

Презентация
Стратегии

Novabev Group

2025
—
2029





СТРУКТУРА ПРЕЗЕНТАЦИИ



01 NOVABEV GROUP
СЕГОДНЯ



02 ФАКТОРЫ
ИНВЕСТИЦИОННОЙ
ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ



03 СТРАТЕГИЯ
РАЗВИТИЯ



01

NOVABEV
GROUP
СЕГОДНЯ



NOVABEV GROUP СЕГОДНЯ

Nº1 производитель спиртных напитков В России⁽¹⁾	168 млрд руб (+12% г/г) Валовая выручка за 2024 год^{(2),(3)}	135 млрд руб (+16% г/г) Чистая выручка за 2024 год⁽²⁾	x3 за 10 лет Рост выручки	18,7 млрд руб (-3% г/г) EBITDA за 2024 год⁽²⁾
15,8% ROIC⁽⁴⁾ Один из самых высоких показателей ROIC	2 041 магазин⁽⁵⁾ Собственная розничная сеть	ruA- → ruAA 2020 год 2024 год Эксперт РА Постоянное улучшение кредитного рейтинга	~700% Полная доходность акционеров⁽⁶⁾ Успешное создание акционерной стоимости	≥50% от чистой прибыли Минимальный уровень дивидендов согласно утвержденной дивидендной политике

Новабев Групп – абсолютный лидер на российском рынке

Источники: Данные Компании; Финансовые показатели основаны на стандарте МСФО'16, Росстат (2024)
Примечания: (1) Исходя из объемов продаваемого алкоголя по данным Росстат (2024); (2) Данные за полный 2024 год на базе отчетности МСФО; (3) Без НДС, с акцизом; (4) ROIC = NOPAT за последние 12 мес. / (средняя величина чистого долга + средний собственный капитал за последние 24 мес.); (5) На 31 декабря 2024 год; (6) Общий доход акционеров (TSR) до налога, с учетом выплаченных дивидендов за период с 2020 по 31.12.2024



ЭФФЕКТИВНЫЙ ПУТЬ NOVABEV GROUP К СВОЕМУ КЛИЕНТУ

НАШ КЛИЕНТ				
№1 АЛКОГОЛЬНЫЙ РЕТЕЙЛЕР В ОНЛАЙНЕ	средний чек в 2024 (руб.)	751 в магазинах	11% составляет доля выручки e-com	>1 млн лояльных digital клиентов
		4,234 в приложении		
ЭКСПЕРТЫ В СФЕРЕ РЕТЕЙЛА	2 041 магазин на конец 2024 года		86 млрд руб выручка 2024 ⁽¹⁾	>8,5 млн лояльных клиентов
ДИСТРИБУЦИЯ И ЭКСПОРТ	18 логистических центров, общая площадь превышает 115 тыс. м²		№1 поставщик по товарообороту в федеральном канале	10 экспортируемых брендов
СОБСТВЕННОЕ ПРОИЗВОДСТВО И ИМПОРТ	6 производственных площадок в России		355 га собственных виноградников	Одно из крупнейших премиальных винных хозяйств
СИЛЬНОЕ ПОРТФОЛИО БРЕНДОВ	Novabev Group #1 в России ⁽²⁾		>110 импортных брендов	>40 собственных брендов



Источники: Данные компании
Примечания: (1) За 2024. Чистая выручка сегмента Ретейл, включая межсегмент; (2) #1 производитель крепких спиртных напитков в России в натуральном выражении, Росстат (2024)



УНИВЕРСАЛЬНЫЙ ПОРТФЕЛЬ СОБСТВЕННЫХ БРЕНДОВ

НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ, ПОКРЫВАЮЩИЙ ОСНОВНЫЕ КАТЕГОРИИ С ФОКУСОМ НА СЕГМЕНТ «ПРЕМИУМ+»

категория сегмент	Водка	Коньяки / Ликеры / Виски	Вина	Прочее (Джин, текила, ром, настойки)
СУПЕРПРЕМИУМ				
СУБПРЕМИУМ И ПРЕМИУМ				
СРЕДНИЙ				

Источники: Данные Компании
Примечания: Диапазон цен на продукцию может отличаться в зависимости от продуктовой категории



СБАЛАНСИРОВАННЫЙ ПОРТФЕЛЬ ИМПОРТНЫХ БРЕНДОВ

СО СТРАТЕГИЧЕСКОЙ СТАВКОЙ НА РАСТУЩИЙ РЫНОК ВИНА И КРЕПКОГО АЛКОГОЛЯ

категория сегмент	Коньяки / Бренди	Виски	Вина	Прочее (Джин, текила, ром, настойки)
СУПЕРПРЕМИУМ				
СУБПРЕМИУМ И ПРЕМИУМ				
СРЕДНИЙ				

Источники: Данные Компании
Примечания: Диапазон цен на продукцию может отличаться в зависимости от продуктовой категории



ПРОДОЛЖАЮЩЕЕСЯ РАЗВИТИЕ СОБСТВЕННОЙ РОЗНИЧНОЙ СЕТИ

КЛЮЧЕВЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА СЕТИ «ВИНЛАБ»

- Прямой доступ к клиентам с возможность определять их предпочтения
- Более сильная переговорная позиция с поставщиками
- Захват большей части цепочки создания стоимости и фокус на маржинальности
- Возможность предлагать конкурентоспособные цены благодаря собственному производству и импорту
- Омниканальная модель. Сильный e-commerce
- Снижение зависимости от розничных сетей



ТЕКУЩИЕ ПОЗИЦИИ СЕТИ «ВИНЛАБ»



В специализированной рознице по объему продаж в России⁽¹⁾



По темпам роста продаж алкогольной продукции, г/г⁽²⁾

Увеличение продаж собственных брендов через сеть «ВинЛаб», 2024⁽³⁾

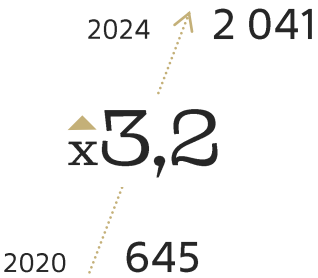
70,0%

Доля «ВинЛаб» в общих продажах партнерских брендов, 2024

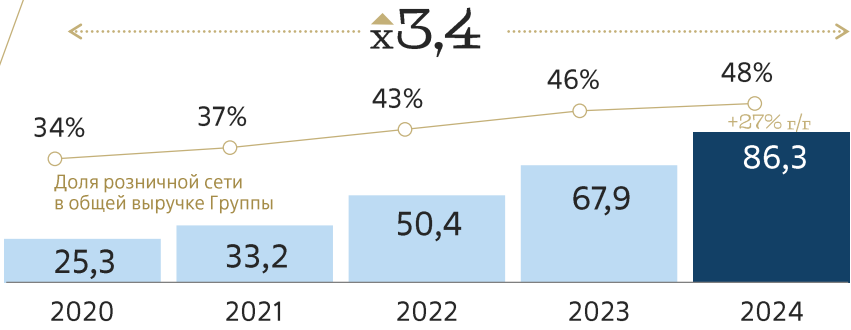
16,1%

Доля «ВинЛаб» в общей выручке Группы от собственных брендов, 2024

Рост числа собственных магазинов



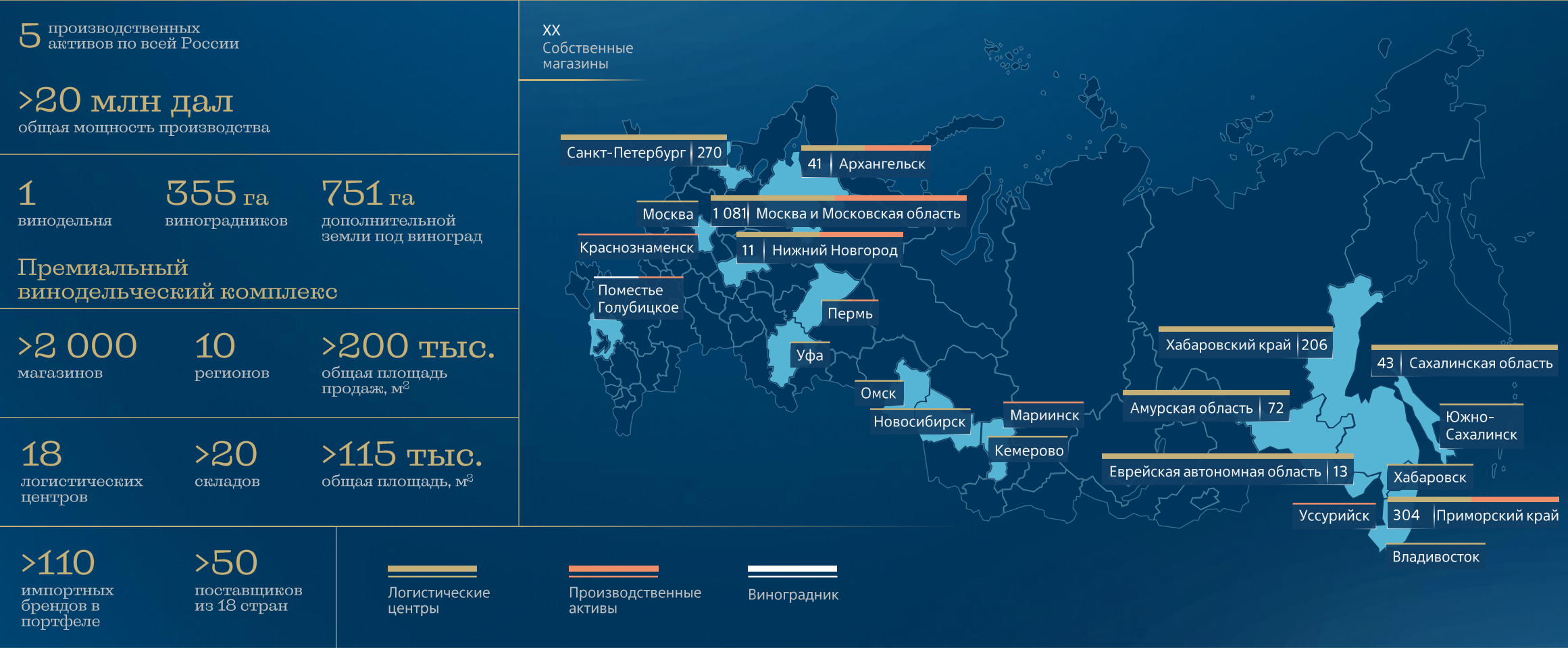
Динамика выручки розницы и ее доли в общей выручке Группы млрд руб



Источники: Данные компании
Примечания: (1) Только продажи алкоголя среди российских розничных сетей, 2024; (2) В алкогольном сегменте, 2024; (3) Продажи в рублях



ЭФФЕКТИВНЫЙ ПУТЬ NOVABEV GROUP НА РЫНОК



Источники: Данные компании
Примечания: Данные на 31 декабря 2024 г.



УСТОЙЧИВЫЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ





ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ И СОВРЕМЕННОЕ КОРПОРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ

ВЫСОКИЕ СТАНДАРТЫ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ: 9 ЧЛЕНОВ СОВЕТА ДИРЕКТОРОВ, ИЗ КОТОРЫХ ТРИ ЯВЛЯЮТСЯ НЕЗАВИСИМЫМИ

Комитеты Совета Директоров

Комитет по аудиту

- Управляется INED
- INED
- INED
- Non-INED

Комитет по вознаграждениям и номинациям

- Управляется INED
- INED
- INED
- Non-INED

Комитет по стратегии

- Управляется INED
- INED
- INED
- Non-INED
- Non-INED

КЛЮЧЕВЫЕ РУКОВОДИТЕЛИ РАБОТАЮТ В КОМПАНИИ С МОМЕНТА ЕЕ ОСНОВАНИЯ. ВЫСОКАЯ ОТРАСЛЕВАЯ ЭКСПЕРТИЗА И БОЛЬШОЙ ОПЫТ ПРЕОДОЛЕНИЯ КРИЗИСНЫХ СИТУАЦИЙ

2001	2000	1999	1999	2000	2007	2008	2022	1999	1999
CEO	COO	CFO	Руководитель корпоративных финансов	Руководитель Novabev Group Восток	Руководитель отдела по развитию бизнеса	Директор по коммерции	Руководитель розничного направления	Директор правового департамента	Директор по производству

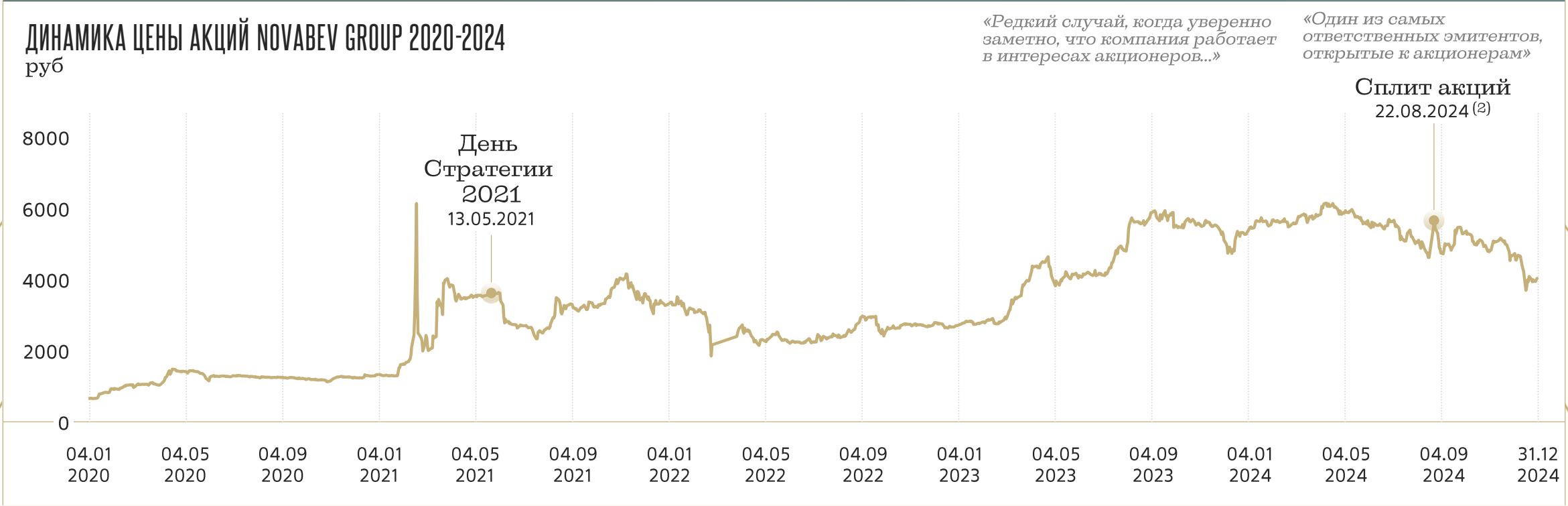
Novabev Group – на 100% частная компания, никогда не имевшая государственного участия. Участие менеджмента в структуре собственности Novabev Group создает правильные стимулы для команды в целях максимизации акционерной стоимости компании.

Источники: Данные компании



УСПЕШНОЕ СОЗДАНИЕ АКЦИОНЕРНОЙ СТОИМОСТИ

Увеличение показателя среднедневного объема торгов: >10x по сравнению с 2020 годом	Увеличение числа акционеров компании: >20x по сравнению с 2020 годом	Общий доход акционеров ⁽¹⁾ с начала 2020 по декабрь 2024 года: ~700%
---	---	--



Источники: Данные компании
Примечания: (1) Общий доход акционеров (TSR) до налога, с учетом выплаченных дивидендов за период с 2020 по 31.12.2024; (2) Динамика цены акций после даты дробления показана в таблице без учета дробления (цена акций после дробления умножена в 8 раз).



ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОЕ И РЕГУЛЯРНОЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЕ КАПИТАЛА

ДИВИДЕНДНАЯ ДОХОДНОСТЬ ЗА ПОЛНЫЙ ГОД⁽¹⁾

	2020	2021	2022	2023	2024
Компания 1	9,0%	7,4%	-	9,5%	6,6%
Компания 2	7,5%	7,8%	-	-	-
Компания 3	-	-	-	-	28,0% ⁽²⁾
Компания 4	0,6%	1,4%	1,8%	2,8%	1,5%
Novabev Group	5,0%	4,6%	16,7%	13,5%	7,0%

ДИВИДЕНДНАЯ ПОЛИТИКА

В октябре 2022 года Совет директоров Группы утвердил новую дивидендную политику, в которой изложены следующие ключевые принципы:

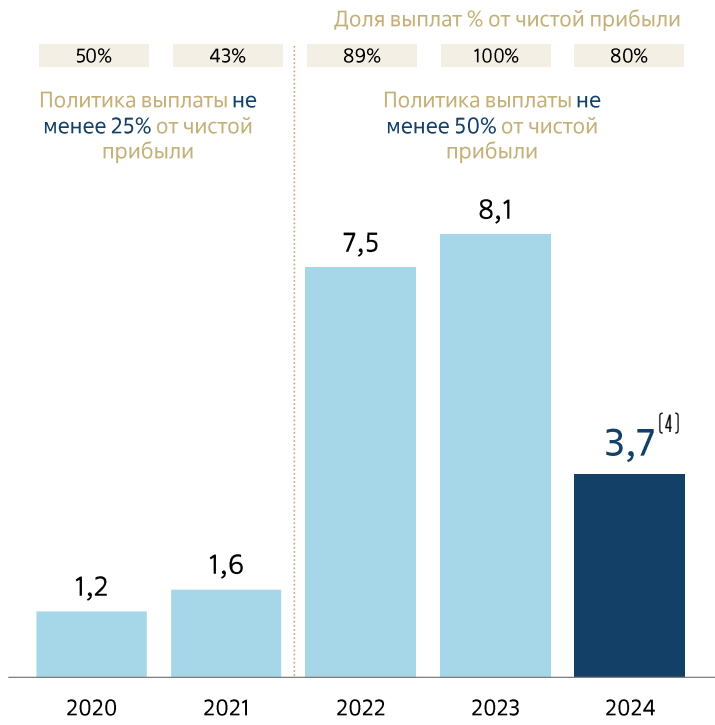
01

Выплаты на дивиденды не менее 50% от консолидированной чистой прибыли Группы (по МСФО)

02

Частота выплат – не реже двух раз в год

ДИНАМИКА ДИВИДЕНДНЫХ ВЫПЛАТ⁽³⁾



Novabev Group – уникальный инвестиционный кейс на российском фондовом рынке, который сочетает в себе двузначные темпы роста бизнеса со стабильными дивидендными выплатами.

Источники: Данные Компании; отчеты российских публичных компаний
Примечания: (1) В сравнении с компаниями-аналогами; (2) Прогнозный дивиденд за 2024 год объявлен с учетом отсутствия выплат за 3 прошлых года. Решение об утверждении будет принято на общем собрании акционеров; (3) Без учета квазиказначейских акций; (4) Общая сумма выплат за 2024 г., рекомендованная Советом директоров;



УСТОЙЧИВОЕ СОЗДАНИЕ АКЦИОНЕРНОЙ СТОИМОСТИ

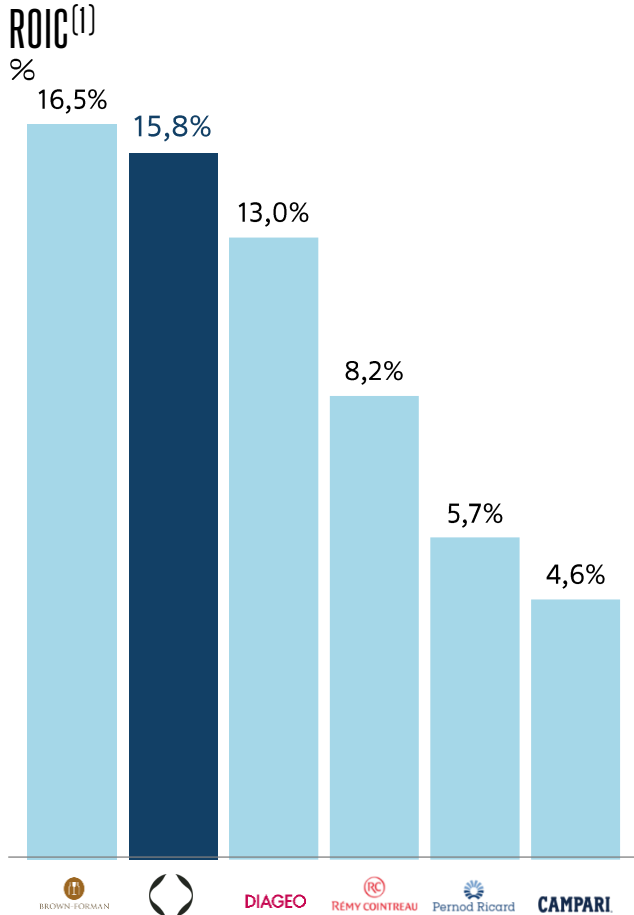
NOVABEV GROUP

показала самую высокую совокупную доходность для акционеров на промежутке 2020-2024 годов среди компаний-аналогов, продемонстрировав исключительную устойчивость во времена экономической турбулентности

Последовательный и дисциплинированный подход к распределению капитала позволяет выплачивать акционерам дивиденды:

- не менее 50% от чистой прибыли по МСФО
- выплаты дважды в год

Действующая опционная программа мотивирует менеджмент на рост капитализации бизнеса и позитивно сказывается на восприятии компании рынком

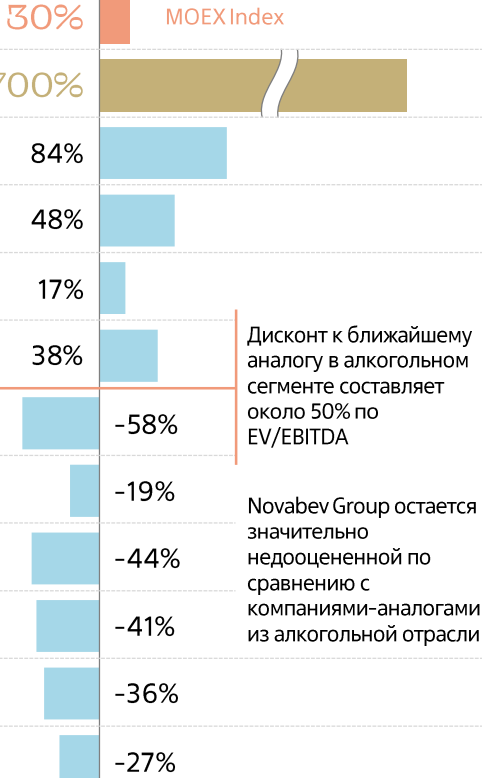


СРАВНИТЕЛЬНЫЕ МУЛЬТИПЛИКАТОРЫ

Мир Россия

Компания	EV/EBITDA 2025	P/E 2025	EBITDA'25 margin	Sales CAGR 20-24'
Novabev Group	3,4x	6,5x	14,0%	22,0%
МАГНИТ	3,8x	9,6x	5,5%	18,6%
X5Group	4,5x	9,5x	6,0%	18,3%
ЛЕНТА	3,0x	6,5x	7,6%	19,2%
АБРАУ-ДВОРСО	6,7x	10,0x	27,1%	11,8%
КОЛОСОВСКИЙ АЛКОГОЛЬНЫЙ ЗАВОД КРИСТАЛЛА	8,3x	-	8,8%	5,0%
DIAGEO	13,2x	17,2x	31,6%	4,0%
BROWN-FORMAN	15,1x	18,9x	30,3%	4,7%
REMY COINTREAU	11,5x	18,8x	26,4%	-0,1%
CAMPARI	12,0x	18,9x	23,6%	9,5%
Pernod Ricard	10,9x	13,0x	30,3%	3,7%

ОБЩИЙ ДОХОД АКЦИОНЕРОВ⁽²⁾: РФ И МИР



Дисконт к ближайшему аналогу в алкогольном сегменте составляет около 50% по EV/EBITDA

Novabev Group остается значительно недооцененной по сравнению с компаниями-аналогами из алкогольной отрасли

Источники: Данные инвестиционных банков, отчеты российских и иностранных публичных компаний. Данные за 2024 финансовый год для иностранных компаний. Сравнительные мультипликаторы по компаниям из алкогольного сегмента РФ рассчитаны на базе доступных данных за 2024 год.
Примечания: (1) ROIC = NOPAT за последние 12 мес. / (средняя величина чистого долга + средний собственный капитал за последние 24 мес. Данные по Группе на конец 2024 года; (2) Общий доход акционеров (TSR) до налога, с учетом выплаченных дивидендов за период с 2020 по 31.12.2024.



