



**GRUPA KOFOLA S.A.
WYNIKI ZA 1H/2015**

**Prezentacja dla inwestorów
19 sierpnia 2015**



- Grupa Kapitałowa Kofola
- Omówienie wyników finansowych i biznesowych
- Rynki, trendy i kierunki rozwoju
- Profil i historia
- Akcjonariat i kurs akcji
- Kontakt



Profil Grupy Kofola

- ♥ Jeden z czołowych producentów i dystrybutorów napojów bezalkoholowych w Europie Środkowej i Wschodniej
- ♥ Działalność w Polsce, Czechach, Słowacji, Słowenii; jednostka stowarzyszona w Rosji
- ♥ 1 900 pracowników, większość w Czechach i Polsce

- ♥ Transparentny biznes ze względu na obecność na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie (symbol KFL)
- ♥ Zdywersyfikowany portfel silnych marek otrzymujących nagrody
- ♥ Sukcesy na rynku od 20 lat



Wyniki Grupy Kofola za 1H/2015
Prezentacja dla inwestorów

kofola 

Grupa Kofola

Kluczowe dane finansowe [MPLN]

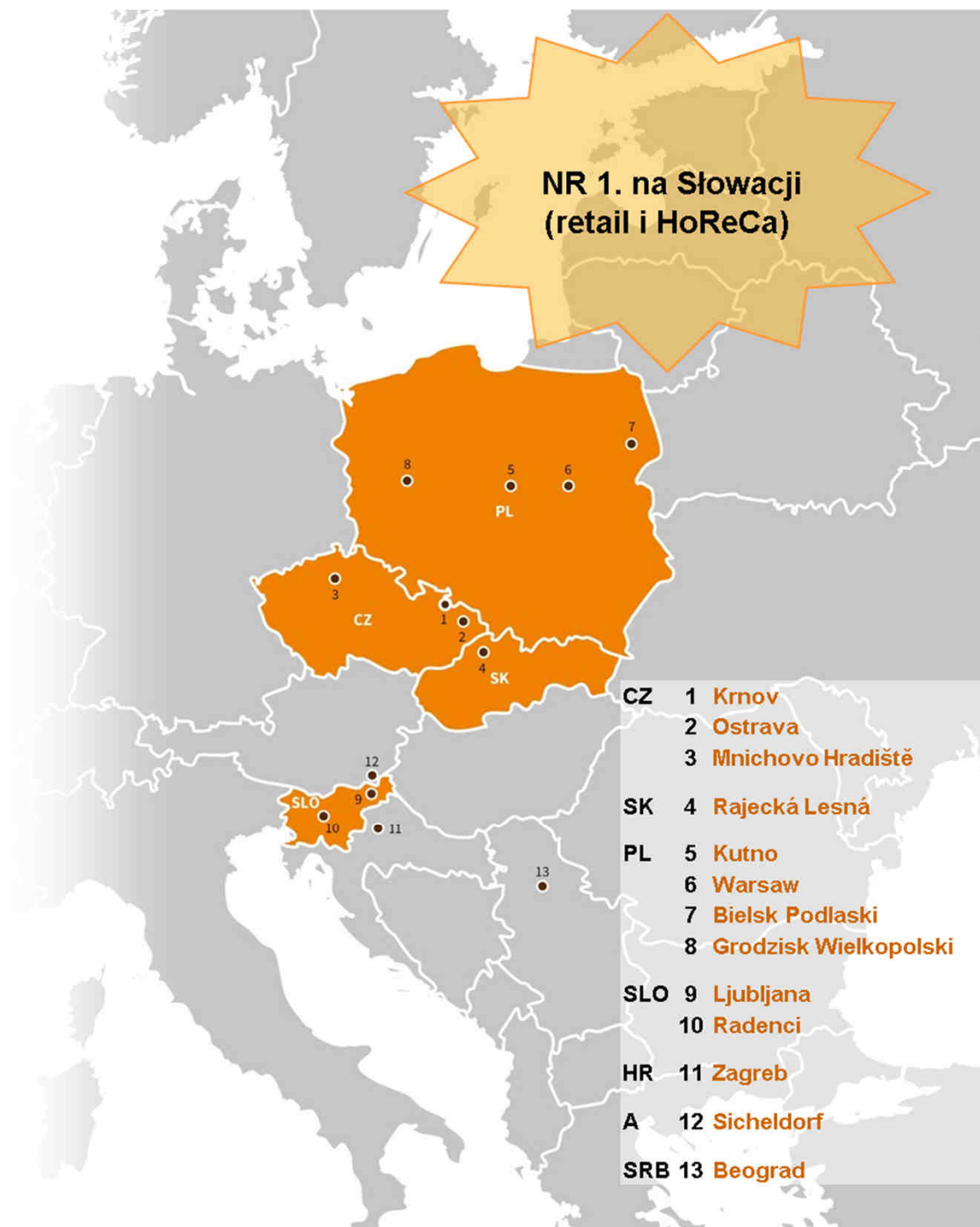
Przychody według segmentów*	1H/2015	%
Napoje gazowane	247,5	48%
Wody	127,0	25%
Syropy	68,4	14%
Napoje niegazowane	37,3	7%
Pozostałe	30,3	6%
Ogółem	510,5	100%

EBITDA*	91,5
Suma aktywów	1 328,9
Kapitały własne ogółem	437,8
Zadłużenie netto	250,5
Zadłużenie netto/EBITDA**	1,50
Zadłużenie netto/kapitały własne	0,57

Zysk netto/akcję dla akcjonariuszy jednostki dominującej [PLN/akcję]	1,5256
---	--------

* dane skorygowane o zdarzenia jednorazowe
**12-miesięczna EBITDA, w tym Radenska

Wyniki Grupy Kofola za 1H/2015
Prezentacja dla inwestorów



Nasze główne marki



Nowości wprowadzone w 1H/2015



Hoop Cola Kokos 2l limitowana edycja

Nowy interesujący smak napoju Hoop Cola - kokosowy. Produkt jest dostępny na rynku polskim w butelkach PET o pojemności 2l.

Rynki



Jupí Wiśnia

Nowy smak popularnych syropów Jupí będzie wspierać silną pozycję na rynku czeskim i słowackim. Syrop produkowany na linii butelkowej hotfill bez środków konserwujących. Produkt jest dostępny na rynku czeskim i słowackim w butelkach PET o pojemności 0.7l.



Kofola Morela 0.5l

Rodzina napjów Kofola ma nowego członka. Morela uzupełnia istniejące smaki original, cytrusy, wiśnia, dodatkowych ziół, wanilii i guarana. Produkt jest dostępny na rynku czeskim i słowackim w butelkach PET o pojemności 0.5l.



Top Topic pomarańczowy i malinowy 1.5l, 0.5l, KEG

Popularny Top Topic otrzymuje nowy smak – pomarańczy i maliny. Produkt jest dostępny na rynku czeskim i słowackim w butelkach PET o pojemności 1.5l, 0.5l i KEG.



