανό να ξεπεράσει τα επίπεδα του 2003.

**ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι: ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΜΟΝΑΔΩΝ
ΑΔΥΝΑΤΙΣΜΑΤΟΣ ΚΑΙ ΔΙΑΙΤΟΛΟΓΙΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ**

Στην υπουργική απόφαση Αρ. Οικ. 3215 που δημοσιεύτηκε στις 30/6/1998 στο ΦΕΚ 655/Β, ορίζονται οι προϋποθέσεις εγκατάστασης και λειτουργίας Μονάδων Αδυνατίσματος και Διαιτολογικών Μονάδων. Σύμφωνα με το **άρθρο 1**, ως μονάδες αδυνατίσματος νοούνται οι πολυδύναμες μονάδες παροχής υπηρεσιών είτε άσκησης και διαίτης, είτε αισθητικής και διαίτης, ή άσκησης, αισθητικής και διαίτης οι οποίες:

- α) Συνυπάρχουν υπό κοινό τίτλο και δρουν, είτε ανεξάρτητα μεταξύ τους είτε υπό μορφή συνδυασμού εταιρειών και ατομικών επιχειρήσεων.
- β) Λειτουργούν ως ενιαία επιχείρηση υπό μορφή εταιρείας.

Στο **άρθρο 2** ορίζεται ότι με την απόφαση αυτή θεσμοθετούνται οι ελάχιστες προδιαγραφές που απαιτούνται για τη χορήγηση άδειας λειτουργίας τους, οι οποίες θα παρέχουν ασφάλεια στο απασχολούμενο προσωπικό και στους χρήστες, καθώς και οι αναγκαίες λειτουργικές προϋποθέσεις άρτιας διάταξης και διαμόρφωσης των χώρων τους.

Στο **άρθρο 3** ορίζεται ότι:

- α) προκειμένου να χορηγηθεί άδεια λειτουργίας σε μονάδα αδυνατίσματος και διαιτολογική μονάδα πρέπει αυτές να διαθέτουν ειδικά διαμορφωμένους χώρους για κάθε μία από τις δραστηριότητες που ασκούνται μέσα σε αυτές, καθώς και έξοδο κινδύνου.
- β) Οι χώροι αυτοί πρέπει να πληρούν τους όρους υγιεινής και ασφάλειας (φυσικός φωτισμός, εξαερισμός, κλιματισμός, πυρασφάλεια κ.λ.π.) και είναι οι εξής:

1. Αίθουσα ομαδικής γυμναστικής με όργανα κατάλληλα τοποθετημένα, εμβαδού τουλάχιστον 50 τ.μ.
2. Εργαστήριο αισθητικής εμβαδού τουλάχιστον 40 τ.μ.
3. Αίθουσα ανάπαυσης εμβαδού τουλάχιστον 30 τ.μ.
4. Αίθουσα αναμονής εμβαδού τουλάχιστον 20 τ.μ.
5. Αίθουσα καλλωπισμού με 2 WC και δύο ντους.
6. Χώρος φύλαξης ρούχων με ντουλάπες ή γκαρνταρόμπα.
7. Αποδυτήρια ανδρών και γυναικών.
8. Ιατρείο πλήρως εξοπλισμένο για παροχή πρώτων βοηθειών με εξεταστική κλίνη και μανόμετρο.
9. Γραφείο διαιτολόγου πλήρως εξοπλισμένο με:
 - α) Ζυγό μέτρησης
 - β) Ζυγομετρητή
 - γ) Παχύμετρο
 - δ) Προπλάσματα τροφίμων
 - ε) Λιπομετρητή
 - ζ) Ηλεκτρονικό υπολογιστή
 - στ) Μανόμετρο.
10. Γραφείο Δ/σης
11. Χώρος ανάπαυσης προσωπικού

γ) Τα αυτοτελή διαιτολογικά γραφεία απαιτείται να διαθέτουν χώρο εμβαδού τουλάχιστον 50 τ.μ.

δ) Ο τεχνικός εξοπλισμός πρέπει απαραίτητα να φέρει τη σφραγίδα καταλληλότητας, σύμφωνα με τις οδηγίες της ΕΟΚ.

Στο **άρθρο 4** αναφέρεται ότι, για την χορήγηση της άδειας λειτουργίας απαιτείται οι ενδιαφερόμενοι να υποβάλλουν στη Δ/ση Δημόσιας Υγείας της οικείας Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης τα κάτωθι δικαιολογητικά:

1. Αίτηση του ενδιαφερόμενου και όταν πρόκειται για εταιρία του νόμιμου εκπροσώπου αυτής.
2. Βεβαίωση της πολεοδομίας για τη νομιμότητα του κτίσματος.
3. Κανονισμό της πολυκατοικίας στον οποίο φαίνεται ότι ο συγκεκριμένος χώρος μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως χώρος παροχής τέτοιων υπηρεσιών.
4. Σχεδιάγραμμα κάτοψης των χώρων υπογεγραμμένο από πολιτικό μηχανικό μέλος του Τ.Ε.Ε.
5. Βεβαίωση της πυροσβεστικής υπηρεσίας για την πυρασφάλεια.
6. Παράβολο δημοσίου ταμείου 50.000 δρχ.
7. Κατάσταση με τα ονόματα των υπευθύνων, καθώς και επικυρωμένα φωτοαντίγραφα των αδειών άσκησης επαγγέλματος ή πτυχίων.

Το **άρθρο 5** ορίζει ότι, η άδεια λειτουργίας χορηγείται από τις κατά τόπους Νομαρχιακές Αυτοδιοικήσεις μετά από εισήγηση της Επιτροπής που συγκροτείται στην έδρα της οικείας Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης και αποτελείται από:

1. Τον προϊστάμενο της Δ/σης Υγείας ή το νόμιμο αναπληρωτή του.
2. Έναν εκπρόσωπο του γραφείου φυσικής αγωγής με το νόμιμο αναπληρωτή του.
3. Έναν εκπρόσωπο της Ομοσπονδίας Αισθητικών Ελλάδος ή το νόμιμο αναπληρωτή του.
4. Έναν εκπρόσωπο του Πανελληνίου Συλλόγου Διαιτολόγων ή το νόμιμο αναπληρωτή του.
5. Ένα μηχανικό της Δ/σης Τεχνικών Υπηρεσιών της Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης ή το νόμιμο αναπληρωτή του.

Στο **άρθρο 6** αναφέρεται ότι:

1. Κάθε δραστηριότητα που αναφέρεται στο άρθρο 1 της απόφασης αυτής, παρέχεται υποχρεωτικά, καθ' όλη τη διάρκεια της λειτουργίας της μονάδας, με την ευθύνη του έχοντος τη σχετική άδεια άσκησης επαγγέλματος, πτυχιούχου ΑΕΙ ή ΤΕΙ ή ισοτίμου τίτλου σπουδών της ημεδαπής ή της αλλοδαπής και όπου αυτή δεν απαιτείται, από πτυχιούχο αντίστοιχου τμήματος ΑΕΙ ή ισοτίμου τίτλου Σπουδών της ημεδαπής ή αλλοδαπής και του υπεύθυνου γιατρού, ο οποίος πρέπει να είναι κάτοχος του τίτλου ειδικότητας Παθολόγου ή Γενικού Ιατρού.
2. Το υπόλοιπο προσωπικό που θα ασχολείται στις επί μέρους δραστηριότητες, πέραν των υπευθύνων, πρέπει να διαθέτει τουλάχιστον αντίστοιχο τίτλο επαγγελματικής κατάρτισης.

3. Κάθε μεταβολή, των υπευθύνων πτυχιούχων ή αδειούχων κατά τη διάρκεια λειτουργίας των μονάδων αυτών, θα δηλώνεται υποχρεωτικά στη Δ/ση Δημόσιας Υγείας της οικείας Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης, η οποία οφείλει να επιθεωρεί τις εν λόγω μονάδες.

4. Υπεύθυνος του διαιτολογικού γραφείου ορίζεται πτυχιούχος του Χαροκοπείου ΑΕΙ ή της Χαροκοπείου Ανωτάτης Σχολής Οικιακής Οικονομίας ή ισοτίμου σχολής της ημεδαπής ή της αλλοδαπής, που θα ασχολείται αποκλειστικά με την επίβλεψη και την εκτέλεση των προγραμμάτων διατροφής.

Στο **άρθρο 7** αναφέρεται ότι οι προσερχόμενοι στις μονάδες αυτές, προκειμένου να τους παρασχεθούν οι υπηρεσίες του άρθρου 1, πρέπει απαραίτητα να είναι εφοδιασμένοι με γνωμάτευση γιατρού, στην οποία θα αναγράφεται ρητά, ότι είναι ικανοί, χωρίς κίνδυνο για την υγεία τους να κάνουν χρήση συγκεκριμένου προγράμματος (άσκηση, δίαιτα, maximum, απώλεια βάρους κ.λ.π.).

Στο **άρθρο 8** σημειώνεται ότι από τις μονάδες αυτές απαγορεύεται:

1. Η διενέργεια πάσης φύσεως πράξεων, που έχουν σχέση με την ιατρική, πλην της παροχής πρώτων βοηθειών σε περίπτωση συμβάντος και της απλής ιατρικής εξέτασης για τη χορήγηση της γνωμάτευσης του άρθρου 7, καθώς και η διαφήμιση για πράξεις που έχουν σχέση με την άσκηση του Ιατρικού επαγγέλματος.
2. Η χορήγηση ή μη με κάθε τρόπο προώθηση ή εμπορία, πάσης φύσεως φαρμάκων ή προϊόντων που περιέχουν φαρμακευτικές ουσίες και άλλων προϊόντων αρμοδιότητας Ε.Ο.Φ. για τα οποία απαιτείται άδεια κυκλοφορίας ή γνωστοποίηση στον Ε.Ο.Φ.

Σύμφωνα με το **άρθρο 9**, η μη συμμόρφωση στις διατάξεις της απόφασης αυτής συνεπάγεται διακοπή της λειτουργίας της μονάδας από έξι (6) μήνες μέχρι ένα χρόνο και σε περίπτωση υποτροπής, οριστική διακοπή της λειτουργίας της. Η διακοπή επιβάλλεται με απόφαση της οικείας Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης.

Τέλος, σύμφωνα με το **άρθρο 10** οι μονάδες που λειτουργούν κατά τη δημοσίευση της απόφασης αυτής, υποχρεούνται, μέσα σε αποκλειστική προθεσμία έξι (6) μηνών, να εφοδιαστούν με την προβλεπόμενη άδεια λειτουργίας.

Με την υπουργική απόφαση Αρ. Πρωτ. Υ3β οικ. 14185, η οποία δημοσιεύτηκε στις 9/2/2004 στο ΦΕΚ 246/Β τροποποιείται και συμπληρώνεται η υπουργική απόφαση 3215/3.6.98 σχετικά με τις προϋποθέσεις εγκατάστασης και λειτουργίας των Μονάδων Αδυνατίσματος και Διαιτολογικών Μονάδων.

Πιο συγκεκριμένα, συμπληρώνεται η παράγραφος 2 του άρθρου 6 της εν λόγω υπουργικής απόφασης ως εξής: Από το υπόλοιπο προσωπικό πέραν του υπευθύνου που θα απασχολείται με τις αισθητικές δραστηριότητες και σε ποσοστό 40% θα αποτελείται από πτυχιούχους αισθητικούς. Επιπλέον, συμπληρώνεται το εδάφιο 2 του άρθρου 9 της ίδιας υπουργικής απόφασης ως εξής: η οποία εκτελείται από την αστυνομική αρχή μετά από γνωστοποίηση της στον αρμόδιο Εισαγγελέα. Οι παραβάτες τιμωρούνται και με πρόστιμο ποσού από πέντε χιλιάδες (5.000) ευρώ έως τριάντα χιλιάδες (30.000) ευρώ, με απόφαση της οικείας

Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης, μετά από εισήγηση της Επιτροπής του άρθρου 5 της ως άνω υπουργικής απόφασης.

**ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ: ΥΠΟΥΡΓΙΚΗ ΑΠΟΦΑΣΗ Ζ1-1262/2007 ΓΙΑ ΤΗ ΡΥΘΜΙΣΗ ΤΩΝ ΤΥΠΩΝ
ΚΑΙ ΤΩΝ ΟΡΩΝ ΤΩΝ ΣΥΜΒΑΣΕΩΝ ΠΟΥ ΣΥΝΑΠΤΟΥΝ ΟΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ ΜΕ ΜΟΝΑΔΕΣ
ΑΔΥΝΑΤΙΣΜΑΤΟΣ ΚΑΙ ΓΥΜΝΑΣΤΗΡΙΑ**

Υπουργική Απόφαση Ζ1-1262, (ΦΕΚ 2122-31/10/2007)

«Ρύθμιση των τύπων και των όρων των συμβάσεων που συνάπτουν οι καταναλωτές με μονάδες αδυνατίσματος και γυμναστήρια».

Ο ΥΦΥΠΟΥΡΓΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Έχοντας υπόψη τις διατάξεις:

1. Του άρθρου 90 του Κώδικα νομοθεσίας για την Κυβέρνηση και τα κυβερνητικά όργανα, που κυρώθηκε με το άρθρο πρώτο του π.δ. 63/2005 (ΦΕΚ 98/Α'/2005) «Κωδικοποίηση της Νομοθεσίας για την Κυβέρνηση και τα Κυβερνητικά Όργανα».
2. Του άρθρου 18 παρ. 9 του ν. 3587/2007 (ΦΕΚ 152/Α'/10.7.2007) «Τροποποίηση και συμπλήρωση του ν. 2251/1994 «Προστασία των Καταναλωτών», όπως ισχύει, –Ενσωμάτωση της οδηγίας 2005/29 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου (ΕΕ L149)».
3. Του π.δ. 397/1998 «Οργανισμός του Υπουργείου Εμπορίου», όπως τροποποιήθηκε και ισχύει.
4. Του π.δ. 27/1996 «Συγχώνευση των Υπουργείων Τουρισμού, Βιομηχανίας–Ενέργειας και Τεχνολογίας και Εμπορίου στο Υπουργείο Ανάπτυξης» (ΦΕΚ 19/Α'/1.2.1996), όπως τροποποιήθηκε και ισχύει μετά την έκδοση του π.δ. 122/2004 (ΦΕΚ 85/Α'/17.3.2004).
5. Του π.δ. 59/1996 «Σύσταση Γενικής Γραμματείας Εμπορίου στο Υπουργείο Ανάπτυξης και καθορισμός των αρμοδιοτήτων της» (ΦΕΚ 51/Α'/18.3.1996).
6. Του π.δ. 197/1997 «Σύσταση Γενικής Γραμματείας Καταναλωτή και καθορισμός των αρμοδιοτήτων της» (ΦΕΚ 156/Α'/30.7.1997).
7. Του π.δ. 206/2007 «Διορισμός Υπουργών και Υφυπουργών» (ΦΕΚ 232/Α'/19.9.2007).
8. Της υπ' αριθμ. Δ 15/Α/Φ.19/19955/8.10.2007 απόφασης του Πρωθυπουργού και του Υπουργού Ανάπτυξης, για την ανάθεση αρμοδιοτήτων στους Υφυπουργούς Ανάπτυξης Σταύρο Καλαφάτη και Γεώργιο Βλάχο (ΦΕΚ 1982/Β'/9.10.2007)
9. Το γεγονός ότι από τις διατάξεις της παρούσας δεν προκαλείται δαπάνη σε βάρος του κρατικού προϋπολογισμού, αποφασίζει:

Άρθρο 1**Σκοπός**

Σκοπός της παρούσας απόφασης είναι η ρύθμιση των τύπων και των όρων των συμβάσεων που συνάπτουν οι καταναλωτές με μονάδες αδυνατίσματος κατά την έννοια του άρθρου 1 της υπ' αριθ. Υ 3Β/3215/3.6.1998 (ΦΕΚ 655/Β'/1998) απόφασης και γυμναστήρια, όπως εκάστοτε ισχύουν.

Άρθρο 2**Περιεχόμενο Σύμβασης**

Συμβάσεις παροχής υπηρεσιών οι οποίες παρέχονται σε περισσότερες της μίας επίσκεψης και οι οποίες καταρτίζονται από τις μονάδες αδυνατίσματος και τα γυμναστήρια, είναι άκυρες υπέρ του

καταναλωτή εάν δεν καταρτιστούν με δύο όμοια πρωτότυπα έγγραφα, ένα εκ των οποίων παραδίδεται στον καταναλωτή και στα οποία να αναφέρονται τουλάχιστον:

- α) όνομα, επωνυμία, διακριτικός τίτλος, πλήρης διεύθυνση του παρόχου των υπηρεσιών, ΑΦΜ, ΔΟΥ, Αριθμός Μητρώου της επιχείρησης, καθώς και όνομα και ιδιότητα αυτού που συμβάλλεται στο όνομα και για λογαριασμό του,
- β) ο αριθμός άδειας λειτουργίας της επιχείρησης,
- γ) η χρονολογία και ο τόπος κατάρτισης της σύμβασης,
- δ) η αναλυτική περιγραφή της φύσης και των χαρακτηριστικών των υπηρεσιών, ιδίως δε η επιμέρους χρονική διάρκεια κάθε συνεδρίας και ο συνολικός αριθμός των συνεδριών ανά κατηγορία υπηρεσιών με σαφή διαχωρισμό των τυχόν δωρεάν υπηρεσιών,
- ε) οι όροι εκτέλεσης της σύμβασης και ιδίως ο τρόπος και ο χρόνος παροχής των υπηρεσιών,
- στ) η ολική επιβάρυνση του καταναλωτή (η συνολική αξία του προγράμματος με ανάλυση της αξίας της κάθε μεμονωμένης υπηρεσίας που θα περιέχεται σε αυτό) και οι όροι πληρωμής και ιδίως, σε περίπτωση πίστωσης του τιμήματος ή πληρωμής με δόσεις, τα οριζόμενα στις υφιστάμενες διατάξεις περί καταναλωτικής πίστης (ΚΥΑ Φ-1 983/1991 – ΦΕΚ 172 Β'), όπως εκάστοτε αυτές ισχύουν και ιδίως το Συνολικό Ετήσιο Πραγματικό Ποσοστό Επιβάρυνσης (ΣΕΠΠΕ),
- ζ) το κατά το άρθρο 3 της παρούσας απόφασης δικαίωμα υπαναχώρησης και, σε χωριστό έντυπο, υπόδειγμα δήλωσης υπαναχώρησης του καταναλωτή από τη σύμβαση,
- η) η δυνατότητα εξώδικης επίλυσης διαφορών με προσφυγή στις Επιτροπές Φιλικού Διακανονισμού ή στον Συνήγορο του Καταναλωτή.

Άρθρο 3

Δικαίωμα Υπαναχώρησης και καταγγελίας

1. Στις ανωτέρω συμβάσεις ο καταναλωτής έχει δικαίωμα να υπαναχωρήσει ανατιολογήτως εντός τριάντα (30) ημερολογιακών ημερών από την επομένη της παραλαβής του πρωτοτύπου της σύμβασης, η οποία θα πρέπει να γίνεται με ευθύνη του προμηθευτή κατά την ημερομηνία υπογραφής της, εκτός εάν σε αυτήν προβλέπεται μεγαλύτερη προθεσμία. Η άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης εκ μέρους του καταναλωτή λαμβάνει χώρα εντός της προαναφερόμενης προθεσμίας με υποβολή εκ μέρους του συμπληρωμένου του σχετικού υποδείγματος ή δια απλής επιστολής-δήλωσης υπαναχώρησης απευθυνόμενης προς τη μονάδα αδυνατίσματος ή το γυμναστήριο. Η υπαναχώρηση υποβάλλεται είτε αυτοπροσώπως, είτε με τηλεομοιοτυπία, είτε με συστημένη επιστολή προς τον προμηθευτή και επιφέρει λύση της σύμβασης από την ημερομηνία παραλαβής της από τον προμηθευτή, εφόσον η αποστολή της με συστημένη επιστολή έλαβε χώρα εντός των τριάντα (30) ημερολογιακών ημερών.

2. Ο καταναλωτής δικαιούται, οποτεδήποτε κατά τη διάρκεια της σύμβασης και μετά την παρέλευση της κατά την προηγούμενη παράγραφο τασσόμενης προθεσμίας, από την παραλαβή της σύμβασης, να καταγγείλει τη σύμβαση, πριν τη λήξη του συμφωνημένου προγράμματος.

Στην περίπτωση της καταγγελίας, ο καταναλωτής υποχρεούται να καταβάλει το αντίτιμο των υπηρεσιών που του έχουν αποδεδειγμένα παρασχεθεί. Παράλληλα, οι επιχειρήσεις δικαιούνται αποζημίωσης από τον καταναλωτή η οποία θα ανέρχεται σε ποσοστό μέχρι 2,5% επί της αξίας του υπολοίπου ανεκτέλεστου προγράμματος και το οποίο θα προβλέπεται στη σύμβαση ρητά.

3. Στην περίπτωση που ο καταναλωτής ασκήσει το προβλεπόμενο στο παρόν άρθρο δικαίωμα υπαναχώρησης ή καταγγελίας της σύμβασης υποχρεούται να καταβάλει το αντίτιμο μόνο για τις υπηρεσίες που του έχουν αποδεδειγμένα παρασχεθεί.

Το πληρωτέο ποσό δεν μπορεί να υπερβαίνει ποσό ανάλογο με την έκταση των υπηρεσιών που ήδη παρασχέθηκαν, σε σχέση με το σύνολο των παροχών που προβλέπει η σύμβαση.

Είναι άκυροι όροι κατά τους οποίους παρεχόμενη έκπτωση δεν ισχύει σε περίπτωση εκτέλεσης μέρους μόνο των υπηρεσιών ενός προγράμματος και έχουν ως αποτέλεσμα την επανακοστολόγηση των υπηρεσιών.

4. Απαγορεύεται και είναι άκυρη η προκαταβολή, με οποιονδήποτε τρόπο, συμπεριλαμβανομένης και της τυχόν εγγραφής, ποσοστού που υπερβαίνει το 2,5% του συμφωνηθέντος συνολικού τιμήματος πριν αρχίσει η εκτέλεση της σύμβασης από τις μονάδες αδυνατίσματος ή τα γυμναστήρια.

5. Παραίτηση του καταναλωτή από τα δικαιώματα των παραγράφων 1 και 2 του παρόντος άρθρου είναι άκυρη.

Άρθρο 4

Λύση των συνδεδεμένων συμβάσεων

1. Στις περιπτώσεις που το τίμημα καλύπτεται εν όλω ή εν μέρει από πίστωση η οποία χορηγείται στον καταναλωτή είτε από τον προμηθευτή είτε από τρίτον, δυνάμει συμφωνίας συναπτόμενης μεταξύ του τρίτου και του προμηθευτή, τότε, εφόσον ο καταναλωτής ασκήσει το δικαίωμα υπαναχώρησης από τη σύμβαση ή καταγγελίας της σύμβασης, μπορεί να καταγγείλει και τη σύμβαση πίστωσης με δήλωση-έγγραφο όχλησής του απευθυνόμενη προς τον τρίτο, ο οποίος υποχρεούται από τη λήψη αυτής να τον απαλλάξει από τυχόν υπόλοιπα οφειλών χρεωμένων σε πιστωτική κάρτα για μη παρασχεθείσες υπηρεσίες. Οι μονάδες αδυνατίσματος και τα γυμναστήρια υποχρεούνται να ενημερώσουν σχετικά τον τρίτο, προκειμένου αυτός να προχωρήσει στην διακοπή περαιτέρω πληρωμών για το μέρος του προγράμματος του οποίου δεν πρόκειται να γίνει χρήση ένεκα της γενόμενης υπαναχώρησης ή καταγγελίας της σύμβασης.

