

kofola 

drinks. life. emotion.



WYNIKI GRUPY KOFOLA ZA PIERWSZE PÓŁROCZE 2013 ROKU

Prezentacja dla Inwestorów

27 sierpnia 2013

- **Grupa Kapitałowa KOFOLA w 1H2013**

- Omówienie wyników finansowych i biznesowych za 1H2013
- Rynki, trendy i kierunki rozwoju
- Profil i historia Grupy Kapitałowej KOFOLA
- Akcjonariat i kurs akcji
- Kontakt

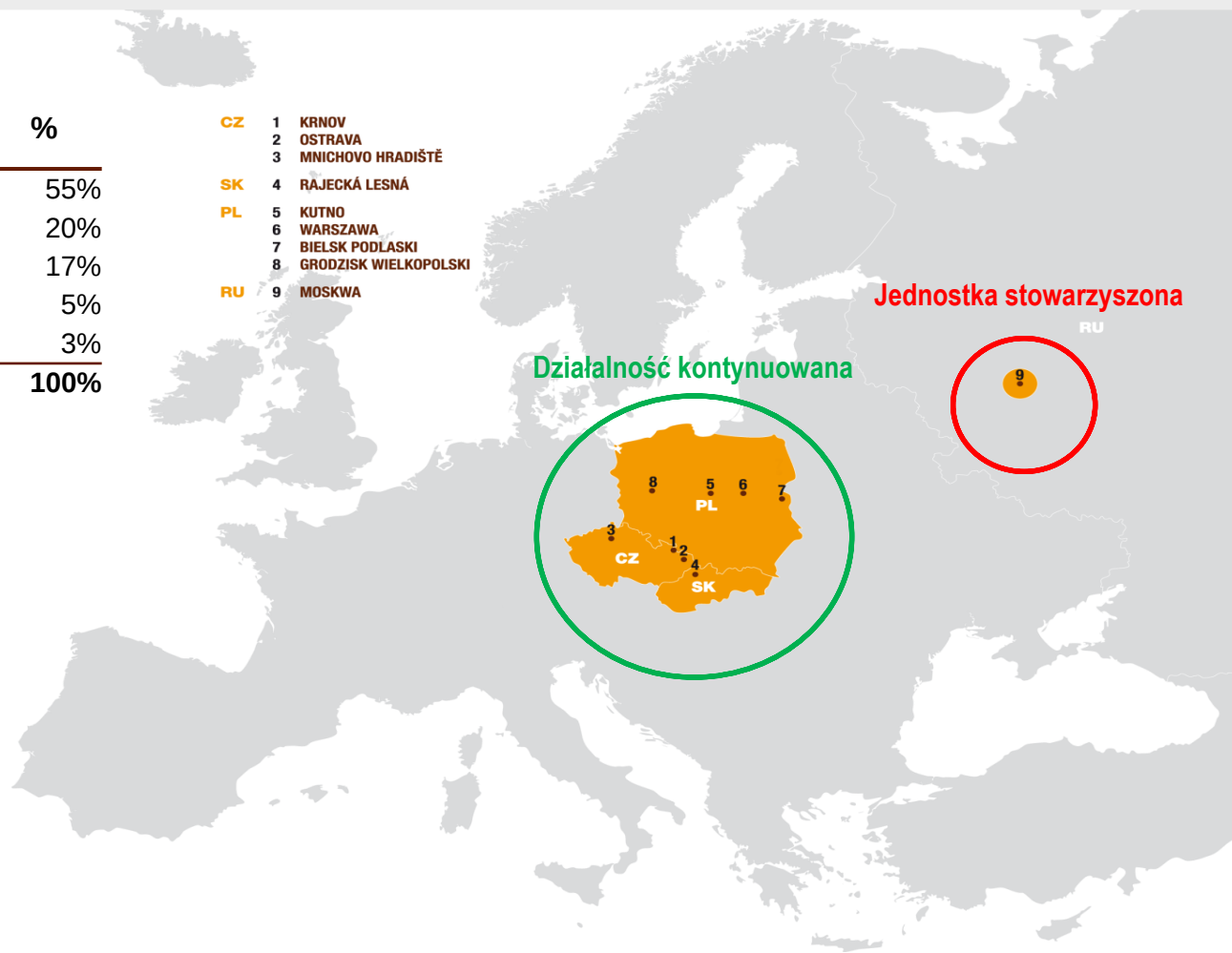


GRUPA KAPITAŁOWA KOFOLA W 1H2013

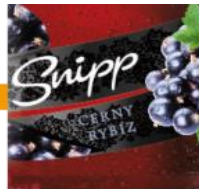
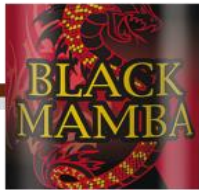
W związku z koncentracją Kofoli na rynkach Środkowej Europy i wygaśnięciem z końcem roku 2012 porozumienia akcjonariuszy, począwszy od roku 2013 Kofola traktuje Grupę Megapack jako jednostkę stowarzyszoną i w związku z tym konsoliduje ją metodą praw własności. Mając powyższe na uwadze Grupa Megapack w danych porównywalnych prezentowana jest jako *Działalność do wycofania z konsolidacji*. **Działalność kontynuowana** dotyczy spółek polskich, czeskich i słowackich. Dla poprawy czytelności, gdzie tylko możliwe i uzasadnione, prezentowane są dane porównawcze za 2012 rok dotyczące działalności kontynuowanej

Przychody według segmentów (Działalność kontynuowana)	mln PLN	%
Napoje gazowane	276,3	55%
Wody	103,1	20%
Syropy	85,0	17%
Napoje niegazowane	26,5	5%
Pozostałe	13,2	3%
Przychody ze sprzedaży	504,1	100%
EBITDA (Działalność kontynuowana)	58,9	
Suma aktywów	1 182,3	
Kapitały własne ogółem	539,5	
Zadłużenie netto (Działalność kontynuowana)	252,0	
Zadłużenie netto/EBITDA (Działalność kontynuowana)	2,09	
Zadłużenie netto/kapitały własne (Działalność kontynuowana)	0,47	

- 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 GŁÓWNE MARKI

- CZ + SK
- PL
- RU

GLÓWNE WYDARZENIA I DZIAŁANIA ZREALIZOWANE W 1H2013 - 1/2

Działanie	Efekty
Koncentracja na innowacjach	Czechy i Słowacja: • UGO – nowe świeże soki owocowo-warzywne • Kofola o smaku wiśniowym w puszkach 0,25l • Syropy Jupi w nowych smakach – jabłko i gruszka • Piwo Imbirowe Chito w puszkach 0,33l Polska: • Hoop Cola lemon w butelce PET 0,5l • Hoop Cola light w butelce PET 0,5l • Hoop Cola z guaraną 1l • Rajec w nowych smakach – leśna malina i czerwona porzeczka • Jupik Aqua sport kiwi • Przejęcie dystrybucji luksusowych francuskich wód Evian i Badoit • Semtex o smaku Champagne • Produkcja napojów do maszyn post-mix (fast food) • Hoop Cola wiśniową 2l • Jupik wieloowocowy 0,33l, • Jupik Water malinowy 0,5l
Wycofanie z konsolidacji Grupy Megapack	Z uwagi na fakt, że z końcem grudnia 2012 roku wygasła umowa wspólników dająca KOFOLA S.A. decydujący głos przy wyborze osoby pełniącej funkcję Dyrektora Generalnego Spółki zależnej OOO Megapack, od 1 stycznia 2013 roku KOFOLA S.A. jak i rosyjscy udziałowcy posiadają wspólną kontrolę nad spółką, a co za tym idzie zgodnie ze standardem MSR 31 KOFOLA S.A. począwszy od 1 stycznia 2013 roku konsoliduje Grupę Megapack metodą praw własności.
Umowy kredytowe w Hoop Polska	22 kwietnia 2013 roku Hoop Polska Sp. z o.o. zawarł z Bankiem Millennium S.A. i Bankiem BPH S.A. umowę kredytów inwestycyjnych i kredytów w rachunku bieżącym na łączną kwotę 72 mln PLN. Termin spłaty wszystkich kredytów ustalono na dzień 22 kwietnia 2017 roku. Podobnie jak w przypadku dotychczasowych kredytów zaciągniętych przez spółkę Hoop Polska Sp. z o.o. gwarantem nowych umów jest KOFOLA S.A.
Dywidenda	ZWZ KOFOLA S.A. postanowiło o wypłacie dywidendy w kwocie 0,89 zł na jedną akcję (łącznie 23,3 mln PLN). Dzień dywidendy został ustalony na 24 września 2013 roku, a dzień wypłaty dywidendy na 6 grudnia 2013 roku.

