



kofola 

**WYNIKI GRUPY KOFOLA S.A.
ZA 2014 ROK**

Prezentacja dla Inwestorów

17 marca 2015

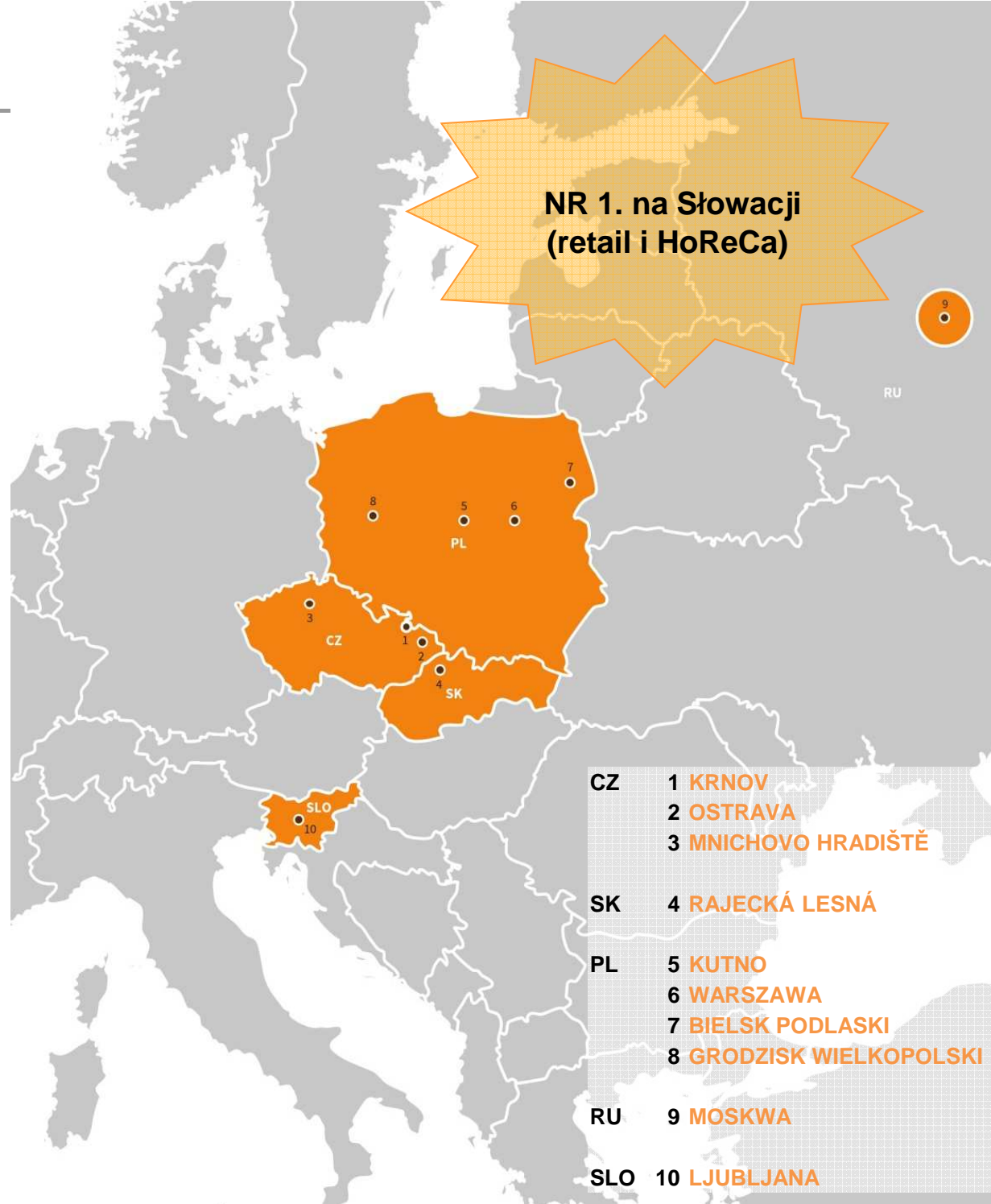
- **Grupa Kapitałowa KOFOLA w 2014**
- Omówienie wyników finansowych i biznesowych za 2014
- Rynki, trendy i kierunki rozwoju
- Profil i historia Grupy Kapitałowej KOFOLA
- Akcjonariat i kurs akcji
- Kontakt



GRUPA KAPITAŁOWA KOFOLA ZA 2014

Przychody według segmentów		2014	%
Napoje gazowane	[mln PLN]	529,3	56%
Wody	[mln PLN]	195,0	20%
Syropy	[mln PLN]	144,6	15%
Napoje niegazowane	[mln PLN]	38,6	4%
Pozostałe	[mln PLN]	45,9	5%
Przychody ze sprzedaży	[mln PLN]	953,4	100%
EBITDA *	[mln PLN]	139,0	
Suma aktywów	[mln PLN]	933,6	
Kapitały własne ogółem	[mln PLN]	412,5	
Zadłużenie netto	[mln PLN]	136,6	
Zadłużenie netto/EBITDA**		0,98	
Zadłużenie netto/kapitały własne		0,33	
Zysk netto/akcję dla akcjonariuszy jednostki dominującej*	[PLN/akcję]	1,6867	

* dane skorygowane o zdarzenia jednorazowe



NASZE GŁÓWNE MARKI



Rynki



Kofola z Guaraną ENERGY

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



Jupik bez konserwantów dla Polski

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



Vinea Lajt

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



Nowe smaki Rajca – mięta i dzika truskawka

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



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.



Bublino - Jupík Funny Bubbles

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



NOWOŚCI WPROWADZONE W CIĄGU 2014 ROKU

Rynki



Chitto bitter

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



Hoop Cola śliwką, mint, choco

Nowy, interesujący śliwkowy, **miętowy**, **czekoladowy** 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.



NOWOŚCI WPROWADZONE W CIĄGU 2014 ROKU

Rynki



UGO – grejpfrut, pomarańcza / marchewka

Rodzina soków Ugo ma nowych członków - grejpfrut i pomarańcza / marchewka. Produkty są dostępne w butelkach PET 0,2 l oraz 1l na rynku czeskim i słowackim.



Natelo yerba mate tea

Nowy smak Natelo jest dostępny na rynku czeskim i słowackim.



Oranżada Delikatesowa

Nowy napój – Oranżadę Delikatesową w dwóch kolorach i smakach - białym i czerwonym. Tradycyjne smaki oranżady oraz grafika etykiety nawiązują do czasów PRL-u.



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**.



Kofola a.s. Czechy otrzymała nagrodę RHODOS – spółka o najbardziej imponującym wizerunku w kategorii producentów i dostawców napojów.