Wyniki Grupy Kofola za 1H/2015
Prezentacja dla inwestorów

kofola 

6

Nowości wprowadzone w 1H/2015



Hoop Cola Wiśnia 1l – nowy format

Nowy format napoju Hoop Cola Wiśnia jest dostępny na rynku polskim w butelkach PET o pojemności 1l.

Rynki



Kofola 0.2l – nowy wygląd

Nowy wygląd butelki Kofola, głównie w segmencie gastro. Produkt jest dostępny na rynku czeskim i słowackim.



Arctic – nowy wygląd

Nowy wygląd naturalnych i smakowych wód Arctic butelek PET jest dostępny na rynku polskim.



Rajec bez czarny 1,5l, 0,75l

Nowy smak wody aromatyczne w butelkach PET jest dostępny na rynku czeskim i słowackim.



Nowości wprowadzone w 1H/2015



RAJEK woda dla niemowląt – nowy format

Nowy format wody dla niemowląt w butelkach PET o pojemności 0,75l jest dostępny na rynku czeskim i słowackim.

Produkty Rauch

Ekskluzywna dystrybucja produktów Rauch w Czechach i na Słowacji.

Rynki



i więcej...

Nagrody i wyróżnienia w 2015 roku



Czech TOP 100 – Kofola a.s. Czechy, trzecia najbardziej podziwiana spółka w Czechach w 2014 r.

Nagroda Best Buy - Radenska Classic otrzymała nagrodę słoweńskich konsumentów za najlepszy stosunek ceny do jakości w kategorii wód gazowanych.



AGRA 2014 – Produkty spółki Radenska otrzymały złoty medal w czasie 18. międzynarodowej oceny napojów owocowych i wody butelkowanej na 52. Międzynarodowych Targach Rolno-Spożywczych AGRA.

Trusted Brand – Radenska otrzymała nagrodę zaufanej marki (Trusted Brand) w kategorii wód butelkowanych. Nagrodę przyznano na podstawie sondażu prowadzonego wśród konsumentów w Europie organizowanego przez magazyn Reader's Digest na całym świecie od 15 lat, a w Słowenii – od 9 lat.



Produkt roku – Radenska IN otrzymała nagrodę Produkt Roku – badanie przeprowadzone przez firmę Nielsen wyłoniło łącznie 22 innowacyjnych produktów i usług.

Nagrody i wyróżnienia w 2015 roku



Napoje dla dzieci Jupik oraz syropy Paola z oferty Hoop Polska otrzymały prestiżowe wyróżnienie **Produkt Roku - 2015 Wybór Konsumentów**.

Dyrektor finansowy roku – Daniel Buryš, dyrektor finansowy Grupy, otrzymał tytuł Dyrektora Finansowego roku w Czechach przyznany przez Klub Dyrektorów Finansowych.



Kofola a.s. Czechy otrzymała tytuł **TOP employer** w sektorze FMCG przez Stowarzyszenie Studentów i Absolwentów.

Golden Dolphin - Jiří Vlasák, Dyrektor ds. marketingu Kofola CS otrzymał od czeskiego towarzystwa marketingowego nagrodę Złotego Delfina za projekty wspierające udaną strategię dzięki opracowaniu narzędzi marketingowych.



Główne wydarzenia i działania zrealizowane w ciągu 2015 roku

Akwizycja Spółki Radenska

Grupa Kofola nabyła 97,62% udziałów i praw głosu w spółce Radenska d.d., będącej producentem naturalnych wód mineralnych i wód źródlanych w Słowenii.

Transakcja jest dla Grupy doskonałą okazją do wejścia na kolejny rynek europejski. Grupa wykorzysta efekt synergii dotyczący korzystania z know-how, sprawnych procesów i innowacji, i zamierza nadal rozwijać i rozbudowywać markę Radenska. Grupa przewiduje również, że nabycie Radenska pomoże jej w zwiększeniu obecności na rynkach bałkańskich.

Akwizycja Spółki WAD GROUP

Grupa zawarła umowę dotyczącą nabycia 100 % akcji spółki WAD Group, a.s., właściciela 40 % udziałów w Water Holding, a.s. która jest jednym z liderów na słowackim rynku wód butelkowanych. Kluczowe marki należące do Grupy to Budiš, Fatra, Gemerka oraz Zlata Studna.

Strony uzgodniły szczegółowe warunki zawieszające zamknięcie transakcji. Warunki zawieszające nie zostały jeszcze spełnione.

Planowane zmiany w strukturze Grupy

Grupa rozważa przeniesienie siedziby rejestrowej głównej spółki holdingowej Grupy do Czech oraz notowanie akcji głównej spółki holdingowej Grupy zarówno na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie jak i Praskiej Giełdzie Papierów Wartościowych. W przypadku finalizacji tej zmiany główna spółka holdingowa Grupy będzie spółką prawa czeskiego z siedzibą w Czechach.

Transakcja zostanie przeprowadzona jeśli i tylko wtedy gdy wszystkie wymagane zgody, w tym zgody korporacyjne wymagane przez prawo zostaną uzyskane. Ponadto, przeprowadzenie zależeć będzie między innymi od wystąpienia sprzyjających warunków rynkowych.



- Grupa Kapitałowa Kofola
- Omówienie wyników finansowych i biznesowych
- Rynki, trendy i kierunki rozwoju
- Profil i historia
- Akcjonariat i kurs akcji
- Kontakt