GŁÓWNE WYDARZENIA I DZIAŁANIA ZREALIZOWANE W 1H2013 – 2/2

Działanie	Efekty
Zmiany w składzie zarządu KOFOLA S.A.	Rada Nadzorcza KOFOLA S.A. powołała na pięcioletnią kadencję dwóch nowych członków Zarządu KOFOLA S.A. w osobie Pana Daniela Buryša i Pana Mariána Šefčoviča. Kadencja dotychczasowych członków Zarządu została przedłużona na kolejne pięć lat.
Program odkupu akcji własnych	ZWZ KOFOLA S.A. upoważniło Zarząd KOFOLA S.A. do nabywania akcji własnych w celu ich umorzenia i obniżenia kapitału zakładowego KOFOLA S.A. Łączna liczba akcji objętych Programem Odkupu wyniesie nie więcej niż 116 108 akcji (0,45% kapitału zakładowego). Środki przeznaczone na realizację Programu nie mogą przekroczyć 930 tys. PLN, a cena nabywanych akcji nie może być wyższa niż 40 zł. Program w trakcie realizacji.
Powstanie Alofok Ltd. i wniesienie w drodze aportu udziałów OOO Megapack	W dniu 5 lutego 2013 roku KOFOLA S.A. objęła wszystkie udziały w spółce zależnej Alofok Ltd z siedzibą Limassol, Cypr. W dniu 4 lipca 2013 roku zarejestrowane zostało wniesienie w drodze aportu do spółki Alofok Ltd. wszystkich posiadanych przez KOFOLA S.A. udziałów w OOO Megapack o wartości godziwej 58 876 tys. PLN
Zbycie TSH Sulich Sp. z o.o.	W dniu 8 marca 2013 roku KOFOLA S.A. zbyła wszystkie posiadane udziały w spółce zależnej Transport Spedycja Handel SULICH Sp. z o.o. Wynik na transakcji jest neutralny dla wyników Grupy w 2013 roku.
Zbycie Santa-Trans.SK s.r.o.	W dniu 16 kwietnia 2013 roku spółka zależna Kofola ČeskoSlovensko a.s. w Ostrawie sprzedała 100 % posiadanych przez nią udziałów w spółce Santa-Trans.SK s.r.o. w Rajcu, Republika Słowacka na rzecz Mamenato Steel a.s (obecnie zmieniony na Hartmann Beverages a.s.).



100% mrkev a jablko 100% řepa a jablko 100% celer a jablko 100% červené zeli a jablko 100% jablko



UGO

Wejście w nową kategorię świeżych soków owocowo-warzywnych najwyższej jakości. Nasze soki mają bardzo krótki termin przydatności do spożycia (24 dni), zabezpieczone są w komorze wysokiego ciśnienia, dzięki czemu udaje się zachować wszystkie wartości odżywcze owoców i warzyw. Produkty są dostępne w butelkach PET o pojemności 0,25l w pięciu smakach: jablko, seler z jabłkiem, burak z jabłkiem, czerwona kapusta z jabłkiem, marchewka z jabłkiem.

W naszych barach UGO zlokalizowanych w dużych centrach handlowych oferujemy szeroki asortyment świeżych soków przygotowywanych na miejscu tuż przed spożyciem.



Syropy Jupi – jablko i gruszka

Nowe smaki popularnych syropów Jupi powinny wspierać silną pozycję tej marki na rynkach czeskim i słowackim. Produkty są wytwarzane bez użycia konserwantów w systemie gorącego rozlewu i są dostępne na rynku czeskim i słowackim w butelkach PET o pojemności 0,7l.



Rajec – leśna malina i czerwona porzeczka

Rodzina popularnych wód smakowych Rajec powiększyła się o nowe orzeźwiające smaki – leśnej maliny oraz czerwonej porzeczki. Produkty będą dostępne na rynku czeskim i słowackim w butelkach 0,75 l i 1,5l.





Evian i Badoit

Od lutego 2013 roku Grupa Kofola przejęła na rynku czeskim i słowackim dystrybucję luksusowych francuskich marek wód mineralnych Evian i Badoit. Oferta skierowana do wymagających konsumentów wyrobów luksusowych segmentu wyższego HoReCa oraz cudzoziemców odwiedzających Czechy i Słowację. Produkty będą dostępne w następujących formatach – Evian: PET 0,33l; 0,5l; 0,75l; 1,5l; szkło 0,33l- Badoit: szkło 0,33l;0,75l.

Rynki



Jupik Aqua sport kiwi

Nowy smak popularnego napoju dla dzieci wytwarzanego bez konserwantów w systemie gorącego rozlewu. Produkt będzie dostępny na rynku czeskim i słowackim w butelkach PET 0,5l.



Kofola o smaku wiśniowym w puszkach 0,25l

Popularny smak napoju Kofola w puszcze 0,25l w segmencie impulsowym. Pojemność idealna dla tych, którzy są w ruchu i mają ochotę na niewielką ilość smacznego napoju. Produkt dostępny na rynkach czeskim i słowackim.



Hoop cola light i Hoop cola cytrynowa w butelkach 0,5l

Nowy format napoju Hoop cola light i cytryna w segmencie napojów impulsowych. Produkt dostępny na rynku polskim w butelkach PET o pojemności 0,5l.





Semtex Champagne

Nowa limitowana edycja popularnego napoju energetycznego. Tym razem o smaku szampana. Produkt dostępny w puszkach (0,25l i 0,5l) na rynku czeskim i słowackim

Rynki



Post mix

W Kofoli pojawił się nowy segment – w drugim kwartale 2013 roku rozpoczęła się produkcja napojów do maszyn post-mix, w których będą dostępne : RC Cola, herbata mrożona Pickwick czarna herbata z brzoskwinia, Orangina i Vinea.



Chito Ginger beer w puszkach 0,33l

Nowy format napoju orzeźwiającego dla segmentu impulsowego. Produkt dostępny w puszkach 0,33l na rynku czeskim i słowackim.



Hoop Cola wiśniowa 2l oraz Hoop Cola z guaraną 1l

Nowe smaki Hoop Coli dostępne tylko na rynku polskim w butelkach PET o pojemności 2 l (wiśniowa) i 1l (z guaraną).



Rynki



Nowe smaki napojów dla dzieci Jupik

Popularny napój dla dzieci dostępny tylko na rynku polskim w nowym wieloowocowym smaku w butelkach PET 0,33l oraz Jupik Aqua o smaku jagodowym w butelkach PET o pojemności 05l.



Mr Max

Nowy napój energetyczny dla rynku tradycyjnego pod znaną już marką .
Produkt dostępny tylko na rynku polskim.





- **Czech TOP 100** – Kofola a.s. piątą najbardziej podziwianą firmą w Republice Czeskiej w 2012 roku – nieprzerwanie w gronie TOP 5 od 2007
- **Czech TOP 100** – Kofola a.s. Czechy Najbardziej Innowacyjną Firmą Roku 2013 w Republice Czeskiej.

- Kofola a.s. (Czechy) otrzymała nagrodę Superbrands za marki **Kofola** i **Jupík** za 2013 rok. Kofola a.s. (Słowacja) otrzymała nagrodę Superbrands za marki **Kofola**, **Rajec** oraz **Vinea** za 2013 rok



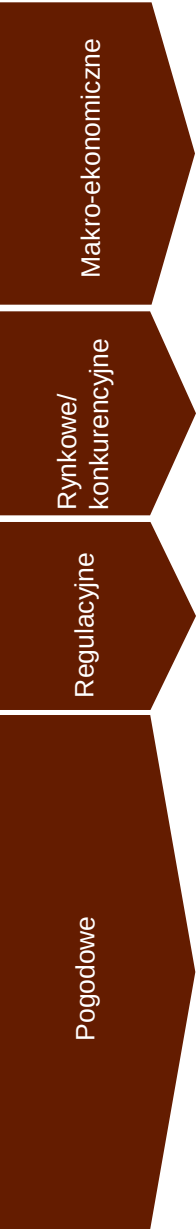
- Kofola a.s. Czechy oraz Kofola a.s. Słowacja otrzymały nagrodę Wybór konsumentów 2013 – Najlepsza nowość roku 2013 za marki **Rajec s sokiem owocowym**, **Vinea** oraz **Pickwick Ice Tea**.

