



**GRUPA KOFOLA S.A.
WYNIKI ZA 9M/2015**

**Prezentacja dla inwestorów
2 listopada 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



Zdywersyfikowany portfel silnych marek otrzymujących nagrody



Sukcesy na rynku od 20 lat



Wyniki Grupy Kofola za 9M/2015
Prezentacja dla inwestorów

kofola

Grupa Kofola

Kluczowe dane finansowe [MPLN]

Przychody według segmentów*	9M/2015	%
Napoje gazowane	405,3	48%
Wody	227,2	27%
Syropy	107,3	12%
Napoje niegazowane	55,9	7%
Pozostałe	48,8	6%
Ogółem	844,5	100%

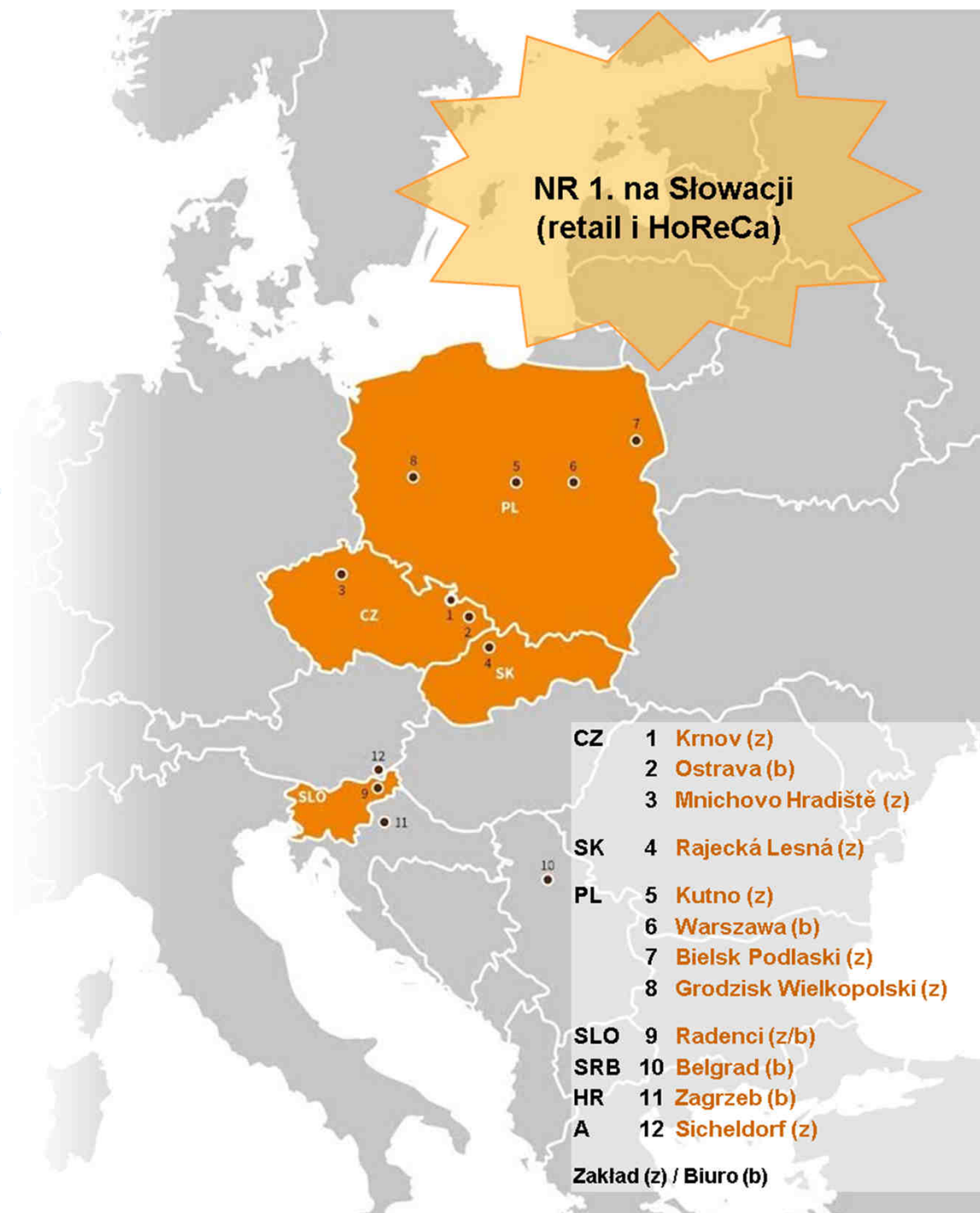
EBITDA*	150,1
Suma aktywów	1 326,5
Kapitały własne ogółem	454,0
Zadłużenie netto	205,4
Zadłużenie netto/EBITDA**	1,16
Zadłużenie netto/kapitały własne	0,45

Zysk netto/akcję dla akcjonariuszy jednostki dominującej [PLN/akcję]	2,07
---	------

* dane skorygowane o zdarzenia jednorazowe

**12-miesięczna EBITDA, w tym Radenska

Wyniki Grupy Kofola za 9M/2015
Prezentacja dla inwestorów



Nasze główne marki



Nowości wprowadzone w 9M/2015

Rynki



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.



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 napojów 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 9M/2015
Prezentacja dla inwestorów

kofola 

6

Nowości wprowadzone w 9M/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 aromatycznej w butelkach PET jest dostępny na rynku czeskim i słowackim.



