



KOFOLA ČESKOSLOVENSKO VÝSLEDKY 2015

16. březen 2016





OBSAH

- Skupina Kofola
- Shrnutí výsledků
- Trh, trendy a strategie
- Profil and historie
- Akcie a jejich cena
- Kontakt



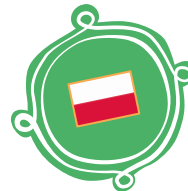
KLÍČOVÉ INFORMACE O SKUPINĚ KOFOLA



- číslo 2 na trhu nealkoholických nápojů
- značka Kofola druhou nejhodnotnější značkou dle průzkumu v roce 2014
- třetí nejobdivovanější společnost dle průzkumu v roce 2015



- číslo 1 na trhu nealkoholických nápojů (Retail & HoReCa)



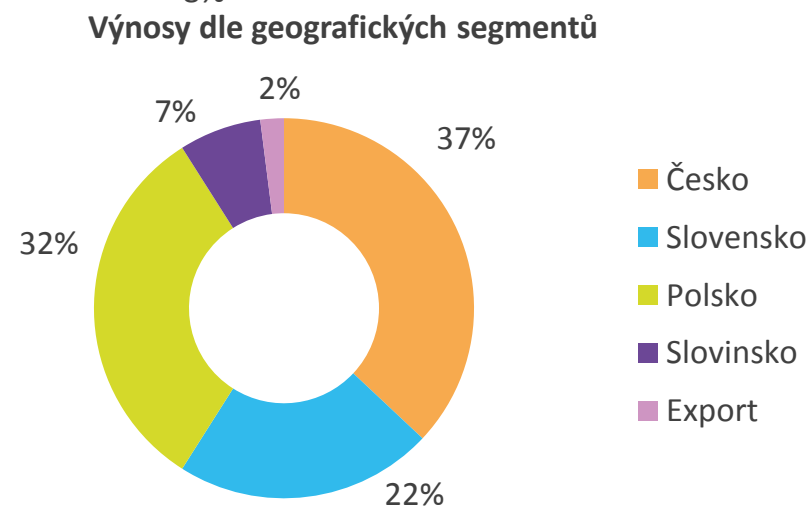
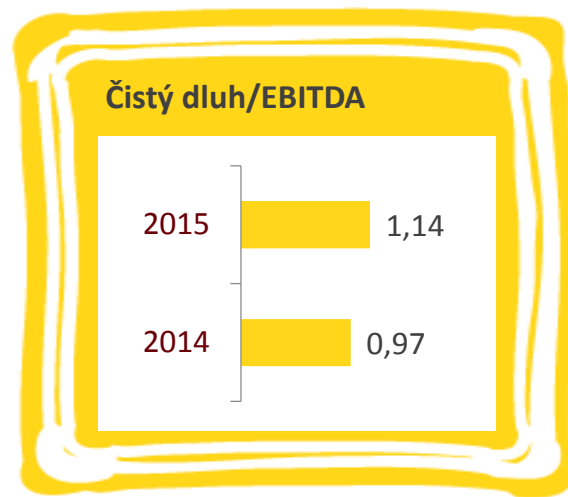
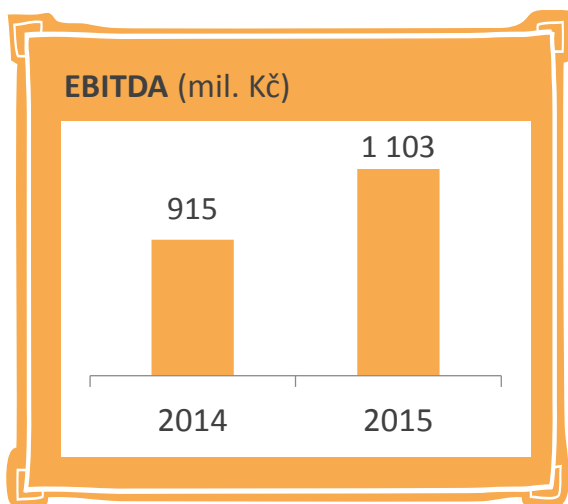
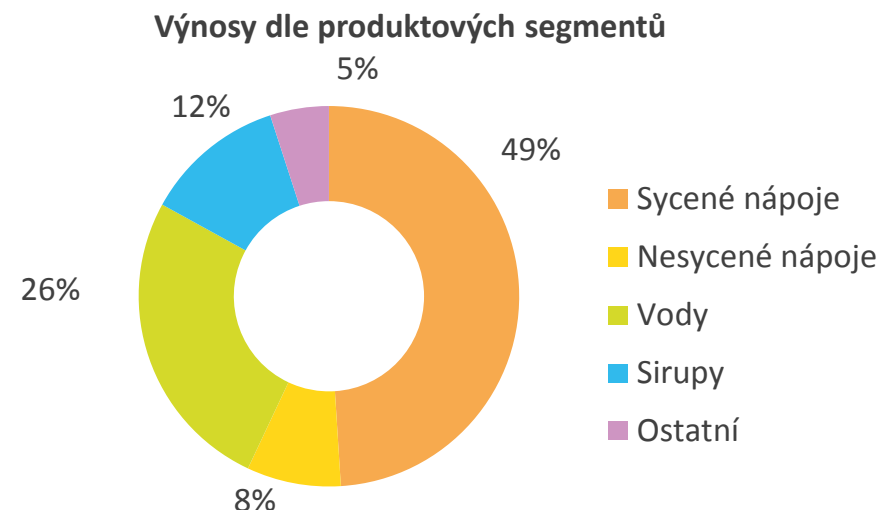
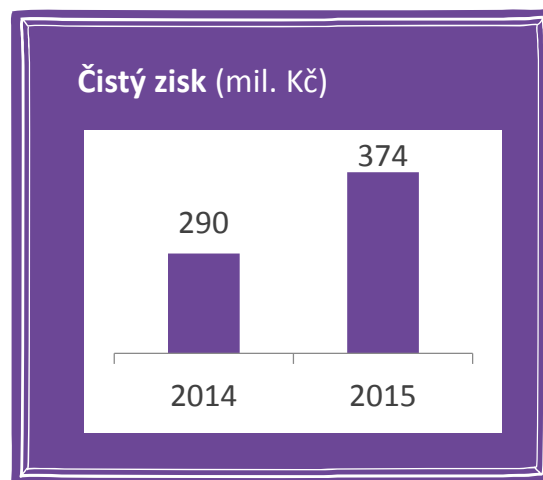
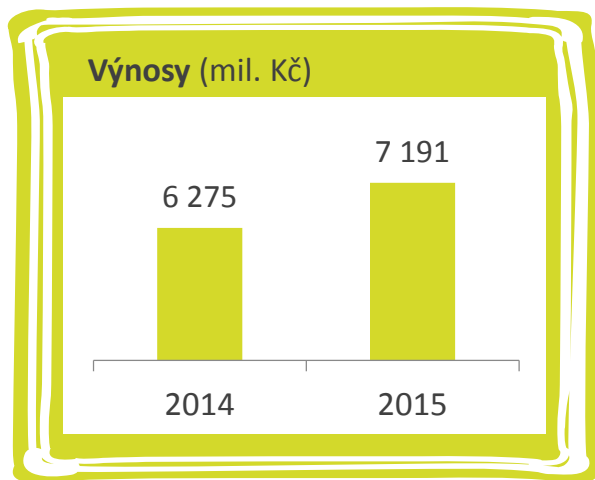
- číslo 2 v sirupech
- číslo 3 v kolových nápojích
- přední výrobce nápojů prodávaných pod soukromými značkami



- číslo 1 na trhu nealkoholických nápojů ve Slovinsku
- číslo 1 v kategorii vod (Retail & HoReCa)