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
Akwizycja Spółki Radenska	<p>Należy zasadnie oczekiwać, że w dniu 17 marca 2015 Grupa sfinalizuje transakcję nabycia 87,16 % akcji Radenska d.d. (Nr. 1 producent mineralnych wód w Słowenii) będącą uwieńczeniem procesu rozpoczętego podpisaniem warunkowej umowy nabycia akcji w grudniu 2014. Ponadto Kofola jest stroną umowy dotyczącej nabycia dalszych 6,82 % udziałów w spółce Radenska, określającej dalsze warunki zawieszające, które powinny zostać spełnione w ciągu najbliższych dwóch tygodni.</p> <p>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.</p>
Współpraca z Rauchem	<p>W listopadzie Grupa zawarła umowę z Grupą Rauch na wyłączną dystrybucję produktów Rauch w Czechach i Słowacji. Jest to początek długoletniej współpracy między tymi dwoma producentami o wspólnej filozofii i wartościach, które dotyczą wysokiej jakości produktów i wprowadzania stałych innowacji mających doprowadzić do produkcji zdrowszych napojów. Dzięki współpracy ze spółką rodzinną podobną do Grupy Kofola i nadal zarządzaną przez swoich pierwszych założycieli Grupa Kofola zostanie partnerem posiadającym najbardziej wszechstronny i najwyższej jakości portfel napojów bezalkoholowych na rynku czeskim i słowackim, z ofertą godną najbardziej wymagających klientów.</p>
Nabycie Grupy Mangaloo	<p>W styczniu 2014 Grupa nabyła 100% udziałów w Grupie Mangaloo, która jest właścicielem sieci barów ze świeżymi sokami w Czechach. Dzięki tej transakcji poprzedzonej nabyciem barów ze świeżymi sokami UGO w 2012 roku Grupa stała się największym graczem na szybko rosnącym rynku świeżych soków. Kofola nadal rozwija swój portfel produktów z owoców i warzyw, zarówno świeżych, jak i paskalizowanych, które pozwalają na utrzymanie wartości odżywczych, jednocześnie zapewniając czterotygodniowy termin przydatności do spożycia.</p>
Bezpośrednia dystrybucja w Czechach	<p>Grupa otworzyła nowy bezpośredni kanał dystrybucji w Czechach w październiku 2014 r. i spodziewa się pozytywnych wyników dzięki wykorzystaniu know-how zdobytego na Słowacji, gdzie bezpośrednią dystrybucję rozpoczęto w 2009 r. Cały proces dystrybucji będzie uproszczony, sprawniejszy i korzystny dla Grupy, jej partnerów gospodarczych i klientów końcowych.</p>

- Grupa Kapitałowa KOFOLA w 2014
- **Omówienie wyników finansowych i biznesowych za 2014**
- 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

- 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

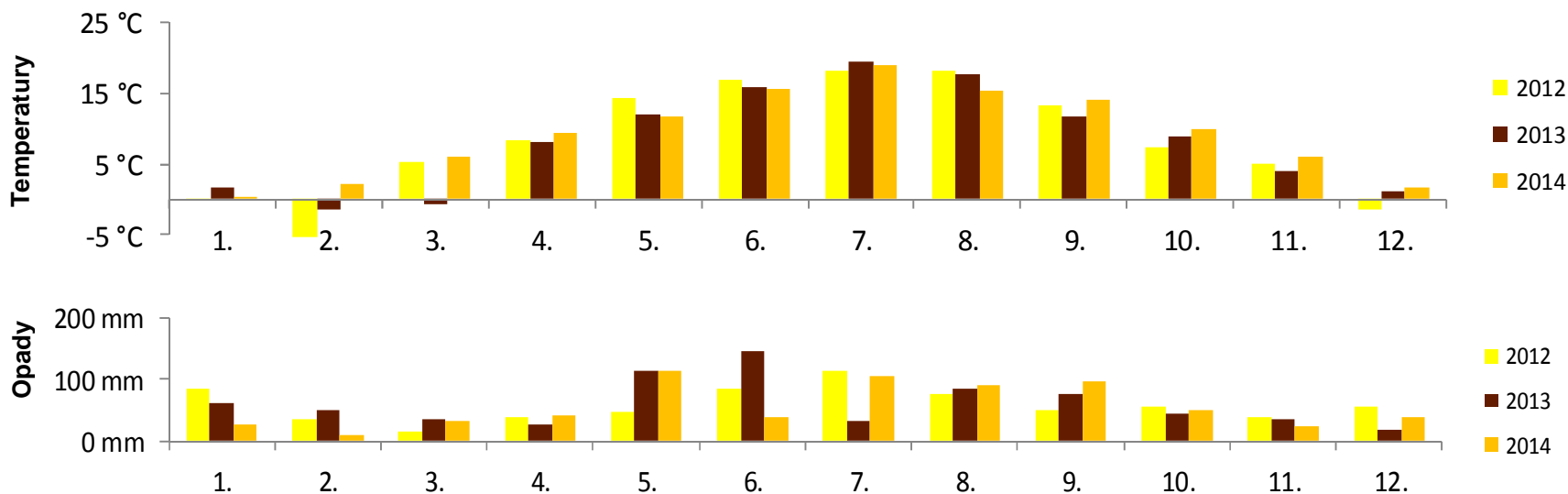
- Spadek konsumpcji w najbardziej rentownym segmencie gastro
- Przyspieszony wzrost sieci dyskontowych

Regulacyjne

- Wzrost stawki podatku akcyzowego na napoje alkoholowe w Rosji

Pogodowe

Porównanie temperatur i opadów w Europie Środkowej



WYNIKI GRUPY KOFOLA ZA 2014 SKORYGOWANE O ZDARZENIA JEDNORAZOWE

[tys. PLN]

2014	IFRS	Skorygowane o zdarzenia jednorazowe	Skorygowane przeliczone
Działalność kontynuowana			
Przychody ze sprzedaży	953 417	--	953 417
Koszt własny sprzedaży	(589 693)	--	(589 693)
Zysk brutto ze sprzedaży	363 724	--	363 724
Koszty sprzedaży	(244 258)	--	(244 258)
Koszty ogólnego zarządu	(48 304)	--	(48 304)
Pozostałe przychody/(koszty operacyjne) netto	(10 631)	6 747	(3 884)
Zysk z działalności operacyjnej	60 531	6 747	67 278
EBITDA	132 241	6 747	138 988
Koszty finansowe netto	(11 155)	--	(11 155)
Podatek dochodowy	(12 044)	--	(12 044)
Zysk netto za okres	37 332	6 747	44 079
- przypisany akcjonariuszom jednostki dominującej	37 379	6 747	44 126

Comment:

Zdarzenia jednorazowe 2014

- utrata wartości TPLN 6 747 dotyczy grupy Megapack (bez wpływu na podatek).

Należy pamiętać, że w całej prezentacji są komentowane wyniki skorygowane.