Wszystkie produkty Rajec są teraz bez konserwantów.

Nowości wprowadzone w 9M/2015



Rajec 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.



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.



Nagrody i wyróżnienia w 2015 roku



ARCTIC+ funkcjonalna marka wody z Hoop Polska Company została finalistką konkursu **2015 Global Bottled Water Awards**. Nasza funkcjonalna woda zyskała uznanie i została finalistką w dwóch kategoriach: najlepszej wody funkcjonalnej i najlepszej marki. Nagrody zostały przyznane na 12. kongresie wód butelkowanych (Global Bottled Water Congress).



Główne wydarzenia i działania zrealizowane w ciągu 2015 roku

Zmiany w strukturze Grupy	W październiku 2015 r. Kofola ČeskoSlovensko a.s., spółka z siedzibą w Czechach, została spółką dominującą spółki Kofola S.A. i całej Grupy Kofola. Kofola ČeskoSlovensko obecnie przygotowuje się do pierwszej oferty publicznej (IPO) na giełdzie papierów wartościowych w Pradze.
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 w regionie Adriatyku.
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 butlekowanych. Kluczowe marki należące do Grupy to Budiš, Fatra, Gemerka oraz Zlata Studna. Nabycie musi zostać zatwierdzone przez Urząd Antymonopolowy Republiki Słowackiej. Na dzień niniejszego raportu procedura była nadal w toku.
Dystrybucja produktów Rauch	Od początku 2015 r. Grupa jest wyłącznym dystrybutorem produktów Rauch w Czechach i Słowacji, co jeszcze bardziej zwiększyło różnorodność jej wysokiej jakości portfela produktów.
Bezpośrednia dystrybucja w Czechach	Bezpośredni kanał dystrybucji w Czechach rozpoczął się w październiku 2014 r. i przynosi pozytywne wyniki dzięki wykorzystaniu know-how zdobytego na Słowacji, gdzie bezpośrednią dystrybucję rozpoczęto w 2009 r.



- 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

- o Zwiększenie konsumpcji gospodarstw domowych
- o Zmniejszenie bezrobocia gospodarstw domowych i zwiększenie realnych płac
- o Stabilizacja cen surowców

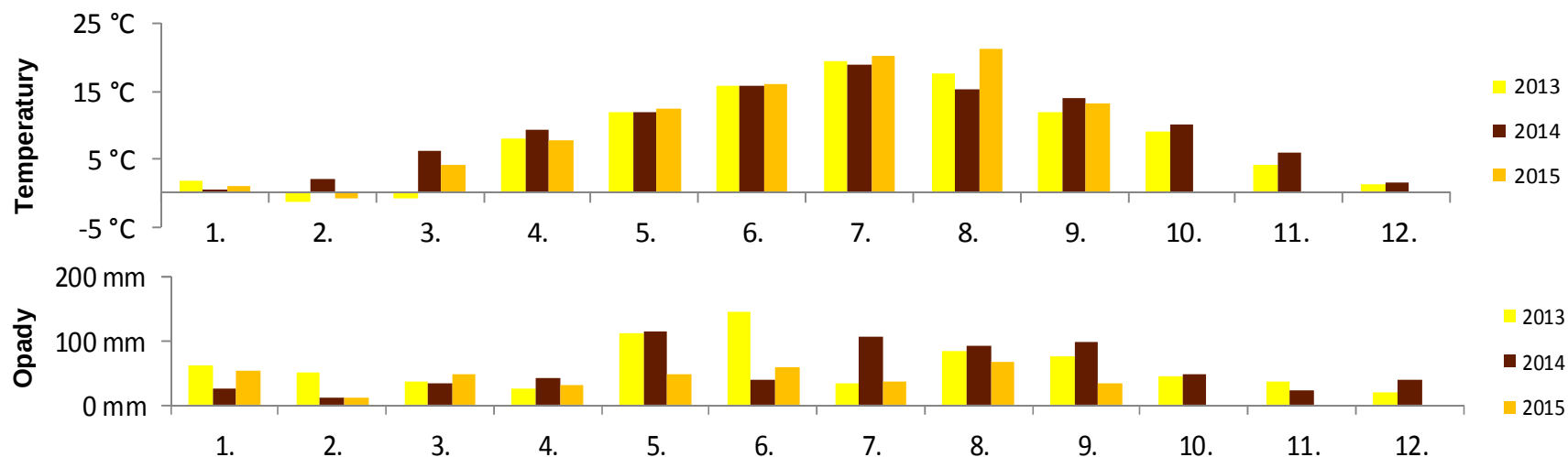
Rynkowe / konkurencyjne

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

Regulacyjne

- o Stabilne środowisko

Pogoda w Europie Środkowej



Wyniki Grupy Kofola za 9M/2015

[tys PLN]

9M/2015 korekty jednorazowe	IFRS	Korekty jednorazowe		Skorygowane
Przychody ze sprzedaży	839 128	5 327	*	844 455
Koszty własne sprzedaży	(492 682)	(3 374)	*	(496 056)
Zysk brutto ze sprzedaży	346 446	1 953		348 399
Koszty sprzedaży, marketingu i dystrybucji	(212 992)	577	*	(212 415)
Koszty ogólnego zarządu	(49 984)	2 528	**	(47 456)
Pozostałe przychody/(koszty operacyjne) netto	(9 555)	13 506	*	3 951
Wynik z działalności operacyjnej	73 915	18 564		92 479
EBITDA	131 582	18 564		150 146
Koszty finansowe netto	(11 272)	-		(11 272)
Podatek dochodowy	(8 289)	(3 527)		(11 816)
Zysk netto za okres	54 354	15 037		69 391
- przypisany akcjonariuszom jednostki dominującej	54 064	15 037		69 101

