



FUTURE
INVESTMENT
TREND



BẢN TIN IR

Tháng 02/2017

Công ty Cổ phần Tập đoàn F.I.T

Tầng 16, Center Building, Hapulico
Complex, Số 01 Nguyễn Huy Tưởng,
Quận Thanh Xuân, Hà Nội
Tel: (84-4) 73 094 688
Fax: (84-4) 73 094 686
Thành lập : 08/03/2007
Niêm yết : 26/07/2013

1. F.I.T ĐĂNG KÝ MUA THÊM 3 TRIỆU CỔ PHIẾU DCL

Ngày 21/2/2017, Công ty cổ phần Tập đoàn F.I.T (mã FIT) đã có thông báo về việc đăng ký mua vào 3 triệu cổ phiếu DCL của Công ty cổ phần Dược phẩm Cửu Long. Thời gian đăng ký giao dịch dự kiến từ ngày 24/2/2017 đến ngày 23/3/2017.

Với kế hoạch này, sau khi hoàn tất mua vào, F.I.T sẽ nâng sở hữu tại Dược Cửu Long lên mức 69,95% vốn điều lệ thay vì mức 64,62% vốn điều lệ như hiện nay.

2. DƯỢC CỬU LONG THÔNG QUA KẾ HOẠCH 96 TỶ LỢI NHUẬN SAU THUẾ NĂM 2017

Ngày 25 tháng 02 năm 2017, CTCP Dược phẩm Cửu Long (DCL) tổ chức họp Đại hội đồng cổ đông (ĐHĐCĐ) thường niên năm 2017 tại Hà Nội.



Tại cuộc họp này, ĐHĐCĐ thông qua phương án kinh doanh năm 2017 với kế hoạch doanh thu thuần 914 tỷ đồng và 96 tỷ đồng lợi nhuận sau thuế; tăng tương ứng 24% và 7% so với con số đạt được năm 2016. Theo BCTC kiểm toán hợp nhất năm 2016, DCL đạt 738 tỷ đồng doanh thu thuần và 90,149 tỷ đồng lợi nhuận sau thuế.

ĐHĐCĐ cũng thông qua phương án phát hành 500.000 cổ phiếu ưu đãi cho cán bộ quản lý, với giá phát hành bằng mệnh giá cổ phần. Đợt phát hành này nhằm mục đích tạo động lực cho các cán bộ đang công tác tại Công ty, cũng như thu hút những nhân sự có trình độ cao về DCL.

Đặc biệt, DCL cũng xin thông qua chủ trương ủy quyền cho HĐQT thực hiện rà soát và điều chỉnh ngành nghề phục vụ cho việc phát hành cho nhà đầu tư nước ngoài cũng như gợi mở về hướng đầu tư vào lĩnh vực mới là thuốc ung thư.

3. FIT CONSUMER RA MẮT DÒNG SẢN PHẨM NƯỚC GIẶT TRUNG TÍNH TERO



Nối tiếp thành công của nước rửa chén sinh học Tero, CTCP FIT Consumer tiếp tục ra mắt sản phẩm nước giặt trung tính Tero với mục tiêu mở rộng thị phần trong ngành hàng chăm sóc gia đình (Home care).

Tiếp tục sứ mệnh tạo ra các dòng sản phẩm sạch, an toàn cho con người và thân thiện với môi trường, Nước giặt Trung Tính Tero đã được CTCP FIT Consumer ra mắt người tiêu dùng với thông điệp “Bảo vệ tay, Sạch ngay như mới”. Đặc tính nổi trội của Nước giặt Trung Tính Tero là độ pH7 trung tính an toàn, không gây hại cho da khi giặt tay và công nghệ Ultra Clean sạch gấp 3 lần bột giặt thông thường giúp người tiêu dùng hoàn toàn yên tâm trong việc chăm sóc gia đình của mình.

Nước giặt trung tính Tero tiếp tục gửi tới người tiêu dùng thông điệp XANH vốn là điểm nổi bật của dòng sản phẩm mang thương hiệu Tero. Tero là từ bắt nguồn từ một đất nước La Tinh, có nghĩa là "Trái Đất" với mong muốn cho ra đời các sản phẩm không chỉ giúp LÀM SẠCH mà còn AN

TOÀN, ứng dụng công nghệ xanh để làm ra các sản phẩm bảo vệ sức khỏe của người tiêu dùng, bảo vệ môi trường, bảo vệ hành tinh xanh.

Nhằm giới thiệu và quảng bá sản phẩm rộng rãi tại các thị trường từ nông thôn đến thành thị, thời gian tới FIT Consumer sẽ mở rộng hệ thống phân phối trên 63 tỉnh thành trong cả nước. Cùng với đội ngũ hơn 400 nhân viên bán hàng trên toàn quốc sẽ mang sản phẩm đến tận tay khách hàng, FIT Consumer mong muốn ý niệm SẠCH AN TOÀN sẽ gắn với thương hiệu Tero trong tâm trí người tiêu dùng khi nhắc đến. Đây cũng chính là mục tiêu và tầm nhìn dài hạn của FIT Consumer nói riêng và F.I.T Group nói chung trong hành trình nâng tầm thương hiệu Việt.

4. FIT CONSUMER: DOANH THU NƯỚC UỐNG TĂNG GẦN 57% TRONG NĂM 2016

Không chỉ đạt mức tăng trưởng doanh thu ấn tượng (tăng 57% so với năm 2015), ngành hàng nước uống của CTCP FIT Consumer (FIT Beverage) còn ghi dấu ấn trong năm 2016 khi ra mắt nhiều sản phẩm mới và nhận được phản hồi tốt từ thị trường.

