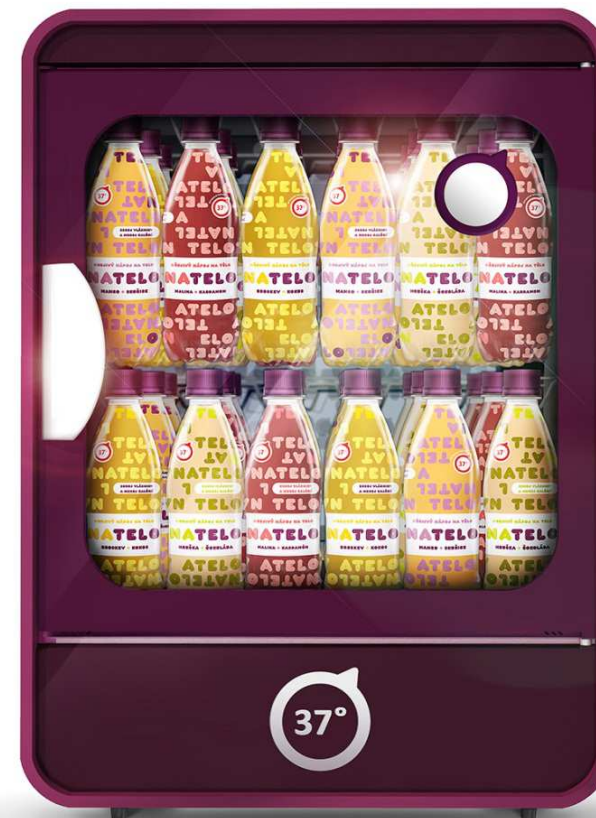


kofola

drinks. life. emotion.



WYNIKI GRUPY KOFOLA ZA 2012 ROK

Prezentacja dla Inwestorów

19 marca 2013

- **Grupa Kapitałowa KOFOLA w 2012**

- Omówienie wyników finansowych i biznesowych za 2012
- Rynki, trendy i kierunki rozwoju
- Profil i historia Grupy Kapitałowej KOFOLA
- Akcjonariat i kurs akcji
- Kontakt



GRUPA KAPITAŁOWA KOFOLA W 2012

W związku z koncentracją Kofoli na rynkach Środkowej Europy i wygaśnięciem porozumienia akcjonariuszy z końcem roku 2012 począwszy od roku 2013 Kofola będzie konsolidować Grupę Megapack metodą praw własności. W związku z powyższym Grupa Megapack już w sprawozdaniach finansowych za 2012 rok prezentowana jest jako **Działalność do wycofania z konsolidacji**. **Działalność kontynuowana** dotyczy spółek polskich, czeskich i słowackich.

Przychody według segmentów (Działalność kontynuowana)

	mln PLN	%
napoje gazowane	592,2	58%
napoje niegazowane	57,8	6%
wody	192,9	19%
syropy	153,7	15%
pozostałe	26,1	3%
Przychody ze sprzedaży	1 022,7	100%

EBITDA (Działalność kontynuowana) 129,9

Przepływy pieniężne z działalności operacyjnej 184,1

Suma aktywów 1 258,1

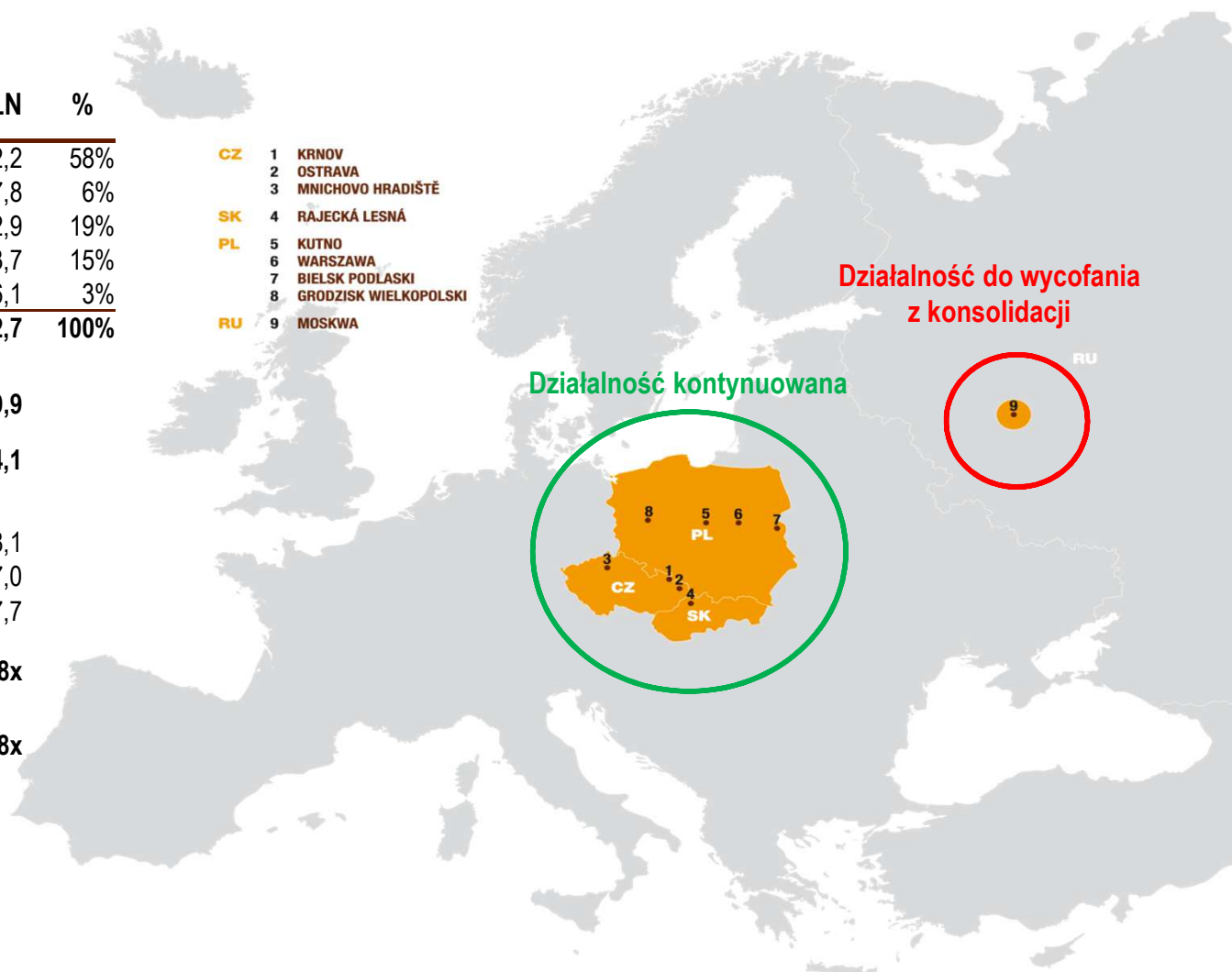
Kapitały własne ogółem 537,0

Zadłużenie netto (Działalność kontynuowana) 257,7

Zadłużenie netto/EBITDA
(Działalność kontynuowana) 1,98x

Zadłużenie netto/kapitały własne
(Działalność kontynuowana) 0,48x

- CZ** 1 KRNÓV
- 2 OSTRAVA
- 3 MNICHOVO HRADIŠTĚ
- SK** 4 RAJECKÁ LESNÁ
- PL** 5 KUTNO
- 6 WARSZAWA
- 7 BIELSK PODLASKI
- 8 GRODZISK WIELKOPOLSKI
- RU** 9 MOSKWA



NASZE MARKI



CZ + SK

PL

RU

GŁÓWNE WYDARZENIA I DZIAŁANIA ZREALIZOWANE W 2012

Działanie	Efekty
Koncentracja na innowacjach	Czechy i Słowacja: - Natelo – napój owocowy sprzedawany na ciepło w temperaturze 37° C - Chito „Ginger Beer” (piwo imbirowe bezalkoholowe) - Chito „Cloudy lemon” - Kofola bez cukru ze stewią - Kofola z pianką - Kofola „festiwalowa” z guawą - Kofola „outdoor” z guaraną - Jupik Aqua sport Polska: - Hoop Cola w puszkach 0,25l - nowa marka syropów Jarmark Polski - nowa marka wody Białowieski Źródło - Hoop Cola Spice (Korzenna) Rosja: - Nowy format opakowań napojów niskoalkoholowych – puszki 0,33l - napoje niskoalkoholowe Black Mamba (Czarna Mamba), - Jupik słodzony stewią - nowe ziołowe smaki syropów Jupi (Rumianek i Dzika Róża, Babka i Krwawnik, Macierzanka i Mniszek Lekarski) - woda Rajec dla niemowląt - nowe smakowe wody Rajec – z agrestem i żurawiną - Vinea w puszkach 0,25l - Pickwick Ice Tea w puszkach 0,25l - Jupik Aqua sport - Pickwick Ice Tea - Vinea - Nowe produkty w opakowaniach szklanych : lemoniada Koe Chto, soki owocowe Eskimors oraz wody smakowe Arctic we szkłe
Megapack – wycofanie z konsolidacji	W związku z koncentracją Kofoli na rynkach Środkowej Europy i wygaśnięciem porozumienia akcjonariuszy z końcem roku 2012 począwszy od roku 2013 Kofola będzie konsolidować Grupę Megapack metodą praw własności . W związku z powyższym Grupa Megapack już w sprawozdaniach finansowych za 2012 rok prezentowana jest jako Działalność do wycofania z konsolidacji. Działalność kontynuowana dotyczy spółek polskich, czeskich i słowackich.
Nabycie producenta zdrowych napojów i operatora sieci barów sokowych	W dniu 1 grudnia 2012 roku Kofola ČeskoSlovensko a.s. nabyła 75 % udziałów w Grupie UGO. Grupa Ugo jest właścicielem sieci barów zlokalizowanych w centrach handlowych oferujących świeże soki (produkcja i sprzedaż odbywa się na miejscu). Celem akwizycji jest wzmocnienie pozycji w kategorii zdrowych napojów i pozyskanie platformy do ich dystrybucji.
Zwiększenie obecności w kanale nowoczesnym w Rosji	W 2012 roku Megapack podpisał umowy na sprzedaż własnych produktów pod markami Hoop, Hooper's Hooch, Arctic i Jumper z kilkoma wiodącymi sieciami handlowymi w Rosji. Ruch ten miał na celu zwiększenie udziału własnych wyrobów w przychodach Grupy Megapack, co znalazło potwierdzenie w podwojeniu sprzedaży wody i potrojeniu sprzedaży napojów dla dzieci.

