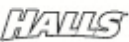




Контакты: Юлия Весенёва
+ 7 495 960 24 80
yvesenyova@kraftfoods.com



KRAFTFOODS ДЕМОНСТРИРУЕТ УВЕРЕННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА 3-Й КВАРТАЛ И ПОВЫШАЕТ ПРОГНОЗНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ НА 2011 ГОД

- Чистая выручка выросла на 11,5% и достигла \$13,2 млрд; органический рост чистой выручки¹ составил 8,4%;
- Операционная прибыль выросла на 11,8%; базисная операционная прибыль¹ увеличилась на 12,2%;
- Распределенная прибыль на акцию составила \$0,52; операционная прибыль на акцию¹ - \$0,58;
- Компания повысила прогнозные показатели на 2011 год относительно роста органической чистой выручки, как минимум, до 6%;
- Прогнозные показатели по операционной прибыли на акцию в 2011 году увеличились, как минимум, до \$2.27.

НОРТФИЛД, Иллинойс, США – 2 ноября 2011 г. – 2 ноября 2011 года компания KraftFoodsInc. (код на Нью-Йоркской фондовой бирже - KFT) объявила о результатах деятельности за 3-й квартал, характеризующихся значительным ростом органической чистой выручки и увеличением операционной прибыли в каждом географическом регионе.

«Наши инвестиции в маркетинговую деятельность и новые продукты по-прежнему способствуют стабильному росту и уверенному удержанию значительных долей рынка. Мы добились этого, несмотря на значительное повышение цен, обусловленное необходимостью компенсации рекордно высоких затрат на сырье, – говорит Айрин Розенфельд, Председатель Совета директоров и Исполнительный директор, - Вместе с возможностями для накопления ресурсов, мы также ожидаем достижения высоких результатов в 2011 году и планируем в наступающем году вывести на рынок две компании – лидеров отрасли, уверенно наращивающих обороты».

Чистая выручка за третий квартал составила \$13,2 млрд, увеличившись на 11,5%. Органическая чистая выручка увеличилась на 8,4%, что обусловлено уверенным ростом во всех географических регионах. Повышение цен составило 7,0% от роста выручки благодаря продолжению компанией успешной реализации ценовой политики в целях компенсации увеличения стоимости сырья. Несмотря на принимаемые в отношении цен меры, объем/ассортимент продукции обеспечили 1,4% роста.

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



Операционная прибыль составила \$1,7млн, а норма операционной прибыли – 12,8%. Базисная операционная прибыль, исключая расходы, относящиеся к приобретению² и к программе интеграции³, выросла на 12,2% и достигла \$1,8 млрд. Увеличение базисной операционной прибыли стало возможным благодаря эффективному управлению расходами на сырье посредством регулирования цен и производительности, использованию благоприятной курсовой разницы и роста объемов/ассортимента продукции. Полученная прибыль была частично компенсирована отрицательным влиянием «StarbucksCPG»⁴ и распределением во времени иных административно-хозяйственных расходов. Поскольку рост прибыли был устойчивым, норма базисной операционной прибыли¹ увеличилась только на 10 базовых пунктов из-за влияния более высокой базовой выручки (вследствие цен) при расчете нормы.

Распределенная прибыль на акцию составила \$0,52. Операционная прибыль на акцию увеличилась на 23,4% и достигла \$0,58 за счет операционных доходов, использования благоприятной курсовой разницы и отдельных условий налогообложения.

Наращивание оборотов в Северной Америке

Усовершенствованная маркетинговая политика и успешные новые продукты позволили непрерывно проводить универсальную ценовую политику, акцентируя внимание на управлении расходами в рамках роста операционной прибыли подразделения KraftFoodsСеверная Америка.

Объем чистой выручки увеличился на 4,4%. Органическая чистая прибыль¹ увеличилась на 5,9%, за счет роста цен в каждом сегменте деятельности и поступлений от новой продукции. Рост объема/ассортимента продукции был довольно низким, однако, соответствовал ожиданиям компании.

Операционная прибыль в сегменте увеличилась на 3,3%, включая отрицательное влияние «StarbucksCPG» - 3,6% и отрицательное влияние расходов на реализацию Программы интеграции – 0,5%. Без учета этих факторов значительный рост операционной прибыли по сегменту отразил эффективное управление расходами на сырье и снижение иных административно-хозяйственных издержек, которые частично компенсировались объемами/ассортиментом продукции.

Значительные результаты операционной деятельности в Европе

Акцент на ключевых брендах и оптимизации расходов привел к достижению высоких и средних показателей в Европе седьмой квартал подряд.

²Относящиеся к приобретению расходы включают гонорары консультантов, гербовые сборы Великобритании, а также воздействие от переоценки товарных запасов компании Cadbury.

³Расходы на программу интеграции определяются как расходы, связанные с объединением бизнеса Kraft Foods и Cadbury, и учитываются отдельно от издержек на приобретение.

⁴С марта 2011 года Starbucks в одностороннем порядке взяла на себя контроль продаж и дистрибуции упакованного кофе в бакалейных магазинах и других каналах, разрывая таким образом соглашение с KraftFoods и в том порядке, который, по мнению Kraft Foods, нарушает условия этого соглашения



Чистая выручка увеличилась на 16,1%. Органическая чистая выручка увеличилась на 5,2% при повышении цен на кофе и с учетом благоприятного объема/ассортимента продукции, основанного на получении значительной прибыли в квартале. Рост по ключевым брендам составил примерно 13 %.

