



## Огляд результатів діяльності за 1 півріччя 2024-го року

### 1. Застереження

IDS Group (тут і далі – Група) публікує цей Огляд бізнесу з метою підвищення прозорості діяльності, а саме: з метою висвітлення результатів діяльності Групи як ключового гравця ринку бутильованої води та надання заінтересованій частині українського суспільства можливості для оцінювання ефективності управління Групою.

Зміст Огляду, частота та спосіб публікації, відповідальні особи тощо не регулюються законодавством України. Менеджмент Групи може на власний розсуд змінювати будь-які аспекти цього Огляду в майбутньому, як і припинити його публікацію.

Інформація, що міститься в цьому Огляді, не є жодним чином перевіреною будь-якою третьою стороною, але є, на думку менеджменту, достатньо акуратною та повною, аби широкий загал міг мати уявлення про роботу Групи. Тим не менш, інформація в цьому Огляді може містити суттєві неточності. Отже, менеджмент та учасники Групи застерігають користувачів Огляду від ухвалення комерційних чи будь-яких інших рішень на підставі інформації, що в ньому міститься.

Цей Огляд опубліковано на сайті Групи 15 серпня 2024 року. Він покриває шестимісячний період, що закінчився 30 червня 2024 року.

### 2. Опис діяльності та склад Групи

Група є найбільшим виробником мінеральної та питної води в Україні, посідаючи лідируючу позицію як в Сегменті упакованої води (пластикові та скляні пляшки та жерстяні банки одноразового використання обсягом зазвичай не більш ніж 6 літрів), так і в Сегменті HOD – доставки води в оселі та офіси в бутлях багаторазового використання обсягом 18,9 літра, а також доставка супутніх товарів.

Компанії Групи зазвичай є компаніями суспільного інтересу, а Група загалом відіграє критичну роль у забезпеченні харчової безпеки України.

Склад Групи не зазнав змін за період. Ключовими операційними компаніями Групи є:

Назва	ЄДРПОУ	Роль у Групі
ПрАТ «ІДС»	24364528	Дистрибуція продукції Сегмента ПЕТ
ТОВ «ІДС АКВА СЕРВІС»	42201052	Дистрибуція продукції Сегмента HOD
ПрАТ «Моршинський завод мінеральних вод “Оскар”»	22415322	Виробництво продукції під торговими марками «Моршинська», «Моршинка», «Моршинська Лимонада», «Воля», «Аляска»
ПрАТ «Миргородський завод мінеральних вод»	00382651	Виробництво продукції під торговими марками «Миргородська», «Миргородська Лагідна», «Аляска», «Аква Лайф»

Усі компанії групи взаємопов'язані процесами планування, керування ланцюгами поставок, продажів, маркетингом, а також централізованим менеджментом, процесами управління персоналом і є інтегрованими в єдині ІТ-системи, включаючи інформаційні системи підтримки операцій, бухгалтерського обліку, податкової та іншої звітності.

### 3. Благодійність і корпоративна соціальна відповідальність

З початку повномасштабного вторгнення Група регулярно передає свою продукцію для ЗСУ та лікарень, рятувальників, людей на деокупованих територіях і тих, хто був змушений залишити свої домівки та переїхати до більш безпечних регіонів України. Також компанія надає благодійну допомогу в грошовій формі та в матеріальному вигляді, іншому ніж готова продукція.

Загальна сума благодійної допомоги за перше півріччя склала 44.9 млн. грн. (за 12 місяців 2023 року: 185 млн. грн.), в тому числі 81% у формі упакованої води (2023: 77%). Близько 80% всієї благодійної допомоги надається у вигляді готової продукції, з яких більше 90% передаються 40 благодійним організаціям, з котрими Група співпрацює постійно.

Крім цього, Група продовжує виплачувати заробітну плату своїм мобілізованим співробітникам, хоча держава й скасувала таку вимогу для бізнесу в липні 2022 року. В першому півріччі на ці цілі було скеровано 25.1 млн. грн. (повний рік 2023: 41.3 млн. грн.)

### 4. Співробітники

Протягом першого півріччя 2024 року Група продовжила зосереджувати увагу на піклуванні про своїх співробітників і забезпеченні їх стабільного добробуту.

У лютому 2024 року в Групі було проведено підвищення заробітних плат, що позитивно відзначилося на мотивації та задоволеності співробітників.

