



kofola

WYNIKI GRUPY KOFOLA ZA 1H2014

Prezentacja dla Inwestorów

26 sierpnia 2014

- **Grupa Kapitałowa KOFOLA w 1H2014**
 - Omówienie wyników finansowych i biznesowych za 1H2014
 - Rynki, trendy i kierunki rozwoju
 - Profil i historia Grupy Kapitałowej KOFOLA
 - Akcjonariat i kurs akcji
 - Kontakt



GRUPA KAPITAŁOWA KOFOLA W 1H2014

Przychody według segmentów		1H2014	%
Napoje gazowane	[mln PLN]	246,5	53%
Wody	[mln PLN]	98,4	21%
Syropy	[mln PLN]	74,0	16%
Napoje niegazowane	[mln PLN]	24,6	5%
Pozostałe	[mln PLN]	21,4	5%
Przychody ze sprzedaży	[mln PLN]	464,9	100%
EBITDA	[mln PLN]	63,3	
Suma aktywów	[mln PLN]	964,9	
Kapitały własne ogółem	[mln PLN]	388,2	
Zadłużenie netto	[mln PLN]	194,7	
Zadłużenie netto /12mEBITDA		1,48	
Zadłużenie netto/kapitały własne		0,50	
Zysk netto/akcję dla akcjonariuszy jednostki dominującej	[PLN/akcję]	0,6801	



NASZE GŁÓWNE MARKI



NOWOŚCI WPROWADZONE W CIĄGU 2014 ROKU

Rynki



Kofola z Guaraną ENERGY

Kofola z Guaraną z wyciągiem z guarany zawiera naturalną kofeinę, która pobudza, zmniejsza zmęczenie, utrzymuje skupienie i czujność. Co więcej, nowy produkt zawiera kofeinę i witaminy B3, B9 i B12, które zwiększają wydajność. Kofola z Guaraną zawiera taką samą ilość kofeiny jak klasyczne napoje energetyczne, a mimo to smakuje jak Kofola. Produkt jest dostępny na rynkach czeskim i słowackim w puszkach 0,25 l oraz 0,5 l



Jupik bez konserwantów dla Polski

Po Czechach i Słowacji Jupik bez konserwantów jest dostępny również na rynku polskim. Produkt jest oferowany w butelkach PET 0,33 l i 0,5l.



Vinea Lajt

Popularny brand w wersji bez cukru dla tych, którzy wybierają zdrowy styl życia. Produkt jest dostępny na rynku słowackim w butelkach PET 1,5l i 0,5l oraz w butelkach szklanych 0,25l.



Nowe smaki Rajca – mięta i dzika truskawka

Nowe orzeźwiające smaki wody Rajec. Produkt jest dostępny na rynku czeskim i słowackim w butelkach PET 1,5l oraz 0,75l.





Semtex Cactus

Nasz energetyk otrzymuje nowy smak – kaktus. Produkt jest dostępny na rynku czeskim i słowackim w puszkach 0,5l.



Jupí Double

Nowa linia produktowa syropów Jupí, w której oferujemy dwa unikalne smaki – pomarańcza/mango oraz wiśnia/jabłko. Syrop jest bardziej skoncentrowany, przez co z 1 butelki syropu można przygotować więcej litrów napoju. Produkt jest dostępny na rynku czeskim i słowackim w butelkach PET 1,25l.



Bublino - Jupík Funny Bubbles

Rodzina napoi Bublino powiększa się o syrop dla dzieci Jupík Funny Bubbles do przygotowywania orzeźwiającej lemoniady w domu. Produkt jest dostępny na rynku czeskim i słowackim w butelkach PET 0,5l.



NAGRODY I WYRÓŻNIENIA W CIĄGU 2014 ROKU



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

Kofola a.s. Czechy otrzymała nagrodę Superbrands 2014 za marki **Kofola** i **Rajec**.



Kofola ČeskoSlovensko a.s. otrzymała tytuł **Ruban d’Honneur** w European Business Awards.

Hoop Polska Sp. z o.o. otrzymał tytuł **Przebój FMCG 2014** za markę **Jupik**.



GLÓWNE WYDARZENIA I DZIAŁANIA ZREALIZOWANE W CIĄGU 2014 ROKU

Działanie	Efekty
Nabycie Grupy Mangaloo	21 stycznia 2014 roku Kofola ČeskoSlovensko a.s. nabyła 100% udziałów w Grupie Mangaloo. Grupa Mangaloo jest właścicielem sieci barów ze świeżymi sokami zlokalizowanych w kilku dużych centrach handlowych na terenie Czech. W efekcie tej transakcji Grupa Kofola stała się największym operatorem barów ze świeżymi sokami w Europie Środkowej.
Sprzedaż nieruchomości w Rajcu	W dniu 8 kwietnia 2014 roku Kofola a.s. (SK) sprzedała nieruchomości w Rajcu (magazyny i biura) za kwotę 6 253 tysięcy złotych.
Potencjalna akwizycja Spółki Radenska	Grupa KOFOLA S.A. bierze udział w przetargu na przejęcie spółki Radenska d.d. (pierwszy producent wody mineralnej w Słowenii). Dla potrzeb przetargu Grupa KOFOLA S.A. połączyła siły ze słoweńską Grupą P&P.

- Grupa Kapitałowa KOFOLA w 1H2014
- **Omówienie wyników finansowych i biznesowych za 1H2014**
- Rynki, trendy i kierunki rozwoju
- Profil i historia Grupy Kapitałowej KOFOLA
- Akcjonariat i kurs akcji
- Kontakt