Otoczenie rynkowe w 2015 roku

Makro-ekonomiczne

- 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

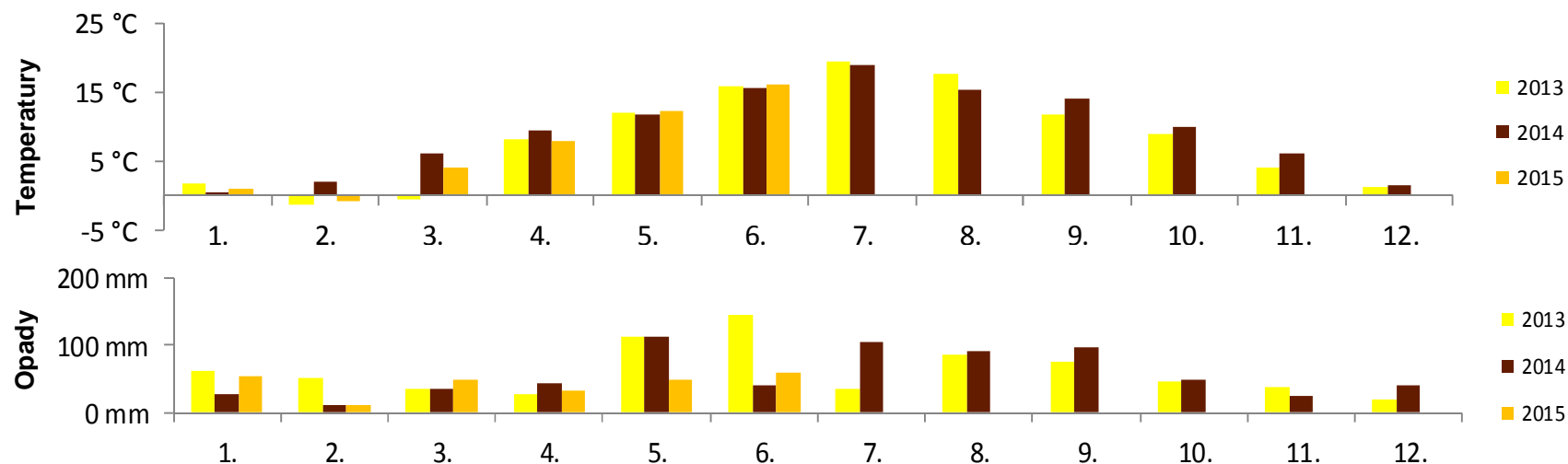
Rynkowe / konkurencyjne

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

Regulacyjne

- Stabilne środowisko

Pogoda w Europie Środkowej



Wyniki Grupy Kofola za 1H/2015

[tys PLN]

1H/2015 korekty jednorazowe	IFRS	Korekty jednorazowe		Skorygowane
Przychody ze sprzedaży	505 218	5 327	*	510 545
Koszty własne sprzedaży	(297 957)	(3 374)	*	(301 331)
Zysk brutto ze sprzedaży	207 261	1 953		209 214
Koszty sprzedaży, marketingu i dystrybucji	(130 739)	577	*	(130 162)
Koszty ogólnego zarządu	(29 132)	1 308	**	(27 824)
Pozostałe przychody/(koszty operacyjne) netto t	(5 948)	9 389	*	3 441
Wynik z działalności operacyjnej	41 442	13 227		54 669
EBITDA	78 296	13 227		91 523
Koszty finansowe netto	(5 688)	-		(5 688)
Podatek dochodowy	(6 293)	(2 513)		(8 806)
Zysk / (strata) netto za okres	29 461	10 714		40 175
- przypisany akcjonariuszom jednostki dominującej	29 197	10 714		39 911

Komentarz:

Korekty jednorazowe 1H/2015

- * Hoop Polska sp. z o.o. poniosła koszty nadzwyczajne 11 919 tys. zł związane z reklamacjami dotyczącymi jakości produktów z uwagi na słabą jakość materiałów opakowaniowych. Wpływ na podatek dochodowy 19%.
- ** Kofola S.A. poniosła koszty doradztwa związanego z przygotowywaną restrukturyzacją Grupy w wysokości 757 tys. zł. Wpływ na podatek dochodowy 19%.
- ** Kofola a.s. (SK) poniosła koszty doradztwa przy nabyciu WAD GROUP w wysokości 551 tys. zł. Wpływ na podatek dochodowy 19%.

W 1H/2014 żadnej pozycji nie uznano za pozycje jednorazowe dla celów zarządczych.

Należy pamiętać, że w całej prezentacji są komentowane wyniki skorygowane o koszty związane z zdarzeniami jednorazowymi.



Wyniki Grupy Kofola za 1H/2015
Prezentacja dla inwestorów

* data for 2014 were translated into the Polish zloty using the exchange rates from 3M/2015

kofola 

Wyniki Grupy Kofola za 1H/2015 [tys PLN]

	1H/2015*	1H/2014**	Zmiana	Zmiana
Przychody ze sprzedaży	510 545	459 364	51 181	11,1%
Koszt własny sprzedaży	(301 331)	(292 246)	(9 085)	3,1%
Zysk brutto ze sprzedaży	209 214	167 118	42 096	25,2%
Koszty sprzedaży	(130 162)	(113 823)	(16 339)	14,4%
Koszty ogólnego zarządu	(27 824)	(24 930)	(2 894)	11,6%
Pozostałe przychody, netto	3 441	976	2 465	252,6%
Zysk z działalności operacyjnej	54 669	29 341	25 328	86,3%
EBITDA	91 523	62 507	29 016	46,4%
Koszty finansowe netto	(5 688)	(6 480)	792	(12,2%)
Podatek dochodowy	(8 806)	(5 559)	(3 247)	58,4%
Zysk netto za okres	40 175	17 302	22 873	132,2%
- przypisany akcjonariuszom jednostki dominującej	39 911	17 285	22 626	130,9%

Komentarz

- Zysk brutto wzrósł o 25,2 %
- EBIT wzrósł o 86,3 %
- EBITDA wzrósł o 46,4 %



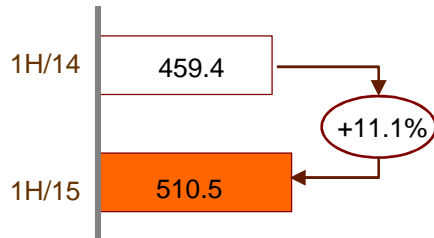
kofola 

Wyniki Grupy Kofola za 1H/2015
Prezentacja dla inwestorów

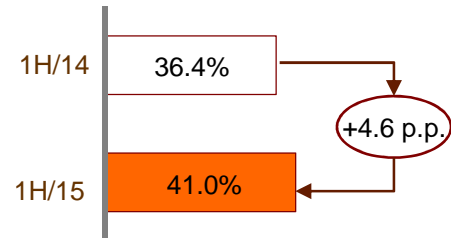
* skorygowane o zdarzenia jednorazowe
** dane za 2014 zostały przeliczone kursem
wymiany walut do polskiego złotego z 2015

Podsumowanie wyników* Grupy Kofola za 1H/2015 [mln PLN]

