



## МонделēзИнтернационал сообщает о результатах 3 квартала и подтверждает планы на 2013 год

7 ноября компания MondelēzInternational (код в Системе автоматической котировки Национальной ассоциации дилеров по ценным бумагам, NASDAQ- MDLZ) сообщила о результатах, достигнутых в третьем квартале 2012 года.

1 октября 2012 года компания MondelēzInternational (бывшая Kraft Foods Inc.) завершила отделение своего североамериканского бизнеса по производству продуктов питания Kraft Foods Group, Inc. Начиная с 4 квартала 2012 года исторические финансовые результаты Kraft Foods Group за периоды, предшествующие 1 октября 2012 года, будут отражаться в финансовой отчетности компании как прекращенная деятельность.

### Результаты в рамках структуры Kraft Foods Inc.

- Чистая выручка уменьшилась на 2,4% до 12,9 млрд. долл. США; органическая чистая выручка<sup>1</sup> увеличилась на 2,1%
- Операционная прибыль сократилась на 2,7%; скорректированная операционная прибыль<sup>1</sup> возросла на 6,8%
- Прибыль на акцию составила 0,36 долл. США, а операционная прибыль на акцию – 0,64 долл. США, увеличившись на 10,3%

По данным отчетности, включающей Kraft Foods Group, чистая выручка составила 12,9 млрд. долл. США, уменьшившись на 2,4%, в том числе на 4,5 процентных пункта от курсовых потерь. Органическая чистая выручка возросла на 2,1%.

Операционная прибыль составила 1,7 млрд. долл. США, а операционная маржа прибыли – 12,8%. Скорректированная операционная прибыль, исключая издержки по программе интеграции<sup>2</sup>, расходы на реструктуризацию<sup>3</sup> и расходы по созданию компаний<sup>4</sup>,

<sup>1</sup> См. обзор финансовых показателей, не относящихся к общепринятым принципам бухгалтерского учёта, в англоязычной версии данного пресс-релиза.

<sup>2</sup> Расходы на программу интеграции определяются как расходы, связанные с объединением бизнеса Kraft Foods и Cadbury, и учитываются отдельно от издержек на приобретение.

<sup>3</sup> Расходы на реструктуризацию представляют собой однократные расходы для реализации процедур сокращения штата, продажи имущества и другие, связанные с производством однократные расходы.



увеличилась на 6,8% до 1,9 млрд. долл. США. Маржа скорректированной операционной прибыли возросла на 1,3 процентных пункта до 15%.

Прибыль на акцию составила 0,36 долл. США, а операционная прибыль на акцию – 0,64 долл. США, увеличившись на 10,3%, или на 15,5%, рассчитанная на основе постоянного курса валют.

**Результаты деятельности компании MondelēzInternational, исходя из скорректированной гипотетической непрерывной деятельности**

- Чистая выручка уменьшилась на 5,1% до 8,3 млрд. долл. США; органическая чистая выручка<sup>1</sup> возросла на 1,5%
- Операционная прибыль увеличилась на 2,2% до 7,5%, рассчитанная на основе постоянного курса валют
- Прибыль на акцию сократилась на 2,6% до 0,37 долл. США, что означает рост на 2,6%, исходя из постоянного валютного курса
- Компания вновь подтвердила ориентировочные показатели роста органической чистой выручки в 2013 году на уровне нижнего показателя роста в диапазоне 5%-7% и операционной прибыли на акцию в размере 1,50-1,55 долл. США, исходя из средних валютных курсов августа 2012 года

*В нижеприведенном описании изложены независимые финансовые результаты компании MondelēzInternational, исходя из скорректированной гипотетической непрерывной деятельности. Описание отражает отделение и исключение информации о деятельности отделившейся компании KraftFoodsGroup для всех представленных периодов. Описание также включает данные о воздействии следующих операций, как если бы они имели место в начале представленных периодов: передача определенных обязательств по плану льгот, предоставляемых работодателем в Северной Америке, компании KraftFoodsGroup; сокращение задолженности, связанной с завершением планов капитализации в связи с отделением. Скорректированные гипотетические результаты не включают расходы по созданию компаний, расходы на реструктуризацию 2012-2014 гг. и расходы по программе интеграции. Компания включила Скорректированные гипотетические результаты*

---

<sup>4</sup>Расходы на создание новых компаний включают в себя однократные транзакционные и прочие расходы, связанные с реализацией инициативы по созданию североамериканской продовольственной компании и глобальной снековой компании, в первую очередь это расходы на оплату услуг финансовых консультантов, юристов, бухгалтерских услуг, налоговых консультантов и дублированию инфраструктуры информационных систем. Также эти расходы включают финансовые и иные расходы на перераспределение задолженности и обеспечение инвестиционных кредитных рейтингов для обеих компаний.

