**Огляд результатів діяльності за 2024 рік**

1. **Застереження**

IDS Group Ukraine (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 широке коло зацікавлених осіб змогло зробити висновки 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 Групі 28 лютого 2025 року. Він покриває рік, що закінчився 31 грудня 2024 року.

1. **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 алюмінієві 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 продовольчої безпеки України, зокрема у забезпеченні критично важливим в умовах гострих інфраструктурних та безпекових викликів продуктом — питною водою.

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.

1. **Благодійність і корпоративна соціальна відповідальність**

З початку повномасштабного вторгнення Група регулярно передає свою продукцію для ЗСУ та лікарень, рятувальників, людей на деокупованих територіях і тимчасово переміщених осіб. Також компанія надає благодійну допомогу в грошовій формі та в матеріальному вигляді, іншому ніж готова продукція.

Загальна сума благодійної допомоги, яка пов’язана з підтримкою постраждалих від військових дій, за звітний рік склала 89 млн. грн. (2023: 179 млн. грн.; за весь період війни:  347 млн. грн.). *Збільшений обсяг благодійної допомоги Групи у 2023 році був обумовлений значними ресурсами, спрямованими на подолання гуманітарної катастрофи, спричиненої підривом дамби Каховської ГЕС*. Близько  80% всієї благодійної допомоги надається у вигляді готової продукції, з яких близько 90% передаються благодійним організаціям, з якими Група співпрацює на постійній основі.

Крім цього, Група продовжує виплачувати заробітну плату своїм мобілізованим співробітникам, хоча держава й скасувала таку вимогу для бізнесу в липні 2022 року. За звітний рік на ці цілі було скеровано 57 млн. грн. (2023: 41 млн. грн.; за весь період війни: 119 млн. грн.)

1. **Співробітники**

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

У 2024 році в Групі було проведено дві хвилі підвищення заробітних плат: у лютому - для всіх працівників, а в другій половині року – додатково для окремих категорій відповідно до вимог ринкової динаміки. Це рішення Групи позитивно вплинуло на мотивацію та задоволеність 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.

Група продовжує підтримувати мобілізованих працівників, гарантуючи збереження їхніх робочих місць і стабільну виплату заробітної плати. Крім того, у компанії реалізується програма адаптації ветеранів, спрямована на їхню успішну інтеграцію в робоче середовище після демобілізації.

Чисельність персоналу Групи збільшилась на 9% за 2024 рік:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  | **12/2023** | **12/2024** |
|  |  |  |  |
| Власний персонал: |  | 1,891 | 2,061 |
| Дистрибуція |  | 920 | 949 |
| Виробництво |  | 971 | 1,112 |
|  |  |  |  |
| Аутстафінг (дистрибуція та логістика) |  | 400 | 428 |
|  |  |  |  |
| **Всього робочих місць** |  | **2,291** | **2,489** |
|  |  |  |  |

У квітні 2024 року було запущено програму психологічної підтримки для співробітників, що включає індивідуальні 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 багато інших українських компаній, в першому півріччі 2024 року Група стикнулась з необхідністю подолання виклику у сфері дефіциту кадрів у частині робочих професій та торгівельного персоналу. Це стосується, зокрема, 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.

Завдяки розширенню географії присутності портфелю поточних продуктів і збільшенню пропозиції новинок IDS Ukraine справляє позитивний вплив на зайнятість поза межами власного бізнесу, сприяючи створенню нових робочих місць у дистрибуційних та логістичних партнерів, що дозволило залучити додаткових близько 500 співробітників для забезпечення логістичних потреб і продажів продуктів компанії.

1. **Податки**

Група залишається великим і сумлінним платником податків.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| У млн грн |  | **2022** | **2023** | **2024** |
|  |  |  |  |  |
| ПДВ (окрім ПДВ при імпорті) |  | 279 | 387 | 475 |
| Податки, пов'язані з оплатою праці |  | 331 | 279 | 395 |
| Інші податки |  | 89 | 134 | 279 |
| **Всього сплачено** |  | **699** | **800** | **1 149** |
| *Консолідоване податкове навантаження(1)* |  | *15%* | *15%* | *17%* |
|  |  |  |  |  |
| ПДВ при імпорті |  | 73 | 2 | 14 |
|  |  |  |  |  |

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 МСФЗ.

Сума сплачених податків збільшилась на 44% у порівнянні з відповідним періодом минулого року, що відповідає росту консолідованої чистої виручки, отже податкове навантаження не зазнало змін.