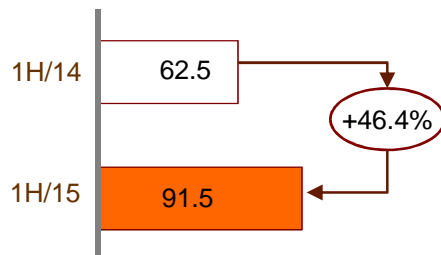
Przychody ze sprzedaży



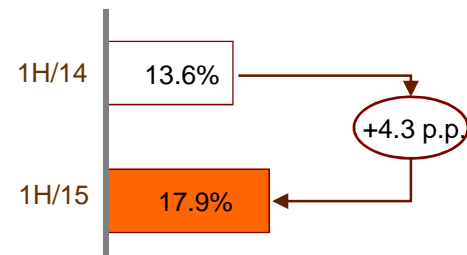
Marża brutto ze sprzedaży



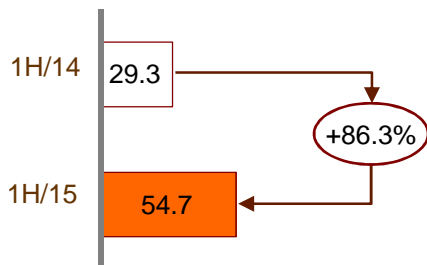
EBITDA



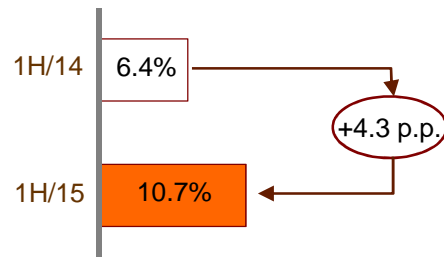
Marża EBITDA



EBIT



Marża EBIT



Komentarz

- Pozytywny wpływ nabycie spółki Radenska w marcu i dystrybucji produktów Rauch w Czechach i na Słowacji od początku 2015 roku.
- Ciągłe skupienie się na rozwoju rentownych produktów i klientów.
- Marża brutto poprawiła się w wyniku rozszerzenia asortymentu produktów i uruchomienie bezpośredniej dystrybucji w Czechach pod koniec 2014 roku.
- Radenska pozytywnie przeszła najśmielsze oczekiwania generując 20% 2Q EBIT Grupy.
- Zrealizowane przez Kofolę kampanie marketingowe odniosły swój skutek a co więcej spotkały się z uznaniem w branży.
- Przychody barów ze świeżymi sokami UGO wzrosły o 59 %.



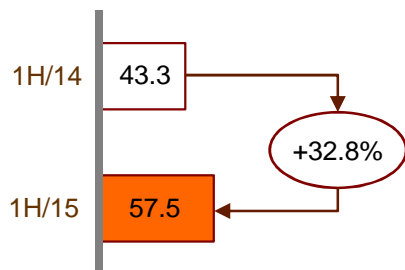
Wyniki Grupy Kofola za 1H/2015
Prezentacja dla inwestorów

* skorygowane o zdarzenia jednorazowe, dane za 2014 zostały przeliczone kursem wymiany walut do polskiego złotego z 2015

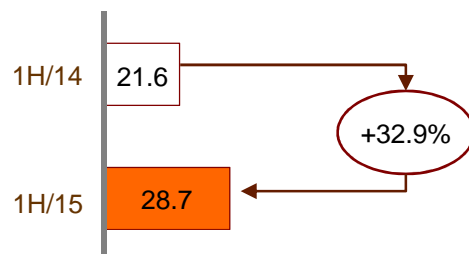
kofola

Podsumowanie wyników Grupy Kofola za 1H/2015 [mln PLN]

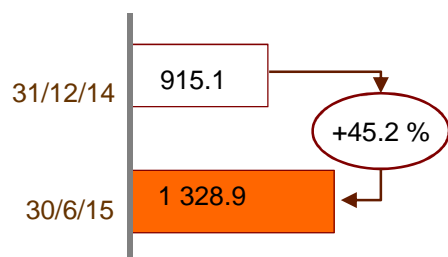
Cash Flow Operacyjny



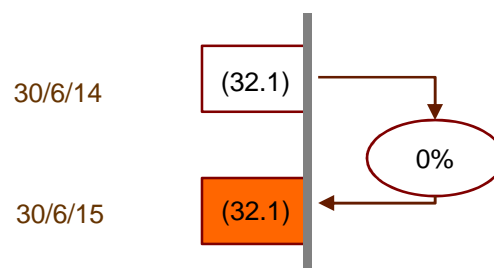
Nakłady inwestycyjne



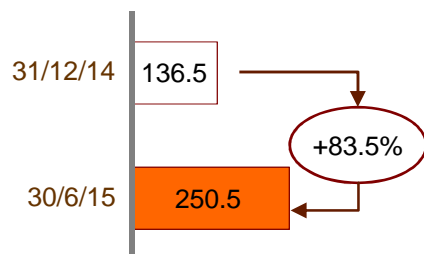
Suma Bilansowa*



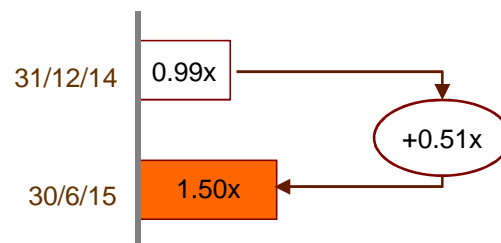
Kapitał Obrotowy*



Dług Netto*



Dług Netto/EBITDA*



Omówienie cash flow i zadłużenia

- Cash flow operacyjny wzrósł o 33% głównie w wyniku poprawy zysku brutto.
- Silny operacyjny cash flow wraz z jego wzrostem potwierdza solidną cashflow wydajność Grupy.
- Nakłady inwestycyjne wzrosły o 33%. Grupa pokazuje spójne podejście do inwestowania i wprowadzania innowacji.
- Wzrost Dług netto i Dług netto / EBITDA głównie ze względu na pożyczki do nabycia Radenska.

Net debt/EBITDA 1.5x



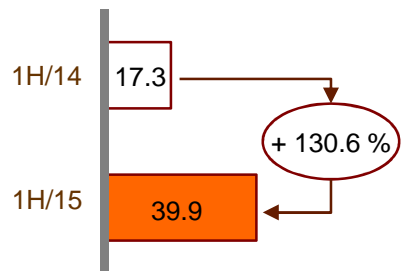
Wyniki Grupy Kofola za 1H/2015
Prezentacja dla inwestorów

* skorygowane o zdarzenia jednorazowe, dane za 2014 zostały przeliczone kursem wymiany walut do polskiego złotego z 2015

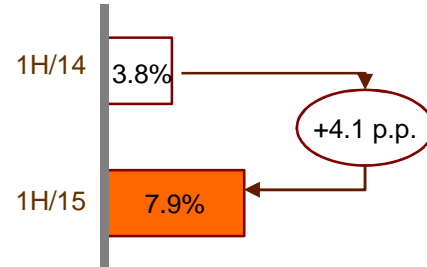
kofola

Podsumowanie wyników* Grupy Kofola za 1H/2015 [mln PLN]

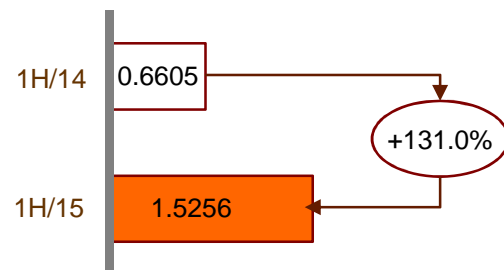
Zysk dla akcjonariuszy jednostki dominującej



Marża netto



Zysk netto/akcję dla akcjonariuszy jednostki dominującej [w PLN na akcję]



