



kofola

WYNIKI GRUPY KOFOLA ZA 9M2014

Prezentacja dla Inwestorów

10 listopada 2014

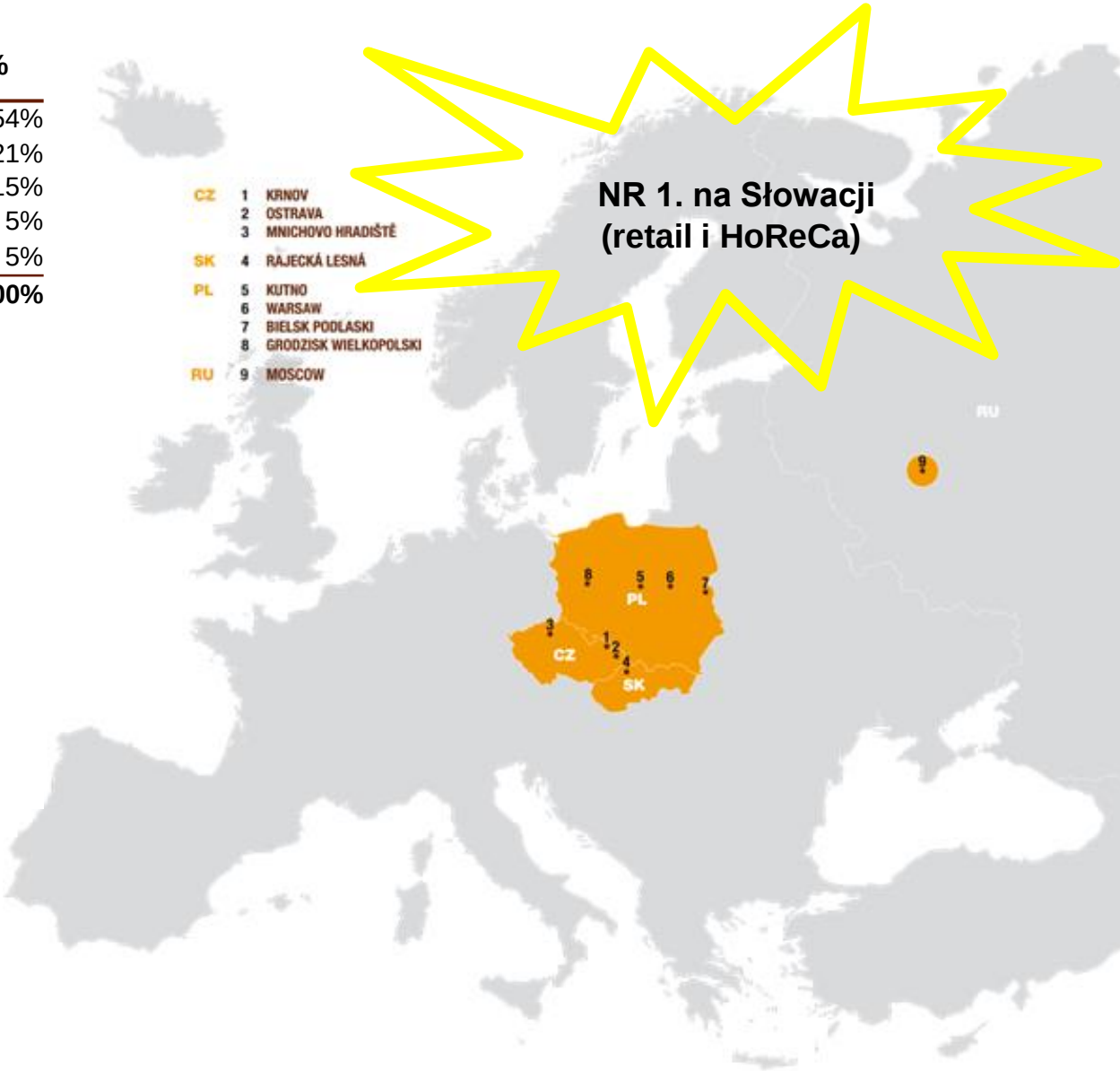
- **Grupa Kapitałowa KOFOLA w 9M2014**

- Omówienie wyników finansowych i biznesowych za 9M2014
- Omówienie wyników finansowych i biznesowych za 3KW 2014
- Rynki, trendy i kierunki rozwoju
- Profil i historia Grupy Kapitałowej KOFOLA
- Akcjonariat i kurs akcji
- Kontakt



GRUPA KAPITAŁOWA KOFOLA ZA 9M2014

Przychody według segmentów		9M2014	%
Napoje gazowane	[mln PLN]	395,8	54%
Wody	[mln PLN]	154,7	21%
Syropy	[mln PLN]	110,9	15%
Napoje niegazowane	[mln PLN]	34,1	5%
Pozostałe	[mln PLN]	33,3	5%
Przychody ze sprzedaży	[mln PLN]	728,8	100%
EBITDA	[mln PLN]	112,0	
Suma aktywów	[mln PLN]	944,6	
Kapitały własne ogółem	[mln PLN]	413,2	
Zadłużenie netto	[mln PLN]	148,0	
Zadłużenie netto /12mEBITDA		1,06	
Zadłużenie netto/kapitały własne		0,36	
Zysk netto/akcję dla akcjonariuszy jednostki dominującej	[PLN/akcję]	1,6089	



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 butkach PET 1,5l oraz 0,75l.



NOWOŚCI WPROWADZONE W CIĄGU 2014 ROKU

Rynki



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.



Bublimo - Jupík Funny Bubbles

Rodzina napoi Bublimo 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.





Chitto bitter

Rodzina popularnych napojów Chito ma nowego członka – Chito bitter to orzeźwiający napój o słodko - gorzkim smaku. Produkt jest dostępny w szklanych butelkach o pojemności 0,33 L.



Hoop Cola ze śliwką

Nowy, interesujący śliwkowy smak napoju Hoop Cola. Produkt jest dostępny na rynku polskim w butelkach PET o pojemności 2L.



Paola – edycja specjalna

Popularna linia syropów Paola rozszerzyła się o specjalną edycję nowych smaków – pigwy, czarnego bzu oraz dzikiej róży. Produkty są dostępne na rynku polskim w szklanych butelkach o pojemności 0,43 L.





Jupik V – Team

Nowa linia napojów Jupik dla aktywnych dzieci. Napój zawiera błonnik i jest dostępny w smakach truskawkowym oraz mango. Produkt dostępny jest na polskim rynku w butelkach PET o pojemności 0,33 L.



Nowe smaki napoju JUPI

Nowa linia napojów Jupi ma nowe smaki – jabłko z wiśnią, cytryna z miętą, jabłko z miętą, brzoskwinia z jabłkiem, brzoskwinia z pomarańczą oraz owoce ogrodowe. Produkty są dostępne na rynku polskim w butelkach PET 1,5 L.



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. otrzymała tytuł **Przebój FMCG 2014** za markę **Jupik**.



Hoop Polska Sp. z o.o. otrzymała tytuł **Hit Handlu 2014** for Jupik Truskawka.

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.
Współpraca z Rauchem	Od 1 stycznia 2015 roku Grupa Kofola stanie się wyłącznym dystrybutorem produktów firmy Rauch na rynku czeskim i słowacki.