Komentarz:

Korekty jednorazowe 9M/2015

- * Hoop Polska sp. z o.o. poniosła koszty nadzwyczajne 12 996 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 1 612 tys. zł. Wpływ na podatek dochodowy 19%.
- ** Kofola a.s. (SK) poniosła koszty doradztwa przy nabyciu WAD GROUP w wysokości 916 tys. zł. Wpływ na podatek dochodowy 19%.
- * Kofola CS a.s. wykazała rezerwę w wysokości 3 040 tys. zł z tytułu sprawy sądowej wniesionej przeciwko konkurentowi Grupy o ochronę przed nieuczciwą konkurencją i naruszenie znaków towarowych Kofoli. Wpływ na podatek dochodowy 19%.

W 9M/2014 żadnych 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.



kofola 

Wyniki Grupy Kofola za 9M/2015

[tys PLN]

	9M/2015*	9M/2014**	Zmiana	Zmiana
Przychody ze sprzedaży	844 455	726 239	118 216	16,3%
Koszt własny sprzedaży	(496 056)	(452 358)	(43 698)	9,7%
Zysk brutto ze sprzedaży	348 399	273 881	74 518	27,2%
Koszty sprzedaży	(212 415)	(180 072)	(32 343)	18,0%
Koszty ogólnego zarządu	(47 456)	(34 415)	(13 041)	37,9%
Pozostałe przychody, netto	3 951	788	3 163	401,4%
Zysk z działalności operacyjnej	92 479	60 182	32 297	53,7%
EBITDA	150 146	111 519	38 627	34,6%
Koszty finansowe netto	(11 272)	(8 311)	(2 961)	35,6%
Podatek dochodowy	(11 816)	(10 462)	(1 354)	12,9%
Zysk netto za okres	69 391	41 409	27 982	67,6%
- przypisany akcjonariuszom jednostki dominującej	69 101	41 414	27 687	66,9%

Komentarz

- Zysk brutto wzrósł o 27,2 %
- EBIT wzrósł o 53,7 %
- EBITDA wzrósł o 34,6 %



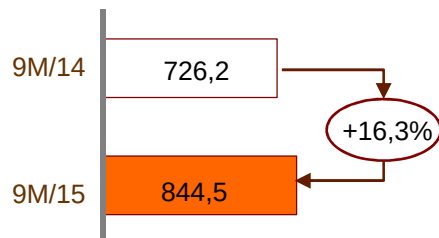
kofola 

Wyniki Grupy Kofola za 9M/2015
Prezentacja dla inwestorów

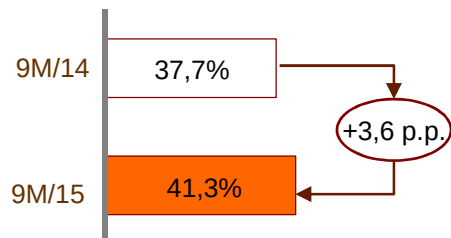
* skorygowane o zdarzenia jednorazowe
** dane za 2014 zostały przeliczone kursem
wymiany walut do polskiego złotego z 2015

Podsumowanie wyników* Grupy Kofola za 9M/2015 [mln PLN]

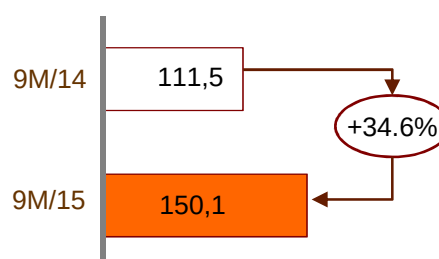
Przychody ze sprzedaży



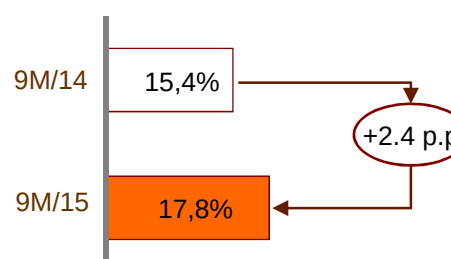
Marża brutto ze sprzedaży



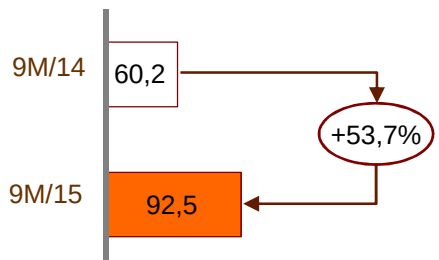
EBITDA



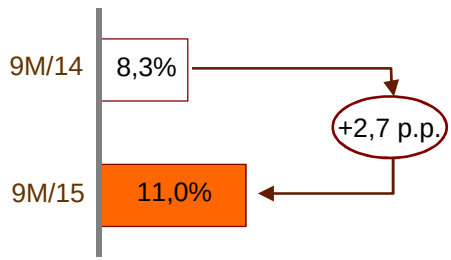
Marża EBITDA



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 17% 9M15 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 65,4 %.