- Hoop Polska Sp. z o.o. otrzymała nagrodę za **Najlepszy produkt oferowany w sieci Biedronka - Polaris Vital** oraz **Ulubiony Napój Konsumentów Biedronki - Cola Original 2 l**



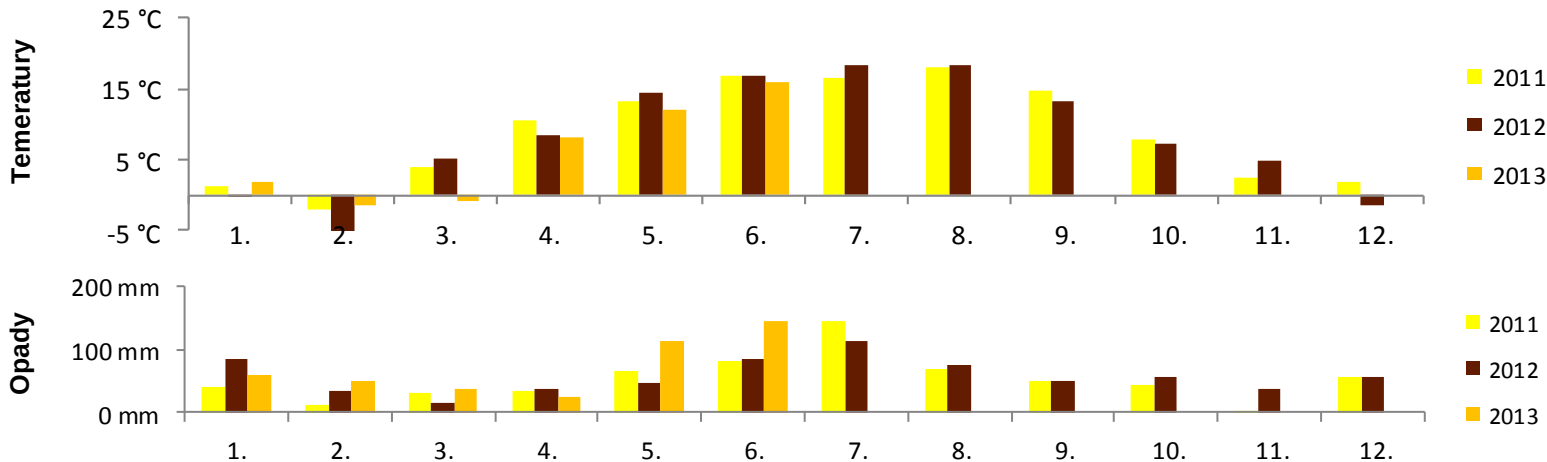
- Grupa Kapitałowa KOFOLA w 1H2013
- **Omówienie wyników finansowych i biznesowych za 1H2013**
- Rynki, trendy i kierunki rozwoju
- Profil i historia Grupy Kapitałowej KOFOLA
- Akcjonariat i kurs akcji
- Kontakt





- Utrzymujące się wysokie ceny cukru
- Wysoki poziom bezrobocia wpływający na ograniczenie koszyka zakupów konsumentów
- W dalszym ciągu zauważalna wśród konsumentów tendencja do poszukiwania oszczędności
- 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
- Osłabienie się CZK wobec EURO
- Wzmoczona walka producentów napojów o udziały rynkowe przez intensywne promocje cenowe w obronie przed spadkiem popytu
- Agresywne kampanie cenowe konkurentów w segmencie koli i syropów
- Spadek konsumpcji w najbardziej rentownym segmencie gastro
- Przyspieszony wzrost sieci dyskontowych
- Wzrost stawki podatku VAT w Czechach o 1 p.p. od stycznia 2013 roku (z 14 % do 15% oraz z 20% do 21%)
- Wzrost stawki podatku dochodowego od osób prawnych na Słowacji o 4 p.p. od stycznia 2013 roku (z 19% do 23%)
- Wyjątkowo długa i śnieżna zima oraz deszczowa wiosna

Porównanie temperatur i opadów w Europie Środkowej



WYNIKI GRUPY KOFOLA ZA 1H2013 I 1H2012 SKORYGOWANE O ZDARZENIA JEDNORAZOWE [tys. PLN]

1H2013	Skonsolidowane sprawozdanie wg MSSF	Korekty o zdarzenia jednorazowe	Skorygowane skonsolidowane sprawozdanie dla celów zarządczych
Działalność kontynuowana			
Przychody ze sprzedaży	504 082	-	504 082
Koszt własny sprzedaży	(345 472)	-	(345 472)
Zysk brutto ze sprzedaży	158 610	-	158 610
Koszty sprzedaży	(115 964)	-	(115 964)
Koszty ogólnego zarządu	(22 479)	-	(22 479)
Pozostałe przychody/(koszty operacyjne) netto	4 856	(1 816)	3 040
Zysk z działalności operacyjnej	25 023	(1 816)	23 207
EBITDA	60 740	(1 816)	58 924
Koszty finansowe netto	(7 524)	(2 092)	(9 616)
Podatek dochodowy	(4 162)	106	(4 056)
Zysk netto z działalności kontynuowanej	13 337	(3 802)	9 535
Działalność do wycofania z konsolidacji			
Zysk netto za okres do wycofania z konsolidacji	(849)	-	(849)
Zysk netto za okres	12 488	(3 802)	8 686
- przypisany akcjonariuszom jednostki dominującej	12 531	(3 802)	8 739

1H2012	Raportowane jako dane porównawcze do sprawozdania skonsolidowanego za 1H2012	Skorygowane o zdarzenia jednorazowe	Skorygowane przeliczone- dane porównawcze dla celów zarządczych
Działalność kontynuowana			
Przychody ze sprzedaży	521 396	521 396	515 128
Koszt własny sprzedaży	(336 148)	(336 148)	(332 921)
Zysk brutto ze sprzedaży	185 248	185 248	182 207
Koszty sprzedaży	(128 359)	(128 359)	(126 466)
Koszty ogólnego zarządu	(25 993)	(25 993)	(25 360)
Pozostałe przychody/(koszty operacyjne) netto	23	1 693	1 680
Zysk z działalności operacyjnej	30 919	32 589	32 061
EBITDA	67 629	69 299	68 405
Koszty finansowe netto	(8 612)	(8 612)	(8 882)
Podatek dochodowy	(8 398)	(8 398)	(8 304)
Zysk netto z działalności kontynuowanej	13 909	15 579	14 875
Działalność do wycofania z konsolidacji			
Zysk netto za okres do wycofania z konsolidacji	919	919	893
Zysk netto za okres	14 828	16 498	15 768
- przypisany akcjonariuszom jednostki dominującej	14 828	16 498	15 768

- 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 EBIT i EBITDA w 1H2013 miał wpływ zysk ze sprzedaży aktywów trwałych 1 816 tys. zł (wpływ na opodatkowanie 106 tys. zł.).
Zysk ze sprzedaży 100% udziałów w Santa Trans.SK s.r.o. w kwocie 2 092 tys. zł został uwzględniony w pozycji koszty finansowe netto. Transakcja bez wpływu na opodatkowanie.
- Na wyniki 1H2012 miały wpływ odpisy aktualizujące wartość aktywów trwałych w wysokości 1 670 tys. zł (bez wpływu na podatek).
- Dla lepszej porównywalności wyników sprawozdania finansowe spółek zagranicznych Grupy za 1H2012 zostały przeliczone kursem wymiany walut do polskiego złotego z 1H2013.



WYNIKI GRUPY KOFOLA ZA 1H2013 i 1H2012 [tys. PLN]

	1H2013	1H2012*	Zmiana	%
Działalność kontynuowana				
Przychody ze sprzedaży	504 082	515 128	(11 046)	(2,1%)
Koszt własny sprzedaży	(345 472)	(332 921)	(12 551)	3,8%
Zysk brutto ze sprzedaży	158 610	182 207	(23 597)	(13,0%)
Koszty sprzedaży	(115 964)	(126 466)	10 502	(8,3%)
Koszty ogólnego zarządu	(22 479)	(25 360)	2 881	(11,4%)
Skorygowane pozostałe przychody/(koszty operacyjne) netto	3 040	1 680	1 360	81,0%
Skorygowany zysk z działalności operacyjnej	23 207	32 061	(8 854)	(27,6%)
Skorygowana EBITDA	58 924	68 405	(9 481)	(13,9%)
Skorygowane koszty finansowe netto	(9 616)	(8 882)	(734)	8,3%
Skorygowany podatek dochodowy	(4 056)	(8 304)	4 248	(51,2%)
Skorygowany zysk netto za okres	9 535	14 875	(5 340)	(35,9%)
Działalność do wycofania z konsolidacji				
Zysk netto za okres z działalności do wycofania z konsolidacji	(849)	893	(1 742)	(195,1%)
Skorygowany zysk netto za okres	8 686	15 768	(7 082)	(44,9%)
- przypisany akcjonariuszom jednostki dominującej	8 729	15 768	(7 039)	(44,6%)