- Grupa Kapitałowa KOFOLA w 9M2014
- **Omówienie wyników finansowych i biznesowych za 9M2014**
- Omówienie wyników finansowych i biznesowych za 3KW 2014
- Rynki, trendy i kierunki rozwoju
- Profil i historia Grupy Kapitałowej KOFOLA
- Akcjonariat i kurs akcji
- Kontakt

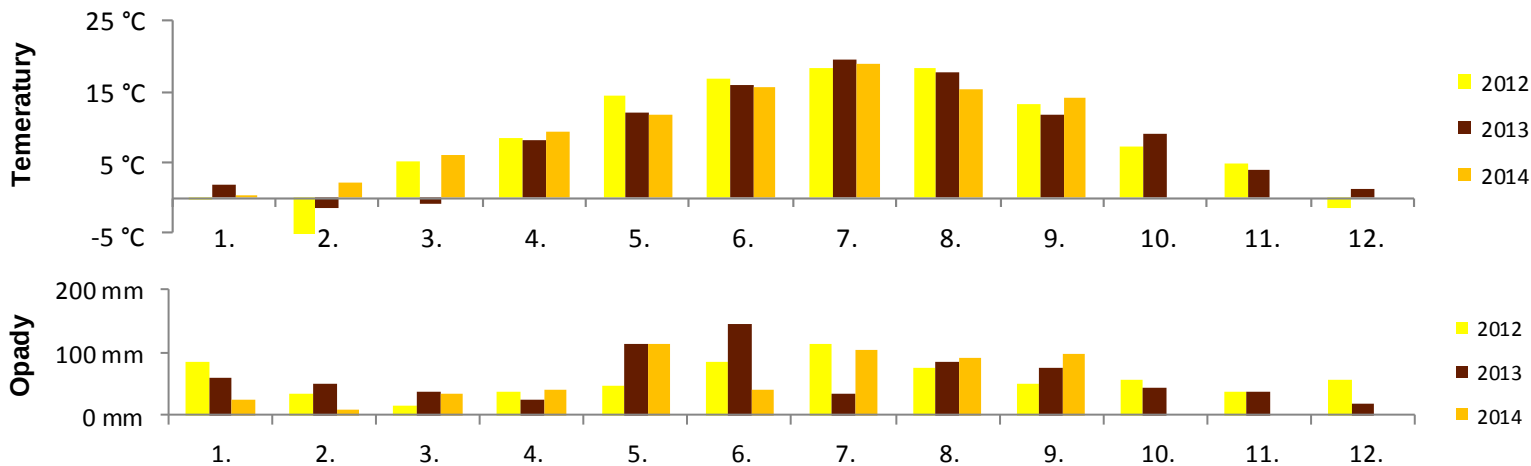


OTOCZENIE RYNKOWE GRUPY W CIĄGU 2014 ROKU



- 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 9M2013 SKORYGOWANE O ZDARZENIA JEDNORAZOWE

[tys. PLN]

9M2013	IFRS	Skorygowane o zdarzenia jednorazowe	Skorygowane przeliczone
Działalność kontynuowana			
Przychody ze sprzedaży	777 640	777 640	749 127
Koszt własny sprzedaży	(528 300)	(528 300)	(512 601)
Zysk brutto ze sprzedaży	249 340	249 340	236 526
Koszty sprzedaży	(170 543)	(170 543)	(162 573)
Koszty ogólnego zarządu	(32 755)	(32 755)	(30 468)
Pozostałe przychody/(koszty operacyjne) netto	6 036	2 933	2 873
Zysk z działalności operacyjnej	52 078	48 975	46 358
EBITDA	105 367	102 264	97 890
Koszty finansowe netto	(10 575)	(12 672)	(13 540)
Podatek dochodowy	(9 719)	(9 613)	(9 055)
Zysk netto z działalności kontynuowanej	31 784	26 690	23 763
Działalność do wycofania z konsolidacji			
Zysk netto za okres do wycofania z konsolidacji	(849)	(849)	(849)
Zysk netto za okres	30 935	25 841	22 914
- przypisany akcjonariuszom jednostki dominującej	30 986	25 892	22 965

- Na EBIT i EBITDA w 9M2013 miał wpływ zysk ze sprzedaży aktywów trwałych 3 103 tys. zł (wpływ na opodatkowanie 106 tys. zł.).
Zysk ze sprzedaży 100% udziałów w Santa Trans.SK s.r.o. w kwocie 2 097 tys. zł został uwzględniony w pozycji koszty finansowe netto. Transakcja bez wpływu na opodatkowanie
- Dla lepszej porównywalności wyników sprawozdania finansowe spółek zagranicznych Grupy za 9M2013 zostały przeliczone kursem wymiany walut do polskiego złotego z 9M2014.



WYNIKI GRUPY KOFOLA ZA 9M2014 ORAZ 9M2013 [tys. PLN]

	9M2014	9M2013*
Działalność kontynuowana		
Przychody ze sprzedaży	728 751	749 127
Koszt własny sprzedaży	(453 679)	(512 601)
Zysk brutto ze sprzedaży	275 072	236 526
Koszty sprzedaży	(180 830)	(162 573)
Koszty ogólnego zarządu	(34 563)	(30 468)
Skorygowane pozostałe przychody/(koszty operacyjne) netto	800	2 873
Skorygowany zysk z działalności operacyjnej	60 479	46 358
Skorygowana EBITDA	111 981	97 890
Skorygowane koszty finansowe netto	(7 872)	(13 540)
Skorygowany podatek dochodowy	(10 523)	(9 055)
Skorygowany zysk netto za okres	42 084	23 763
Działalność do wycofania z konsolidacji		
Zysk netto za okres z działalności do wycofania z konsolidacji	-	(849)
Skorygowany zysk netto za okres	42 084	22 914
- przypisany akcjonariuszom jednostki dominującej	42 089	22 965

* dane za 9M2013 zostały przeliczone kursem wymiany walut do polskiego złotego z 9MW2014 roku i skorygowane o zdarzenia jednorazowe

Komentarz:

- Wzrost wyników finansowych w porównaniu do 9M2013

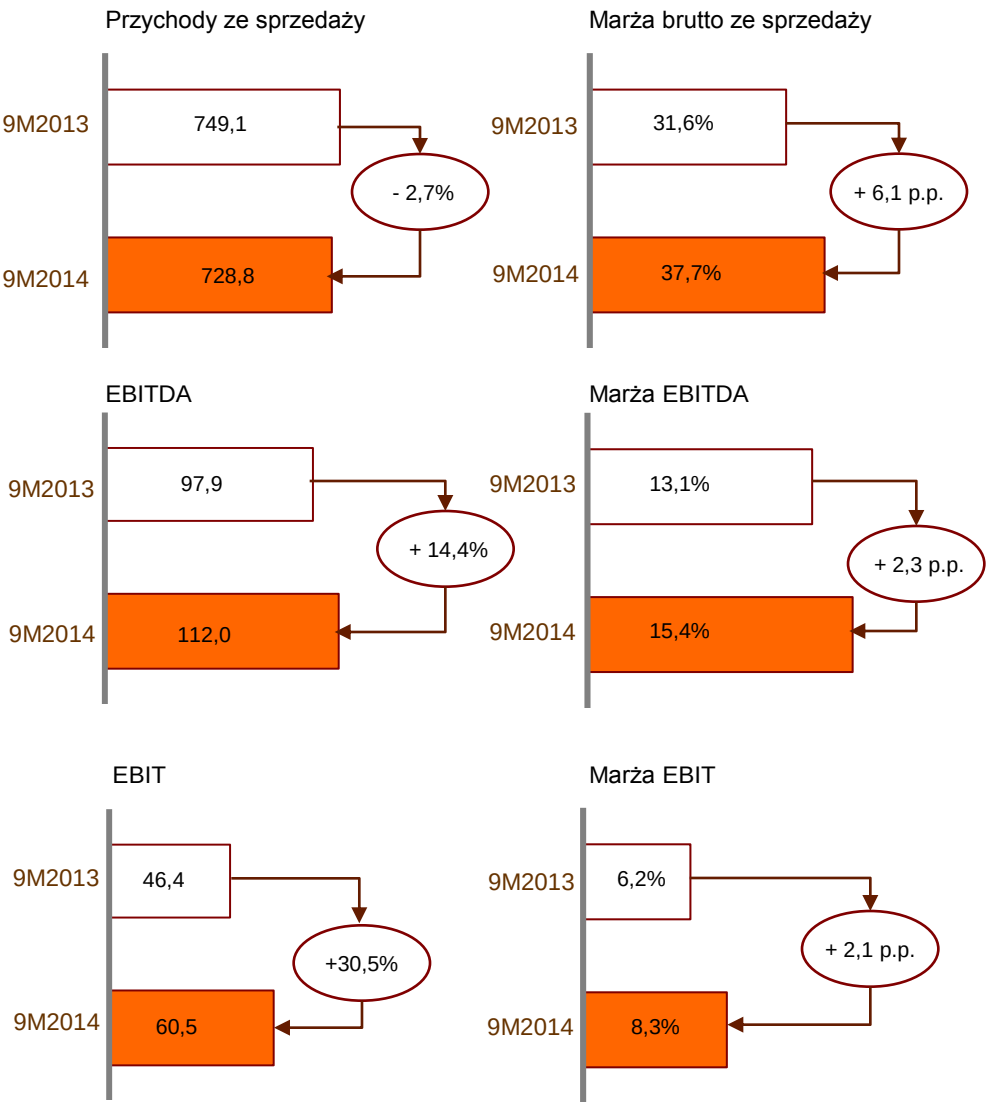


PODSUMOWANIE WYNIKÓW GRUPY ZA 9M2014 [mln PLN]

Legenda: 9M2013
 9M2014

Komentarz do rachunku wyników za 9M2014

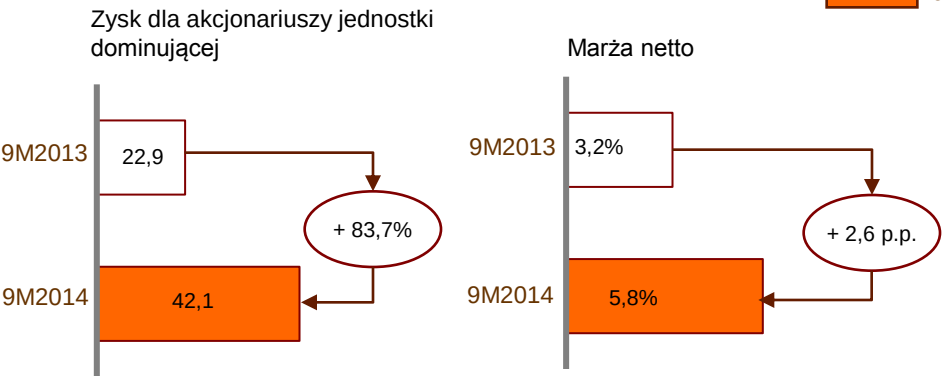
- Stabilizacja cen surowców, przesunięcie remontów na czas po sezonie oraz wzrost efektywności produkcji spowodowały poprawę marży brutto na sprzedaży
- EBIT i EBITDA - wzrost ze względu na poprawę zysku brutto ze sprzedaży
- Znacząca poprawa marży EBIT i EBITDA



EBITDA 112,0 mln PLN
EBIT 60,5 mln PLN

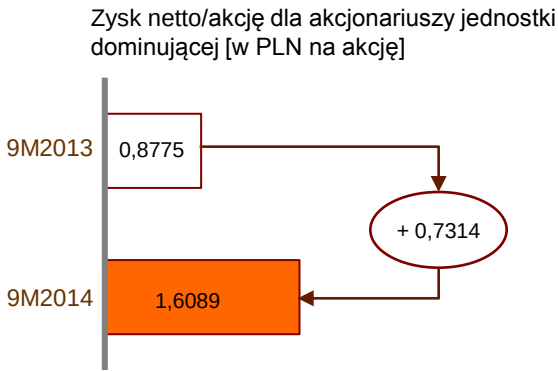
PODSUMOWANIE WYNIKÓW GRUPY ZA 9M2014 [mln PLN]

Legenda: 9M2013
 9M2014



Omówienie wyniku netto za 9M2014

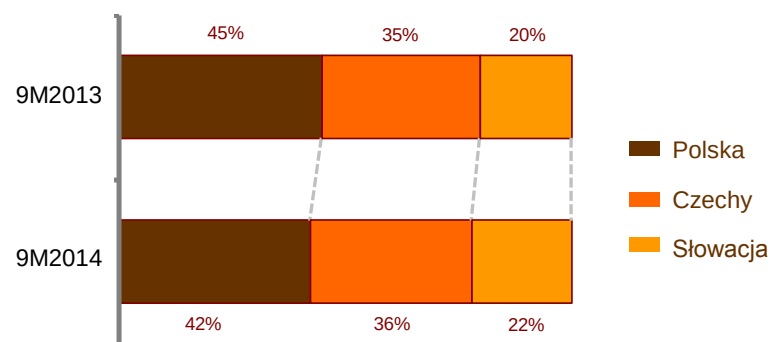
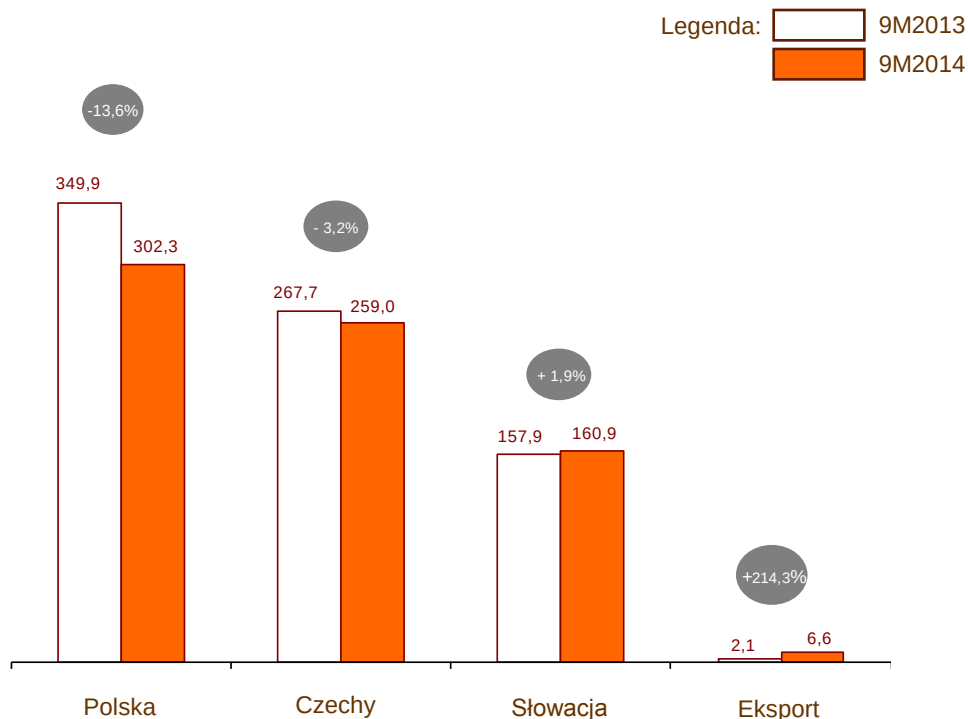
- Wzrost marży netto o 2,6 p.p.
- Wzrost zysku netto dla akcjonariuszy jednostki dominującej o 19,2 mln PLN
- Zysk netto/akcję 1,6089 zł / akcję