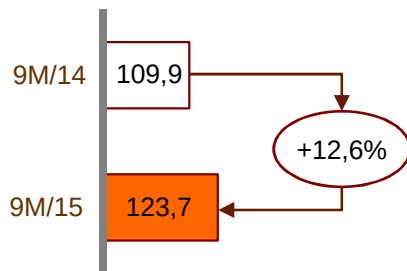
Wyniki Grupy Kofola za 9M/2015
Prezentacja dla inwestorów

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

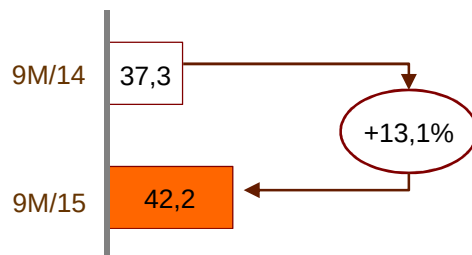
kofola

Podsumowanie wyników Grupy Kofola za 9M/2015 [mln PLN]

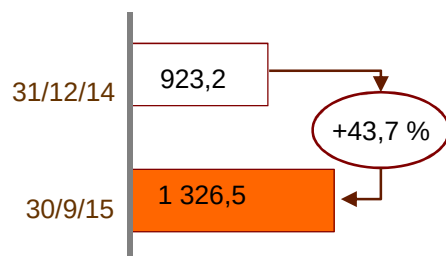
Cash Flow Operacyjny



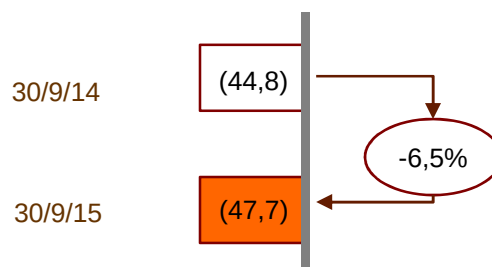
Nakłady inwestycyjne



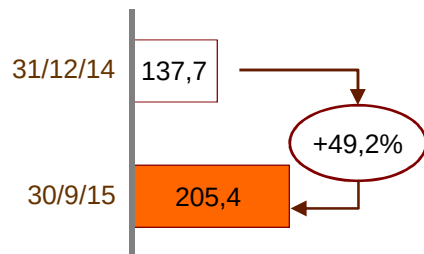
Suma Bilansowa*



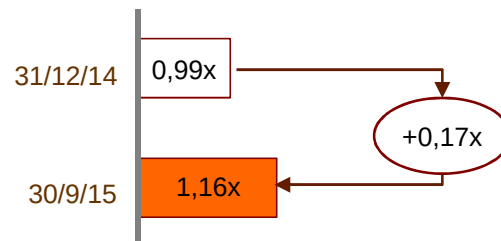
Kapitał Obrotowy*



Dług Netto*



Dług Netto/EBITDA* **



Omówienie cash flow i zadłużenia

- Cash flow operacyjny wzrósł o 13% głównie w wyniku poprawy zysku brutto.
- Silny operacyjny cash flow wraz z jego wzrostem potwierdza solidną cashflow wydajność Grupy.
- Nakłady inwestycyjne wzrosły o 13%. 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 1,16x



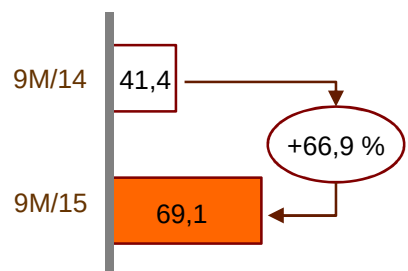
kofola

Wyniki Grupy Kofola za 9M/2015
Prezentacja dla inwestorów

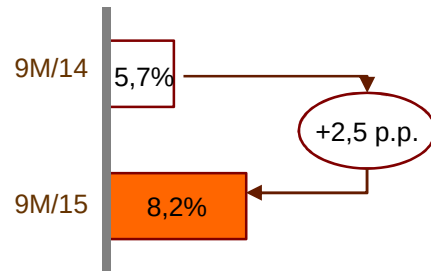
* skorygowane o zdarzenia jednorazowe, dane za 2014 zostały przeliczone kursem wymiany walut do polskiego złotego z 2015
** 12-miesięczna EBITDA, w tym Radenska

Podsumowanie wyników* Grupy Kofola za 9M/2015 [mln PLN]

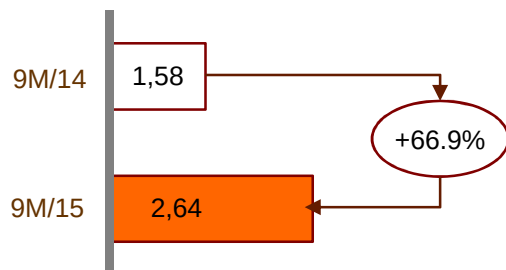
Zysk dla akcjonariuszy jednostki dominującej



Marża netto



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



Komentarz

- Wzrost marży netto o 2,5 p.p.
- Wzrost zysku netto dla akcjonariuszy jednostki dominującej o 27,7 mln PLN.
- Zysk netto/akcję 2,64 PLN/akcję.