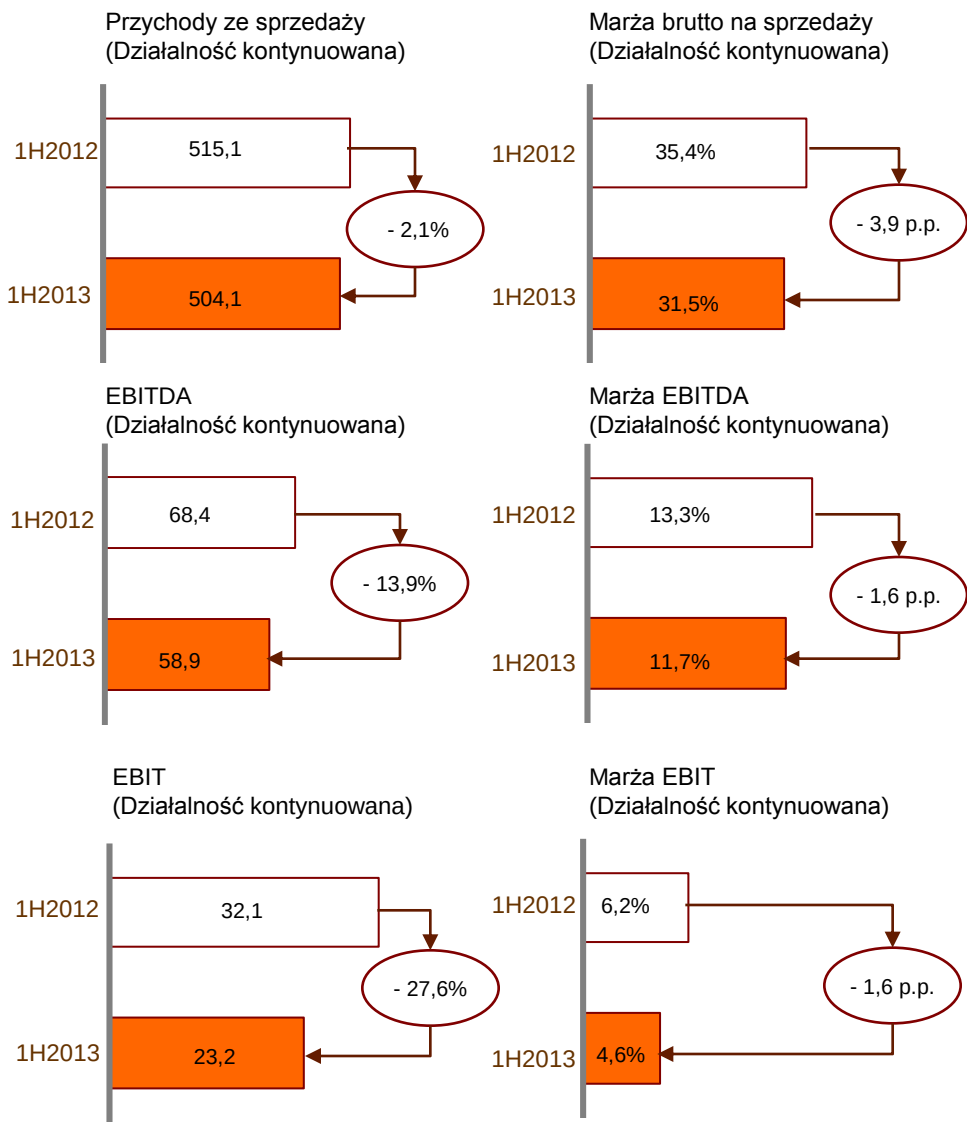
*dane za 1H2012 zostały przeliczone kursem wymiany walut do polskiego złotego z 1H2013 roku

- Spadek przychodów spowodowany przede wszystkim długą zimą oraz deszczową wiosną.
- Wpływ struktury sprzedaży oraz uzyskiwanych cen na rentowność sprzedaży (spadek konsumpcji w segmencie HoReCa oraz konieczność odpowiedzi na kampanie promocyjne konkurentów).
- Częściowa kompensata spadku zysku brutto ze sprzedaży dzięki oszczędnościom w kosztach sprzedaży (głównie optymalizacji kosztów logistycznych) oraz kosztach ogólnego zarządu.



PODSUMOWANIE WYNIKÓW GRUPY ZA 1H2013 [mln PLN]

Legenda: 1H2012
 1H2013



Komentarz do rachunku wyników za 1H2013

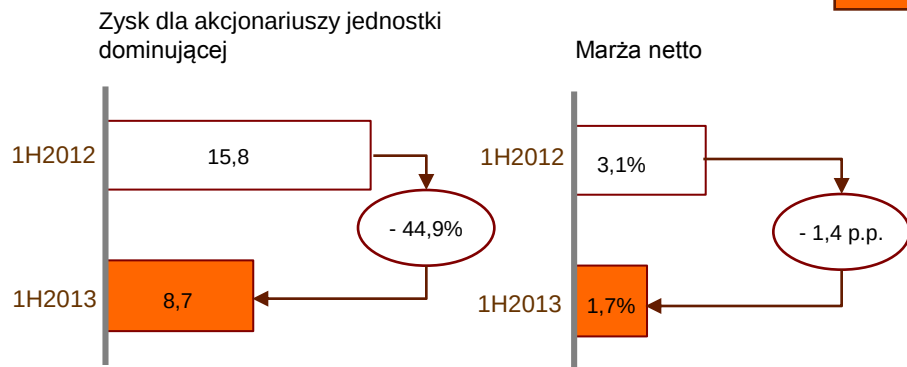
- Przychody ze sprzedaży zmniejszyły się o 2,1% na skutek niższych o 8,3 mln PLN przychodów w Hoop Polska, o 4,3 mln PLN w Kofoli na Słowacji oraz niższych o 3,0 mln PLN przychodów Kofoli w Czechach .
- Marża brutto ze sprzedaży zmniejszyła się o 3,9 p.p. w efekcie spadku w segmencie HoReCa (długa zima), wzrostu udziału sprzedaży do sieci handlowych oraz konkurencji cenowej, a także wysokiej cenie białego cukru.
- EBIT i EBITDA – spadek mniejszy niż spadek marży brutto dzięki optymalizacji procesów logistycznych oraz oszczędnościom w kosztach administracyjnych.
- Spadek marży EBIT i EBITDA jedynie o 1,6 p.p.



EBITDA 58,9 mln PLN, EBIT 23,2 mln PLN

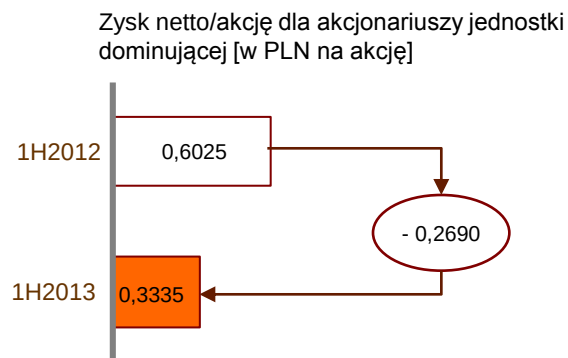
PODSUMOWANIE WYNIKÓW GRUPY ZA 1H2013 [mln PLN]

Legenda: 1H2012
 1H2013



Omówienie wyniku netto za 1H2013

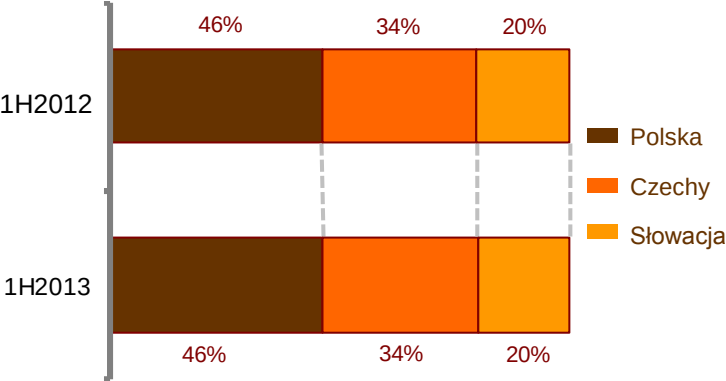
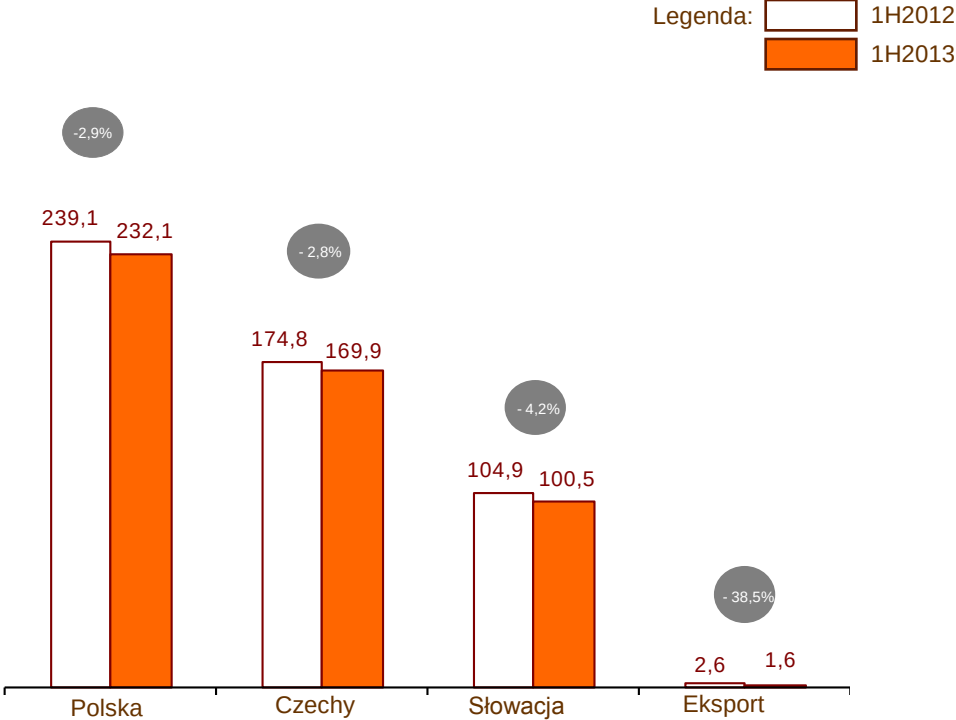
- Zysk netto dla akcjonariuszy jednostki dominującej zmniejszył się o 7,1 mln PLN w wyniku słabszego niż przed rokiem pierwszego kwartału.
- Rentowność zysku netto niższa o 1,4 p.p. niż przed rokiem