OTOCZENIE RYNKOWE GRUPY W CIĄGU 2014 ROKU

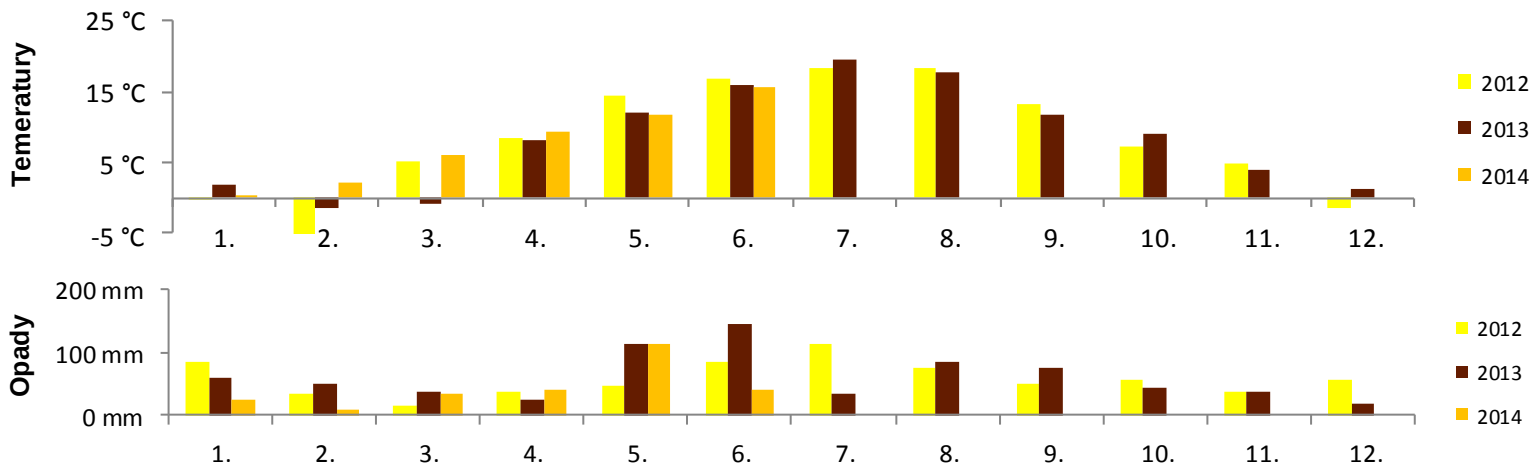


- W dalszym ciągu zauważalna wśród konsumentów tendencja do poszukiwania oszczędności
- Kontynuacja tendencji wśród konsumentów polegającej na rezygnacji z konsumpcji w lokalach na rzecz konsumpcji w domach i w rezultacie zmniejszająca się liczba restauracji w Czechach i na Słowacji
- Stabilizacja cen surowców

- Spadek konsumpcji w najbardziej rentownym segmencie gastro
- Przyspieszony wzrost sieci dyskontowych

- Wzrost stawki podatku akcyzowego na napoje alkoholowe w Rosji

Porównanie temperatur i opadów w Europie Środkowej



WYNIKI GRUPY KOFOLA ZA 1H2013 SKORYGOWANE O ZDARZENIA JEDNORAZOWE

[tys. PLN]

1H2013	IFRS	Skorygowane o zdarzenia jednorazowe	Skorygowane przeliczone
Działalność kontynuowana			
Przychody ze sprzedaży	504 082	504 082	486 791
Koszt własny sprzedaży	(345 472)	(345 472)	(335 758)
Zysk brutto ze sprzedaży	158 610	158 610	151 033
Koszty sprzedaży	(115 964)	(115 964)	(110 925)
Koszty ogólnego zarządu	(22 479)	(22 479)	(21 030)
Pozostałe przychody/(koszty operacyjne) netto	4 856	3 040	3 001
Zysk z działalności operacyjnej	25 023	23 207	22 079
EBITDA	60 740	58 924	56 678
Koszty finansowe netto	(7 524)	(9 616)	(10 576)
Podatek dochodowy	(4 162)	(4 056)	(3 778)
Zysk netto z działalności kontynuowanej	13 337	9 535	7 725
Działalność do wycofania z konsolidacji			
Zysk netto za okres do wycofania z konsolidacji	(849)	(849)	(849)
Zysk netto za okres	12 488	8 686	6 876
- przypisany akcjonariuszom jednostki dominującej	12 531	8 729	6 918

- 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.
- Dla lepszej porównywalności wyników sprawozdania finansowe spółek zagranicznych Grupy za 1H2013 zostały przeliczone kursem wymiany walut do polskiego złoto z 1H2014.



WYNIKI GRUPY KOFOLA ZA 1H2014 i 1H2013 [tys. PLN]

	1H2014	1H2013*
Działalność kontynuowana		
Przychody ze sprzedaży	464 856	486 791
Koszt własny sprzedaży	(295 320)	(335 758)
Zysk brutto ze sprzedaży	169 536	151 033
Koszty sprzedaży	(115 444)	(110 925)
Koszty ogólnego zarządu	(25 377)	(21 030)
Skorygowane pozostałe przychody/(koszty operacyjne) netto	1 007	3 001
Skorygowany zysk z działalności operacyjnej	29 722	22 079
Skorygowana EBITDA	63 306	56 678
Skorygowane koszty finansowe netto	(6 278)	(10 576)
Skorygowany podatek dochodowy	(5 636)	(3 778)
Skorygowany zysk netto za okres	17 808	7 725
Działalność do wycofania z konsolidacji		
Zysk netto za okres z działalności do wycofania z konsolidacji	-	(849)
Skorygowany zysk netto za okres	17 808	6 876
- przypisany akcjonariuszom jednostki dominującej	17 791	6 918

Komentarz:

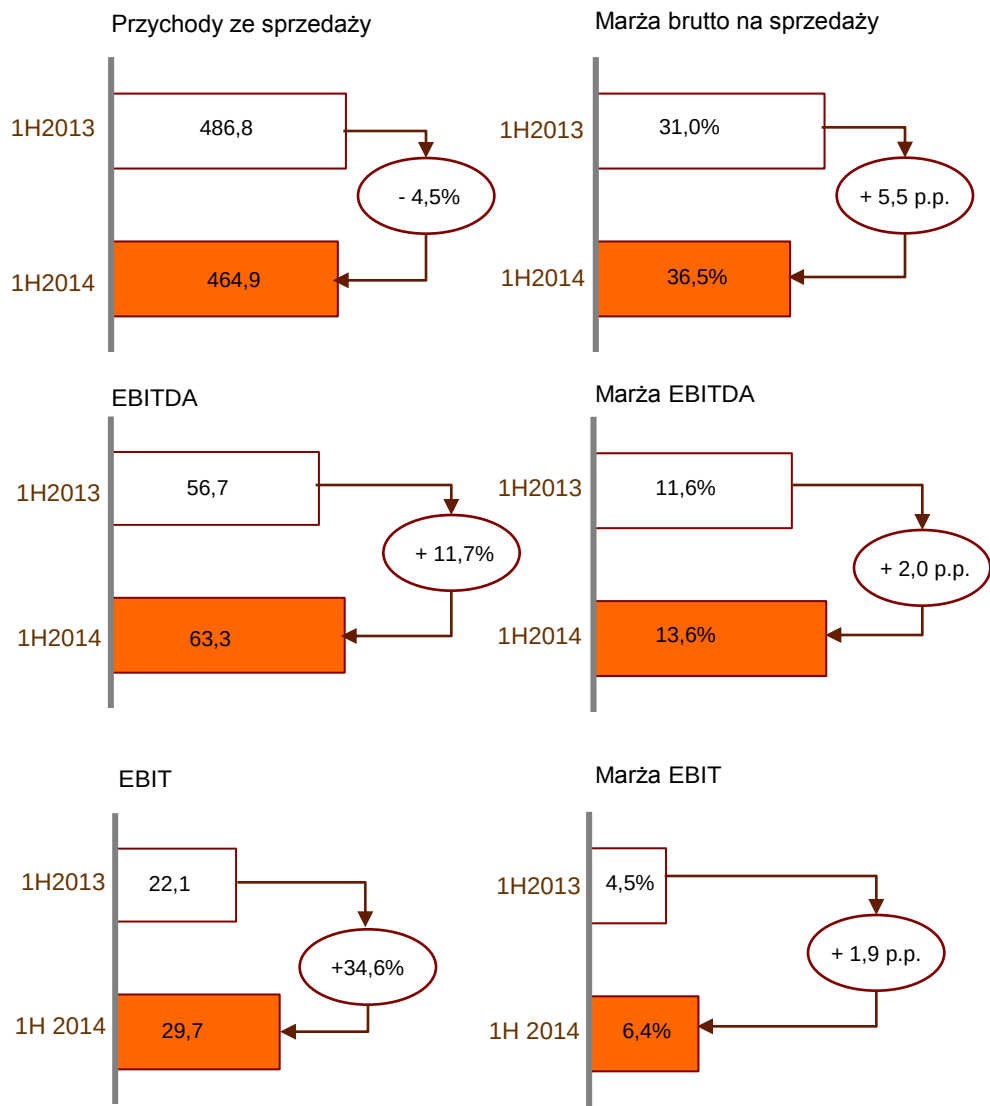
- Wzrost wyników finansowych w porównaniu do 1H2013