GŁÓWNE WYDARZENIA I DZIAŁANIA ZREALIZOWANE W 2012

Działanie	Efekty
Uruchomienie linii do produkcji napojów w szkłe w Rosji	Grupa Megapack uruchomiła w czwartym kwartale 2012 roku linię do produkcji napojów w opakowaniach szklanych. Nowe produkty poszerzą nasze portfolio, co powinno przyczynić się do wzmocnienia naszej pozycji w sieciach handlowych i gastronomii.
Emisja obligacji przez KOFOLA S.A.	W dniu 20 lutego 2012 roku KOFOLA S.A. wyemitowała obligacje serii A ³ o wartości 16,85 mln PLN.
Wprowadzenie obligacji na Catalyst oraz BondSpot S.A.	W dniu 30 marca 2012 roku wszystkie wyemitowane przez KOFOLA S.A. obligacje (tj. serii A ¹ , A ² oraz A ³) zostały wprowadzone do Alternatywnego Systemu Obrotu (Catalyst) oraz na rynek hurtowy BondSpot S.A.
Asymilacja obligacji serii A² i A³	W dniu 29 czerwca 2012 roku Zarząd Krajowego Depozytu Papierów Wartościowych podjął uchwałę o asymilacji obligacji serii A ² oraz A ³ . Od dnia 3 lipca 2012 roku obie serie występują jako seria A ² .
Podpisanie umów kredytowych przez Hoop	W dniu 28 marca 2012 roku została podpisana pomiędzy Hoop Polska Sp. z o.o. a Konsorcjum Banków Umowa Zmieniająca i Ujednolicająca Umowę Kredytu Terminowego (z terminem spłaty do 22 marca 2014 roku) w kwocie 57 mln PLN oraz Umowa Zmieniająca i Ujednolicająca Umowę Kredytu w Rachunku Bieżącym w kwocie 57 mln PLN z terminem do 28 marca 2013 roku.
Wypłata dywidendy dla akcjonariuszy KOFOLA S.A.	W dniu 6 grudnia 2012 roku została wypłacona dywidenda w kwocie 23,3 mln zł, co stanowiło 0,89 groszy na akcję.
Program odkupu akcji własnych	W 2012 roku KOFOLA S.A. nabyła 2 599 akcji własnych w ramach program odkupu akcji własnych zakończonego z dniem 31 grudnia 2012 roku.
Zmiana nazwy spółki zależnej	Dnia 30 marca 2012 roku spółka Kofola Holding a.s. zmieniła nazwę na Kofola ČeskoSlovensko a.s.
Zakończenie procesu likwidacji spółki zależnej na Węgrzech	Zarząd spółki KOFOLA S.A. w dniu 9 sierpnia 2012 roku otrzymał z sądu rejestrowego informację o uprawomocnieniu się postanowienia o wykreśleniu z rejestru sądowego spółki zależnej - Kofola Zrt. w likwidacji, co oznacza zakończenie procesu jej likwidacji.
Połączenie spółek w Grupie	W dniu 29 grudnia 2012 roku miało miejsce połączenie spółek Kofola Sp. z o.o. i Kofola ČeskoSlovensko a.s. Fuzja miała charakter inkorporacji, gdzie spółką przejmującą była Kofola ČeskoSlovensko a.s.



Kofola Bez Cukru

Nowa wersja Kofoli bez cukru o zmienionej recepturze, aby bardziej odpowiadała gustom klientów. Produkt cechuje się obniżonym poziomem kalorii dzięki zastosowaniu Stewii - nowego słodzika pochodzenia naturalnego nie zawierającego kalorii. To pierwszy produkt ze stewią w portfolio Grupy. Produkt w butelkach o pojemności 0,5l, 1,0l oraz 2,0l dostępny na rynku czeskim i słowackim.



Woda Rajec dla niemowląt

Woda przeznaczona dla najmłodszych (może być pita bez przygotowania) z uwagi na bardzo stabilny skład oraz niską zawartość jonów azotu (<10mg/litr).

Woda pochodzi ze specjalnego odwiertu znajdującego się w Rajeckiej Dolinie.

Dzięki tej wodzie Grupa Kofola po raz pierwszy weszła w kategorię wód niemowlęcych.

Woda dostępna w pojemnościach 0,75l oraz 1,5l na rynkach czeskim i słowackim.



Herbaty mrożone Pickwick i Vinea w puszkach

Uzupełniliśmy nasz portfel herbat mrożonych i Vineę o wersję w nowym opakowaniu, puszkach 0,25 litra. Pojemność idealna dla tych, którzy są w ruchu i mają ochotę na niewielki, smaczny napój.

Puszki dostępne na rynkach czeskim, słowackim i polskim.

Piwo imbirowe i Cytrynada Chito

Poszerzyliśmy rodzinę Chito o bezalkoholowe Piwo Imbirowe oraz cytrynadę Cloudy Lemon. Oba produkty są dostępne w szklanych butelkach o pojemności 0,33l i przeznaczone do kanału HoReCa. Produkt dostępny na rynku czeskim i słowackim.



Rynki





Jupik Aqua Sport

Nowy produkt w rodzinie wód smakowych przeznaczonych dla dzieci.
Nowy Jupik Aqua Sport zawiera witaminy z grupy B.
Produkt dostępny w butelkach o pojemności 0,5l z zamknięciem sportowym, zabezpieczającym naszych milusińskich przed zalaniem.
Oferowany na rynku polskim. Od drugiego kwartału również na rynku czeskim i słowackim

Rynki



Hoop Cola w puszcze

Po raz pierwszy Hoop Cola została zaoferowana w puszcze i to od razu w najmodniejszej obecnie pojemności 0,25l. Idealna dla tych, dla których dotychczasowa pojemność 0,5l była za duża na jeden raz.
Produkt oferowany wyłącznie w Polsce.



Jarmark Polski – nowa marka w portfolio

Nowa rodzina syropów oferowanych przez Hoop Polska w segmencie ekonomicznym.
Produkty pod marką Jarmark Polski mają stanowić jakościową przeciwwagę dla produktów z niższej półki cenowej oferowanej przez konkurencję.
Syrop oferowany w butelkach szklanych o pojemności 0,43l oraz 0,97l. Dostępny wyłącznie w Polsce.



Nowe smaki Pickwick Ice Tea – Zielona Herbata i Truskawka, Biała Herbata i Cytryna

Nowe orzeźwiające smaki herbat mrożonych pozwolą wzmocnić naszą pozycję w segmencie herbat mrożonych. Produkty wytwarzane bez użycia konserwantów promujące zdrowy styl życia.
Produkt dostępny w butelkach o pojemności 0,5l i oferowany na rynku polskim, czeskim i słowackim.



Rynki



Kofola “festivalova” z guawą o Kofola “outdoor” z quaraną.

Nowe orzeźwiające smaki Kofoli powinny pomóc nam w zwiększeniu udziałów w segmencie “on the go”. Produkty dostępne w małych butelkach o pojemności 0,5l na rynku czeskim i słowackim.



Jupik słodzony stewią

Pierwszy produkt Grupy dla dzieci słodzony stewią (bez dodatku cukru) o obniżonej kaloryczności wspierający zdrowy styl życia dzieci. Produkt dostępny w butelkach o pojemności 0,5l z zamknięciem sportowym, zabezpieczającym naszych milusińskich przed zalaniem. Oferowany na rynku polskim, czeskim i słowackim.



Nowe ziołowe smaki syropów Jupiego w szklanych butelkach - Rumianek i Dzika Róża, Babka i Krwawnik, Macierzanka i Mniszek Lekarski

Nowe wyjątkowe smaki syropów Jupiego oparte na tradycyjnych recepturach naszych babć. Unikalne ziołowe smaki na tle oferty konkurencji. Syropy produkowane bez użycia konserwantów promujące zdrowy styl życia. Produkt dostępny w butelkach szklanych o pojemności 0,43l na rynku czeskim i słowackim, gdzie dominują syropy w butelkach PET, przez co produkt sprawia wrażenie bardziej luksusowego.





Białowiecki Zdrój

Białowiecki Zdrój to woda źródłana, pochodząca z samego serca Podlasia. Zupełną nowością na polskim rynku jest woda z dodatkiem ekstraktu z ziół – rumianku i melisy. Dzięki tej wodzie chcemy umocnić swoją pozycję w segmencie wód w Polsce. Produkt dostępny w butelkach o pojemności 1,5l i 0,75l na rynku polskim.

Rynki



Semtex Cool

Limitowana edycja napoju energetycznego Semtex dla segmentu gastronomicznego z „wyjątkowym efektem dla Twojego języka”.

Produkt oferowany na rynku czeskim i słowackim w puszkach 0,25l .



Nowa Kofola 1l

Nowa atrakcyjna butelka dla Kofoli o pojemności 1l przeznaczona do segmentu „on the go”. Nowości w tym formacie: Kofola “outdoor” z guaraną. Produkt oferowany na rynku czeskim i słowackim. Produkt promowany w ramach akcji „Z Kofolą kolonizujemy świat” www.kofolonizace.cz



HOOP Cola Spice (korzenna)

Nowa limitowana edycja Hoop Coli o interesującym korzennym smaku. Produkt jest dostępny w butelkach PET o pojemności 2l.



Rynki



Natelo – rewolucja na rynku napojów

Natelo jest produktem unikalnym. Co sprawia, że jest taki niezwykły? Natelo nie jest ani gorący, ani zimny, jest ciepły. Jest ogrzewany do 37 °C, czyli temperatury ludzkiego ciała. To napój owocowy w oryginalnych smakach, który sprawia, że jest ci ciepło od środka. Napój pakowany jest w specjalne żaroodporne butelki PET i oferowany jest z podgrzewaczy w miejscach o dużym natężeniu ruchu ludzkiego w Czechach i na Słowacji. Najważniejsze: Smakuje wyśmienicie!