Zysk netto dla akcjonariuszy jednostki dominującej 8,7 mln PLN



STRUKTURA PRZYCHODÓW WG SEGMENTÓW GEOGRAFICZNYCH (DZIAŁALNOŚĆ KONTYNUOWANA)* ZA 1H2013 [mln PLN]



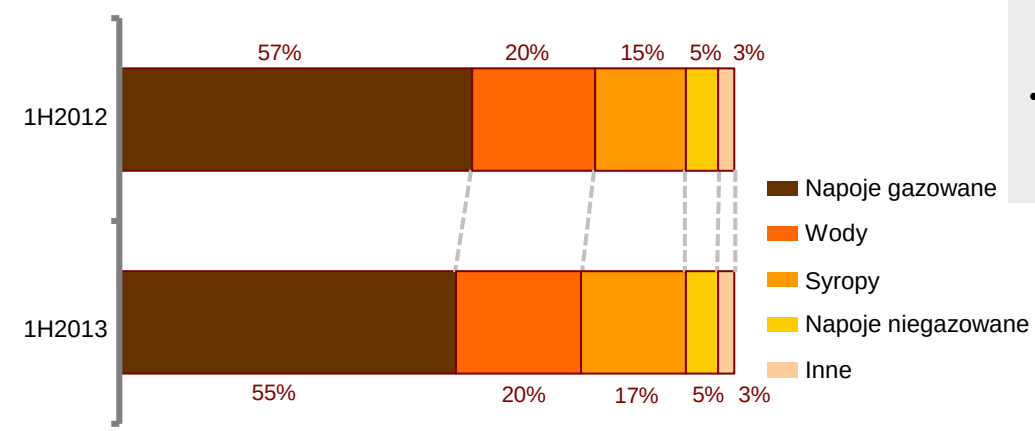
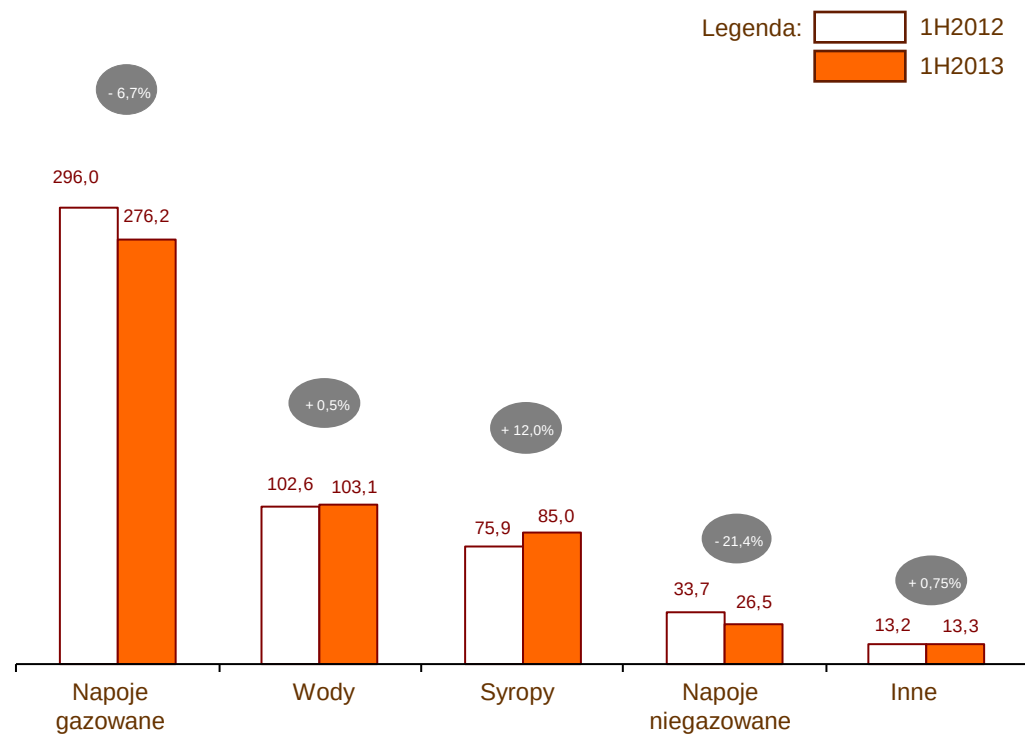
Omówienie segmentów geograficznych (Działalność kontynuowana)

- Polska**
Przychody ze sprzedaży zmniejszyły się o 2,9% na skutek niższych o 8,2 mln PLN przychodów w Hoop Polska
- Czechy**
Przychody ze sprzedaży zmniejszyły się o 2,8% w walucie polskiej (tylko 1,8% w walucie lokalnej), wskutek słabszej sprzedaży w restauracjach. Spadek w segmencie gastro częściowo zrekomensowany wzrostem przychodów w segmencie impulsowym. Stabilna pozycja na rynku detalicznym.
- Słowacja**
Przychody ze sprzedaży zmniejszyły się o 4,2% w walucie polskiej (4,1% w walucie lokalnej), wskutek słabszej sprzedaży w restauracjach. Spadek w segmencie gastro częściowo zrekomensowany wzrostem przychodów w segmencie impulsowym. Stabilna pozycja na rynku detalicznym.



*dane za 1H2012 według kursu historycznego

STRUKTURA PRZYCHODÓW WG SEGMENTÓW PRODUKTOWYCH (DZIAŁALNOŚĆ KONTYNUOWANA)* ZA 1H2013 [mln PLN]



*dane za 1H2012 według kursu historycznego

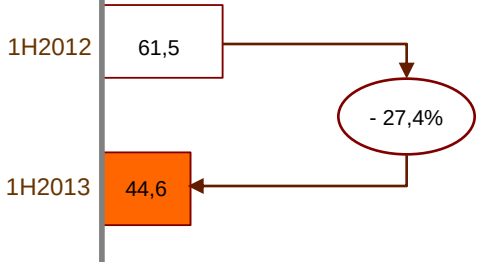
- ### Wyjaśnienie zmian w segmentach produktowych (Działalność kontynuowana)
- Wyjątkowo długa i śnieżna zima oraz deszczowa wiosna miały negatywny wpływ na przychody we wszystkich segmentach produktowych.
 - Na obniżenie obrotów w segmencie napojów gazowanych miały wpływ niższe przychody ze sprzedaży napojów Kofola i Hoop Cola będące skutkiem agresywnej promocji naszych konkurentów w segmencie napojów typu cola.
 - Niewielki wzrost w segmencie wód dzięki nowościom smakowym oraz rozpoczęciu dystrybucji luksusowych marek wód Evian i Badoit.
 - Wzrost w segmencie syropów dzięki wprowadzonej w 2012 roku nowej klasie syropów Jupi, pomimo agresywnych promocji naszych konkurentów. Syropy Jupi umocniły pozycję lidera na rynku czeskim i oraz wicelidera na rynku słowackim. Syrop Paola na rynku polskim zmniejszył dystans do syropów Herbapolu.
 - Spadek przychodów w segmencie napojów niegazowanych wynikający z długoterminowego trendu spadkowego całej kategorii.
 - Segment Inne reprezentowany głównie przez napoje energetyczne (Semtex) osiągnął przychody na poziomie pierwszego półrocza 2012 roku.