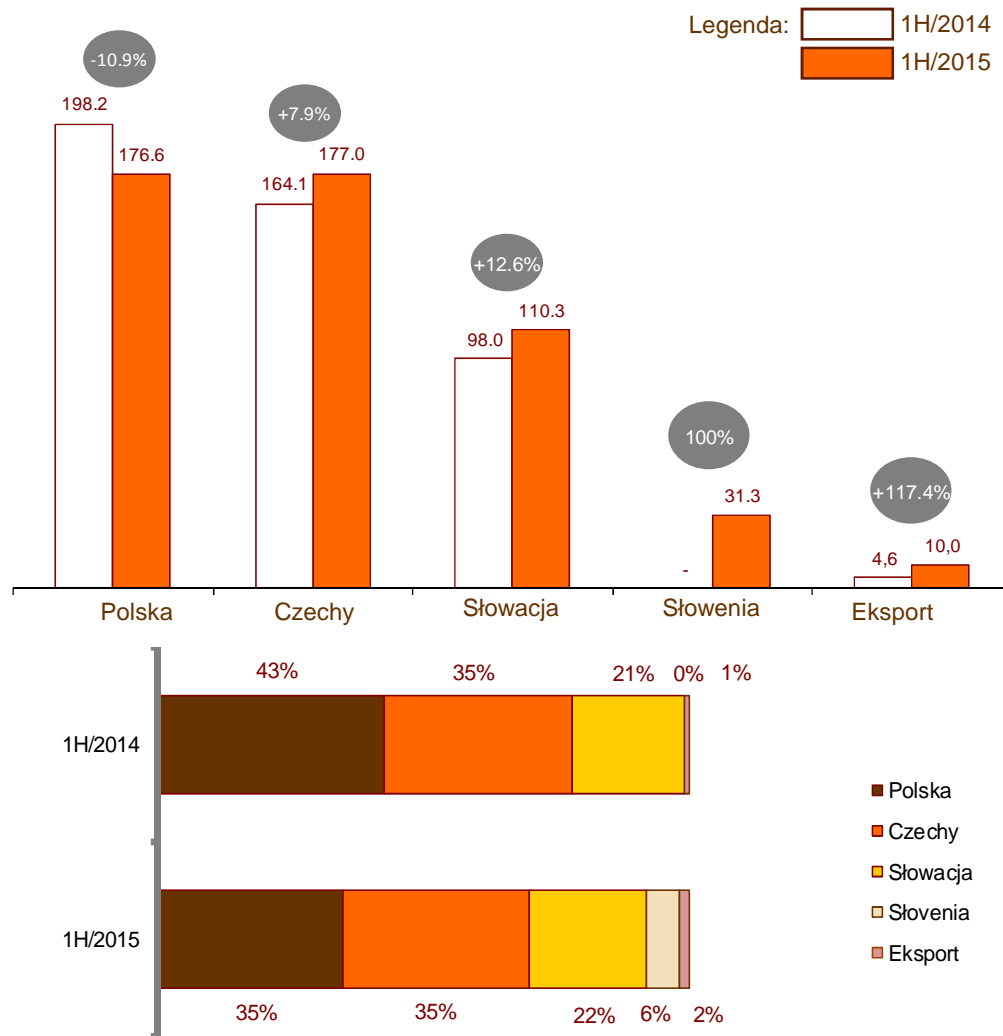
Komentarz

- Wzrost marży netto o 4,1 p.p.
- Wzrost zysku netto dla akcjonariuszy jednostki dominującej o 22,6 mln PLN.
- Zysk netto/akcję 1,5256 PLN/akcję.

Zysk dla akcjonariuszy jednostki dominującej 39,9 mln PLN



Struktura przychodów wg segmentów geograficznych* 1H/2015 [mln PLN]



Omówienie segmentów geograficznych

• Polska

Spadek przychodów ze sprzedaży o 10,9% wynikał z niższej sprzedaży marek własnych i gorszych wyników marek sprzedawanych w kanałach tradycyjnych. Koncentrujemy się na poprawie marży na naszych produktach w Polsce pomimo tego, że możemy tracić część wolumenu.

• Czechy

Przychody w PLN wyrosły o 7,9 % (8,9 % w walucie lokalnej). Wzrost ten spójny z dystrybucją produktów Rauch i wzmacniające pozycję w segmencie Impuls. Przychody barów ze świeżymi sokami UGO wzrosły o 59 %.

Grupa jest obecnie vice-liderem na rynku napojów bezalkoholowych i nadal umacniać swoją pozycję (zarówno w kanał retail i HoReCa).

• Słowacja

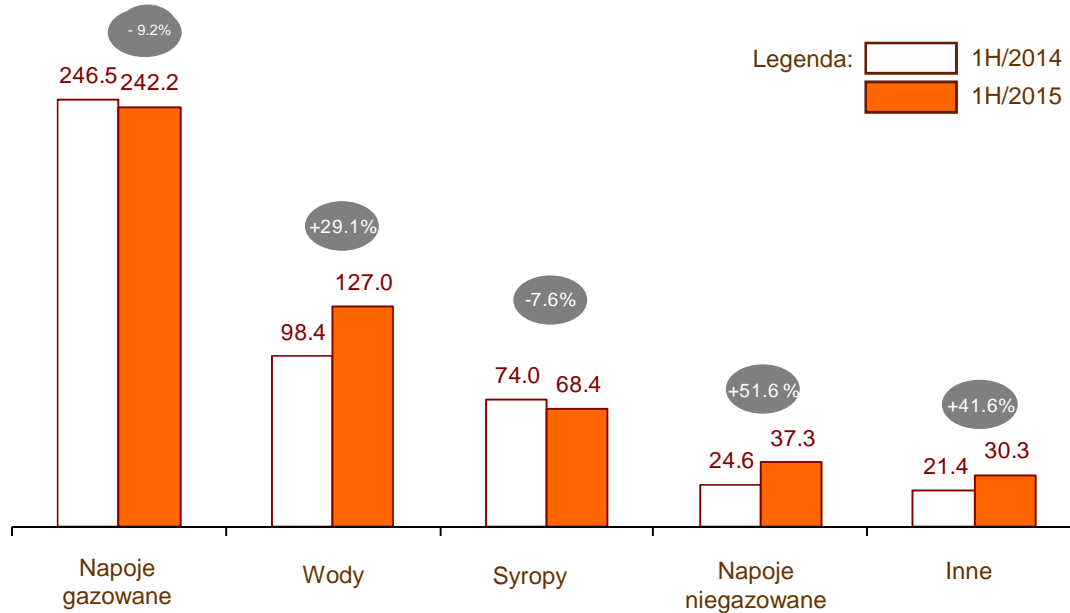
Przychody w PLN wzrosły o 12,6 % in PLN (13,8 % w walucie lokalnej) Wzrost ten jest spójny z dystrybucją produktów Rauch i ulepszone sprzedaży w segmencie Gastro.

W 2Q/2015, Kofola SK była oczywistym liderem w segmentach gastronomicznym i HoReCa Grupa stała się liderem rynku w segmencie napojów typu cola, utrzymując pozycję lidera w segmencie Waters.