2. Σε περίπτωση υπαναχώρησης ή καταγγελίας της σύμβασης από τον καταναλωτή, σύμφωνα με τα όσα ορίζονται στο άρθρο 3 της παρούσας απόφασης, ο προμηθευτής υποχρεούται εντός τριάντα (30) ημερολογιακών ημερών από την κοινοποίηση σε αυτόν της υπαναχώρησης ή της καταγγελίας, να του επιστρέψει στη συμφωνηθείσα τιμή τυχόν αχρεωστήτως εισπραχθέντα χρηματικά ποσά ή να τον απαλλάξει από την πληρωμή δόσεων καρτών ή υπολοίπου οφειλής χρεωμένης σε πιστωτική κάρτα που δεν αντιστοιχούν σε αποδεδειγμένα παρασχεθείσες υπηρεσίες. Την ίδια υποχρέωση έχουν οι τράπεζες, οι οποίες σε περίπτωση καταγγελίας ή

υπαναχώρησης του καταναλωτή οφείλουν να απόσχουν από κάθε ενέργεια είσπραξης των δόσεων από τον καταναλωτή, στρεφόμενες αποκλειστικά κατά του προμηθευτή προς τον οποίο έχουν τυχόν προκαταβάλει τα ποσά που αντιστοιχούν σε μη παρασχεθείσες υπηρεσίες.

3. Σε περίπτωση που το τίμημα καλύπτεται εν όλω ή εν μέρει από πίστωση η οποία χορηγείται στον καταναλωτή από τρίτον, δυνάμει συμφωνίας συναπτόμενης μεταξύ του τρίτου και του προμηθευτή και κατά την διάρκεια της σύμβασης ο προμηθευτής πτωχεύσει ή για οποιονδήποτε λόγο παύσει τις εργασίες του, τότε ο τρίτος-πιστωτής δικαιούται να ζητήσει από τον καταναλωτή μόνο το τίμημα για το οποίο έχουν παρασχεθεί οι υπηρεσίες και μέχρι το χρόνο που υπήρχε η δυνατότητα παροχής των υπηρεσιών.

Άρθρο 5

Κυρώσεις

Σε περίπτωση παράβασης των διατάξεων της παρούσης, έχει εφαρμογή το άρθρο 13α «Κυρώσεις» του ν. 2251/1994 «Προστασία των καταναλωτών» (ΦΕΚ 191/Α'), όπως προστέθηκε με το άρθρο 17 του ν. 3587/2007 (ΦΕΚ 152/Α'/10.7.2007) Τροποποίηση και συμπλήρωση του ν. 2251/1994 «προστασία των καταναλωτών», όπως ισχύει.– Ενσωμάτωση της οδηγίας 2005/29 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου (ΕΕ L149).

Άρθρο 6

Έναρξη ισχύος

Η ισχύς της παρούσας απόφασης αρχίζει από τη δημοσίευσή της στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως.

Η απόφαση αυτή να δημοσιευθεί στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως.

Αθήνα, 29 Οκτωβρίου 2007

Ο ΥΦΥΠΟΥΡΓΟΣ

ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΒΛΑΧΟΣ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙΙ: ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΙ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ

ICAP Α.Ε.

ΣΕΛΙΔΑ: 1

ΚΩΔΙΚΟΣ ICAP: 254153**ΛΙΠΟΓΕΝ ΑΓΡΙΝΙΟΥ Ε.Π.Ε.**

ΤΑ ΠΟΣΑ ΣΕ

(€)	(€)	(€)
	31/12/2003	31/12/2004

ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ

ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΓΙΑ	111.015	102.921
ΓΗΠΕΔΑ ΟΙΚΟΠΕΔΑ	0	0
ΚΤΙΡΙΑ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	93.228	110.033
ΜΗΧΑΝΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	0	0
ΑΣΩΜ.ΑΚΙΝΗΤ. ΔΑΠ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒ.	54.168	60.615
ΜΕΙΟΝ ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	46.332	77.678
ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ ΚΤΙΡΙΩΝ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ	37.352	56.638
ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ ΜΗΧΑΝΟΛΟΓ.ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ	0	0
ΑΠΟΣΒ.ΔΑΠ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒ-ΑΣΩΜ.ΑΚΙΝ.	8.980	21.040
ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	9.952	9.952
ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ	0	0
ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	14.887	8.783
ΕΤΟΙΜΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ	2.817	3.784
ΗΜΙΚΑΤΕΡΓΑΣΜΕΝΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ	0	0
ΥΛΕΣ ΥΛΙΚΑ	12.070	4.998
ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	14.681	7.854
ΑΠΑΙΤ.ΠΕΛΑΤΩΝ ΓΡΑΜΜ.ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΑ	10.259	7.479
ΧΡΕΟΓΡΑΦΑ	0	0
ΛΟΙΠΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	4.422	375
ΤΑΜΕΙΟ - ΤΡΑΠΕΖΕΣ	114.274	117.859
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	254.858	237.417

ΠΑΘΗΤΙΚΟ

ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	65.842	25.786
ΜΕΤΟΧΙΚΟ ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	18.000	18.000
ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΑ	2.567	4.221
ΑΔΙΑΝ.ΚΕΡΔΗ ΣΥΣΣ. ΖΗΜΙΕΣ	45.275	3.565
ΜΕΣΟ.& ΜΑΚΡΟ. ΥΠΟΧ.& ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	0	0
ΜΕΣΟΜΑΚΡ. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	0	0
ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	0	0
ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	189.016	211.630
ΟΦΕΙΛΕΣ ΣΕ ΤΡΑΠ ΔΟΣΕΙΣ ΜΑΚΡ. ΔΑΝΕΙΩΝ	0	0
ΓΡΑΜ. ΠΛΗΡΩΤ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ ΠΙΣΤΩΤΕΣ	39.854	72.447
ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ ΠΛΗΡ ΚΕΡΔΗ ΠΡΟΣ ΔΙΑΝΟΜΗ	0	0
ΛΟΙΠΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	149.163	139.183
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	254.858	237.417

04/11/2002	01/01/2004
31/12/2003	31/12/2004

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ

ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΠΩΛΗΣΕΙΣ)	664.265	551.227
ΜΕΙΟΝ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ	224.600	151.079
ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ	439.665	400.148
ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤ.ΕΣΟΔΑ	0	0
ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	13.621	296
ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	356.630	362.580
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ	69.414	37.272
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	0	0
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	459	4.194
ΑΠΟΣΒ.ΕΚΤΟΣ ΚΟΣΤ.ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	0	0
ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	46.332	31.346
ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΚΟΣΤΟΣ	46.332	31.346
ΚΕΡΔΟΣ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	68.956	33.078
ΕΒΙΤΔΑ	129.367	68.914
ΚΑΘΑΡΑ ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ	3.500	60.000
ΦΟΡΟΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	17.614	13.133

ICAP Α.Ε.

ΣΕΛΙΔΑ: 2

ΚΩΔΙΚΟΣ ICAP: 254153**ΛΙΠΟΓΕΝ ΑΓΡΙΝΙΟΥ Ε.Π.Ε.****ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ**

	2003	2004
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΙΔΙΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ	104,73	128,28
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧΟΛ. ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ	27,06	13,93
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΜΙΚΤΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	66,19	72,59
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	10,45	6,76
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	10,38	6,00
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ ΕΒΙΤΔΑ	19,48	12,50
ΣΧΕΣΗ ΞΕΝΩΝ ΠΡΟΣ ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	2,87	8,21
ΚΑΛΥΨΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΔΑΠΑΝΩΝ	6,06	112,75
ΒΡΑΧ. ΤΡΑΠΕΖ. ΔΑΝΕΙΣΜΟΣ ΠΡΟΣ ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛ.	-	-
ΓΕΝΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,76	0,64
ΕΙΔΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,68	0,59
ΤΑΜΕΙΑΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,60	0,56
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ (ΣΕ €)	-45.174	-77.134
Μ.Ο ΠΡΟΘΕΣΜΙΑΣ ΕΙΣΠΡΑΞΗΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ	6	5
Μ.Ο ΠΡΟΘΕΣΜΙΑΣ ΕΞΟΦΛΗΣΗΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ	65	175
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΤΑ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ	24	21
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ. ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ	2,61	2,32

ICAP Α.Ε.

ΣΕΛΙΔΑ: 1

ΚΩΔΙΚΟΣ ICAP: 207102**WOMAN S STUDIO Α.Ε.**

ΤΑ ΠΟΣΑ ΣΕ

ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ

	(€) 31/12/2004	(€) 31/12/2005	(€) 31/12/2006
ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΓΙΑ	38.411	57.177	52.856
ΓΗΠΕΔΑ ΟΙΚΟΠΕΔΑ	0	0	0
ΚΤΙΡΙΑ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	380.152	408.538	413.965
ΜΗΧΑΝΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	0	0	0
ΑΣΩΜ.ΑΚΙΝΗΤ. ΔΑΠ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒ.	28.133	28.133	28.133
ΜΕΙΟΝ ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	373.485	383.805	393.553
ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ ΚΤΙΡΙΩΝ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ	346.877	355.672	365.420
ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ ΜΗΧΑΝΟΛΟΓ.ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ	0	0	0
ΑΠΟΣΒ.ΔΑΠ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒ-ΑΣΩΜ.ΑΚΙΝ.	26.607	28.133	28.133
ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	3.611	4.311	4.311
ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ	0	0	0
ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	20.549	43.175	39.172
ΕΤΟΙΜΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ	13.701	22.772	21.221
ΗΜΙΚΑΤΕΡΓΑΣΜΕΝΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ	0	0	0
ΥΛΕΣ ΥΛΙΚΑ	6.848	20.402	17.951
ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	202.936	194.489	310.290
ΑΠΑΙΤ.ΠΕΛΑΤΩΝ ΓΡΑΜΜ.ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΑ	200.663	190.237	304.668
ΧΡΕΟΓΡΑΦΑ	0	0	0
ΛΟΙΠΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	2.273	4.253	5.622
ΤΑΜΕΙΟ - ΤΡΑΠΕΖΕΣ	12.993	4.868	29.008
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	274.890	299.709	431.325

ΠΑΘΗΤΙΚΟ

ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	172.151	163.047	224.779
ΜΕΤΟΧΙΚΟ ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	278.825	278.825	278.825
ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΑ	336	336	336
ΑΔΙΑΝ.ΚΕΡΔΗ ΣΥΣΣ. ΖΗΜΙΕΣ	-107.011	-116.114	-54.383
ΜΕΣΟ.& ΜΑΚΡΟ. ΥΠΟΧ.& ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	0	0	0
ΜΕΣΟΜΑΚΡ. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	0	0	0
ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	0	0	0
ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	102.739	136.662	206.546
ΟΦΕΙΛΕΣ ΣΕ ΤΡΑΠ ΔΟΣΕΙΣ ΜΑΚΡ. ΔΑΝΕΙΩΝ	0	0	100.003
ΓΡΑΜ. ΠΛΗΡΩΤ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ ΠΙΣΤΩΤΕΣ	60.047	88.144	50.764
ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ ΠΛΗΡ ΚΕΡΔΗ ΠΡΟΣ ΔΙΑΝΟΜΗ	0	0	0
ΛΟΙΠΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	42.692	48.518	55.779
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	274.890	299.709	431.325

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ

	01/01/2004 31/12/2004	01/01/2005 31/12/2005	01/01/2006 31/12/2006
ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΠΩΛΗΣΕΙΣ)	347.446	361.464	392.668
ΜΕΙΟΝ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ	253.789	280.070	314.548
ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ	93.657	81.395	78.120
ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤ.ΕΣΟΔΑ	0	11.311	11.840
ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	1.920	4.527	3.975
ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	63.744	87.955	123.293
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ	27.993	225	-37.309
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	2	3	1
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	4.262	1.479	1.235
ΑΠΟΣΒ.ΕΚΤΟΣ ΚΟΣΤ.ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	13.387	7.853	6.736
ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	16.121	10.321	9.748
ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΚΟΣΤΟΣ	2.734	2.468	3.013
ΚΕΡΔΟΣ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	10.347	-9.103	-45.279
ΕΒΙΤΔΑ	32.647	7.220	-30.321
ΚΑΘΑΡΑ ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ	0	0	0
ΦΟΡΟΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	3.622	0	0

ICAP A.E.