Nowe produkty w opakowaniach szklanych w Rosji

Z końcem 2012 roku Grupa Megapack rozpoczęła produkcję następujących produktów w opakowaniach szklanych: lemoniady Koe Chto (0,52 l), soków owocowych Eskimors (0,95l), a także wody smakowej Arctic (0,52l). Produkty te powinny wzmocnić naszą pozycję w sieciach handlowych i kanale HoReCa w Rosji.



Black Mamba

Black Mamba (Czarna Mamba) jest nową marką w segmencie napojów niskoalkoholowych. Produkt będzie oferowany w puszkach o pojemności 0,33l w trzech smakach: Rum z czekoladą, Whiskey z colą oraz Koniak z migdałami z zawartością alkoholu 7%.



- Grupa Kapitałowa KOFOLA w 2012
- **Omówienie wyników finansowych i biznesowych za 2012**
- Rynki, trendy i kierunki rozwoju
- Profil i historia Grupy Kapitałowej KOFOLA
- Akcjonariat i kurs akcji
- Kontakt



Makro-ekonomiczne

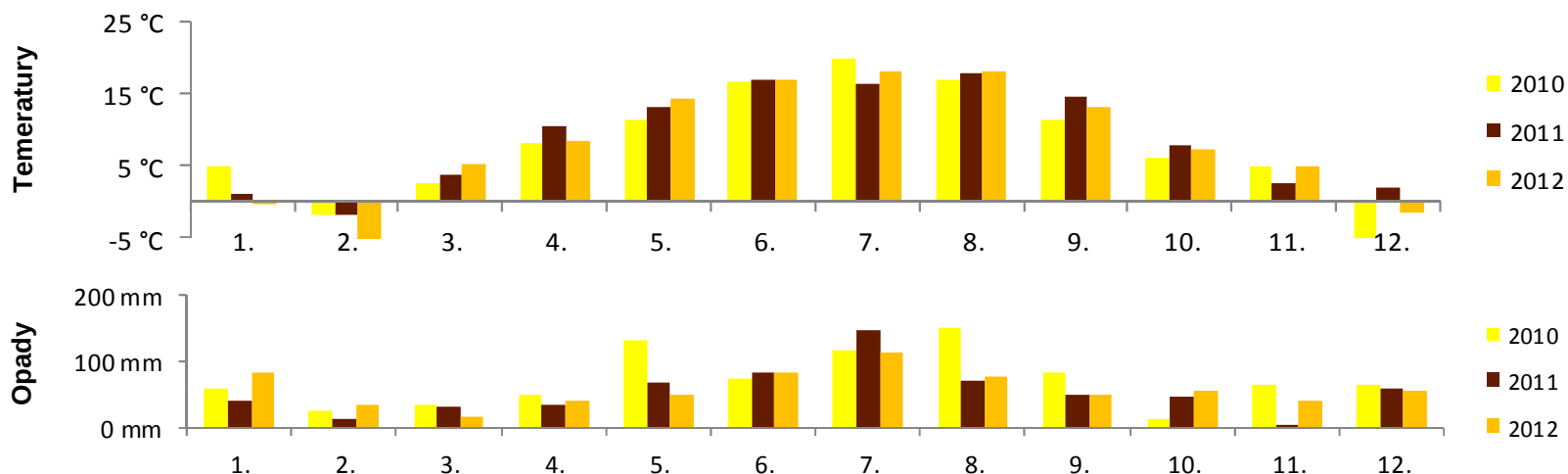
Rynkowe/
konkurencyjne

Regulacyjne

Pogodowe

- o Utrzymujące się wysokie ceny cukru, izoglukozy oraz syropu glukozowo- fruktozowego.
- o W dalszym ciągu zauważalna wśród konsumentów tendencja do poszukiwania oszczędności
- o Wysoki poziom bezrobocia wpływający na ograniczenie koszyka zakupów konsumentów
- o Kontynuacja tendencji wśród konsumentów polegającej na rezygnacji z konsumpcji w lokalach na rzecz konsumpcji w domach i w rezultacie zmniejszająca się liczba restauracji w Czechach i na Słowacji
- o Wprowadzenie prohibicji w Czechach we wrześniu i październiku 2012 roku wpłynęło krótkoterminowo na spadek konsumpcji naszych produktów w lokalach gastronomicznych.
- o Wzmocniona walka producentów napojów o udziały rynkowe przez intensywne promocje cenowe w obronie przed spadkiem popytu
- o Rosnąca pozycja sieci handlowych w stosunku do handlu tradycyjnego jako efekt konsolidacji rynku w Rosji oraz odwrócenie tego wieloletniego trendu w Polsce.
- o Przyspieszony wzrost sieci dyskontowych
- o Wzrost stawki podatku VAT w Czechach o 4 p.p. od stycznia 2012 roku
- o Podwyżka stawek podatku akcyzowego na alkohol w Rosji od stycznia 2012 roku
- o Zmiana pojemności opakowań alkopopów z 0,5l na 0,33l w Rosji
- o Wprowadzenie od stycznia 2012 roku w Rosji obowiązku banderolowania znakami akcyzy napojów niskoalkoholowych

Porównanie temperatur i opadów w Europie Środkowej



WYNIKI GRUPY KOFOLA ZA 2012 I 2011 SKORYGOWANE O ZDARZENIA JEDNORAZOWE

[tys. PLN]

2012	Skonsolidowane sprawozdanie wg MSSF	Korekty o zdarzenia jedorazowe	Skorygowane skonsolidowane sprawozdanie dla celów zarządczych
Działalność kontynuowana			
Przychody ze sprzedaży	1 022 663	-	1 022 663
Koszt własny sprzedaży	(675 766)	-	(675 766)
Zysk brutto ze sprzedaży	346 897	-	346 897
Koszty sprzedaży	(241 709)	-	(241 709)
Koszty ogólnego zarządu	(52 364)	-	(52 364)
Pozostałe przychody/(koszty operacyjne) netto	1 575	1 670	3 245
Zysk z działalności operacyjnej	54 399	1 670	56 069
EBITDA	128 267	1 670	129 937
Koszty finansowe netto	(18 841)	-	(18 841)
Podatek dochodowy	(8 896)	-	(8 896)
Zysk netto z działalności kontynuowanej	26 662	1 670	28 332
Działalność do wycofania z konsolidacji			
Zysk netto za okres do wycofania z konsolidacji	2 276	-	2 276
Zysk netto za okres	28 938	1 670	30 608
- przypisany akcjonariuszom jednostki dominującej	28 943	1 670	30 613

2011	Raportowane jako dane porównawcze do sprawozdania skonsolidowanego za 2012	Korekty o zdarzenia jedorazowe	Skorygowane przeliczone- dane porównawcze dla celów zarządczych
Działalność kontynuowana			
Przychody ze sprzedaży	984 105	984 105	980 302
Koszt własny sprzedaży	(630 547)	(629 935)	(628 020)
Zysk brutto ze sprzedaży	353 558	354 170	352 282
Koszty sprzedaży	(252 137)	(249 993)	(248 827)
Koszty ogólnego zarządu	(55 629)	(55 042)	(54 573)
Pozostałe przychody/(koszty operacyjne) netto	2 824	2 824	2 795
Zysk z działalności operacyjnej	48 616	51 960	51 678
EBITDA	116 944	120 288	119 793
Koszty finansowe netto	(17 375)	(17 375)	(17 397)
Podatek dochodowy	(9 222)	(9 631)	(9 634)
Zysk netto z działalności kontynuowanej	22 019	24 954	24 647
Działalność do wycofania z konsolidacji			
Zysk netto za okres do wycofania z konsolidacji	2 213	2 213	2 290
Zysk netto za okres	24 232	27 167	26 937
- przypisany akcjonariuszom jednostki dominującej	24 232	27 167	26 937

- Dane Grupy Megapack prezentowane są tylko w jednej pozycji jako zysk netto za okres do wycofania z konsolidacji. Pozostałe pozycje skonsolidowanego rachunku zysków i strat dotyczące działalności kontynuowanej nie zawierają danych Grupy Megapack.
- Na wyniki 2012 roku miały wpływ odpisy aktualizujące wartość aktywów trwałych w wysokości 1 670 tys. zł.
- W 2011 roku na EBIT i EBITDA miały wpływ jednorazowe koszty restrukturyzacji w Czechach i na Słowacji w łącznej kwocie 3 343 tys. zł., wpływ na zysk netto wyniósł 2 934 tys. zł.
- Dla lepszej porównywalności wyników sprawozdania finansowe spółek zagranicznych Grupy za 2011 rok zostały przeliczone kursem wymiany walut do polskiego złotego z 2012 roku.



