

Capital protejat 95% - Procter & Gamble - produs nou-

Activ suport: Procter & Gamble	Data emisiunii: 18.06.2015
Emitent: SSIF Broker	Prima zi de calcul: 18.06.2015
Capital protejat: 95 %	Ultima zi de calcul: 12.01.2017
Participație: 70%	Data maturității: 20.01.2017
Nivel activ suport: 80,85 USD	Moneda produsului: RON
Nivel de exercitare: 75 USD	Moneda activului suport: USD

Descrierea produsului:

Viziune asupra pieței: creștere pe termen lung, cu fluctuații importante;

Profilul investitorului: produsul se adresează investitorilor care doresc să participe la creșterea activului suport, protejându-și capitalul împotriva depreciilor, în același timp;

Caracteristici: Produsul garantează protejarea capitalului în proporție de 95 %. Rata de participare la creșterea activului suport este de 70%. Procentul protejat și rata de protecție sunt valabile numai la maturitatea produsului.

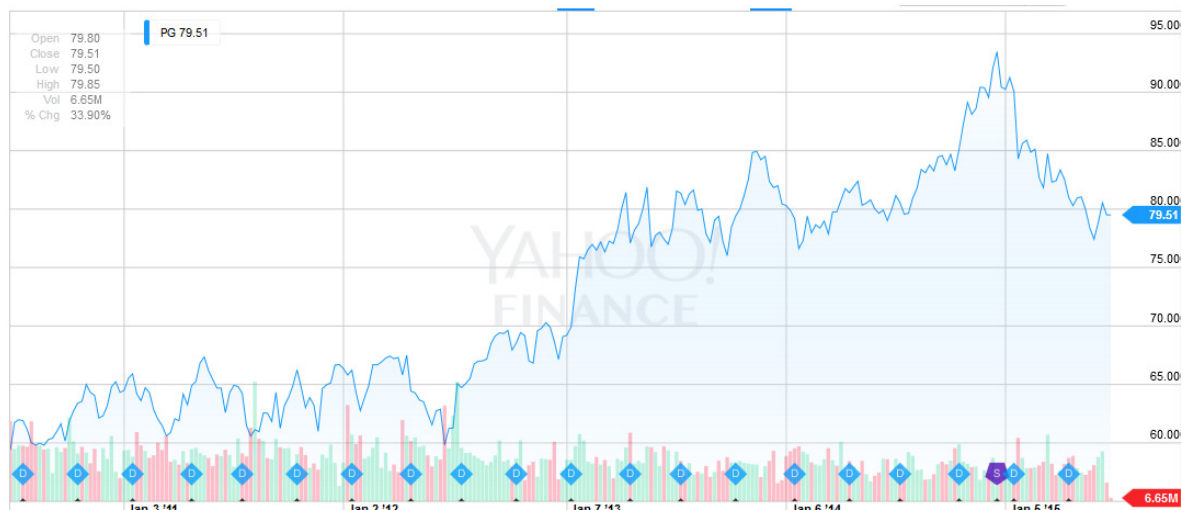
Riscuri: Creșterea dobânzilor poate avea un impact negativ asupra prețului de-a lungul vieții produsului.

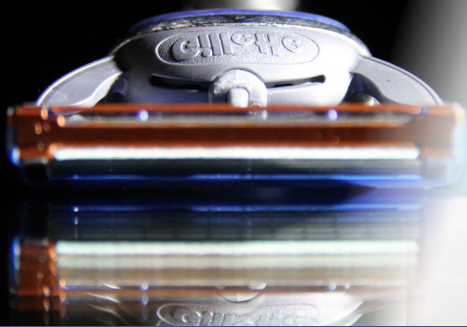
- Prețul produsului poate scădea sub nivelul protejat de-a lungul duratei de viață;
- Prețul produsului poate fi afectat de fluctuațiile cursului de schimb USD/RON;

Scenarii privind randamentul produsului în funcție de rentabilitatea activului suport

Evoluția activului suport	-30.00%	-10.00%	-5.00%	0.00%	5.00%	10.00%	15.00%	30.00%
Randamentul produsului	-5%	-5%	-3,43%	0,07%	3,57%	7,07%	10,57%	21,07%

Evoluția istorică a activului suport





PROCTER & GAMBLE (P&G)



PROFILUL COMPANIEI

Procter & Gamble (P&G) este unul dintre cei mai mari producatori de bunuri de larg consum nealimentare la nivel mondial cu vanzari anuale de peste **80** miliarde dolari (US\$) si active totale de peste **130** miliarde dolari.

