



kofola 

WYNIKI GRUPY KOFOLA ZA 1Q2014

Prezentacja dla Inwestorów

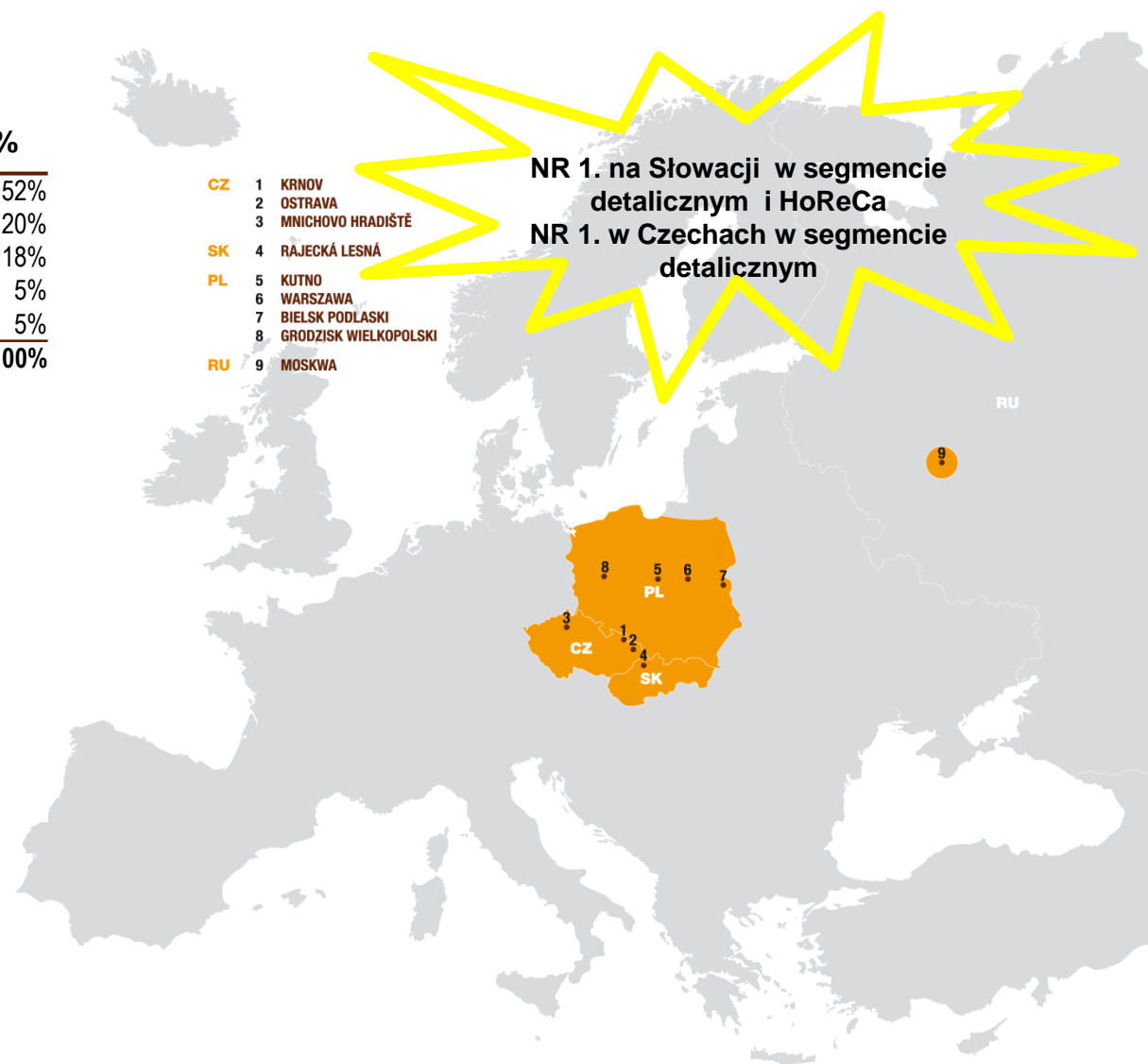
12 maja 2014

- **Grupa Kapitałowa KOFOLA w 1Q2014**
- Omówienie wyników finansowych i biznesowych za 1Q2014
- Rynki, trendy i kierunki rozwoju
- Profil i historia Grupy Kapitałowej KOFOLA
- Akcjonariat i kurs akcji
- Kontakt



GRUPA KAPITAŁOWA KOFOLA W 1Q2014

Przychody według segmentów		1Q2014	%
Napoje gazowane	[mln PLN]	103,7	52%
Wody	[mln PLN]	40,0	20%
Syropy	[mln PLN]	36,9	18%
Napoje niegazowane	[mln PLN]	10,4	5%
Pozostałe	[mln PLN]	8,7	5%
Przychody ze sprzedaży	[mln PLN]	199,7	100%
EBITDA	[mln PLN]	22,9	
Suma aktywów	[mln PLN]	898,0	
Kapitały własne ogółem	[mln PLN]	387,2	
Zadłużenie netto	[mln PLN]	227,5	
Zadłużenie netto /12mEBITDA		1,72	
Zadłużenie netto/kapitały własne		0,59	
Zysk netto/akcję dla akcjonariuszy jednostki dominującej	[PLN/akcję]	(0,0540)	



NASZE GŁÓWNE MARKI



- CZ + SK
- PL
- RU



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 będzie dostępny również na rynku polskim. Produkt będzie dostępny w butelkach PET 0,33 l





- **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.

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 Rajci

W dniu 8 kwietnia 2014 roku Kofola a.s. (SK) sprzedała nieruchomości w Rajci (magazyny i biura) o wartości 6 253 tysięcy złotych.