Zysk dla akcjonariuszy jednostki dominującej 69,1 mln PLN

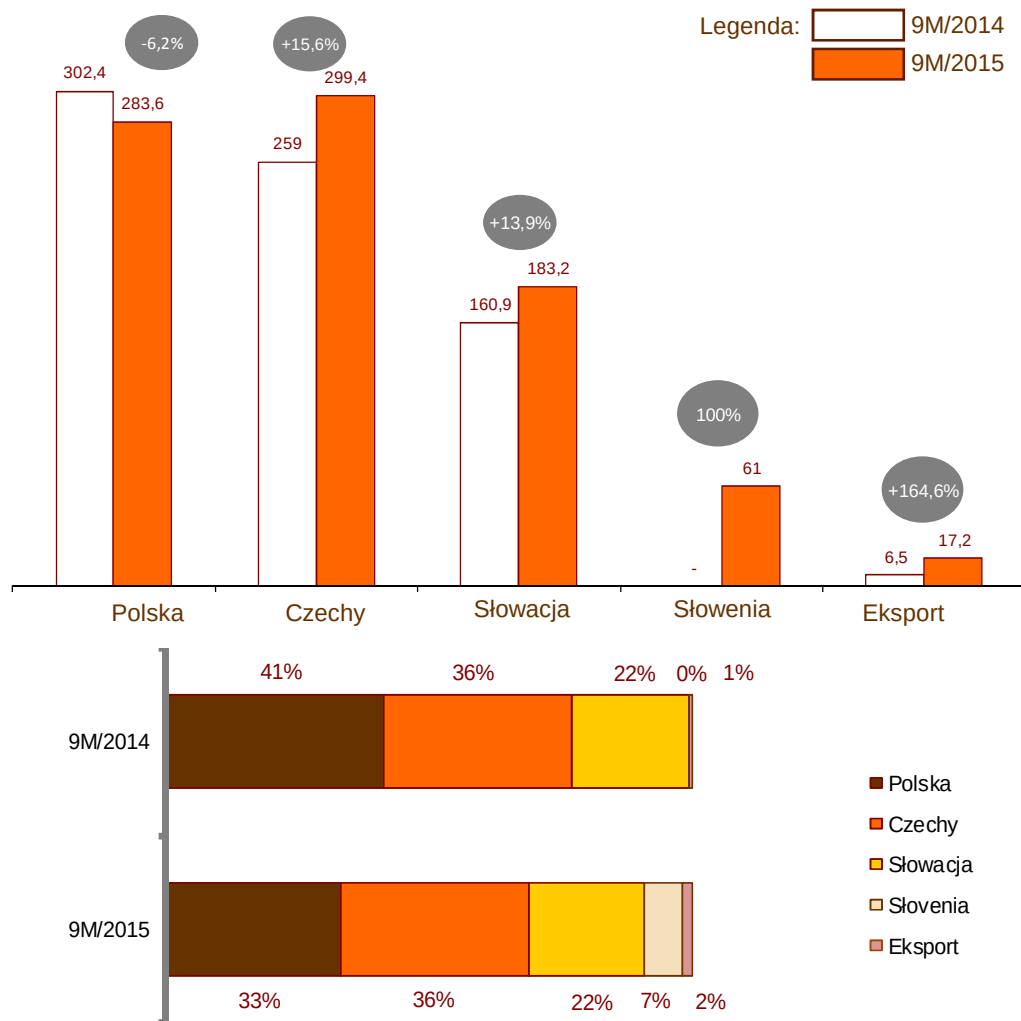


Wyniki Grupy Kofola za 9M/2015
Prezentacja dla inwestorów

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

kofola

Struktura przychodów wg segmentów geograficznych* 9M/2015 [mln PLN]



Omówienie segmentów geograficznych

• Polska

Spadek przychodów ze sprzedaży o 6,2% wynikał z niższej sprzedaży marek prywatnych 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 15,6 % (15,0 % w walucie lokalnej). Wzrost ten spójny z dystrybucją produktów Rauch i wzmacniającą pozycję w segmencie Impuls. Przychody barów ze świeżymi sokami UGO wzrosły o 65,4 %. W 9M15 Grupa była vice-liderem na rynku napojów bezalkoholowych i nadal umacniać swoją pozycję (zarówno w kanale retail i HoReCa).

• Słowacja

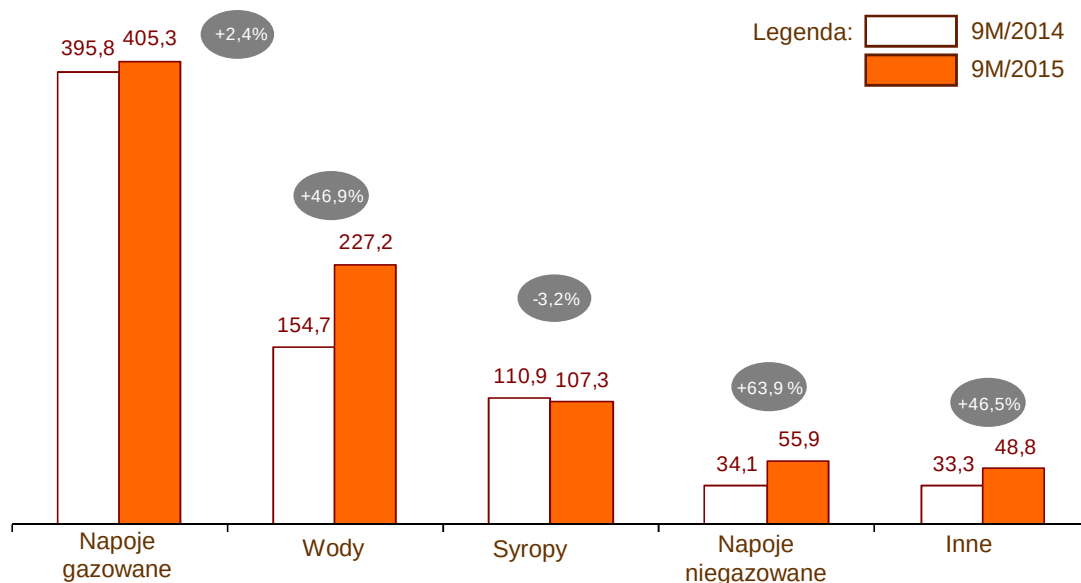
Przychody w PLN wzrosły o 13,9 % in PLN (14,4 % w walucie lokalnej) Wzrost ten jest spójny z dystrybucją produktów Rauch i ulepszone sprzedaży w segmencie Gastro.