**Zysk dla akcjonariuszy jednostki dominującej
42,1 mln PLN**



STRUKTURA PRZYCHODÓW WG SEGMENTÓW GEOGRAFICZNYCH* ZA 9M2014 [mln PLN]



*dane za 9M2013 przeliczone według kursu historycznego

Omówienie segmentów geograficznych

• Polska

Przychody spadły o 13,6% ze względu na niższą o 46,8 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

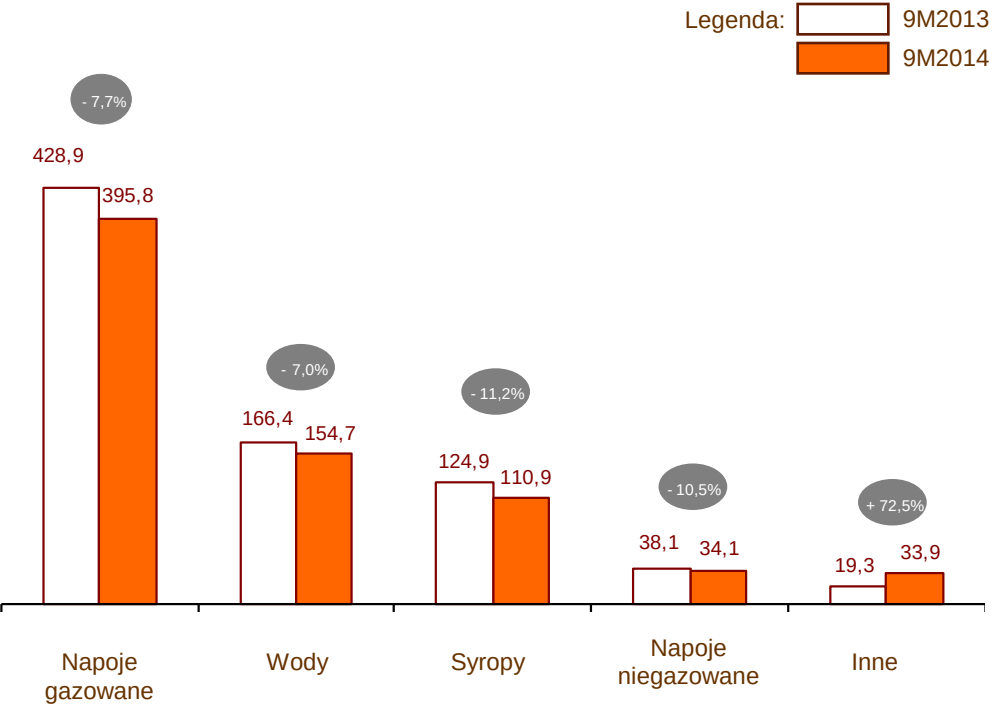
Przychody spadły o 3,4% w porównaniu do 9M2013 z powodu osłabienia kursu korony czeskiej względem polskiego złotego, w walucie lokalnej wystąpił wzrost o 2,1%. Ten lekki wzrost pochodzi z segmentu impulsowego i wynika głównie z większej sprzedaży wody, napojów energetycznych i napojów niegazowanych.

• Słowacja

Przychody wzrosły o 1,9% w PLN (3.3% w walucie lokalnej) Wzrost pochodzi głównie z wyższej sprzedaży napojów gazowanych.

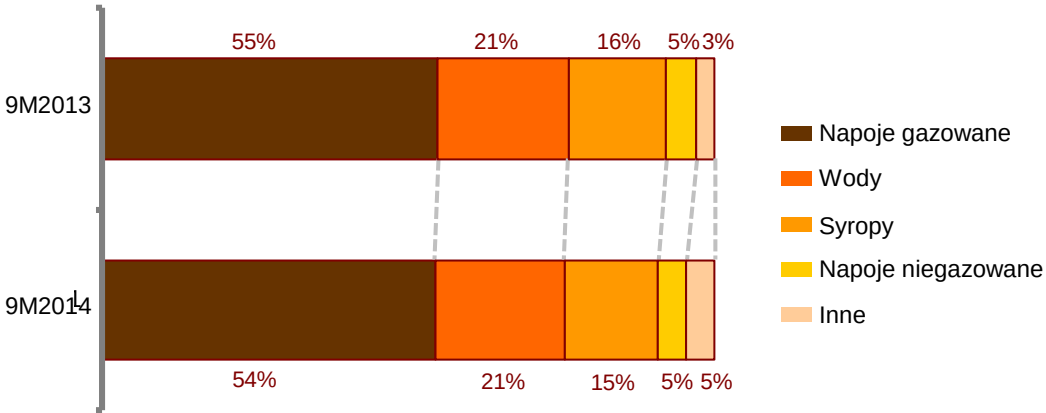
W 9M2014 Kofola SK miała wiodącą pozycję w segmencie detalicznym, jak również segmencie HoReCa pod względem udziału w rynku.

STRUKTURA PRZYCHODÓW WG SEGMENTÓW PRODUKTOWYCH* ZA 9M2014 [mln PLN]



Wyjaśnienie zmian w segmentach produktowych

- Przychody wszystkich segmentów w 9M2014 były pod negatywnym wpływem osłabienia CZK wobec PLN.
- 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 przejęciu grupy Mangaloo)



* dane za 9M2013 przeliczone według kursu historycznego



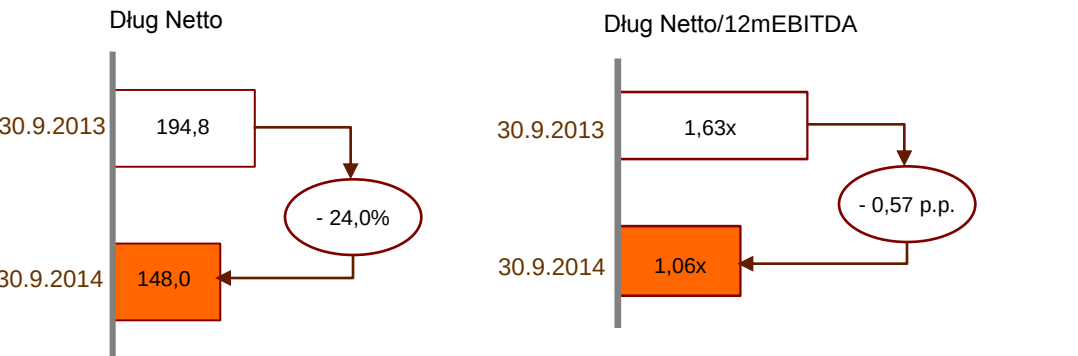
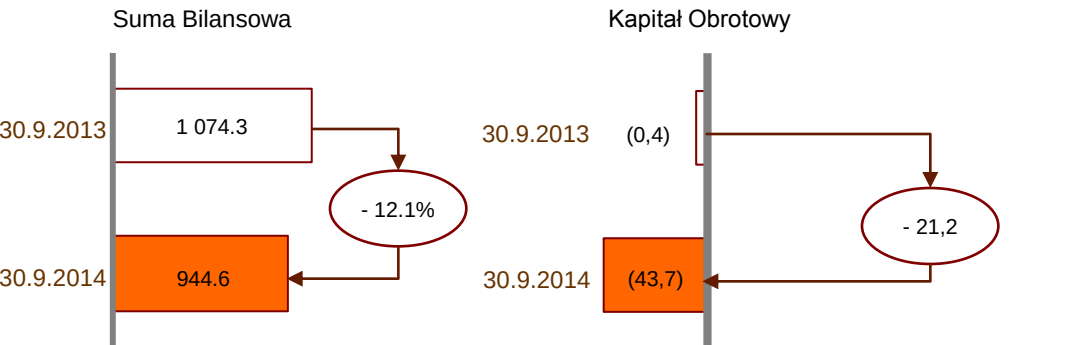
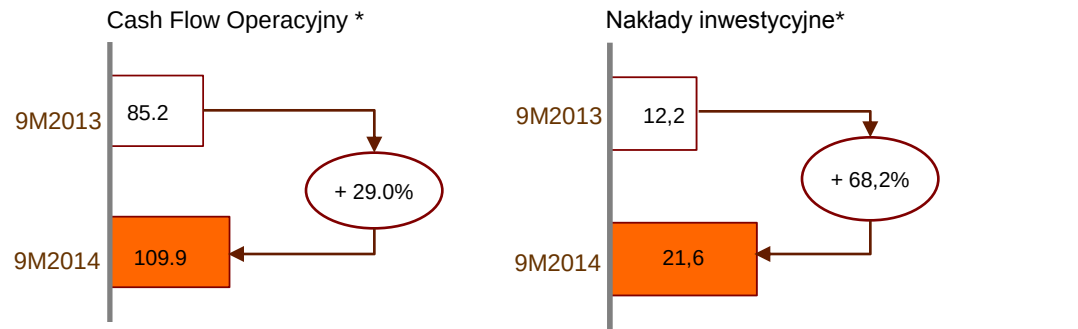
PODSUMOWANIE WYNIKÓW GRUPY W 9M2014 [mIn PLN]