KLÍČOVÉ INFORMACE O SKUPINĚ KOFOLA *



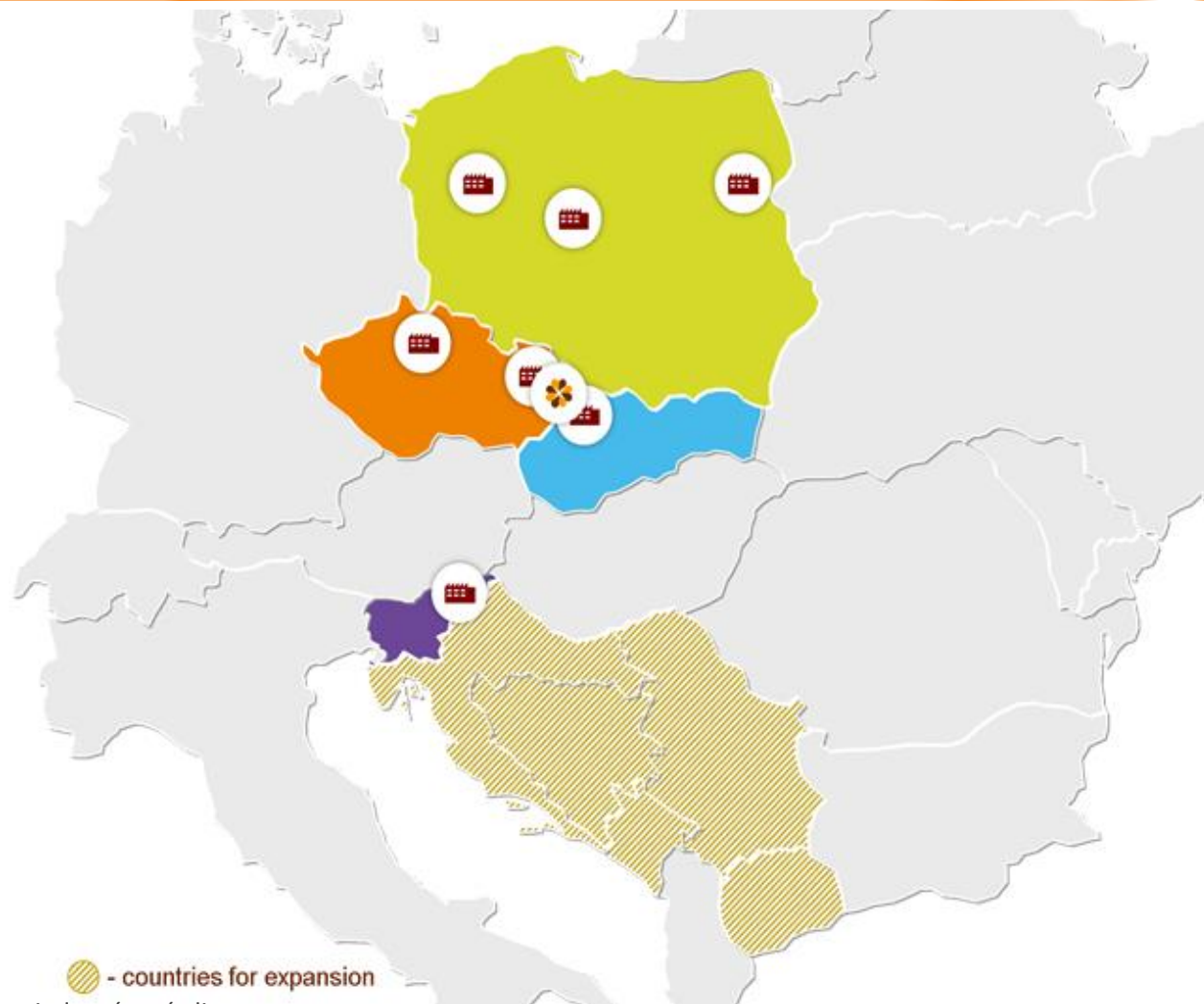
KLÍČOVÉ INFORMACE O SKUPINĚ KOFOLA

HLAVNÍ FINANČNÍ UKAZATELE [MCZK]

| Výnosy po segmentech* | 2015 | % |
|-----------------------|---------|------|
| Sycené nápoje | 3 513,7 | 49% |
| Vody | 1 854,5 | 26% |
| Sirupy | 870,5 | 12% |
| Nesycené nápoje | 559,9 | 8% |
| Ostatní | 392,2 | 5% |
| Celkem | 7 190,8 | 100% |

| | |
|----------------------------|---------|
| EBITDA* | 1 102,6 |
| Celková aktiva | 8 491,0 |
| Vlastní kapitál | 2 870,2 |
| Čistý dluh | 1 276,9 |
| Čistý dluh/EBITDA** | 1,14 |
| Čistý dluh/vlastní kapitál | 0,45 |

Zisk na akcii připadající na akcionáře
Kofola ČeskoSlovensko* [CZK/akcii] 16,9



● - countries for expansion

NAŠE HLAVNÍ ZNAČKY



NOVÉ PRODUKTY V ROCE 2015



Hoop Cola kokos 2l limitovaná edice



Nová zajímavá kokosová příchuť HOOP coly. Nápoj je dostupný v 2,0l PET lahvích.