*dane za 1H2013 zostały przeliczone kursem wymiany walut do polskiego złotego z 1H2014 roku i skorygowane o zdarzenia jednorazowe



PODSUMOWANIE WYNIKÓW GRUPY W 1H2014 [mln PLN]

Legenda: 1H2013
 1H2014



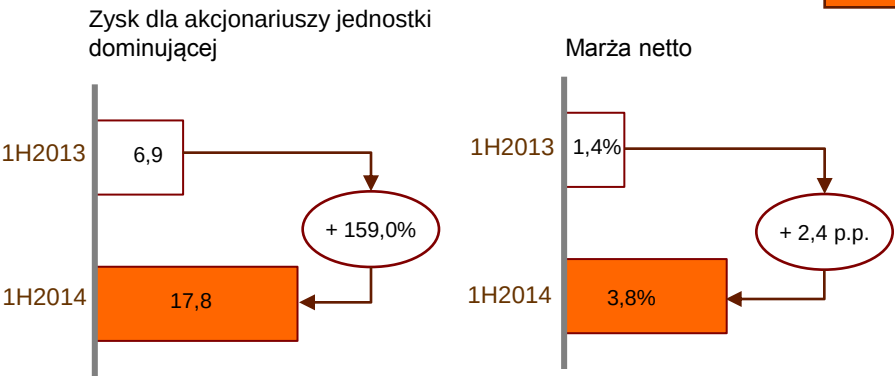
Komentarz do rachunku wyników za 1H2014

- Stabilizacja cen surowców, przesunięcie remontów na czas po sezonie oraz wzrost efektywności produkcji spowodowały poprawę marży brutto na sprzedaży.
- EBIT i EBITDA - wzrost ze względu na poprawę zysku brutto ze sprzedaży
- Znacząca poprawa marży EBIT i EBITDA

EBITDA 63,3 mln PLN
EBIT 29,7 mln PLN

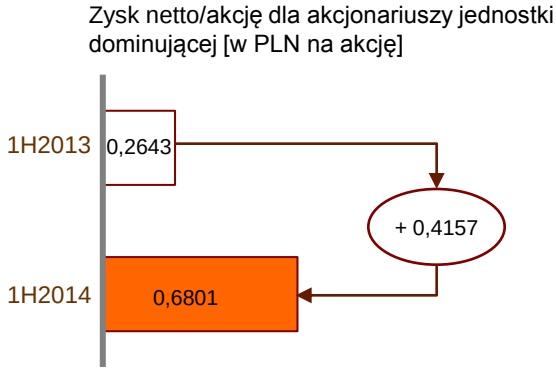
PODSUMOWANIE WYNIKÓW GRUPY W 1H2014 [mln PLN]

Legenda: 1H2013
 1H2014



Omówienie wyniku netto za 1H2014

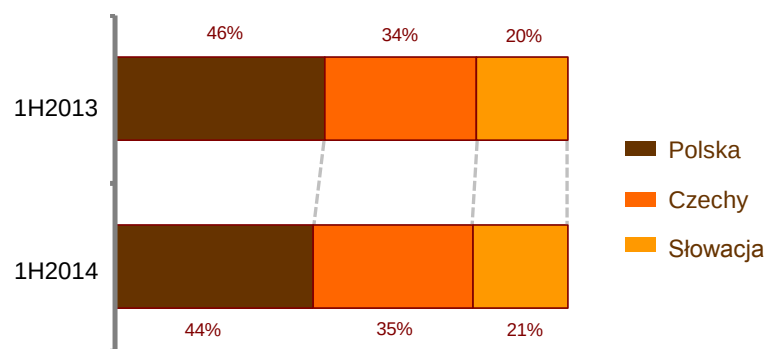
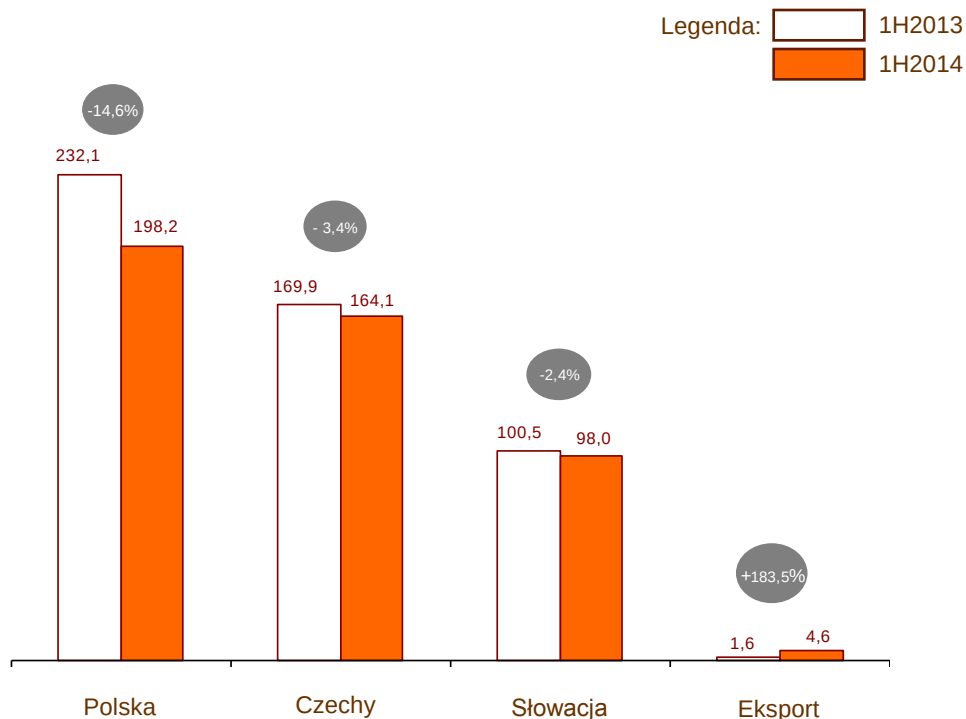
- Wzrost marży netto o 2,4 p.p.
- Wzrost zysku netto dla akcjonariuszy jednostki dominującej o 10,9 mln PLN
- Zysk netto/akcję 0,6801 zł / akcję



**Zysk dla akcjonariuszy jednostki dominującej
17,8 mln PLN**



STRUKTURA PRZYCHODÓW WG SEGMENTÓW GEOGRAFICZNYCH* ZA 1H2014 [mln PLN]



*dane za 1H2013 przeliczone według kursu historycznego

Omówienie segmentów geograficznych

• Polska

Przychody spadły o 14,6% ze względu na niższą o 34,2 mln zł sprzedaż HOOP Polska. Ten spadek pochodzi głównie z kanału nowoczesnego i wynika z faktu, że koncentrujemy się na poprawie marży na naszych produktach w Polsce pomimo tego, że możemy tracić część wolumenu.