*деятельности в Форму 8-K, поданную 5 октября 2012 года, для облегчения сравнения прошлых и будущих результатов операционной деятельности.*

«Как мы и ожидали, рост общей выручки в этом квартале был скромным, – заявила Айрин Розенфельд, Председатель Совета директоров и Главный исполнительный директор. – Это обусловлено наложившимися друг на друга факторами – исключительно высокими результатами деятельности в третьем квартале прошлого года и более низкой отдачей от ценовой политики. Мы также предприняли ряд краткосрочных неправильных решений в нескольких ключевых странах, однако эти вопросы будут разрешены, в основном, до конца года. В ключевых категориях продолжается стабильный, здоровый рост. Мы сохраняем уверенность в своей способности достичь наших целей как ближайшем 2013-м году, также как и в долгосрочной перспективе».

Чистая выручка составила 8,3 млрд. долл. США, уменьшившись на 5,1%, в том числе на 6,6 процентных пункта из-за колебаний валютного курса. Органическая чистая выручка возросла на 1,5%, несмотря на наложение в размере 9,4% показателей 3 квартала предыдущего года. Этот рост был стимулирован 6%-ным ростом глобальных и региональных ключевых брендов. Благоприятная политика ценообразования, обеспечившая прирост в 2,2 процентных пункта, частично нивелировалось -0,7 процентными пунктами снижения соотношения «объем/ассортимент». В течение первых девяти месяцев 2012 года органическая чистая выручка возросла на 4,6%.

Операционная прибыль составила 1,1 млрд. долл. США, увеличившись на 2,2%, или на 7,5%, рассчитанная на основе постоянного курса валют, поскольку эффективное управление входящими расходами и более низкие общие и административные издержки более чем компенсировали воздействие снижения соотношения «объем/ассортимент».. Операционная маржа прибыли возросла на 0,9 процентных пункта до 13,1%. С начала года операционная прибыль увеличилась на 4,8%, или на 9,3%, исходя из постоянного валютного курса, а операционная маржа прибыли – на 0,9 процентных пункта до 12,7%

Прибыль на акцию составила 0,37 долл. США, уменьшившись на 2,6%, включая негативное воздействие колебания валютных курсов в размере 0,02 долл. США. Исходя из постоянного валютного курса, прибыль на акцию увеличилась на 2,6% в третьем квартале и на 7,8% с начала года. Этот рост поддерживался главным образом за счет увеличения операционной выручки, однако в значительной степени нивелировался повышением налогов по причине существенных разовых льгот в предыдущем году.

## **Неоднозначные результаты на развивающихся рынках**

Развивающиеся рынки продемонстрировали невысокий рост органической выручки, что обусловлено сложностью сравнения с результатами третьего квартала предыдущего года, а также рядом проблем исполнительного характера на нескольких ключевых рынках.

Чистая выручка в третьем квартале сократилась на 6%, включая негативное воздействие колебания валютных курсов в размере 7,7 процентных пункта. Органическая чистая выручка увеличилась на 1,7%, при этом установление более высоких цен частично нивелировалось более низким соотношением «объем/ассортимент». Умеренный рост органической чистой выручки отразил трудность сравнения с 15,5%-ным ростом в третьем квартале предыдущего года, когда многие клиенты увеличили объем закупок в ожидании объявленного роста цен. Ключевые бренды региона показали приблизительно 7%-й рост, причем наиболее высокие показатели отмечены по шоколаду *Cadbury Dairy Milk*, *Lacta* и *Milka* и бисквитам *Oreo* и *Barni*.

Рост выручки отразил неоднозначные результаты деятельности в регионе в целом. Такие ключевые рынки как Китай, Индия и Ближний Восток и Африка добились высокого роста, который, однако, нивелировался неудовлетворительными результатами Бразилии и России (из-за краткосрочных проблем исполнительного характера). Компания предприняла меры по решению этих вопросов и ожидает, что в 4 квартале 2012 года рост органической чистой выручки в регионе будет измеряться большими однозначными числами.

Операционная прибыль в сегменте уменьшилась на 6,3%, включая отрицательное воздействие колебания валютных курсов в размере 5,3 процентных пункта. Без учета колебания валютных курсов, операционная прибыль сегмента, по существу, оставалась неизменной, поскольку более низкое соотношение «объем/ассортимент» в значительной степени компенсировалось эффективным управлением входящими расходами.

## **Стабильные результаты в Европе**

Европа продемонстрировала стабильные результаты в сложных экономических условиях благодаря повышению соотношения «объем/ассортимент» и постоянному фокусу на производительность и снижение накладных расходов.