ΣΕΛΙΔΑ: 2

ΚΩΔΙΚΟΣ ICAP: 207102**WOMAN S STUDIO A.E.****ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ**

	2004	2005	2006
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΙΔΙΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ	6,01	-5,58	-20,14
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧΟΛ. ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ	3,76	-3,04	-10,50
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΜΙΚΤΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	26,96	22,52	19,89
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	8,06	0,06	-9,50
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	2,98	-2,52	-11,53
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ ΕΒΙΤΔΑ	9,40	2,00	-7,72
ΣΧΕΣΗ ΞΕΝΩΝ ΠΡΟΣ ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	0,60	0,84	0,92
ΚΑΛΥΨΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΔΑΠΑΝΩΝ	6,39	-	-
ΒΡΑΧ. ΤΡΑΠΕΖ. ΔΑΝΕΙΣΜΟΣ ΠΡΟΣ ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛ.	-	-	44,49
ΓΕΝΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	2,30	1,77	1,83
ΕΙΔΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	2,10	1,46	1,64
ΤΑΜΕΙΑΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,13	0,04	0,14
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ (ΣΕ €)	133.739	105.870	171.924
Μ.Ο ΠΡΟΘΕΣΜΙΑΣ ΕΙΣΠΡΑΞΗΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ	211	192	283
Μ.Ο ΠΡΟΘΕΣΜΙΑΣ ΕΞΟΦΛΗΣΗΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ	86	115	59
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΤΑ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ	30	56	45
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ. ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ	1,26	1,21	0,91

ICAP Α.Ε.

ΣΕΛΙΔΑ: 1

ΚΩΔΙΚΟΣ ICAP: 249256**ΕΛΚΑΕΡ Α.Ε.Ε.**

ΤΑ ΠΟΣΑ ΣΕ

ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ

	(€) 31/12/2004	(€) 31/12/2005	(€) 31/12/2006
ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΓΙΑ	707.270	635.354	651.427
ΓΗΠΕΔΑ ΟΙΚΟΠΕΔΑ	0	0	0
ΚΤΙΡΙΑ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	813.281	843.200	966.170
ΜΗΧΑΝΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	0	0	0
ΑΣΩΜ.ΑΚΙΝΗΤ. ΔΑΠ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒ.	97.391	97.391	98.175
ΜΕΙΟΝ ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	206.185	308.799	416.479
ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ ΚΤΙΡΙΩΝ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ	193.125	285.797	383.518
ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ ΜΗΧΑΝΟΛΟΓ.ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ	0	0	0
ΑΠΟΣΒ.ΔΑΠ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒ-ΑΣΩΜ.ΑΚΙΝ.	13.060	23.003	32.961
ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	2.782	3.562	3.562
ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ	0	0	0
ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	0	0	0
ΕΤΟΙΜΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ	0	0	0
ΗΜΙΚΑΤΕΡΓΑΣΜΕΝΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ	0	0	0
ΥΛΕΣ ΥΛΙΚΑ	0	0	0
ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	244.173	83.102	1.991
ΑΠΑΙΤ.ΠΕΛΑΤΩΝ ΓΡΑΜΜ.ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΑ	0	83.102	1.991
ΧΡΕΟΓΡΑΦΑ	242.885	0	0
ΛΟΙΠΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	1.288	0	0
ΤΑΜΕΙΟ - ΤΡΑΠΕΖΕΣ	692.183	7.509	13.594
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	1.643.626	725.965	667.012

ΠΑΘΗΤΙΚΟ

ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	213.827	105.622	464.347
ΜΕΤΟΧΙΚΟ ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	300.000	300.000	345.000
ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΑ	0	0	195.000
ΑΔΙΑΝ.ΚΕΡΔΗ ΣΥΣΣ. ΖΗΜΙΕΣ	-86.173	-194.378	-75.653
ΜΕΣΟ.& ΜΑΚΡΟ. ΥΠΟΧ.& ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	0	0	0
ΜΕΣΟΜΑΚΡ. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	0	0	0
ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	0	0	0
ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	1.429.798	620.343	202.665
ΟΦΕΙΛΕΣ ΣΕ ΤΡΑΠ ΔΟΣΕΙΣ ΜΑΚΡ. ΔΑΝΕΙΩΝ	0	75.000	0
ΓΡΑΜ. ΠΛΗΡΩΤ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ ΠΙΣΤΩΤΕΣ	0	91.089	132.523
ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ ΠΛΗΡ ΚΕΡΔΗ ΠΡΟΣ ΔΙΑΝΟΜΗ	0	0	0
ΛΟΙΠΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	1.429.798	454.254	70.142
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	1.643.626	725.965	667.012

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ

	01/01/2004 31/12/2004	01/01/2005 31/12/2005	01/01/2006 31/12/2006
ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΠΩΛΗΣΕΙΣ)	1.158.697	764.016	1.150.031
ΜΕΙΟΝ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ	747.754	653.549	699.683
ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ	410.944	110.467	450.348
ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤ.ΕΣΟΔΑ	5.755	4.383	0
ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	10.313	6.293	2.159
ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	444.406	339.358	338.044
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ	-38.021	-230.801	110.145
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	91	146.037	8.764
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	85	164	183
ΑΠΟΣΒ.ΕΚΤΟΣ ΚΟΣΤ.ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	0	0	0
ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	99.016	102.615	107.680
ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΚΟΣΤΟΣ	99.016	102.615	107.680
ΚΕΡΔΟΣ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	-38.014	-84.929	118.725
ΕΒΙΤΔΑ	71.308	-121.893	219.984
ΚΑΘΑΡΑ ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ	0	0	0
ΦΟΡΟΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	0	0	0

ICAP Α.Ε.

ΣΕΛΙΔΑ: 2

ΚΩΔΙΚΟΣ ICAP: 249256**ΕΛΚΑΕΡ Α.Ε.Ε.****ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ**

	2004	2005	2006
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΙΔΙΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ	-17,78	-80,41	25,57
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧΟΛ. ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ	-2,31	-11,70	17,80
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΜΙΚΤΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	35,47	14,46	39,16
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	-3,28	-30,21	9,58
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	-3,28	-11,12	10,32
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ ΕΒΙΤΔΑ	6,15	-15,95	19,13
ΣΧΕΣΗ ΞΕΝΩΝ ΠΡΟΣ ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	6,69	5,87	0,44
ΚΑΛΥΨΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΔΑΠΑΝΩΝ	-	-	55,99
ΒΡΑΧ. ΤΡΑΠΕΖ. ΔΑΝΕΙΣΜΟΣ ΠΡΟΣ ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛ.	-	71,01	-
ΓΕΝΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,65	0,15	0,08
ΕΙΔΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,65	0,15	0,08
ΤΑΜΕΙΑΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,65	0,01	0,07
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ (ΣΕ €)	-493.442	-529.732	-187.080
Μ.Ο ΠΡΟΘΕΣΜΙΑΣ ΕΙΣΠΡΑΞΗΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ	-	40	1
Μ.Ο ΠΡΟΘΕΣΜΙΑΣ ΕΞΟΦΛΗΣΗΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ	-	51	69
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΤΑ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ	-	-	-
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ. ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ	0,70	1,05	1,72

ICAP Α.Ε.

ΣΕΛΙΔΑ: 1

ΚΩΔΙΚΟΣ ICAP: 26664**ΕΣΤΕΡ ΣΤΟΥΝΤΙΟ ΥΓΕΙΑΣ Α.Ε.**

ΤΑ ΠΟΣΑ ΣΕ

ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ

	(€) 31/12/2004	(€) 31/12/2005	(€) 31/12/2006
ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΓΙΑ	4.305.602	4.957.379	4.837.633
ΓΗΠΕΔΑ ΟΙΚΟΠΕΔΑ	493.058	493.058	493.058
ΚΤΙΡΙΑ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	2.071.851	2.581.578	2.585.054
ΜΗΧΑΝΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	0	0	0
ΑΣΩΜ.ΑΚΙΝΗΤ. ΔΑΠ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒ.	313.002	313.226	313.226
ΜΕΙΟΝ ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	723.483	845.609	968.222
ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ ΚΤΙΡΙΩΝ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ	561.133	654.385	748.349
ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ ΜΗΧΑΝΟΛΟΓ.ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ	0	0	0
ΑΠΟΣΒ.ΔΑΠ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒ-ΑΣΩΜ.ΑΚΙΝ.	162.350	191.224	219.873
ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	137.186	150.008	149.400
ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ	2.013.988	2.265.117	2.265.117
ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	0	0	0
ΕΤΟΙΜΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ	0	0	0
ΗΜΙΚΑΤΕΡΓΑΣΜΕΝΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ	0	0	0
ΥΛΕΣ ΥΛΙΚΑ	0	0	0
ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	673.553	782.963	740.495
ΑΠΑΙΤ.ΠΕΛΑΤΩΝ ΓΡΑΜΜ.ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΑ	673.553	782.963	740.495
ΧΡΕΟΓΡΑΦΑ	0	0	0
ΛΟΙΠΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	0	0	0
ΤΑΜΕΙΟ - ΤΡΑΠΕΖΕΣ	31.079	147.757	139.587
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	5.010.234	5.888.099	5.717.715

ΠΑΘΗΤΙΚΟ

ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	3.590.664	3.584.328	3.426.022
ΜΕΤΟΧΙΚΟ ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	3.180.600	3.180.600	3.525.000
ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΑ	410.064	410.064	66.982
ΑΔΙΑΝ.ΚΕΡΔΗ ΣΥΣΣ. ΖΗΜΙΕΣ	0	-6.336	-165.961
ΜΕΣΟ.& ΜΑΚΡΟ. ΥΠΟΧ.& ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	0	0	0
ΜΕΣΟΜΑΚΡ. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	0	0	0
ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	0	0	0
ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	1.419.570	2.303.771	2.291.693
ΟΦΕΙΛΕΣ ΣΕ ΤΡΑΠ ΔΟΣΕΙΣ ΜΑΚΡ. ΔΑΝΕΙΩΝ	751.292	2.033.708	2.012.003
ΓΡΑΜ. ΠΛΗΡΩΤ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ ΠΙΣΤΩΤΕΣ	405.869	221.911	218.548
ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ ΠΛΗΡ ΚΕΡΔΗ ΠΡΟΣ ΔΙΑΝΟΜΗ	137.700	0	0
ΛΟΙΠΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	124.709	48.152	61.142
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	5.010.234	5.888.099	5.717.715

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ

	01/01/2004 31/12/2004	01/01/2005 31/12/2005	01/01/2006 31/12/2006
ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΠΩΛΗΣΕΙΣ)	358.203	246.927	150.393
ΜΕΙΟΝ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ	240.746	190.304	113.376
ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ	117.457	56.623	37.017
ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤ.ΕΣΟΔΑ	880.372	917.794	953.349
ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	4.093	111.947	125.115
ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	940.814	985.563	1.026.109
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ	52.922	-123.093	-160.858
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	154.397	134.264	6.554
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	8.808	4.137	5.319
ΑΠΟΣΒ.ΕΚΤΟΣ ΚΟΣΤ.ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	0	0	0
ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	125.575	122.125	122.613
ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΚΟΣΤΟΣ	125.575	122.125	122.613
ΚΕΡΔΟΣ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	198.511	7.034	-159.624
ΕΒΙΤΔΑ	182.590	110.979	86.870
ΚΑΘΑΡΑ ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ	137.700	0	0
ΦΟΡΟΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	53.553	0	0

ICAP Α.Ε.