Fondata in anul 1837 de catre *William Procter* si *James Gamble*, compania **Procter & Gamble** a inceput ca o mica afacere de familie ce producea lumanari, si mai tarziu sapun, in *Cincinnati*, statul *Ohio*, SUA. Compania a declansat o prima "revolutie" in industrie in anii '40 odata cu lansarea marcii de detergenti *Tide*. Incepand cu anii '70 compania a cunoscut o puternica dezvoltare prin lansarea unor produse noi precum: detergenti de vase (1972), primele baterii *Duracell* (1974), absorbante *Always* (1983), samponul *Head&Shoulders* (1986). Unul dintre cele mai importante evenimente din viata companiei s-a petrecut in anul 2005 cand **Procter & Gamble** a achizitionat compania rivala *Gillette* pentru suma de 57 de miliarde dolari.

In prezent, **Procter & Gamble** este o companie multinationala cu operatiuni in **70** de tari care numara peste **118.000** angajati. Produsele **P&G** sunt comercializate in mai mult de **180** de tari din intreaga lume si sunt consumate de peste **5** miliarde de oameni la nivel global.

Procter & Gamble are in portofoliu 23 de branduri de produse care genereaza vanzari anuale intre 1 si 10 miliarde dolari, iar 14 branduri genereaza vanzari intre 0.5 si 1 miliard de dolari, avand in continuare un potential urias de crestere. Dintre cele mai cunoscute si apreciate marci din gama de produse a **P&G** amintim: *Gillette*, *Pampers*, *always*, *Ariel*, *Tide*, *head & shoulders*, *Pantene*, *Oral B*, s.a.

Procter & Gamble detine in portofoliu sau doua dintre primele 100 cele mai valoroase branduri la nivel global conform clasamentului realizat de revista *Forbes* pentru anul 2014. Astfel, brandul **Gillette** ocupa locul 26 fiind evaluat la **20.4** miliarde USD in timp ce brandul **Pampers** ocupa locul 49 fiind evaluat la **11.1** miliarde USD.

Rezultatele operationale ale companiei **Procter & Gamble** sunt prezentate pe patru segmente raportabile: produse cosmetice si de infrumusetare (24% din vanzarile realizate in 2014, 23% din profitul obtinut in 2014); aparate si accesorii pentru ingrijire personala (19%, 26%); detergenti si produse pentru curatenie (32%, 26%) si produse de igiena pentru copii si femei (25%, 25%). In anul 2014, 65% din vanzari au fost generate de reseaua internationala de distributie (inafara SUA) si au contribuit cu 45% la profitul obtinut de companie in 2014. In SUA, reseaua de magazine *Wal-Mart Stores* a generat cca 14% din vanzarile **P&G** in 2014.

In anul 2014 **Procter & Gamble** a obtinut venituri din vanzari de peste 83 miliarde de dolari americani (+0.5% fata de anul 2013) in timp ce profitul operational a urcat cu 7% la 15.3 miliarde dolari iar profitul net s-a cifrat la 11.64 miliarde dolari.

P&G plateste dividende actionarilor inca din anul 1891 si a majorat dividendele distribuite actionarilor in fiecare **din ultimii 58 ani!**

Puncte tari/Oportunități

- (+) diversitatea portofoliului de produse
- (+) 23 de branduri de produse genereaza vanzari anuale de peste 1 miliard de dolari
- (+) multe din produsele **P&G** sunt considerate non-ciclice
- (+) investitii anuale de peste 2 miliarde de dolari in cercetare-dezvoltare
- (+) dezvoltarea de produse de intretinere corporala pentru barbati

Puncte slabe/Amenințări

- (-) scaderea cotei de piata la nivel international
- (-) vanzarea de produse contrafacute sub marca **P&G**
- (-) amenintarea din partea substituentilor mai ieftini
- (-) intarirea dolarului american pe piata valutara