- Grupa Kapitałowa KOFOLA w 1Q2014
- **Omówienie wyników finansowych i biznesowych za 1Q2014**
- Rynki, trendy i kierunki rozwoju
- Profil i historia Grupy Kapitałowej KOFOLA
- Akcjonariat i kurs akcji
- Kontakt



OTOCZENIE RYNKOWE GRUPY W CIĄGU 2014 ROKU

Makro-ekonomiczne

- Wysoki poziom bezrobocia wpływający na ograniczenie koszyka zakupów konsumentów
- W dalszym ciągu zauważalna wśród konsumentów tendencja do poszukiwania oszczędności
- Kontynuacja tendencji wśród konsumentów polegającej na rezygnacji z konsumpcji w lokalach na rzecz konsumpcji w domach i w rezultacie zmniejszająca się liczba restauracji w Czechach i na Słowacji

Rynkowe/konkurencyjne

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

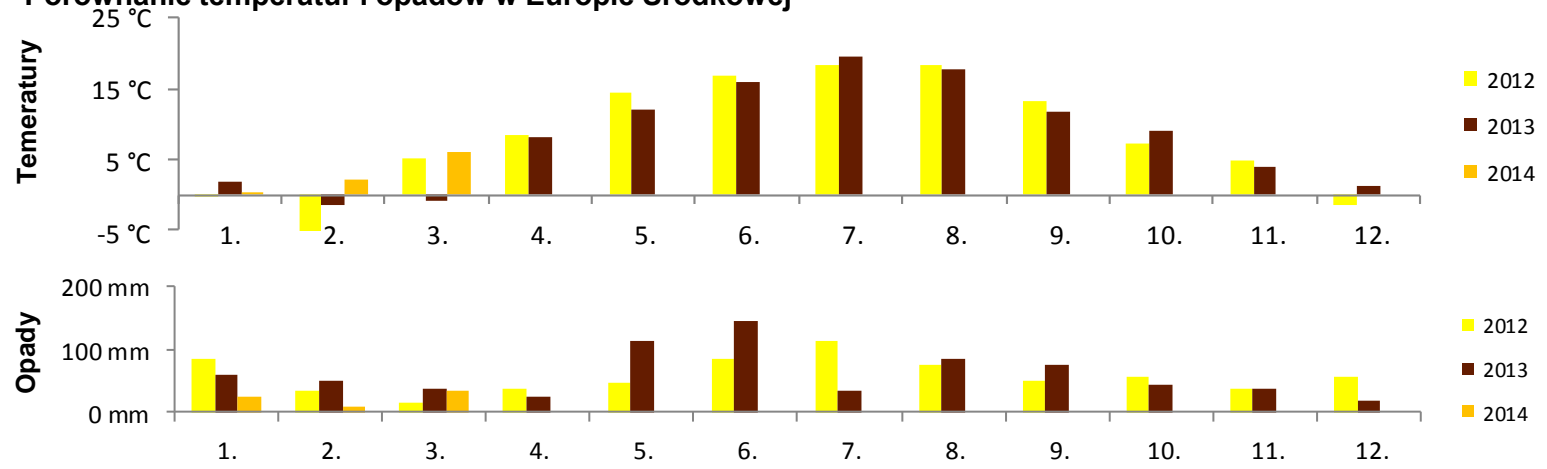
Regulacyjne

- Wzrost stawki podatku akcyzowego na napoje alkoholowe w Rosji

Pogodowe

- Łagodna zima, wiosenna pogoda w marcu.

Porównanie temperatur i opadów w Europie Środkowej



WYNIKI GRUPY KOFOLA ZA 1Q2014 i 1Q2013 [tys. PLN]

Wybrane dane finansowe	1Q2014	1Q2013*
Działalność kontynuowana		
Przychody ze sprzedaży	199 701	208 005
Koszty własne sprzedaży	(134 967)	(148 708)
Zysk brutto ze sprzedaży	64 734	59 297
Koszty sprzedaży, marketingu i dystrybucji	(48 020)	(49 040)
Koszty ogólnego zarządu	(10 533)	(11 464)
Pozostałe przychody/(koszty operacyjne) netto	(449)	3 437
Wynik z działalności operacyjnej	5 732	2 230
EBITDA	22 880	19 569
Koszty finansowe netto	(6 216)	(5 479)
Podatek dochodowy	(931)	(1 160)
Strata netto z działalności kontynuowanej	(1 415)	(4 409)
Działalność do wycofania z konsolidacji		
Strata netto za okres do wycofania z konsolidacji	-	(849)
Strata netto za okres	(1 415)	(5 258)

* dane przeliczone po kursie wymiany z 1Q2014

Komentarz:

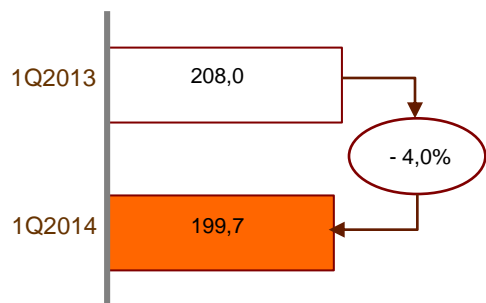
- Poprawa niemal wszystkich wskaźników w porównaniu do 1Q2013



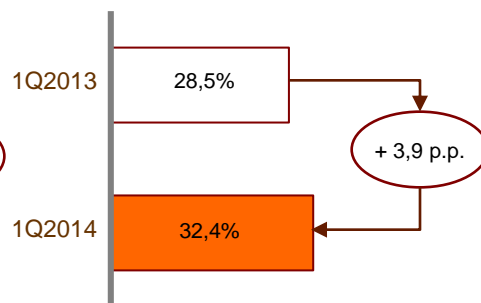
PODSUMOWANIE WYNIKÓW GRUPY W 1Q2014 [mln PLN]