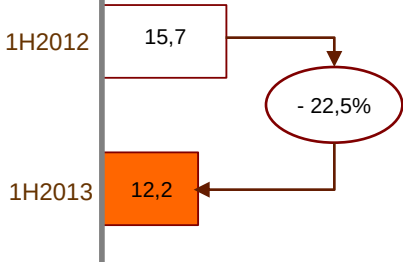
PODSUMOWANIE WYNIKÓW GRUPY ZA 1H2013 [mln PLN]

Legenda:  1H2012
 1H2013

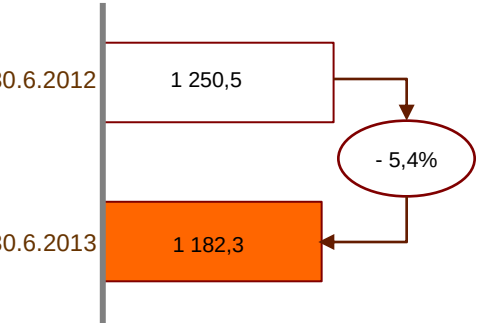
Cash Flow Operacyjny
(Działalność kontynuowana)*



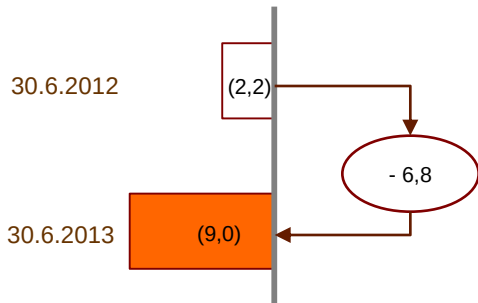
Nakłady inwestycyjne
(Działalność kontynuowana)*



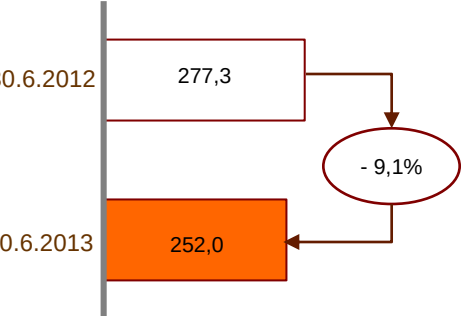
Suma Bilansowa
(Działalność kontynuowana)



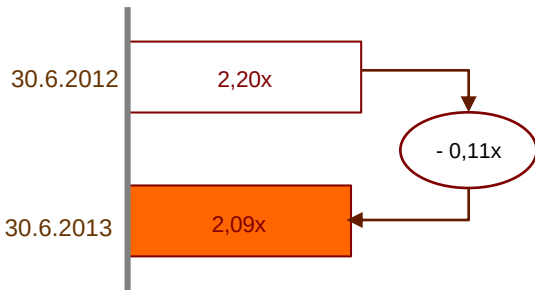
Kapitał Obrotowy
(Działalność kontynuowana)



Dług Netto
(Działalność kontynuowana)



Dług Netto/12mEBITDA
(Działalność kontynuowana)



*dane za 1H2012 według kursu historycznego

Omówienie cash flow i zadłużenia

- Przepływy pieniężne z działalności operacyjnej zmniejszyły się o 16,9 mln PLN głównie na skutek niekorzystnego kierunku różnic kursowych oraz obniżenia wyniku brutto i mniejszego niż przed rokiem wzrostu zobowiązań handlowych
- Spadek długu netto z działalności kontynuowanej o 25,3 mln PLN w ciągu ostatniego roku.
- Spadek kapitału obrotowego z działalności kontynuowanej o 6,8 mln PLN.
- Zadłużenie netto/12mEBITDA z działalności kontynuowanej niższe o 0,11 raza w porównaniu z pierwszym półroczem 2012 roku.
- Spadek nakładów inwestycyjnych o 22,5%

Spadek długu netto z działalności kontynuowanej o 25,3 mln PLN w porównaniu z 30.6.2012

- Grupa Kapitałowa KOFOLA w 1H2013
- Omówienie wyników finansowych i biznesowych za 1H2013
- **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	10	5	1	-
Syropy i koncentraty	2	1	2	-
Napoje dziecięce	6	2	2	-
Napoje energetyczne	-	4	9	-
Napoje niskoalkoholowe (alkopopy)	-	-	-	3*

- 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.
- Jupi zdecydowanym liderem w segmencie syropów w Czechach, pozycja wicelidera na Słowacji dzięki innowacjom. Drugie miejsce syropu Paola w Polsce.
- Pionier na rynku napojów dziecięcych dzięki ciągłym innowacjom. W Czechach i na Słowacji napoje Jupik z udziałem rynkowym tuż za Kubikiem.
- Napój energetyczny Semtex od zakupu w 2011 roku umacnia swoją pozycję w Czechach i na Słowacji.
- Wysoka pozycja na rynku alkopopów w Rosji - szczególnie na obszarze moskiewskim (niestety na spadającym rynku – wskutek obostrzeń w sprzedaży i marketingu napojów alkoholowych).

* volumenowy udział na rynku moskiewskim

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

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

- Konkurencyjny rynek z konsumentami poszukującymi oszczędności będzie silnie oddziaływał na obniżenie marż producentów
- Agresywne kampanie cenowe konkurentów

NOWOŚCI

- Rozszerzanie dystrybucji napojów post-mixowych
- Chito tonic water w 1,5l PET
- Paola w nowych smakach z niekapkiem

DZIAŁANIA OSZCZĘDNOŚCIOWE

- Dalsza optymalizacja procesów logistycznych celem obniżenia kosztów logistyki
- Dalsze obniżanie gramatury butelek
- 'Tunning' kosztów stałych
- Dalsze upraszczanie struktury
- Wyprzedaż zbędnych aktywów

PRZYCHODY

- Budowanie i rozszerzenie dystrybucji nowości
- Kontrolowane promocje cenowe w celu odbudowy marży brutto ze sprzedaży
- Wprowadzenie markowych produktów do sieci dyskontowych

- Grupa Kapitałowa KOFOLA w 1H2013
- Omówienie wyników finansowych i biznesowych za 1H2013
- 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:

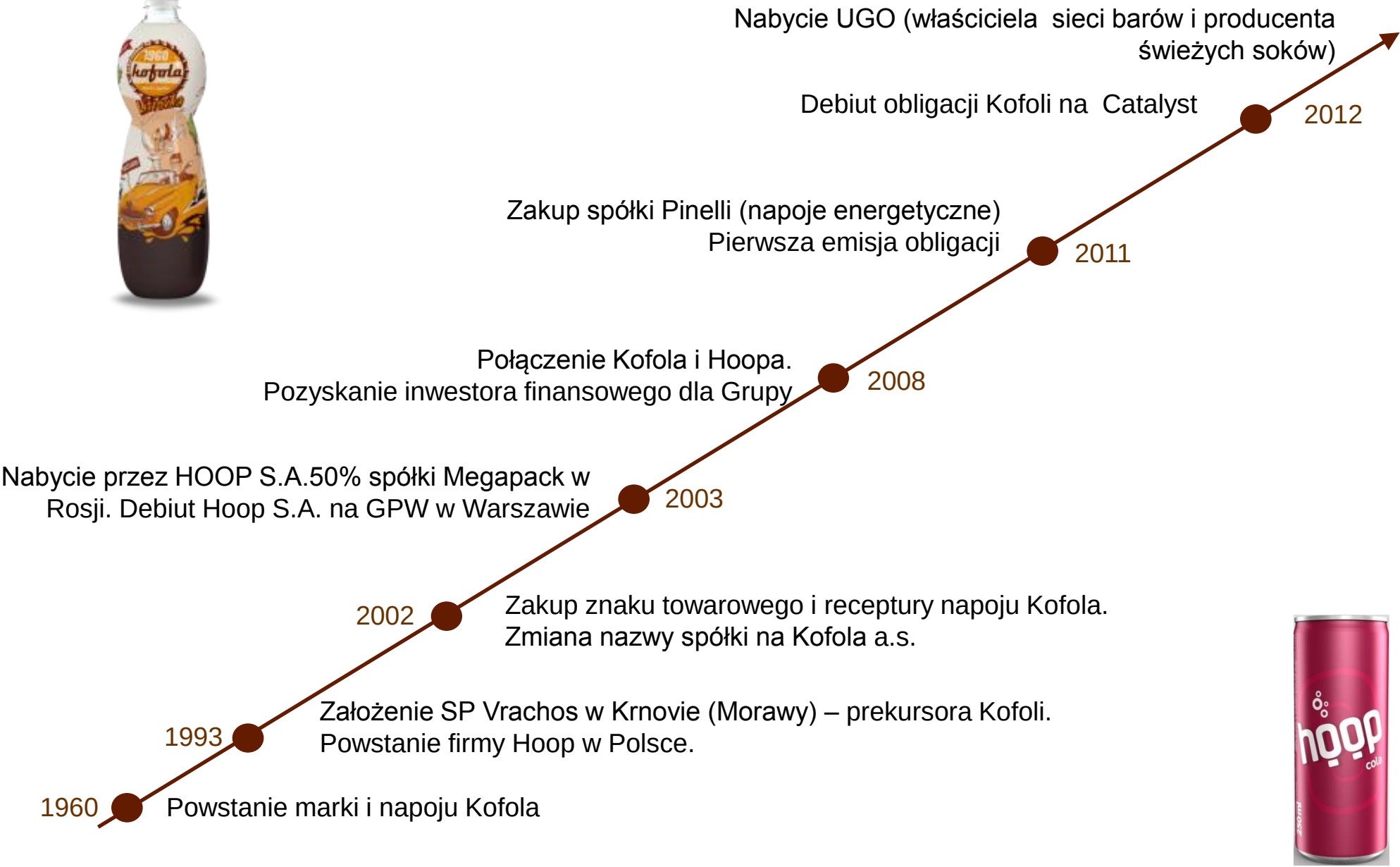
Do 2017 roku chcemy stać się wiodącą firmą w segmencie HoReCa i produktów impulsowych wpływając na cały rynek w Czechach i na Słowacji. Stabilizować zyskowność kanału detalicznego. Będziemy oferowali coraz zdrowsze wersje naszych produktów i, jak to było do tej pory, produkować nasze napoje z miłością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