• Słowenia

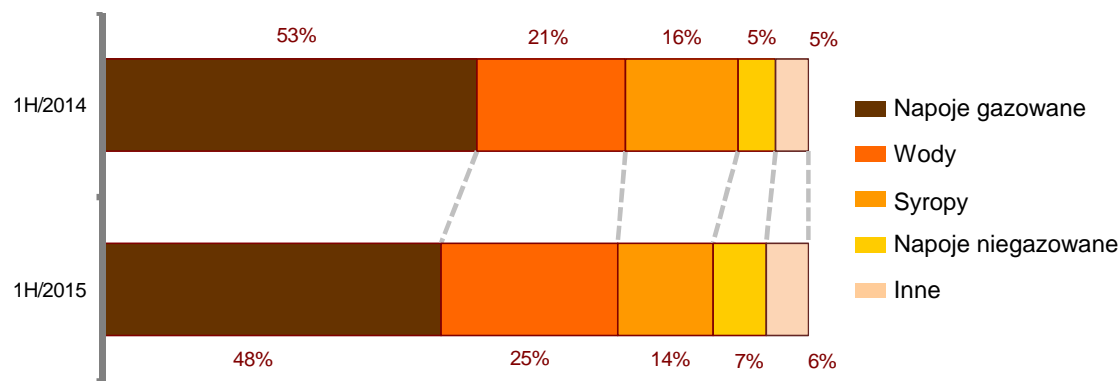
Radenska nabyta w marcu przekroczyła oczekiwania i wygenerowała około 20% EBIT Grupy i jest utrzymana jej wyraźna pozycja lidera w segmencie Waters.

Struktura przychodów wg segmentów produktowych* 1H/2015 [mln PLN]



Omówienie segmentów produktowych

- Głównym czynnikiem powodującym lekki spadek przychodów w segmencie Napojów gazowanych jest spadek sprzedaży tych napojów w Polsce.
- Segment wody rośnie głównie dzięki słoweńskiej Radenska. Grupa jest liderem tego segmentu w Słowacji i Słowenii.
- Silna pozycja w segmencie Syropów - pierwsza pozycja w Czechach, druga na Słowacji i w Polsce. Ostrzejsza konkurencja w segmencie syropów wynikająca z nasilenia działań marketingowych konkurencji głównie w Czechach.
- Silna pozycja w segmencie Napojów niegazowanych w wyniku dystrybucji produktów Rauch i innowacji.
- Znaczący wzrost w segmencie Inne ze względu na wzrost przychodów z barów ze świeżymi sokami UGO i napojów energetycznych Semtex.



Wyniki Grupy Kofola za 1H/2015
Prezentacja dla inwestorów

* dane za 2014 przeliczone według kursu historycznego

kofola

20

- Grupa Kapitałowa Kofola
- Omówienie wyników finansowych i biznesowych
- Rynki, trendy i kierunki rozwoju
- Profil i historia
- Akcjonariat i kurs akcji
- Kontakt



Szacowana pozycja rynkowa Grupy w głównych segmentach na rynku detalicznym napojów bezalkoholowych

Legenda:



Lider



Wicelider

	PL	CZ	SK	SI
Napoje typu Cola	3	2	1	3
Napoje gazowane	7	3	2	2
Wody	-	5	1	1
Syropy i koncentraty	2	1	2	-
Napoje dziecięce	3	2	2	-
Napoje energetyczne	-	4	>10	-

Komentarz

- Silna druga pozycja na rynku czeskim oraz lider na rynku słowackim.
- Silna pozycja w sektorze napojów gazowanych na Słowacji dzięki zakupionej w 2008 roku marce Vinea.
- Nr.1 w wodach źródlanych na Słowacji i Słowenii. 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.
- Napój energetyczny Semtex od zakupu w 2011 roku umacnia swoją pozycję w Czechach i na Słowacji.

* ilościowy udział na rynku moskiewskim



Wyniki Grupy Kofola za 1H/2015
Prezentacja dla inwestorów

kofola 

22

Trendy rynkowe i kierunki rozwoju

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
- Ugo soki, fresh napoje i sałatki
- 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)

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 od 2009 roku, w Czechach od 2014 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. Rauch, Pepsi, 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
- Omówienie wyników finansowych i biznesowych
- Rynki, trendy i kierunki rozwoju
- Profil i historia
- Akcjonariat i kurs akcji
- Kontakt



Misja i wizja

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 są naszym DNA:

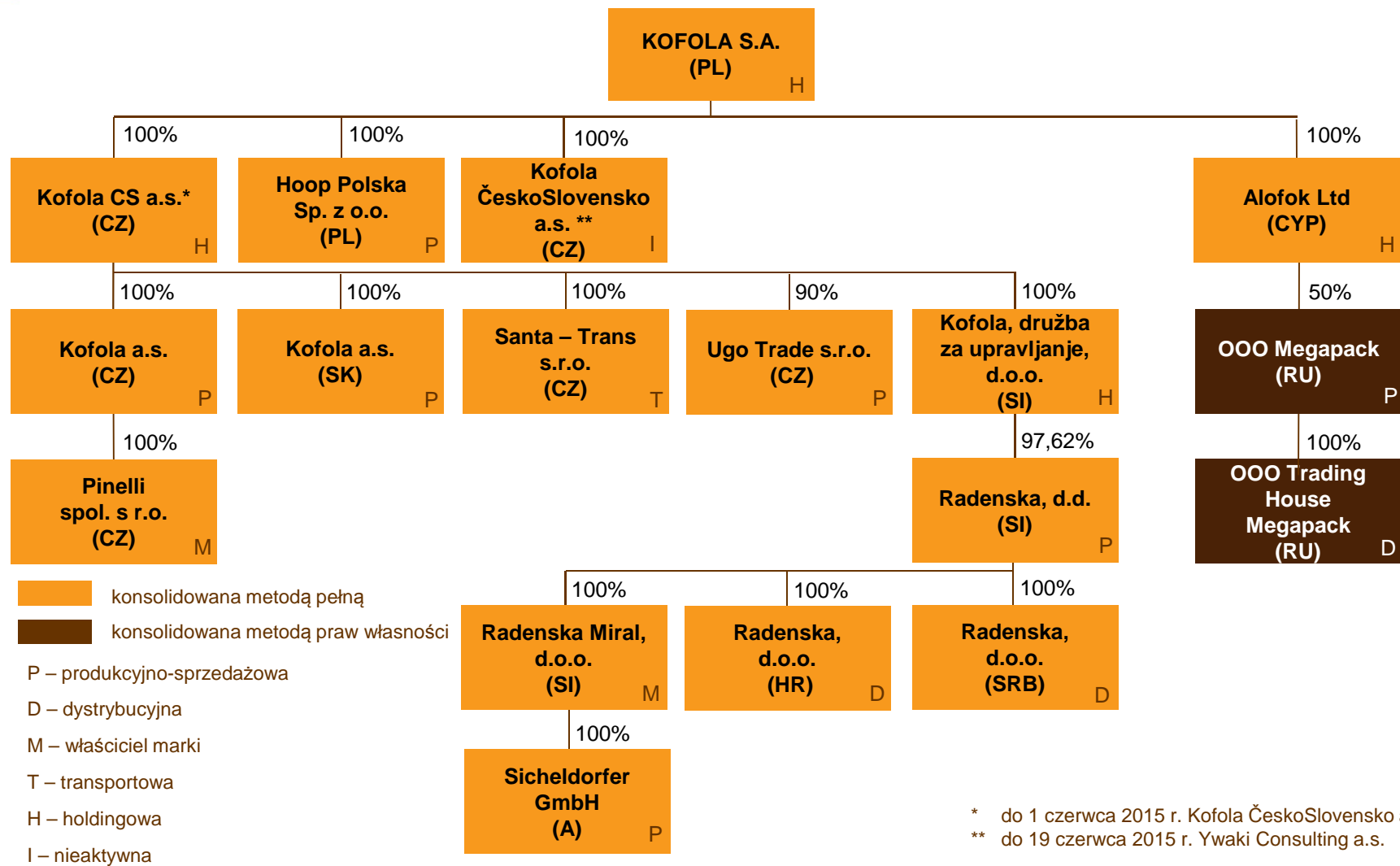
- ✿ Staramy się być o krok do przodu
- ✿ Stale poszukujemy nowych możliwości rozwoju
- ✿ Naszą firmę współtworzymy razem z naszymi konsumentami, klientami, dostawcami i pracownikami
- ✿ Dostarczamy emocji
- ✿ Pracujemy tam, gdzie jest nasz dom i tam, gdzie możemy zrozumieć naszą kulturę