Biorąc pod uwagę również marki prywatne HOOP Polska należy do TOP5 producentów w Polsce.

• Czechy

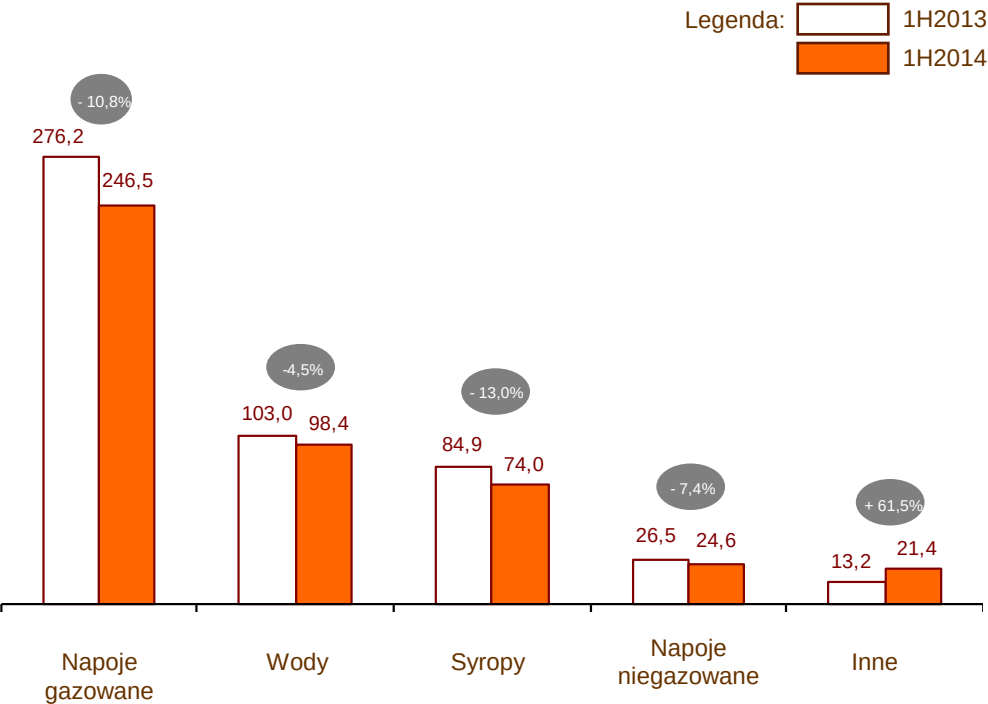
Przychody spadły o 3,4% w porównaniu do 1H2013 z powodu osłabienia kursu korony czeskiej względem polskiego złotego, w walucie lokalnej wystąpił wzrost o 1,7%. Ten lekki wzrost pochodzi z segmentu napojów impulsowych i wynika głównie z większej sprzedaży wody i napojów niegazowanych.

• Słowacja

Przychody spadły o 2,4% w złotych (1,4% w walucie lokalnej).

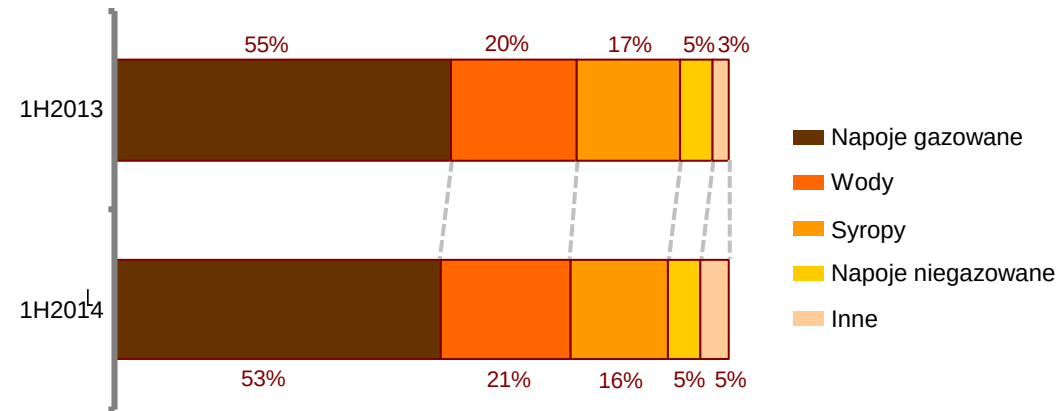
W 1H2014 Kofola SK miała wiodącą pozycję w segmencie detalicznym, jak również segmencie HoReCa pod względem udziału w rynku.

STRUKTURA PRZYCHODÓW WG SEGMENTÓW PRODUKTOWYCH* ZA 1H2014 [mln PLN]



Wyjaśnienie zmian w segmentach produktowych

- Głównym czynnikiem powodującym spadek przychodów w segmencie napojów gazowanych jest spadek sprzedaży tych napojów w Polsce.
- Stabilna sytuacja w segmencie wody dzięki nowym produktom (wody smakowe) oraz rozpoczęciu dystrybucji wód luksusowych marek (Evian, Badoit) oraz popularnej leczniczej wody mineralnej Vincentka
- Silna pozycja w segmencie syropów - pierwsza pozycja w Czechach, druga na Słowacji i w Polsce
- Stabilna sytuacja w segmencie napojów niegazowanych w wyniku innowacji.
- Znaczący wzrost w segmencie inne ze względu na wzrost sprzedaży Semtex i wzrost przychodów z barów ze świeżymi sokami (także dzięki przejściu grupy Mangaloo)



*dane za 1H2013 przeliczone według kursu historycznego



PODSUMOWANIE WYNIKÓW GRUPY W 1H2014 [mln PLN]

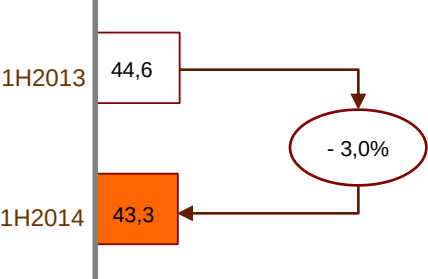
Legenda:  1H2013
 1H2014

Omówienie cash flow i zadłużenia

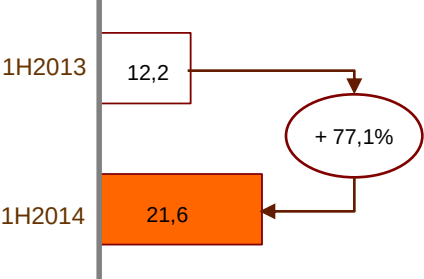
- Cash flow z działalności operacyjnej 43,3 mln PLN
- Spadek długu netto o 18,3%
- Dług netto/12mEBITDA z działalności kontynuowanej zmniejszył się do 1,48x w porównaniu do 1,97x na dzień 30 czerwca 2013 roku.