W 9M/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

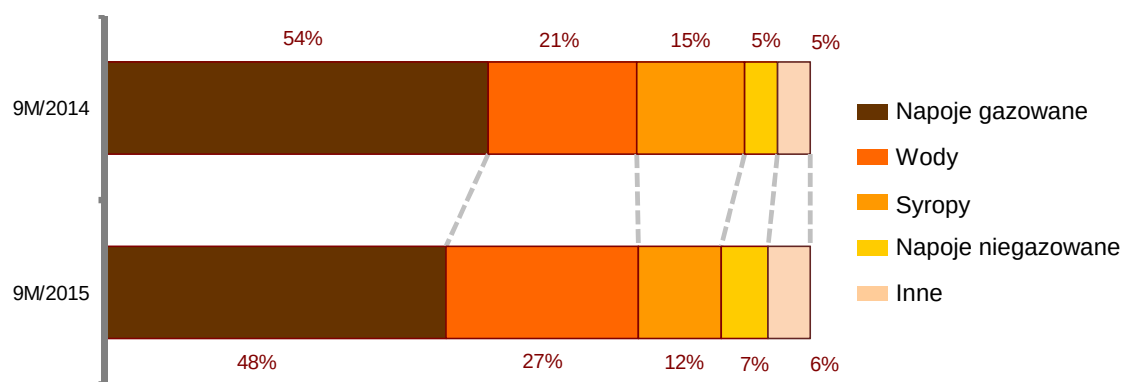
Radenska nabyta w marcu przekroczyła oczekiwania i wygenerowała około 17% 9M15 EBIT Grupy i jest utrzymana jej wyraźna pozycja lidera w segmencie wód.

Struktura przychodów wg segmentów produktowych* 9M/2015 [mln PLN]



Omówienie segmentów produktowych

- Wzrost segmentu napojów gazowanych w Czechach, Słowacji, Słowenii, spadek 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 9M/2015
Prezentacja dla inwestorów

* dane za 2014 przeliczone według kursu historycznego



kofola 

- 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	-	3	2	2
Wody	-	5	1	1
Syropy i koncentraty	2	1	2	-
Napoje dziecięce	4	2	2	-
Napoje energetyczne	-	4	5	-

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.



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:

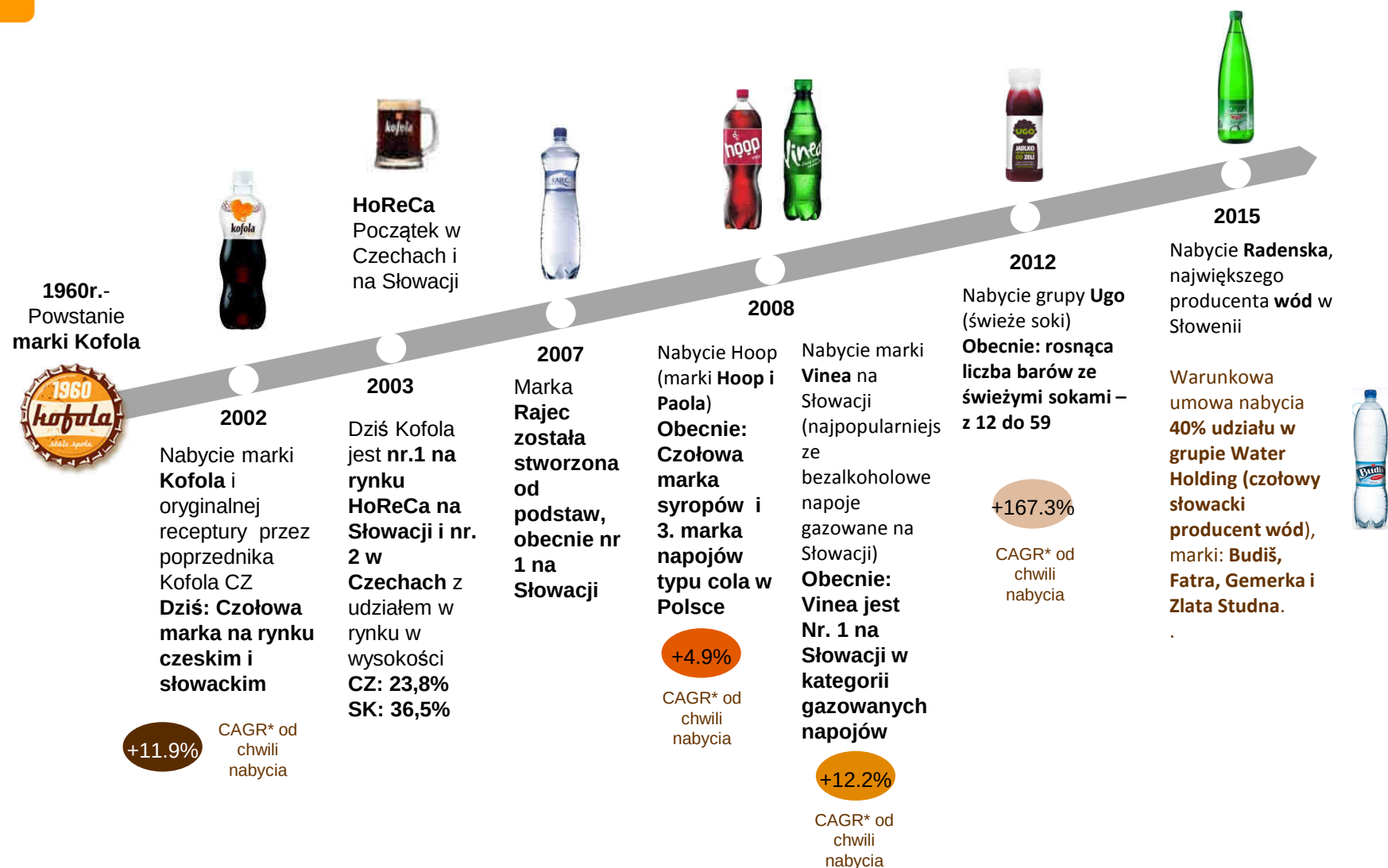
Do 2018 roku planujemy osiągnąć pozycję niekwestionowanego lidera na rynku napoi bezalkoholowych w Czechach i na Słowacji, stać się najszybciej rozwijającą się firmą napojową w Polsce oraz liderem rynkowym w Słowenii oraz z sukcesem wejść na rynki krajów regionu Adriatyku. Chcemy także zakotwiczyć UGO jako wiodącego producenta świeżych soków owocowych i warzywnych rozwijając jednocześnie biznes związany ze naturalną świeżą żywnością jako jeden z filarów naszej działalności.

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

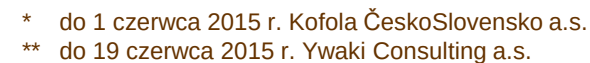


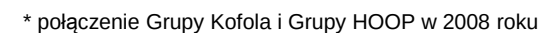
Wyniki Grupy Kofola za 9M/2015
Prezentacja dla inwestorów

* CAGR sprzedaży marki od akwizycji marki do 2014 roku
** dane rynkowe według AC Nielsen i Data Servis (2014)

kofola

27



**kofola** 

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. Zwiększenie udziałów rynkowych w Słowenii.
- 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.
- Nabycie UGO (właściciela sieci barów i producenta świeżych soków) pod koniec 2012 roku, kontynuacja ekspansji przez przejęcie Grupy Mangaloo w 2014. W roku 2015 zwiększenie liczby własnych barów sprzedających soki i sałatki z 23 do 28 (22%) oraz barów franczyzowych z 27 do 31 (15%). Pierwsza restauracja nowej generacji "Na Grilu" otwarta w sierpniu 2015.

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

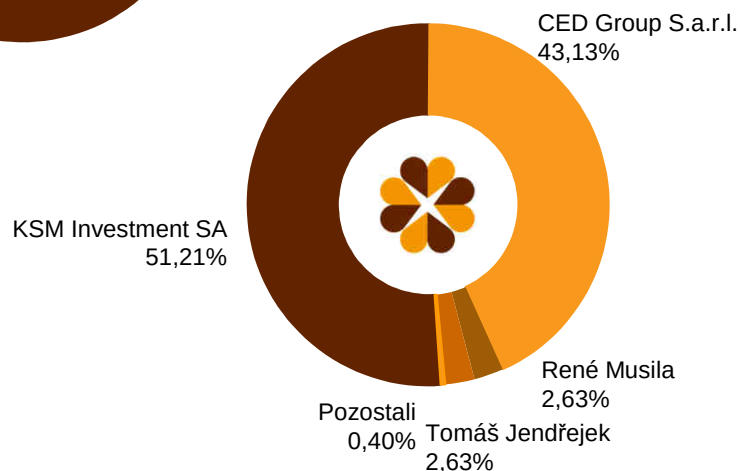


Akcjonariat

Od 15 października 2015



Na dzień 30 września 2015



Struktura kapitału zakładowego składającego się 26 159 806 akcji:

13 075 780 akcji serii A-E dopuszczonych do obrotu giełdowego

13 084 026 akcji serii F-G poza obrotem



Wyniki Grupy Kofola za 9M/2015
Prezentacja dla inwestorów

Kapitał własny

Program odkupu akcji własnych

- W dniach 2 kwietnia 2014 roku i 26 maja 2014 roku Spółka nabyła 9 624 akcje stanowiące 0,0368% kapitału zakładowego za łączną cenę 362 tys. zł. W dniu 7 stycznia 2015 r. zarejestrowano obniżenie kapitału zakładowego w sądzie.
- W dniach 13 sierpnia 2014 roku i 22 maja 2015 roku Spółka nabyła 573 akcje stanowiące 0,0022% kapitału zakładowego za łączną cenę 21 tys. zł. W dniu 26 sierpnia 2015 r. zarejestrowano obniżenie kapitału zakładowego w sądzie.
- W dniach 19 sierpnia 2015 roku i 24 sierpnia 2015 roku Spółka nabyła 53 985 akcji stanowiących 0,2064% kapitału zakładowego za łączną cenę 3 077 tys. zł.