02

ФАКТОРЫ
ИНВЕСТИЦИОННОЙ
ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ



КЛЮЧЕВЫЕ ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

01

Устойчивый и растущий рынок спиртных напитков

02

№1 производитель крепких спиртных напитков в России⁽¹⁾

04

Диверсифицированный бизнес со сбалансированным портфелем импортных и собственных брендов



05

Развитие собственной специализированной розничной сети «ВинЛаб»

06

Устойчивые финансовые показатели



03

Прогрессивная бизнес модель



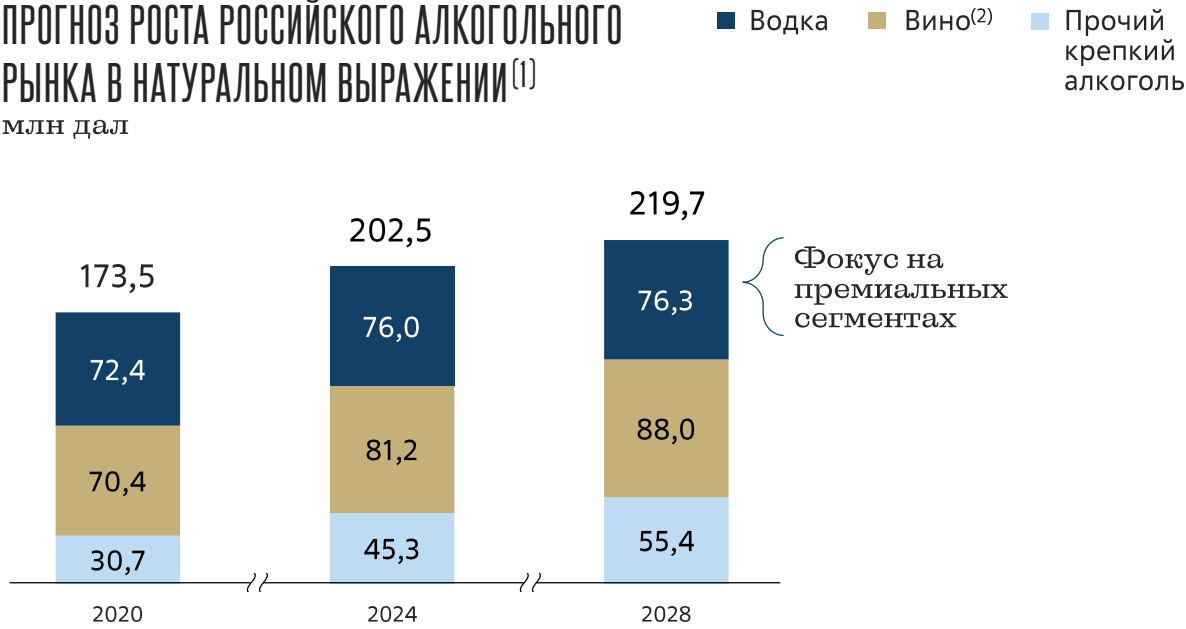
Источники: Росстат (2024)

Примечания: (1) В натуральном выражении по данным Росстата (2024)



РАБОТА НА УСТОЙЧИВОМ АЛКОГОЛЬНОМ РЫНКЕ С ПОСТОЯННОЙ ДИВЕРСИФИКАЦИЕЙ БИЗНЕСА

ПРОГНОЗ РОСТА РОССИЙСКОГО АЛКОГОЛЬНОГО РЫНКА В НАТУРАЛЬНОМ ВЫРАЖЕНИИ⁽¹⁾
млн дал

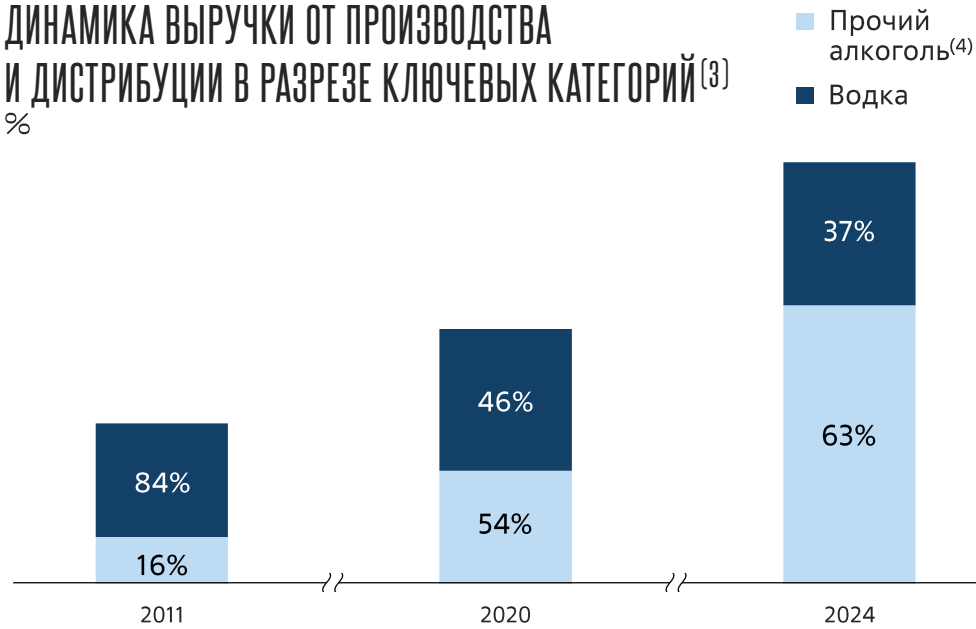


Несмотря на замедление экономического роста потребление алкоголя в России стабильно, с выраженным ростом в категории вина.

Крупнейшей категорией крепких напитков на алкогольном рынке РФ является водка.

В то же время доля наиболее прибыльной водки сегментов «премиум» и выше растет. Мы ожидаем, что данный сегмент станет локомотивом роста всей водочной категории, а эконом-сегмент продолжит стагнацию.

ДИНАМИКА ВЫРУЧКИ ОТ ПРОИЗВОДСТВА И ДИСТРИБУЦИИ В РАЗРЕЗЕ КЛЮЧЕВЫХ КАТЕГОРИЙ⁽³⁾
%



С 2020 года ассортимент продукции компании был серьезно диверсифицирован: доля импорта и вина быстро росла, при этом основная ставка была сделана на бренды сегмента «премиум» и выше.

Выручка от Производства и дистрибуции
млрд руб



Источники: Данные компании, Росстат (2024)
Примечания: (1) Прогноз компании, без учета пивной категории; (2) Только категория тихих и игристых вин; (3) х% — доля данной категории в выручке сегмента Производства и дистрибуции; (4) Включая вина, прочий крепкий алкоголь, а также импортное направление



АБСОЛЮТНЫЙ ЛИДЕР НА РОССИЙСКОМ АЛКОГОЛЬНОМ РЫНКЕ

ДОЛЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА В СООТВЕТСТВУЮЩЕЙ КАТЕГОРИИ ЗА ПОЛНЫЙ 2024 ГОД



Сильные позиции брендов в России

Beluga
№1 водка в сегменте «суперпремиум»

Beluga Hunting
№2 биттер в сегменте «суперпремиум»

Green Baboon
№3 в категории «Джин»

Архангельская
№2 водка в сегменте «субпремиум»

Doctor August
№3 в категории «Сладких настоек и ликеров»

Fox & Dogs
№5 в категории «Виски»

Несмотря на лидерство сразу в нескольких категориях, мы видим для себя возможности для дальнейшего роста:

- Продолжить развитие в растущей коньячной категории с нашими известными брендами «Золотой Резерв» и «Бастион», а также за счет запуска новинок
- Сохранить фокус в категории джинов с нашей восходящей звездой – Green Baboon
- Реализовать наши амбиции роста в категории премиальных биттеров с помощью ребрендинга премиального бренда Beluga Hunting

TOP 1
Производитель крепких спиртных напитков в России

TOP 1
Независимый импортёр в России⁽¹⁾

Источники: Данные компании, Росстат (2024)
Примечания: (1) В денежном выражении; (2) Рейтинг журнала Drinks International. The Millionaires' Club 2023

ПРОГРЕССИВНАЯ БИЗНЕС МОДЕЛЬ КАК УНИКАЛЬНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО

2020	ЭТАП ВЫБОРА ВЕКТОРА РАЗВИТИЯ	2024	ВЕРТИКАЛЬНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ. ПРОДУКТООРИЕНТИРОВАННОСТЬ	2028	ВЕРТИКАЛЬНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ. КЛИЕНТОЦЕНТРИЧНОСТЬ
Основа бизнеса – производство и дистрибуция напитков. Развитие ретейла и зарождение e-com		Дальнейшее развитие ретейла и дистрибуции. Фокус на digital и e-com		Развитая собственная дистрибуция, подкрепленная лучшим в сегменте digital и e-com каналом, является ключевым конкурентным преимуществом и ключом к персонализированным отношениям с клиентами.	
		2 041 >110 >40 магазин импортных брендов собственных брендов		Анализ информации о клиентах и их предпочтениях, получаемой через собственную розничную сеть, позволяет найти к каждому клиенту персональный подход и предложить уникальный продукт на базе наших собственных брендов	
				Digital: >1 млн клиентов которые делятся своим предпочтениями при заказе Карты лояльности: 96% транзакций происходят с использованием карт лояльности Развитие на маркетплейсах: гибкий сбор данных и создание ассортимента, отвечающего индивидуальным потребностям клиентов, с возможностью быстрого вывода новых продуктов	





ВЫДАЮЩИЕСЯ ПОКАЗАТЕЛИ ПРЕМИАЛЬНЫХ БРЕНДОВ ИЗ НАШЕГО ПОРТФЕЛЯ В 2020-2024 ГОДАХ ДЕМОНСТРИРУЮТ ПРАВИЛЬНОСТЬ ВЫБРАННОЙ СТРАТЕГИИ

РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОДАЖ ОТДЕЛЬНЫХ ПРЕМИАЛЬНЫХ БРЕНДОВ, 2024 к 2020 ГОДУ

Водка				Крепкий алкоголь		Вина	
 ТОП 1 Beluga ⁽¹⁾ +126%	 Архангельская +54%	 Orthodox +786% CAGR >100%	 Белая Сова +129%	 Джин Green Baboon +647%	 Ром Devil's Island +609% ⁽²⁾	 Tête de Cheval +578% CAGR >50%	 Golubitskoe Estate +42%

Стратегическое решение по наполнению ассортимента брендами сегментов «премиум» и выше себя оправдало: марки из нашего портфеля демонстрируют выдающийся рост, превосходящий динамику общего рынка водки

Сильный и диверсифицированный портфель брендов крепкого алкоголя и вина демонстрирует исключительные результаты в течение четырех лет, что подтверждает правильность выбранной стратегии развития