Legenda: 9M2013
 9M2014

Omówienie cash flow i zadłużenia

- Cash flow z działalności operacyjnej 109,9 mln PLN
- Spadek długu netto o 24,0%
- Dług netto/12mEBITDA z działalności kontynuowanej zmniejszył się do 1,06x w porównaniu do 1,63x na dzień 30 września 2013 roku.

Dług Netto/12mEBITDA 1,06x



* dane za 9M2013 przeliczone według kursu historycznego

- Grupa Kapitałowa KOFOLA w 9M2014
- Omówienie wyników finansowych i biznesowych za 9M2014
- **Omówienie wyników finansowych i biznesowych za 3KW 2014**
 - Rynki, trendy i kierunki rozwoju
 - Profil i historia Grupy Kapitałowej KOFOLA
 - Akcjonariat i kurs akcji
 - Kontakt



WYNIKI GRUPY KOFOLA ZA 3KW 2013 SKORYGOWANE O ZDARZENIA JEDNORAZOWE

[tys. PLN]

3KW2013	MSSF	MSSF - skorygowane o zdarzenia jednorazowe	Skorygowane przeliczone
Działalność kontynuowana			
Przychody ze sprzedaży	273 558	273 558	262 564
Koszt własny sprzedaży	(182 828)	(182 828)	(176 974)
Zysk brutto ze sprzedaży	90 730	90 730	85 590
Koszty sprzedaży	(54 579)	(54 579)	(51 711)
Koszty ogólnego zarządu	(10 276)	(10 276)	(9 458)
Pozostałe przychody/(koszty operacyjne) netto	1 180	(107)	(126)
Zysk z działalności operacyjnej	27 055	25 768	24 295
EBITDA	44 627	44 627	41 242
Koszty finansowe netto	(3 051)	(3 051)	(2 942)
Podatek dochodowy	(5 557)	(5 557)	(5 281)
Zysk netto z działalności kontynuowanej	18 447	17 160	16 072
Działalność do wycofania z konsolidacji			
Zysk netto za okres do wycofania z konsolidacji	-		
Zysk netto za okres	18 447	17 160	16 072
- przypisany akcjonariuszom jednostki dominującej	18 455	17 168	16 081

- Na EBIT i EBITDA w 3KW2013 miał wpływ zysk ze sprzedaży aktywów trwałych 1 287 tys.zł.
- Dla lepszej porównywalności wyników sprawozdania finansowe spółek zagranicznych Grupy za 3KW2013 i 3KW2014 zostały przeliczone kursem wymiany walut do polskiego złotego z 9M2014.



WYNIKI GRUPY KOFOLA ZA 3KW 2014 I 3KW 2013 [tys. PLN]

Skorygowane dane finansowe	3KW2014*	3KW2013*
Działalność kontynuowana		
Przychody ze sprzedaży	267 967	262 564
Koszt własny sprzedaży	(158 501)	(176 974)
Zysk brutto ze sprzedaży	109 466	85 590
Koszty sprzedaży	(69 285)	(51 711)
Koszty ogólnego zarządu	(9 212)	(9 458)
Skorygowane pozostałe przychody/(koszty operacyjne) netto	(206)	(126)
Skorygowany zysk z działalności operacyjnej	30 763	24 295
Skorygowana EBITDA	48 702	41 242
Koszty finansowe netto	(1 580)	(2 942)
Podatek dochodowy	(4 887)	(5 281)
Skorygowany zysk netto za okres	24 296	16 072
Działalność do wycofania z konsolidacji		
Zysk / (Strata) netto za okres z działalności do wycofania z konsolidacji	-	-
Skorygowany zysk netto za okres	24 296	16 072
- przypisany akcjonariuszom jednostki dominującej	24 318	16 081

* dane zostały przeliczone kursem wymiany walut do polskiego złotego za 9M2014 roku

Komentarz:

- Wzrost wyników finansowych w porównaniu do 3KW2013

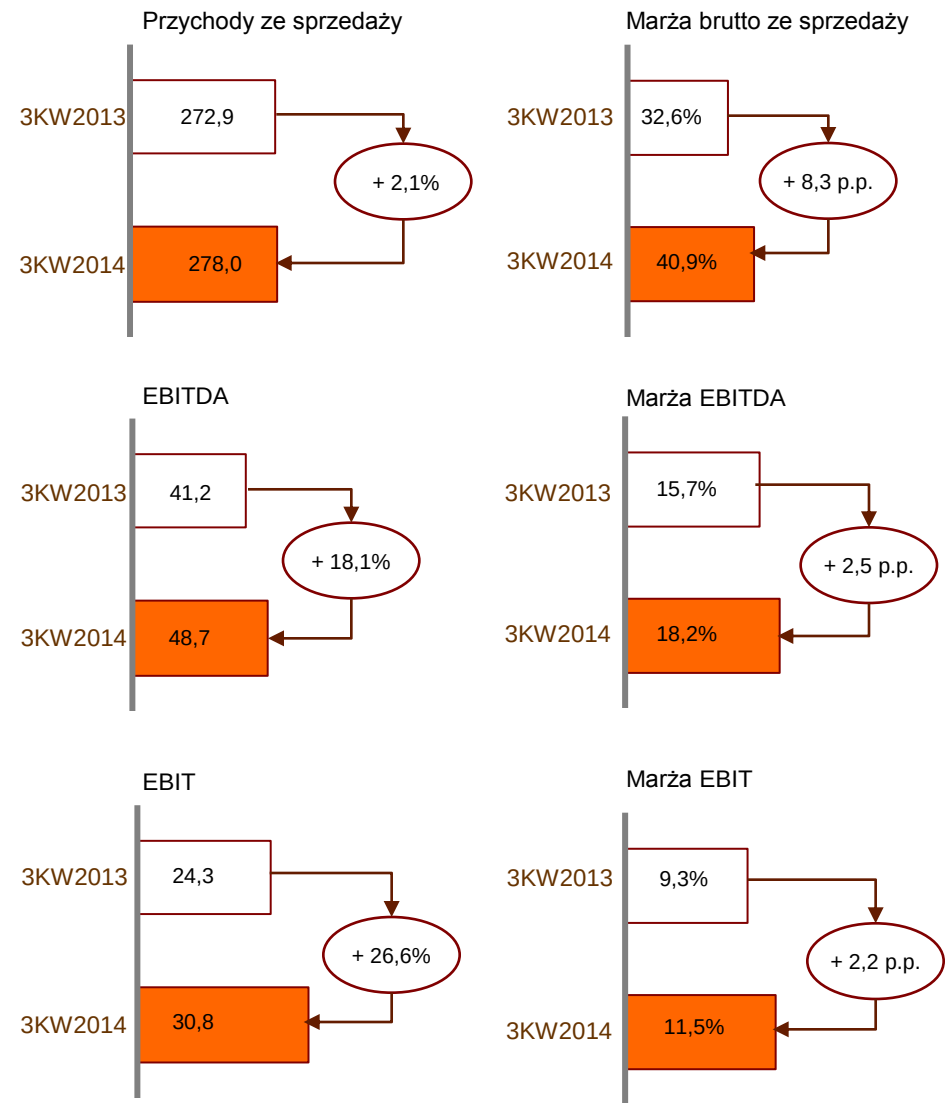


PODSUMOWANIE WYNIKÓW GRUPY W 3KW 2014 [mln PLN]

Legenda: 3KW2013
 3KW2014

Komentarz do rachunku wyników za 3KW 2014

- Wzrost przychodów o 2,1% napędzała wyższa sprzedaż produktów w Czechach i na Słowacji.
- EBIT i EBITDA - wzrost ze względu na poprawę zysku brutto ze sprzedaży
- Znacząca poprawa marży EBIT i EBITDA



EBITDA 48,7 mln PLN
EBIT 30,8 mln PLN

- Grupa Kapitałowa KOFOLA w 9M2014
- Omówienie wyników finansowych i biznesowych za 9M2014
- Omówienie wyników finansowych i biznesowych za 3KW 2014
- **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	2	-
Syropy i koncentraty	2	1	2	-
Napoje dziecięce	4	2	2	-
Napoje energetyczne	-	4	9	-
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.
- Silna druga pozycja w wodach źródłanych 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.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 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”.
- 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, 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 9M2014
- Omówienie wyników finansowych i biznesowych za 9M2014
- Omówienie wyników finansowych i biznesowych za 3KW 2014
- Rynki, trendy i kierunki rozwoju
- **Profil i historia Grupy Kapitałowej KOFOLA**
- Akcjonariat i kurs akcji
- Kontakt



Misja:

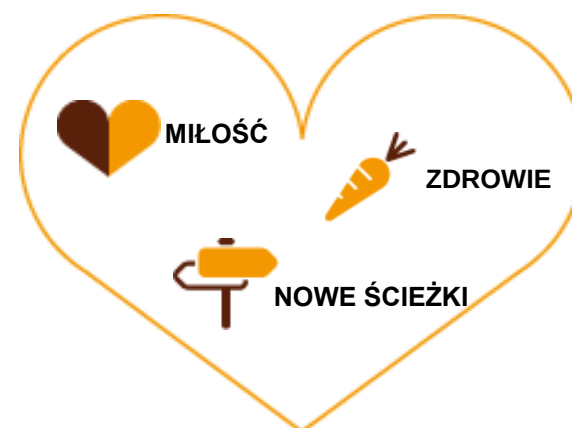
Jesteśmy Kofolą. Z pasją dążymy do tego co jest najważniejsze w życiu: kochać, prowadzić zdrowy styl życia i nieustannie poszukiwać nowych wyzwań.

Wizja:

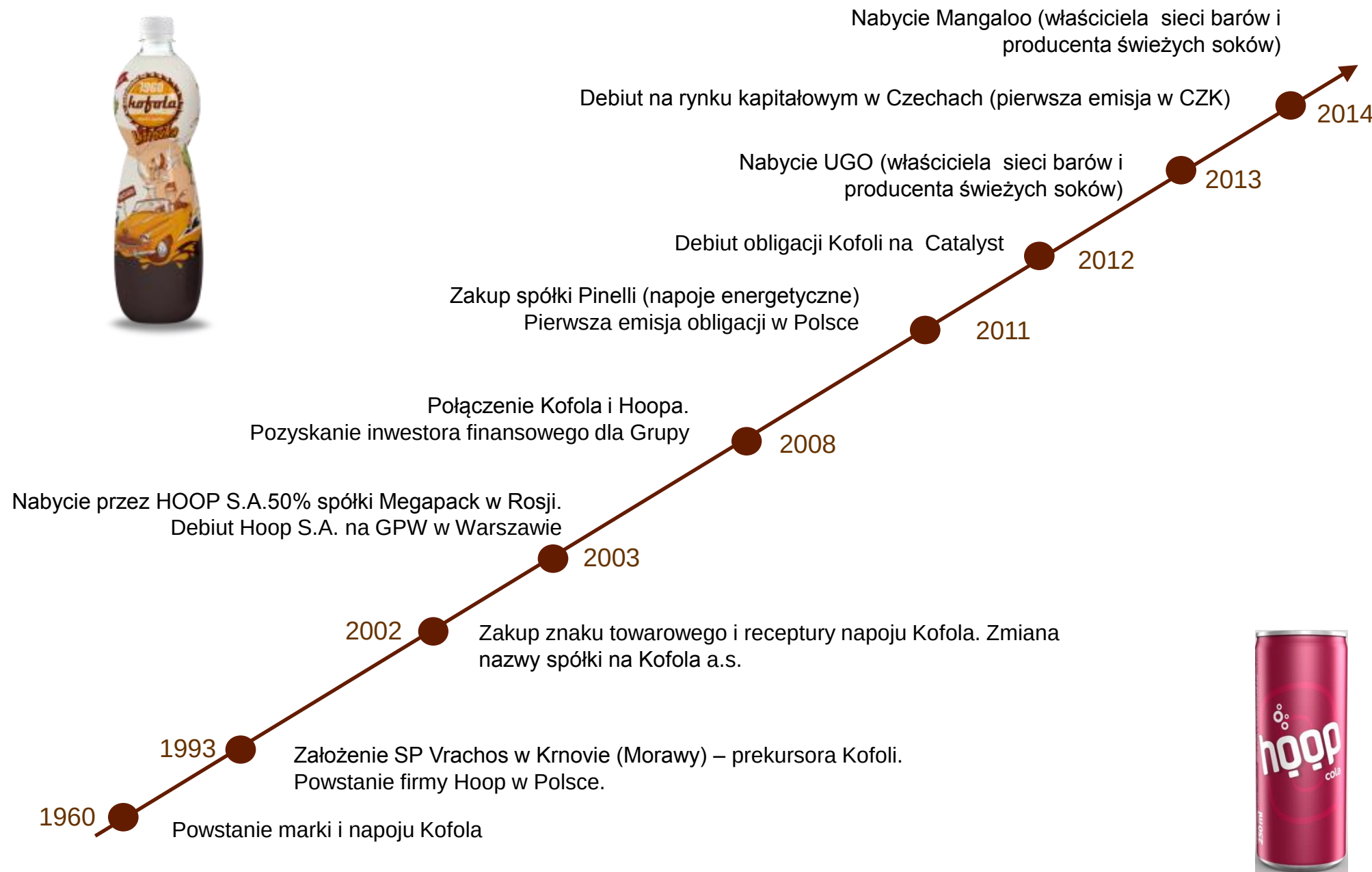
Do 2017 roku chcemy stać się wiodącą firmą w segmencie HoReCa i produktów impulsowych wpływając na cały rynek w Czechach i na Słowacji. Stabilizować zyskowność kanału detalicznego. Będziemy oferowali coraz zdrowsze wersje naszych produktów i, jak to było do tej pory, produkować nasze napoje z najwyższą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