Dług Netto/12mEBITDA 1,48x

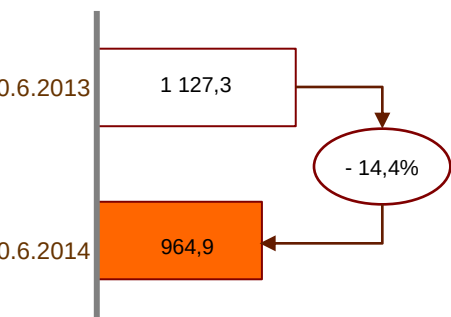
Cash Flow Operacyjny *



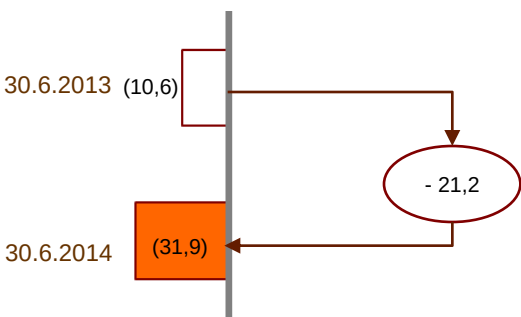
Nakłady inwestycyjne*



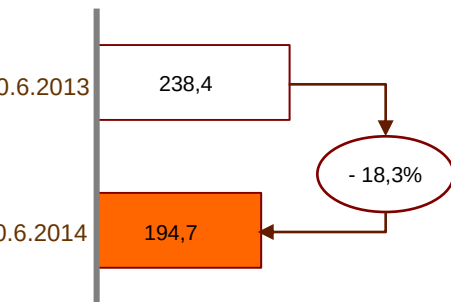
Suma Bilansowa



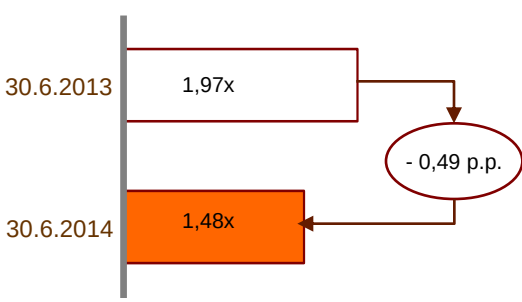
Kapitał Obrotowy



Dług Netto



Dług Netto/12mEBITDA



*dane za 1H2013 przeliczone według kursu historycznego

- Grupa Kapitałowa KOFOLA w 1H2014
- Omówienie wyników finansowych i biznesowych za 1H2014
- **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	1	-
Napoje gazowane	7	3	2	-
Wody	-	4	1	-
Syropy i koncentraty	2	1	2	-
Napoje dziecięce	4	2	2	-
Napoje energetyczne	-	4	11	-
Napoje niskoalkoholowe (alkopopy)	-	-	-	3*

- Numer 1 na Słowacji. Silna druga pozycja na rynku czeskim.
- Silna pozycja w sektorze napojów gazowanych na Słowacji dzięki zakupionej w 2008 roku marce Vinea.
- Pierwsza pozycja w wodach źródlanych na Słowacji. Pozycja osiągnięta dzięki innowacjom.
- 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 i Jupik Aqua 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).

* ilościowy 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.hravezizdrave.cz, www.hravozizdravo.sk, www.trzymajforme.pl)

CORAZ WIĘCEJ CZASU SPĘDZAMY POZA DOMEM

- Wchodzenie w rynek „on-the-go” (kioski, maszyny vendingowe, siłownie, szkoły, miejsca pracy, baseny, itp.)
- Zwiększenie udziału małych formatów w ofercie (większość nowości do 0,5l)
- Zwiększenie liczby obsługiwanych restauracji (uruchomienie bezpośredniej dystrybucji na Słowacji pod koniec 2009 roku)
- Uruchomienie zespołu handlowców pozyskujących lokale gastronomiczne w Czechach

KLIENCI POSZUKUJĄ WARTOŚCI

- Systematyczna praca nad obniżeniem kosztów produkcji i logistyki
- Dedykowany zespół do obsługi dyskontów spożywczych i produktów „Private label”.
- 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, Evian, Badoit)
- Wprowadzanie innowacji trafiających w gusta szerokiego grona klientów tzw. mainstream
- Zaangażowanie użytkowników w tworzenie pozytywnych emocji wokół marek

- Grupa Kapitałowa KOFOLA w 1H2014
- Omówienie wyników finansowych i biznesowych za 1H2014
- Rynki, trendy i kierunki rozwoju
- **Profil i historia Grupy Kapitałowej KOFOLA**
 - Akcjonariat i kurs akcji
 - Kontakt



Misja:

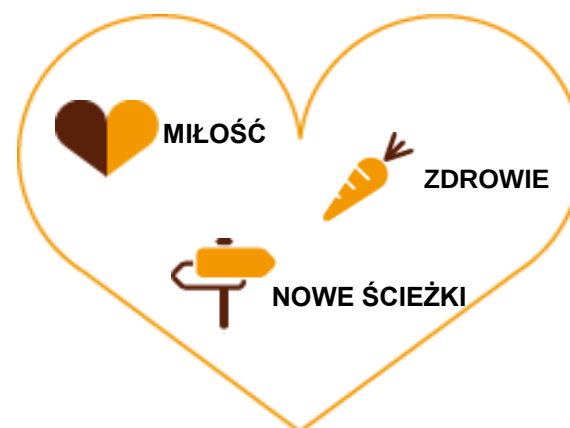
Jesteśmy Kofolą. Z pasją dążymy do tego co jest najważniejsze w życiu: kochać, prowadzić zdrowy styl życia i nieustannie poszukiwać nowych wyzwań.