ИМПОРТНЫЕ БРЕНДЫ

Крепкий алкоголь				Вина					
 Ром Plantation +223%	 Коньяк Ной +92%	 Бренди Torres +108%	 Ром Barceló +48%	 Vranken +285%	 Pommery +207% ⁽²⁾	 Cono Sur +81%	 JP. Chenet +53% ⁽²⁾	 Calvet +29%	

Портфель импортных премиальных брендов, который был значительно обновлен за последние 2 года, обеспечивает прочную основу для дальнейшего роста этого направления

Источники: Данные компании
Примечания: Динамика продаж 2024 к 2020 г.; (1) Водка Beluga – лидер в супер премиальном сегменте в России с общей долей рынка более 50%; (2) Темпы роста с 2021 по 2024



ЛИДЕРЫ АЛКОГОЛЬНОЙ ОТРАСЛИ

С ФОКУСОМ НА ИННОВАЦИОННОСТЬ И ЗАПУСК НОВЫХ БРЕНДОВ В КЛЮЧЕВЫХ РАСТУЩИХ КАТЕГОРИЯХ

ИСТОРИЯ ЗАПУСКА НОВЫХ ПРОДУКТОВ

За последние 4 года мы реализовали запуск большого количества новых брендов и проводили ребрендинг существующих, что позволяет нам максимально охватывать рынок и укреплять наши существующие позиции

Продуманный подход к разработке и запуску инновационных продуктов позволяет Группе оперативно реагировать на меняющиеся предпочтения клиентов

«ВинЛаб» – это эффективный инструмент для тестирования новинок и получения оперативной обратной связи от клиентов, что сокращает путь на рынок для новых продуктов

2020



2021



2022



2023



2024





ПОМЕСТЬЕ ГОЛУБИЦКОЕ: СОБСТВЕННОЕ ПРОИЗВОДСТВО ВИН ПРЕМУМ-КЛАССА

Количество проданных бутылок вина 1,2 млн → 2,7 млн 2020 2024	Загрузка производственных мощностей 55% → ~100% 2020 2024
Производство бутылок в год 2,5 млн → >3,0 млн 2020 2025П	Площадь виноградников 231 га → >355 га 2020 2025
ПОРТФЕЛЬ СОБСТВЕННЫХ ВИННЫХ БРЕНДОВ	
 ТОР-20 Лучших мест для гастротуризма в России, 2024 Вина входят в рейтинг лучших российских вин Top 100 Wines 2024 и в Топ-10 лучших красных вин в «Винном гиде России»	 ▪ Производится традиционным методом бутылочной шампанизации ▪ Лучшее игристое вино в категории >1 000 рублей⁽¹⁾  ▪ Собственный премиальный вермут, запущенный в 2024 году

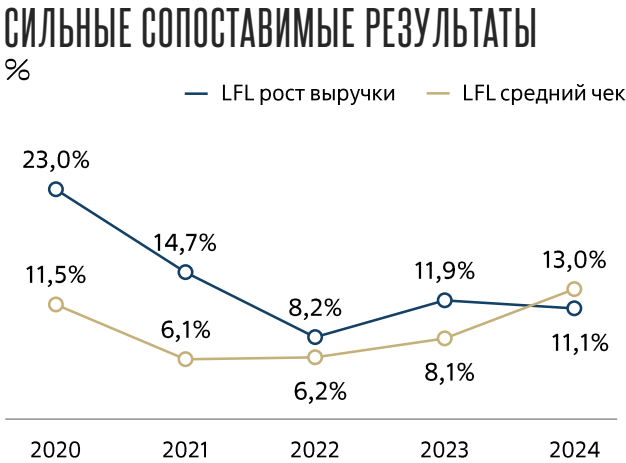


Поместье Голубицкое позволяет Группе быть заметным игроком на российском рынке вин премиум-класса. Обширная дистрибьюторская платформа обеспечивает распространение нашего сбалансированного ассортимента вин через крупнейшие федеральные сети и более 2 000 наших собственных магазинов специализированных магазинов «ВинЛаб»

Источники: Данные компании
Примечания: (1) Tête de Cheval Brut Reserve. По оценке TOP 100 Wines 2024 Винной Ассамблеи



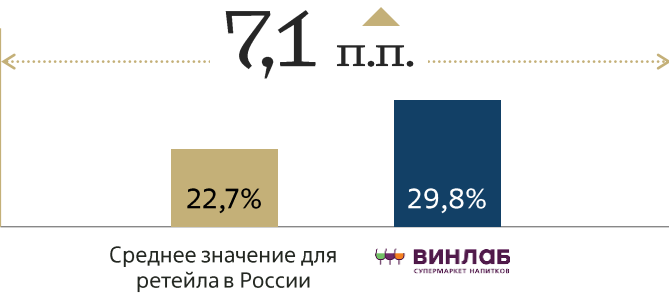
УСПЕШНОЕ РАЗВИТИЕ СОБСТВЕННОЙ РОЗНИЦЫ С ПРИМЕНЕНИЕМ ЭФФЕКТИВНОЙ ОМНИКАНАЛЬНОЙ МОДЕЛИ



Несмотря на меньшее количество магазинов, нам удалось достичь главной цели – удвоить бизнес Группы



БОЛЕЕ ВЫСОКАЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ ПО СРАВНЕНИЮ
С РОССИЙСКИМИ РЕТЕЙЛЕРАМИ⁽¹⁾
валовая маржа за 2024, %



Розничная сеть «ВинЛаб» начала развитие в дальневосточном регионе. Позднее магазины были открыты в Москве и Санкт-Петербурге – регионах, на которые приходится значительная доля продаж водки, крепкого алкоголя и вина премиум-сегмента и выше. Это сформировало актуальную географическую распределенность торговых точек.

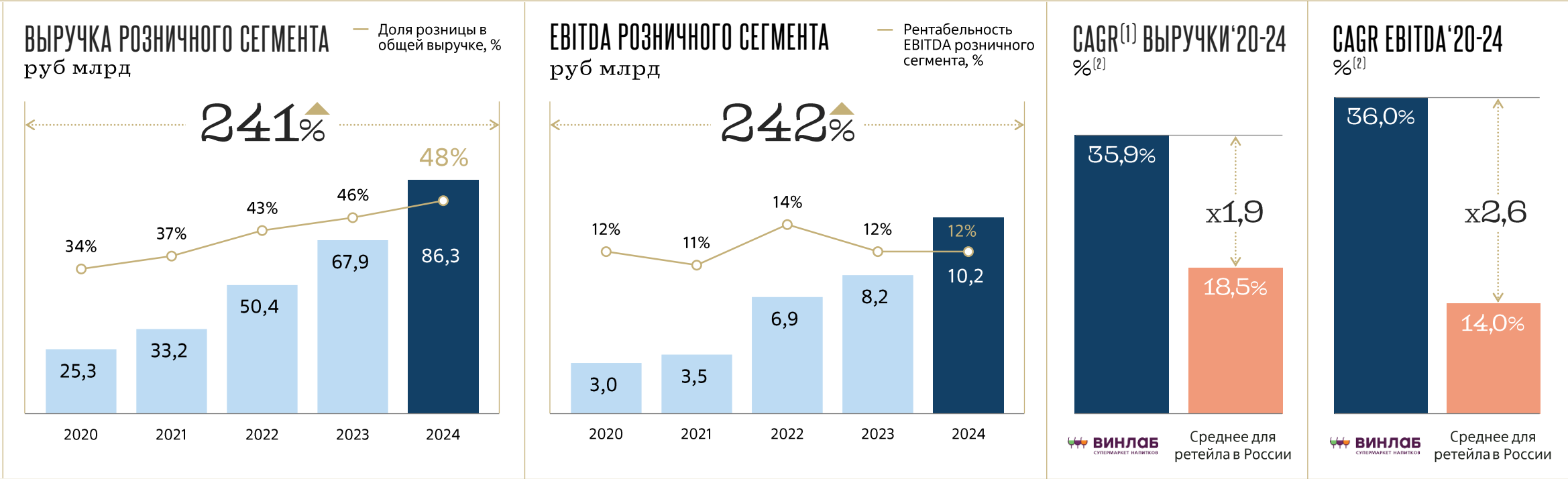
Источники: Данные Компании; отчеты российских публичных продуктовых ретейлеров
Примечания: (1) Среднее значение для розничных сетей X5 Group, Магнит и Лента за 2024 г.



«ВИНЛАБ»: ВЫДАЮЩИЙСЯ ФИНАНСОВЫЙ ПРОФИЛЬ И ЛИДЕРСТВО В ОТРАСЛИ ПО ТЕМПАМ РОСТА

	Реализация стратегии доля розницы в общей выручке	
	План 2024 45%	Факт 2024 >50%

Доля розничного бизнеса в общей выручке Группы превысила наш целевой показатель и достигла 50%





ЧЕТКО ОПРЕДЕЛЕННОЕ CVP: ШИРОКИЙ АССОРТИМЕНТ ПО КОНКУРЕНТНЫМ ЦЕНАМ

	ВИНЛАБ СУПЕРМАРКЕТ НАПИТКОВ 1 167 # брендов 42% Тихие и игристые вина 41% Крепкий алкоголь 17% Водка	ПОВСЕМЕСТНОЕ ВНЕДРЕНИЕ ПОДХОДА С ПОСТОЯННЫМ ФОКУСОМ НА КЛИЕНТЕ
Структура продаж алкогольной продукции, 2024⁽¹⁾		01 Всегда выгодные предложения для клиентов по доступным ценам 02 Выдающийся опыт работы на алкогольном рынке и широкий ассортимент продукции с фокусом на уникальные бренды 03 Индивидуальный подход к каждому покупателю и эксклюзивные скидки для лояльных клиентов 04 Глубокое понимание предпочтений клиентов благодаря анализу больших данных
Ценовые сегменты	«Мейнстрим», «Средний», «Премиум+»	
Цены на продукцию по сравнению с конкурентами	Ниже или на уровне аналогичных предложений конкурентов	
Формат магазинов	Специализированная алкогольная розница	
Неалкогольная продукция	Ограниченный ассортимент продуктов питания	
Омниканальность / click & collect и e-com	>15.5% доля электронной коммерции в ключевых регионах⁽²⁾, >11% доля электронной коммерции в общих продажах⁽³⁾	
Дополнительные услуги и возможности	Предложение для бизнеса «ВинЛаб Бизнес» Пункты выдачи онлайн-заказов в магазинах	Лояльные клиенты, участники программы лояльности «ВинЛаб» 2,0 млн 2020 >4x рост 8,5 млн 2024

Источники: Данные Компании
Примечания: Customer Value Proposition (CVP) – предложение ценности покупателю; (1) Без учета пива, табака и неалкогольной продукции; (2) Москва и Санкт-Петербург; (3) Фактические данные за 2024 год



РУКОВОДСТВО ПО ОТКРЫТИЮ НОВЫХ МАГАЗИНОВ

	01	ПРЕДВАРИТЕЛЬНАЯ ОЦЕНКА	 Первоначальный анализ местоположения	 Близость к транспортным узлам
			 Выбор местоположения в зависимости от предполагаемого формата магазина	 Наличие парковки
	02	ОЦЕНКА МЕСТОПОЛОЖЕНИЯ И СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ	 Близость к торговым центрам и другим сетевым магазинам	 Варианты оформления витрин
			 Количество потенциальных клиентов в радиусе 300 метров	80-85 м² Средняя торговая площадь
	03	КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ	 Количество конкурентов в радиусе 300 метров	 Потенциал свободного пространства для открытия
			 Анализ существующего трафика в локации	 Уровень премиальности территории
	04	ОЦЕНКА РИСКОВ И УТВЕРЖДЕНИЕ ВЫБРАННОГО МЕСТОПОЛОЖЕНИЯ	4-5% доля арендных расходов в выручке магазина	6 месяцев средний срок выхода на безубыточность
				4,7 млн руб средний CAPEX на открытие нового магазина