WYNIKI GRUPY KOFOLA ZA 2014 ORAZ 2013 [tys. PLN]

	2014	2013*
Działalność kontynuowana		
Przychody ze sprzedaży	953 417	985 151
Koszt własny sprzedaży	(589 693)	(677 517)
Zysk brutto ze sprzedaży	363 724	307 634
Koszty sprzedaży	(244 258)	(215 860)
Koszty ogólnego zarządu	(48 304)	(41 676)
Skorygowane pozostałe przychody/(koszty operacyjne) netto	(3 884)	3 741
Skorygowany zysk z działalności operacyjnej	67 278	53 839
Skorygowana EBITDA	138 988	124 803
Skorygowane koszty finansowe netto	(11 155)	(10 038)
Skorygowany podatek dochodowy	(12 044)	(9 921)
Skorygowany zysk netto za okres	44 079	33 880
Działalność do wycofania z konsolidacji		
Zysk netto za okres z działalności do wycofania z konsolidacji	--	(849)
Skorygowany zysk netto za okres	44 079	33 031
- przypisany akcjonariuszom jednostki dominującej	44 126	33 070

* dane za 2013 zostały przeliczone kursem wymiany walut do polskiego złotego z 2014 roku i skorygowane o zdarzenia jednorazowe

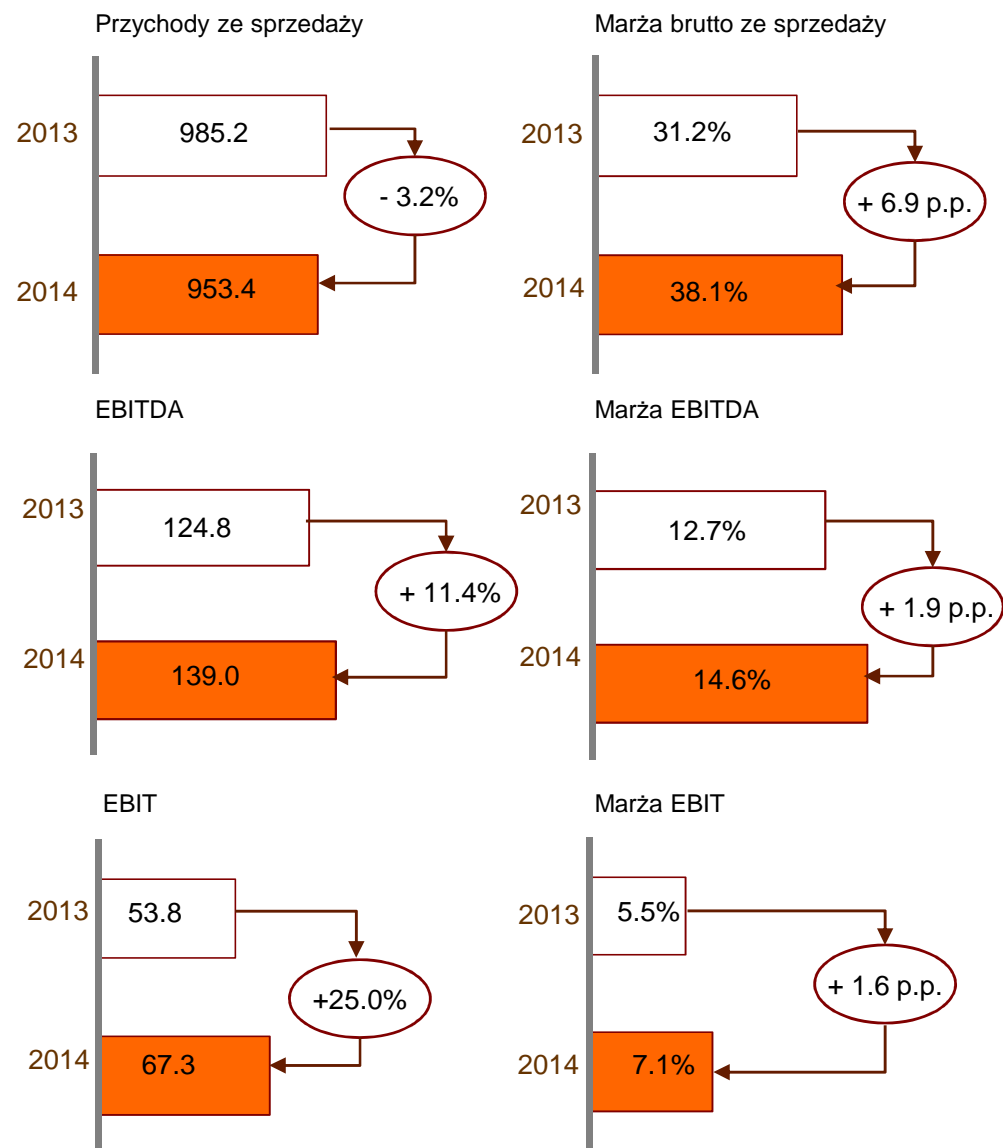
Komentarz:

- Zysk brutto wzrósł o 18,2 %
- EBIT wzrósł o 25,0 %
- EBITDA wzrosła o 11,4 %
- Stabilizacja cen surowców oraz wzrost efektywności produkcji spowodowały poprawę marży brutto na sprzedaży



PODSUMOWANIE WYNIKÓW GRUPY* ZA 2014 [mln PLN]

Legenda:  2013
 2014



* skorygowane o zdarzenia jednorazowe, dane za 2013 zostały przeliczone kursem wymiany walut do polskiego złotego z 2014 roku

Komentarz do rachunku wyników za 2014

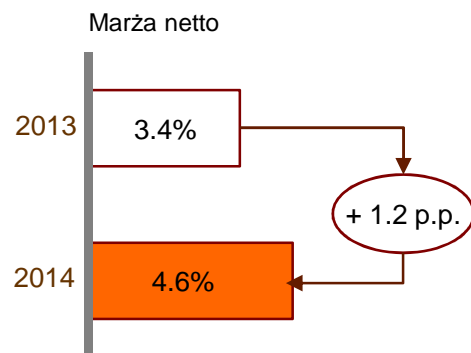
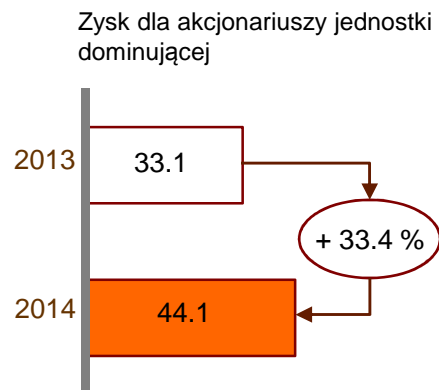
- Skupienie się na rozwoju rentownych produktów i klientów zaowocowało poprawą marży brutto.
- EBIT i EBITDA - wzrost ze względu na poprawę zysku brutto ze sprzedaży.
- Znacząca poprawa marży EBIT i EBITDA.