Nasze kluczowe kompetencje to nasze DNA:

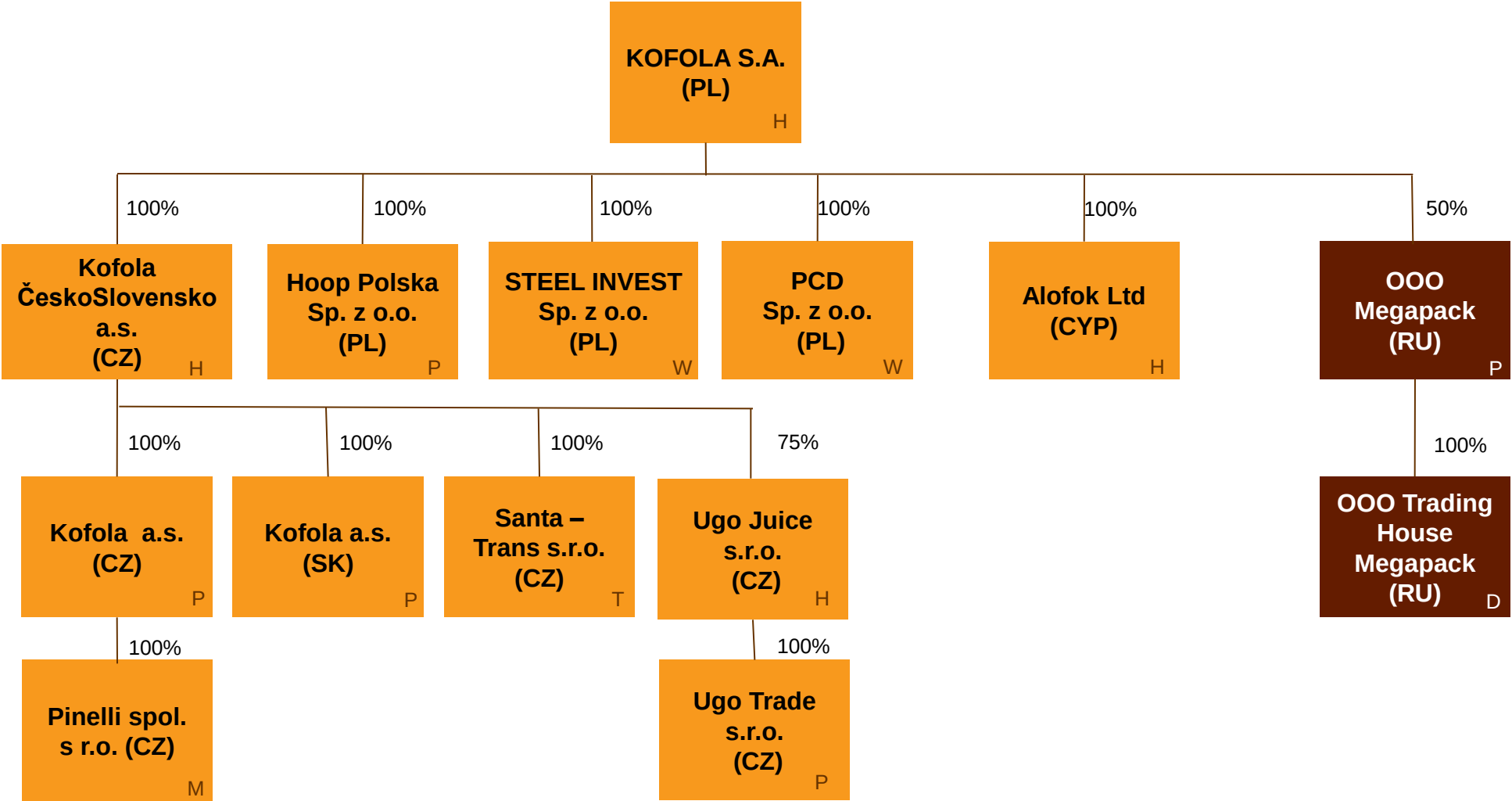
- Staramy się być o krok do przodu
- Stale poszukujemy nowych możliwości rozwoju
- Naszą firmę współtworzymy razem z naszymi konsumentami, klientami, dostawcami i pracownikami
- Dostarczamy emocje
- Pracujemy tam gdzie jest nasz dom i tam gdzie możemy zrozumieć naszą kulturę



HISTORIA GRUPY KOFOLA



STRUKTURA GRUPY KOFOLA NA KONIEC 1H2013

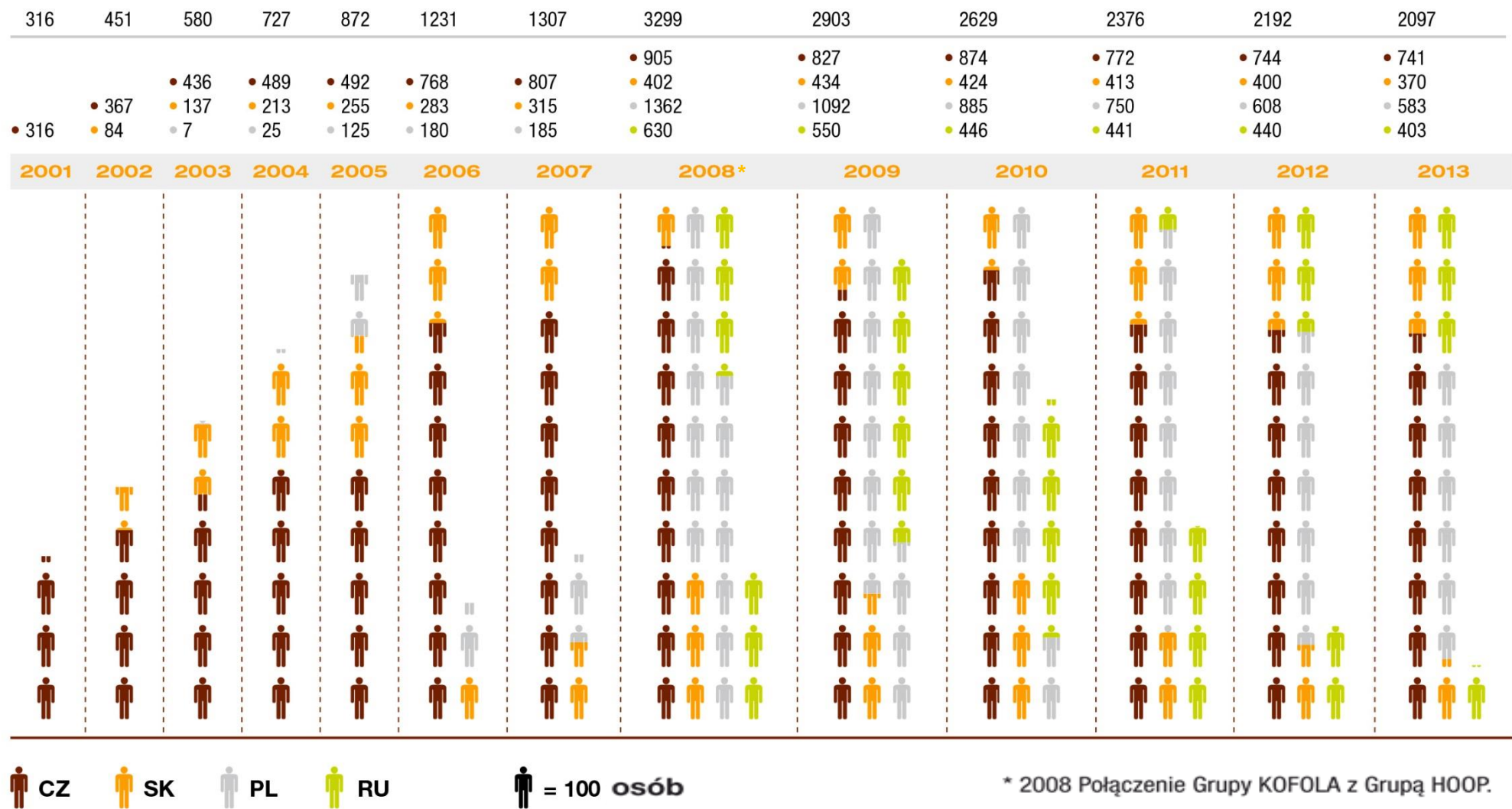


Legenda:

- Spółka konsolidowana metodą pełną
- Spółka konsolidowana metodą praw własności

- P – Spółka produkcyjno-sprzedażowa
- D – Spółka dystrybucyjna
- T – Spółka transportowa
- H – Spółka holdingowa
- W – Działalność wygaszona

ZATRUDNIENIE W KRAJACH OD 2001 ROKU

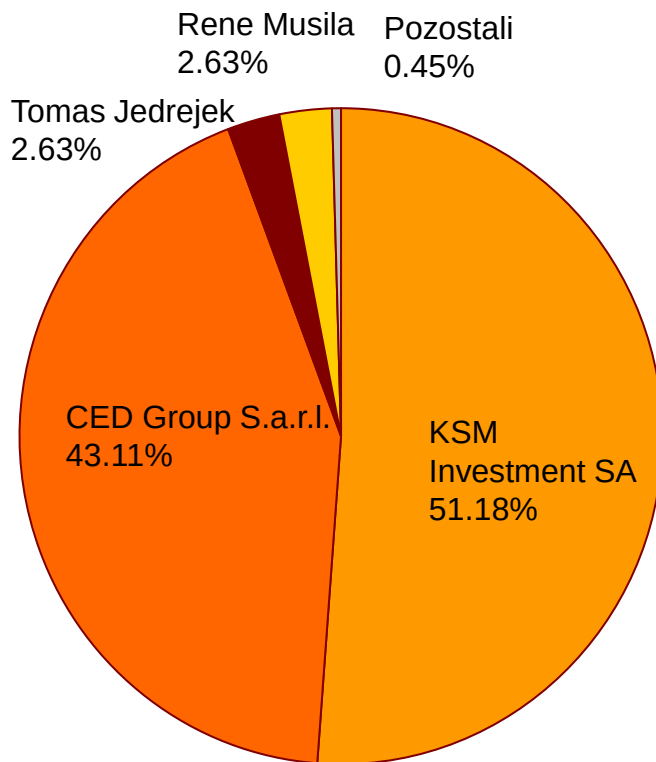


	PL	CZ	SK	RU
Kanał nowoczesny (sieci handlowe)				
Kanał tradycyjny (hurtownie i dystrybutorzy)				
HoReCa				
B2B (marki dedykowane, co-packing, toll-manufacturing)				
Dystrybucja bezpośrednia				
Maszyny wendingowe				

- 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 rozpoczęła w I kw. 2010 r. w Czechach (operatorem jest firma zewnętrzna)

- Grupa Kapitałowa KOFOLA w 1H2013
- Omówienie wyników finansowych i biznesowych za 1H2013
- 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

Umorzenie akcji własnych

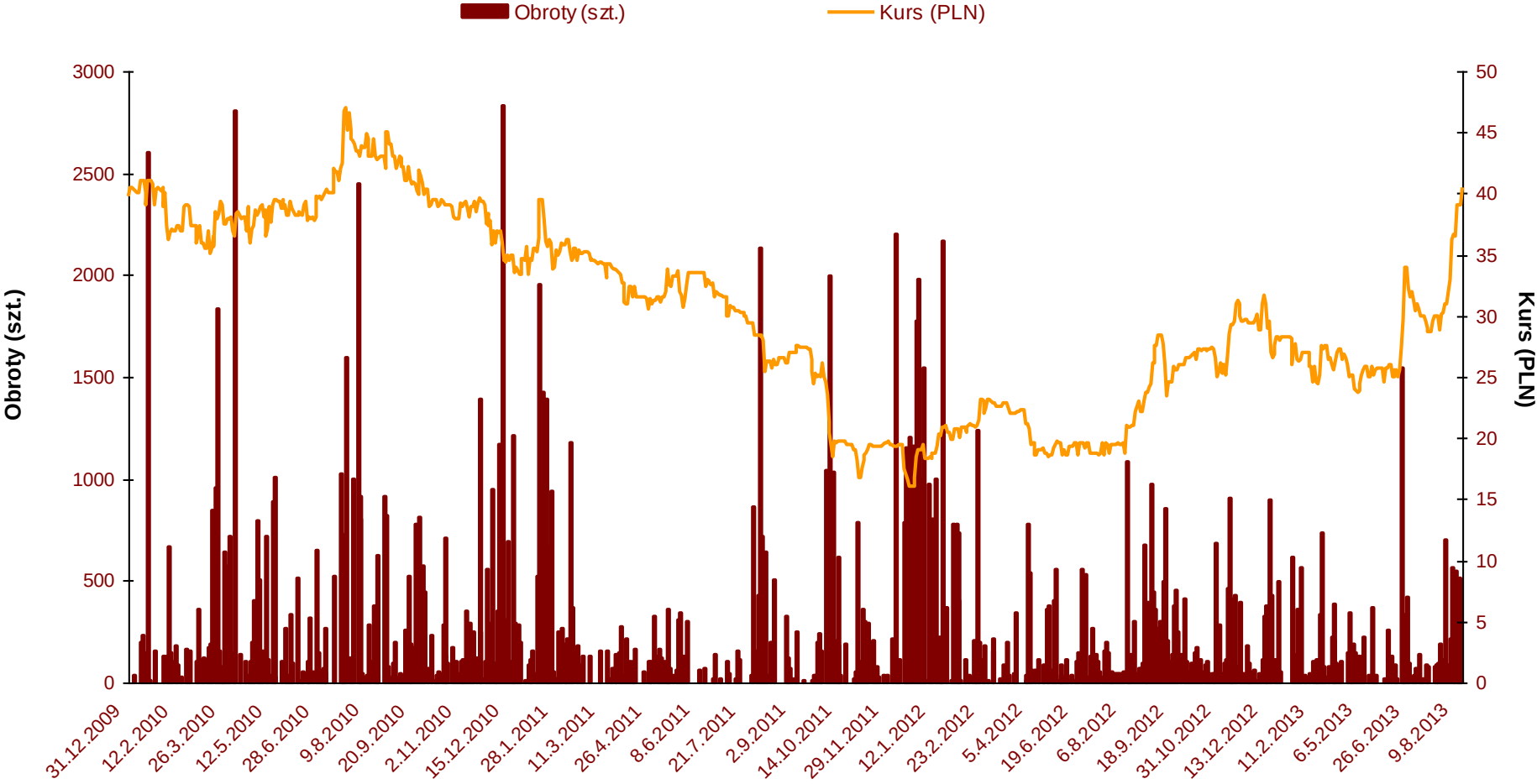
- ZWZ KOFOLA S.A. w dniu 24 czerwca 2013 roku postanowiło o umorzeniu 2 599 akcji zwykłych nabytych w ramach programu odkupu zakończonego z końcem 2012 roku oraz postanowiło o obniżeniu kapitału zakładowego o kwotę 2 599 zł do kwoty 26 170 003 zł. Do dnia 27 sierpnia 2013 roku obniżenie kapitału nie zostało zarejestrowane przez sąd.

Program odkupu akcji własnych

- ZWZ KOFOLA S.A. w dniu 24 czerwca 2013 roku upoważniło Zarząd KOFOLA S.A. do nabywania akcji własnych w celu ich umorzenia i obniżenia kapitału zakładowego KOFOLA S.A.. Łączna liczba akcji objętych Programem Odkupu wyniesie nie więcej niż 116 108 akcji (0,45% kapitału zakładowego). Środki przeznaczone na realizację Programu nie mogą przekroczyć 930 tys. zł, a cena nabywanych akcji nie może być wyższa niż 40 zł. Program w trakcie realizacji.

KURS AKCJI I OBROTY

Średni kurs w 2012 roku	22,6 PLN	Średni kurs w 2013 roku	28,1 PLN
Średnie obroty na sesji	187 szt.	Średnie obroty na sesji	125,7 szt.



- Grupa Kapitałowa KOFOLA w 1H2013
- Omówienie wyników finansowych i biznesowych za 1H2013
- 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.