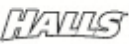




**Контакты:** Юлия Весенёва  
+ 7 495 960 24 80  
[yvesenyova@krafteurope.com](mailto:yvesenyova@krafteurope.com)



## **KRAFT FOODS ОБЪЯВЛЯЕТ О СВОЕМ НАМЕРЕНИИ СОЗДАТЬ ДВЕ НЕЗАВИСИМЫЕ ПУБЛИЧНЫЕ КОМПАНИИ**

- *Создание динамично развивающейся глобальной снековой компании и североамериканской продовольственной компании с высокой маржой прибыли и портфолио легендарных брендов у каждой из них*

НОРТФИЛД, Иллинойс, США – 5 августа 2011 г. – Сегодня компания Kraft Foods Inc. (Код на Нью-Йоркской фондовой бирже: KFT) объявила о том, что ее Совет директоров планирует создать две независимые публичные компании: динамично развивающуюся глобальную снековую компанию с расчетной выручкой<sup>1</sup> в приблизительно \$32 млрд. и североамериканскую продовольственную компанию, имеющую высокую маржу прибыли, расчетная выручка которой составит приблизительно \$16 млрд. Компания планирует создать эти два предприятия путем расширения необлагаемого налогами продовольственного бизнеса в Северной Америке на акционеров компании Kraft Foods.

«Как опять показали наши результаты за второй квартал, наши предприятия выигрывают от наблюдаемого цикла роста и инвестирования, который, мы уверены, продолжится», – сказала Айрин Розенфельд, председатель правления и генеральный директор. «Мы создали два сильных, но разных портфолио. Наши стратегические действия позволяют нам создать две мощные компании, каждую со своим руководством, ресурсами и сильным рыночным положением для полной реализации их потенциала. На следующем этапе нашего развития предусматривается расставление приоритетов в нашем портфолио. Глобальный бизнес снеков предоставляет грандиозные возможности для роста, поскольку потребительский спрос на снеки растет по всему миру. Североамериканский продовольственный бизнес обладает выдающейся линейкой легендарных брендов, лучшей по отрасли маржой и, очевидно, может существенно увеличить денежные поступления».

### **Стратегическая основа**

За последние несколько лет компания Kraft Foods преобразовала свой портфолио посредством географического расширения и наращивания своего присутствия в быстрорастущей категории снеков. Ряд стратегических приобретений, особенно бизнеса по производству печенья LU у компании Danone, а также покупка компании Cadbury Plc, наряду с сильным органичным ростом ее ключевых брендов, сделали компанию Kraft Foods мировым лидером в сегменте снеков. В то же время компания продолжила инвестировать в качество, маркетинг и инновации, лежащие в основе ее легендарных североамериканских брендов, в то же время принимая ряд мер по снижению затрат. В результате компания смогла добиться отличных результатов в сложных экономических условиях.

Успешно выполнив переходный план и проработав 18 месяцев после интеграции с Cadbury, компания, фактически, создала глобальную платформу для

<sup>1</sup> Приводимые в данном пресс-релизе цифры по выручке являются расчетными и основаны на фактических результатах компании Kraft Foods за 2010 г. с поправкой на вывод активов.



бизнеса снеков и североамериканский продовольственный бизнес, которые теперь различаются по будущим стратегическим приоритетам, профилям роста и операционным центрам. Например, снековый бизнес компании Kraft Foods, в целом, сосредоточен на капитализации посредством глобальных потребительских трендов в области снеков, усилении роста на быстрорастущих развивающихся рынках и в каналах импульсного потребления. Североамериканская продовольственная компания осуществляет инвестиции для увеличения выручки по своим категориям в традиционных продуктовых каналах посредством инновационного подхода к продукции и проведения маркетинга на мировом уровне, одновременно с этим обеспечивая себе наилучшие маржу прибыли и поступление денежных средств.

