

ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ 1ου ΤΡΙΜΗΝΟΥ 2014

ΠΛΑΙΣΙΟ COMPUTERS A.E.B.E.

Συνεχιζόμενη αύξηση των λειτουργικών κερδών (28%) και των κερδών πριν από φόρους (31%)

Βελτίωση των πωλήσεων κατά 5,5%

- Ισχυρή λειτουργική κερδοφορία (EBITDA) στα € **4,7** εκ. (+**28,1%**)
- Κέρδη προ φόρων € **3,8** εκατ., σημαντικά υψηλότερα κατά **31,4%**
- Βελτιωμένες πωλήσεις, για δεύτερο συνεχόμενο τρίμηνο, κατά **5,5%**
- Περιθώριο λειτουργικής κερδοφορίας (EBITDA) ισχυροποιημένο κατά **115** μονάδες βάσης στο **6,52%**
- Άνοδος του κόστους πωληθέντων μικρότερη αυτής των πωλήσεων - βελτίωση κατά **95** μονάδες βάσης του μικτού περιθωρίου κέρδους
- Συνεχιζόμενη συρρίκνωση του δείκτη δανειακής μόχλευσης (Ξένα / Ίδια Κεφάλαια) στο **0,66** από **0,80**
- Ισχυρή ταμειακή διαθεσιμότητα, πλέον των € **45** εκατ.

Αθήνα, 05 Μαΐου 2014: Η "Πλαίσιο" ανακοινώνει σήμερα τα οικονομικά αποτελέσματα της περιόδου 01.01.2014 - 31.03.2014, με βάση τα Διεθνή Πρότυπα Χρηματοοικονομικής Αναφοράς. Τα βασικά οικονομικά μεγέθη του Ομίλου διαμορφώθηκαν ως εξής:

Ενοποιημένα στοιχεία (Χιλ. €)	1.1.-31.3.2014	1.1.-31.3.2013	+/-
Πωλήσεις	72.797	68.994	5,5%
EBITDA	4.746	3.704	28,1%
Περιθώριο EBITDA (%)	6,52%	5,37%	1,15
Κέρδη Προ Φόρων	3.757	2.859	31,4%
Καθαρά Κέρδη**	2.721	2.995	-9,15%
Βασικά Κέρδη ανά μετοχή (€)**	0,1232	0,1356	
Ταμειακά διαθέσιμα και ισοδύναμα*	45.609	52.219	-12,7%
Σύνολο Δανείων*	12.771	14.263	-10,5%
Καθαρός Δανεισμός*	-32.838	-37.956	-13,5%
Υποχρεώσεις προς προμηθευτές και Λοιπές Βραχ. Υποχρεώσεις*	28.121	35.073	-19,8%

*: Τα στοιχεία για το 2013 αφορούν την 31η Δεκεμβρίου

** : Τα καθαρά κέρδη και τα κέρδη ανά μετοχή εμφανίζονται μειωμένα λόγω της θετικής επίπτωσης στο φόρο της περσινής περιόδου από την αύξηση της αναβαλλόμενης φορολογικής απαίτησης λόγω της αλλαγής του φορολογικού συντελεστή. Η επίπτωση αυτή δημιουργήσε αναβαλλόμενο φορολογικό έσοδο 852 χιλ. ευρώ στο πρώτο τρίμηνο του 2013.

Σχολιάζοντας τα αποτελέσματα του τριμήνου, ο Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος του Πλαισίου, κ. Γεώργιος Γεράρδος, ανέφερε τα εξής: «Οι προοπτικές της Πλαίσιο για το 2014 είναι ιδιαίτερα ενθαρρυντικές καθώς, για

ένα ακόμα τρίμηνο, ο Όμιλος εμφανίζει ουσιαστική βελτίωση στους βασικούς αποτελεσματικούς του λογαριασμούς. Είμαστε επίσης πολύ ικανοποιημένοι γιατί διακρίνουμε, μετά από αρκετές περιόδους στασιμότητας, μια σταθερή άνοδο των πωλήσεων για δεύτερο συνεχόμενο τρίμηνο, παρά τη συγκράτηση των τιμών των προϊόντων μας σε εξαιρετικά ανταγωνιστικό επίπεδο. Παράλληλα, ενισχύουμε την πολιτική ταχείας αποπληρωμής των υποχρεώσεών μας προς προμηθευτές, προς όφελος των λοιπών όρων συνεργασίας μαζί τους, εκμεταλλευόμενοι και την ευρεία ρευστότητά μας. Η επιτάχυνση των πωλήσεων του Ομίλου, σε συνδυασμό με την ολοένα αυξανόμενη συμμετοχή των ιδίων προϊόντων της Πλαίσιο, μας επέτρεψαν να ισχυροποιήσουμε το περιθώριο EBITDA κατά 115 μονάδες βάσης και, τελικά, να επιτύχουμε σημαντική άνοδο της κερδοφορίας πριν τη φορολογία κατά 31,4%, στα € 3,75 εκ.».

Ο Αντιπρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος, κ. Κωνσταντίνος Γεράρδος προσέθεσε:

«Η αρχή του 2014 μας βρήκε με σημαντική αύξηση επισκεψιμότητας, η οποία μεταφράστηκε σε αύξηση πωλήσεων μεγαλύτερη του τελευταίου τριμήνου του 2013. Ο λόγος αυτής της αύξησης είναι ότι η εισαγωγή μας τον προηγούμενο χρόνο στις κατηγορίες της τηλεόρασης και των smart-phones με το brand Turbo-X, έφερε και φέρνει στο Πλαίσιο νέους επισκέπτες που δεν είχε.

Η δουλειά μας αυτό το τρίμηνο ήταν να κρατήσουμε αυτούς τους νέους επισκέπτες στο Πλαίσιο. Και αυτό το σκοπό επιτελούν οι δύο νέες κινήσεις του 2014: Πρώτον, το plaisio.gr ενσωματώνει πλέον νέες τεχνολογίες προσωποποίησης ώστε να προτείνουμε στον κάθε επισκέπτη προϊόντα που ενδιαφέρουν αποκλειστικά αυτόν και έτσι να ζει στο plaisio.gr μια προσωποποιημένη εμπειρία, εφάμιλλη αυτής των καταστημάτων μας. Δεύτερον, ο καινούριος κατάλογος *Plaisio The Mag*, είναι μια σχεδόν 200σέλιδη μηνιαία συλλογή αφιερωμάτων, προτάσεων, προσφορών, events και νέων αφίξεων από όλη τη γκάμα προϊόντων του Πλαισίου, όπου μετά από κάθε επίσκεψη, ο πελάτης μας μπορεί να μαθαίνει για την τεχνολογία και να μελετάει τις επόμενες επιλογές του.

Παράλληλα, η υβριδική εμπορική στρατηγική μας –η γκάμα μας να αποτελεί μίγμα δικών μας brands και διεθνών brands- συνεχίζει να αποφέρει και σημαντική αύξηση κερδοφορίας και παράλληλη αύξηση μεριδίου αγοράς.»