Ba yếu tố quan trọng hàng đầu đóng góp vào thành công trên chính là chiến lược làm mới hình ảnh và đẩy mạnh quảng bá của công ty đối với các thương hiệu, bắt đầu từ việc mạnh dạn thay đổi mẫu mã, bao bì sản phẩm; tối ưu hóa hệ thống phân phối và đội ngũ bán hàng của công ty tại các thị trường truyền thống

trọng điểm là khu vực miền Trung và Cao Nguyên; mở rộng các dòng sản phẩm, với việc cho ra mắt các sản phẩm mới nhằm đáp ứng nhu cầu đa dạng của thị trường như: tăng lực khoáng iMen, Đánh Thanh khoáng Cola.

Đánh Thanh tiếp tục là thương hiệu chủ lực đóng góp đến 65% doanh thu của FIT Beverage. Trong khi đó những thương hiệu mới như iMen – thông qua các kênh truyền thông lớn cũng đang ngày càng đến gần hơn với người tiêu dùng. Đáng chú ý, sản lượng bán ra của iMen đã vượt 10% so với mục tiêu đề ra, trở thành sản phẩm được kỳ vọng sẽ tạo ra bước đột phá mới cho FIT Beverage trong năm 2017.



Hướng tới mục tiêu phát triển bền vững, chiến lược của FIT Beverage trong năm 2017 là kiên trì thúc đẩy phát triển qua các dòng sản phẩm khoáng giải khát tốt cho sức khỏe người tiêu dùng. Thông qua mở rộng và đa dạng sản phẩm nhằm tiếp cận được nhiều đối tượng khách hàng, FIT Beverage kỳ vọng sẽ tiếp tục mở rộng thị trường, chinh phục những thị trường mới và tiềm năng.

5. VIKODA TIẾP TỤC ĐỒNG HÀNH GIẢI ĐẤU FLC GOLF CHAMPIONSHIP 2017

An advertisement for Vikoda mineral water. On the left, there is a bottle of Vikoda water with a green label and a red star logo. The text next to the bottle says 'Vikoda' in large red letters, 'Vị ngon mát lạnh Chỉ có thể là Vikoda' below it, and '100% KHOÁNG THIÊN NHIÊN' in a green box. Below that, it lists 'KHOÁNG THIÊN NHIÊN', 'VỊ KHOÁNG ỀM DỊU', and 'VỊ KHOÁNG I-ON'. On the right, there is a green background with a golf club and a golf ball. The text reads 'HÂN HẠNH TÀI TRỢ FLC GOLF CHAMPIONSHIP 2017 FLC Quy Nhơn Golf Links' and 'Thời gian: từ 17/2 đến 19/2/2017 Khu du lịch nghỉ dưỡng FLC Quy Nhơn'. At the bottom right, it says 'Sản phẩm của Đánh Thanh'.

Là thương hiệu gắn bó với nhiều giải thể thao uy tín, Vikoda tiếp tục trở thành nhà tài trợ nước uống chính thức cho giải đấu FLC Golf Championship 2017 diễn ra từ ngày 17 đến 19/02 tại sân FLC Quy Nhơn Golf Links, thuộc Quận thể khu du lịch nghỉ dưỡng FLC Quy Nhơn.

FLC Golf Championship là một trong những giải đấu lớn do Tập đoàn FLC tổ chức thường niên. Năm nay là lần thứ 6 giải đấu được tổ chức và đã thu hút hơn 1500 golf thủ trong nước và quốc tế. Tiếp nối truyền thống những năm trước,

nước uống Vikoda của CTCP Nước khoáng Khánh Hòa tiếp tục là nước uống chính thức của giải đấu, trở thành bạn đồng hành cùng các Golf thủ trong suốt hành trình thi đấu. Với những Golf thủ góp mặt thường xuyên tại giải đấu, Vikoda thực sự đã trở thành thương hiệu yêu thích của họ.

Với định hướng chung từ công ty mẹ F.I.T Group là hướng đến sự phát triển của xã hội, Vikoda luôn tích cực tham gia các hoạt động thể thao – xã hội ý nghĩa, mang lại nhiều giá trị cho cộng đồng. Trở thành nhà tài trợ và đồng hành cùng với giải đấu FLC Golf Championship đã phần nào thể hiện được trách nhiệm và sự quan tâm sâu sắc tới sự phát triển của cộng đồng của Vikoda, cũng như công ty mẹ là CTCP Tập đoàn F.I.T.

Bản tin IR không nằm ngoài mục đích giúp Cổ đông, Khách hàng, Báo chí, CBCNV và các bên quan tâm khác có cái nhìn toàn cảnh, từ đó, đưa ra những đánh giá đúng đắn về giá trị F.I.T.

Bên cạnh đó, Bản tin IR cũng thể hiện tính công khai, minh bạch, tôn trọng của F.I.T với các bên liên quan đảm bảo các mối quan hệ giữa F.I.T và các bên liên quan hiệu quả, bền vững, đa chiều.

Phụ trách bản tin: **Trần Thị Hồng Ngân** - Phòng Truyền thông Công ty Cổ phần Tập đoàn F.I.T



Tầng 16 tòa Center - Hapulico, Số 1 Nguyễn Huy Tưởng, Phường Thanh Xuân Trung, Quận Thanh Xuân, Hà Nội.



(84-4) : 7309.4688 (109)



ngan.tth@F.I.Tgroup.com.vn



www.F.I.Tgroup.com.vn



www.facebook.com/F.I.Tgroup.com.vn