



## Пресс-релиз

### АО «RG Brands»: Итоги деятельности за 9 месяцев 2013 года

<i>тыс. тенге</i>	<b>9 месяцев 2013 год</b>	<b>9 месяцев 2012 год</b>	<b>Изменение %</b>
Выручка	26 600 609	25 938 046	3%
Валовая прибыль	10 110 724	10 785 176	-6%
Валовая маржа, %	38%	42%	
ЕБИТДА	3 458 547	4 255 958	-19%
ЕБИТДА маржа, %	13,0%	16,4%	-21%
Курсовая разница	-224 007	-86 784	
Чистая прибыль/убыток	1 645 205	2 464 631	-33%
Чистый финансовый долг	8 922 884	11 141 880	-20%

- Выручка RG Brands за 9 месяцев 2013 года выросла на 3% и составляет 26.6 млрд. тенге
- Валовая прибыль за 9 месяцев 2013 года снизилась на 6%, что в тенге составило 10.1 млрд. тенге
- Показатель ЕБИТДА за 9 месяцев 2013 года составляет 3.5 млрд. тенге
- Чистые денежные средства, полученные от операционной деятельности за 9 месяцев 2013 месяцев составляют 2 млрд. тенге
- Чистый финансовый долг снизился на 20% или на сумму 2,2 млрд. тенге по сравнению с аналогичным показателем прошлого года.

RG Brands продолжает выполнять среднесрочную программу развития. За 9 месяцев 2013 года, компания смогла достичь 3-процентного роста чистой выручки, активно реинвестируя накапливаемые средства в развитие ключевых брендов компании и усиление системы продаж и дистрибьюции.

Фокус RG Brands на развитии сильных региональных брендов с высоким потенциалом роста привёл к запуску компанией в первой половине 2013 года собственного бренда CiTi в категории Холодного Чая, а также новой линейки вкусов бренда Yeti в категории энергетических напитков. Динамика развития продаж и дистрибьюции Yeti и CiTi за 9 месяцев 2013 года соответствует ожиданиям компании.

Программа развития бизнеса на рынках Центральной Азии и России (Западная Сибирь, Урал и Приволжье) уже становится значимым фактором в работе компании, благодаря активным маркетинговым кампаниям и развитию долгосрочных отношений с местными торговыми партнерами.

Снижение валовой прибыли на 6%, валовой маржи на 4 пункта и показателя ЕБИТДА обусловлены в основном ростом цен на сырье (в частности, на чай). Стоит отметить, что цены на основное сырье имеют циклический характер, верхние уровни по которым наблюдаются в 2013 году. В тоже время, на текущий момент Компанией уже оптимизированы цены на





основные виды сырья и приведены к уровню 2012 года путем заключения форвардных контрактов, создав благоприятную основу на 2014 год. В остальном, снижение показателя EBITDA за 9 месяцев 2013 года является тактическим и связано с ростовыми инвестициями компании в систему продаж и дистрибуции, а также маркетинговыми инициативами, связанными с запусками новых продуктов. Компания уже получает эффект от данных инвестиций, при том что сами инвестиции являются среднесрочными. Общие и административные расходы удерживаются ниже уровня 2012 года, благодаря внедренным программам по снижению затрат и улучшению производительности.

Компания уделяет большое внимание эффективному управлению рабочим капиталом, как результат планирует получить 10%-ый рост в части чистых денежных потоков от операционной деятельности по итогам 2013 года в сравнении с аналогичным показателем 2012 года. Чистые денежные средства, полученные от операционной деятельности за 9 месяцев 2013 года, составили 2 миллиарда тенге.

Компания продолжает осуществлять финансовые инициативы, направленные на усиление своего баланса. В первой половине 2013 года RG Brands заключил долгосрочное кредитное соглашение с Азиатским Банком Развития на сумму 40,2 долл. США, направленное на рефинансирование краткосрочных обязательств и финансирование инвестиционной программы 2013-2015 г.г. Также, в рамках среднесрочной стратегии устойчивого финансирования рабочего капитала, компания заключила кредитное соглашение на сумму 25 млн. долл. США сроком на 3 года с Европейским Банком Реконструкции и Развития в 3-м квартале 2013 года. Размер чистого финансового долга компании снизился на сумму около 1,8 миллиарда тенге с начала этого года.

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 связи с изменениями цен на сырье, а также нехарактерно прохладным летним сезоном менеджмент компании скорректировал планы по ключевым показателям на 2013 год в сторону уменьшения. Наряду с этим, планируемые объемы продаж и фактически оптимизированные цены на основные виды сырья на 2014 год, а также усиление ключевых статей балансового отчета позволяют RG Brands подтвердить и быть уверенными в исполнении всех ключевых показателей заявленных в своей среднесрочной стратегии развития.

## 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 – А'SU, Холодный Чай - Lipton Ice Tea, CiTi, AquaFina, Pepsi, 7up, Mirinda. Молоко – «Мое». Чай – «Пиала». Энергетические напитки – «YETI». Снеки – «Гризли».

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

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