У травні цього року Група прийняла участь у дослідженні ринку оплати праці, що допомагає відслідкувати тренди та зміни на ринку праці для підтримання заробітних плат співробітників на конкурентоспроможному рівні. До кінця року планується додатковий перегляд заробітних плат по категоріям, щодо яких цього вимагає ринкова динаміка.

Група продовжує підтримувати мобілізованих працівників, забезпечуючи збереження робочих місць та стабільно виплачуючи їм зарплатню.

Чисельність персоналу Групи збільшилась на 7% за перше півріччя 2024 року:

	12/2023	06/2024	
Власний персонал:	1,891	1,987	
Дистрибуція	920	942	
Виробництво	971	1,045	
Аутстафінг (дистрибуція та логістика)	400	466	
<b>Всього робочих місць</b>	<b>2,291</b>	<b>2,453</b>	<b>+7%</b>

У квітні було запущено програма психологічної підтримки для співробітників, що включає консультації з психологами та ресурси для управління стресом і покращення психологічного добробуту.

Група увійшла до щорічного рейтингу найкращих роботодавців України за версією журналу «ТОП-100. Рейтинги найбільших» і ділового порталу Delo.ua. Компанія була відзначена у номінації "Найкращий антикризовий HR-менеджмент".

Як і інший український бізнес, в першому півріччі 2024 року Група стикнулася з загостренням дефіциту кадрів у частині робочих професій та торговельного персоналу. Це стосується мерчендайзерів, вантажників, водіїв вантажівок, технічних фахівців, які традиційно відносяться до «чоловічих» професій.

Група моделює кроки та механізми для подолання цього виклику. Ключовим джерелом кадрів вбачається молодь, через це Група підтримує зв'язки з деякими вищими та професійно-технічними навчальними закладами для залучення як офісного персоналу, так і молодих спеціалістів на заводи. Наразі триває вдосконалення корпоративної програми стажування.

## 5. Податки

Група залишається великим і сумлінним платником податків.

У млн грн	6М2023	6М2024
ПДВ (окрім ПДВ при імпорті)	154	163
Податки, пов'язані з оплатою праці	110	144
Інші податки	38	62
<b>Всього сплачено</b>	<b>303</b>	<b>369</b>
<i>Консолідоване податкове навантаження<sup>(1)</sup></i>	<i>12%</i>	<i>12%</i>
ПДВ при імпорті	0	6

(1) Консолідоване податкове навантаження розраховано як сума всіх сплачених у відповідному році податків (окрім імпортного ПДВ і податку на репатріацію), поділена на консолідовану чисту виручку Групи, розраховану за правилами МСФО.

Сума сплачених податків збільшилась на 22% у порівнянні з відповідним періодом минулого року, що відповідає росту консолідованої чистої виручки, отже податкове навантаження не зазнало змін.

## 6. Ринкові показники

За період січень-травень 2024 року ринок бутильованої води почав демонструвати позитивну динаміку у порівнянні з аналогічним періодом попереднього року (тут і далі ринкові показники надаються за найсвіжішими доступними Групі даними MRC, яке узагальнює дані щодо продажів у 18 великих мережах сучасної торгівлі): у січні-травні 2022 і 2023 років спостерігалось скорочення обсягів продажів у порівнянні до аналогічного періоду попереднього року. У 2024 році зростання становить +17% у порівнянні з 2023 роком, +5% у порівнянні з 2022 роком. Ринок ще не відновився до рівня 2021 року (-5% до 2021 року), але тенденція до відновлення стає більш вираженою.

У 2024 році (січень-травень) зберігається тренд до зростання газованого сегмента, який є домінуючим у структурі ринку: 60% загального обсягу продажів категорії в каналі сучасного роздробу забезпечується газованим сегментом (+0.4% зростання у порівнянні з аналогічним періодом 2023 року).

Понад 70% продукції в категорії бутильованої води споживається в середньому форматі (1.5–2 л). Обсяги продажів малих форматів, які суттєво скоротилися у 2022 році, поступово відновлюються і демонструють тренд до зростання.

У 2024 році Група залишається беззаперечним лідером на ринку бутильованої води. За період січень-травень 2024 року частка ринку компанії становить 38% в літрах (38% в грошовому виразі), у тому числі:

- «Моршинська» – 29% в літрах / 31% в грн.;
- «Миргородська» – 7% в літрах / 5% в грн.;
- «Аква Лайф» – 2% в літрах / 1% в грн.