Nasze kluczowe kompetencje to nasze DNA:

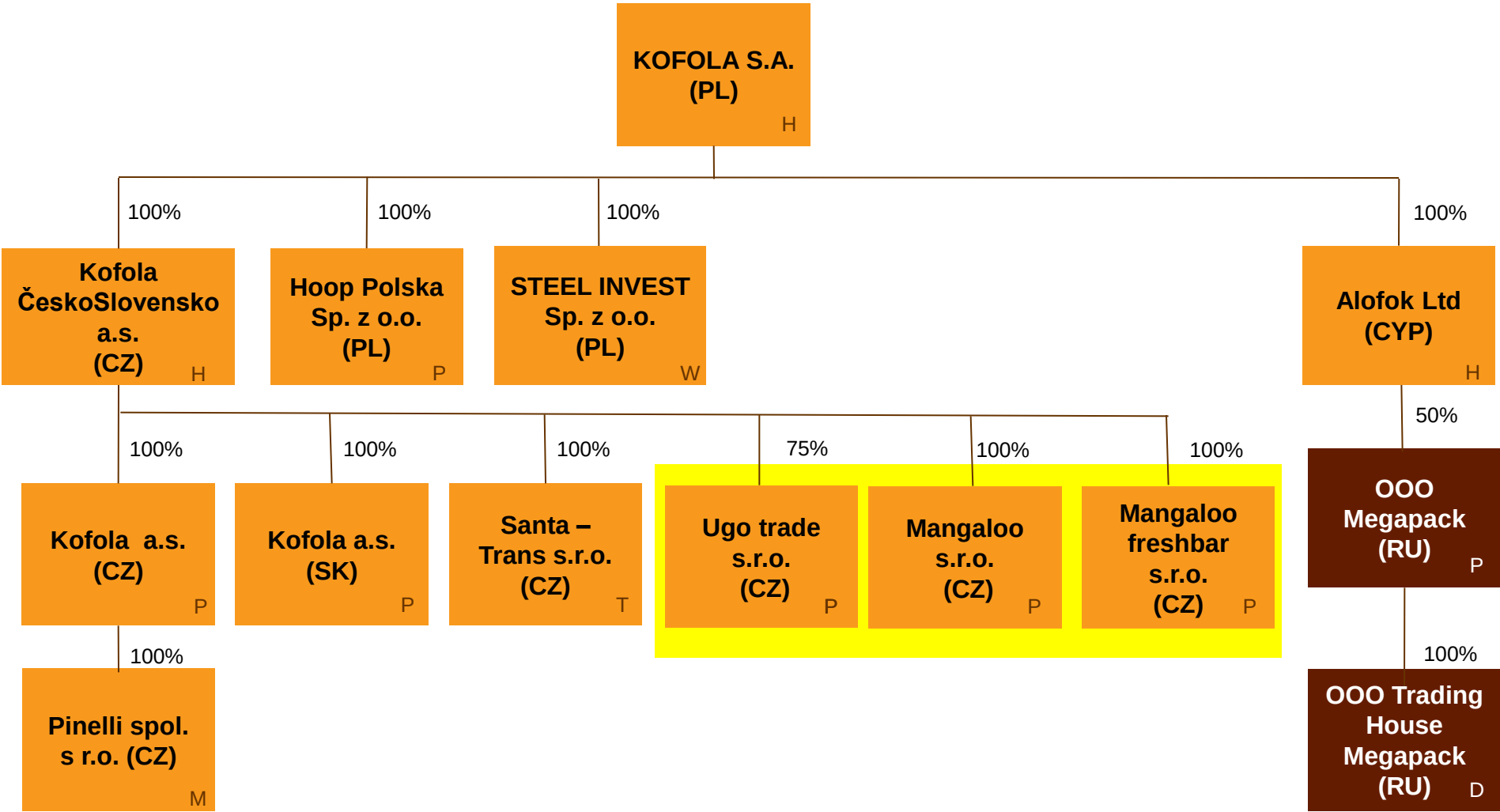
- Staramy się być o krok do przodu
- Stale poszukujemy nowych możliwości rozwoju
- Naszą firmę współtworzymy razem z naszymi konsumentami, klientami, dostawcami i pracownikami
- Dostarczamy emocji
- Pracujemy tam, gdzie jest nasz dom i tam, gdzie możemy zrozumieć naszą kulturę



HISTORIA GRUPY KOFOLA



STRUKTURA GRUPY KOFOLA NA DZIEŃ 30.9.2014

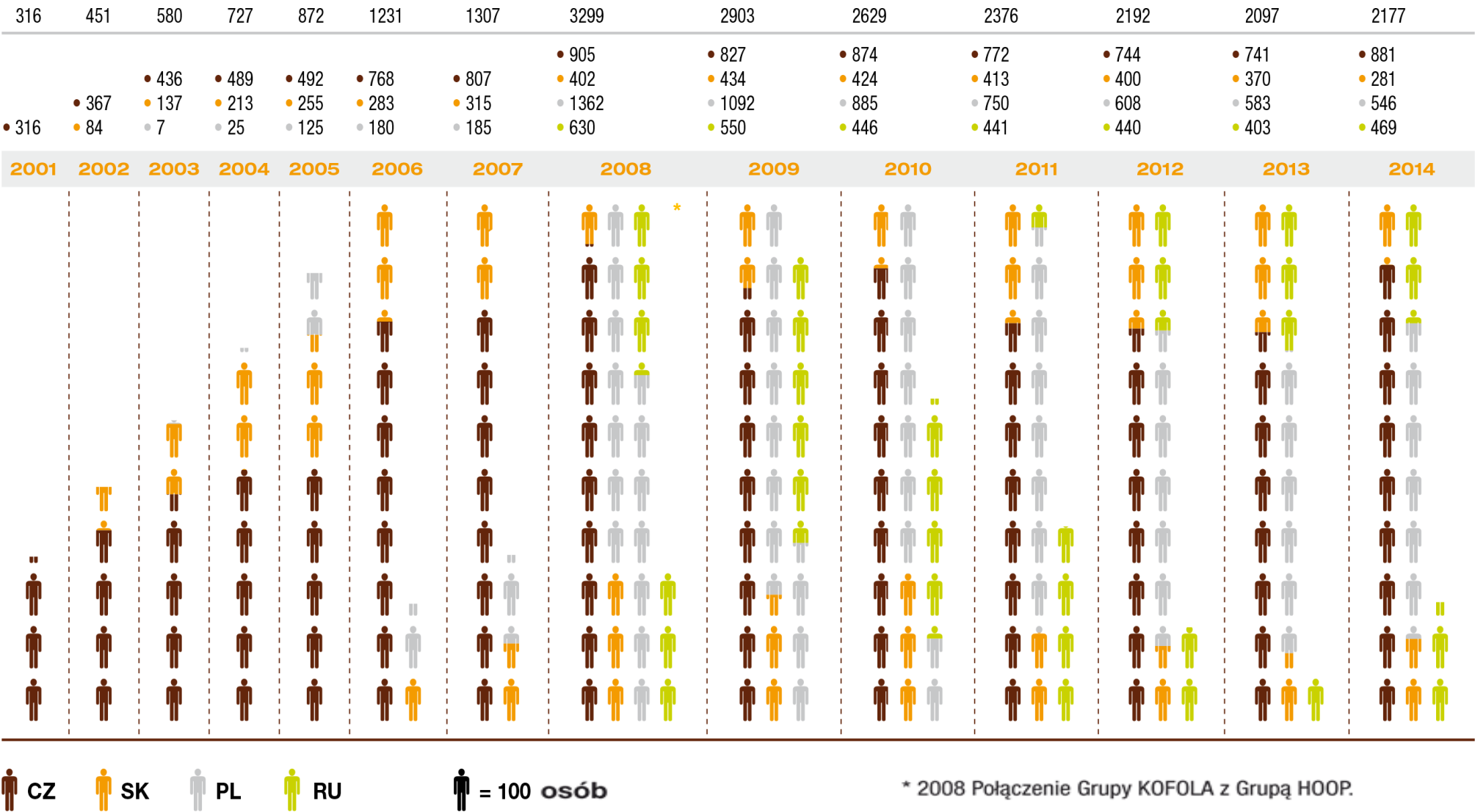


Legenda:

- Spółka konsolidowana metodą pełną
- Spółka konsolidowana metodą praw własności
- Połączone w dniu 30 października 2014 r następcą jest Ugo trade s.r.o.