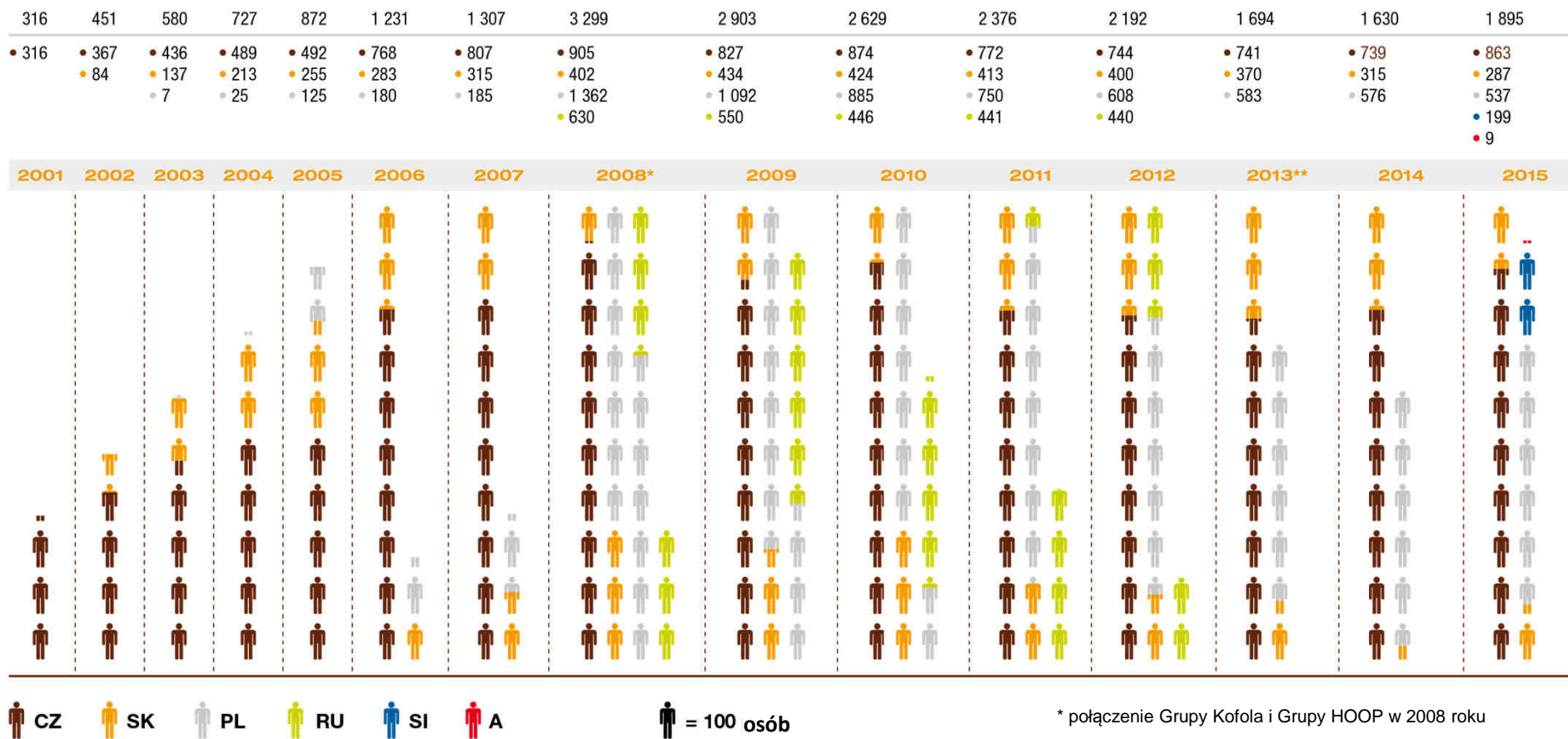
Historia Grupy Kofola



Struktura Grupy Kofola na dzień 30.6.2015



Zatrudnienie w krajach



* połączenie Grupy Kofola i Grupy HOOP w 2008 roku

** od 2013 roku jest rosyjska inwestycja wykazywana jako jednostka stowarzyszona a więc liczba pracowników nie jest wliczona w ogólnej liczbie pracowników



