



23.04.2009

для публикации

ОАО Концерн «КАЛИНА» объявляет аудированные консолидированные финансовые результаты за 2008 года по МФСО (IFRS)

23 апреля 2009 года. Концерн «КАЛИНА», крупнейший российский производитель парфюмерно-косметической продукции, опубликовал сегодня аудированные консолидированные финансовые результаты за 2008 г. по МФСО (IFRS).

Выручка и валовая прибыль компании за 2008 года достигли 483 665 тыс. долларов США и 238 854 тыс. долларов США соответственно. Рост выручки и валовой прибыли по сравнению с 2007 годом составил 22,1% и 26,7% соответственно.

Основные показатели финансовой отчетности за 2008 г. в сравнении с 2007 г. приведены ниже. Полный текст аудированной консолидированной отчетности по МФСО (IFRS) за 2008 г. доступен на сайте компании: www.kalina.org.

Финансовые результаты (IFRS)

тыс. долларов	2008 год	2007 год	Изменение, %
Выручка (нетто) от продаж	483 665	396 095	22,1%
Валовая прибыль	238 854	188 454	26,7%
<i>в процентах к продажам, %</i>	<i>49,4%</i>	<i>47,6%</i>	-
ЕБИТДА*	52 926	46 480	13,9%
<i>в процентах к продажам, %</i>	<i>10,9%</i>	<i>11,7%</i>	-
Операционная прибыль	38 939	34 976	11,3%
<i>в процентах к продажам, %</i>	<i>8,1%</i>	<i>8,8%</i>	-
Чистая прибыль	9 294	20 903	-55,5%
<i>в процентах к продажам, %</i>	<i>1,9%</i>	<i>5,3%</i>	-
Чистый поток от операционной деятельности	46 020	3 309	1290,8%
<i>в процентах к продажам, %</i>	<i>9,5%</i>	<i>0,9%</i>	-

*ЕБИТДА – прибыль (убыток) до уплаты процентов и прочих финансовых прибылей (убытков), амортизации и уплаты налога на прибыль.

Начиная с 2007 года, Концерн реализует новую стратегию продвижения своих брендов, - так называемую, модель «A-brand», основной идеей которой является обеспечение роста продаж за счет концентрации на высокомаржинальных продуктах, поддерживаемых значительным объемом инвестиций в рекламу и места на полках в рознице. В течение 2008 года Компания вывела на рынок более 450 новинок брендовой продукции. В результате этих усилий продажи Компании за 2008 год выросли более чем на 22%, а валовая прибыль почти на 27% по сравнению с 2007 годом. Валовая рентабельность выросла до 49,4%.

В соответствие с реализуемой Компанией маркетинговой стратегией расходы на рекламу в 2008 году выросли на 35,8% по сравнению с 2007 годом до уровня 16,2% от продаж. Опережающий рост рекламных расходов стал основной причиной снижения операционной рентабельности и рентабельности ЕБИТДА в 2008 году по сравнению с 2007 годом. Вместе с

тем, операционная рентабельность превысила прогноз, опубликованный Компанией в сентябре 2008 года.

Развитие мирового экономического кризиса, последующее существенное удорожание финансовых ресурсов, а также девальвация рубля по отношению к доллару США и Евро во втором полугодии 2008 года привели к росту процентных расходов Концерна в 2008 году на 77,9% по сравнению с 2007 годом, а также убыткам от курсовых разниц в размере почти 3,0 млн. долларов США. Результатом роста указанных затрат стало сокращение чистой прибыли Компании в 2008 году и соответствующее снижение чистой рентабельности.

Кроме того, к сокращению чистой прибыли привело отражение Концерном в консолидированной отчетности за 2008 год списаний в размере около 8,5 млн. долларов США, связанных с планируемой сделкой по продаже производственных активов немецкой дочерней компании Dr. Scheller Cosmetics AG. Как сообщалось ранее, продажа производственных активов в Германии позволит Dr. Scheller Cosmetics AG, не осуществляя производственных затрат и инвестиций в основные средства, полностью сконцентрироваться на развитии брендов компании. В результате, увеличится способность компании быстро и гибко реагировать на изменение рыночных тенденций, в том числе, за счет возможности заказывать и приобретать продукцию у поставщиков, которые могут обеспечить необходимое качество и наиболее привлекательную цену. Поступления от продажи указанных активов будут отражены в отчетности Компании за 2009 год.

В 2008 году Компания предприняла ряд шагов, направленных на оптимизацию управления оборотным капиталом, что позволило впервые за последние два года существенно сократить размер запасов. В результате чистый денежный поток от операционной деятельности в 2008 году более чем в 13 раз по сравнению с данным показателем 2007 года и составил более 46 млн. долларов США. Менеджмент Компании полагает, что данная позитивная тенденция продолжится в 2009 году и Концерн будет генерировать значительный положительный операционный поток.

О компании. ОАО Концерн «КАЛИНА» является одним из лидеров на российском парфюмерно-косметическом рынке. Ведущими брендами Компании являются «Черный жемчуг», «Чистая линия», «MIA», «100 Рецептов красоты», «Бахатные ручки», «Manhattan Clearface» и «Dr. Scheller» в средствах по уходу за кожей, «32» и «Лесной бальзам» в средствах по уходу за полостью рта, «Черный Жемчуг», «MIA» и «Manhattan» в декоративной косметике. В состав Концерна входят головное предприятие в Екатеринбурге, дочерние предприятия «Паллада-Украина», «Главсказка Интернешнл», «Dr. Scheller Beauty Center», Kalina Overseas Holding B.V. (Нидерланды) и Kalina International SA (Швейцария). Концерн владеет контрольным пакетом акций немецкого производителя косметики Dr.Scheller Cosmetics AG.

Заявления о перспективах развития деятельности Компании. Определенная информация в настоящем пресс-релизе может содержать прогнозы или иные заявления о перспективах развития деятельности или будущих финансовых показателей ОАО «Концерн «Калина» в соответствии с оговоркой “safe harbor” по Закону о судебных разбирательствах, связанных с обращением ценных бумаг частных эмитентов. Следует иметь в виду, что данные заявления не гарантируют достижение заявленных результатов деятельности Компании или наступление каких-либо спрогнозированных событий, связанных с деятельностью Компании, и включают в себя риски, неопределенность и допущения, которые Компания не может с точностью прогнозировать. Соответственно, фактические показатели и результаты деятельности Компании могут существенно отличаться от заявленных данных или прогнозов, содержащихся в заявлениях о перспективах развития деятельности Компании. Для получения более достоверной информации вы можете обратиться к документам, периодически предоставляемым Компанией в Федеральную Службу по Финансовым Рынкам. Некоторые из этих документов содержат и устанавливают важные факторы, которые могут привести к реальным событиям и результатам, фактически отличающимся от наших перспективных оценок или дальновидных заявлений.