Wizja:

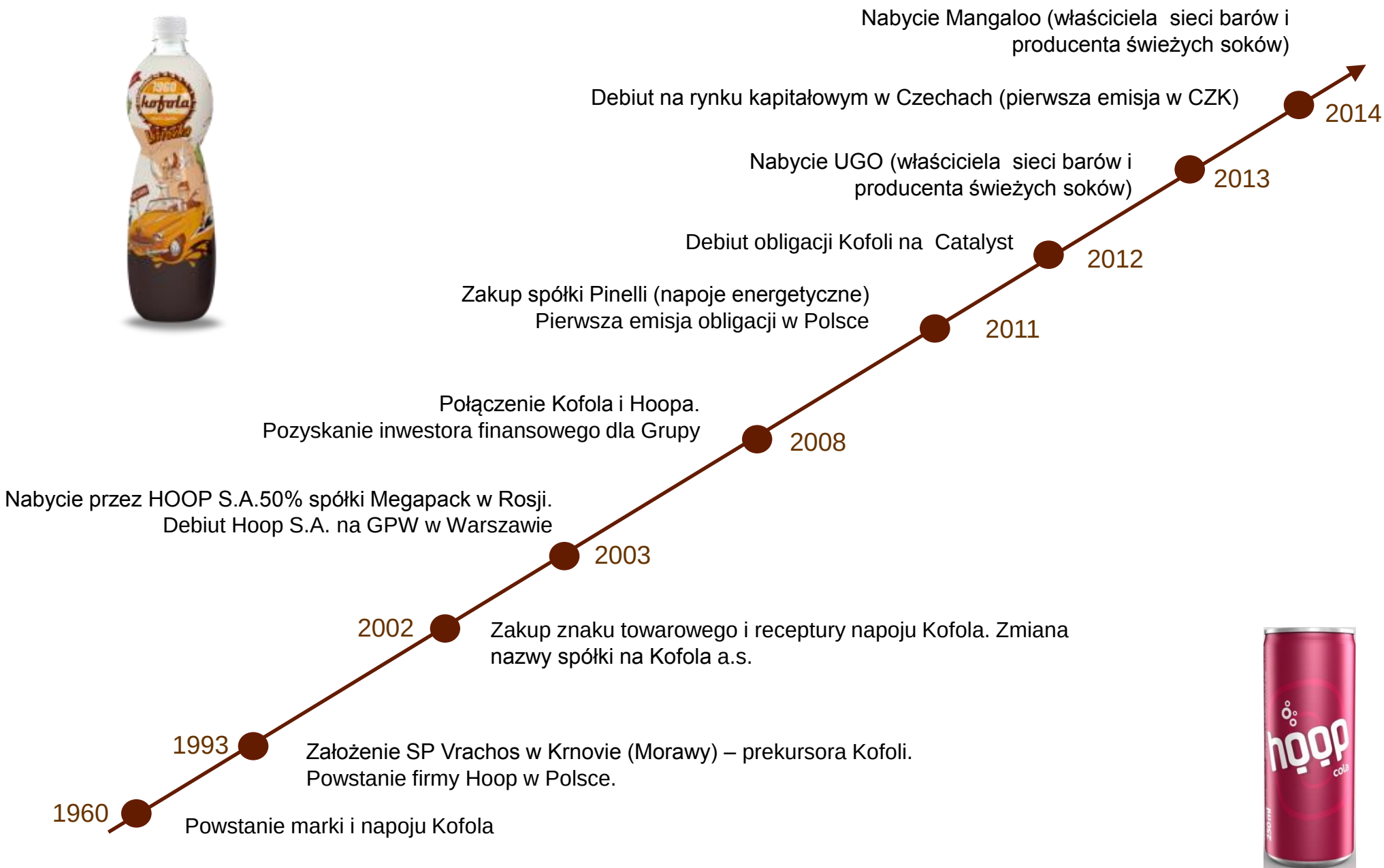
Do 2017 roku chcemy stać się wiodącą firmą w segmencie HoReCa i produktów impulsowych wpływając na cały rynek w Czechach i na Słowacji. Stabilizować zyskowność kanału detalicznego. Będziemy oferowali coraz zdrowsze wersje naszych produktów i, jak to było do tej pory, produkować nasze napoje z najwyższą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

Nasze kluczowe kompetencje to nasze DNA:

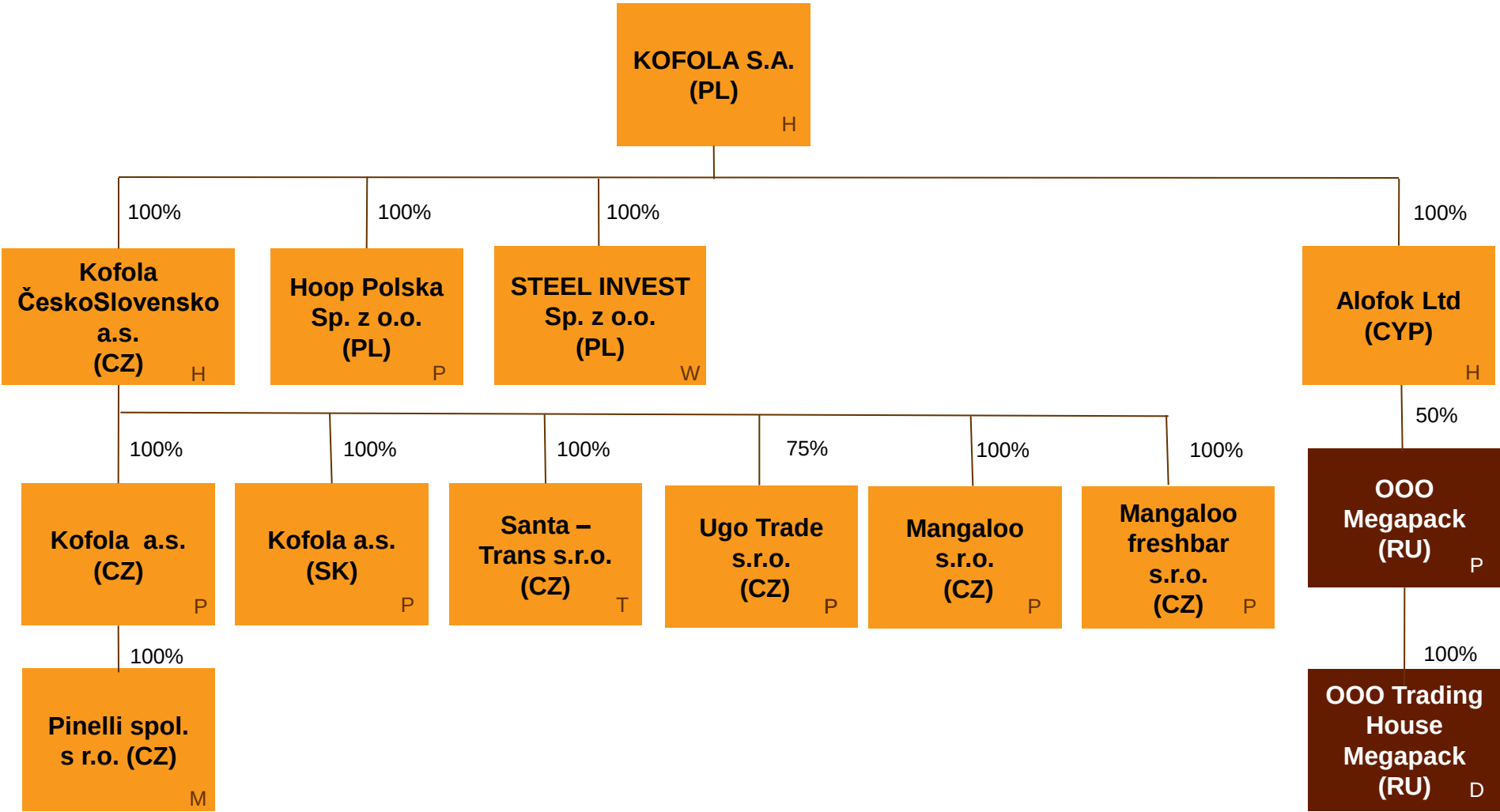
- Staramy się być o krok do przodu
- Stale poszukujemy nowych możliwości rozwoju
- Naszą firmę współtworzymy razem z naszymi konsumentami, klientami, dostawcami i pracownikami
- Dostarczamy emocji
- Pracujemy tam, gdzie jest nasz dom i tam, gdzie możemy zrozumieć naszą kulturę