ΣΕΛΙΔΑ: 2

ΚΩΔΙΚΟΣ ICAP: 26664**ΕΣΤΕΡ ΣΤΟΥΝΤΙΟ ΥΓΕΙΑΣ Α.Ε.****ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ**

	2004	2005	2006
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΙΔΙΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ	5,53	0,20	-4,66
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧΟΛ. ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ	3,96	0,12	-2,79
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΜΙΚΤΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	32,79	22,93	24,61
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	14,77	-49,85	-106,96
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	55,42	2,85	-106,14
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ ΕΒΙΤΔΑ	50,97	44,94	57,76
ΣΧΕΣΗ ΞΕΝΩΝ ΠΡΟΣ ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	0,40	0,64	0,67
ΚΑΛΥΨΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΔΑΠΑΝΩΝ	49,50	1,06	-
ΒΡΑΧ. ΤΡΑΠΕΖ. ΔΑΝΕΙΣΜΟΣ ΠΡΟΣ ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛ.	20,92	56,74	58,73
ΓΕΝΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,50	0,40	0,38
ΕΙΔΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,50	0,40	0,38
ΤΑΜΕΙΑΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,02	0,06	0,06
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ (ΣΕ €)	-714.938	-1.373.051	-1.411.611
Μ.Ο ΠΡΟΘΕΣΜΙΑΣ ΕΙΣΠΡΑΞΗΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ	686	-	-
Μ.Ο ΠΡΟΘΕΣΜΙΑΣ ΕΞΟΦΛΗΣΗΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ	615	426	704
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΤΑ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ	-	-	-
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ. ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ	0,07	0,04	0,03

ICAP Α.Ε.

ΣΕΛΙΔΑ: 1

ΚΩΔΙΚΟΣ ICAP: 220510**ΚΕΛΜΑΛΗ Χ. Π. Α. Ε.Π.Ε.**

ΤΑ ΠΟΣΑ ΣΕ

ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ

	(€) 31/12/2004	(€) 31/12/2005	(€) 31/12/2006
ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΓΙΑ	39.047	42.778	173.748
ΓΗΠΕΔΑ ΟΙΚΟΠΕΔΑ	0	0	0
ΚΤΙΡΙΑ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	112.075	137.985	283.139
ΜΗΧΑΝΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	0	0	0
ΑΣΩΜ.ΑΚΙΝΗΤ. ΔΑΠ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒ.	0	0	0
ΜΕΙΟΝ ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	74.613	96.792	111.111
ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ ΚΤΙΡΙΩΝ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ	74.613	96.792	111.111
ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ ΜΗΧΑΝΟΛΟΓ.ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ	0	0	0
ΑΠΟΣΒ.ΔΑΠ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒ-ΑΣΩΜ.ΑΚΙΝ.	0	0	0
ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	1.585	1.585	1.720
ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ	0	0	0
ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	1.985	5.956	2.198
ΕΤΟΙΜΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ	1.985	5.956	2.198
ΗΜΙΚΑΤΕΡΓΑΣΜΕΝΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ	0	0	0
ΥΛΕΣ ΥΛΙΚΑ	0	0	0
ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	15.333	148	47.389
ΑΠΑΙΤ.ΠΕΛΑΤΩΝ ΓΡΑΜΜ.ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΑ	15.333	148	47.389
ΧΡΕΟΓΡΑΦΑ	0	0	0
ΛΟΙΠΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	0	0	0
ΤΑΜΕΙΟ - ΤΡΑΠΕΖΕΣ	65.446	71.032	32.581
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	121.811	119.914	255.916

ΠΑΘΗΤΙΚΟ

ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	27.490	28.873	-17.746
ΜΕΤΟΧΙΚΟ ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	18.000	18.000	18.000
ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΑ	9.490	10.873	10.873
ΑΔΙΑΝ.ΚΕΡΔΗ ΣΥΣΣ. ΖΗΜΙΕΣ	0	0	-46.619
ΜΕΣΟ.& ΜΑΚΡΟ. ΥΠΟΧ.& ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	0	0	110.214
ΜΕΣΟΜΑΚΡ. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	0	0	110.214
ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	0	0	0
ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	94.321	91.041	163.449
ΟΦΕΙΛΕΣ ΣΕ ΤΡΑΠ ΔΟΣΕΙΣ ΜΑΚΡ. ΔΑΝΕΙΩΝ	0	0	0
ΓΡΑΜ. ΠΛΗΡΩΤ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ ΠΙΣΤΩΤΕΣ	55.240	76.334	152.069
ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ ΠΛΗΡ ΚΕΡΔΗ ΠΡΟΣ ΔΙΑΝΟΜΗ	0	0	0
ΛΟΙΠΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	39.081	14.707	11.380
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	121.811	119.914	255.916

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ

	01/01/2004 31/12/2004	01/01/2005 31/12/2005	01/01/2006 31/12/2006
ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΠΩΛΗΣΕΙΣ)	46.589	37.907	390.272
ΜΕΙΟΝ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ	26.670	26.428	80.004
ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ	19.919	11.479	310.269
ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤ.ΕΣΟΔΑ	401.642	457.531	8.479
ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	0	0	0
ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	345.045	428.320	367.911
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ	76.515	40.690	-49.164
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	0	0	8.710
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	0	0	0
ΑΠΟΣΒ.ΕΚΤΟΣ ΚΟΣΤ.ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	0	0	0
ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	13.381	17.804	18.692
ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΚΟΣΤΟΣ	13.381	17.804	18.692
ΚΕΡΔΟΣ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	76.515	40.690	-40.454
ΕΒΙΤΔΑ	89.896	58.494	-30.472
ΚΑΘΑΡΑ ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ	0	0	0
ΦΟΡΟΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	26.780	13.021	0

ICAP Α.Ε.

ΣΕΛΙΔΑ: 2

ΚΩΔΙΚΟΣ ICAP: 220510**ΚΕΛΜΑΛΗ Χ. Π. Α. Ε.Π.Ε.****ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ**

	2004	2005	2006
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΙΔΙΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ	278,34	140,93	-
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧΟΛ. ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ	62,81	33,93	-15,81
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΜΙΚΤΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	42,75	30,28	79,50
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	164,23	107,34	-12,60
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	164,23	107,34	-10,37
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ ΕΒΙΤΔΑ	192,96	154,31	-7,81
ΣΧΕΣΗ ΞΕΝΩΝ ΠΡΟΣ ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	3,43	3,15	-
ΚΑΛΥΨΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΔΑΠΑΝΩΝ	-	-	-
ΒΡΑΧ. ΤΡΑΠΕΖ. ΔΑΝΕΙΣΜΟΣ ΠΡΟΣ ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛ.	-	-	-
ΓΕΝΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,88	0,85	0,50
ΕΙΔΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,86	0,78	0,49
ΤΑΜΕΙΑΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,69	0,78	0,20
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ (ΣΕ €)	-11.557	-13.905	-81.281
Μ.Ο ΠΡΟΘΕΣΜΙΑΣ ΕΙΣΠΡΑΞΗΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ	120	1	44
Μ.Ο ΠΡΟΘΕΣΜΙΑΣ ΕΞΟΦΛΗΣΗΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ	-	-	694
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΤΑ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ	27	82	10
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ. ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ	0,38	0,32	1,53

ICAP Α.Ε.

ΣΕΛΙΔΑ: 1

ΚΩΔΙΚΟΣ ICAP: 258783**ΝΕΑ ΕΜΦΑΝΙΣΗ - ΟΜΟΡΦΙΑ - ΑΔΥΝΑΤΙΣΜΑ Α.Ε.**

ΤΑ ΠΟΣΑ ΣΕ

ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ

	(€) 31/12/2003	(€) 31/12/2004	(€) 31/12/2005
ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΓΙΑ	102.769	91.141	89.112
ΓΗΠΕΔΑ ΟΙΚΟΠΕΔΑ	0	0	0
ΚΤΙΡΙΑ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	90.469	78.637	76.608
ΜΗΧΑΝΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	0	0	0
ΑΣΩΜ.ΑΚΙΝΗΤ. ΔΑΠ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒ.	0	0	0
ΜΕΙΟΝ ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	0	0	0
ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ ΚΤΙΡΙΩΝ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ	0	0	0
ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ ΜΗΧΑΝΟΛΟΓ.ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ	0	0	0
ΑΠΟΣΒ.ΔΑΠ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒ-ΑΣΩΜ.ΑΚΙΝ.	0	0	0
ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	12.300	12.504	12.504
ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ	0	0	0
ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	19.507	4.136	2.451
ΕΤΟΙΜΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ	16.384	150	0
ΗΜΙΚΑΤΕΡΓΑΣΜΕΝΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ	0	0	0
ΥΛΕΣ ΥΛΙΚΑ	3.124	3.985	2.451
ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	71.898	10.207	17.401
ΑΠΑΙΤ.ΠΕΛΑΤΩΝ ΓΡΑΜΜ.ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΑ	71.898	10.014	17.401
ΧΡΕΟΓΡΑΦΑ	0	0	0
ΛΟΙΠΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	0	193	0
ΤΑΜΕΙΟ - ΤΡΑΠΕΖΕΣ	49.460	97.090	85.741
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	243.634	202.573	194.705

ΠΑΘΗΤΙΚΟ

ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	34.368	-49.584	-7.144
ΜΕΤΟΧΙΚΟ ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	60.000	60.000	60.000
ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΑ	0	0	0
ΑΔΙΑΝ.ΚΕΡΔΗ ΣΥΣΣ. ΖΗΜΙΕΣ	-25.632	-109.584	-67.144
ΜΕΣΟ.& ΜΑΚΡΟ. ΥΠΟΧ.& ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	0	0	65.346
ΜΕΣΟΜΑΚΡ. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	0	0	65.346
ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	0	0	0
ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	209.266	252.157	136.504
ΟΦΕΙΛΕΣ ΣΕ ΤΡΑΠ ΔΟΣΕΙΣ ΜΑΚΡ. ΔΑΝΕΙΩΝ	63.140	0	0
ΓΡΑΜ. ΠΛΗΡΩΤ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ ΠΙΣΤΩΤΕΣ	46.975	147.770	18.300
ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ ΠΛΗΡ ΚΕΡΔΗ ΠΡΟΣ ΔΙΑΝΟΜΗ	0	0	0
ΛΟΙΠΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	99.152	104.387	118.204
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	243.634	202.573	194.705

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ

	01/06/2003 31/12/2003	01/01/2004 31/12/2004	01/01/2005 31/12/2005
ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΠΩΛΗΣΕΙΣ)	97.632	430.353	975.533
ΜΕΙΟΝ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ	46.853	39.538	10.121
ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ	50.780	390.815	965.411
ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤ.ΕΣΟΔΑ	0	0	0
ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	11.109	0	0
ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	65.303	474.767	922.972
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ	-25.632	-83.951	42.440
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	0	0	37
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	0	0	0
ΑΠΟΣΒ.ΕΚΤΟΣ ΚΟΣΤ.ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	0	0	0
ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	0	0	0
ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΚΟΣΤΟΣ	0	0	0
ΚΕΡΔΟΣ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	-25.632	-83.951	42.477
ΕΒΙΤΔΑ	-14.523	-83.951	42.440
ΚΑΘΑΡΑ ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ	0	0	0
ΦΟΡΟΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	0	0	0

ICAP Α.Ε.