Kanały dystrybucji

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

Komentarz

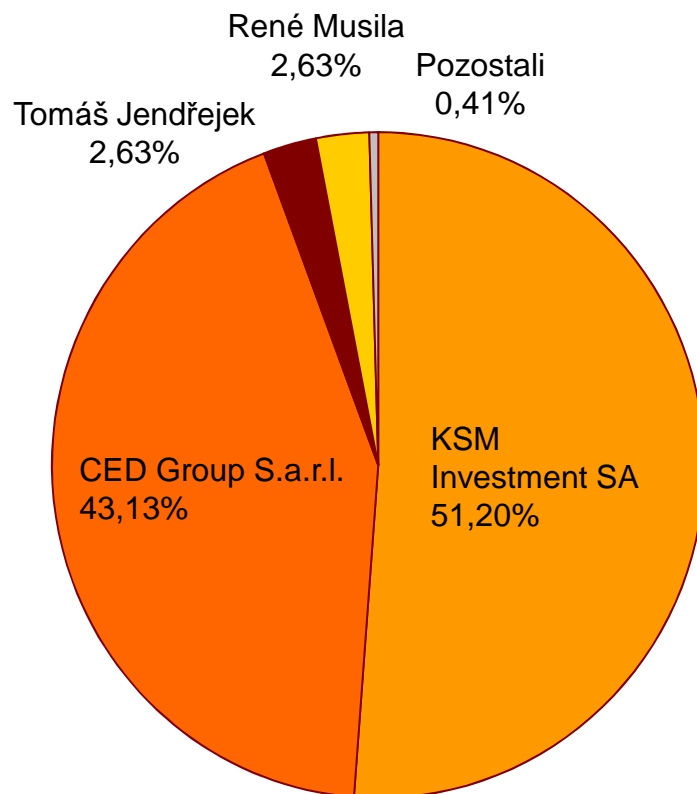
- Grupa Kofola posiada silną pozycję w kanale nowoczesnym (zarówno w supermarketach jak i w sieciach dyskontowych na wszystkich rynkach).
- Kanał tradycyjny pomimo powolnego przesuwania się sprzedaży do kanału nowoczesnego wciąż jest na drugim miejscu w strukturze sprzedaży.
- Bardzo silna pozycja w 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. W Czechach wprowadzona od IV kw. 2014.
- 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
- Omówienie wyników finansowych i biznesowych
- Rynki, trendy i kierunki rozwoju
- Profil i historia
- Akcjonariat i kurs akcji
- Kontakt



Akcjonariat



Struktura kapitału zakładowego składającego się 26 160 379 akcji:

13 076 353 akcji serii A-E dopuszczonych do obrotu giełdowego

13 084 026 akcji serii F-G poza obrotem



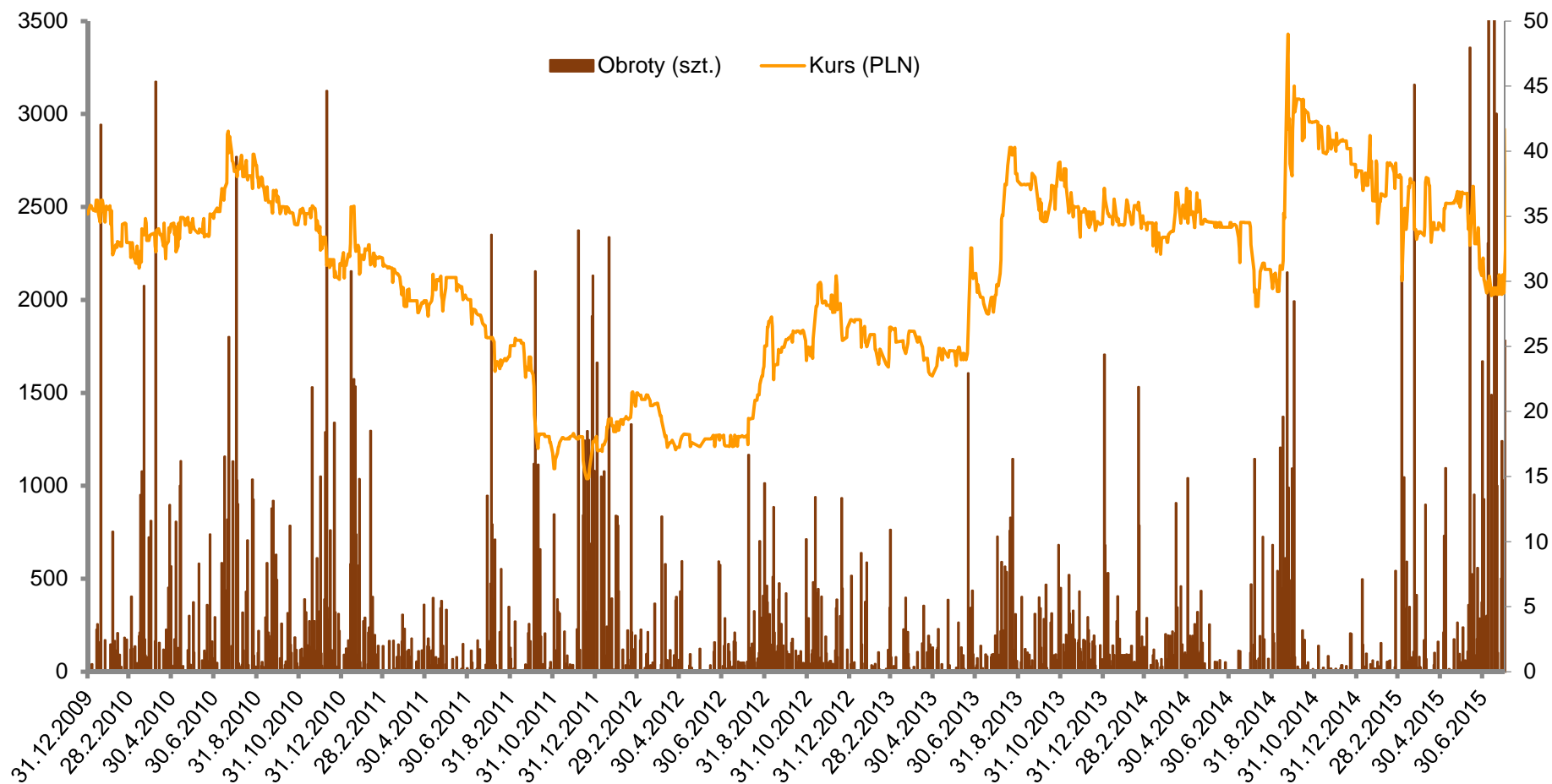
Kapitał własny

Program odkupu akcji własnych

- W ramach Programu Odkupu akcji 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. W dniu 7 stycznia 2015 r. zarejestrowano obniżenie kapitału zakładowego w sądzie.
- Zwyczajne Walne Zgromadzenie KOFOLA S.A. uchwałą 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. W ramach Programu Odkupu akcji Spółka nabyła w celu umorzenia, 573 akcje o wartości nominalnej 1,00 zł (jeden złoty) każda, o łącznej wartości nominalnej 573 zł stanowiące 0,0022% kapitału zakładowego Spółki za łączną cenę 21 tys. zł

Kurs akcji i obroty

	1H/2015	2014
Średni kurs	36,1 PLN	36,0 PLN
Średnie obroty na sesji	200,4 pcs	162,6 pcs



- Grupa Kapitałowa Kofola
- Omówienie wyników finansowych i biznesowych
- Rynki, trendy i kierunki rozwoju
- Profil i historia
- Akcjonariat i kurs akcji
- Kontakt





Kontakt

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

Martin Rosypal



e-mail: rikofola@kofola.pl

tel.: +420 736 767 078

www.kofola.pl

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

Możecie śledzić nas na





Zastrzeżenie

- 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