Найближчі конкуренти Групи в категорії бутильованої води:

- «Карпатська Джерельна» – 10% в літрах / 7% в грн.;
- «Buvette» – 9% в літрах / 7% в грн.

Частка Групи в газованому сегменті в каналі сучасної торгівлі становить 32%, у негазованому – 48%. ТМ «Моршинська» була і залишається потужним драйвером негазованого сегмента та займає близько 40%. У газованому сегменті бренд також посідає лідерську позицію з часткою понад 21%. Частка ринку «Миргородської» в газованому сегменті перевищує 10%.

За даними дослідження здоров'я бренда, «Моршинська» залишається найбажанішою маркою для покупки та споживання – цей показник зростає порівняно з 2021 року. Інший бренд Групи – «Миргородська» – посідає другу позицію. З цього ж дослідження відомо, що 100% споживачів знають бренд, а 45% називають його першим, коли їх питають про бренди бутильованої води. Нині 97% мають досвід споживання «Моршинської», а для 35% українців «Моршинська» – основний бренд.

## **7. Портфель та інновації**

Ринок солодких безалкогольних напоїв поступово відновлюється в обсягах після падіння у 2022 році. За період січень – травень 2024 року ринок зріс майже на 14% порівняно з аналогічним періодом попереднього року, таким чином перевищивши показники 2021 року.

Бренд «Лимонада» від Моршинської, запущений у 2023 році, представлений на ринку лінійкою, яка включає 4 смаки (12 СКЮ) і має частку ринку 1,4% в літрах / 1,7% в грн. за період січень – травень 2024 року.

Ринок енергетичних напоїв стрімко зростає протягом кількох останніх років: в каналі сучасної торгівлі ринок демонструє ріст на +18% у літрах до 2023 року та +68% до 2021 року.

Бренд «Воля» від Моршинської представлений на ринку лінійкою, яка включає 4 смаки і має частку ринку 2,2% в літрах / 2,7% в грн за період січень-травень 2024 року.

У 2024 році Група запустила нову лінійку води «Моршинська зі смаками» з 4-ма СКЮ. За перші 2 місяці на ринку частка продукту в категорії бутильованої води досягла близько 1%. А в деяких мережах доля лінійки складає більше 2%.

У 2024 році на полицях з'явився новий смак «Лимонади» від Моршинської – Мохіто. На 2025 рік заплановано подальше розширення лінійок Моршинської зі смаками, «Лимонади» та «Волі». Компанія має амбітні плани розвитку своєї інноваційної діяльності на горизонті 2025 – 2030 років, що, як очікується, призведе до зростання частки компанії на ринку безалкогольних напоїв України.

## **8. Клієнти**

Будучи найбільшим виробником упакованої води в та безалкогольних напоїв в Україні, Група має і найбільшу національну дистрибуцію (покриття торговельних точок). Загальна кількість торговельних точок, в яких представлена продукція Групи, оцінюється в майже 64 тисячі, серед яких 6,8 тис. – сучасна торгівля, що на 18% ніж у 2023 році за рахунок відбудови раніше зруйнованих супермаркетів. Також продукція Групи представлена в 41 тисячі точок традиційної торгівлі – без змін до попереднього року. Інші канали продажів (HoReCa, АЗС, аптеки тощо) налічують близько 16 тисяч торговельних точок, серед яких динаміка росту кількості ТТ спостерігається в каналі АЗС. За даними AC Nielsen за 2021 рік (останні, які доступні Групі) дистрибуція Групи сягає 98% в традиційній торгівлі та 100% в сучасній торгівлі.

У першому півріччі 2024 року продажі Групи через канал сучасної торгівлі склали 58% (2023: 57%). На долю 10 найбільших клієнтів Групи в каналі сучасної торгівлі припадає 38% усіх продажів Групи (2023: 39%). Скорочення у порівнянні з минулим роком відбувається за рахунок скорочення долі продаж через АТБ.

У 2022 році Група двічі виграла тендер МОУ на поставку води для ЗСУ і виконала відповідні контракти без зауважень. Всього за цими контрактами було поставлено 29 млн пляшок води. Наразі протермінована заборгованість бюджету за поставки 2022 року становить близько 30 млн. грн.