ΣΕΛΙΔΑ: 2

ΚΩΔΙΚΟΣ ICAP: 258783**ΝΕΑ ΕΜΦΑΝΙΣΗ - ΟΜΟΡΦΙΑ - ΑΔΥΝΑΤΙΣΜΑ Α.Ε.****ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ**

	2003	2004	2005
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΙΔΙΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ	-74,58	-	-
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧΟΛ. ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ	-10,52	-41,44	21,82
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΜΙΚΤΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	52,01	90,81	98,96
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	-26,25	-19,51	4,35
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	-26,25	-19,51	4,35
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ ΕΒΙΤΔΑ	-14,88	-19,51	4,35
ΣΧΕΣΗ ΞΕΝΩΝ ΠΡΟΣ ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	6,09	-	-
ΚΑΛΥΨΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΔΑΠΑΝΩΝ	-	-	-
ΒΡΑΧ. ΤΡΑΠΕΖ. ΔΑΝΕΙΣΜΟΣ ΠΡΟΣ ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛ.	183,72	-	-
ΓΕΝΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,67	0,44	0,77
ΕΙΔΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,58	0,43	0,76
ΤΑΜΕΙΑΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,24	0,39	0,63
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ (ΣΕ €)	-68.401	-140.724	-30.911
Μ.Ο ΠΡΟΘΕΣΜΙΑΣ ΕΙΣΠΡΑΞΗΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ	269	8	7
Μ.Ο ΠΡΟΘΕΣΜΙΑΣ ΕΞΟΦΛΗΣΗΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ	366	-	660
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΤΑ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ	152	38	88
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ. ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ	0,40	2,12	5,01

ICAP Α.Ε.

ΣΕΛΙΔΑ: 1

ΚΩΔΙΚΟΣ ICAP: 247951**ΣΙΤΥ ΜΠΙΖΝΕΣ Α.Ε.**

ΤΑ ΠΟΣΑ ΣΕ

ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ

ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΓΙΑ

ΓΗΠΕΔΑ ΟΙΚΟΠΕΔΑ

ΚΤΙΡΙΑ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ

ΜΗΧΑΝΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ

ΑΣΩΜ.ΑΚΙΝΗΤ. ΔΑΠ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒ.

ΜΕΙΟΝ ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ

ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ ΚΤΙΡΙΩΝ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ

ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ ΜΗΧΑΝΟΛΟΓ.ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ

ΑΠΟΣΒ.ΔΑΠ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒ-ΑΣΩΜ.ΑΚΙΝ.

ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ

ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ

ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ

ΕΤΟΙΜΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ

ΗΜΙΚΑΤΕΡΓΑΣΜΕΝΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ

ΥΛΕΣ ΥΛΙΚΑ

ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ

ΑΠΑΙΤ.ΠΕΛΑΤΩΝ ΓΡΑΜΜ.ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΑ

ΧΡΕΟΓΡΑΦΑ

ΛΟΙΠΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ

ΤΑΜΕΙΟ - ΤΡΑΠΕΖΕΣ

ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ

(€)	(€)	(€)
	31/12/2002	31/12/2003
	317.588	563.144
	0	0
	403.957	649.483
	0	0
	7.274	7.274
	95.315	95.315
	93.428	93.428
	0	0
	1.887	1.887
	1.672	1.702
	0	0
	6.149	12.400
	6.149	12.400
	0	0
	0	0
	233.520	181.018
	56.301	0
	0	0
	177.219	181.018
	86.682	51.561
	643.938	808.123

ΠΑΘΗΤΙΚΟ

ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ

ΜΕΤΟΧΙΚΟ ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ

ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΑ

ΑΔΙΑΝ.ΚΕΡΔΗ ΣΥΣΣ. ΖΗΜΙΕΣ

ΜΕΣΟ.& ΜΑΚΡΟ. ΥΠΟΧ.& ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ

ΜΕΣΟΜΑΚΡ. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ

ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ

ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ

ΟΦΕΙΛΕΣ ΣΕ ΤΡΑΠ ΔΟΣΕΙΣ ΜΑΚΡ. ΔΑΝΕΙΩΝ

ΓΡΑΜ. ΠΛΗΡΩΤ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ ΠΙΣΤΩΤΕΣ

ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ ΠΛΗΡ ΚΕΡΔΗ ΠΡΟΣ ΔΙΑΝΟΜΗ

ΛΟΙΠΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ

ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ

-121.058	-95.270
150.000	150.000
0	0
-271.058	-245.270
0	0
0	0
0	0
764.996	903.392
0	0
100.853	825.130
0	0
664.143	78.262
643.938	808.123

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ

ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΠΩΛΗΣΕΙΣ)

ΜΕΙΟΝ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ

ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤ.ΕΣΟΔΑ

ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ

ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ

ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ

ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ

ΑΠΟΣΒ.ΕΚΤΟΣ ΚΟΣΤ.ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ

ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ

ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΚΟΣΤΟΣ

ΚΕΡΔΟΣ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ

ΕΒΙΤΔΑ

ΚΑΘΑΡΑ ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ

ΦΟΡΟΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ

12/07/2001	01/01/2003
31/12/2002	31/12/2003
341.386	471.588
274.942	254.356
66.444	217.232
0	0
0	55.835
239.477	135.168
-173.033	26.229
0	0
2.710	441
95.315	0
95.315	0
0	0
-271.058	25.788
-173.033	82.064
0	0
0	0

ICAP Α.Ε.

ΣΕΛΙΔΑ: 2

ΚΩΔΙΚΟΣ ICAP: 247951**ΣΙΤΥ ΜΠΙΖΝΕΣ Α.Ε.****ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ**

	2002	2003
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΙΔΙΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ	-	-
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧΟΛ. ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ	-42,09	3,19
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΜΙΚΤΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	19,46	46,06
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	-50,69	5,56
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	-79,40	5,47
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ ΕΒΙΤΔΑ	-50,69	17,40
ΣΧΕΣΗ ΞΕΝΩΝ ΠΡΟΣ ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	-	-
ΚΑΛΥΨΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΔΑΠΑΝΩΝ	-	1,46
ΒΡΑΧ. ΤΡΑΠΕΖ. ΔΑΝΕΙΣΜΟΣ ΠΡΟΣ ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛ.	-	-
ΓΕΝΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,43	0,27
ΕΙΔΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,42	0,26
ΤΑΜΕΙΑΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,11	0,06
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ (ΣΕ €)	-438.645	-658.413
Μ.Ο ΠΡΟΘΕΣΜΙΑΣ ΕΙΣΠΡΑΞΗΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ	60	-
Μ.Ο ΠΡΟΘΕΣΜΙΑΣ ΕΞΟΦΛΗΣΗΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ	134	-
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΤΑ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ	8	18
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ. ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ	0,53	0,58

ICAP Α.Ε.

ΣΕΛΙΔΑ: 1

ΚΩΔΙΚΟΣ ICAP: 206890**ΦΛΕΞ ΚΛΑΜΠ Α.Ε.**

ΤΑ ΠΟΣΑ ΣΕ

ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ

	(€) 30/06/2005	(€) 30/06/2006	(€) 30/06/2007
ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΓΙΑ	379.571	465.030	445.654
ΓΗΠΕΔΑ ΟΙΚΟΠΕΔΑ	0	0	0
ΚΤΙΡΙΑ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	798.218	893.610	899.021
ΜΗΧΑΝΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	0	0	0
ΑΣΩΜ.ΑΚΙΝΗΤ. ΔΑΠ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒ.	0	0	0
ΜΕΙΟΝ ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	419.167	430.551	455.550
ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ ΚΤΙΡΙΩΝ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ	419.167	430.551	455.550
ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ ΜΗΧΑΝΟΛΟΓ.ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ	0	0	0
ΑΠΟΣΒ.ΔΑΠ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒ-ΑΣΩΜ.ΑΚΙΝ.	0	0	0
ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	520	1.972	2.182
ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ	0	0	0
ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	49.311	117.975	123.721
ΕΤΟΙΜΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ	49.311	117.975	123.721
ΗΜΙΚΑΤΕΡΓΑΣΜΕΝΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ	0	0	0
ΥΛΕΣ ΥΛΙΚΑ	0	0	0
ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	70.451	172.707	273.015
ΑΠΑΙΤ.ΠΕΛΑΤΩΝ ΓΡΑΜΜ.ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΑ	70.429	172.707	254.670
ΧΡΕΟΓΡΑΦΑ	0	0	0
ΛΟΙΠΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	22	0	18.345
ΤΑΜΕΙΟ - ΤΡΑΠΕΖΕΣ	242.958	140.057	120.673
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	742.292	895.770	963.062

ΠΑΘΗΤΙΚΟ

ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	638.911	639.464	675.294
ΜΕΤΟΧΙΚΟ ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	567.776	567.776	608.103
ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΑ	71.040	71.503	67.009
ΑΔΙΑΝ.ΚΕΡΔΗ ΣΥΣΣ. ΖΗΜΙΕΣ	95	185	182
ΜΕΣΟ.& ΜΑΚΡΟ. ΥΠΟΧ.& ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	0	0	0
ΜΕΣΟΜΑΚΡ. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	0	0	0
ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	0	0	0
ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	103.382	256.306	287.768
ΟΦΕΙΛΕΣ ΣΕ ΤΡΑΠ ΔΟΣΕΙΣ ΜΑΚΡ. ΔΑΝΕΙΩΝ	0	27.407	0
ΓΡΑΜ. ΠΛΗΡΩΤ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ ΠΙΣΤΩΤΕΣ	91.106	177.523	158.877
ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ ΠΛΗΡ ΚΕΡΔΗ ΠΡΟΣ ΔΙΑΝΟΜΗ	4.643	8.705	41.441
ΛΟΙΠΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	7.633	42.670	87.449
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	742.292	895.770	963.062

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ

	01/07/2004 30/06/2005	01/07/2005 30/06/2006	01/07/2006 30/06/2007
ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΠΩΛΗΣΕΙΣ)	518.816	689.673	867.386
ΜΕΙΟΝ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ	330.792	407.650	467.827
ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ	188.024	282.024	399.559
ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤ.ΕΣΟΔΑ	15.149	2.497	1.678
ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	2.435	4.856	4.546
ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	183.309	262.880	326.923
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ	17.429	16.785	69.768
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	1.068	1.208	1.243
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	5.779	4.376	3.170
ΑΠΟΣΒ.ΕΚΤΟΣ ΚΟΣΤ.ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	0	0	0
ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	29.726	17.599	26.096
ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΚΟΣΤΟΣ	29.726	17.599	26.096
ΚΕΡΔΟΣ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	12.717	13.616	67.842
ΕΒΙΤΔΑ	49.590	39.240	100.410
ΚΑΘΑΡΑ ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ	4.643	8.705	32.736
ΦΟΡΟΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	4.712	4.357	19.674

ICAP Α.Ε.