Операционная прибыль по сегменту была, в основном, равномерной. Расходы на реализацию Программы интеграции отрицательно сказались на росте прибыли в 17,2%, и частично компенсировались положительным влиянием курсовой разницы на 10,9%. За исключением этих факторов, рост операционной прибыли по сегменту отражал прибыль от объема/ассортименту продукции и более низкие накладные расходы, которые зачастую компенсируют большие затраты на сырье и более высокие инвестиции в поддержку потребителей.

Двухзначный рост на развивающихся рынках

На развивающихся рынках компания KraftFoods получила двухзначное значение выручки и роста операционной прибыли, что отражает долгосрочные преимущества от сосредоточения внимания на ключевых брендах, основных стратегиях и ключевых рынках.

Чистая выручка увеличилась на 20,3%. Органическая чистая выручка¹ выросла на 15,3% за счет благоприятной ценовой политики и устойчивого роста объемов/ассортимента продукции. Все три региона продемонстрировали двухзначный рост, стимулируемый совокупным ростом ключевых брендов примерно на 17%.

Операционная прибыль по сегменту увеличилась на 57,3%, включая благоприятное воздействие 12,4% за счет снижения расходов на реализацию Программы интеграции относительно предшествующего года, и положительное воздействие на 8,0% за счет благоприятной курсовой разницы. Без учета этих факторов значительное увеличение операционной прибыли по сегменту отразило эффективное управление расходами на сырье и прибылью по объемам/ассортименту продукции, которые были частично компенсированы инвестициями в поддержание возможностей роста.

ПРОГНОЗ

Благодаря достижению значительных результатов в третьем квартале компания пересмотрела свои прогнозы относительно органической чистой выручки в 2011 году и установила, как минимум, 6% по сравнению с ранее предусмотренным уровнем в 5%, а также увеличила свои прогнозы относительно операционной прибыли на акцию, как минимум, до \$2,27 по сравнению с \$2,25.

«Мы пересмотрели свой прогноз на год благодаря получению значительных результатов деятельности в каждом географическом регионе, - сказал Дэвид Бреартон, Исполнительный вице-президент и Финансовый директор, - Поскольку мы ожидаем продолжения такого значительного роста, наши прогнозы относительно прибыли исключают любое возможное влияние курсовой разницы в четвертом квартале, поскольку недавние колебания затрудняли составление таких прогнозов».



Компания KraftFoods

Kraft Foods (код на Нью-Йоркской фондовой бирже - KFT) – сильнейший игрок глобального рынка с непревзойденным портфелем брендов, любимых потребителями. С гордостью предлагая покупателям из 170 стран мира вкусные бисквиты, кондитерские изделия, напитки, сыры, бакалейные товары и продукты питания быстрого приготовления, Kraft Foods в 2010 году имела годовой объем продаж в размере 49,2 миллиардов долларов США. Доходность 12 легендарных брендов Kraft Foods - Cadbury, Jacobs, Kraft, LU, MaxwellHouse, Milka, Nabisco, Oreo, OscarMayer, Philadelphia, Tang и Trident– превышает 1 миллиард долларов США. 4 августа 2011 года компания Kraft Foods объявила о своих планах по разделению и созданию двух независимых публичных компаний: динамично растущей глобальной снековой компании и высоко маржинального североамериканского бизнеса по производству товаров бакалеи. Этот процесс займет по крайней мере 12 месяцев, в течение которых планы по структуре, менеджменту, управлению и другим вопросам будут анонсироваться дополнительно. Лидер в сфере маркетинга, инноваций, поддержки здорового образа жизни и вэлнесса, а также устойчивого развития, Kraft Foods имеет котировки по следующим индексам: DowJonesIndustrialAverage, Standard&Poor's 500, DowJonesSustainabilityIndex, EthibelSustainabilityIndex. Для более подробной информации посетите страницы kraftfoodscompany.com и facebook.com/kraftfoodscorporate.

Компания «Крафт Фудс Рус»

ООО «Крафт Фудс Рус» (www.kraftfoods.ru) работает на российском рынке 17 лет и является лидером в категориях: шоколад и шоколадные конфеты, сублимированный кофе и бисквиты. Инвестиции компании в российскую экономику уже превысили 800 млн. долларов США. ООО «Крафт Фудс Рус» выпускает такие бренды, как кофе *CarteNoire, Jacobs, MaxwellHouse*; шоколад и шоколадные конфеты *AlpenGold, «Воздушный», Milka, «Чудный Вечер», Côté d'Or*, мучные кондитерские изделия *«Юбилейное», «Причуда», AlpenGoldChocolife, «Барни», «Торнадо», снеки TUCи Estrella*. В феврале 2010 года KraftFoods на глобальном уровне приобрела компанию Cadbury. Ключевые бренды ООО «Дирол Кэдбери» на российском рынке: жевательная резинка *Dirol, Stimorol, Malabar*, леденцы *Halls и DirolDrops*, шоколад *Cadbury, Tempo и Picnic*. В России KraftFoods 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.