



## Пресс-релиз АО «RG Brands»: Итоги деятельности за 2012 года

	2012	2011	Изменение, %
<i>Тыс Тенге</i>			
Выручка	34,951,468	30,950,358	13%
Валовая прибыль	14,519,182	11,138,560	30%
Валовая маржа, %	42%	36%	
ЕБИТДА	5,619,899	4,253,766	32%
ЕБИТДА маржа, %	16.1%	13.7%	
Курсовая разница	-193,941	91,465	
Чистая прибыль/убыток	2,169,712	1,120,483	94%
Чистые денежные средства, полученные от операционной деятельности	4,070,597	2,692,218	51%
Чистый финансовый долг	10,709,723	13,049,487	-18%

- Выручка RG Brands за 12 месяцев 2012 года выросла на 13% и составляет 34.9 млрд. тенге
- Валовой доход за 12 месяцев 2012 года увеличился на 30%, что в тенге составило 14.5 млрд тенге
- Валовая маржа увеличилась с 36% до 42%
- Показатель ЕБИТДА за 12 месяцев вырос на 32%, что в тенге составляет 5.6 млрд тенге
- Чистые денежные средства, полученные от операционной деятельности за 12 месяцев увеличились на 51% и составляют 4.1 млрд тенге

RG Brands продолжает демонстрировать устойчивый прибыльный рост во исполнение своей среднесрочной стратегии, показав хорошие операционные и финансовые результаты за 12 месяцев 2012 года.

Компания активно реинвестирует накапливаемые средства в развитие ключевых брендов компании и усиление системы продаж. Данная стратегия вкуче с проводимой политикой сокращения затрат и увеличения производительности продолжает давать устойчивый рост продаж и улучшение доходности бизнеса.

Комплексные инициативы компании в соковой категории в 2012 году усилили позиции лидирующих брендов на рынке - Gracio, DaDa и Нектар Солнечный. Чай Piala Gold сохраняет свои лидирующие позиции на рынке, в том числе благодаря хорошему росту продаж в сегменте пакетированного чая (Piala Gold





и Piala Assortea). Молоко МОЕ демонстрирует устойчивый рост в рамках своей обновленной маркетинговой стратегии.

Агрессивный рост продаж чипсового бренда GRIZZLY связан с продолжающимся фокусом и инвестициям в расширении его представленности на рынке.

Усиливается фокус RG Brands на развитии сильных брендов в новых продуктовых категориях с высоким потенциалом роста. Портфель новых торговых марок - вода A'SU, энергетические напитки YETI, а также Apot (первый в СНГ напиток сегмента шорле) показал агрессивную динамику продаж в 2012 году, соответствующей ожиданиям компании, формируя хорошие ожидания в среднесрочном горизонте.

Хорошие результаты были достигнуты в категориях газированных напитков и Холодного Чаю - международные бренды Pepsi, 7UP, Mirinda и Lipton Iced Tea показали высокий рост, благодаря запуску холодного чая Lipton в литровой упаковке и эффективной футбольной промо-акции Pepsi в летний период года.

Программа развития бизнеса на рынках Центральной Азии и России (Западная Сибирь, Урал и Приволжье) начинает давать свои первые плоды, благодаря активной поддержке собственных брендов и местных партнеров.

30-процентный рост валовой прибыли указывает на сильную бизнес концепцию и эффективную экономическую модель, так как RG Brands получает улучшение показателей доходности не только от реализации эффекта масштаба, но и от повышения операционной эффективности.

Результаты EBITDA за 12 месяцев 2012 года были охарактеризованы 32-процентным ростом, а показатель маржинальности EBITDA увеличился на 2,4 пункта, благодаря выполнению программы по снижению затрат, улучшению эффективности предприятия и предшествующих агрессивных инвестиций в маркетинг и разработку новых продуктов, обеспечивающих рост высокомаржинальных продуктов.

Компания продолжает осуществлять инициативы, направленные на усиление баланса. В 2012 году RG Brands произвел рефинансирование по улучшенной ставке своих финансовых обязательств в полтора миллиарда тенге на пятилетний срок, что привело к значительному усилению позиций по ликвидности. RG Brands также придает огромное внимание дальнейшему усилению своей финансовой позиции для поддержания «трех ключевых источников роста» путем: 1) открытия долгосрочных кредитных линий 2) диверсификации финансовых источников между Европейскими, Азиатскими и региональными банками, с использованием различных видов и инструментов финансирования 3) уменьшения задолженности в иностранной валюте, а также хеджирования большинства платежей в иностранной валюте для минимизации валютных рисков. Чистые денежные средства, полученные от операционной деятельности в 2012 году, составили 4,1 миллиарда тенге, на 51 процент выше результатов 2011 года, что позволило снизить размер своих финансовых обязательств на сумму около 2,3 миллиарда тенге с начала этого года.

В сентябре 2012 года все эти факторы привели к решению рейтингового агентства Moody's повысить кредитный рейтинг АО RG Brands до уровня "B2" с прежнего - "B3".

Набранные темпы роста продаж и доходности вместе с усилением ключевых статей балансового отчета позволяют RG Brands подтвердить свои оптимистичные планы на 2013 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 – А'SU, Lipton Ice Tea, 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)

