



Пресс-релиз

АО «RGBrands»: Итоги деятельности за первый квартал 2014 года

<i>тыс. тенге</i>	1 квартал 2014 год	1 квартал 2013 год	Изменение %
Выручка	7 524 934	7 202 955	4%
Валовая прибыль	2 694 708	2 655 117	1%
Операционная прибыль	760 954	697 602	9%
ЕБИТДА	1 099 202	995 765	10%
ЕБИТДА маржа, %	14,6%	13,8%	6%
Курсовая разница	-1 604 620	85 050	
Чистая прибыль/убыток	-1 168 430	589 645	

- Выручка RG Brands за первый квартал 2014 года выросла на 4% и составила 7,5 млрд.тенге
- Валовая прибыль за первый квартал 2014 года выросла на 1% и составила 2,7 млрд. тенге
- Операционная прибыль за первый квартал 2014 года выросла на 9%
- Показатель ЕБИТДА составил 1,1 млрд. тенге или вырос на 10%
- Из-за одномоментной девальвации тенге 11.02.2014 отрицательная курсовая разница составила 1,6 млрд. тенге и в результате получен убыток в размере 1,2млрд.тенге
- Чистые денежные средства, полученные от операционной деятельности за первые три месяца 2014 года составили 175 млн. тенге.

RG Brands продолжает выполнять среднесрочную программу развития и по итогам первого квартала 2014 года компания показывает положительные тренды по основным финансово-экономическим показателям против прошлого года. Чистые продажи RG Brands составили 7,5 млрд.тенге и выросли на 4%, получена валовая прибыль в размере 2,7 млрд.тенге, показатель ЕБИТДА составил 1,1 млрд.тенге и вырос на 10% по сравнению первым кварталом 2013 года.

После девальвации в феврале текущего года менеджментом компании в короткие сроки были предприняты ряд антикризисных мер. Компания пересмотрела годовой операционный план. Были скорректированы доходная и расходная части, приняты решения по оптимизации расходов и повышению эффективности инвестирования в дистрибуцию и маркетинг.

Не смотря на 20% девальвацию и рост стоимости импортируемого сырья, отрицательной курсовой разницы, компания приняла решение не поднимать одномоментно цены в текущем периоде и провести плановый в несколько этапов постепенный рост цен на 4-8% до конца года.

Основными целями данной тактики являются усиление лояльности текущих потребителей и привлечение новых, и получение дополнительных долей рынка и объемов продаж.

RG Brands продолжает активно реинвестировать средства в развитие ключевых брендов компании и в усиление системы продаж и дистрибуции. В первом и втором кварталах 2014 года





исполняются эффективные маркетинговые компании, направленные на активацию клиентов и конечных потребителей. Это дает уверенность и обеспечит позитивный результат по итогам полугодия.

Программа развития бизнеса на рынках Центральной Азии и России (Западная Сибирь, Урал и Поволжье) уже становится важным фактором в работе компании, благодаря активным маркетинговым кампаниям и развитию долгосрочных отношений с местными торговыми партнерами. Будут открыты новые территории в Западной Сибири: Новокузнецк, Кемерово, Барнаул.

Компания уделяет большое внимание эффективному управлению рабочим капиталом, как результат планирует получить 8-10%-ый рост в части чистых денежных потоков от операционной деятельности по итогам 2014 года в сравнении с аналогичным показателем 2013 года. Чистые денежные средства, полученные от операционной деятельности, за первые три месяца 2014 года составили 175 млн. тенге.

Исходя из текущей ситуации на рынках капиталов, менеджмент АО "RG Brands" фокусируется на обеспечении своего роста через долгосрочные линии финансирования оборотного капитала и диверсификацию своих обязательств с использованием различных видов и инструментов финансирования. Серьезное внимание уделяется минимизации валютных рисков.

В структуре заимствований доля в тенге является подавляющей и составляет 60%, в иностранной валюте 40%. Следует отметить, что 70% обязательств являются долгосрочными с 5-7 летним периодом погашения с оптимальной стоимостью фондирования.

Таким образом, за счет портфельного подхода, сильного баланса, низкой стоимости фондирования и устойчивой бизнес модели негативное влияние девальвации невеликовано.

RG Brands уверен в положительной динамике финансово-экономических результатов в 2014 году и в исполнении ключевых показателей, заявленных в своей среднесрочной стратегии развития.

Справка

АО «RG Brands» (KASE:RGBR), ведущий производитель соков и сокосодержащих напитков, ультрапастеризованного молока, фасованного и пакетированного чаев, воды, газированных напитков и снеков в Казахстане.

Компания обладает диверсифицированным портфелем брендов, как собственных, так и международных: натуральные соки – «Gracio», «DaDa» и DaDaDay, «Нектар Солнечный»; Вода – A'SU; Холодный Чай - LiptonIceTea, CiTi; газированные напитки - Pepsi, 7up, Mirinda; Молоко – «Мое»; Чай – «Пиала», «Assortea»; Энергетический напиток – «YETI»; Снеки – «Гризли».

Рейтинг, присвоенный Международным рейтинговым агентством Moody's, B2/stable.

Инструменты АО "RG Brands", включенные в торговые списки KASE RGBRb6, RGBRb7.