WYNIKI GRUPY KOFOLA ZA 2012 i 2011 [tys. PLN]

	2012	2011*	Zmiana	%
Działalność kontynuowana				
Przychody ze sprzedaży	1 022 663	980 302	42 361	4,3%
Skorygowany koszt własny sprzedaży	(675 766)	(628 020)	(47 746)	7,6%
Skorygowany zysk brutto ze sprzedaży	346 897	352 282	(5 385)	(1,5%)
Skorygowane koszty sprzedaży	(241 709)	(248 827)	7 118	(2,9%)
Skorygowane koszty ogólnego zarządu	(52 364)	(54 573)	2 209	(4,0%)
Skorygowane pozostałe przychody/(koszty operacyjne) netto	3 245	2 795	450	16,1%
Skorygowany zysk z działalności operacyjnej	56 069	51 678	4 391	8,5%
Skorygowana EBITDA	129 937	119 793	10 144	8,5%
Koszty finansowe netto	(18 841)	(17 397)	(1 444)	8,3%
Skorygowany podatek dochodowy	(8 896)	(9 634)	738	(7,7%)
Skorygowany zysk netto z działalności kontynuowanej	28 332	24 647	3 685	15,0%
Działalność do wycofania z konsolidacji				
Zysk netto za okres do wycofania z konsolidacji	2 276	2 290	(14)	(0,6%)
Skorygowany zysk netto za okres	30 608	26 937	3 671	13,6%
- przypisany akcjonariuszom jednostki dominującej	30 613	26 937	3 676	13,6%

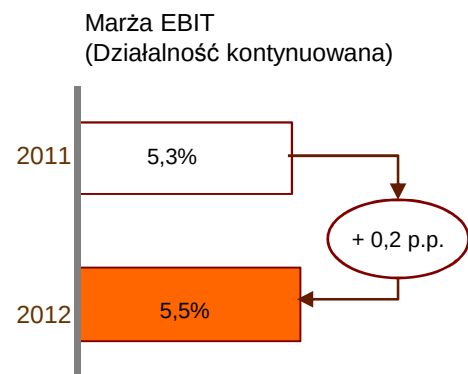
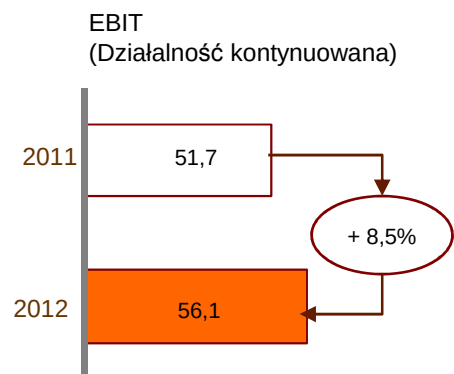
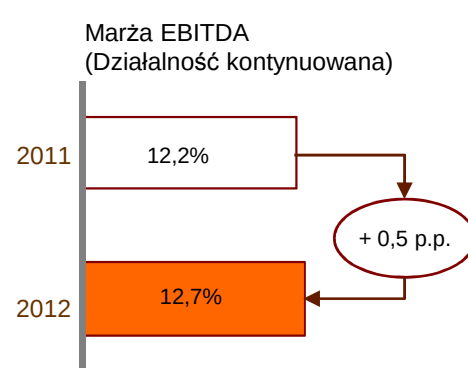
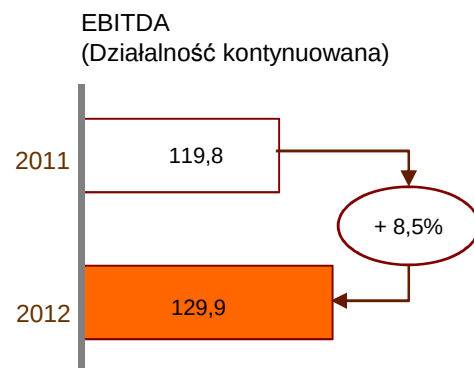
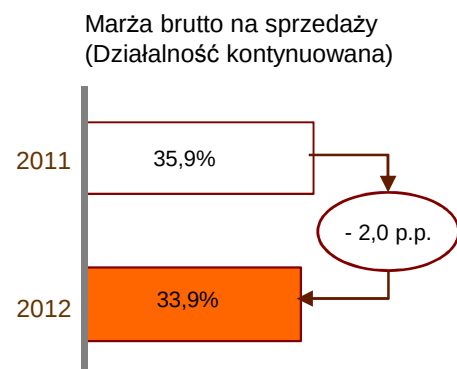
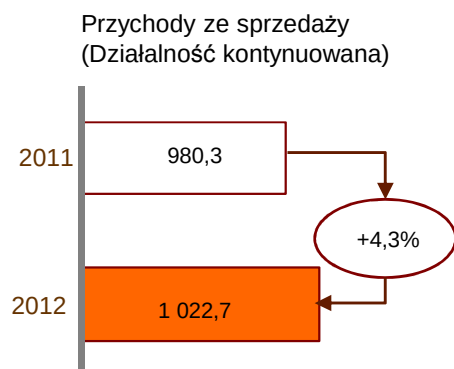
*dane za 2011 rok zostały przeliczone kursem wymiany walut do polskiego złotego z 2012 roku

W 2012 roku przychody Grupy Kofola na konkurencyjnym rynku wzrosły o 4,3%. Pomimo utrzymujących się bardzo wysokich cen surowców udało się Grupie zwiększyć skorygowany zysk operacyjny o 8,5%, a skorygowany zysk netto, przypadający akcjonariuszom jednostki dominującej, o 13,6%.



PODSUMOWANIE WYNIKÓW GRUPY W 2012 [mln PLN]

Legenda: 2011
 2012



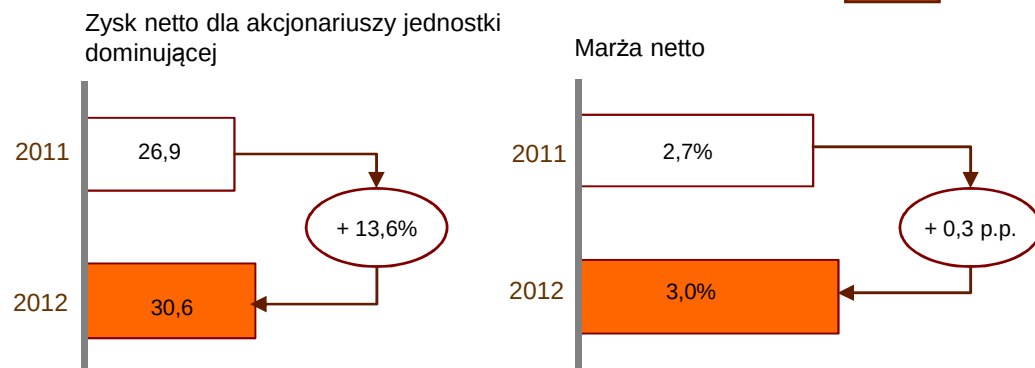
Komentarz do rachunku wyników za 2012

- Wzrost przychodów o 4,3 % dzięki wyższym o 26,5 mln PLN przychodom Kofoli na Słowacji oraz wyższym o 14,5 mln PLN przychodom Kofoli w Czechach.
- Wzrost przychodów pomimo zakończenia działalności przez PCD.
- Spadek marży brutto ze sprzedaży o 2 p.p. wskutek wyższych cen surowców i mniej korzystnych kursów walut oraz braku możliwości całkowitego przerzucenia cen surowców na klienta końcowego.
- Znaczący wzrost wskaźników EBITDA i EBIT z działalności kontynuowanej dzięki wyższym przychodom oraz wdrożonemu w Grupie w 2011 roku programowi oszczędnościowemu, a także optymalizacji kosztów logistycznych, skutkującymi niższymi o 9,8 mln PLN kosztami operacyjnymi w porównaniu do 2011 roku.
- Wzrost EBITDA z działalności kontynuowanej o 10,1 mln PLN, tj. o 8,5%.
- Wzrost EBIT z działalności kontynuowanej o 4,4 mln PLN, tj. o 8,5%.
- Wzrost rentowności EBITDA z działalności kontynuowanej o 0,5 p.p.
- Wzrost rentowności EBIT z działalności kontynuowanej o 0,2 p.p.

Wzrost zysku operacyjnego (EBIT) i EBITDA z działalności kontynuowanej o 9 %

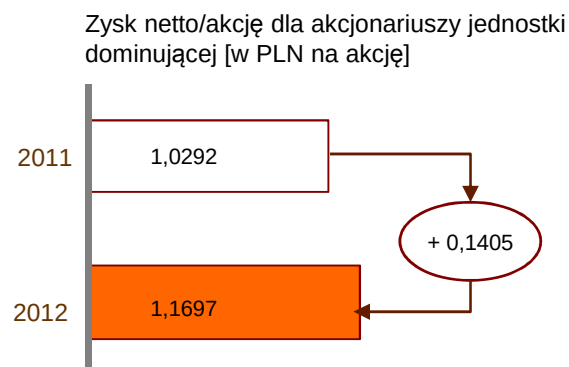
PODSUMOWANIE WYNIKÓW GRUPY W 2012 [mln PLN]

Legenda:  2011
 2012



Omówienie wyniku netto za 2012

- Wzrost skonsolidowanego zysku netto dla akcjonariuszy jednostki dominującej o 3,7 mln PLN dzięki wzrostowi zysku operacyjnego.
- Wzrost rentowności zysku netto o 0,3 p.p.
- Wzrost zysku netto/akcję przypadającego na akcjonariuszy jednostki dominującej o 0,14 PLN na akcję

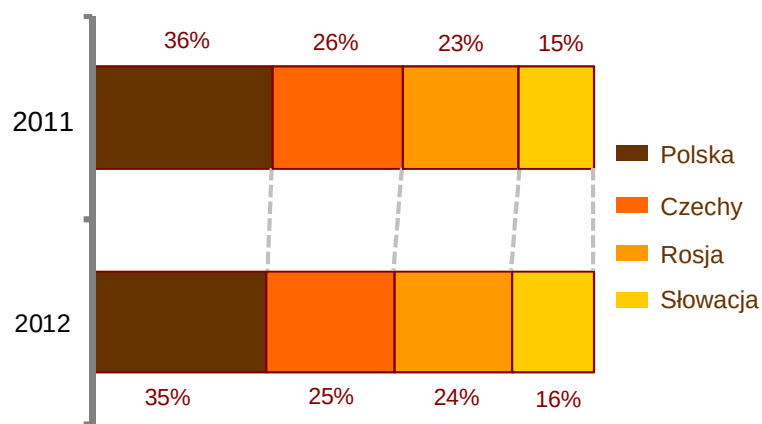
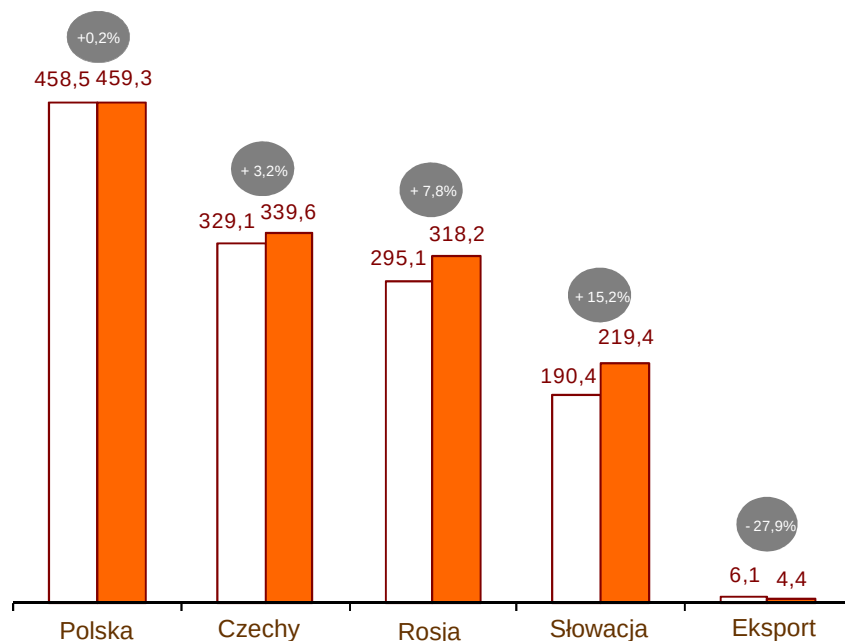


