



23.11.2009

для публикации

ОАО Концерн «КАЛИНА» объявляет консолидированные финансовые результаты за девять месяцев 2009 года по МФСО (IFRS)

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

Выручка и валовая прибыль компании за 9 месяцев 2009 года составили 320 млн. долларов США и 150 млн. долларов США соответственно. Снижение выручки и валовой прибыли по сравнению с аналогичным периодом 2008 года составил 7,8% и 13,8% соответственно.

Основные показатели финансовой отчетности за девять месяцев 2009г. в сравнении с аналогичным периодом 2008г. приведены ниже. Полный текст консолидированной отчетности по МФСО (IFRS) за девять месяцев 2009г. доступен на сайте компании: www.kalina.org.

Финансовые результаты (IFRS)

млн. долларов США	Январь-Сентябрь 2009 года	Январь-Сентябрь 2008 года	Изменение, %
Выручка (нетто) от продаж	320	348	-7,8%
ЕБИТДА*	37	42	-12,0%
<i>в процентах к продажам, %</i>	<i>11,6%</i>	<i>12,1%</i>	-
Чистая прибыль	13	17	-26,2%
<i>в процентах к продажам, %</i>	<i>4,0%</i>	<i>5,0%</i>	-

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

Для того, чтобы исключить влияние существенной девальвации российского рубля к доллару США в конце 2008 года и в первом квартале 2009 года, ниже приведены отдельные финансовые показатели Компании за девять месяцев 2009 года в российских рублях. Дальнейшие комментарии также основываются на финансовых показателях деятельности Компании, выраженных в российских рублях.

Финансовые результаты (IFRS)

млн. рублей	Январь-Сентябрь 2009 года	Январь-Сентябрь 2008 года	Изменение, %
Выручка (нетто) от продаж	10 444	8 351	25,1%
Валовая прибыль	4 892	4 187	16,9%
<i>в процентах к продажам, %</i>	<i>46,8%</i>	<i>50,1%</i>	-
ЕБИТДА*	1 207	1 012	19,3%
<i>в процентах к продажам, %</i>	<i>11,6%</i>	<i>12,1%</i>	-
Операционная прибыль	982	753	30,5%
<i>в процентах к продажам, %</i>	<i>9,4%</i>	<i>9,0%</i>	-
Чистая прибыль	419	419	-
<i>в процентах к продажам, %</i>	<i>4,0%</i>	<i>5,0%</i>	-

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

В рамках стратегии развития своего бизнеса Компания концентрируется на активном продвижении брендовой продукции и осуществляет значительные инвестиции в развитие дистрибуции своих брендов. В течение 9 месяцев 2009 года Компания вывела на рынок более 338 новинок брендовой продукции. В частности, были выведены на рынок новые линейки продуктов брендов «Черный Жемчуг» и «Dr.Scheller». В результате этих усилий продажи Компании за 9 месяцев 2009 года выросли более чем на 25%, а валовая прибыль на 17% по сравнению с аналогичным периодом 2008 годом. Высокая доля брендов в продажах компании позволила увеличить операционную прибыль на 30,5% по сравнению с аналогичным периодом 2008 года и, соответственно, сохранить и даже несколько увеличить операционную рентабельность продаж до 9,4%.

Изменение ситуации в сфере кредитования и девальвация рубля по отношению к доллару США и Евро во втором полугодии 2008 года и в начале 2009 года привели к росту процентных расходов Концерна за 9 месяцев 2009 года на 80,5% по сравнению с аналогичным периодом 2008 года, а также к возникновению убытков от курсовых разниц в размере 78,1 млн. рублей. Однако увеличение операционной прибыли Компании позволило компенсировать рост указанных затрат. В результате Компании сумела получить чистую прибыль за 9 месяцев 2009 года на том же уровне, что и за аналогичный период 2008 года.

В третьем квартале 2009 года Компания успешно завершила проект по внедрению ERP-системы SAP R/3 и с 1-го августа все основные бизнес-процессы Компании (продажи, логистика, производство, финансы) обеспечиваются данной системой.

В третьем квартале 2009 года Компания увеличила свою долю в уставном капитале Dr. Scheller Cosmetics AG до 97,01%. Превышение установленного немецким законодательством порога в 95% позволило Компании начать процедуру выкупа акций у оставшихся акционеров (squeeze-out). Компания полагает, что приобретение полного контроля над Dr.Scheller Cosmetics AG, позволит ей оптимизировать распределение ресурсов и управление рисками внутри Группы.

О компании. ОАО Концерн «КАЛИНА» является одним из лидеров на российском парфюмерно-косметическом рынке. Ведущими брендами Компании являются «Черный жемчуг», «Чистая линия», «100 Рецептов красоты», «Бархатные ручки», «Manhattan Clearface» и «Dr. Scheller» в средствах по уходу за кожей, «32» и «Лесной бальзам» в средствах по уходу за полостью рта, «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.