1. **Ринкові показники**

За період січень-листопад 2024 року на ринку бутильованої води спостерігається позитивна динаміка (тут і далі ринкові показники надаються за найсвіжішими доступними Групі даними MRC, яке узагальнює дані щодо продажів у 18 великих мережах сучасної торгівлі): +16% у порівнянні з аналогічним періодом 2023 року. Динаміка ринку дає підстави стверджувати, що ринок відновлюється до рівня, який був досягнений до початку повномасштабного вторгнення (+ 0,2% до 2021 року).

У 2024 році зберігається тренд до зростання газованого сегмента, який є домінуючим у структурі ринку: 61% загального обсягу продажів категорії в каналі сучасної торгівлі забезпечується газованим сегментом (+1,6 % до 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-листопад 2024 року частка ринку компанії становить 40,2% в літрах (40,1% в грошовому виразі), у тому числі:

* «Моршинська» – 30,9% в літрах / 33,1% в грн.;
* «Миргородська» – 7,3% в літрах / 5,8% в грн.;
* «Аква Лайф» – 2,1% в літрах / 1,3% в грн.

Найближчі конкуренти Групи в категорії бутильованої води:

* «Карпатська Джерельна» – 10,0% в літрах / 7,1% в грн.;
* «Buvette» – 7,8% в літрах / 6,6% в грн.

Частка Групи в газованому сегменті в каналі сучасної торгівлі становить 35%, у негазованому – 48%. ТМ «Моршинська» була і залишається потужним драйвером негазованого сегмента з часткою понад 40%.  У газованому сегменті бренд також посідає лідерську позицію з часткою понад 23%. Частка ринку «Миргородської» в газованому сегменті перевищує 10%.

За даними дослідження здоров’я бренда «Моршинська» залишається найбажанішою маркою для покупки та споживання, суттєво випереджаючи конкурентів за цим показником. Інший бренд Групи – «Миргородська» – посідає другу позицію. З цього ж дослідження відомо, що 100% споживачів знають бренд, а 42% називають його першим, коли їх питають про бренди бутильованої води. Нині 97% мають досвід споживання «Моршинської», а для 33% українців «Моршинська» – основний бренд.

1. **Портфель та інновації**

За період січень – листопад 2024 року ринок солодких безалкогольних напоїв зріс на 16% порівняно з аналогічним періодом попереднього року, 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 1,5% в літрах / 1,9% в грн. за період січень – листопад 2024 року.

Ринок енергетичних напоїв стрімко зростає протягом кількох останніх років: в каналі сучасної торгівлі ринок демонструє зростання на +19% у літрах до 2023 року та +72% до 2021 року. Бренд «Воля» від Моршинської, представлений на ринку лінійкою з 4 смаків, має частку ринку 1,9% в літрах / 2,4% в грн за період січень-листопад 2024 року.

У 2024 році Група запустила нову лінійку води «Моршинська зі смаками» з 4-ма СКЮ. Станом на листопад 2024 частка продукту в категорії бутильованої води становить 0,8% в літрах/1,3% в грн. В сегменті Вода плюс (Flavored Water) за аналогічний період цей продукт має частку 23% в літрах і 25% в грошовому вираженні.

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.

1. **Клієнти**

Будучи найбільшим виробником упакованої води 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 65 тисяч, серед яких 6,9 тис. – сучасна торгівля, що на 18% більше, ніж у 2023 році, за рахунок відбудови раніше зруйнованих супермаркетів та відкриття нових об’єктів торгівлі. Також продукція Групи представлена в 42 тисячах точок традиційної торгівлі – з невеликим приростом до попереднього року. Інші канали продажів (HoReCa, АЗС, аптеки тощо) налічують близько 16 тисяч торгівельних точок, серед яких динаміка росту кількості ТТ спостерігається в каналах АЗС, Аптеки та HoReCa (збільшення кількості об’єктів малих форматів: кав’ярні тощо). За даними АС Nielsen за 2021 рік (останні, які доступні Групі) охоплення дистрибуції Групи сягає 98% в традиційній торгівлі та 100% в сучасній торгівлі.

У 2024 році продажі Групи через канал сучасної торгівлі склали 47% (2023: 57%). На долю 10 найбільших клієнтів Групи в каналі сучасній торгівлі припадає 40% усіх продажів Групи (2023: 39%).