## 9. Сегмент HOD

Станом на 30 червня 2024 року доставка води здійснювалась в 1598 населених пунктів країни. У Києві, Харкові, Дніпрі, Одесі та Львові доставку здійснюють власні підрозділи Групи, в інших містах доставка забезпечується мережею 43 партнерами-франчайзі, за рахунок укрупнення територій покриття. На території філій доставка здійснювалась силами 122 екіпажів. Попри складну ситуацію з енергетикою країни показник вчасності доставки перевищив плановий та становив – 99,3%.

Структура клієнтів Групи в Сегменті HOD не змінилась та залишилась в тому ж співвідношенні - домогосподарства (80%) та компанії (20%). Кількість замовлень через online-канали (на сайті mywatershop.com.ua, в застосунку) – 77%, через контакт-центр – 23%. Також Група активно приймає участь в тендерах на державні закупівлі та має в списку своїх клієнтів багато державних установ та підприємств.

	Од.	2023 12М Факт	2024 6М Факт
Загальна кількість замовлень	тис.	2 262	1 201
Активна клієнтська база	тис.	101	106

В першому півріччі на Миргородському заводі для логістики продукції формату 18,9 л було закуплено та введено в обіг багаторазові пластикові піддони. Реалізація цього проекту дає можливість зменшити вплив діяльності Групи на навколишнє середовище.

## 10. Керування ланцюгом постачання

В першому півріччі 2024 року Група не мала дефіциту водних ресурсів або виробничої потужності. Натомість, перед ланцюгом постачання Групи поставали такі обмеження як нестабільне енергопостачання підприємств, особливо Миргородського заводу, брак робочої сили, нестабільність роботи постачальників (в першу чергу через відсутність енергопостачання).

З огляду на прогнозованість даних факторів в першому півріччі на складах заводів, дистрибуторів та логістичних операторів був накоплений рекордний за всю історію компанії запас готової продукції, сягнувши відмітки 50 млн. пляшок. Також був створений запас критично важливих таро-пакувальних матеріалів в еквіваленті 30 млн. пляшок готової продукції, що покривало потреби заводів на період від двох до чотирьох тижнів.

Задля збереження стабільності постачання ключових матеріалів в портфелі постачальників в першому півріччі Група суттєво збільшила долю іноземних контрагентів.

В умовах гострого дефіциту виробничого і логістичного персоналу Група вдалась до додаткових програм мотивації задля збільшення лояльності співробітників, перекрити дефіцит робочої сили. Також, Група намагається збільшити залучення жінок в традиційно чоловічих спеціальностях, як от водії навантажувачів та оператори виробничих ліній.

Завдяки широкому колу інструментів залучення транспорту, використовуваних Групою для далеких перевезень, в першому півріччі вдалося уникнути дефіциту автомобільного транспорту та було втримано сприятливий транспортний тариф.

## 11. Виробничі потужності

Виробничі потужності Групи представлені двома заводами – в м. Моршин Львівської області та м. Миргород Полтавської області. Моршинський завод мінеральних вод виробляє весь асортимент продукції під ТМ «Моршинська», «Моршинка», «Лимонада», «Воля» й «Аляска». Миргородський завод мінеральних вод виробляє продукцію під ТМ «Миргородська», «Миргородська Лагідна», «Аляска» й «Аква Лайф». Усі виробництва Групи сертифіковані за стандартом FSSC22000, що надає право реалізовувати продукцію у будь-яких торговельних точках по всьому світу без додаткових аудитів виробництва.

Протягом першого півріччя 2024 року: не вводились в експлуатацію значні нові виробничі або складські потужності; не відбулося суттєвих змін в складі спеціальних дозволів (ліцензій) на добичу води.

За участю постачальника ліній розливу KRONES проведено ревізію довгострокового плану розвитку (мастерплану) Моршинського заводу мінеральних вод, а також розпочато проектування нових очисних споруд. Також Група розробляє декілька ініціатив щодо підвищення енергетичної безпеки обох заводів.

## 12. Капітальні інвестиції

Вперше на початку війни у 2024 році Група планує збільшити капітальну програму. Головними чинниками збільшення є оновлення парку холодильного обладнання у зв'язку з втратою і старінням та впровадження нової ERP на базі Microsoft Dynamics 365.

У млн. грн.	2023 12 Факт	2024 12 Бюджет	
Виробництво	86	36	-50
Логістика	5	26	+21
Торгівля	39	127	+88
Інформаційні технології	4	40	+36
	<b>133</b>	<b>228</b>	<b>+95</b>

Динаміка використання бюджету капітальних інвестицій становила 53% на 30 червня 2024 року.