Wzrost zysku netto przypadającego na akcjonariuszy jednostki dominującej o 14%



STRUKTURA PRZYCHODÓW WG SEGMENTÓW GEOGRAFICZNYCH* W 2012 [mln PLN]

Legenda: 2011
 2012



*dane za 2011 rok nie zostały przeliczone kursem wymiany walut do polskiego złotego z 2012 roku

Omówienie segmentów geograficznych

• Polska

Wzrost sprzedaży o 0,2% dzięki zwiększeniu przychodów w Hoop Polska o 12,5 mln PLN, tj. 2,8%.

Zmniejszenie przychodów PCD o 11,7 mln PLN na skutek wygaszania działalności przez tę spółkę.

• Czechy

Wzrost sprzedaży o 3,2% w walucie polskiej (4,6% w walucie lokalnej).

Wzrost sprzedaży w kanałach tradycyjnym i nowoczesnym o 7,6% (w CZK) przy zwiększeniu się tego kanału o 0,5%.

Przychody w najbardziej rentownym kanale gastronomicznym wzrosły o 1,3% (w CZK) przy zmniejszeniu się tego kanału o 3,3%.

• Rosja (Działalność do wycofania z konsolidacji)

Wzrost sprzedaży o 7,8% w walucie polskiej (4,2% w walucie lokalnej).

Wzrost dotyczy głównie segmentu napojów niskoalkoholowych. W 3kw 2011 Megapack był w trakcie odnawiania koncesji na produkcję i sprzedaż napojów niskoalkoholowych, jednak przedłużające się procedury administracyjne spowodowały przerwę w produkcji i sprzedaży.

• Słowacja

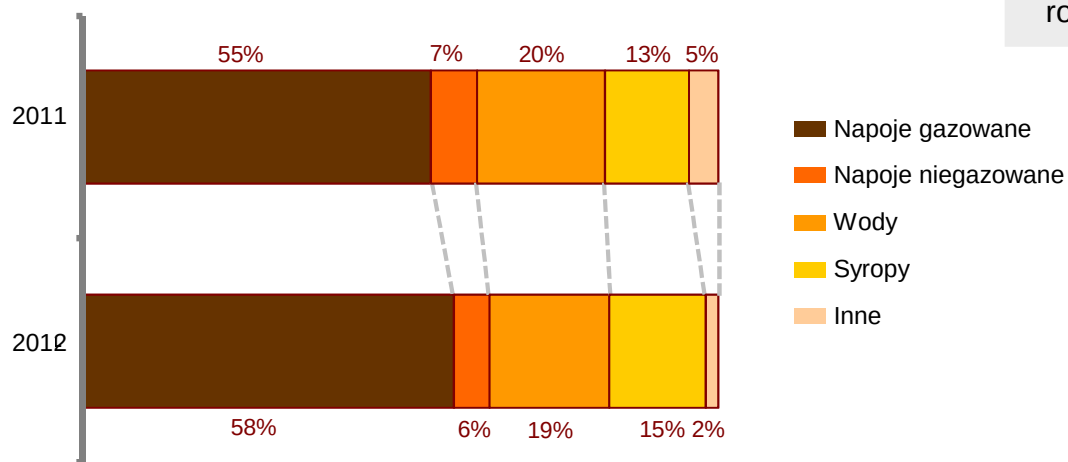
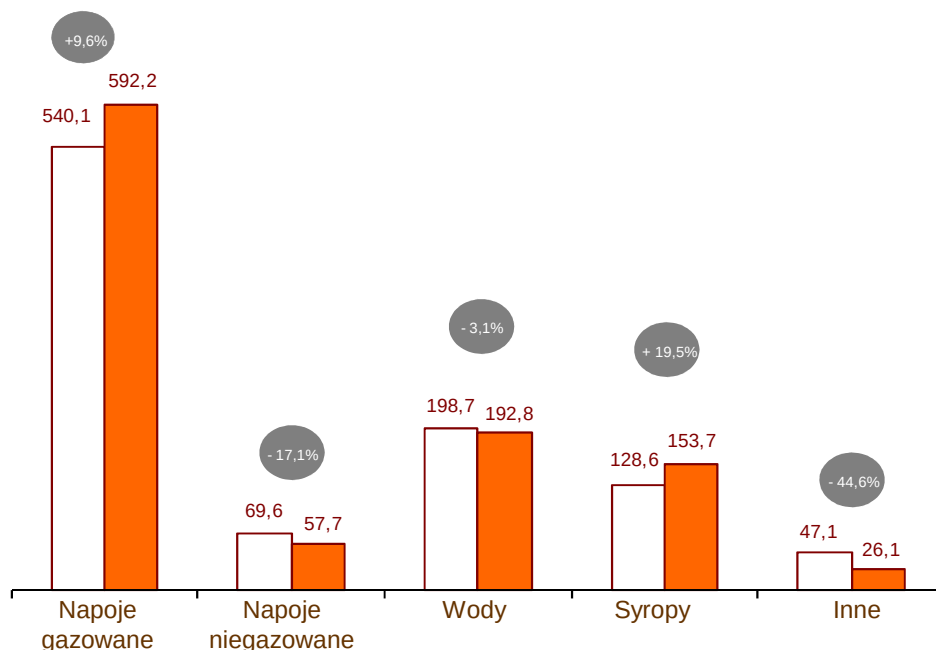
Wzrost sprzedaży o 15,2% w walucie polskiej (14,0% w walucie lokalnej).

Przychody w segmencie detalicznym wzrosły o 14,2% (w EUR) przy spadku tego kanału o 0,2%.

Przychody w najbardziej rentownym kanale gastronomicznym wzrosły o 7,6% (w EUR) przy zmniejszeniu się tego kanału o 1,4%

STRUKTURA PRZYCHODÓW WG SEGMENTÓW PRODUKTOWYCH (DZIAŁALNOŚĆ KONTYNUOWANA)* W 2012 [mln PLN]

Legenda: 2011
 2012



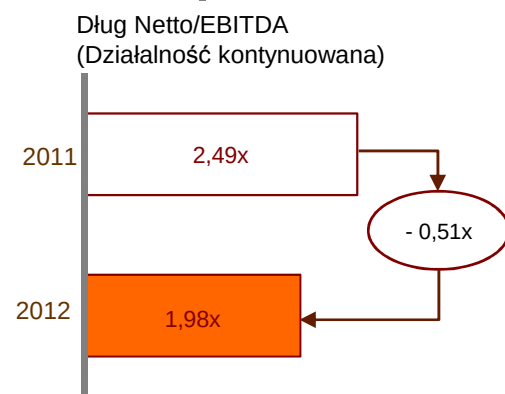
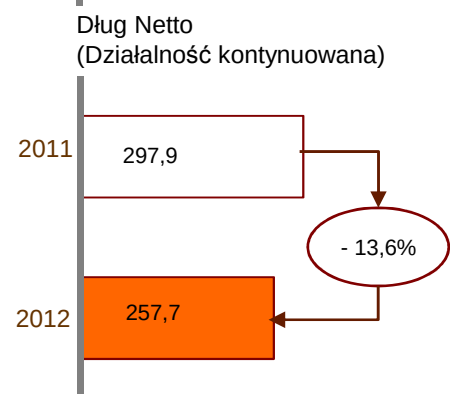
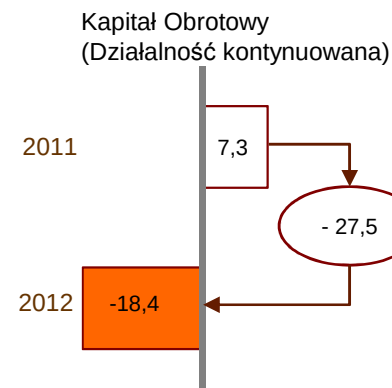
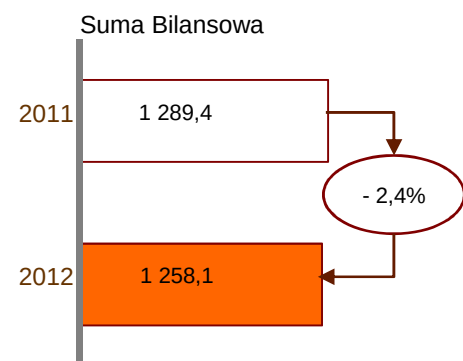
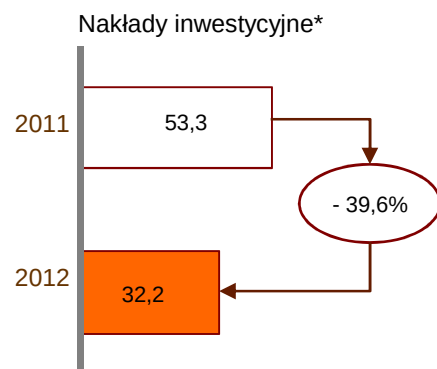
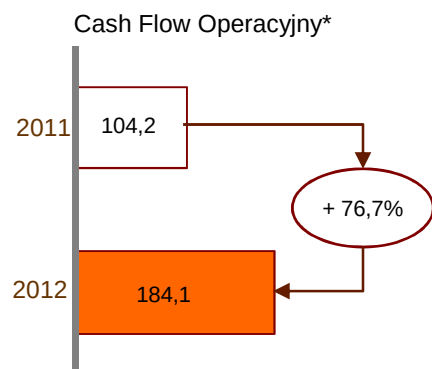
*dane za 2011 rok nie zostały przeliczone kursem wymiany walut do polskiego złotego z 2012 roku