В ходе стратегического преобразования компании Kraft Foods Совет директоров и руководство постоянно изучали возможности дополнительного улучшения результативности и повышения ценности для акционеров в долгосрочной перспективе. Теперь они считают, что следующим логичным шагом является создание двух независимых публичных компаний. Помимо прочего, подробное изучение данного вопроса Советом директоров и руководством показало, что эти два предприятия теперь могут выигрывать от осуществления деятельности независимо друг от друга, а не как часть одной и той же компании.

Компания полагает, что создание двух публичных компаний может предоставить ряд благоприятных возможностей:

- Каждое предприятие сможет сосредотачивать свое внимание на разных стратегических приоритетах, ставя финансовые цели, наилучшим образом подходящие для их собственных рынков и уникальных возможностей.
- Каждая компания сможет распределять ресурсы и использовать капитал способом, соответствующим ее стратегическим приоритетам для оптимизации совокупных доходов акционеров.
- Инвесторы смогут оценить две компании на основе их соответствующих операционных и финансовых показателей, которые лягут в основу необходимого инвестирования.

### **Создание двух мощных компаний**

Глобальный снековый бизнес будет состоять из существующих подразделений компании Kraft Foods в Европе и на развивающихся рынках, а также североамериканских предприятий, работающих в области снеков и кондитерских изделий. Будучи независимой организацией, глобальная снековая компания, согласно расчетам, будет иметь выручку в размере приблизительно \$32 млрд. и характеризоваться сильным профилем роста на многочисленных быстрорастущих, привлекательных рынках. Приблизительно 75% выручки будут поступать от реализации снеков во всем мире, а примерно 42% будут генерироваться на развивающихся рынках, включая диверсифицированное присутствие в многочисленных высокопривлекательных становящихся рынках. Данное предприятие будет иметь сильное присутствие в быстрорастущем и обладающим большой маржой прибыли канале импульсного поступления. Неснековая часть портфолио, в основном, будет состоять из порошковых напитков и кофе, которые демонстрируют уверенный рост и высокий профиль маржи прибыли на развивающихся рынках и в Европе. Ключевые бренды будут включать печенье *Oreo* и *LU*, шоколад *Cadbury* и *Milka*, жевательную резинку *Trident*, кофе *Jacobs* и порошковые напитки *Tang*.

Североамериканская продовольственная компания будет состоять из существующих американских подразделений, работающих с сыром, удобными порционными продуктами и продовольственными продуктами, неснековыми категориями в Канаде, а также оперирующих в сфере продуктовых услуг. Имея выручку в приблизительно \$16 млрд. (оценка), данное предприятие станет одной из крупнейших североамериканских компаний, работающих в сфере продуктов питания и



напитков. В портфолио данной компании будут входить многие из наиболее популярных на континенте брендов продуктов питания, при этом лидерские позиции будут удерживаться фактически во всех категориях, с которыми будет работать компания.

Североамериканская продовольственная компания будет иметь высококонкурентное присутствие в точках розничной продажи, станет лидером в области минимизации издержек и постоянно будет стремиться к инновационному и маркетинговому совершенству. Стратегические приоритеты североамериканской продовольственной компании будут состоять в усилении своих рыночных позиций посредством роста по категориям, при этом сохраняя фокус на структурах расходов. Путем капитализации инвестиций, сделанных компанией во время переходного периода, управление независимым североамериканским предприятием будет осуществляться таким образом, чтобы получить постоянный рост выручки, высокую маржу прибыли и беспрепятственный поток денежных средств, а также высококонкурентные выплаты дивидендов. Ключевые бренды будут включать макароны с сыром *Kraft*, мясные продукты *Oscar Mayer*, кремовый сыр *Philadelphia*, кофе *Maxwell House*, напитки *Capri Sun*, десерты *Jell-O* и приправу для салатов *Miracle Whip*.

Руководство нацелено на капитал для поддержания инвестиционных рейтингов и доступа к коммерческой документации по каждому новому предприятию.