Top Topic Pomeranč + Malina 1,5l, 0,5l, KEG



Populární Top Topic má nové osvěžující příchutě – pomeranč a malina. Nápoje jsou dostupné v PET lahvích 1,5l, 0,5l a v KEG.



Kofola Meruňková 0,5l



Rodina Kofola má nového člena. Meruňka se přidává k příchuťím originál, citrus, višně, extra bylinková, vanilková and guarana. Nápoj je dostupný v 0,5l PET lahvích.



Jupí Višeň



Nová příchuť populárních Jupí sirupů podpoří silnou pozici značky na českém a slovenském trhu. Sirup je vyráběn na hot-fill lince (plnění za tepla) bez použití konzervantů. Je dostupný v 0,7l PET lahvích.



Hoop Cola Višeň 1l – nový formát



Nový formát višňové Hoop Coly je nyní dostupný v 1l PET lahvích.



Kofola 0,2l – nový design



Nový design lahve Kofola original, zejména pro gastro segment.

NOVÉ PRODUKTY V ROCE 2015



Arctic – nový design



Nový design PET lahví neochucené a ochucené vody Arctic.



Rajec Bezinka 1,5l, 0,75l



Nová příchut' vody Rajec v PET lahvích 1,5l a 0,75l. Všechny produkty Rajec jsou nyní bez konzervantů.



Rajec Kojenecká voda – nový formát



Nový formát kojenecké vody Rajec je nyní dostupný v 0,75l a 0,33l PET lahvích.



Rauch produkty



Exkluzivní distribuce produktů Rauch v České republice a na Slovensku.



a více...

HLAVNÍ UDÁLOSTI ROKU 2015

IPO

V návaznosti na úspěšné IPO z prosince 2015 přivítala Kofola ČeskoSlovensko a.s. nové akcionáře z řad renomovaných institucionálních investorů a významně i z řad drobných investorů.

Skupinová restrukturalizace

V říjnu 2015 se Kofola ČeskoSlovensko a.s., společnost založená v Česku, stala mateřskou společností společnosti Kofola S.A. a tím celé skupiny Kofola.

Akvizice Radenska

Skupina získala 97,62% podíl ve společnosti Radenska d.d., slovinském producentovi č. 1 minerálních a pramenitých vod.

Transakce zakládá skvělou příležitost pro skupinu k ustavení své přítomnosti v dalším evropském regionu. Skupina využije synergií pramenic z užití své know-how, efektivních procesů a inovací a těší se na rozvoj a budování značky Radenska. Skupina také očekává, že akvizice společnosti Radenska podpoří možnosti expanze v adriatickém regionu.

Akvizice WAD GROUP

Skupina uzavřela smlouvu na nákup 100% podílu ve společnosti WAD GROUP a.s., vlastníku 40% podílu ve společnosti WATER HOLDING a.s., jednom z lídrů slovenského trhu s balenou vodou. Mezi její hlavní značky patří Budiš, Fatra, Gemerka a Zlatá Studňa. Transakce je předmětem schválení slovenským antimonopolním úřadem, které v současnosti probíhá.

Distribuce produktů Rauch

Od začátku roku 2015 je Skupina exkluzivním distributorem produktů Rauch v Česku a na Slovensku, čímž Skupina rozšiřuje své komplexní a vysoce kvalitní portfolio.

Přímá distribuce v Česku

Přímá distribuce spuštěná v Česku v říjnu 2014 přináší pozitivní dopady vyplývající z využití know-how nabyté na Slovensku, kde byla přímá distribuce spuštěna v roce 2009.