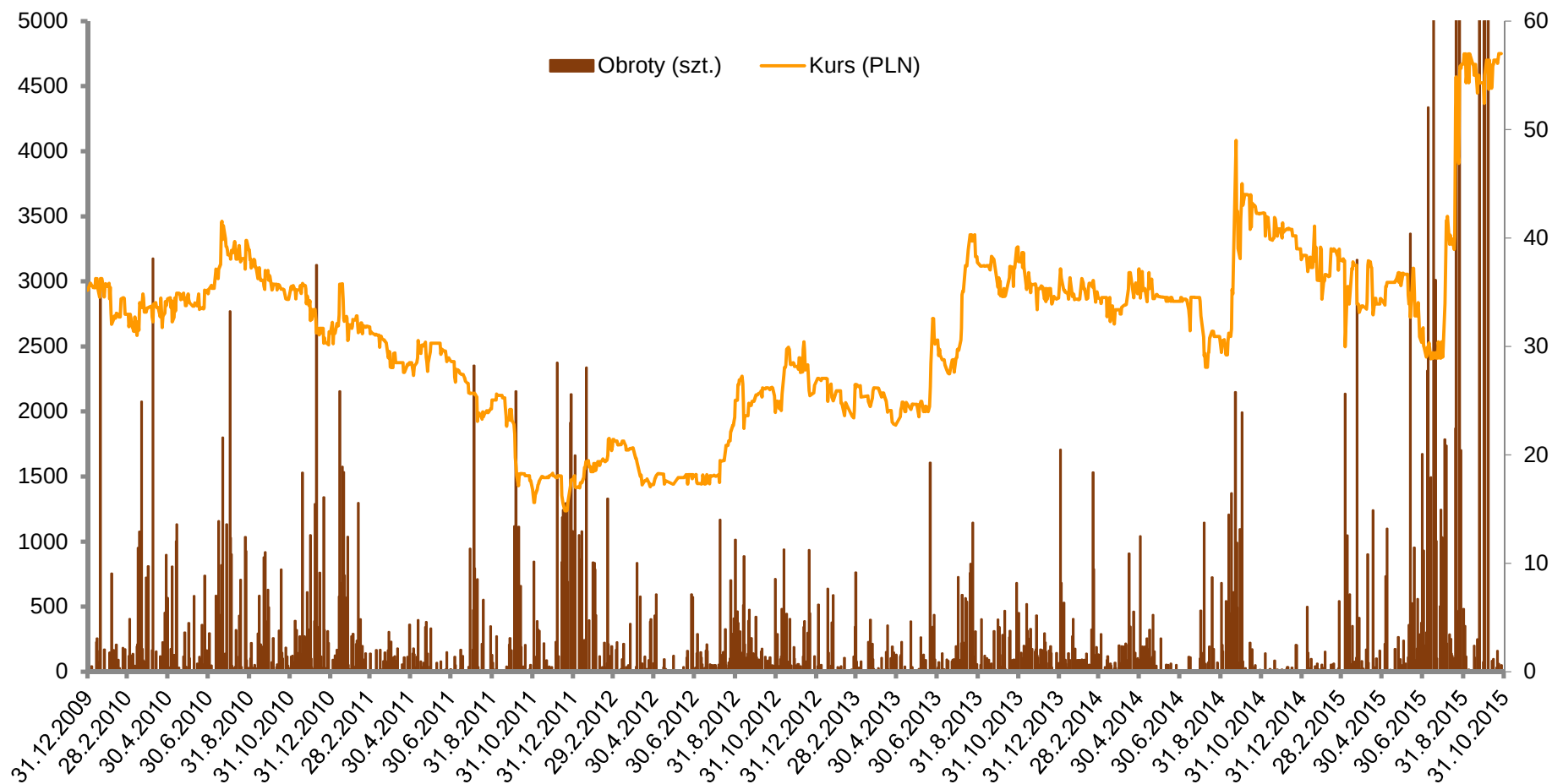
Zdarzenia po 30 września 2015 r.

- W dniu 12 października 2015 r. Spółka sprzedała 53 985 akcji własnych do Kofola ČeskoSlovensko a.s. za kwotę 57 zł za jedną akcję.
- W dniu 15 października 2015 r. KSM Investment S.A., CED Group S.a. r.l., p. René Musila i p. Tomáš Jendřejek przenieśli swoje akcje w Kofola S.A. do Kofola ČeskoSlovensko a.s. w ramach wkładu rzeczowego na rzecz podniesienia kapitału zakładowego Kofola ČeskoSlovensko a.s.
- W związku z tym **Kofola ČeskoSlovensko a.s. została spółką dominującą spółki Kofola S.A. z 99,8% udziałem w jej kapitale zakładowym.**

kofola 

Kurs akcji i obroty

	9M/2015	2014
Średni kurs	39,8 PLN	36,0 PLN
Średnie obroty na sesji	584,7 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