Legenda:  1Q2013
 1Q2014

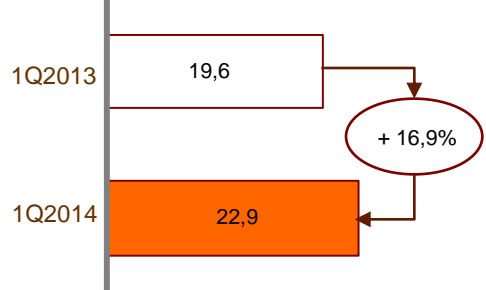
Przychody ze sprzedaży



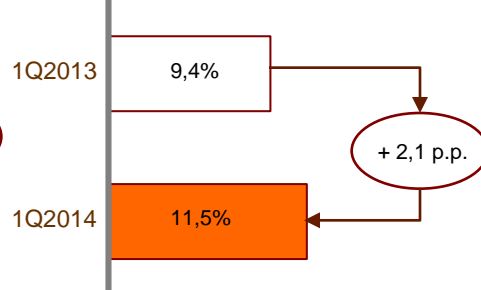
Marża brutto na sprzedaży



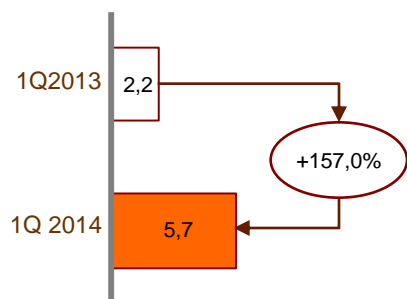
EBITDA



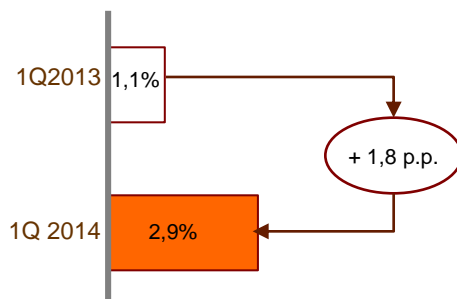
Marża EBITDA



EBIT



Marża EBIT



Komentarz do rachunku wyników za 1Q2014

- Przesunięcie Świąt Wielkanocnych do Q2 w 2014 w porównaniu do Q1 w 2013, miało negatywny wpływ na przychody 1Q2014
- Stabilizacja cen surowców i odroczenie kosztów utrzymania spowodowały poprawę marży brutto na sprzedaży.
- EBIT i EBITDA - wzrost ze względu na poprawę zysku brutto ze sprzedaży i odroczeniu kosztów marketingowych.
- Znacząca poprawa marży EBIT i EBITDA

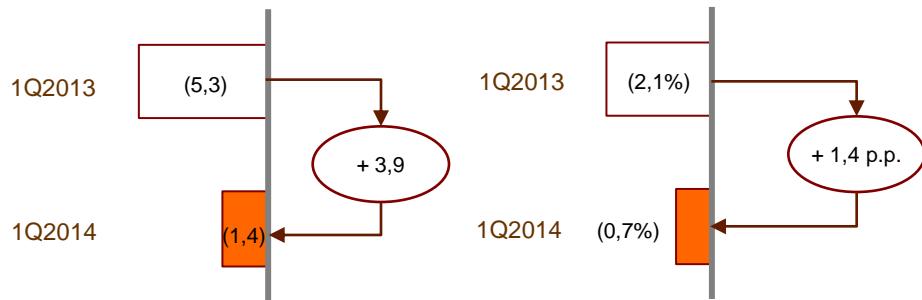
EBITDA 22,9 mln PLN, EBIT 5,7 mln PLN

PODSUMOWANIE WYNIKÓW GRUPY W 1Q2014 [mln PLN]

Legenda:  1Q2013
 1Q2014

Strata netto dla akcjonariuszy jednostki dominującej

Marża netto

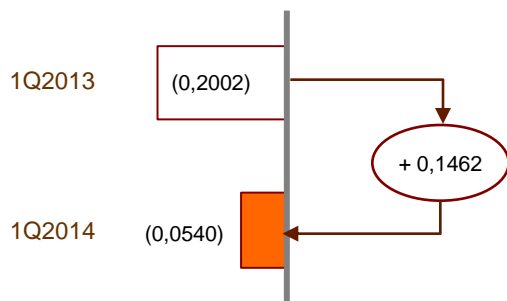


Omówienie wyniku netto za 1Q2014

- Wzrost marży netto o 1,4 p.p.
- Strata netto/akcję (0,0540) zł / akcję



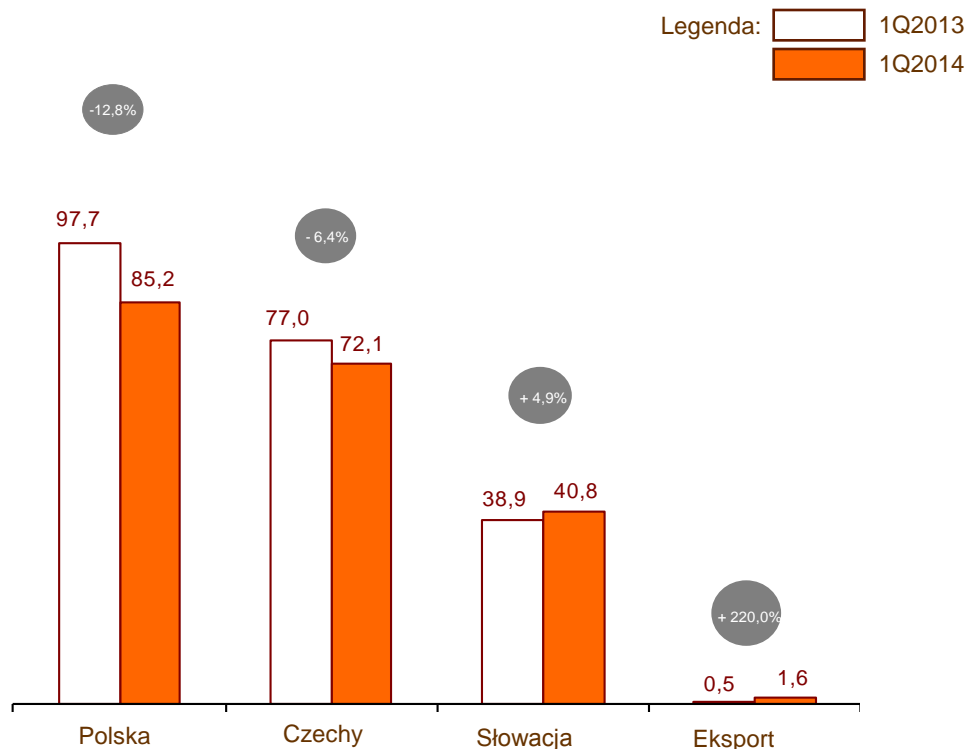
Strata netto/akcję dla akcjonariuszy jednostki dominującej [w PLN na akcję]