После утверждения условий процесс открытия нового магазина занимает приблизительно 90 дней

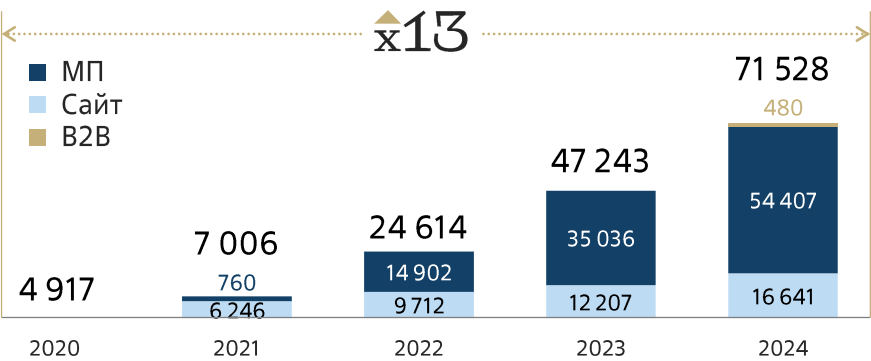
Источники: Данные Компании



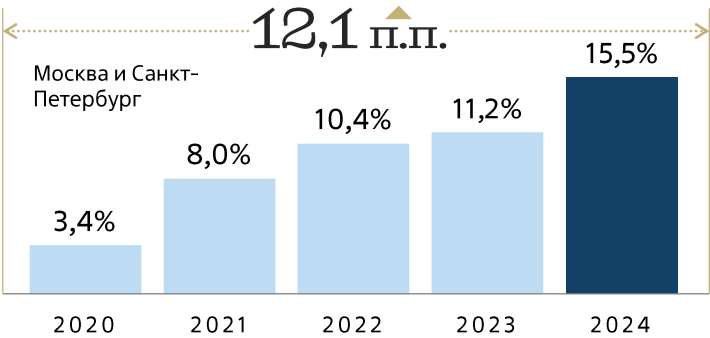
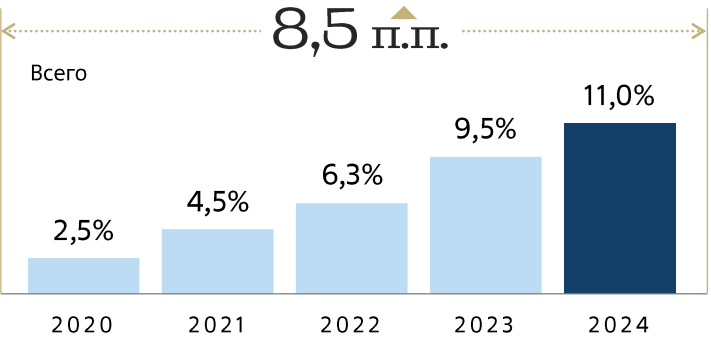
УСПЕШНОЕ РАСШИРЕНИЕ E-COM «ВИНЛАБ»



КОЛИЧЕСТВО ПОСЕЩЕНИЙ САЙТА И ПРИЛОЖЕНИЯ
ТЫС. ВИЗИТОВ⁽¹⁾



ДОЛЯ E-COM В ОБЩЕМ ОБЪЕМЕ ПРОДАЖ И КЛЮЧЕВЫХ РЕГИОНАХ⁽²⁾
%



	Реализация стратегии доля e-com	
	План 2024 10-15%	Факт 2024 11,0%

E-COM: БОЛЕЕ ВЫСОКИЙ СРЕДНИЙ ЧЕК

751 РУБ

Средний чек в
магазинах, 2024

2 846 РУБ

Средний чек в **мобильном**
приложении, 2024

4 234 РУБ

Средний чек на **сайте**,
2024



Платформа электронной коммерции работает по принципу click & collect и действует в более чем 2 000 магазинах сети «ВинЛаб»

Мы полагаемся на нашу эффективную омниканальную модель, которая охватывает все цифровые каналы и магазины, чтобы сделать процесс покупки простым и удобным

Источники: Данные Компании
Примечания: (1) Неуникальные визиты; (2) Среднее значение



E-COMMERCE ВИНЛАБ – №1 АЛКОГОЛЬНЫЙ РЕТЕЙЛЕР В ОНЛАЙНЕ

3 digital-витрины

ЛУЧШИЙ РЕЙТИНГ
МОБИЛЬНОГО
ПРИЛОЖЕНИЯ В СТОРАХ



«ВинЛаб» – первый алкогольный ритейлер, представленный на всех ключевых маркетплейсах страны



Apps: мобильное приложение «ВинЛаб»



Web: desktop версия



Web: mobile версия

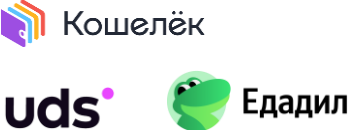
4 маркетплейса



3 сервиса e-grocery



3 сервиса лояльности





ПОСТОЯННОЕ РАЗВИТИЕ НАШЕЙ **ОМНИКАНАЛЬНОЙ** МОДЕЛИ ПОЗВОЛЯЕТ ВНЕДРЯТЬ ИННОВАЦИИ НА РЫНКЕ И ПОВЫШАТЬ ЛОЯЛЬНОСТЬ КЛИЕНТОВ И ИНВЕСТОРОВ

В октябре 2022 года Novabev Group запустила уникальную акцию на российском фондовом рынке, ориентированную на инвесторов и участников программы лояльности «ВинЛаб» – WINCLUB.

Данная инициатива постоянно обновлялась, добавляя в себя новые привилегии в 2023 и 2024 годах. Это расширило базу акционеров Группы, поощряя клиентов становиться инвесторами, тем самым повышая интерес к акциям Novabev Group, а также усиливая лояльность клиентов и акционеров.

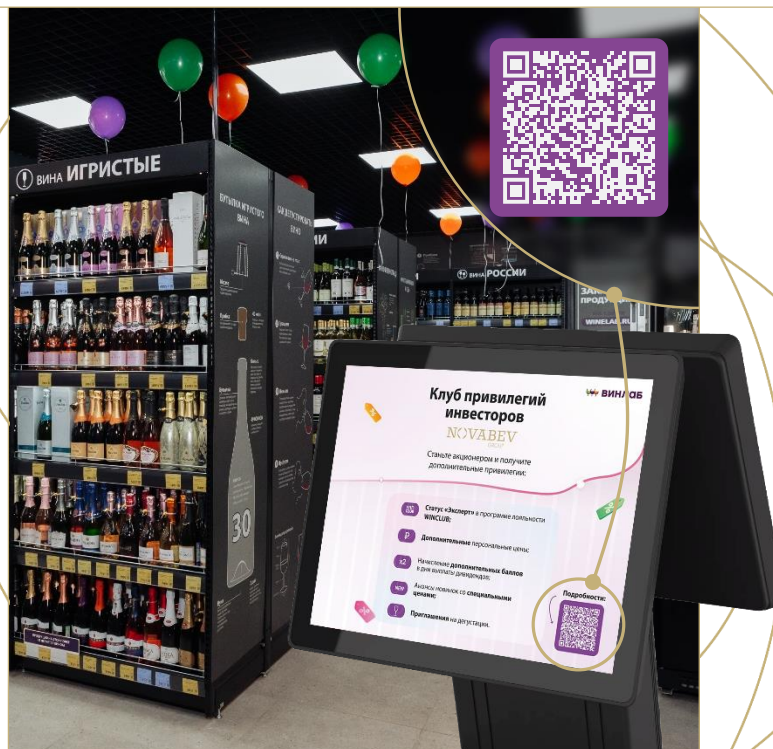
>10 500 человек



стали участниками программы



стали постоянными клиентами сегмента e-com



КЛУБ ИНВЕСТОРОВ NOVABEV GROUP

Станьте акционером Группы и получите дополнительные привилегии:

- Уникальный премиум-статус эксперта в программе лояльности WINCLUB
- Дополнительные предложения и многоуровневая система скидок
- Персонализированные акции и промокоды для праздников и дней рождения
- Розыгрыш дополнительных баллов WINCLUB за покупку продуктов и участие в специальных мероприятиях. Например, дополнительные "дивиденды" для участников в виде баллов
- Приглашения на дегустации новых продуктов

Чтобы стать участником, нужно приобрести акции Novabev Group, сделать скриншот в мобильном приложении брокера и отправить в службу поддержки Novabev Group. Уникальный премиум-статус эксперта в программе лояльности WINCLUB будет присвоен в течение 24 часов!



ОБЗОР ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ

млрд руб., если не указано иное	2020	2021	2022	2023	2024
Общий объем продаж, млн дал	15,6	15,7	16,8	16,9	16,2
# магазинов	645	1 001	1 351	1 657	2 041
Финансовые показатели					
Отчет о прибылях и убытках					
Чистая выручка	63,3	74,9	97,3	116,9	135,5
Валовая прибыль	22,7	26,8	38,4	43,3	48,4
рентабельность	35,8%	35,8%	39,5%	37,0%	35,7%
EBITDA	9,2	10,5	17,4	19,3	18,7
рентабельность	14,5%	14,0%	17,8%	16,5%	13,8%
Чистая прибыль	2,5	3,9	8,4	8,1	4,6
рентабельность	3,9%	5,2%	8,7%	6,9%	3,4%
Денежные потоки					
OCF (без NWC)	8,9	11,0	17,7	19,8	18,9
- изменения NWC	0,3	0,2	8,3	6,9	(3,7)
- чистые кап. затраты	2,5	3,0	0,4	2,9	3,2
- налог на прибыль	0,1	0,4	0,9	2,6	1,4
= Свободный денежный поток	6,0	7,4	8,1	7,4	18,0
Долговая нагрузка					
Чистый финансовый долг	12,4	6,7	12,3	14,2	11,9
Чистый фин. долг / EBITDA ⁽¹⁾	1,6x	0,8x	0,9x	0,9x	0,9x
Чистый долг	15,6	13,9	24,8	32,1	35,5
Чистый долг / EBITDA	1,7x	1,3x	1,4x	1,7x	1,9x

ВЫРУЧКА

Выручка достигла 135 млрд руб при CAGR 21,0% с 2020 года

- Рост более 16% в 2024 году

Факторы роста выручки:

- Фокус на премиумизации портфеля брендов
- Расширение сети магазинов «ВинЛаб»

РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ

Маржинальность операций значительно улучшилась в 2022 году с постепенным снижением до более устойчивого уровня в 2024 г. Данная динамика обусловлена:

- Ускоренными темпами открытия новых магазинов «ВинЛаб» и большой долей магазинов еще не вышедших на операционную эффективность
- Сильной инфляцией затрат во всех сегментах бизнеса



Реализация стратегии

Чистая выручка

План 2024

126 млрд

Факт 2024

135 млрд

Главная цель нашей стратегии по удвоению бизнеса была выполнена в 2024 году

ДЕНЕЖНЫЕ ПОТОКИ

- Рекордный чистый денежный поток (более 18 млрд руб.) обусловлен поддержанием стабильно высокого уровня операционной прибыли, а также более эффективной работой с оборотным капиталом
- Динамика капитальных затрат отражает развитие сети «ВинЛаб»

ДОЛГОВАЯ НАГРУЗКА

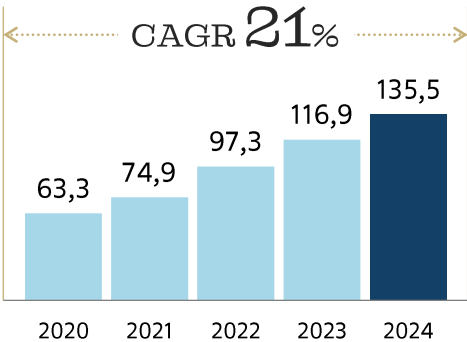
- Структура кредитного портфеля остается на комфортном уровне для группы и соответствует стратегическим целям: показатель «Чистый финансовый долг/ EBITDA IAS'17» составил 0,9x, а показатель «Чистый долг/EBITDA» соответствует уровню 1,9x
- Рост общего долга связан с расширением розничной сети «ВинЛаб» и соответствующим ростом обязательств по аренде