Wyjaśnienie zmian w segmentach produktowych (Działalność kontynuowana)

- Wzrost w segmencie napojów gazowanych dzięki większej sprzedaży Kofoli, Hoop Coli oraz Vinei.
- Spadek przychodów w segmencie napojów niegazowanych wynikający z długoterminowego trendu spadkowego całej kategorii. Dynamika spadku zatrzymana dzięki wprowadzeniu innowacji (herbaty mrożone, redefinicja napojów Jupí, Natelo)
- Spadek w segmencie wody spowodowany jest zmniejszeniem tego segmentu w Czechach i w Polsce, i został częściowo zrekompensowany wzrostem zanotowanym na Słowacji.
- Wzrost w kategorii syropów dzięki koncentracji działań na tej kategorii, całej gamie nowości, udanej kampanii reklamowej syropów Jupí oraz poszukiwaniu oszczędności przez klientów, co sprzyjało sprzedaży syropów.
- Spadek w kategorii pozostałych napojów na skutek wycofania się z dystrybucji kawy mrożonej Nescafe Xpress, zakończenia produkcji napoju energetycznego R20 a także zakończenia dystrybucji napojów niskoalkoholowych przez PCD w 2011 roku.

PODSUMOWANIE WYNIKÓW GRUPY W 2012 [mln PLN]

Legenda: 2011
 2012



*dane za 2011 rok nie zostały przeliczone kursem wymiany walut do polskiego złotego z 2012 roku

Omówienie cash flow i zadłużenia

- Wzrost przepływów pieniężnych z działalności operacyjnej o 79,9 mln PLN dzięki wyższemu zyskowi brutto oraz pozytywnemu wpływowi zmian pozycji kapitału obrotowego.
- Spadek nakładów inwestycyjnych o 21,1 mln PLN - efekt wysokiej bazy z 2011 roku (oddanie linii do gorącego rozlewu w Czechach, rozpoczęcie inwestycji w linię do napojów w szkłe w Rosji i nalewaka w Polsce).
- Spadek długu netto z działalności kontynuowanej o 40,2 mln PLN.
- Spadek kapitału obrotowego z działalności kontynuowanej o 25,7 mln PLN.
- Spadek zadłużenia netto/EBITDA z działalności kontynuowanej w ciągu roku z 2,49 raza na koniec 2011 do 1,98 raza na koniec 2012.

**Bezpieczny poziom Długu Netto
1,98 x EBITDA**

- Grupa Kapitałowa KOFOLA w 2012
- Omówienie wyników finansowych i biznesowych za 2012
- **Rynki, trendy i kierunki rozwoju**
- Profil i historia Grupy Kapitałowej KOFOLA
- Akcjonariat i kurs akcji
- Kontakt



POZYCJA RYNKOWA GRUPY W GŁÓWNYCH SEGMENTACH

Legenda:



Lider



Wicelider

	PL	CZ	SK	RU
Napoje typu Cola	3	2	2	-
Napoje gazowane	7	2	2	-
Wody	11	4	1	-
Syropy i koncentraty	2	1	3	-
Napoje dziecięce	5	2	2	3
Napoje energetyczne	-	5	11	-
Napoje niskoalkoholowe (alkopopy)	-	-	-	2

- Stabilna druga pozycja na rynku czeskim i słowackim
- Silna pozycja w sektorze napojów gazowanych na Słowacji dzięki zakupionej w 2008 roku marce Vinea.
- Wiodąca pozycja w segmencie wód na Słowacji od 2008 roku dzięki zmianie zasad gry w segmencie, osiągnięta przez wprowadzoną w 2004 roku markę Rajec.
- Jupik zdecydowanym liderem w segmencie syropów w Czechach, drugie miejsce syropu Paola w Polsce. Trzecie miejsce na Słowacji. Nadal zwiększamy nasz udział rynkowy w tej kategorii na wszystkich rynkach.
- Pionier na rynku napojów dziecięcych z pierwszą pozycją na Słowacji (Jupik, Jupik Aqua). W Czechach i na Słowacji napoje Jupik z udziałem rynkowym tuż za Kubikiem.
- Napój energetyczny Semtex nadal umacnia swoją pozycję w Czechach i na Słowacji.
- Wysoka pozycja na rynku alkopopów w Rosji (niestety na spadającym rynku – wskutek obostrzeń w sprzedaży i marketingu napojów alkoholowych).



Działania Kofoli w celu wykorzystania trendów rynkowych

ZDROWE JEDZENIE I PICIE

- Zdrowsze napoje (wody, produkty dziecięce, herbaty mrożone) o niższej od konkurentów zawartości cukru, napoje z wyciągami z ziół i drzew
- Wprowadzenie napojów na bazie stewii - Kofola bez cukru, Jupik ze stewią
- Uruchomienie w 2011 roku linii do gorącego rozlewu umożliwiło wprowadzenie wielu nowości bez konserwantów (syropy, napoje z aloe vera, herbaty mrożone i napoje dziecięce)
- Promowanie zdrowego stylu życia (www.hravezijzdrave.cz, www.hravozizdravo.sk, www.trzymajforme.pl)
- Wchodzenie w rynek „on-the-go” (kioski, maszyny vendingowe, siłownie, szkoły, miejsca pracy, baseny, itp.)

CORAZ WIĘCEJ CZASU SPĘDZAMY POZA DOMEM

- Zwiększenie udziału małych formatów w ofercie (większość nowości do 0,5l)
- Zwiększenie liczby obsługiwanych restauracji (uruchomienie bezpośredniej dystrybucji na Słowacji pod koniec 2009 roku)

KLIENCI POSZUKUJĄ WARTOŚCI

- Uruchomienie zespołu handlowców pozyskujących lokale gastronomiczne w Czechach
- Systematyczna praca nad obniżeniem kosztów produkcji i logistyki
- Dedykowany zespół do obsługi dyskontów spożywczych i produktów „Private label”.
- Obsługa segmentu marek dedykowanych w Polsce i Czechach
- Tworzenie wartości dodanej dla klienta

CENY SUROWCÓW

- Poszukiwanie alternatywnych dostawców
- Obniżenie gramatury butelek
- Zdrowe napoje z niższą zawartością cukru
- Zwiększenie udziału granulatu z recyklingu
- Wydłużenie umów z dostawcami

GLOBALIZACJA ORAZ ROSNĄCY INDYWIDUALIZM

- Wprowadzanie światowych marek na bazie posiadanej platformy produkcyjno-dystrybucyjnej (np. Orangina, Pickwick Ice Tea, RC Cola)
- Wprowadzanie innowacji trafiających w gusta szerokiego grona klientów tzw. mainstream
- Zaangażowanie użytkowników w tworzenie pozytywnych emocji wokół marek

SUROWCE/OTOCZENIE

- Utrzymujące się wysokie ceny cukru, izoglukozy oraz syropu glukozowo- fruktozowego
- Oczekiwana reakcja konkurencji na wysokie ceny surowców poprzez podwyżki cen

NOWOŚCI

- UGO - nowe świeże soki owocowo-warzywne
- Przejęcie od 1 lutego 2013 roku w Czechach i na Słowacji dystrybucji luksusowych marek wód Evian i Badoit
- Kofola wiśniowa w puszkach 0,25l
- Syropy Jupi w nowych smakach – jabłko i gruszka.

DZIAŁANIA OSZCZĘDNOŚCIOWE

- Dalsza optymalizacja procesów logistycznych celem obniżenia kosztów logistyki
- Dalsze obniżanie gramatury butelek
- 'Tunning' kosztów stałych

PRZYCHODY

- Budowanie i rozszerzenie dystrybucji nowości
- Podwyżki cen
- Kontrolowane promocje cenowe w celu odbudowy marży brutto ze sprzedaży

- Grupa Kapitałowa KOFOLA w 2012
- Omówienie wyników finansowych i biznesowych za 2012
- Rynki, trendy i kierunki rozwoju
- **Profil i historia Grupy Kapitałowej KOFOLA**
- Akcjonariat i kurs akcji
- Kontakt



Misja:

Jesteśmy Kofolą. Z pasją dążymy do tego co jest najważniejsze w życiu: kochać, prowadzić zdrowy styl życia i nieustannie poszukiwać nowych wyzwań.