Poprawa wyniku netto i marży netto



STRUKTURA PRZYCHODÓW WG SEGMENTÓW GEOGRAFICZNYCH* ZA 1Q2014 [mIn PLN]



Omówienie segmentów geograficznych

• Polska

Przychody spadły o 12,8% ze względu na niższą o 12,3 mln zł sprzedaż HOOP Polska. Spadek dotyczy kanału nowoczesnego.

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

• Czechy

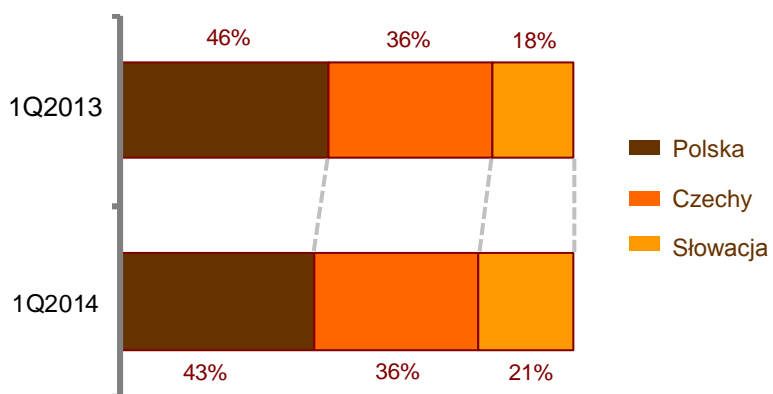
Przychody spadły o 6,4% w porównaniu do 1Q2013 w zł (spadek o 5,2% w walucie lokalnej). Spadek dotyczy kanału nowoczesnego i wynika głównie z mniejszej sprzedaży napojów gazowanych, która została częściowo zrekompenrowana wzrostem sprzedaży wody.

W 1Q2014 Kofola CZ osiągnęła pozycję lidera w segmencie detalicznym pod względem udziału w rynku.

• Słowacja

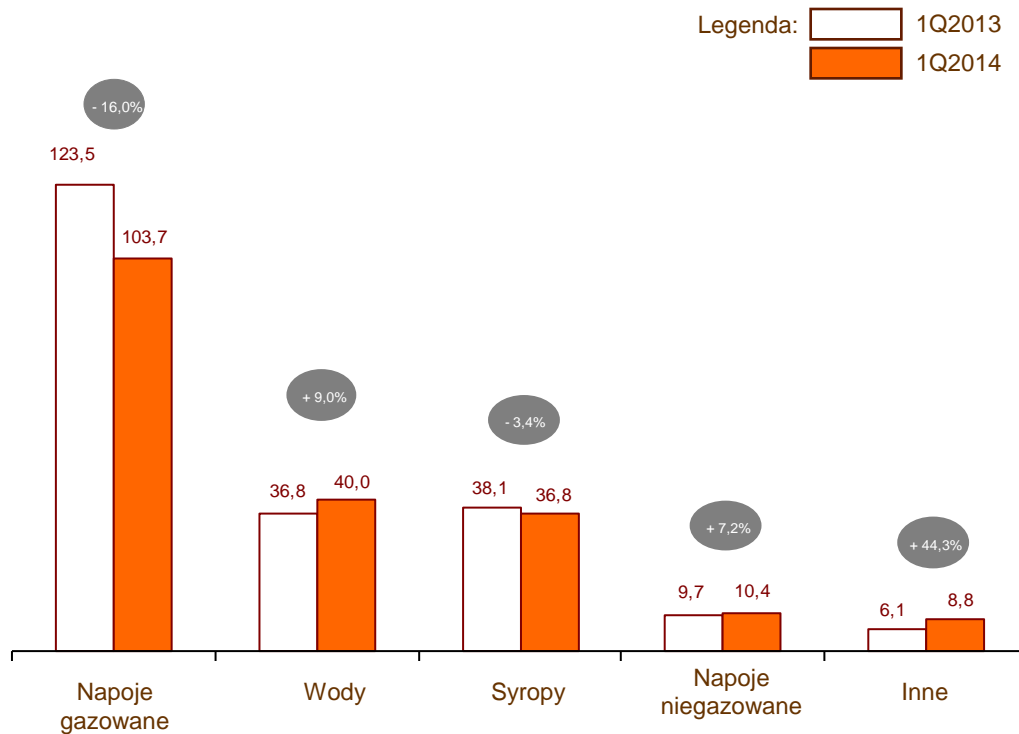
Przychody wzrosły o 4,9% w złotych (2,0% w walucie lokalnej).

W 1Q2014 Kofola SK miała wiodącą pozycję w segmencie detalicznym, jak również segmencie HoReCa pod względem udziału w rynku.