1. **Сегмент HOD**

Станом на 31 грудня 2024 року доставка води здійснювалась в 1583 населених пунктів країни. У Києві, Харкові, Дніпрі, Одесі та Львові доставку здійснюють власні підрозділи Групи, в інших містах доставка забезпечується мережею із 42 партнерів -франчайзі, за рахунок укрупнення територій покриття. На території філій доставка здійснювалась силами 118 екіпажів. Попри складну ситуацію з енергетикою в країні показник вчасності доставки не досяг запланованого показника всього на 0,02% та становив –98,9%.

Структура клієнтів Групи в Сегменті HOD не змінилась та залишилась в тому ж співвідношенні - домогосподарства (81%) та компанії (19%). 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** | **2024** |
|  |  |  |  |
| Загальна кількість замовлень | тис. | 2 262 | 2 419 |
| Активна клієнтська база | тис. | 101 | 106 |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

На кінець 2024 року було масштабовано покриття соціально-екологічної ініціативи по збору PET-пластику «Зелена торба» на всю мапу доставки HOD. Також в 2024 році на Моршинський та Миргородський заводи для логістики продукції формату 18,9 л було закуплено та введено в обіг багаторазові пластикові піддони на 5 тис. палетомісць. Реалізація цих проектів дає можливість зменшити вплив діяльності Групи на навколишнє середовище.

1. **Керування ланцюгом постачання**

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

З огляду на прогнозованість даних факторів в першому півріччі на складах заводів, дистрибуторів та логістичних операторів був накопичений і тривалий час поповнювався рекордний за всю історію Групи запас готової продукції, який сягнув 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. Разом з цим, в період серпень-жовтень внаслідок неочікуваної зміни порядку митних процедур Група стикнулася з затримкою митного оформлення значного переліку інгредієнтів, які використовуються для виробництва інноваційних продуктів, внаслідок чого деякі клієнти відчували дефіцит окремих СКЮ лимонадів та смакових продуктів.

Задля збереження стабільності постачання ключових матеріалів Група суттєво збільшила частку іноземних постачальників протягом року.

В умовах гострого дефіциту виробничого і логістичного персоналу Група вдалась до додаткових програм мотивації задля збільшення лояльності співробітників, змушених працювати більше годин, аби 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, здебільшого вдавалося уникати дефіциту автомобільного транспорту, за винятком липня, коли внаслідок тривалих високих температур попит на транспорт суттєво зріс та були застосовані обмеження на пересування вантажного автотранспорту в денну пору доби задля збереження доріг. Проте на річному горизонті такий форс мажор в частині транспорту не вплинув суттєво на транспортний тариф — переважну частину року він залишався сприятливим для вантажовласників, навіть попри введення додаткових акцизів на паливо та зміну курсу національної валюти.

1. **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 2024 року не вводились в експлуатацію значні нові виробничі або складські потужності; не відбулося суттєвих змін в складі спеціальних дозволів (ліцензій) на видобування води.

Протягом року було проведено комплексний технічний аудит водозбірних споруд і насосних станцій Моршинського заводу, розроблений план дій та розпочато модернізацію цих об’єктів для підвищення ефективності використання.

В частині реалізації стратегії сталого розвитку Групи та задля забезпечення енергонезалежності в умовах гострих інфраструктурних викликів у сфері енергетики в 2024 році запроектовано і розпочато проект встановлення сонячної електростанції потужністю 1400 кВт на годину на території Миргородського заводу. Окрім іншого, проект дозволить помітно знизити собівартість продукції: за поточних цін на альтернативні джерела електроенергії період окупності оцінюється в 3 роки, в той час як сама станція функціонуватиме щонайменше 25 років.

В рамках мінімізації впливу на навколишнє середовище розроблено і затверджено проект будівництва власних очисних споруд для заводу Оскар за європейськими стандартами. Старт проекту заплановано на 2025 рік.

Повністю відновлена і введена в експлуатацію свердловина Бучакського водного горизонту Миргородського заводу мінеральних вод.

Для забезпечення безперервного виробництва продукції у тарі 18.9 літрів на виробничому майданчику Миргородського заводу встановлено 2 дизельних генератора потужності загальною потужністю 450 кВт/год .

1. **Капітальні інвестиції**

Вперше з початку повномасштабного вторгнення у 2024 році Група розширила програму капітальних інвестицій. 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** | **2024** | **2024 до 2023** |
|  |  |  |  |
| Виробництво | 85 | 48 | -37 |
| Логістика | 5 | 26 | +21 |
| Торгівля | 39 | 92 | +53 |
| Інформаційні технології | 4 | 30 | +26 |
|  | **133** | **196** | **+63** |

Динаміка виконання бюджету капітальних інвестицій станом на 31 грудня 2024 року становила 86% від річного плану.