HISTORIA GRUPY KOFOLA



STRUKTURA GRUPY KOFOLA NA DZIEŃ 30.6.2014

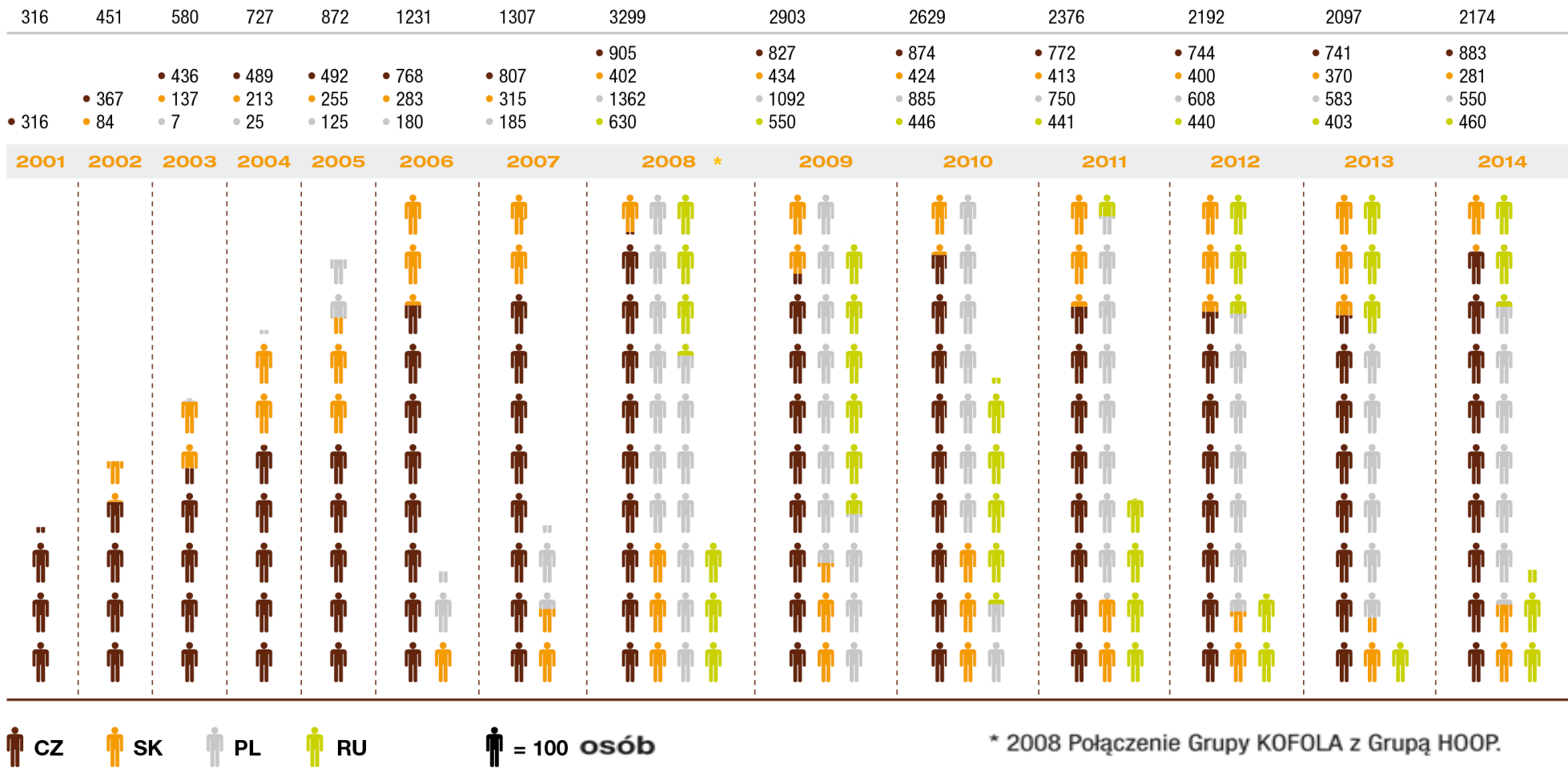


Legenda:

- 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
- M – Właściciel marki

ZATRUDNIENIE W KRAJACH OD 2001 ROKU



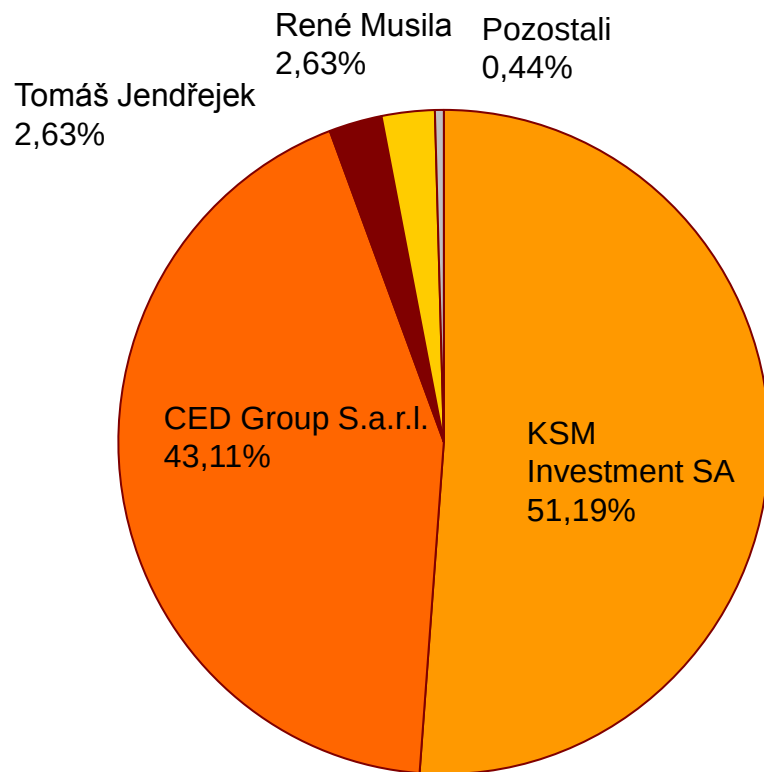
KANAŁY DYSTRYBUCJI

	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		●		
Fresh Bary		●	●	

- 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.
- Pod koniec 2012 roku Grupa Kofola nabyła pierwszego operatora barów ze świeżymi sokami – Grupę UGO. Z początkiem 2014 roku w ramach kontynuacji ekspansji została przejęta Grupa Mangaloo.