## 13. Впровадження ERP

Група використовує продукти 1С для фінансового обліку, частково – звітності, обліку кадрів та деяких інших бізнес-процесів. Не зважаючи на свою гнучкість, ця система давно є такою, що не відповідає масштабам та складності бізнесу Групи, вимогам до системи внутрішнього контролю, тощо.

Вирішальним фактором щодо прийняття рішення про необхідність переходу на ERP світового ринку стали санкції, запроваджені Україною проти компанії-розробника платформи 1С.

На початку 2023 року Група розпочала дослідження ринку на предмет доступних систем, які були б адекватні потребам Групи в довгостроковій перспективі. В літку 2023 платформа Microsoft Dynamics 365 (D365) була обрана для подальшого впровадження, розпочалась підготовча фаза. На початку 2024 року відбувся тендер на впровадження, на якому інтегратором було обрано компанію-офіційного партнера Microsoft Ukraine. Проект розпочався в березні 2023 року з прогнозованою датою закінчення в кінці 2025 року.

Основними ризиками для успішного впровадження проекту є доступність (дефіцит) кваліфікованих людських ресурсів як на стороні Групи, так і на стороні інтегратора та можливі дії АРМА, що призведуть до дезінтеграції Групи, що унеможливить подальше впровадження.

## 14. Зовнішнє фінансування

Боргові та прирівняні до них фінансові інструменти групи складаються з банківського фінансування, фінансового лізингу (переважно офісні приміщення та парк легкових автомобілів) та протермінованої кредиторської заборгованості за поставки «Боржомі».

У млн грн	31/12/2023	30/06/2024
Банківське фінансування:	253	207
в іноземній валюті	104	72
в гривні	149	135
Фінансовий лізинг	93	76
Загальний борг	346	283
Чистий борг	-231	-583
Кредиторська заборгованість за поставки «Боржомі» в 2022 році	270	287

Станом на 30 червня 2024 року Група не мала протермінованої заборгованості перед банками.

Серед зобов'язань Групи перед кредиторами, невиконання яких надає кредиторам право довгостроково вимагати погашення кредиту, є зобов'язання з надання консолідованої річної фінансової звітності Групи, складеної за МСФО, з висновком аудитора не пізніше 30 червня року, що слідує за звітним. Це зобов'язання означає вимогу надавати консолідовану фінансову звітність IDS Cyprus. Однак, через санкції, накладені Україною, вказана компанія, яка є материнською по відношенню до Групи, втратила будь-які права, притаманні акціонеру, по відношенню до учасників групи, що є українськими юридичними особами (розділ 2. Опис діяльності та склад Групи), в тому числі і право отримувати інформацію, необхідну для складання консолідованої звітності і проведення відповідного аудиту. Замість консолідованої фінансової звітності Група надала кредиторам комбіновану фінансову звітність, що не включає дані IDS Cyprus, перевірену українським аудитором, і отримала від кредиторів листи, в яких останні висловили згоду, що Група виконала відповідне зобов'язання кредитних угод.

## 15. Ключові фінансові показники

На фінансовий результат Групи впливають множинні фактори, які менеджмент розподіляє на: зовнішні, на які Група не впливає; внутрішні, які є реакцією на зовнішні фактичні або прогнозні події; зміщення витрат у часі (зазвичай на більш).

Найбільшими факторами впливу на продажі 2024 року залишаються еміграція населення, втрата територій, зменшення ситуацій споживання (повітряні тривоги, зміна поведінки тощо) та інфляція.

Специфічними для січня-червня 2024 року є:

- Порівняно холодні травень-червень, що спричинило відставання обсягів продажів від бюджету на 2%.
- Помірна девальвація гривні на 8%, що має вплив насамперед на вартість таро-пакувальних матеріалів та фрахт. Треба зазначити, що девальвація виявилась меншою, ніж очікував менеджмент.
- Стабільна ситуація на ринку фрахту, що виявилась кращою, ніж бюджетувалось, а також ціни на преформу та інші компоненти прямої змінної собівартості, які також виявились нижчими за бюджетні параметри.

- Уповільнення росту долі АТБ в каналі МТ та в продажах Групи призвело до покращення питомої знижки.