OBSAH

- Skupina Kofola
- **Shrnutí výsledků**
- Trh, trendy a strategie
- Profil and historie
- Akcie a jejich cena
- Kontakt



TRŽNÍ PODMÍNKY V ROCE 2015

MAKROEKONOMIKA

- rostoucí spotřeba domácností
- klesající nezaměstnanost a růst reálných mezd
- stabilizace cen materiálu

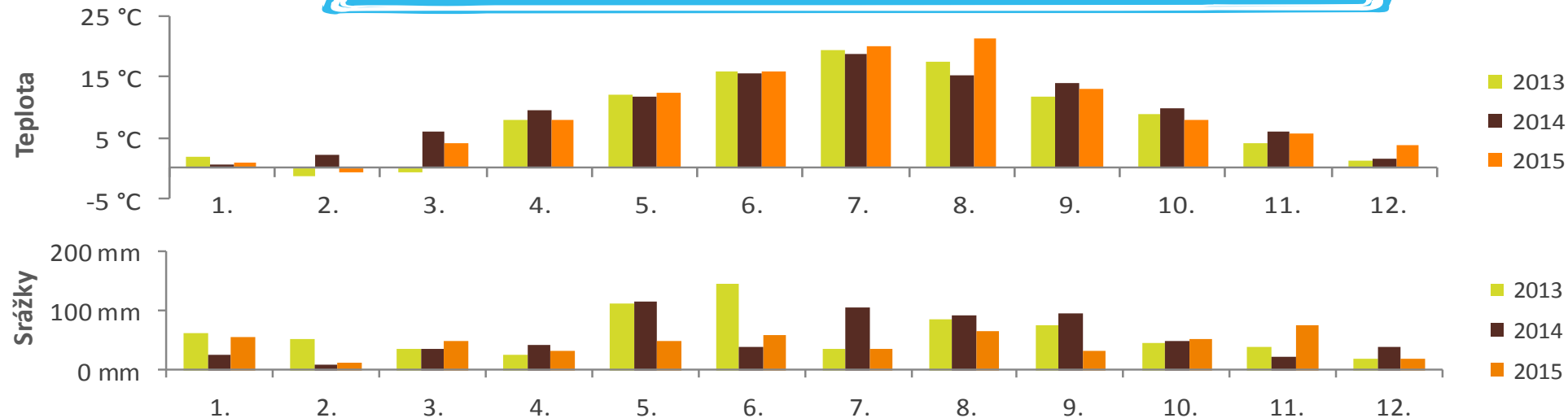
TRH / KONKURENCE

- stabilizace spotřeby v nejziskovějším segmentu gastro
- nárůst obrátu v diskontních řetězcích

REGULACE

- stabilní prostředí

POČASÍ VE ŠŘEDNÍ EVROPĚ



VÝSLEDKY SKUPINY KOFOLA

| Rekonciliace reportovaných a upravených výsledků | Reportované CZK mn | Jednorázové transakce CZK mn | Upravené CZK mn |
|--|-----------------------|---------------------------------|--------------------|
| Výnosy | 7 156,7 | 34,1 * | 7 190,8 |
| Náklady na prodeje | (4 330,5) | (21,6) * | (4 352,1) |
| Hrubý zisk | 2 826,2 | 12,6 | 2 838,7 |
| Náklady na odbyt, marketing a distribuci | (1 898,4) | 14,0 *, ** | (1 884,4) |
| Administrativní náklady | (446,9) | 61,4 **, *** | (385,5) |
| Ostatní provozní výnosy/(náklady), netto | (46,3) | 66,8 *, **** | 20,6 |
| Provozní výsledek | 434,7 | 154,7 | 589,4 |
| EBITDA | 947,9 | 154,7 | 1 102,6 |
| Finanční náklady, netto | (112,4) | - | (112,4) |
| Daň z příjmů | (93,3) | (9,8) | (103,1) |
| Čistý zisk | 229,0 | 144,9 | 373,9 |
| - připadající na akcionáře mateřské společnosti | 227,7 | 144,6 | 372,2 |