Wizja:

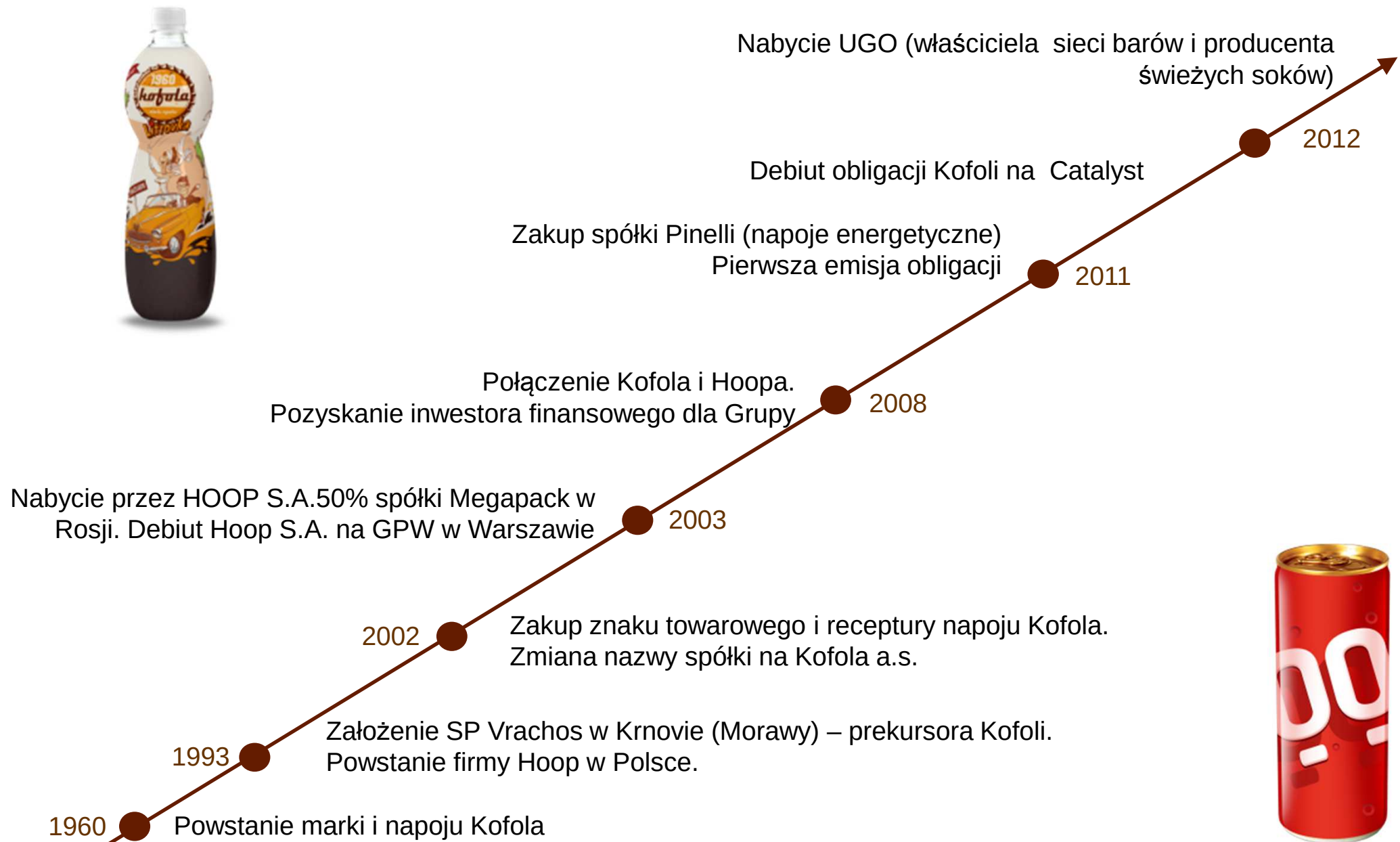
Do 2017 roku chcemy stać się wiodącą firmą w segmencie HoReCa i produktów impulsowych wpływając na cały rynek w Czechach i na Słowacji. Stabilizować zyskowność kanału detalicznego. Będziemy oferowali coraz zdrowsze wersje naszych produktów i, jak to było do tej pory, produkować nasze napoje z miłością i najwyższą pieczą.

Nasze kluczowe kompetencje to nasze DNA:

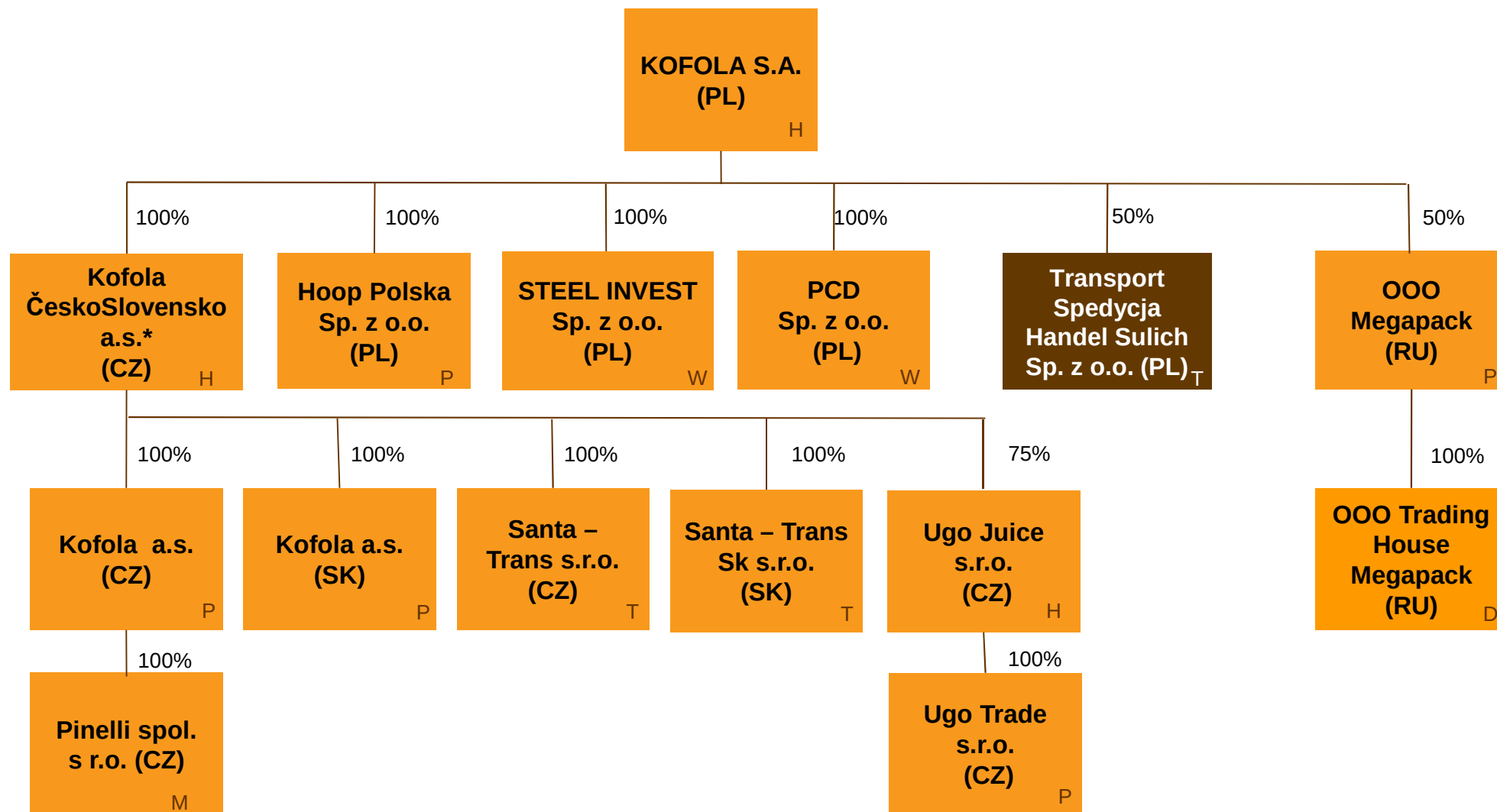
- Staramy się być o krok do przodu
- Stale poszukujemy nowych możliwości rozwoju
- Naszą firmę współtworzymy razem z naszymi konsumentami, klientami, dostawcami i pracownikami
- Dostarczamy emocji
- Pracujemy tam gdzie jest nasz dom i tam gdzie możemy zrozumieć naszą kulturę



HISTORIA GRUPY KOFOLA



STRUKTURA GRUPY KOFOLA NA KONIEC 2012



Legenda:



Spółka konsolidowana metodą pełną

Spółka konsolidowana metodą praw własności

P – Spółka produkcyjno-sprzedażowa

D – Spółka dystrybucyjna

W – Działalność wygaszona

T – Spółka transportowa

H – Spółka holdingowa

* – do 30.3.2012 spółka pod nazwą Kofola Holding a.s.

ZATRUDNIENIE W KRAJACH OD 2001 ROKU



KANAŁY DYSTRYBUCJI

	PL	CZ	SK	RU
Kanał nowoczesny (sieci handlowe)	●	●	●	●
Kanał tradycyjny (hurtownie i dystrybutorzy)	●	●	●	●
HoReCa		●	●	
B2B (marki dedykowane, co-packing, toll-manufacturing)	●			●
Dystrybucja bezpośrednia			●	
Maszyny wendingowe		●		



- Grupa posiada silną pozycję w kanale nowoczesnym (zarówno w supermarketach jak i w sieciach dyskontowych na wszystkich rynkach)
- Kanał tradycyjny pomimo powolnego przesuwania się sprzedaży do kanału nowoczesnego wciąż jest na drugim miejscu w strukturze sprzedaży
- Bardzo silna pozycja w kanale HoReCa na rynku czeskim i słowackim, gdzie oferowana jest m.in. świeża Kofola nalewana z KEGów
- Segment B2B wymaga specjalnych kompetencji. W jego ramach produkujemy i sprzedajemy produkty marek dedykowanych dla klientów strategicznych. Sprzedajemy również usługi rozlewania napojów dla dużych światowych graczy.
- Dystrybucja bezpośrednia uruchomiona od IV kw. 2009 roku na rynku słowackim. Ten sposób pozwala na poprawę rentowności sprzedaży brutto oraz przyspieszenie cyklu obrotu gotówki. Efektem negatywnym są zwiększone koszty logistyki. Przejście na model Cross Dock od 4Q 2011.
- Sprzedaż przez pierwszych 2000 maszyn vendingowych rozpoczęta w I kw. 2010 r. w Czechach (operatorem jest firma zewnętrzna)

NAGRODY I WYRÓŻNIENIA 2012 - 1/2

- **Janis Samaras**, Prezes Zarządu KOFOLA S.A. został wybrany **Przedsiębiorcą Roku 2011** Republiki Czeskiej w konkursie organizowanym od 2000 roku przez Ernst&Young.



- **Czech TOP 100** – Kofola a.s. piątą najbardziej podziwianą firmą w Republice Czeskiej w 2011 roku – nieprzerwanie w gronie TOP 5 od 2007

- **Linia syropów Paola** została wybrana przez konsumentów Produktem Roku 2012 i otrzymała tytuł Wybór Konsumentów. **Produkt Roku. Innowacja 2012.**



- **Marek Kmiecik**, dyrektor marketingu Hoop Polska Sp. z o.o. zwyciężył w konkursie **Dyrektor Marketingu Roku 2011.**

- Firma **Hoop Polska Sp. z o.o.** została odznaczona tytułem **Odpowiedzialnego Pracodawcy 2012**, zajmując prestiżowe miejsce w gronie Liderów HR.