1. **Впровадження ERP**

На початку 2023 року Група розпочала дослідження ринку на предмет доступних систем ERP, які були б адекватні потребам Групи в довгостроковій перспективі. Влітку 2023 платформа Microsoft Dynamics 365 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 2024 року з прогнозною датою закінчення в 2027 році. На кінець 2024 вже готові до запуску в промислову експлуатацію модулі для обліку кадрів та розрахунку заробітної платні. На 2025 рік планується впровадження нової ERP платформи для фінансового обліку та логістичного процесів для декількох підприємств групи.

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 унеможливіть подальше впровадження.

1. **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** | **31/12/2024** |
|  |  |  |  |
| Банківське фінансування: |  | 264 | 146 |
| в іноземній валюті |  | 113 | 36 |
| в гривні |  | 151 | 110 |
|  |  |  |  |
| Фінансовий лізинг |  | 93 | 151 |
|  |  |  |  |
| Загальний борг |  | 357 | 297 |
| Чистий борг |  | -220 | -736 |
|  |  |  |  |
| Кредиторська заборгованість за поставки «Боржомі» в 2022 році |  | 270 | 298 |
|  |  |  |  |

Станом на 31 грудня 2024 року Група не мала протермінованої заборгованості перед банками.

Серед зобов’язань Групи перед кредиторами, невиконання яких надає кредиторам право достроково вимагати погашення кредиту, є зобов’язання з надання консолідованої річної фінансової звітності Групи, складеної за МСФЗ, з висновком аудитора не пізніше 30 червня року, що слідує за звітним. Це зобов’язання означає вимогу надавати консолідовану фінансової звітності 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 відповідні зобов’язання кредитних угод.

1. **Ключові фінансові показники**

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

Найбільшими факторами впливу на продажі в 2024 році залишаються еміграція населення, втрата територій, зменшення ситуацій споживання (повітряні тривоги, зміна поведінки, тощо) та інфляція, яка значно зросла у другій половині року.

Специфічними для 2024 року стали:

* Нетипово спекотне літо;
* Продовження девальвації гривні, особливо у першому півріччі, що мало вплив насамперед на вартість таро-пакувальних матеріалів та фрахт;
* Уповільнення росту долі АТБ в каналі МТ та в продажах Групи, що призвело до покращення питомої знижки.

Нижче наведено основні показники фінансових результатів та грошового потоку Групи:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Од.** | **2024(1)**  **Факт** | **2024**  **Бюджет** | **2023**  **Факт** |
|  |  |  |  |  |
| **Продажі сегмента PET** |  |  |  |  |
| Пляшки | Тис. | 526 034 | 475 379 | 449 250 |
| Літри | Тис. | 682 174 | 628 822 | 594 469 |
| Чиста виручка | Тис. грн | 5 964 152 | 5 414 846 | 4 730 449 |
|  |  |  |  |  |
| **Продажі сегмента HOD** |  |  |  |  |
| Пляшки | Тис. | 17 397 | 17 614 | 16 316 |
| Літри | Тис. | 131 241 | 133 057 | 124 287 |
| Чиста виручка | Тис. грн | 910 743 | 909 028 | 752 814 |
|  |  |  |  |  |
| **Сумарна чиста виручка** | **Тис. грн** | **6 874 895** | **6 323 874** | **5 483 263** |
|  |  |  |  |  |
| EBITDA (2) | Тис. грн | 1 353 750 | 1 020 077 | 884 757 |
| EBIT | Тис. грн | 839 649 | 525 025 | 424 885 |
| **Чистий прибуток** | **Тис. грн** | **708 080** | **402 791** | **306 848** |
|  |  |  |  |  |
| Операційний грошовий потік | Тис. грн | 832 051 | 560 092 | 699 388 |
| Вільний грошовий потік | Тис. грн | 635 835 | 331 608 | 586 495 |
| Загальний грошовий потік | Тис. грн | 456 011 | 164 261 | 264 992 |

1. Фінансові показники до аудиту.
2. Показник EBITDA (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.

Фінансовий стан групи характеризується міцним операційним грошовим потоком, високою ліквідністю і низьким борговим навантаженням. Основними факторами, що пояснюють значне позитивне відхилення від бюджету, є перевищення результатів по EBITDA та непогашення заборгованості за Боржомі, що його було забюджетовано в 2024 році.

1. **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 передачі 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, а відтак імовірне припинення або зменшення сплати загальнодержавних та місцевих податків і зборів, 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 PET-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.