ΣΕΛΙΔΑ: 2

ΚΩΔΙΚΟΣ ICAP: 206890**ΦΛΕΞ ΚΛΑΜΠ Α.Ε.****ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ**

	2005	2006	2007
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΙΔΙΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ	1,99	2,13	10,05
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧΟΛ. ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ	1,71	1,52	7,04
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΜΙΚΤΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	36,24	40,89	46,06
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	3,36	2,43	8,04
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	2,45	1,97	7,82
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ ΕΒΙΤΔΑ	9,56	5,69	11,58
ΣΧΕΣΗ ΞΕΝΩΝ ΠΡΟΣ ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	0,16	0,40	0,43
ΚΑΛΥΨΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΔΑΠΑΝΩΝ	6,22	3,80	15,92
ΒΡΑΧ. ΤΡΑΠΕΖ. ΔΑΝΕΙΣΜΟΣ ΠΡΟΣ ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛ.	-	4,29	-
ΓΕΝΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	3,51	1,68	1,80
ΕΙΔΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	3,03	1,22	1,37
ΤΑΜΕΙΑΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	2,35	0,55	0,42
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ (ΣΕ €)	259.338	174.433	229.641
Μ.Ο ΠΡΟΘΕΣΜΙΑΣ ΕΙΣΠΡΑΞΗΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ	50	91	107
Μ.Ο ΠΡΟΘΕΣΜΙΑΣ ΕΞΟΦΛΗΣΗΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ	101	159	124
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΤΑ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ	54	106	97
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ. ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ	0,70	0,77	0,90

**ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ IV: ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΚΛΑΔΙΚΩΝ ΜΕΛΕΤΩΝ ΠΟΥ ΕΧΟΥΝ ΕΚΠΟΝΗΘΕΙ ΑΠΟ ΤΗ
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΜΕΛΕΤΩΝ ΤΗΣ ICAP Α.Ε.**

**ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΚΛΑΔΙΚΩΝ ΜΕΛΕΤΩΝ ΠΟΥ ΕΧΟΥΝ ΕΚΠΟΝΗΘΕΙ ΑΠΟ ΤΗ
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΜΕΛΕΤΩΝ ΤΗΣ ICAP ΑΕ
(Ανά Κλάδο Δραστηριότητας - Τελευταίες Εκδόσεις)**

1. ΤΡΟΦΙΜΑ			
ΤΙΤΛΟΣ ΚΛΑΔΙΚΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ	ΕΚΔΟΣΗ	ΗΜΕΡ. ΕΚΔΟΣΗΣ	
• ΑΛΕΥΡΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ	(9 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2008	Απρίλιος
• ΑΛΛΑΝΤΙΚΑ - ΚΡΕΑΤΟΣΚΕΥΑΣΜΑΤΑ	(9 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2008	Μάιος
• ΒΙΟΛΟΓΙΚΕΣ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΕΣ – ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ	(4 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2007	Ιούνιος
• ΒΡΕΦΙΚΕΣ – ΠΑΙΔΙΚΕΣ ΤΡΟΦΕΣ	(1 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	1998	Φεβρουάριος
• ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ	(9 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2007	Ιούνιος
• ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ-ΠΥΡΗΝΕΛΑΙΟ-ΕΠΙΤΡΑΠΕΖΙΕΣ ΕΛΙΕΣ	(8 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2007	Ιούνιος
• ΕΤΟΙΜΑ ΦΑΓΗΤΑ	(3 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2008	Απρίλιος
• ΖΥΜΑΡΙΚΑ	(5 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2004	Μάιος
• ΙΧΘΥΟΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΕΣ	(8 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2007	Ιούλιος
• ΚΑΤΕΨΥΓΜΕΝΑ ΑΛΙΕΥΜΑΤΑ	(4 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2000	Ιούλιος
• ΚΑΤΕΨΥΓΜΕΝΑ ΛΑΧΑΝΙΚΑ – ΠΡΟΤΗΓΑΝΙΣΜΕΝΗ ΠΑΤΑΤΑ	(4 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2000	Ιούλιος
• ΚΑΦΕΣ	(5 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2004	Νοέμβριος
• ΚΑΦΕΣ – ΑΛΥΣΙΔΕΣ SAFE	(1 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2007	Σεπτέμβριος
• ΚΟΝΣΕΡΒΟΠΟΙΗΜΕΝΑ ΦΡΟΥΤΑ	(4 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2007	Μάρτιος
• ΚΡΕΑΣ	(10 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2007	Δεκέμβριος
• ΜΑΡΜΕΛΑΔΑ – ΧΑΛΒΑΣ	(1 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	1996	Απρίλιος
• ΞΗΡΟΙ ΚΑΡΠΟΙ	(5 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2007	Ιούνιος
• ΠΑΓΩΤΟ	(9 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2007	Απρίλιος
• ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΤΟΜΑΤΑΣ	(6 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2006	Ιούλιος
• ΣΟΚΟΛΑΤΑ – ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΣΟΚΟΛΑΤΟΠΟΙΪΑΣ	(7 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2007	Απρίλιος
• ΣΠΟΡΕΛΑΙΑ – ΜΑΡΓΑΡΙΝΕΣ	(4 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2002	Ιούνιος
• ΤΥΠΟΠΟΙΗΜΕΝΑ ΜΠΙΣΚΟΤΑ – ΚΡΟΥΑΣΑΝ – ΑΛΜΥΡΑ ΣΝΑΚΣ	(8 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2008	Απρίλιος
• ΤΥΠΟΠΟΙΗΜΕΝΑ ΑΡΤΟΠΑΡΑΣΚΕΥΑΣΜΑΤΑ	(8 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2007	Ιούλιος
• ΤΥΠΟΠΟΙΗΣΗ – ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΝΩΠΩΝ ΟΠΩΡΩΚΗΠΕΥΤΙΚΩΝ	(4 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2007	Ιούνιος
• ΤΥΡΟΚΟΜΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ	(10 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2007	Οκτώβριος
2. ΠΟΤΑ – ΚΑΠΝΟΣ			
• ΑΛΚΟΟΛΟΥΧΑ ΠΟΤΑ	(7 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2007	Δεκέμβριος
• ΕΜΦΙΑΛΩΜΕΝΑ ΝΕΡΑ	(10 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2006	Αύγουστος
• ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ	(9 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2007	Ιούνιος
• ΚΑΠΝΑ – ΚΑΠΝΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΕΠΙΧ/ΣΕΙΣ	(3 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2002	Νοέμβριος
• ΚΑΠΝΑ – ΤΣΙΓΑΡΑ – ΠΟΥΡΑ	(4 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2008	Απρίλιος
• ΟΙΝΟΠΟΙΪΑ	(9 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2006	Δεκέμβριος
• ΧΥΜΟΙ – ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΑ	(10 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2006	Οκτώβριος
3. ΚΛΩΣΤΟΨΦΑΝΤΟΥΡΓΙΑ – ΔΕΡΜΑ			
• ΒΑΦΕΙΑ – ΦΙΝΙΡΙΣΤΗΡΙΑ	(6 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2006	Δεκέμβριος
• ΒΥΡΣΟΔΕΨΙΑ	(1 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	1999	Μάρτιος
• ΕΚΚΟΚΚΙΣΤΗΡΙΑ	(5 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2005	Ιούλιος
• ΝΗΜΑΤΟΥΡΓΙΑ	(6 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2005	Σεπτέμβριος
• ΠΛΕΚΤΑ ΥΦΑΣΜΑΤΑ	(1 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	1999	Μάιος
• ΥΦΑΝΤΟΥΡΓΙΑ	(5 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2004	Δεκέμβριος
4. ΕΝΔΥΣΗ – ΥΠΟΔΗΣΗ			
• ΑΘΛΗΤΙΚΑ ΕΙΔΗ (ΦΟΡΜΕΣ-ΥΠΟΔ/ΤΑ)	(6 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2007	Φεβρουάριος
• ΑΝΔΡΙΚ.-ΓΥΝ. ΔΕΡΜΑΤ. ΥΠΟΔΗΜΑΤΑ	(8 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2007	Νοέμβριος
• ΑΝΔΡΙΚΑ ΚΛΑΣΙΚΑ ΕΝΔΥΜΑΤΑ	(6 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2005	Μάιος
• ΕΝΔΥΜΑΤΑ ΤΖΗΝ	(6 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2008	Φεβρουάριος
• ΕΣΩΡΟΥΧΑ – ΜΑΓΙΟ	(4 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2007	Μάρτιος
• ΚΑΛΤΣΟΠΟΙΪΑ	(4 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2008	Μάρτιος
• ΠΑΙΔΙΚΑ ΔΕΡΜΑΤΙΝΑ ΥΠΟΔΗΜΑΤΑ	(3 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2001	Μάιος
• ΠΑΙΔΙΚΑ ΕΝΔΥΜΑΤΑ	(2 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2001	Νοέμβριος
• ΠΛΕΚΤΑ ΒΑΜΒΑΚΕΡΑ ΕΝΔΥΜΑΤΑ	(4 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2000	Οκτώβριος
• ΥΠΟΚΑΜΙΣΑ - ΓΡΑΒΑΤΕΣ	(1 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	1999	Ιούλιος
• ΥΦΑΣΜΑΤΙΝΑ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΝΔΥΜΑΤΑ	(7 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2007	Αύγουστος
5. ΚΑΤΑΣΚΕΥΕΣ -ΔΟΜΙΚΑ ΥΛΙΚΑ – ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΙ ΚΤΙΡΙΩΝ			
• ΔΟΜΙΚΑ ΥΛΙΚΑ	(4 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2003	Ιούλιος
• ΕΙΔΗ ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΘΕΡΜΑΝΣΗΣ	(7 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2007	Οκτώβριος
• ΕΙΔΗ ΥΓΙΕΙΝΗΣ	(7 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2008	Ιανουάριος
• ΕΞΩΤΕΡΙΚΑ ΚΟΥΦΩΜΑΤΑ	(7 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2007	Απρίλιος

5. ΚΑΤΑΣΚΕΥΕΣ -ΔΟΜΙΚΑ ΥΛΙΚΑ – ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΙ ΚΤΙΡΙΩΝ (συνέχεια)

• ΗΛΕΚΤΡΟΛΟΓΙΚΟ ΥΛΙΚΟ ΕΓΚ/ΣΕΩΝ	(7 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2007	Απρίλιος
• ΚΑΛΩΔΙΑ	(3 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2003	Ιούνιος
• ΚΕΡΑΜΙΚΑ ΠΛΑΚΙΔΙΑ ΤΟΙΧΟΥ & ΔΑΠΕΔΟΥ	(5 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2008	Απρίλιος
• ΜΑΡΜΑΡΑ – ΓΡΑΝΙΤΕΣ	(7 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2007	Ιούλιος
• ΜΕΤΑΛΛΙΚΕΣ ΚΑΤΑΣΚΕΥΕΣ	(6 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2006	Ιούλιος
• ΜΟΝΩΤΙΚΑ ΥΛΙΚΑ	(1 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2000	Ιανουάριος
• ΠΛΑΣΤΙΚΟΙ ΣΩΛΗΝΕΣ-ΧΑΛΥΒΔΟΣΩΛΗΝΕΣ	(7 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2007	Ιούλιος
• ΠΟΡΤΕΣ – ΚΛΕΙΔΑΡΙΕΣ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ	(1 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	1998	Μάιος
• ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΤΕΧΝΗΤΗΣ ΞΥΛΕΙΑΣ	(5 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2008	Μάρτιος
• ΠΡΟΚΑΤΑΣΚΕΥΑΣΜΕΝΑ ΚΤΙΡΙΑ ΑΠΟ ΣΚΥΡΟΔΕΜΑ ΚΑΙ ΜΕΤΑΛΛΟ	(1 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2007	Νοέμβριος
• ΣΚΥΡΟΔΕΜΑ	(8 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2007	Νοέμβριος
• ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ 7 ^{ης} - 6 ^{ης} - 5 ^{ης} ΤΑΞΗΣ	(12 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2007	Δεκέμβριος
• ΤΟΥΒΛΑ – ΚΕΡΑΜΙΔΙΑ	(5 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2006	Νοέμβριος
• ΧΡΩΜΑΤΑ-ΒΕΡΝΙΚΙΑ ΟΙΚ.& ΕΠΙΠ/ΙΪΑΣ	(8 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2007	Μάιος