CONSIDERATII PRIVIND OPORTUNITATEA INVESTITIONALA

Cu vanzari anuale de peste 80 miliarde dolari compania **Procter & Gamble (P&G)** este unul dintre liderii mondiali pe piata bunurilor de larg consum nealimentare. Punctul forte al companiei **Procter & Gamble** deriva din notorietatea celor mai performante branduri din portofoliul sau de produse, nu mai putin de 23 dintre produsele vandute sub marca **P&G** genereaza vanzari anuale de peste 1 miliard dolari, in timp ce alte 14 produse comercializate sub brandul **P&G** genereaza venituri intre 500 si 1000 milioane dolari pe an. Avand in vedere pozitia dominanta detinuta de **Procter & Gamble** pe diferite segmente de piata (cota de piata de peste 30% pe segmentul produselor de igiena a copiilor, cota de piata de 70% pe segmentul aparatelor si lamelor de ras, cca 30% pe segmentul produselor de igiena a femeilor, si peste 25% pe segmentul detergentilor) nu este o surpriza ca marile lanturi de magazine se bazeaza pe produsele fabricate de **P&G** pentru a atrage consumatorii in magazinele lor. In plus, dimensiunea afacerii si expansiunea operatiunilor la nivel global din ultimii ani i-a permis companiei **Procter & Gamble** sa realizeze un cost unitar de productie mai mic comparativ cu principalii sai competitori (*Unilever* si *Colgate-Palmolive*), obtinand astfel un avantaj de cost. Pentru a-si sustine avantajele competitive compania **P&G** investeste anual cca 2 miliarde de dolari (~2.5% din vanzari) in cercetare si dezvoltare in timp ce bugetul de marketing se ridica in fiecare an la aproximativ 9 miliarde USD (11% din vanzari) fiind orientat in principal pe promovarea brandurilor principale.

Procter & Gamble se afla in prezent in plin proces de restructurare si optimizare a portofoliului sau de produse. Inca de anul trecut, managementul companiei a anuntat intentia de restrangere a portofoliului de produse prin renuntarea la peste 100 de marci de produse – mai mult de jumatate din numarul total de marci existente in portofoliul sau de produse – datorita vanzarilor slabe inregistrate in ultimii trei ani si scaderii marjelor de profit. Una dintre marcele la care **P&G** doreste sa renunte este *Duracell*, fondul condus de Warren Buffett, *Berkshire Hathaway*, numarandu-se printre potentialii cumparatori, in timp ce *Unilever Plc.* si-a exprimat interesul de a prelua marcele de sapun *Camay* si *Zest*. Totodata, se estimeaza ca cele aproximativ 70 de branduri de produse care vor ramane in urma procesului de restructurare a portofoliului genereaza in prezent cca 90% din vanzarile anuale ale companiei si contribuie cu pana la 95% din profiturile sale. Prin urmare, amplul program de restructurare a portofoliului de produse nu va avea un impact semnificativ asupra economiilor de scara ci va conduce la o mai buna utilizare a resurselor (atat de personal cat si cele financiare) si fructificarea oportunitatilor care au cel mai ridicat potential de crestere.

Proiectul de restructurare a portofoliului de produse face parte din programul companiei ce vizeaza realizarea unor economii de cca 10 miliarde dolari. Programul va urmari scaderea cheltuielilor materiale incepand de la costurile de proiectare a produselor pana la formulele de fabricatie, si cresterea gradului de utilizare a capacitatilor de productie si a productivitatii. In scenariul finalizarii acestor eforturi, se estimeaza o crestere a marjei brute din exploatare cu cca 200 de puncte de baza pana la 51% si o imbunatatire a marjei profitului operational cu cca 350 de puncte de baza pana la 23% din venituri.

Conform unor informatii aparute recent in presa de specialitate, **Procter & Gamble** ar fi incheiat un acord cu compania americana *Coty* pentru cedarea a 3 dintre marcele din gama produselor cosmetice si ingrijire a parului (*Max Factor PG*, *Covergirl* si *Wella*) pentru o suma totala de cca 12 miliarde USD.

Procter & Gamble este o companie cu un istoric indelungat in privinta distribuirii de dividende. **P&G** plateste dividende actionarilor inca din anul 1891 si a majorat dividendele distribuite actionarilor in fiecare din ultimii 58 ani. In 2014, **P&G** a majorat dividendul cu 7% la 2.45 USD/actiune, ceea ce reprezinta o crestere cu 38% in ultimi 5 ani si, respectiv 137% in ultimii 10 ani. Alaturi de cele 6.9 miliarde dolari platite sub forma de dividende, **P&G** a efectuat in ultimul an rascumparari de actiuni proprii in valoare de cca 6 mld dolari. Dividendul brut propus pentru acest an este de 2.65 USD/actiune (0.66 USD/actiune platit trimestrial), ceea ce confera un randament anual brut din dividende de 3.3% la cotatele actuale.