EBITDA 139,0 mln PLN
EBIT 67,3 mln PLN



PODSUMOWANIE WYNIKÓW GRUPY ZA 2014 [mln PLN]

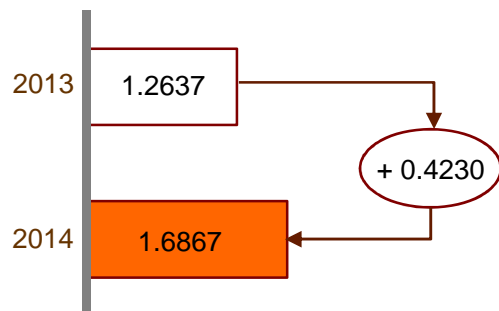
Legenda: 2013
 2014



Omówienie wyniku netto za 2014

- Wzrost marży netto o 1,2 p.p.
- Wzrost zysku netto dla akcjonariuszy jednostki dominującej o 11 mln PLN
- Zysk netto/akcję 1,6867 PLN / akcję

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



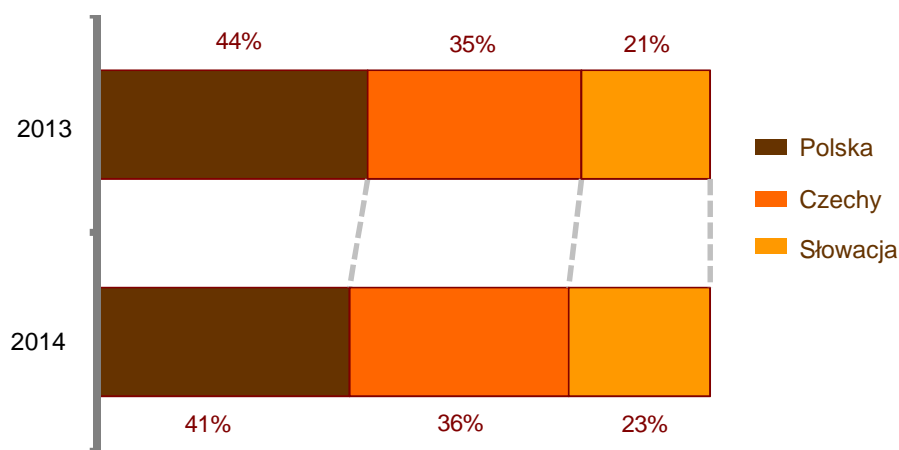
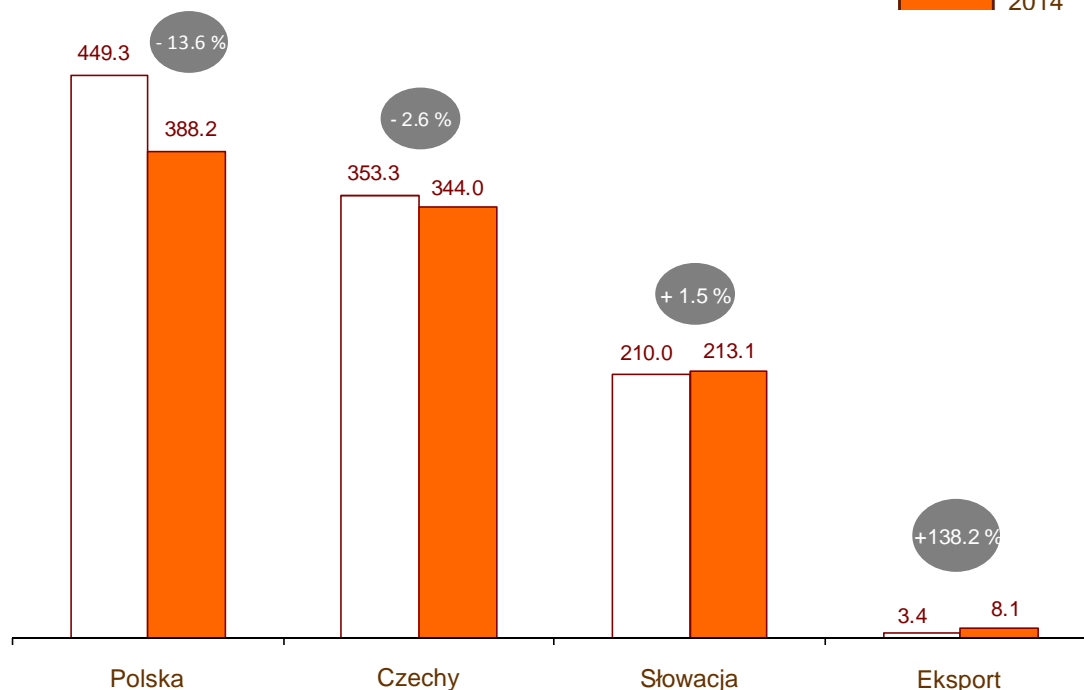
**Zysk dla akcjonariuszy jednostki dominującej
44,1 mln PLN**

* skorygowane o zdarzenia jednorazowe, dane za 2013 zostały przeliczone kursem wymiany walut do polskiego złotego z 2014 roku



STRUKTURA PRZYCHODÓW WG SEGMENTÓW GEOGRAFICZNYCH* ZA 2014 [mIn PLN]

