

2

Обращение

Председателя

Совета Директоров

ВЗГЛЯД С ВЕРХУ





ДОРОГИЕ ДРУЗЬЯ,

Перед вами отчет Группы JFC за 2007 год — тринадцатый год существования нашей компании. Этот год был успешен для нашей компании — достаточно сказать, что наш оборот впервые достиг почти 500 миллионов долларов.

Рост компании необходимо сопровождается ее структурной перестройкой, и в этом году мы завершили процесс реструктуризации. При участии ведущих мировых консультантов PRICEWATERHOUSECOOPERS, FORTIS, NÖRR STIEFENHOFER LUTZ была выработана международная корпоративная структура Группы компаний JFC. Результатом изменений стало превращение Группы JFC в единый холдинг с эффективным распределением функций между подразделениями и прозрачными финансовыми потоками. Новая структура позволит нам быстро и успешно реагировать на любые внешние вызовы и будет способствовать дальнейшему росту нашего бизнеса.

Надо сказать, что 2007 год испытал рынок и нашу компанию на прочность: стремительно росли цены на горючее, которое составляет заметную часть себестоимости фруктов, финансовый кризис в США привел к увеличению стоимости заемных средств и охладил оптимизм рейтинговых агентств. Кроме того, небывалые дожди привели к наводнению и заметному снижению производства в Эквадоре — стране, откуда в Россию поступает более 20% всех импортируемых фруктов.

Мы рады, что наш рынок и наша компания с честью выдержали эти испытания: несмотря ни на что, в 2007 году в Россию было ввезено почти пять миллионов тонн свежих фруктов — на 9% больше, чем в 2006 году. Значительный рост продаж и потребления произошел в цитрусовой группе, увеличился ввоз бананов, яблок и груш. В то же время, события в Эквадоре подтвердили правильность нашего решения о расширении производственных площадей Группы в Коста-Рику: в 2007 г. нами были приобретены первые плантации в этой стране общей площадью в 250 Га.

Прошедший год стал знаковым и с точки зрения развития рынка фруктов в России. Надо сказать, что в первой половине 1990-х годов, когда мы пришли во фруктовый бизнес, цивилизованного рынка фруктов в нашей стране не было вообще. Крупные западные компании не понимали, как работать



с Россией, и не были уверены в перспективах. В стране не только отсутствовала инфраструктура, которая так необходима для работы со свежими фруктами, но и потребители воспринимали импортные фрукты как продукт дорогой и необязательный, продукт престижного потребления. Тогда мы начали создавать этот рынок с нуля. Одно решение влекло за собой другое: для того, чтобы гарантировать бесперебойные поставки, мы должны были контролировать доставку морем — и мы начали управлять рефрижераторным флотом. Для того, чтобы обеспечить поступление свежих фруктов в магазины круглый год, нам пришлось построить сеть специальных фруктовых терминалов. Для обеспечения высочайшего качества фруктов мы стали приобретать плантации. Оглядываясь назад, мы видим, что прошли долгий путь: последние несколько лет потребление фруктов в нашей стране стабильно растет на 5-10% в год, расширяется и ассортимент на полках магазинов.

Но именно в прошедшем году произошло событие, которое позволяет говорить о том, что российский фруктовый рынок вошел в стадию зрелости — был создан первый национальный фруктовый бренд. Торговая марка «Bonanza!» — нетрудно догадаться, что она принадлежит лидеру рынка, Группе JFC — получила массивную рекламную поддержку и стала самой известной торговой маркой фруктов в стране с узнаваемостью среди представителей целевой аудитории более 60%.

По данным журнала «Forbes» бренд «Bonanza!» вошел в прошлом году в число 50 товаров-бестселлеров по объемам розничных продаж в России. Значение этого события сложно переоценить, ведь оно говорит не только о лидерстве Группы JFC на российском рынке фруктов, но и о том, какое место фрукты теперь занимают в потребительской корзине наших сограждан. Пускай по объему потребления Россия еще отстает от стран Западной Европы, но свежие фрукты занимают прочное место на столах россиян. Они перестали быть экзотическим продуктом — желанным, но необязательным, и стали одной из основ здорового образа жизни.

Люди стремятся пробовать все новые сорта, открывать для себя новые вкусы. Мы гордимся тем, что сделали жизнь россиян лучше, и мы чувствуем в себе силы сделать еще больше. Мы продолжаем работать.

ПРЕДСЕДАТЕЛЬ СОВЕТА ДИРЕКТОРОВ
КЕХМАН В.А.