Источники: Данные Компании; Финансовые показатели основаны на стандарте МСФО'16
Примечания: (1) EBITDA рассчитана по стандарту IAS'17



УСТОЙЧИВЫЕ ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

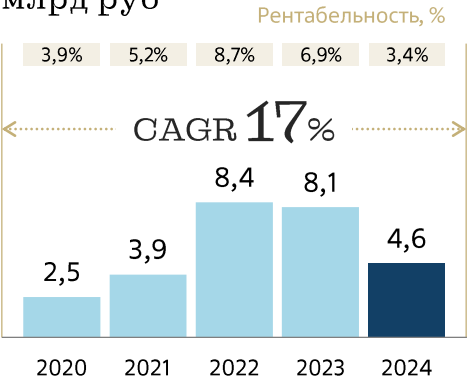
ЧИСТАЯ ВЫРУЧКА⁽¹⁾
млрд руб



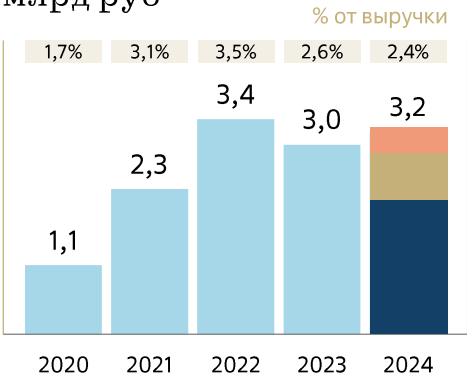
EBITDA
млрд руб



ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ
млрд руб



КАПИТАЛЬНЫЕ ЗАТРАТЫ⁽²⁾
млрд руб

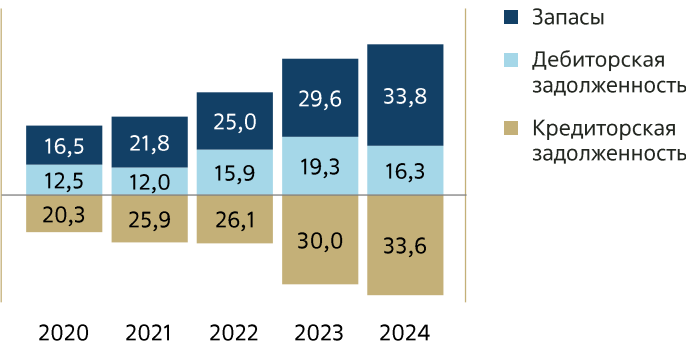


14%
Затраты на поддержание и прочие расходы

27%
Производство и дистрибуция

59%
Розничная сеть

ИЗМЕНЕНИЯ В ОБОРОТНОМ КАПИТАЛЕ
млрд руб



Реализация стратегии		Рентабельность EBITDA
План 2024	Факт 2023	
16-17%	>16%	

Цель по увеличению рентабельности была предварительно достигнута в 2022-2023 годах

В период 2020-2024 годов общий рост выручки и EBITDA был обусловлен:

- Фокусом на продажах брендов в премиум-сегменте и выше
- Продолжающимся открытием новых магазинов
- Проактивной ценовой политикой
- Постепенным ростом импортного бизнеса

Рост CAPEX в 2024 году связан с модернизацией производственных мощностей на винодельне и увеличением числа открываемых магазинов

Группа стремится сократить капитальные вложения в 2025 году

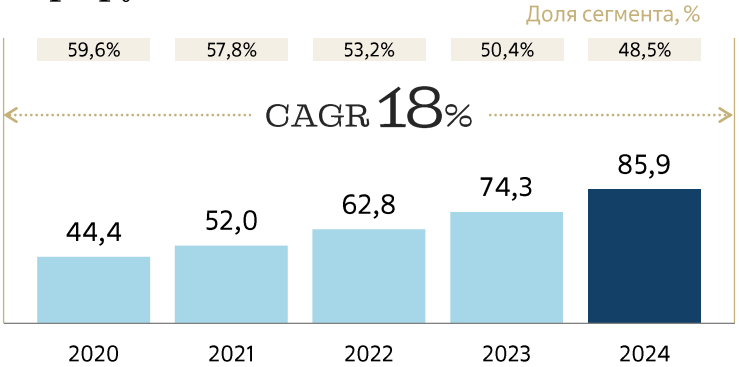
В течение 2020-2024 годов структура оборотного капитала кардинально изменилась в связи с резким ухудшением условий поставок импортной продукции

Источники: Данные Компании; Финансовые показатели основаны на стандарте МСФО'16
Примечания: (1) Выручка после учета акциза и НДС; (2) Затраты на приобретение активов и долей в компаниях

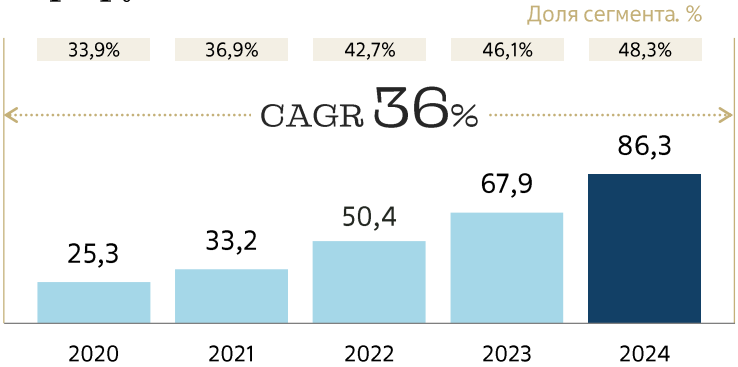


ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНЫЙ РОСТ ВО ВСЕХ СЕГМЕНТАХ

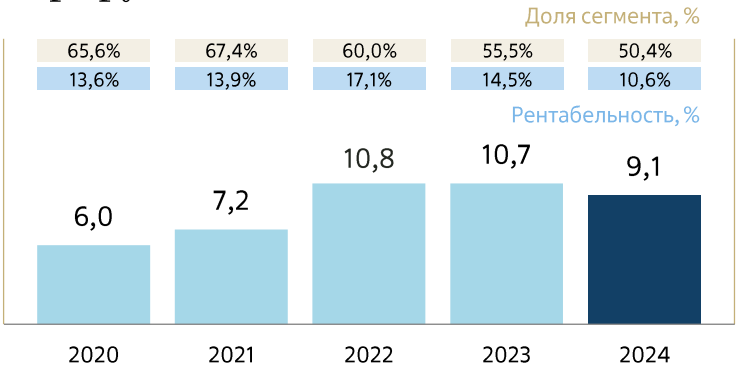
ДИНАМИКА ВЫРУЧКИ ПРОИЗВОДСТВА И ДИСТРИБУЦИИ
млрд руб



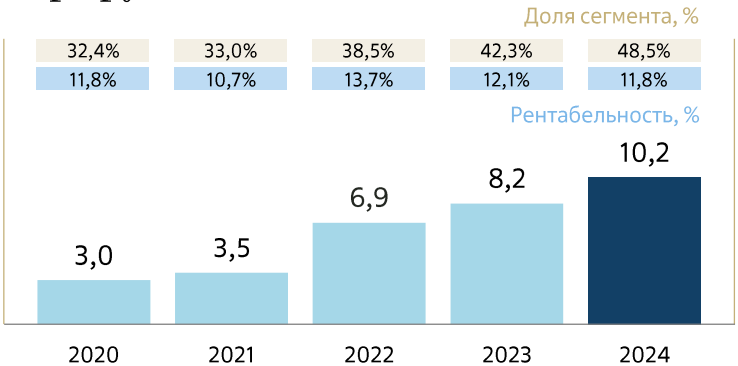
ДИНАМИКА ВЫРУЧКИ ОТ РОЗНИЧНОГО БИЗНЕСА
млрд руб



ДИНАМИКА EBITDA ПРОИЗВОДСТВА И ДИСТРИБУЦИИ
млрд руб



ДИНАМИКА EBITDA РОЗНИЧНОГО БИЗНЕСА
млрд руб



Реализация стратегии

Доля розницы

План 2024	Факт 2024
45%	48%

Розничная часть бизнеса является ключевым элементом роста Группы:

Доля розничного сегмента продолжила свой рост и достигла 48% от общей выручки Группы, что соответствует долгосрочным стратегическим целям

«ВинЛаб» стал основным драйвером роста для Группы как с точки зрения выручки, так и EBITDA

Росту розничного сегмента способствовала активная ценовая политика и постепенное увеличение количества магазинов «ВинЛаб»

Novabev Group продемонстрировала уверенный рост выручки во всех сегментах бизнеса, что позволило удвоить чистую выручку Группы за период с 2020 по 2024 год

Источники: Данные Компании; Финансовые показатели основаны на стандарте МСФО'16



ДОЛГОВАЯ СТРУКТУРА ГРУППЫ ОСТАЕТСЯ СТАБИЛЬНОЙ ПРИ РАСТУЩЕЙ ДОЛЕ АРЕНДЫ

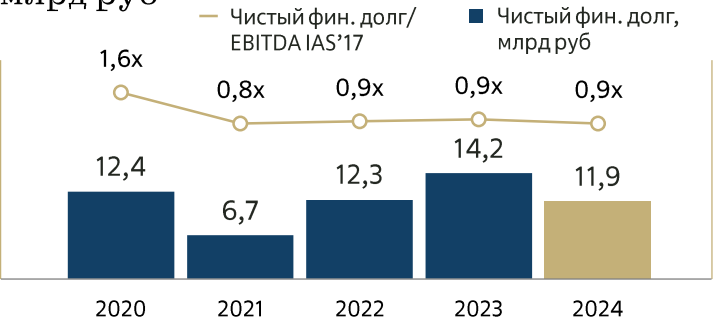


Реализация стратегии Чистый долг / EBITDA

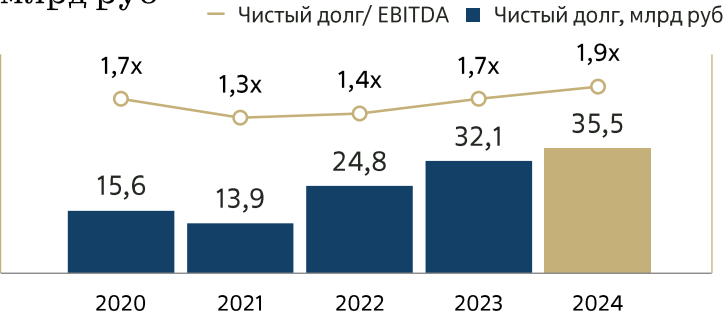
План 2024
≤1,0x

Факт 2024
1,9x

ДИНАМИКА ЧИСТОГО ФИНАНСОВОГО ДОЛГА⁽¹⁾
млрд руб



ДИНАМИКА ЧИСТОГО ДОЛГА
млрд руб



СВОДНАЯ СТАТИСТИКА ОБЩЕЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ

млрд руб	31.12.2023	31.12.2024
Займы и облигации	17,6	34,4
Обязательства по аренде	17,9	23,6
Денежные средства	3,4	22,5
Чистый финансовый долг	14,2	11,9
Чистый долг	32,1	35,5
EBITDA	19,3	18,7
Чистый долг / EBITDA	1,7x	1,9x
Чистый фин. долг / EBITDA IAS'17	0,9x	0,9x

ДОЛГ⁽¹⁾ В РАЗБИВКЕ ПО СРОКАМ ПОГАШЕНИЯ И ВИДАМ
млрд руб



Структура кредитного портфеля остается на комфортном уровне для группы и соответствует стратегическим целям: показатель «Чистый финансовый долг / EBITDA IAS'17» составил 0,9x, а показатель «Чистый долг / EBITDA» соответствует уровню 1,9x

В течение всего срока реализации стратегии уровень долговой нагрузки находился на комфортном уровне, что позволяло поддерживать щедрую дивидендную политику

Увеличение общего уровня долга в основном связано с ростом обязательств по аренде, что обусловлено расширением розничной сети «ВинЛаб»

Структура арендных обязательств в основном долгосрочная с консервативными процентными ставками и ограниченными возможностями индексации

Кредитный рейтинг инвестиционного уровня

Expert
ruAA
(Стабильный)

Повышен
в июле 2024 года

Источники: Данные Компании; Финансовые показатели основаны на стандарте МСФО'16.
Примечания: (1) Без учета обязательств по аренде, на конец 2024 г.