Din punct de vedere al riscului atribuim companiei **Procter & Gamble** un rating relativ scazut de incertitudine. La fel ca ceilalti jucatori din industrie, **P&G** a avut de suferit in ultimii ani datorii cererii slabe si apetitului scazut pentru consum al populatiei la care se adauga costurile in crestere la aprovizionarea cu materii prime si materiale, efecte care sunt resimtite si in continuare. In acelasi timp, bugetele de marketing si promotiile desfasurate in ultimii ani au conditionat consumatorilor sa astepte preturi mai mici, nici inovatiile aduse nu au reusit sa determine consumatorii sa plateasca in plus pentru noile sale produse. Pe de alta parte, datorita faptului ca peste 60% din vanzarile companiei provin din afara SUA, **P&G** este expusa la fluctuatiile cursului de schimb valutar, intarirea monedei americane avand un impact negativ asupra vanzarilor si profitabilitatii. De altfel, cu ocazia publicarii rezultatelor pe ultimul trimestru conducerea companiei a anuntat ca se astepta ca impactul intaririi dolarului sa fie mult mai pronuntat, estimand o scadere a vanzarilor cu 6-7% in acest an, fata de 5% anterior.



Rate de creștere	Ultimii 10 Ani	Ultimii 5 Ani	Estimare 5 Ani
Vanzari	6.0%	3.0%	3.5%
Cash flow operational	6.5%	2.5%	7.5%
Profit net	7.0%	3.5%	7.5%
Dividende	10.5%	9.5%	7.0%
Valoare contabila	16.0%	2.5%	6.0%

Sursa: Morningstar

REZULTATE FINANCIARE

La ultima raportare financiara, **Procter & Gamble** a anuntat rezultate sub asteptarile analistilor, vanzarile companiei inregistrand o contractie cu 8% in primele 3 luni din 2015 pana la 18.1 miliarde dolari. Excluzand impactul cursului de schimb (intarirea dolarului american fata de majoritatea valutilor) vanzarile companiei au inregistrat o crestere organica de 1% in primul trimestru din 2015. La nivel operational, profitul companiei a inregistrat o scadere cu 5% pana la 3.13 miliarde USD, in timp ce profitul net s-a contractat cu 17% la 2.15 miliarde USD. In schimb, P&G a continuat sa-si recompenseze actionarii prin plata unor dividende totale de 1.8 miliarde dolari si rascumpararea de actiuni proprii in valoare de 1.9 miliarde USD.

Conform noilor estimari, vanzarile companiei **Procter & Gamble** vor inregistra o contractie cu 6% in acest an, in principal, datorita intaririi monedei americane, in timp ce rezultatul global va inregistra o scadere cu 12% pana la aproximativ 8.6 miliarde dolari. In schimb, lucrrurile ar trebui sa imbunatateasca in anul fiscal 2016 cand vor fi mai vizibile eforturile recente de stimulare a vanzarilor in timp ce impactul turbulentelor valutare care afecteaza majoritatea corporatiilor multinationale americane va fi semnificativ mai redus in viitorul apropiat.

Notorietatea si numarul mare de branduri performante din portofoliul sau de produse, implementarea programului de reducere a costurilor cu cca 10 miliarde de dolari, continuarea dezinvestitiilor prin cedarea marilor neperformante, politica stabila de dividend si programele de rascumparare a actiunilor proprii sunt, in opinia noastra, cateva argumente pentru care actiunile **Procter & Gamble** sa ramana in atentia investitorilor si sa evolueze pozitiv in urmatoarele trimestre.

Totodata, in cazul actiunilor **P&G**, consensul analistilor chestionati de portalul Finviz indica un **pret tinta de 88 USD/actiune** pentru urmatoarele 12 luni, cu aproximativ 10% mai ridicat decat cotatiile actuale.

ANALIZA COMPARATIVA

Pentru o imagine mai buna asupra performantelor financiare si nivelul evaluarii companiei **Procter & Gamble** am ilustrat o serie de date financiare cu privire la cei mai importanti concurenti ai companiei pe fiind vorba de **Unilever NV, L'Oréal SA, Colgate Palmolive Co si Kimberly-Clark Corp.**

Companie (Simbol)	Capitalizare (mld USD)	Vanzari (mld USD)	EBIT (mld USD)	Profit net (mld USD)
Procter & Gamble (Nyse: PG)	219.2	83.0	15.3	11.6
Unilever NV (Nyse: UN)	129.3	58.6	9.7	6.3
L'Oréal SA (Paris: OR)	103.5	27.3	4.2	5.9
Colgate Palmolive Co (Nyse: CL)	60.8	17.3	3.6	2.3
Kimberly-Clark Corp (Nyse: KMB)	39.8	19.7	2.5	1.4