#### **Следующие шаги**

Руководство разрабатывает детальные планы, которые в дальнейшем будут рассмотрены и окончательно утверждены Советом директоров. Для выполнения данной операции необходимо дополнительно проработать структуру, управление, руководство, и другие аспекты, что займет приблизительно 12 или более месяцев. В настоящий момент целью является создание новых компаний до конца 2012 г. Компания будет периодически публиковать промежуточные пресс-релизы. В ходе данного процесса руководство по-прежнему будет сосредоточено на продолжении реализации преимуществ от интеграции с компанией Cadbury и получении отличных бизнес-результатов.

«Усердный труд и достижения наших сотрудников преобразовали компанию Kraft Foods и позволили нам предпринять этот следующий шаг в развитии компании» - сказала Розенфельд. «Наши глобальная снековая компания и североамериканская продовольственная компания обладают безумно талантливыми и динамичными сотрудниками. Я уверена в том, что мы сохраним дух победы, который является ключом к нашему успеху». Она добавила: «Сосредоточение усилий и иные преимущества, получаемые от создания двух независимых компаний, обеспечат еще большие возможности для наших сотрудников и брендов».

Все операции будут проводиться по стандартной схеме, включая получение необходимой регулятивной разрешительной документации, заключения налогового консультанта и положительного решения налогового управления о расширении статуса необлагаемого налогами североамериканского продовольственного предприятия на наших акционеров, подписание внутренних соглашений, проведение дополнительных проверок по мере необходимости и окончательное утверждение Советом директоров компании.

Финансовыми консультантами компании являются Centerview Partners, Evercore Partners и Goldman Sachs.



### **Компания Kraft Foods**

Компания Kraft Foods является вторым в мире производителем продуктов питания с годовым объемом продаж более 49 миллиардов долларов США. Kraft Foods активно расширяет влияние на мировом рынке и формирует непревзойденный портфель брендов, предпочитаемых потребителями. Компания предлагает высококачественную продукцию миллиардам потребителей примерно в 170 странах мира. В портфель Kraft Foods входят более 70 ведущих международных брендов, доходность 12-ти из них превышает один миллиард долларов США: печенье *Oreo*, *Nabisco* и *LU*, шоколад *Milka* и *Cadbury*, жевательная резинка *Trident*, кофе *Jacobs* и *Maxwell House*; сливочный сыр *Philadelphia*; растворимый напиток *Tang*; сыры, готовые обеды и соусы *Kraft*, мясные изделия *Oscar Mayer*. Компания Kraft Foods, [www.kraftfoodscompany.com](http://www.kraftfoodscompany.com) (код на Нью-Йоркской фондовой бирже - KFT) имеет котировки по следующим индексам: Dow Jones, Standard & Poor's 500, the Dow Jones Sustainability Index, the Ethibel Sustainability Index.

### **Компания «Крафт Фудс Рус»**

ООО «Крафт Фудс Рус» ([www.kraftfoods.ru](http://www.kraftfoods.ru)) работает на российском рынке 15 лет и является лидером в категориях: шоколад и шоколадные конфеты, сублимированный кофе и бисквиты. ООО «Крафт Фудс Рус» выпускает такие бренды, как кофе *Carte Noire*, *Jacobs*, *Maxwell House*; шоколад и шоколадные конфеты *Alpen Gold*, «Воздушный», *Milka*, «Чудный Вечер», *Côte d'Or*, мучные кондитерские изделия «Юбилейное», «Причуда», *Alpen Gold Chocolife*, «Барни», «Торнадо», снеки *TUC* и *Estrella*. В феврале 2010 года Kraft Foods на глобальном уровне приобрела компанию Cadbury. Ключевые бренды ООО «Дирол Кэдбери» на российском рынке: жевательная резинка *Dirol*, *Stimorol*, *Malabar*, леденцы *Halls* и *Dirol Drops*, шоколад *Cadbury*, *Tempo* и *Picnic*. В России Kraft Foods владеет 6 заводами во Владимирской, Ленинградской, Новгородской областях и г. Москве. Количество сотрудников превышает 4 тыс. человек. Компания активно инвестирует в российскую экономику и осуществляет масштабные социальные и благотворительные проекты.