03

СТРАТЕГИЯ
РАЗВИТИЯ





СТРАТЕГИЯ 2020-2024: ХОД РЕАЛИЗАЦИИ



Главная цель по удвоению бизнеса выполнена:

Факт 2020
63
млрд руб

Факт 2024
135
млрд руб

ОПЕРАЦИОННЫЕ МЕТРИКИ					ФИНАНСОВЫЕ МЕТРИКИ				
	2020	План 2024	Факт 2024			2020	План 2024	Факт 2024	
Количество магазинов сети «ВинЛаб»	645	2 500	2 041		Цель по удвоению бизнеса	63 млрд	126 млрд	135 млрд	
Доля розницы в общей выручке ⁽¹⁾	34%	45%	48%		CAGR Выручки 2020-2024	15%	~20%	>21%	
Доля e-com в рознице ⁽²⁾	3%	10-15%	11%		Рентабельность EBITDA	14,5%	+2-3 p.p.	>16%	
Доля неводочной продукции в продажах ⁽³⁾	34%	45%	47%		Цель по рентабельности EBITDA была достигнута в 2022-2023 годах ⁽⁴⁾				
					Чистый долг / EBITDA	1,7x	<1,0x	1,9x	
					Чистый фин. долг / EBITDA ⁽⁵⁾	1,6x	<1,0x	0,9x	
					ROIC	15%	~25%	16%	
					Дивиденды	25% от Прибыли	Не менее 25%	Не менее >50%	
						от Чистой прибыли			

Несмотря на сложные условия, нам удалось достичь нашей ключевой цели: **мы удвоили чистую выручку Группы**. Это было достигнуто при меньшем количестве магазинов, чем мы изначально планировали, благодаря выдающимся финансовым показателям каждого магазина и общей бизнес-модели

Источники: Данные Компании; Данные Компании на 2024 год
Примечания: (1) % от общей чистой выручки Группы, включая межсегмент; (2) % от чистой выручки в розничном сегменте; (3) Доля неводочной продукции, включая экспортные продажи водки, в продажах сегмента производства и дистрибуции в натуральном объеме. С учетом стороннего ассортимента; (4) В 2022-2023 годах показатель рентабельности по EBITDA превысил 16%; (5) EBITDA рассчитана по стандарту IAS'17.



СТРАТЕГИЯ 2025-2029: СЛЕДУЮЩИЙ ЦИКЛ УДВОЕНИЯ БИЗНЕСА

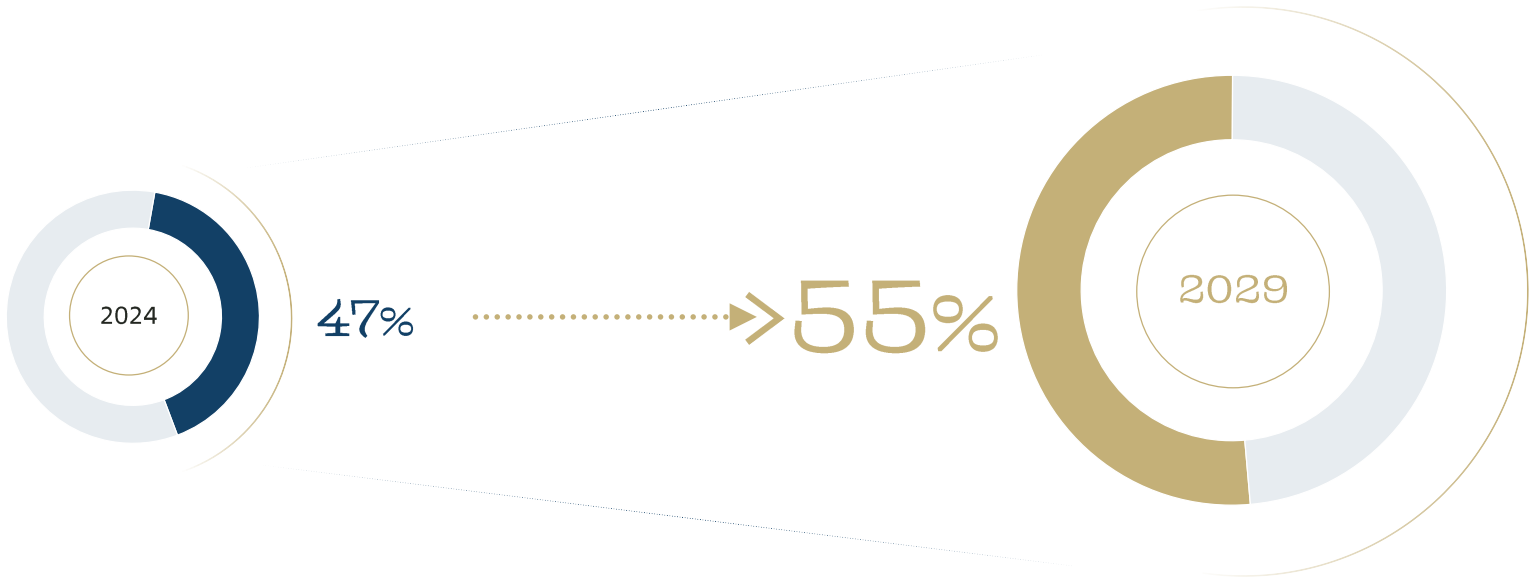


Источники: Данные Компании

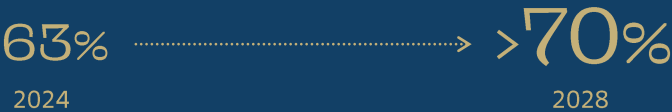


ДАЛЬНЕЙШАЯ ДИВЕРСИФИКАЦИЯ ПОРТФЕЛЯ БРЕНДОВ

ДОЛЯ НЕВОДОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ В ПРОДАЖАХ СЕГМЕНТА «ПРОИЗВОДСТВО И ДИСТРИБУЦИЯ»
В НАТУРАЛЬНОМ ВЫРАЖЕНИИ



Доля неводочной продукции в выручке
сегмента «производство и дистрибуция»



 **Расширение присутствия в растущих категориях**, таких как: крепкие спиртные напитки и вино

 **Постоянные инновации** в разработке продуктов и запуске новых брендов



 Развитие импорта благодаря партнерству с компаниями мирового класса

 Развитие бренда «Поместье Голубицкое» для **увеличения продаж собственного премиального вина**

Источники: Данные Компании; Прогноз Компании на 2029 год



КЛЮЧЕВЫЕ СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ИНИЦИАТИВЫ: ПРЕМИАЛЬНЫЕ БРЕНДЫ

Увеличение доли Novabev Group на рынке премиальной водки с целью занять более 25% рынка за счет усиления ценности бренда для 3 ключевых водочных позиций в портфеле, а также не водочных премиальных брендов

БРЕНД В СЕГМЕНТЕ СУПЕРПРЕМИУМ С МИРОВОЙ ИЗВЕСТНОСТЬЮ, АБСОЛЮТНЫЙ ЛИДЕР В СВОЕЙ КАТЕГОРИИ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ



Развивать бренд Orthodox с фокусом на эстетичность в сегменте премиальных водок, создавая прочные ассоциации с гастрономией



Обеспечить двузначный рост доли рынка для бренда «Белая Сова» и значительно повысить его узнаваемость в премиальном сегменте



Существенно усилить премиальные имиджевые атрибуты бренда и нарастить долю присутствия бренда во второй самой емкой категории крепкого алкоголя на рынке - категории «Коньяк»



01

Стратегическая цель бренда - увеличить долю за счет акцента на премиальность в сочетании с уникальными промокампаниями

02

Вывод на рынок Beluga Botanicals во всех каналах продаж для популяризации бренда и привлечения более молодой аудитории к бренду Beluga

03

Рестайлинг Beluga Hunting для укрепления бренда с целью увеличить долю в категории премиальных биттеров и привлечь новую аудиторию



Премиумизация бренда с целью наращивания маржинальности за счёт фокуса на развитии SKU 1898



Фокус на растущем сегменте настоек и ликеров с нашим лидером, брендом Hunting

- Создание дополнительной ценности бренда Hunting для вывода его на первую строчку субпремиального сегмента категории «Настоек и ликеров»
- Запуск нового бренда настоек премиум-класса для завоевания растущей доли сегментов «премиум» и выше



КЛЮЧЕВЫЕ СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ИНИЦИАТИВЫ ПО ОСНОВНЫМ БРЕНДАМ ИЗ ПОРТФЕЛЯ

Мы продолжаем нашу стратегию развития собственного портфеля брендов, направленную на увеличение доли премиальных брендов и сокращение низкомаржинальных позиций с акцентом на категории, не связанные с водкой



Амбициозный лидер сегмента «субпремиум», стремящийся укрепить свои позиции на рынке

ВИНА ПРЕМИУМ-КЛАССА С АМБИЦИЯМИ СТАТЬ ЗАМЕТНЫМИ ЛИДЕРАМИ В СЕГМЕНТЕ ПРЕМИАЛЬНЫХ РОССИЙСКИХ ВИН

- Увеличение предложения премиальных вин на базе «Поместье Голубицкое», чтобы удовлетворить растущий спрос на российские премиальные вина
- Запуск вермута под брендом Tête de Cheval для выхода на рынок премиальных вермутов
- Инновации в категории премиальных вин



ВОСХОДЯЩАЯ ЗВЕЗДА КАТЕГОРИИ «ДЖИН» С АМБИЦИЕЙ СТАТЬ ЕЕ ЛИДЕРОМ



- Постоянное укрепление имени бренда за счет запуска новых SKU. Продвижение в сфере HoReCa с акцентом на уникальное позиционирование
- Выход к новым потребителям с помощью запуска категории RTD⁽¹⁾ Green Baboon, стремясь стать лидером в этой категории



Популярный и узнаваемый бренд в сегменте «средний». Ключевая цель – нарастить долю рынка и стать брендом №3 в своем сегменте

- Рестайлинг бренда с акцентом на новое позиционирование
- Увеличение количества SKU и премиумизация бренда для привлечения новой аудитории



Один из самых популярных российских брендов виски, ориентированный на современную аудиторию

- Усиление бренда новыми премиальными SKU и креативными промокампаниями
- Обновление концепции бренда с акцентом на премиальности, уникальном соотношении цены и качества для потребителя

Источники: Данные Компании

Примечания: (1) Ready to drink или Готовый к употреблению (RTD)



СТРАТЕГИЯ ИМПОРТНОГО НАПРАВЛЕНИЯ

NOVABEV GROUP – ЭКСКЛЮЗИВНЫЙ ДИСТРИБЬЮТОР
ИЗВЕСТНЫХ ИМПОРТНЫХ БРЕНДОВ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ

КРЕПКИЙ АЛКОГОЛЬ



ШИРОКИЙ АССОРТИМЕНТ
КРЕПКОГО ИМПОРТНОГО
АЛКОГОЛЯ

Цели 2025-2029 :

- Укреплять стратегические партнерские отношения с ключевыми поставщиками
- Сосредоточиться на расширении ассортимента эксклюзивных импортных брендов для розничной сети «ВинЛаб»