JEDNORÁZOVÉ TRANSAKCE

- * Polský segment vykázal čisté náklady ve výši 102 641 tis. Kč vztahující se ke kvalitativním stížnostem spojených s nízkou kvalitou obalového materiálu. Daňový dopad 19%.
- ** Český segment vykázal náklady ve výši 11 754 tis. Kč vztahujících se k poradenství v oblasti reorganizace skupiny a další náklady ve výši 13 372 tis. Kč vztahující se k promoci IPO. Daňový dopad 19%.
- *** Slovenský segment vykázal náklady ve výši 9 076 tis. Kč vztahující se k akvizici WAD Group Daňový dopad 19%.
- *** Slovinský a polský segment vykázaly náklady ve výši 27 283 tis. Kč vztahující se k poradenství k akvizici Radenska. Daňový dopad 19%.
- *** Slovinský segment vykázal náklady ve výši 8 341 tis. Kč vztahující se zejména k implementaci skupinových IT standardů. Daňový dopad 17%.
- **** Slovinský segment vykázal rozpuštění rezervy na soudní řízení ve výši 17 734 tis. Kč. Daňový dopad 17%.

Žádné položky nebyly vykázány jako jednorázové transakce v roce 2014.

Upozorňujeme, že v celé prezentaci jsou komentovány upravené výsledky, není-li označeno jinak.

VÝSLEDKY SKUPINY KOFOLA *

| Porovnání výsledků | 2015 | 2014 | Změna | Změna |
|---|----------------|----------------|--------------|--------------|
| | CZK mn | CZK mn | CZK mn | % |
| Výnosy | 7 190,8 | 6 275,4 | 915,4 | 14,6% |
| Náklady na prodeje | (4 352,1) | (3 881,4) | (470,7) | 12,1% |
| Hrubý zisk | 2 838,7 | 2 394,0 | 444,7 | 18,6% |
| Náklady na odbyt, marketing a distribuci | (1 884,4) | (1 607,7) | (276,7) | 17,2% |
| Administrativní náklady | (385,5) | (317,9) | (67,6) | 21,2% |
| Ostatní provozní výnosy/(náklady), netto | 20,6 | (25,6) | 46,1 | (180,5%) |
| Provozní výsledek | 589,4 | 442,8 | 146,6 | 33,1% |
| EBITDA | 1 102,6 | 914,8 | 187,8 | 20,5% |
| Finanční náklady, netto | (112,4) | (73,4) | (39,0) | 53,1% |
| Daň z příjmů | (103,1) | (79,3) | (23,8) | 30,0% |
| Čistý zisk | 373,9 | 290,1 | 83,8 | 28,9% |
| - připadající na akcionáře mateřské společnosti | 372,2 | 290,4 | 81,8 | 28,2% |

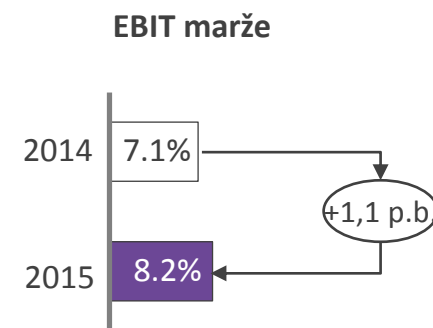
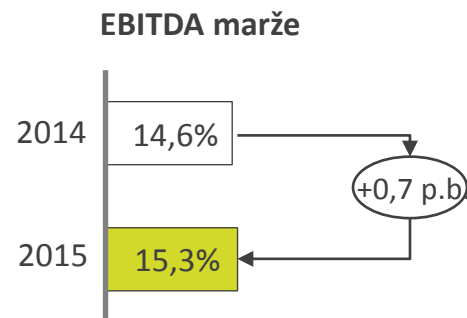
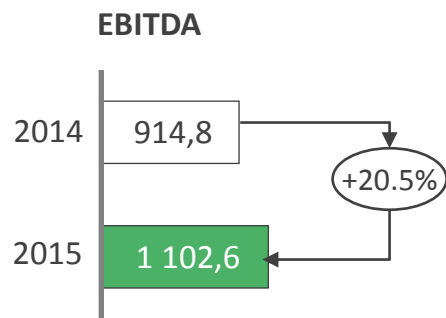
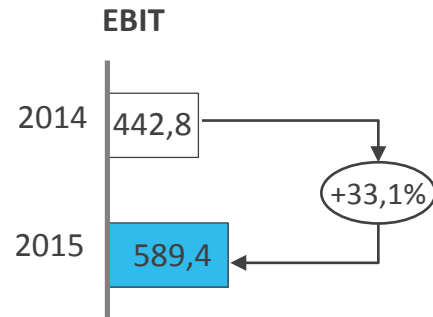
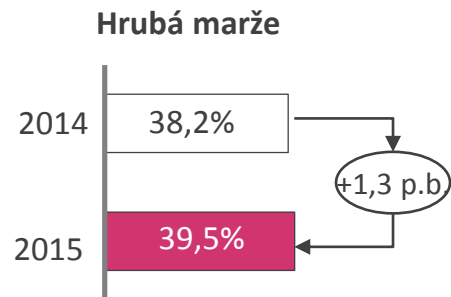
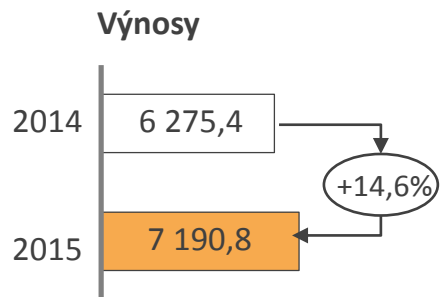
KOMENTÁŘ

