



ПРЕСС-РЕЛИЗ

АО «RG Brands»: итоги деятельности за 1 первое полугодие 2012 года

	<i>1-е полугодие 2012 года</i>	<i>1-ое полугодие 2011 года</i>	<i>Изменение %</i>
<i>тыс. тенге</i>			
Выручка	15,907,366	14,344,533	11%
Валовая прибыль	6,428,647	4,964,315	29%
Валовая маржа, %	40%	35%	
ЕБИТДА	2,336,475	1,872,081	25%
ЕБИТДА маржа, %	14.7%	13.1%	
Курсовая разница	396	-184,091	
Чистая прибыль/убыток	1,239,803	603,932	105%
Чистый финансовый долг	12,298,846	14,959,802	-18%

- Продажи RG Brands в первой половине 2012 года выросли на 11 процентов и составляют 15.9 млрд. тенге
- Полугодовой валовой доход увеличился на 29 процентов, что в тенге составило 6.4 миллиарда
- Валовая маржа увеличилась с 35% до 40%
- Показатель ЕБИТДА за 6 месяцев вырос на 25 %, что составляет 2.3 миллиарда тенге
- Компания RGBrands уверена в успешном достижении своих финансовых планов, утвержденных на 2012 год

RGBrands продолжает успешно выполнять трехступенчатую программу развития, которая состоит из следующих направлений: «Развитие новых продуктов», «Доминирование на отечественном рынке» и «Территориальная экспансия». За 6 месяцев 2012 года, компания смогла достичь 11-процентного роста чистой выручки. Показатели первой половины 2012 года соответствуют ожиданиям и являются результатом внедрения улучшенных маркетинговых и торговых инициатив, а также фокуса на высокодоходных категориях продуктов и эффективной ценовой политике компании.

Компания продолжает повышать операционную эффективность и активно реинвестировать средства, полученные за счет сокращения операционных издержек, в развитие ключевых брендов компании. Продуктовые инновации и использование лучших мировых практик в торговых и маркетинговых программах продолжают давать устойчивый рост продаж и маржинального дохода по всем категориям продуктов.

Соковая категория сохраняет свои темпы роста, опираясь на лидирующие бренды компании - Gracie, DaDa, Нектар Солнечный и DaDaDay. Чай Piala Gold сохраняет лидирующие позиции на рынке, продажи бренда также увеличились в связи с запуском новой марки пакетированного чая Piala Assortea, а также благодаря росту продаж регулярного Piala Gold. Молоко МОЕ демонстрирует отличный рост, благодаря запуску обновленной маркетинговой стратегии. Продажи снекового бренда GRIZZLY за первые шесть месяцев 2012 года также характеризуются агрессивным ростом.





Фокус RG Brands на развитии сильных брендов с высоким потенциалом роста привёл к запуску компанией бутылированной воды A'SU в 2010 году. 2011 год и первая половина 2012 года охарактеризованы агрессивной динамикой роста продаж данного бренда, что полностью соответствует ожиданиям компании. В первом квартале 2012 года компания начала выпуск воды A'SU в литровой упаковке, предоставляя RGBrands допуск к дополнительным 30% доли рынка бутылированной воды. Хорошие результаты были достигнуты в категориях газированных напитков и Холодного Чая - международные бренды Pepsi, 7UP, Mirinda и Lipton Iced Tea показали высокий рост, благодаря запуску в 4-ом квартале 2011 года чая Lipton в литровой упаковке и промо-акции Pepsi посвященной Чемпионату Европы по футболу 2012 года.

Дальнейшее развитие программы продуктовых инноваций привело в апреле 2011 года к запуску торговой марки Aport (первый в СНГ газированный фруктовый напиток), название которого возникло на основе легенд и признания знаменитого алматинского сорта яблок «Апорт». Динамика роста в 2012 году продолжает уверенно подтверждать наши ожидания.

Благодаря внедрению инициатив в программу расширения линейки продуктов компании, известный соковый бренд Нектар Солнечный теперь стал доступен и в бутылках объемом в 500 мл и 1.5 литра в продолжение стремления компании к максимальному удовлетворению потребительских запросов, также улучшая экономические показатели конкретно данного бренда.

Компания RG Brands также продемонстрировала свою приверженность и способность в разработке стратегически новых продуктов, запустив в течение летнего сезона новый бренд YETI на быстрорастущий и высокомаржинальный рынок энергетических напитков в Центральной Азии. Новый бренд YETI производится на существующих производственных мощностях, тем самым обеспечивая компании дополнительный эффект масштаба. Предварительные результаты запуска нового бренда компании оказались успешными.

Компания уже начинает получать первые результаты от исполнения программы развития бизнеса на рынках Центральной Азии и Южной России благодаря активной поддержке собственных брендов и местных партнеров. Доля роста продаж на международных рынках, в частности в России, позитивно сказалась на результатах RGBrands в первой половине 2012 года.

30-процентный рост валовой прибыли указывает на сильную концепцию и хорошую экономическую модель бизнеса, так как RG Brands получает улучшение показателей доходности не только от реализации эффекта масштаба, но и от повышения операционной эффективности и увеличения доли высокомаржинальных продуктов, включая запуски новых продуктов (A'Su, Aport, YETI).

Результаты EBITDA за 6 месяцев 2012 года были охарактеризованы 25-процентным ростом, а показатель маржинальности EBITDA увеличился на 1,6 пункта, благодаря выполнению программы по снижению затрат, улучшению эффективности предприятия и предшествующих агрессивных инвестиций в маркетинг и разработку новых продуктов, обеспечивающих рост высокомаржинальных продуктов.

Основываясь на вышесказанном, менеджмент компании уверен, что сможет обеспечить в 2012 году исполнение главного принципа своей экономической модели – «устойчивый прибыльный рост».

Компания продолжает осуществлять инициативы, направленные на усиление баланса, так, в первой половине 2012 года RG Brands рефинансировала по улучшенной ставке свои краткосрочные финансовые обязательства в полтора миллиарда тенге на пятилетний срок, что привело к значительному усилению позиций по ликвидности. Чистые денежные средства, полученные от операционной деятельности, составили 1.7 миллиардов тенге в первой половине 2012 года, что на 51 % выше результатов первой половины прошлого года, что позволило снизить размер своих финансовых обязательств на сумму около 1.6 млрд. тенге.

Набранные темпы роста продаж и доходности вместе с усилением ключевых статей балансового отчета позволяют RG Brands подтвердить свои оптимистичные планы на 2012 год и продемонстрировать улучшение всех ключевых показателей в следующие 12 месяцев.

Справка

АО «RG Brands» (KASE: RGBR), ведущий производитель соков и сокосодержащих напитков, молока, чая, газированных напитков и снеков в Казахстане. Компания обладает портфелем брендов, как собственных, так и





международных: соки – «Gracio», «DaDa» и DaDaDay, «Нектар Солнечный». Напитки – A'SU, Lipton Ice Tea, AquaFina, Pepsi, 7up, Mirinda. Молоко – «Мое». Чай – «Пиала». Энергетические напитки – «YETI». Снеки – «Гризли».

Рейтинг, присвоенный Международным рейтинговым агентством Moody's, B3/stable.

Инструменты АО "RG Brands", включенные в торговые списки KASE RGBRb5, RGBRb6 (без рейтинговой оценки первой подкатегории)

Контактные данные:

Бибинур Киргабакова

телефон: +7 (727) 2 66 70 77, вн. 202

факс: +7 (727) 2 66 74 00

веб-сайт: <http://www.brands.kz/>