Legenda:  2013
 2014



*dane za 2013 przeliczone według kursu historycznego

Omówienie segmentów geograficznych

• Polska

Przychody spadły o 13,6% 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

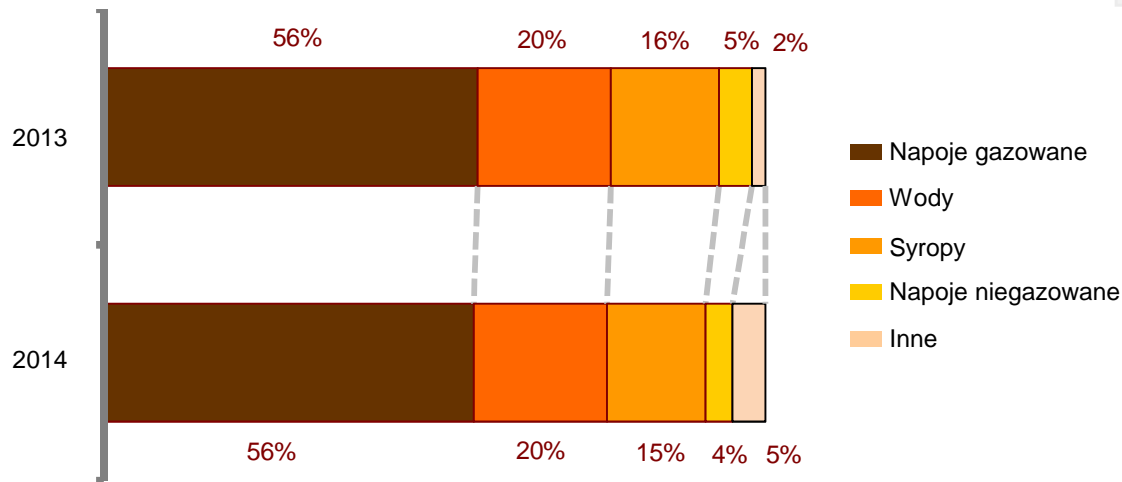
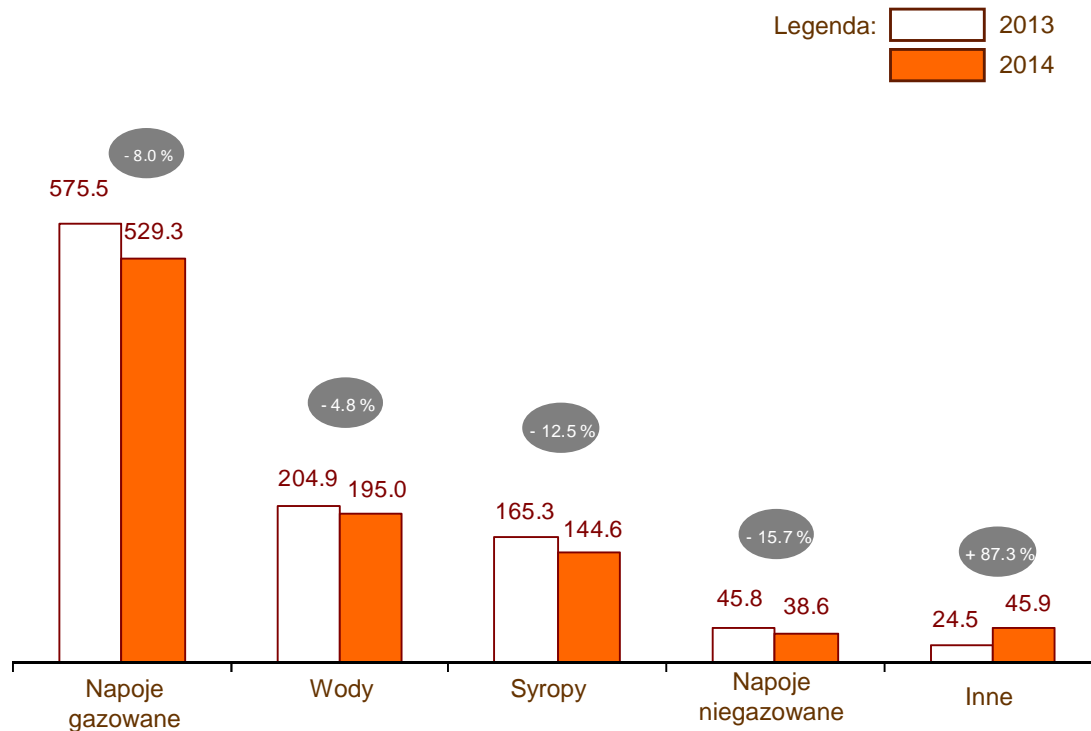
Przychody spadły o 2,6% w porównaniu do 2013 z powodu osłabienia kursu korony czeskiej względem polskiego złotego, w walucie lokalnej wystąpił wzrost o 3,9%. Ten wzrost pochodzi z segmentu impulsowego i wynika głównie z większej sprzedaży produktów UGO, wody, napojów energetycznych i napojów niegazowanych.

• Słowacja

Przychody wzrosły o 1,5% w PLN (2% w walucie lokalnej) Wzrost pochodzi głównie z wyższej sprzedaży napojów gazowanych.

W 2014 Kofola SK miała wiodącą pozycję w segmencie detalicznym, jak również segmencie HoReCa pod względem udziału w rynku.

STRUKTURA PRZYCHODÓW WG SEGMENTÓW PRODUKTOWYCH* ZA 2014 [mIn PLN]



* dane za 2013 przeliczone według kursu historycznego

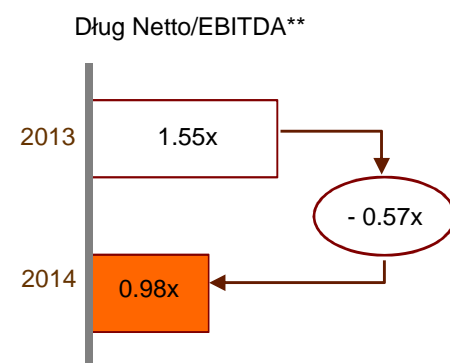
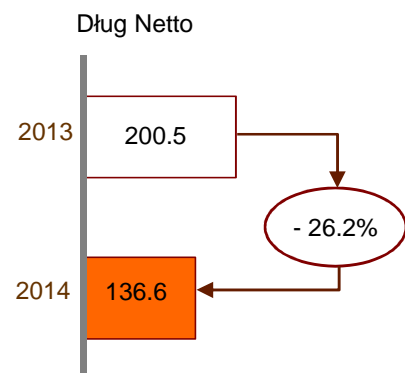
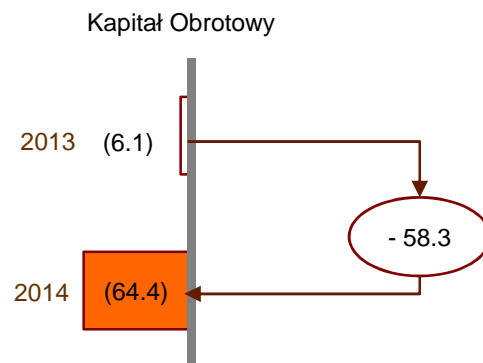
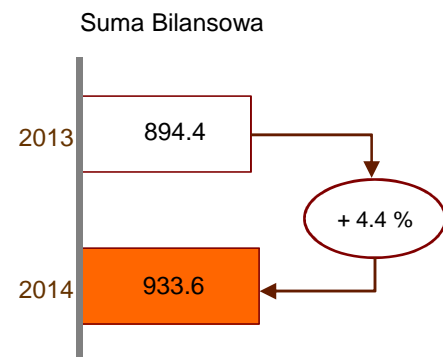
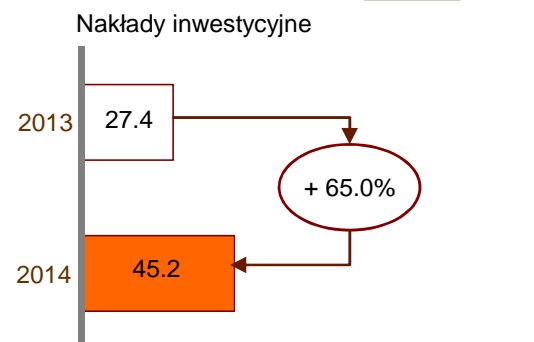
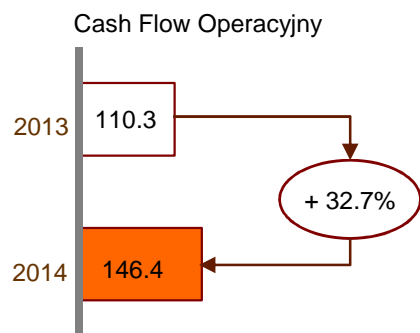
Wyjaśnienie zmian w segmentach produktowych

- Przychody wszystkich segmentów w 2014 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 przejściu grupy Mangaloo)



PODSUMOWANIE WYNIKÓW GRUPY W 2014* [mIn PLN]

Legenda: 2013
 2014



* dane za 2013 przeliczone według kursu historycznego
 *** dane skorygowane o zdarzenia jednorazowe

Omówienie cash flow i zadłużenia

- Cash flow z działalności operacyjnej 146,4 mln PLN
- Spadek długu netto o 26,2%
- Dług netto/EBITDA z działalności kontynuowanej zmniejszył się do 0,98x w porównaniu do 1,55x na dzień 31 grudnia 2014 roku

Dług Netto/EBITDA 0,98x



- Grupa Kapitałowa KOFOLA w 2014
- Omówienie wyników finansowych i biznesowych za 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	2	-
Napoje gazowane	7	3	2	-
Wody	-	3	1	-
Syropy i koncentraty	2	1	2	-
Napoje dziecięce	3	2	2	-
Napoje energetyczne	-	4	>10	-
Napoje niskoalkoholowe (alkopopy)	-	-	-	3*

* ilościowy udział na rynku moskiewskim

Comment

- Silna druga pozycja na rynku czeskim i słowackim.
- Silna pozycja w sektorze napojów gazowanych na Słowacji dzięki zakupionej w 2008 roku marce Vinea.
- Nr.1 w wodach źródłanych na Słowacji. Pozycja osiągnięta dzięki innowacjom.
- Jupii 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).