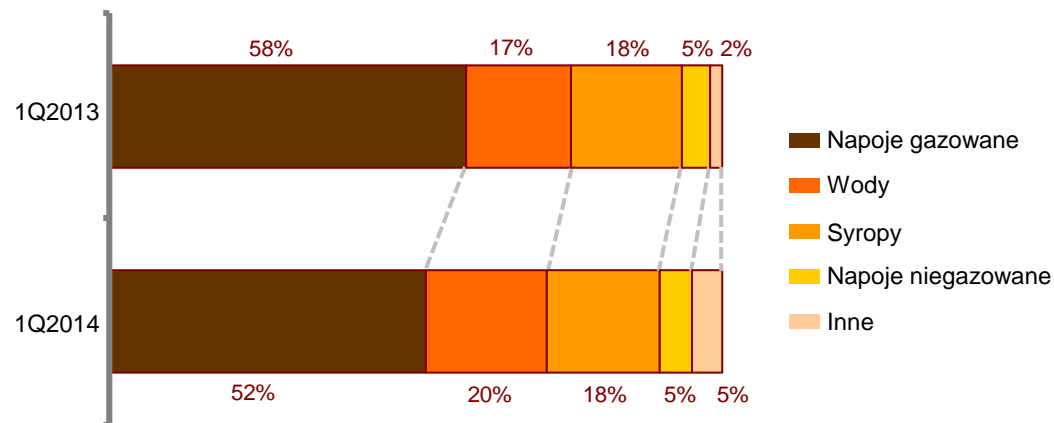
*dane za 1Q2013 przeliczone według kursu historycznego

STRUKTURA PRZYCHODÓW WG SEGMENTÓW PRODUKTOWYCH* ZA 1Q2014 [mln PLN]



Wyjaśnienie zmian w segmentach produktowych

- Głównym czynnikiem wpływającym na spadek przychodów w segmencie napojów gazowanych jest przesunięcie Świąt Wielkanocnych (wiosenny szczyt sprzedaży) do Q2 2014, w porównaniu do Q1 2013.
- Wzrost w segmencie wód dzięki nowym produktom (aromatyzowane wody) i rozpoczęcie dystrybucji luksusowych markowych wód (Evian, Badoit) i popularne zdrowotne wody mineralne Vincentka.
- Silna pozycja w segmencie syropów - pierwsza pozycja w Czechach, druga na Słowacji i w Polsce
- Niewielki wzrost w segmencie napojów niegazowanych ze względu na innowacje
- Znaczący wzrost w segmencie inne ze względu na wzrost sprzedaży Semtex i wzrost przychodów z barów ze świeżymi sokami (także dzięki przejściu grupy Mangaloo)



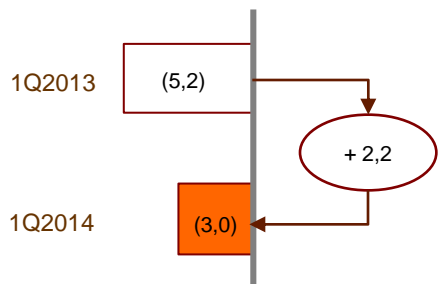
* dane za 1Q2013 przeliczone według kursu historycznego



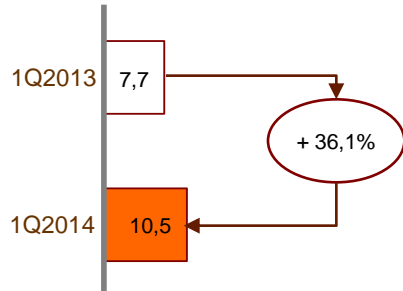
PODSUMOWANIE WYNIKÓW GRUPY W 1Q2014 [mln PLN]

Legenda:  1Q2013
 1Q2014

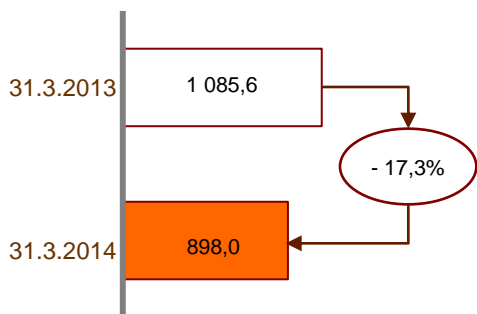
Cash Flow Operacyjny *



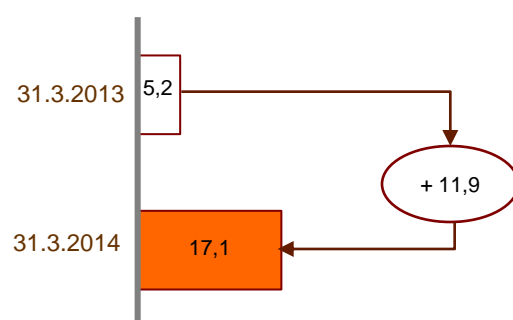
Nakłady inwestycyjne*



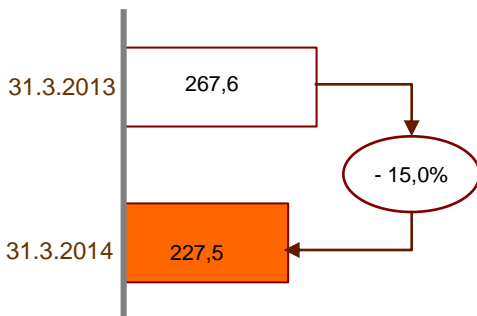
Suma Bilansowa



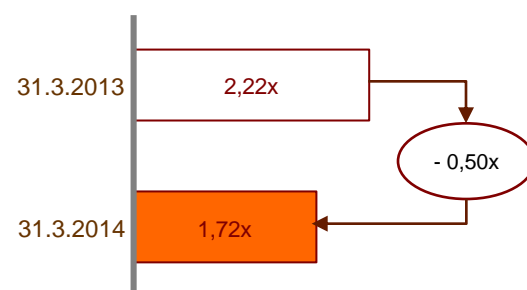
Kapitał Obrótowy



Dług Netto



Dług Netto/12mEBITDA



* dane za 1Q2013 przeliczone według kursu historycznego

Omówienie cash flow i zadłużenia

- Cash flow z działalności operacyjnej wyższy o 2,2 mln zł
- Spadek długu netto o 15,0%
- Dług netto/12mEBITDA z działalności kontynuowanej zmniejszył się do 1,72x w porównaniu do 2,22x na dzień 31 marca 2013 roku.