6. ΟΙΚΙΑΚΟΣ – ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ

• ΕΠΙΠΛΑ ΓΡΑΦΕΙΟΥ	(6 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2006	Μάιος
• ΕΠΙΠΛΑ ΚΟΥΖΙΝΑΣ	(8 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2007	Μάιος
• ΕΠΙΠΛΑ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΧΡΗΣΗΣ	(4 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2007	Μάρτιος
• ΗΛΕΚΤΡΙΚΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΣΥΣΚΕΥΕΣ ΨΥΞΗΣ	(1 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	1999	Δεκέμβριος
• ΗΛΕΚΤΡΙΚΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΧΕΙΡΟΣ	(2 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2008	Μάρτιος
• ΗΛΕΚΤΡΙΚΕΣ ΜΙΚΡΟΣΥΣΚΕΥΕΣ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΧΡΗΣΗΣ	(4 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2001	Δεκέμβριος
• ΗΛΕΚΤΡΙΚΟΙ ΛΑΜΠΤΗΡΕΣ	(1 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	1999	Σεπτέμβριος
• ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΙ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΕΣ	(6 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2008	Μάρτιος
• ΚΛΙΜΑΤΙΣΜΟΣ	(10 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2006	Δεκέμβριος
• ΚΟΥΡΤΙΝΕΣ – ΥΦΑΣΜΑΤΑ ΕΠΙΠΛΩΣΕΩΝ	(8 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2007	Δεκέμβριος
• ΛΕΥΚΑ ΕΙΔΗ	(8 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2007	Δεκέμβριος
• ΛΕΥΚΕΣ ΗΛΕΚΤΡΙΚΕΣ ΟΙΚΙΑΚΕΣ ΣΥΣΚΕΥΕΣ	(9 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2008	Μάρτιος
• ΜΗΧΑΝΕΣ ΓΡΑΦΕΙΟΥ	(3 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2000	Δεκέμβριος
• ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΑ ΗΧΟΥ ΚΑΙ ΕΙΚΟΝΑΣ	(7 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2007	Απρίλιος
• ΤΗΛΕΦΩΝΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	(4 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2002	Δεκέμβριος
• ΧΑΛΙΑ – ΜΟΚΕΤΕΣ	(4 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2006	Νοέμβριος

7. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

• ΕΝΟΙΚΙΑΣΕΙΣ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΩΝ	(10 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2007	Σεπτέμβριος
• ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ ΘΑΛΑΣΣΙΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ (ΜΑΡΙΝΕΣ κ.λ.π.)	(2 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2000	Ιούνιος
• ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	(12 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2007	Οκτώβριος
• ΣΚΑΦΗ ΑΝΑΨΥΧΗΣ	(5 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2007	Δεκέμβριος
• ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΑ ΓΡΑΦΕΙΑ	(9 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2007	Ιούλιος

8. ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

• ΑΛΥΣΙΔΕΣ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ ΛΙΑΝΙΚΗΣ ΠΩΛΗΣΗΣ ΕΝΔΥΜΑΤΩΝ	(7 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2007	Οκτώβριος
• ΑΛΥΣΙΔΕΣ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ ΛΙΑΝΙΚΗΣ ΠΩΛΗΣΗΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ & ΗΛΕΚΤΡΙΚΩΝ ΟΙΚΙΑΚΩΝ ΣΥΣΚΕΥΩΝ	(5 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2007	Σεπτέμβριος
• ΑΛΥΣΙΔΕΣ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ ΛΙΑΝΙΚΗΣ ΠΩΛΗΣΗΣ ΧΡΗΣΤΙΚΩΝ ΕΙΔΩΝ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΧΡΗΣΗΣ	(3 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2006	Δεκέμβριος
• ΑΛΥΣΙΔΕΣ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ ΠΑΙΧΝΙΔΙΩΝ ΚΑΙ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ ΕΙΔΩΝ ΒΡΕΦΑΝΑΠΤΥΞΗΣ	(2 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2008	Μάρτιος
• ΑΛΥΣΙΔΕΣ ΚΑΤ/ΤΩΝ ΠΟΛΥΜΕΣΩΝ – ΚΙΝΗΤΗΣ ΤΗΛΕΦΩΝΙΑΣ	(3 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2004	Ιούλιος
• ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΛΙΑΝΙΚΗΣ ΔΙΑΘΕΣΗΣ ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΩΝ	(1 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2007	Μάιος
• ΣΟΥΠΕΡ – ΜΑΡΚΕΤΣ / ΠΟΛΥΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ	(1 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	1996	Μάρτιος
• ΣΟΥΠΕΡ – ΜΑΡΚΕΤΣ	(10 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2007	Σεπτέμβριος

9. ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ

• THIRD PARTY LOGISTICS PROVIDERS	(6 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2007	Νοέμβριος
• ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΕΣ	(1 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2000	Σεπτέμβριος
• ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΠΙΒΑΤΗΓΟΣ ΝΑΥΤΙΛΙΑ	(3 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2000	Νοέμβριος
• ΟΔΙΚΕΣ ΔΙΑΜΕΤΑΦΟΡΕΣ	(3 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2003	Ιούλιος
• ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΔΙΑΜΕΤΑΦΟΡΑΣ	(3 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2008	Μάρτιος
• ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΤΑΧΥΜΕΤΑΦΟΡΑΣ (COURIER)	(7 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2008	Μάρτιος

10. ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ ΚΑΙ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

• Ε – MARKETPLACES	(1 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2001	Δεκέμβριος
• ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΣΤΑΘΕΡΗΣ – ΚΙΝΗΤΗΣ ΤΗΛΕΦΩΝΙΑΣ	(4 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2007	Μάιος
• ΣΤΑΘΕΡΗ ΤΗΛΕΦΩΝΙΑ	(1 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2004	Ιούλιος
• ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΡΟΣΒΑΣΗΣ ΣΤΟ INTERNET	(4 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2007	Δεκέμβριος

11. ΧΡΗΜΑΤΟΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

• FACTORING	(1 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	1999	Απρίλιος
• FRANCHISING	2 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2005	Δεκέμβριος
• ΧΡΗΜΑΤΙΣΤΗΡΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	(1 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2001	Ιούλιος
• ΧΡΗΜΑΤΟΠΙΣΤΩΤΙΚΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ –ΠΡΟΪΟΝΤΑ	(2 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2006	Δεκέμβριος

12. ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

• ΙΔΙΩΤΙΚΑ & ΔΗΜΟΣΙΑ ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ	(1 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	1998	Νοέμβριος
• ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑ ΚΑΙ ΔΕΥΤΕΡΟΒΑΘΜΙΑ ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ	(4 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2007	Δεκέμβριος
• ΤΕΧΝΙΚΗ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ	(1 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2003	Δεκέμβριος
• ΤΡΙΤΟΒΑΘΜΙΑ ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ	(1 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2005	Οκτώβριος

13. ΛΟΙΠΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

• CATERING	(7 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2006	Δεκέμβριος
• REAL ESTATE	(8 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2007	Νοέμβριος
• ΑΛΥΣΙΔΕΣ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΩΝ ΓΡΗΓΟΡΗΣ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ (FAST FOOD)	(9 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2008	Φεβρουάριος
• ΑΝΘΟΚΟΜΙΑ	(1 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2001	Δεκέμβριος
• ΓΡΑΦΙΚΕΣ ΤΕΧΝΕΣ	(10 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2007	Δεκέμβριος
• ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ	(5 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2007	Δεκέμβριος
• ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΕΦΗΜΕΡΙΔΩΝ - ΠΕΡΙΟΔΙΚΩΝ	(2 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2002	Δεκέμβριος
• ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΒΙΒΛΙΩΝ	(5 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2007	Ιούνιος
• ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ ΧΑΡΤΟΦΥΛΑΚΕΙΟΥ	(1 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2000	Δεκέμβριος
• ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ	(1 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	1999	Δεκέμβριος
• ΙΔΙΩΤΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ	(3 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2007	Μάρτιος
• ΙΔΙΩΤΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΥΓΕΙΑΣ	(10 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2007	Ιούλιος
• ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΑΣΦΑΛΙΣΗ	(4 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2007	Δεκέμβριος
• ΚΕΝΤΡΑ ΑΔΥΝΑΤΙΣΜΑΤΟΣ – ΑΙΣΘΗΤΙΚΗΣ	(3 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2008	Μάιος
• ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ – ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΩΝ ΤΑΙΝΙΩΝ	(2 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2003	Δεκέμβριος

14. ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ

• ΓΥΑΛΙΝΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ	(1 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	1999	Σεπτέμβριος
• ΜΕΤΑΛΛΙΚΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ (ΑΛΟΥΜΙΝΙΟΥ – ΛΕΥΚΟΣΙΔΗΡΟΥ)	(3 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2001	Νοέμβριος
• ΠΛΑΣΤΙΚΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ	(8 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2007	Οκτώβριος
• ΧΑΡΤΙΝΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ	(7 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2006	Νοέμβριος

15. ΜΕΤΑΦΟΡΙΚΑ ΜΕΣΑ ΚΑΙ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ

• ΑΝΤΑΛΛΑΚΤΙΚΑ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΩΝ	(6 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2007	Δεκέμβριος
• ΑΝΤΙΠΡΟΣΩΠΕΙΕΣ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΩΝ	(4 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2007	Ιούλιος
• ΕΛΑΣΤΙΚΑ-ΖΑΝΤΕΣ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΩΝ & ΜΟΤΟΣΥΚΛΕΤΩΝ	(6 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2007	Νοέμβριος
• ΛΙΠΑΝΤΙΚΑ ΟΧΗΜΑΤΩΝ	(7 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2007	Δεκέμβριος
• ΜΟΤΟΣΙΚΛΕΤΕΣ – ΜΟΤΟΠΟΔΗΛΑΤΑ	(1 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2001	Δεκέμβριος
• ΣΥΣΣΩΡΕΥΤΕΣ ΟΧΗΜΑΤΩΝ	(6 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2007	Μάιος

16. ΛΟΙΠΟΙ ΚΛΑΔΟΙ

• ΑΝΑΝΕΩΣΙΜΕΣ ΠΗΓΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ	(2 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2007	Νοέμβριος
• ΑΠΟΡΡΥΠΑΝΤΙΚΑ – ΣΑΠΟΥΝΙΑ	(7 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2007	Νοέμβριος
• ΓΕΩΡΓΙΚΟΙ ΕΛΚΥΣΤΗΡΕΣ ΚΑΙ ΣΥΝΑΦΗ ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΑ	(1 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2001	Δεκέμβριος
• ΔΙΣΚΟΓΡΑΦΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ	(1 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2003	Απρίλιος
• ΖΩΟΤΡΟΦΕΣ	(7 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2007	Απρίλιος
• ΘΕΡΜΟΚΗΠΙΑ-ΘΕΡΜΟΚΗΠΙΑΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ	(1 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	1999	Αύγουστος
• ΕΙΔΗ ΤΑΞΙΔΙΟΥ	(1 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	1999	Ιούνιος
• ΙΑΤΡΟΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ	(8 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2007	Νοέμβριος
• ΙΧΘΥΟΤΡΟΦΕΣ	(1 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2003	Δεκέμβριος
• ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΑ	(10 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2007	Ιούλιος
• ΜΠΑΤΑΡΙΕΣ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΧΡΗΣΕΩΣ	(4 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2002	Σεπτέμβριος
• ΟΠΤΙΚΑ	(5 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2007	Φεβρουάριος
• ΠΑΙΧΝΙΔΙΑ	(3 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2002	Δεκέμβριος
• ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΛΑΣΗΣ – ΔΙΕΛΑΣΗΣ ΑΛΟΥΜΙΝΙΟΥ	(6 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2006	Δεκέμβριος
• ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΧΑΡΤΙΟΥ ΥΓΕΙΑΣ / ΚΑΘΑΡΙΟΤΗΤΑΣ / ΑΤΟΜΙΚΗΣ ΥΓΙΕΙΝΗΣ (TISSUE)	(8 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2008	Φεβρουάριος
• ΡΟΛΟΓΙΑ ΧΕΙΡΟΣ	(5 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2007	Μάρτιος
• ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΚΑ ΕΙΔΗ	(4 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2004	Μάρτιος
• ΧΑΡΤΙ ΓΡΑΦΙΚΩΝ ΤΕΧΝΩΝ	(1 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2001	Δεκέμβριος
• ΧΑΛΥΒΟΥΡΓΙΑ	(6 ^η ΕΚΔΟΣΗ)	2006	Νοέμβριος