- 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



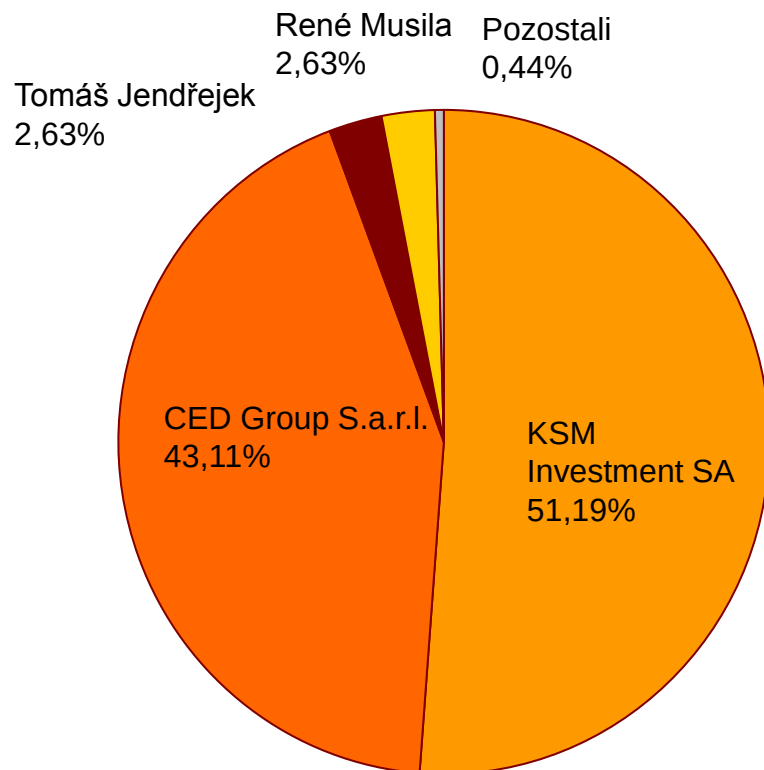
KANAŁY DYSTRYBUCJI

	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 (DP) uruchomiona od IV kw. 2009 roku na rynku słowackim. W Czechach DP wprowadza od października 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 w 9M2014
- Omówienie wyników finansowych i biznesowych za 9M2014
- Omówienie wyników finansowych i biznesowych za 3KW 2014
- 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

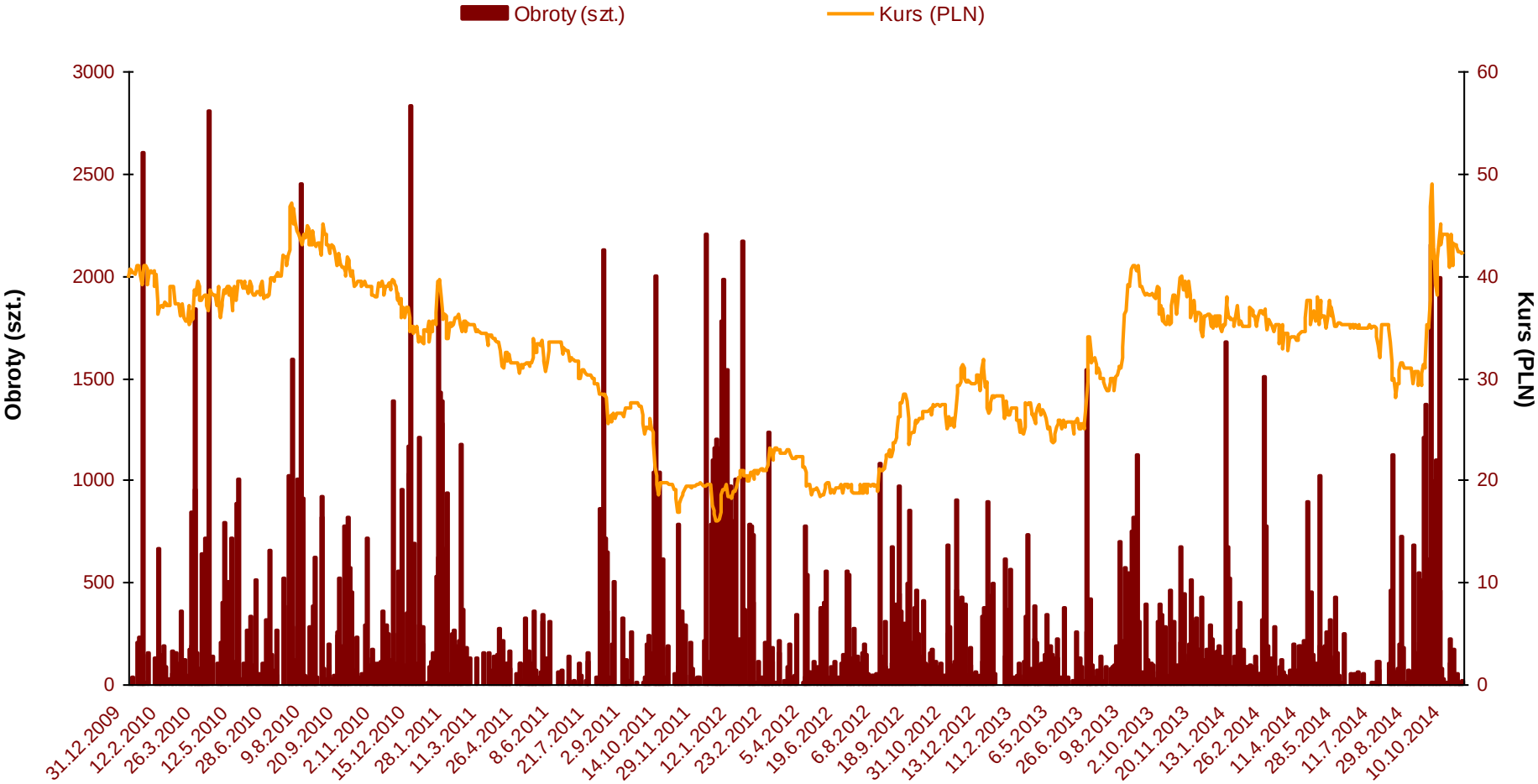
Kapitał własny

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. 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 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 60 zł. Program jest w toku.

KURS AKCJI I OBROTY

Średni kurs w 2014 roku	35,2 PLN	Średni kurs w 2013 roku	21,5 PLN
Średnie obroty na sesji w 2014 roku	186,5 pcs.	Średnie obroty na sesji w 2013 roku	188,0 pcs.



- Grupa Kapitałowa KOFOLA w 9M2014
- Omówienie wyników finansowych i biznesowych za 9M2014
- Omówienie wyników finansowych i biznesowych za 3KW 2014
- 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