Dług netto/12mEBITDA 1,72x

- Grupa Kapitałowa KOFOLA w 1Q2014
- Omówienie wyników finansowych i biznesowych za 1Q2014
- **Rynki, trendy i kierunki rozwoju**
- Profil i historia Grupy Kapitałowej KOFOLA
- Akcjonariat i kurs akcji
- Kontakt



POZYCJA RYNKOWA GRUPY W GŁÓWNYCH SEGMENTACH

Legenda:



Lider



Wicelider

	PL	CZ	SK	RU
Napoje typu Cola	3	2	2	-
Napoje gazowane	7	2	2	-
Wody	-	4	1	-
Syropy i koncentraty	2	1	2	-
Napoje dziecięce	5	2	2	-
Napoje energetyczne	-	4	9	-
Napoje niskoalkoholowe (alkopopy)	-	-	-	3*

- Silna druga pozycja na rynku czeskim i słowackim.
- Silna pozycja w sektorze napojów gazowanych na Słowacji dzięki zakupionej w 2008 roku marce Vinea.
- Pierwsza 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 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. 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 1Q2014
- Omówienie wyników finansowych i biznesowych za 1Q2014
- Rynki, trendy i kierunki rozwoju
- **Profil i historia Grupy Kapitałowej KOFOLA**
- Akcjonariat i kurs akcji
- Kontakt



Misja:

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

Wizja:

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

Nasze kluczowe kompetencje to nasze DNA:

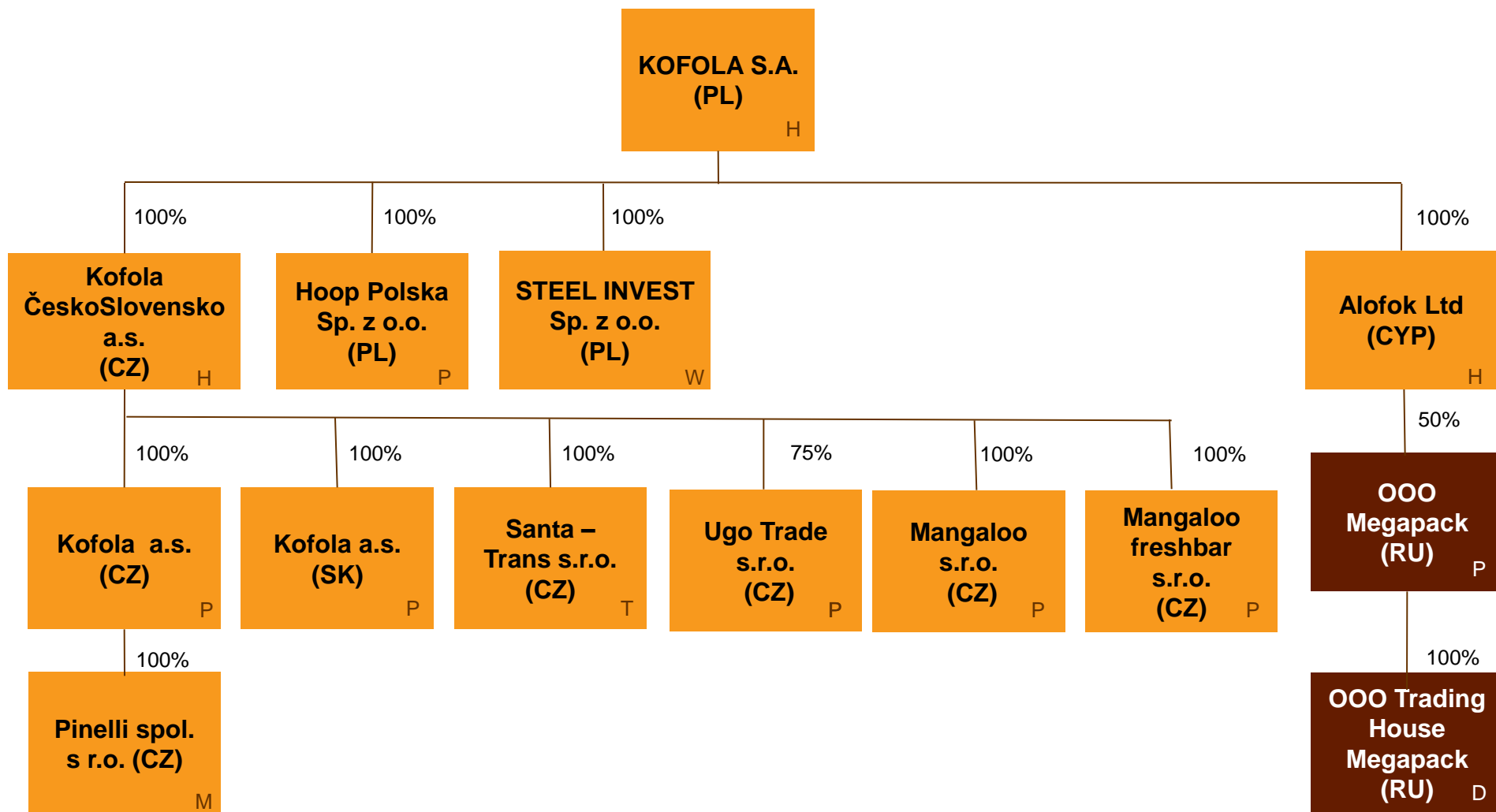
- Staramy się być o krok do przodu
- Stale poszukujemy nowych możliwości rozwoju
- Naszą firmę współtworzymy razem z naszymi konsumentami, klientami, dostawcami i pracownikami
- Dostarczamy emocji
- Pracujemy tam gdzie jest nasz dom i tam gdzie możemy zrozumieć naszą kulturę