Date pentru ultimele 12 luni Sursa: portal Reuters

Multipli de evaluare	P/E ttm	Fwd P/E	P/S	P/B	Divid. Yield
Procter & Gamble (Nyse: PG)	24.0	19.3	2.8	3.6	3.3%
Unilever NV (Nyse: UN)	21.1	18.2	2.4	7.9	3.0%
L'Oréal SA (Paris: OR)	34.9	26.0	4.1	4.5	1.7%
Colgate Palmolive Co (Nyse: CL)	26.6	21.3	3.6	131.7	2.3%
Kimberly-Clark Corp (Nyse: KMB)	29.1	21.3	2.1	206.0	3.2%

Sursa: portal Reuters

Rata de profitabilitate	ROE	ROA	Marja EBIT	Marja EBITDA	Marja neta
<i>Procter & Gamble (Nyse: PG)</i>	14.8%	7.3%	16.8%	23.1%	12.8%
<i>Unilever NV (Nyse: UN)</i>	36.9%	11.8%	16.5%	17.5%	11.4%
<i>L'Oreal SA (Paris: OR)</i>	12.9%	8.8%	15.9%	20.4%	12.3%
<i>Colgate Palmolive Co (Nyse: CL)</i>	223.0%	18.1%	22.2%	26.4%	14.6%
<i>Kimberly-Clark Corp (Nyse: KMB)</i>	57.9%	7.9%	12.9%	17.3%	7.0%

Sursa: portal Reuters

Evoluție	1-lună	3-luni	6-luni	12-luni	YTD
<i>Procter & Gamble (Nyse: PG)</i>	-0.5%	-4.4%	-11.7%	0.6%	-12.1%
<i>Unilever NV (Nyse: UN)</i>	-2.6%	0.5%	6.8%	-3.4%	8.9%
<i>L'Oreal SA (Paris: OR)</i>	-6.4%	-3.8%	19.1%	28.5%	17.6%
<i>Colgate Palmolive Co (Nyse: CL)</i>	-3.6%	-2.8%	-3.3%	-2.2%	-4.0%
<i>Kimberly-Clark Corp (Nyse: KMB)</i>	-2.4%	2.3%	-5.4%	1.7%	-5.5%

Sursa: portal Reuters, prețuri de referință la 19 iunie 2015

Abrevieri utilizate

P/E - Preț/Profit net pe acțiune în ultimele 12 luni;
 Capitalizare - Preț*Nr total acțiuni;
 Price/Cash Flow - Preț/Fluxuri de numerar nete;
 Dividend Yield - Randament brut din dividende;
 Price/Book - Preț/Valoare contabilă
 Price/Sales - Capitalizare/Vânzări;
 ROE - Profit net/Capitaluri proprii;
 ROA - Profit impozabil/Total active;
 ROI - Profit net/Capital investit;
 Marja EBITD - Profit înainte de taxe, impozite și amortizări/Vânzări;
 EPS - Profit/acțiune;



Denegarea responsabilității legale

Acest document a fost redactat de SSIF Broker, exclusiv pentru informarea destinatarilor sai. Acest material are doar un scop informativ si nu reprezinta o recomandare de a achizitiona, detine sau vinde produsul financiar descris aici. Toate informatiile continute in acest document au fost compilate din surse considerate a fi de incredere in momentul in care au fost obtinute. Cu toate acestea, datele, informatiile si/sau comentariile prezentate aici sunt pur orientative si pot fi incomplete. Orice investitor ar trebui sa revizuiasca documentatia completa care reglementeaza problema a acestui produs financiar. Tranzactionarea unor astfel de produse financiare poate implica un grad ridicat de risc, incluzand dar fara a se limita la riscul unor evolutii negative sau neprevazute ale pietei, fluctuatiile cursurilor de schimb valutar, riscul de contrapartida, riscul de faliment al emitentului si riscul de lichiditate, fiecare dintre care ar putea avea un impact negativ asupra valorii, pretului sau veniturilor generate de produsul financiar descris in acest document. Inainte de a face un angajament pentru a achizitiona acest produs financiar, beneficiarii acestui document ar trebui sa analizeze cu atentie oportunitatea tranzactiei la circumstantele lor specifice si sa revizuiasca in mod independent (impreuna cu consilierii lor profesionali daca e cazul) riscurile financiare specifice, precum si cele de natura juridica si fiscala ale unei astfel de investitii. Acest document nu poate fi copiat, reprodus, distribuit sau publicat, in totalitate sau in parte, fara autorizarea prealabila a SSIF Broker SA.