Чистая выручка в третьем квартале снизилась на 8,1%, включая отрицательное воздействие колебания валютных курсов в размере 8,8 процентных пункта. Органическая

чистая выручка возросла на 0,7% в результате стабильного роста соотношения «объем/ассортимент», особенно в категориях «кофе» и «шоколад». Рост соотношения «объем/ассортимент» в течение квартала соответствовал результатам деятельности в первом полугодии. Этот рост частично нивелировался понижением цен, главным образом, в категории кофе. Ключевые бренды региона выросли на 2%, причем лидировали шоколад *Milka* и *CadburyDairyMilk*, бисквиты *Oreo* и *beVita*, платформа бисквитов с шоколадной глазурью и напитки *Tassimo*.

Операционная прибыль в сегменте уменьшилась на 0,8%, включая неблагоприятное воздействие колебания валютных курсов в размере 8,2 процентных пункта. Без учета колебания валютных курсов, в Европе операционная прибыль сегмента возросла от средних до больших однозначных чисел, включая благоприятное влияние разовой операции

### **Значительный рост категории «бисквиты» способствовал росту прибыли в Северной Америке**

Высокие показатели деятельности в категории «бисквиты» в США стимулировали значительный рост выручки и прибыли в Северной Америке.

Чистая выручка в третьем квартале возросла на 1,9%. Органическая чистая выручка<sup>1</sup> увеличилась на 2,2% в результате установления более высоких цен, которые частично компенсировались более низким соотношением «объем/ассортимент» вследствие сокращения ассортимента продукции в Канаде. Рост категории «бисквиты» в США измерялся средними однозначными числами, что отражает преимущества фокусной работы по прямым поставкам в торговые точки. Категория «жевательная резинка и леденцы» осталась неизменной, поскольку измеряемый двузначными числами рост в сегменте леденцов и вывод на рынок жевательной резинки *Stride ID* компенсировали слабые показатели других брендов жевательной резинки. Ключевые бренды региона выросли на 9%, причем наибольший рост демонстрируют бисквиты *HoneyMaid*, *Ritz*, *Triscuit* и *Oreo* леденцы *Halls*.

Операционная прибыль в сегменте возросла на 14,5%, отражая значительный прирост от эффективной ценовой политики и производительности, которые более чем компенсировали значительный рост расходов на рекламу и промоакции в поддержку ключевых брендов.

## Прогноз

«Мы сохраняем уверенность в возможности реализации планов на 2013 год, представленных нами в сентябре, – заявил Дэвид Бреартон, Исполнительный вице-президент и Финансовый директор. – В результате мы подтверждаем прогноз роста органической чистой выручки в 2013 году на уровне нижней части целевого диапазона долгосрочного роста от 5% до 7% и операционную прибыль на акцию в размере 1,50 – 1,55 долл. США, на основании средних валютных курсов августа 2012 года. При использовании средних валютных курсов октября 2012 года ориентиры операционной прибыли на акцию компании в 2013 году будут приблизительно на 5 центов выше».

## О компании Mondelēz International

Mondelēz International, Inc. (бывшая Kraft Foods Inc., код в Системе автоматической котировки Национальной ассоциации дилеров по ценным бумагам, NASDAQ- MDLZ) – мировой лидер по производству шоколада, бисквитов, жевательной резинки, леденцов, кофе и растворимых напитков. Портфолио компании состоит из глобальных снековых брендов и брендов продуктов питания бывшей Kraft Foods Inc. (после отделения 1 октября 2012 года североамериканского бизнеса по производству продуктов питания). Портфолио Mondelēz International включает несколько брендов доходностью более 1 миллиарда долларов США в год, таких как шоколад *Cadbury* и *Milka*, кофе *Jacobs*, бисквиты *LU*, *Nabisco* и *Oreo*, растворимый напиток *Tang* и жевательная резинка *Trident*. Компания Mondelēz International имеет годовой оборот порядка 36 миллиардов долларов США и ведет операционную деятельность в 80 странах мира. Для более подробной информации посетите страницы [www.mondelezinternational.com](http://www.mondelezinternational.com) и [www.facebook.com/mondelezinternational](https://www.facebook.com/mondelezinternational).

## О компании «Крафт Фудс Рус»

ООО «Крафт Фудс Рус» ([www.mdlz.ru](http://www.mdlz.ru), входит в группу Mondelēz International) работает на российском рынке 17 лет и является лидером в категориях: шоколад и шоколадные конфеты, сублимированный кофе и бисквиты. Компания выпускает любимые россиянами бренды, такие как кофе *Jacobs Monarch* и *Carte Noire*, шоколад *Alpen Gold*, *Milka* и *Picnic*, печенье «Юбилейное», бисквит «Медвежонок Барни», соленый снек *TUC* и жевательная резинка *Dirol*. Количество сотрудников российских подразделений составляет порядка 4 тыс. человек, заводы расположены во Владимирской, Ленинградской и Новгородской областях. Компания активно инвестирует в российскую

экономику и осуществляет масштабные социальные и благотворительные проекты. За последние 17 лет инвестиции в экономику страны достигли 1 миллиарда долларов США, объем инвестиций в социальную сферу за последние 3 года достиг 5 миллионов долларов США.

# # #