HISTORIA GRUPY KOFOLA



STRUKTURA GRUPY KOFOLA NA DZIEŃ 31.3.2014

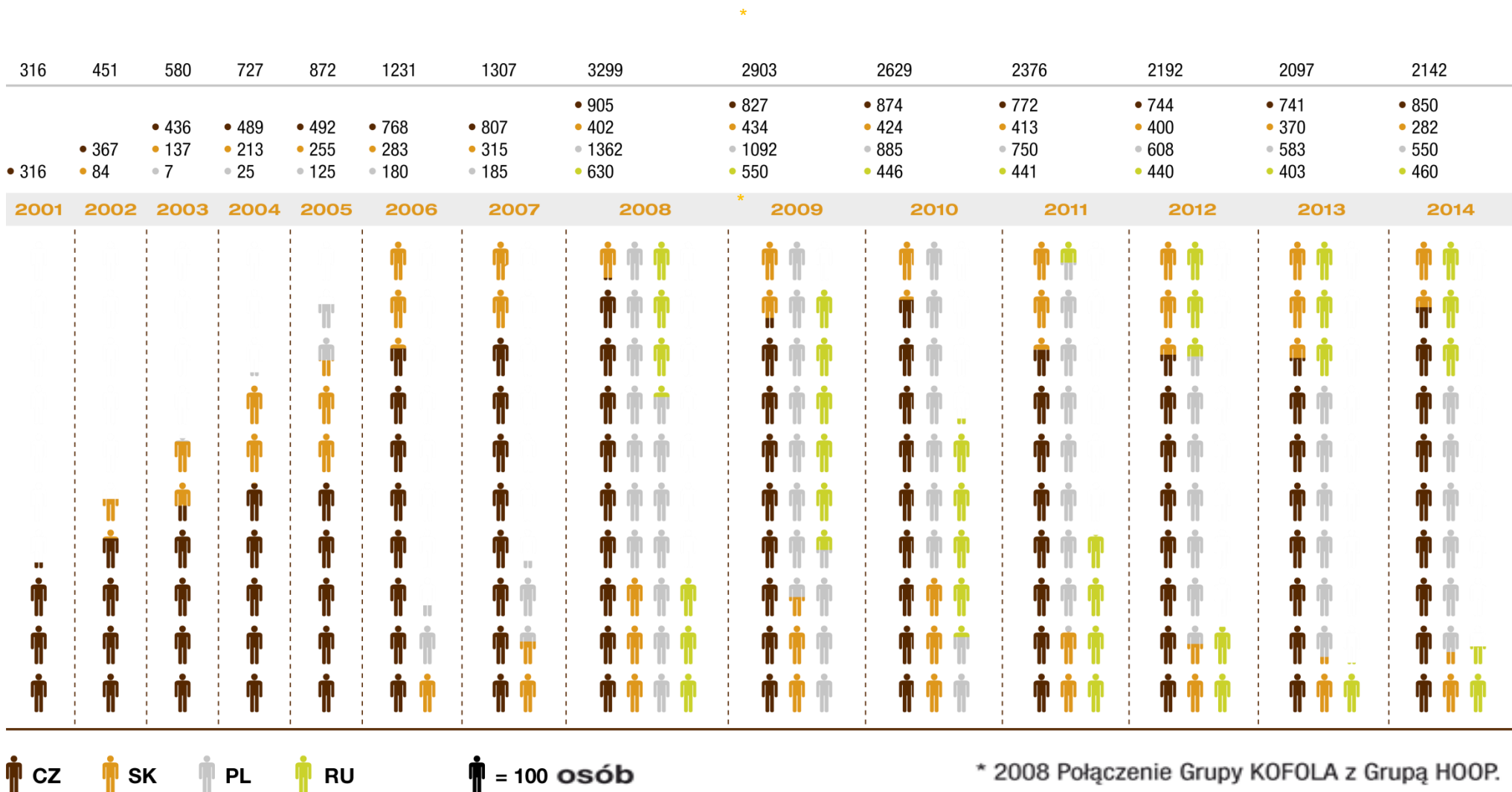


Legenda:

- Spółka konsolidowana metodą pełną
- Spółka konsolidowana metodą praw własności

- P – Spółka produkcyjno-sprzedazowa
- T – Spółka transportowa
- D – Spółka dystrybucyjna
- H – Spółka holdingowa
- W – Działalność wygaszona
- M – Właściciel marki

ZATRUDNIENIE W KRAJACH OD 2001 ROKU



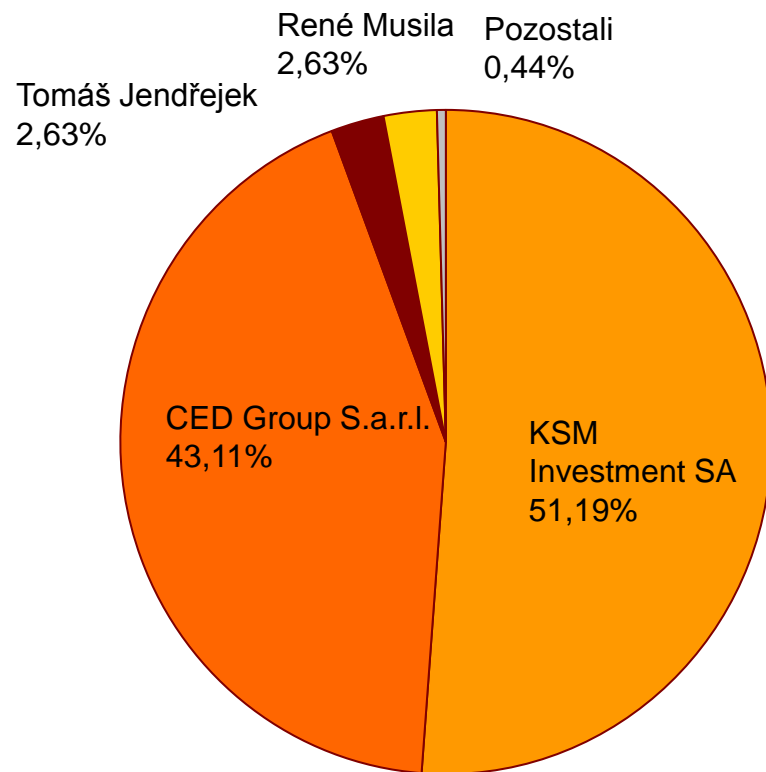
KANAŁY DYSTRYBUCJI

	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 1Q2014
- Omówienie wyników finansowych i biznesowych za 1Q2014
- 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