- Nowa linia syropów **Jupi Superhusty (super gęsty)** została wybrana przez konsumentów Produktem Roku 2012 w Republice Czeskiej i otrzymała tytuł Wybór Konsumentów. **Produkt Roku. Innowacja 2012.**

- **Jupik Aqua Sport** Hitem Roku 2012 w branży FMCG.



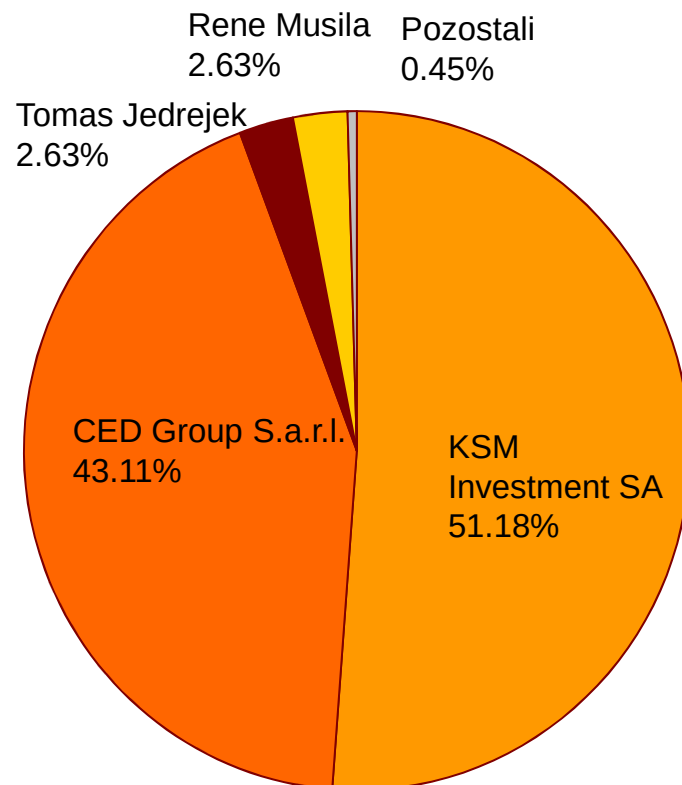
Marek Kmiecik, dyrektor marketingu Hoop Polska Sp. z o.o. – **Człowiek marketingu i sprzedaży Briefu 2012.**

Spółka **Kofola a.s. Czechy** otrzymała nagrodę **RHODOS** - firma z **najbardziej imponującym image** w kategorii producentów i dostawców napojów.



- Grupa Kapitałowa KOFOLA w 2012
- Omówienie wyników finansowych i biznesowych za 2012
- Rynki, trendy i kierunki rozwoju
- Profil i historia Grupy Kapitałowej KOFOLA
- **Akcjonariat i kurs akcji**
- Kontakt





Struktura kapitału zakładowego składającego się 26 172 602 akcji:

13,088,576 akcji serii A-E dopuszczonych do obrotu giełdowego

13,084,026 akcji serii F-G poza obrotem

Kapitał własny

Program motywacyjny dla kadry kierowniczej

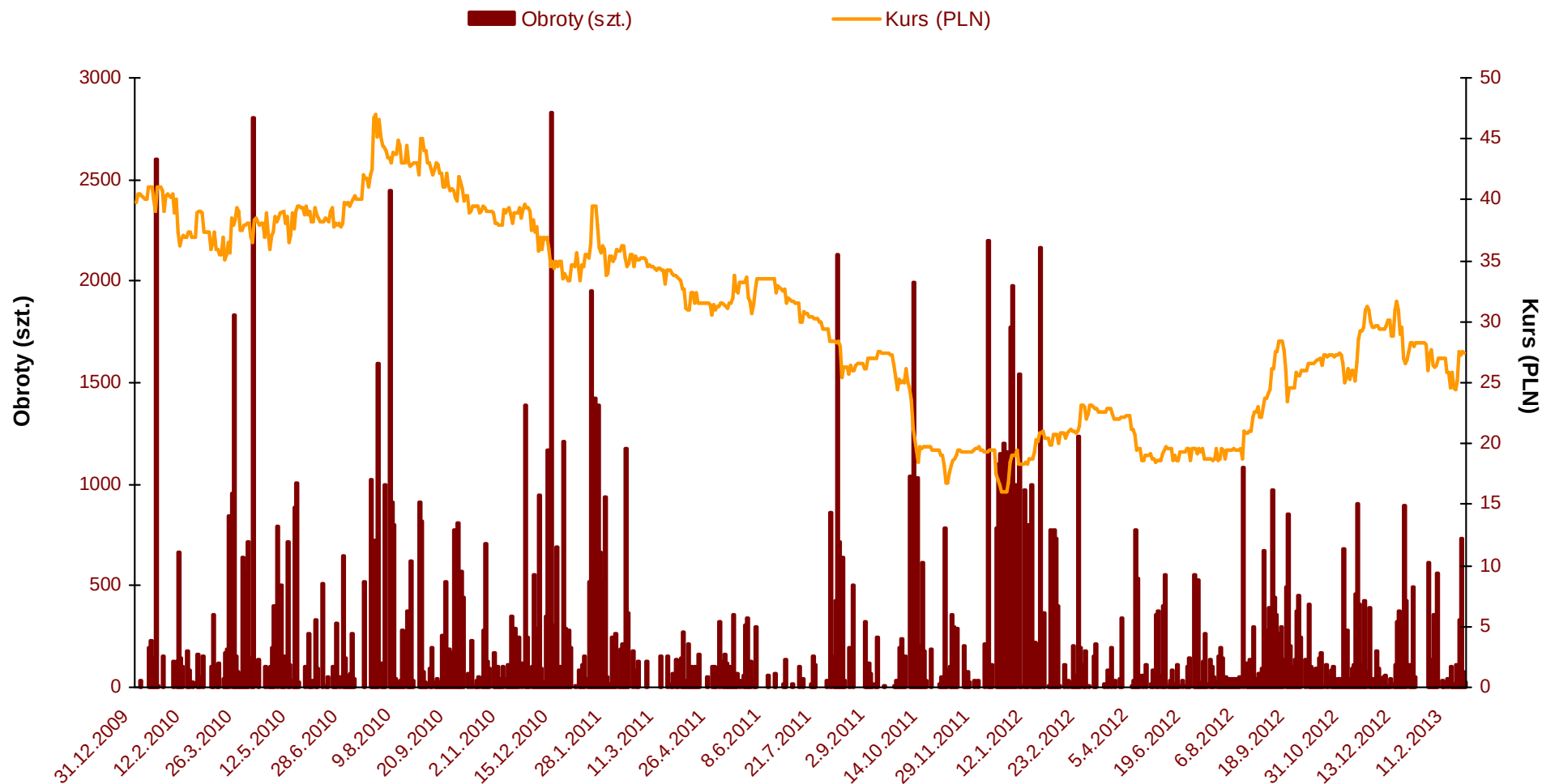
- Dnia 18 grudnia 2009 roku Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy KOFOLA S.A. zatwierdziło Regulamin Programu Motywacyjnego. W programie uczestniczyło 45 kluczowych menadżerów ze spółek Grupy.
- Celem programu był systematyczny wzrost wyników finansowych Grupy oraz ceny akcji.
- W dniu 18 sierpnia 2010 roku KOFOLA S.A. wyemitowała 26 843 imiennych warrantów subskrypcyjnych serii A, uprawniających osoby objęte programem do podjęcia łącznie 26 843 akcji zwykłych serii H na okaziciela po cenie emisyjnej 43,20 zł za akcję.
- Cały program dotyczył wyników finansowych Spółki za lata obrotowe 2009 – 2012. W ramach realizacji, osoby uczestniczące w programie, uprawnione były do objęcia warrantów subskrypcyjnych pod warunkiem realizacji kryteriów finansowych (wynik netto, EBITDA).
- Program został zamknięty z końcem 2012 roku,

Program odkupu akcji własnych

- ZWZA KOFOLA S.A. upoważniło Zarząd KOFOLA S.A. do nabywania akcji własnych w celu ich umorzenia i obniżenia kapitału zakładowego KOFOLA S.A. W trakcie 2012 roku KOFOLA S.A. nabyła 2 599 akcji własnych. Program Odkupu zakończył się 31 grudnia 2012 roku.

KURS AKCJI I OBROTY

Średni kurs w 2011 roku	28,0 PLN	Średni kurs w 2012 roku	22,6 PLN
Średnie obroty na sesji	201 szt.	Średnie obroty na sesji	187 szt.



- Grupa Kapitałowa KOFOLA w 2012
- Omówienie wyników finansowych i biznesowych za 2012
- Rynki, trendy i kierunki rozwoju
- Profil i historia Grupy Kapitałowej KOFOLA
- Akcjonariat i kurs akcji
- **Kontakt**



KOFOLA S.A.

W celu uzyskania dalszych informacji o Kofola S.A. prosimy o kontakt z naszym Biurem Relacji Inwestorskich:

František Beneš



e-mail: rikofola@kofola.pl

tel.: +420 606 668 980

www.kofola.pl

KOFOLA S.A.
ul. Wschodnia 5
99-300 Kutno

- Niniejszy Materiał Informacyjny został przygotowany przez KOFOLA S.A. („Spółka”) wyłącznie w celach informacyjnych.
- Jedynym oficjalnym źródłem danych dotyczących wyników finansowych KOFOLA S.A., prognoz, zdarzeń oraz wskaźników dotyczących KOFOLA S.A. są raporty bieżące i okresowe przekazywane przez KOFOLA S.A. w ramach wykonywania obowiązków informacyjnych wynikających z ustawy z dnia 29 lipca 2005 roku o ofercie publicznej i warunkach wprowadzania instrumentów finansowych do zorganizowanego systemu obrotu oraz o spółkach publicznych.
- KOFOLA S.A. nie ponosi odpowiedzialności za skutki decyzji podjętych na podstawie lub w oparciu o informacje zawarte w niniejszym Materiale Informacyjnym.