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
- Ugo soki, fresh napoje
- 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.trzymaiforme.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)

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



Misja:

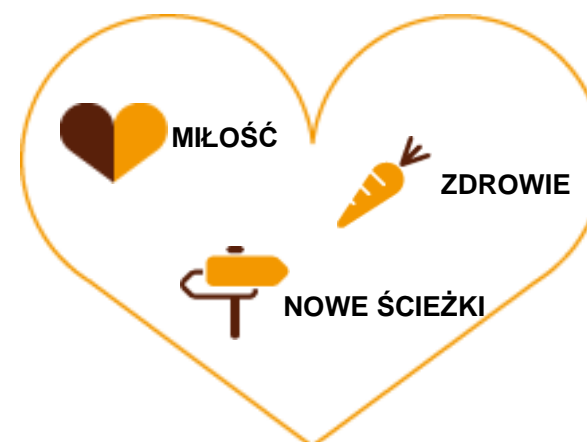
Jesteśmy Kofolą. Z pasją dążymy do tego co jest najważniejsze w życiu: kochać, prowadzić zdrowy styl życia i nieustannie poszukiwać nowych wyzwań.

Wizja:

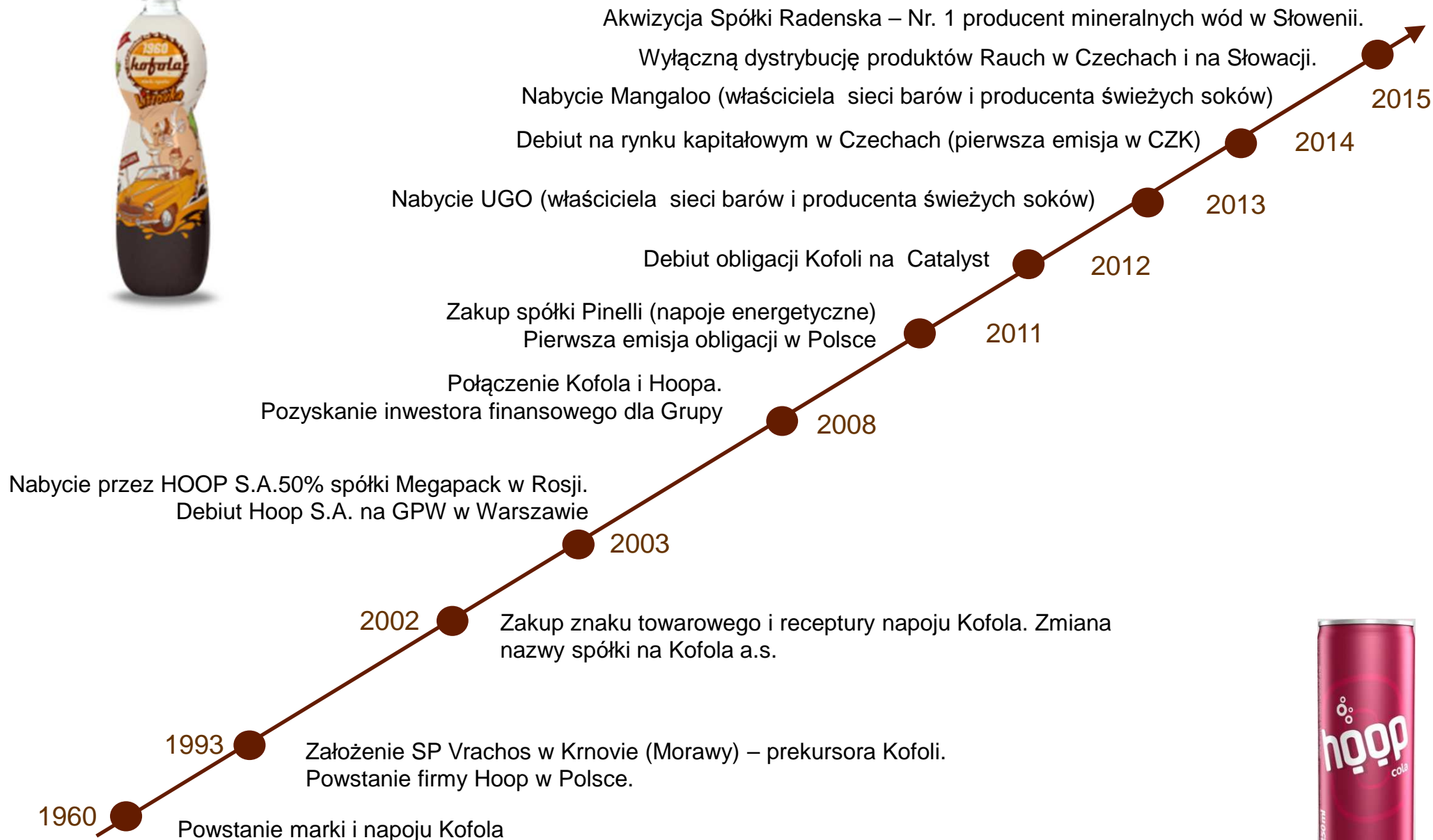
Do 2017 roku chcemy stać się wiodącą firmą w segmencie HoReCa i produktów impulsowych wpływając na cały rynek w Czechach i na Słowacji. Stabilizować zyskowność kanału detalicznego. Będziemy oferowali coraz zdrowsze wersje naszych produktów i, jak to było do tej pory, produkować nasze napoje z najwyższą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

Nasze kluczowe kompetencje to nasze DNA:

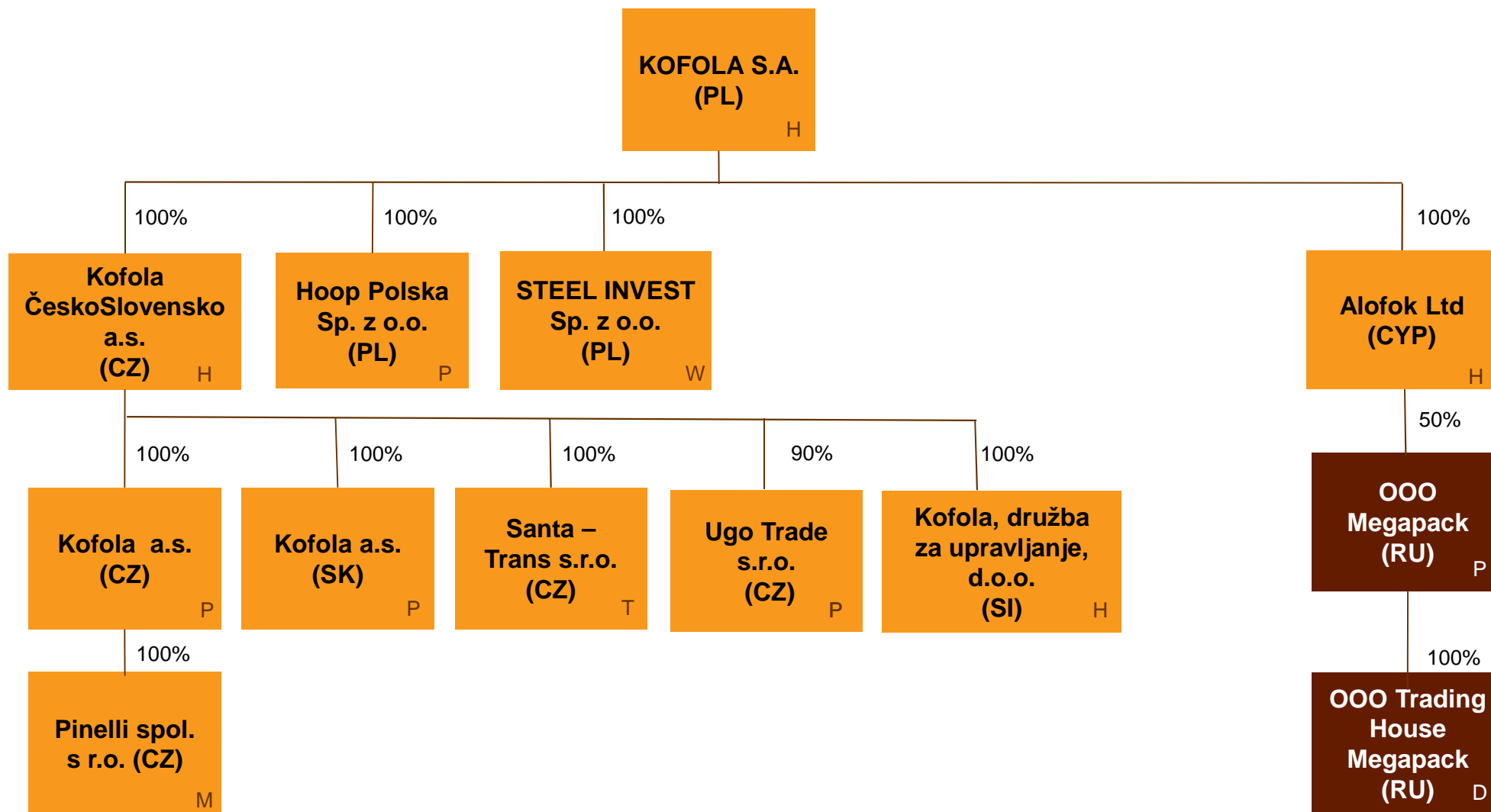
- Staramy się być o krok do przodu
- Stale poszukujemy nowych możliwości rozwoju
- Naszą firmę współtworzymy razem z naszymi konsumentami, klientami, dostawcami i pracownikami
- Dostarczamy emocji
- Pracujemy tam, gdzie jest nasz dom i tam, gdzie możemy zrozumieć naszą kulturę



HISTORIA GRUPY KOFOLA



STRUKTURA GRUPY KOFOLA NA DZIEŃ 31.12.2014



Legenda:



Spółka konsolidowana metodą pełną



Spółka konsolidowana metodą praw własności

P – Spółka produkcyjno-sprzedażowa

T – Spółka transportowa

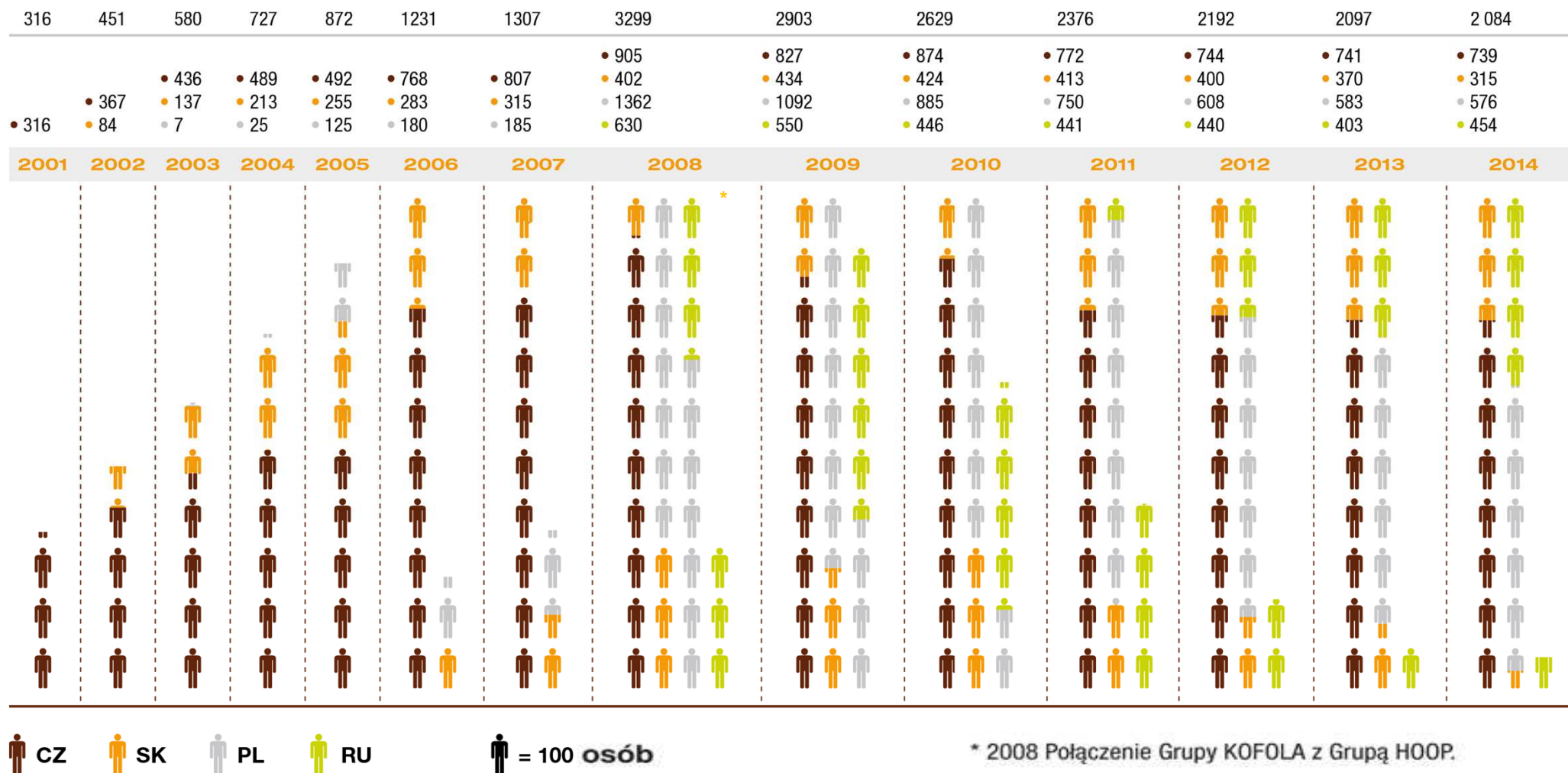
D – Spółka dystrybucyjna

H – Spółka holdingowa

W – Działalność wygaszona

M – Właściciel marki

ZATRUDNIENIE W KRAJACH OD 2001 ROKU



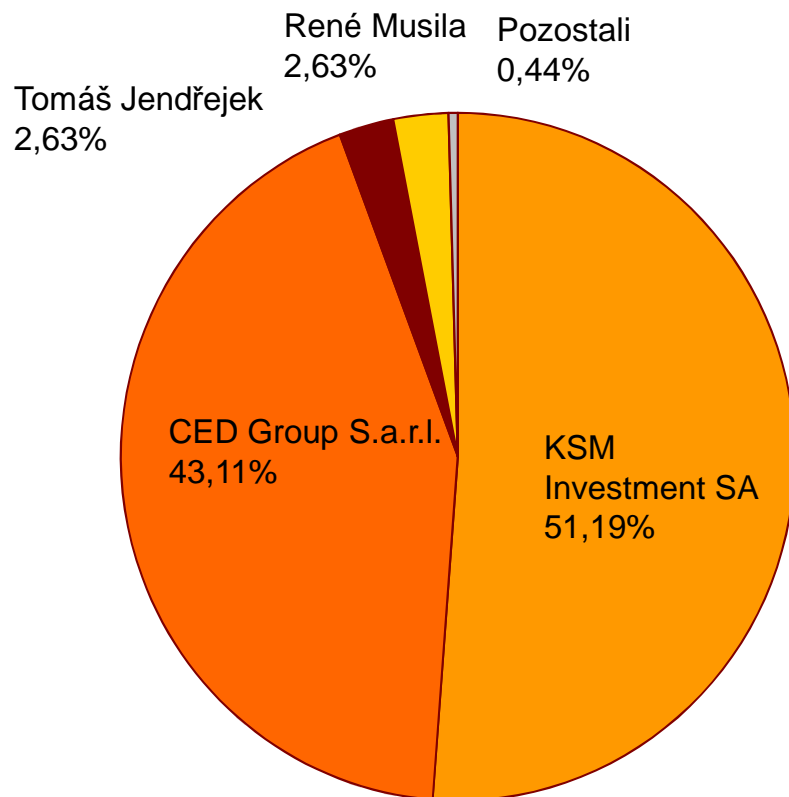
KANAŁY DYSTRYBUCJI

	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 (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 2014
- Omówienie wyników finansowych i biznesowych za 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

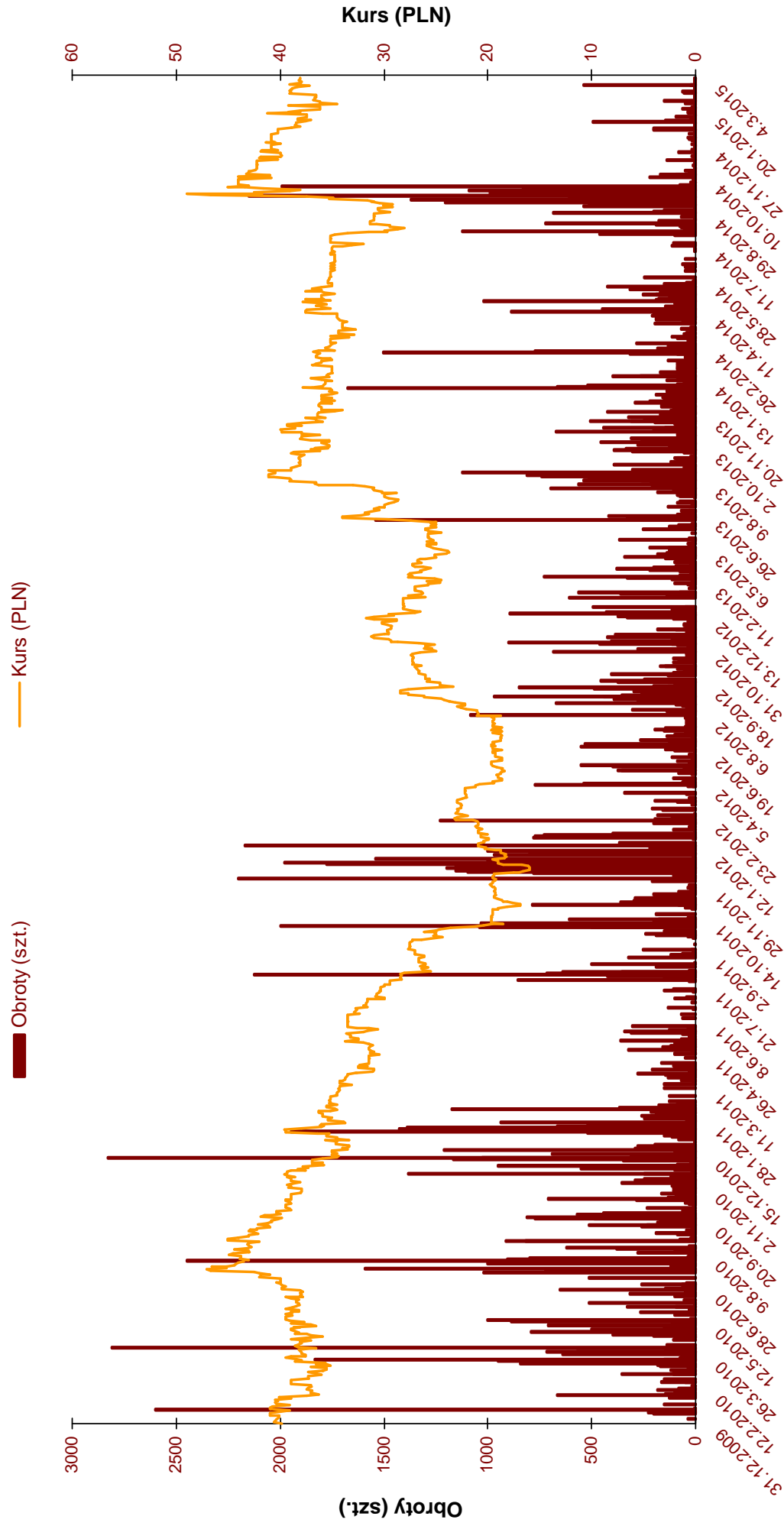
Kapitał własny

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. 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 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	36,0 PLN	Średni kurs w 2013 roku	30,8 PLN
Średnie obroty na sesji w 2014 roku	162,6 pcs.	Średnie obroty na sesji w 2013 roku	151,4 pcs.



- Grupa Kapitałowa KOFOLA w 2014
- Omówienie wyników finansowych i biznesowych za 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