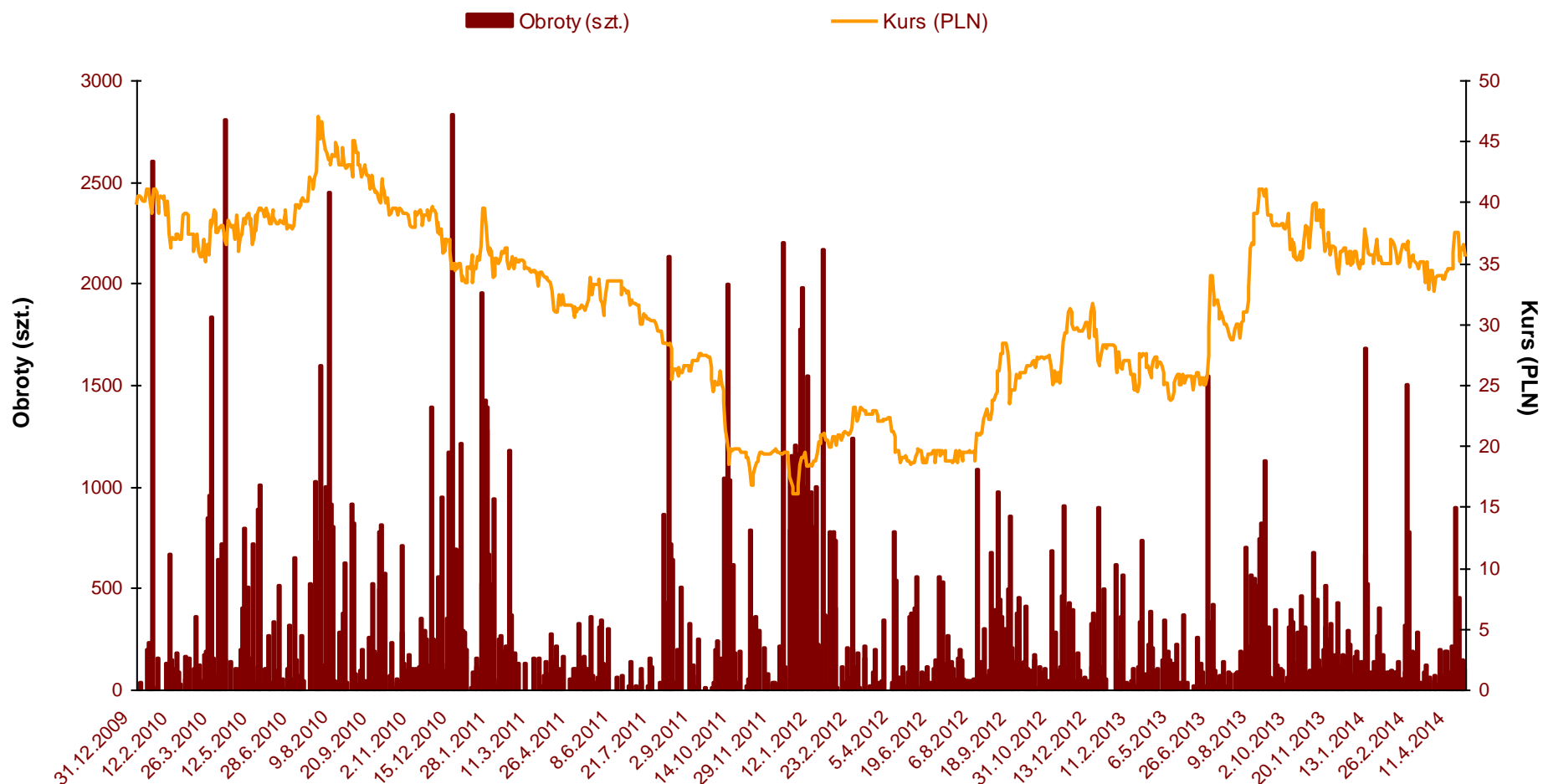
Kapitał własny

Program odkupu akcji własnych

- ZWZ KOFOLA S.A. w dniu 24 czerwca 2013 roku upoważniło Zarząd KOFOLA S.A. do nabywania akcji własnych w celu ich umorzenia i obniżenia kapitału zakładowego KOFOLA S.A. Łączna liczba akcji objętych Programem Odkupu wyniesie nie więcej niż 116 108 akcji (w przybliżeniu 0,44% kapitału zakładowego). Środki przeznaczone na realizację Programu nie mogą przekroczyć 930 tys. zł, a cena nabywanych akcji nie może być wyższa niż 40 zł. Program w trakcie realizacji.

KURS AKCJI I OBROTY

Średni kurs w 2014 roku	35,3 PLN	Średni kurs w 2013 roku	21,5 PLN
Średnie obroty na sesji w 2014 roku	167,4 szt.	Średnie obroty na sesji w 2013 roku	188,0 szt.



- Grupa Kapitałowa KOFOLA w 1Q2014
- Omówienie wyników finansowych i biznesowych za 1Q2014
- 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.