27
Брендов

178
SKU

Портфель партнерских брендов охватывает все растущие категории алкогольного рынка в различных ценовых сегментах «премиум+», что позволяет нам демонстрировать двузначные темпы роста и фокусироваться на премиальной рентабельности

Barcello: Фокус на завоевании доли рынка с амбицией стать абсолютным лидером



Ной: Ориентированность на более эффективное управление ценами



Torres: Сохранить лидерство (#1) и захватить большую долю рынка



ВИНА

Доля вина в общем объеме продаж импортного алкоголя⁽¹⁾

60%



ШИРОКИЙ АССОРТИМЕНТ ИМПОРТНЫХ ВИН

Цели 2025-2029:

- Фокус на растущем рынке вин, уделяя особое внимание винам Нового Света
- Ускорение роста эксклюзивных категорий вин с целью увеличения продаж премиальных вин в 2 раза

Росту доли Группы в категории импортных вин способствует растущее потребление вина в России и уникальный ассортимент вин из ведущих стран-экспортеров вина: Чили, Аргентины и стран Европы

Объем импорта, тыс. дкл	2020	2021	2022	2023	2024
Вино	1 260	1 567	1 813	2 128	2 078
Крепкий алкоголь	912	1 069	1 171	1 497	1 372

1.6X

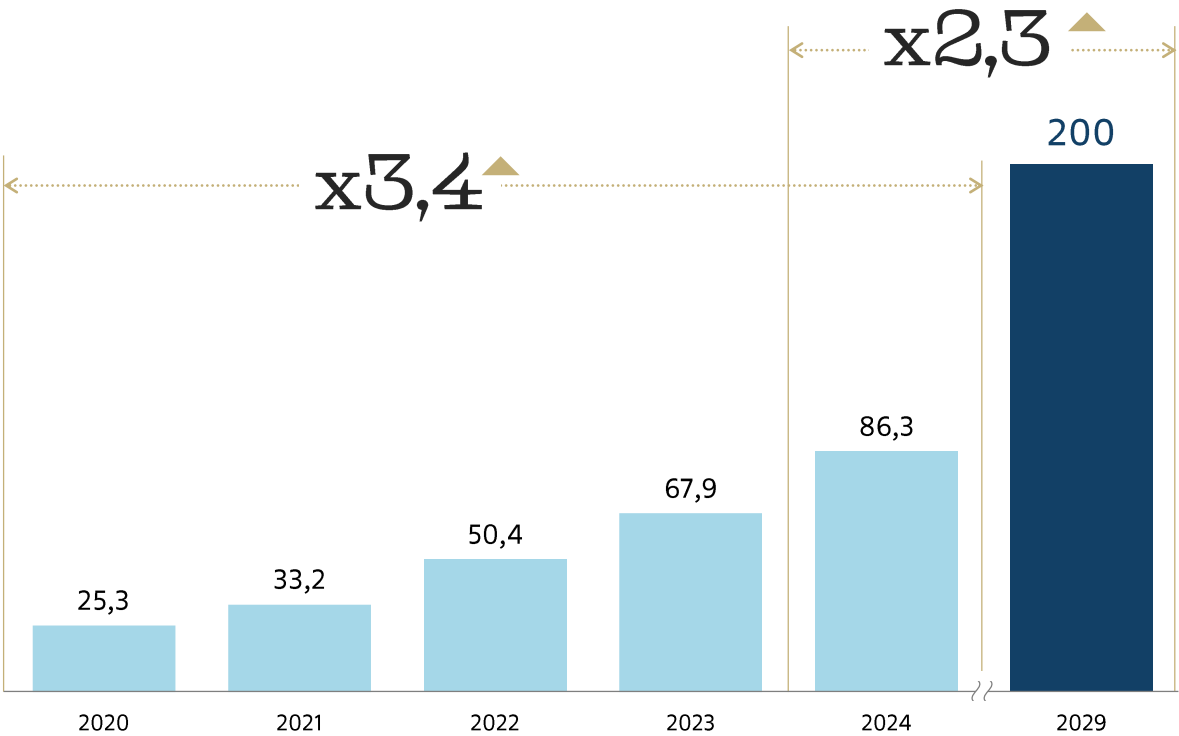
Источники: Данные Компании
Примечания: (1) В натуральном выражении, 2024 год

40

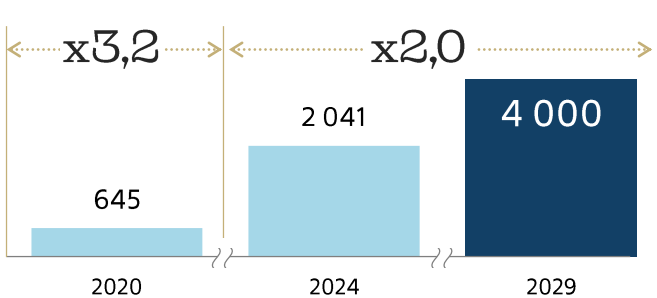


РАЗВИТИЕ СОБСТВЕННОЙ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОЙ АЛКОГОЛЬНОЙ РОЗНИЦЫ

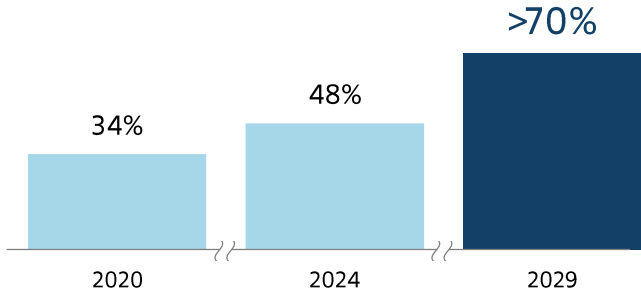
ВЫРУЧКА РОЗНИЧНОГО СЕГМЕНТА⁽¹⁾
млрд руб



КОЛИЧЕСТВО МАГАЗИНОВ⁽¹⁾ «ВИНЛАБ»
#, на конец года



ДОЛЯ РОЗНИЦЫ В ОБЩЕЙ ВЫРУЧКЕ⁽²⁾
%



Единый стандарт
магазина

позволяющий быстро
открывать новые точки

>160,000 рублей
выручка в день⁽³⁾

целевой уровень для
магазинов на этапе
зрелости

Дальнейшее
расширение

в Московской области
и Санкт-Петербурге и
активная экспансия в
новые и наиболее
экономически
привлекательные регионы

Низкий
коэффициент
закрытия точек

За 2020-2024 годы бизнес-модель розничного направления превзошла наши первоначальные ожидания. «ВинЛаб» доказал свою высокую эффективность, поэтому Группа продолжает расширение этого направления с целью достичь более 4 000 торговых точек к концу 2029 года

Источники: Данные Компании; Прогноз Компании на 2029 год.
Примечания: (1) Прогноз по открытиям и по выручке сегмента ретейл учитывает успешное проведение IPO «ВинЛаб»; (2) Доля розницы в общей выручке Группы, включая межсегмент; (3) Выручка до налога



ПОСТЕПЕННАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ Е-КОМ БИЗНЕСА: ПЕРЕХОД К ФОРМАТУ МАРКЕТПЛЕЙСА В2С/В2В

КЛЮЧЕВЫЕ ВЕКТОРЫ

-  Масштабирование в маркетплейс с дополнительным ассортиментом: алкоголь + комплементарные товары
-  Формирование спроса через Entertainment (геймификация, social commerce, управление эмоциями)
-  Монетизация базы «ВинЛаб» через запуск новых онлайн и офлайн сервисов, что обеспечит дополнительные доходы
-  Цифровизация В2В, переход к экосистеме (от поставок продукции до производства и сервисов)
-  Внедрение ИИ для персонализации и оптимизации процессов (поиск, рекомендации, контент и сегментация)
-  Запуск В2В сегмента «ВИНЛАБ Бизнес» с перспективой стать №1 на российском рынке

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ЦЕЛИ 2029



Лидерство в digital-среде и статус трендсеттера за счёт развития собственной экосистемы и маркетплейсов позволит нарастить долю e-com до 20%⁽¹⁾ от всего собственного ретейла

Дальнейшее развитие сегмента e-com обеспечивает лучший пользовательский опыт и более высокие средние чеки. Кроме того, более высокая доля e-com в общей структуре розницы обеспечивает защиту магазинов от канибализации

Источники: Данные Компании; Прогноз Компании на 2029 год
Примечания: (1) % от чистой выручки в розничном сегменте



ЦИФРОВИЗАЦИЯ И УЛУЧШЕНИЕ ОПЕРАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

АВТОМАТИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПРОЦЕССОВ



- Успешный запуск программы с демонстрацией моментальной отчетности на основе программного обеспечения, собирающего данные с контроллеров
- Внедрение бережливого производства
- Дальнейшая интеграция систем управления складом и RFID-маркеров. Внедрение голосового управления для повышения эффективности проводимых операций
- Внедрение искусственного интеллекта для лучшего контроля производственного процесса и управления запасами



УПРАВЛЕНИЕ ЦЕПОЧКОЙ ПОСТАВОК

- Внедрение решения для оптимального планирования запасов
- Автоматизация заказов на закупку
- Интегрированные системы прогнозирования спроса, планирования производства и графика отгрузки продукции
- Интегрированное планирование с использованием S&OP (sales and operating planning)

АВТОМАТИЗАЦИЯ ТРАНСПОРТНОЙ СИСТЕМЫ



- Внедрение цифровой системы расчета оптимальной загрузки грузовиков. Использование усовершенствованной системы маршрутизации и онлайн-отслеживания грузовиков, которая повышает эффективность использования транспорта
- Интеграция с системами S&OP (sales and operation planning)
- Запуск коммерческих перевозок с внешними клиентами
- Внедрение системы Easy order – быстрой доставки, которая позволяет группе осуществлять доставку продуктов максимум через 4 часа после заказа



АНАЛИЗ БОЛЬШИХ ДАННЫХ В ДИСТРИБУЦИИ И РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ

- Дальнейшее развитие вебсайта и приложения «ВинЛаб» с акцентом на омниканальность
- Оптимизация системы click & collect для обеспечения доставки заказа со склада на следующий день
- Персонализированные рекламные предложения для участников программы лояльности через онлайн-каналы
- Дальнейшее внедрение концепции RGM⁽¹⁾ для обеспечения роста выручки за счет детальной стратегии ценообразования и индивидуальных предложений покупателям
- Дальнейшее развитие цифрового мерчандайзинга для улучшения анализа и качественного мониторинга цен

Источники: Данные Компании

Примечания: (1) Revenue Growth Management (RGM) основана на анализе данных, который дает Группе более полную картину имеющихся возможностей и опций. Повышение доступности данных в сочетании с достижениями в области аналитики данных оказывает значительное положительное влияние на рост выручки



СТРАТЕГИЧЕСКИЕ КРІ НА 2025-2029



		Факт 2024	Цель 2029
01	Общая выручка	135 млрд руб	270 млрд руб
02	Розничный бизнес выручка	86 млрд руб	~200 млрд руб
03	Количество магазинов «ВинЛаб»	2 050	>4 000
04	Доля розницы в общей выручке ⁽¹⁾	~50%	>70%
05	Доля e-som в выручке розницы ⁽²⁾	~11%	~20%
06	Дивиденды	Выплата не менее 50% от Чистой прибыли	50% Выплата не менее
07	Количество лояльных клиентов	8.5 млн	>13 млн
08	Доля неводочных продаж	63%	70%

Ключевые цели:

x2

Чистая выручка Группы к концу 2029 г.

Консолидированная чистая выручка

135 → ~270

млрд руб 2024

млрд руб 2029

x2

Розничный бизнес к концу 2029 г.

Продолжение движения от модели, ориентированной на продукт, к модели, ориентированной на клиента

Источники: Данные Компании; Прогноз Компании на 2029 год
Примечания: (1) Включая межсегмент; (2) Прогноз по открытиям и по выручке сегмента ретейл учитывает успешное проведение IPO «ВинЛаб»; (3) % от выручки розничного сегмента