- Hrubý zisk vzrostl o 18,6 %
- Ukazatel EBIT vzrostl o 33,1 %
- Ukazatel EBITDA vzrostl o 20,5 %



VÝSLEDKY SKUPINY KOFOLA* [MCZK]

KOMENTÁŘ



- Všechny elementy pozitivně ovlivněny březnovou akvizicí společnosti Radenska a distribucí produktů Rauch v Česku a na Slovensku od začátku 2015.
- Přetrvávající zaměření na rozvoj ziskových produktů a zákazníků.
- Hrubá marže se zvýšila díky výhodnějšímu produktovému mixu a přímé distribuci spuštěné v Česku na konci 2014.
- Oceněné marketingové kampaně měly pozitivní dopad.
- Radenska výkonově nad očekáváním a vygenerovala 14% skupinového EBIT za rok 2015.
- UGO bary s čerstvou šťávou a salaterie navýšily tržby o 72,1%.

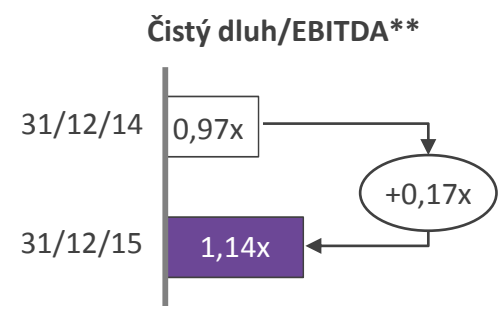
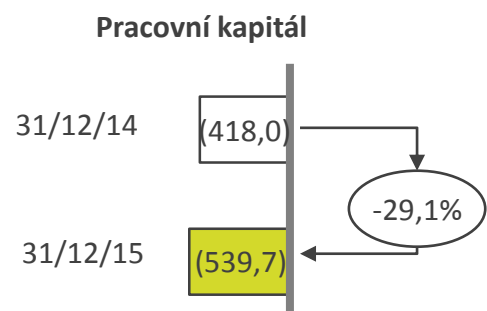
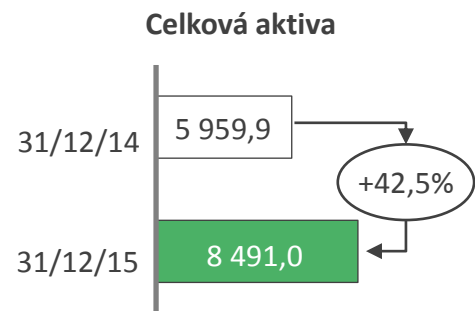
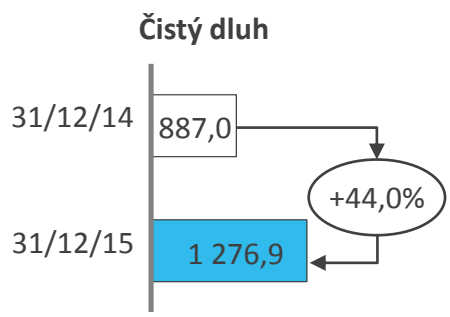
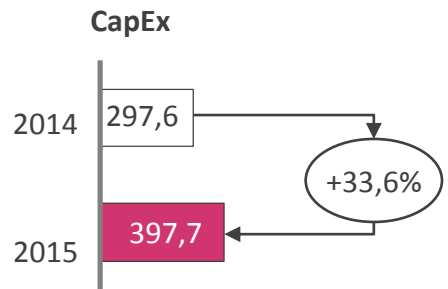
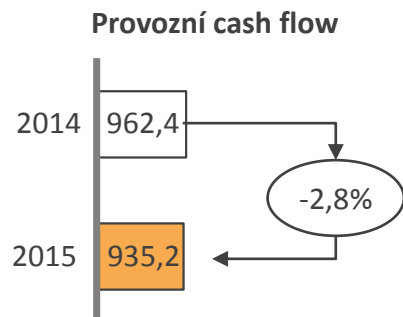