- Grupa Kapitałowa KOFOLA w 1H2014
- Omówienie wyników finansowych i biznesowych za 1H2014
- Rynki, trendy i kierunki rozwoju
- Profil i historia Grupy Kapitałowej KOFOLA
- **Akcjonariat i kurs akcji**
- Kontakt





Struktura kapitału zakładowego składającego się 26 170 003 akcji:

13 085 977 akcji serii A-E dopuszczonych do obrotu giełdowego

13 084 026 akcji serii F-G poza obrotem

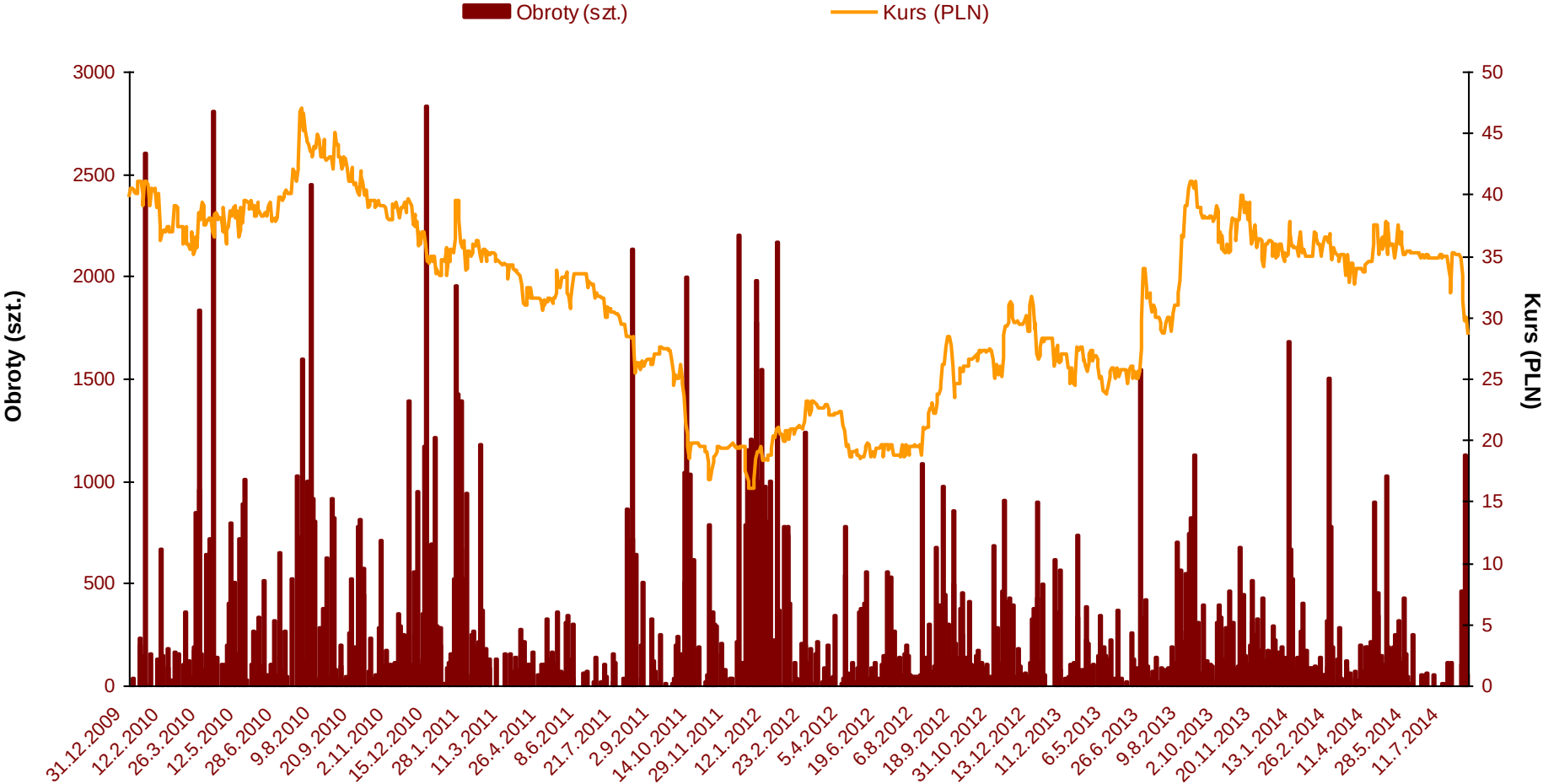
Kapitał własny

Programu Odkupu akcji własnych

- W ramach Programu Odkupu akcji realizowanego za pośrednictwem DM Copernicus Securities S.A. realizowanego na podstawie Uchwały nr 18 Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki z dnia 24 czerwca 2013 roku - Spółka nabyła w dniach 2 kwietnia 2014 roku i 26 maja 2014 roku w celu umorzenia, 9 624 akcje o wartości nominalnej 1,00 zł (jeden złoty) każda, o łącznej wartości nominalnej 9 624 zł stanowiące 0,0368% kapitału zakładowego Spółki za łączną cenę 362 tys. zł.
- Zwyczajne Walne Zgromadzenie KOFOLA S.A. uchwalił nr 22 z dnia 23 czerwca 2014 roku upoważniło, na warunkach i w granicach ustalonych w podjętej uchwale, Zarząd KOFOLA S.A. do nabycia przez Spółkę jej akcji własnych w celu ich umorzenia i obniżenia kapitału zakładowego KOFOLA S.A. Łączna liczba akcji objętych Programem Odkupu wyniesie nie więcej niż 106 484 akcji, co w przybliżeniu stanowi 0,4069% kapitału zakładowego. Środki przeznaczone na realizację Programu nie mogą przekroczyć 566 tys. zł, a cena nabywanych akcji nie może być wyższa niż 40 zł. Program jest w toku.

KURS AKCJI I OBROTY

Średni kurs w 2014 roku	35,1 PLN	Średni kurs w 2013 roku	21,5 PLN
Średnie obroty na sesji w 2014 roku	135,2 pcs.	Średnie obroty na sesji w 2013 roku	188,0 pcs.



- Grupa Kapitałowa KOFOLA w 1H2014
- Omówienie wyników finansowych i biznesowych za 1H2014
- 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.