Одночасно з цим, конкурентна ситуація, зокрема, цінова поведінка конкурентів тиснули на ринкову долю Групи ще з 2023 року. Тому, зважаючи на сприятливу динаміку витратної частини, Група проводила обережнішу цінову політику в першому півріччі 2024 року, ніж це передбачалось бюджетом.

Також, принаймні 100 млн. грн. витрат, пов'язаних, головним чином, з маркетинговими активностями, було перенесено на друге півріччя.

	Од.	2024 6М Факт	2024 6М Бюджет	2023 6М Факт
<b>Продажі сегмента PET</b>				
Пляшки	Тис.	233 983	239 268	206 083
Літри	Тис.	302 327	315 095	274 246
Чиста виручка	Тис. грн	2 606 308	2 672 177	2 191 774
<b>Продажі сегмента НОД</b>				
Пляшки	Тис.	8 407	8 482	7 575
Літри	Тис.	64 816	65 079	7 309
Чиста виручка	Тис. грн	433 588	430 326	266
<b>Сумарна чиста виручка</b>	<b>Тис. грн</b>	<b>3 039 897</b>	<b>3 102 502</b>	<b>2 540 734</b>
ЕВІТДА <sup>(1)</sup>	Тис. грн	590 058	412 217	392 741
ЕВІТ	Тис. грн	373 719	147 762	174 640
<b>Чистий прибуток</b>	<b>Тис. грн</b>	<b>312 342</b>	<b>106 999</b>	<b>154 269</b>
Операційний грошовий потік	Тис. грн	492 336	-176 669	288 476
Вільний грошовий потік	Тис. грн	370 374	-352 620	246 576
Загальний грошовий потік	Тис. грн	289 420	-434 412	164 430

- (1) Показник ЕВІТДА (прибуток до вирахування відсотків, податку на прибуток та амортизації) розраховується за політикою Групи та не включає певні операційні витрати, такі як результати тесту на знецінення, екстраординарні витрати, витрати на благодійність тощо.
- (2) В розрахунок валового та чистого боргу включається заборгованість по кредитам і за договорами фінансового лізингу.

Фінансовий стан групи характеризується міцним операційним грошовим потоком, надвисокою ліквідністю і низьким борговим навантаженням. Основними факторами, що пояснюють значне позитивне відхилення від бюджету, є перевищення результатів по ЕВІТДА та непогашення заборгованості за Боржомі, що його було забюджетовано на перше півріччя 2024 року.



## 16. Основні ризики та невизначеності

**Неспровокована агресивна війна росії проти України** була та залишається домінуючим джерелом різноманітних ризиків для стабільності операцій Групи, а саме:

- зменшення ринку через подальшу еміграцію населення;
- знищення складів і виробничих потужностей у результаті обстрілів, у тому числі далеко від лінії фронту;
- руйнування виробничих потужностей ключових постачальників таро-пакувальних матеріалів (Дніпро, Харків);
- перебої в електропостачанні в результаті пошкодження об'єктів енергетичної інфраструктури через ракетні обстріли;
- втрати виробничого часу через повітряні тривоги;
- дефіцит персоналу через мобілізацію – як висококваліфікованого інженерно-технічного персоналу, так і менш спеціалізованого, але масового персоналу.

**Дії АРМА з передання корпоративних прав ПрАТ «ІДС» та ПрАТ «Моршинський завод мінеральних вод «Оскар»» в управління третій стороні** (якщо будуть успішні) матимуть не тільки серйозні негативні наслідки для конкуренції на ринку упакованої води через надмірну концентрацію, але й, напевно, призведуть до тривалого припинення виробництва на обох виробничих майданчиках та, відповідно, припинення постачання продукції в торговельні мережі на невизначений термін через критичну взаємозалежність всіх компаній Групи, які перебувають в єдиному інформаційно-мережевому середовищі.

**Санкційне законодавство в частині (не)надання та/або (не)подовження спеціальних дозволів на користування надрами** в поточному вигляді може призвести до втрати Групою можливості використання суттєвої частини дебету (водного ресурсу), що призведе до падіння виробництва та дефіциту упакованої води на ринку.

**Обмінний курс гривні, вартість РЕТ-грануляту**, а також динаміка тарифів на **міжнародний і внутрішній автомобільних фрахт** були до війни й наразі залишаються одними з основних драйверів прибутковості та цінової політики Групи.