VÝSLEDKY SKUPINY KOFOLA* [MCZK]

CASH FLOW A ČISTÝ DLUH

- Silný peněžní přítok z hlavní činnosti současně s meziročním nárůstem potvrzuje robustní cash-flow výkon.
- Nárůst CapEx o 33,6% potvrzuje konzistentě pozitivní přístup Skupiny k investicím a inovacím.
- Nárůst Čistého dluhu a ukazatele Čistý dluh/EBITDA hlavně kvůli úvěru na financování akvizice Radenska.

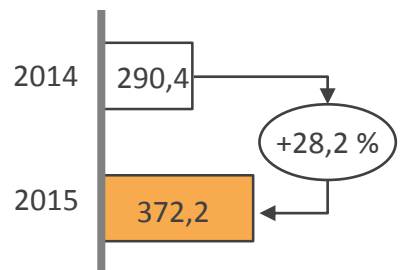
ČISTÝ DLUH / EBITDA 1,14X



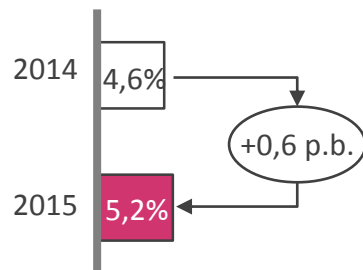
* upraveno o jednorázové vlivy
 ** EBITDA upravena o jednorázové vlivy a analizována o společnost Radenska

VÝSLEDKY SKUPINY KOFOLA* [MCZK]

Zisk připadající na akcionáře
Kofola ČeskoSlovensko



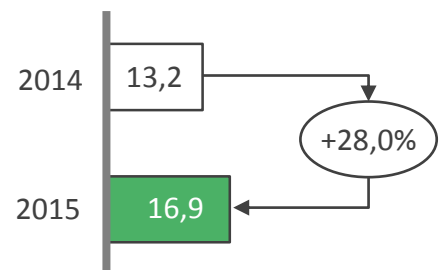
Čistá marže



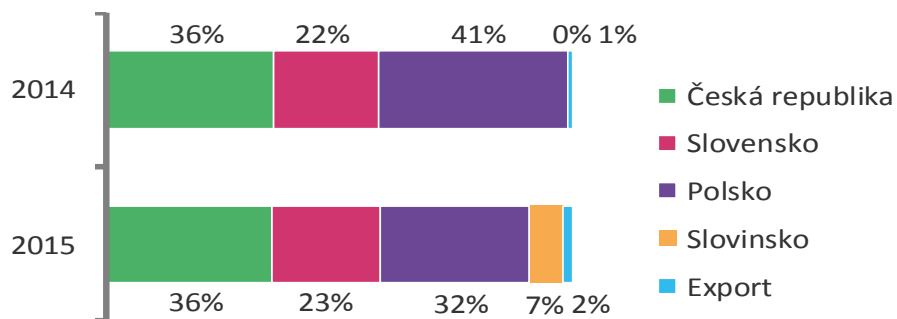
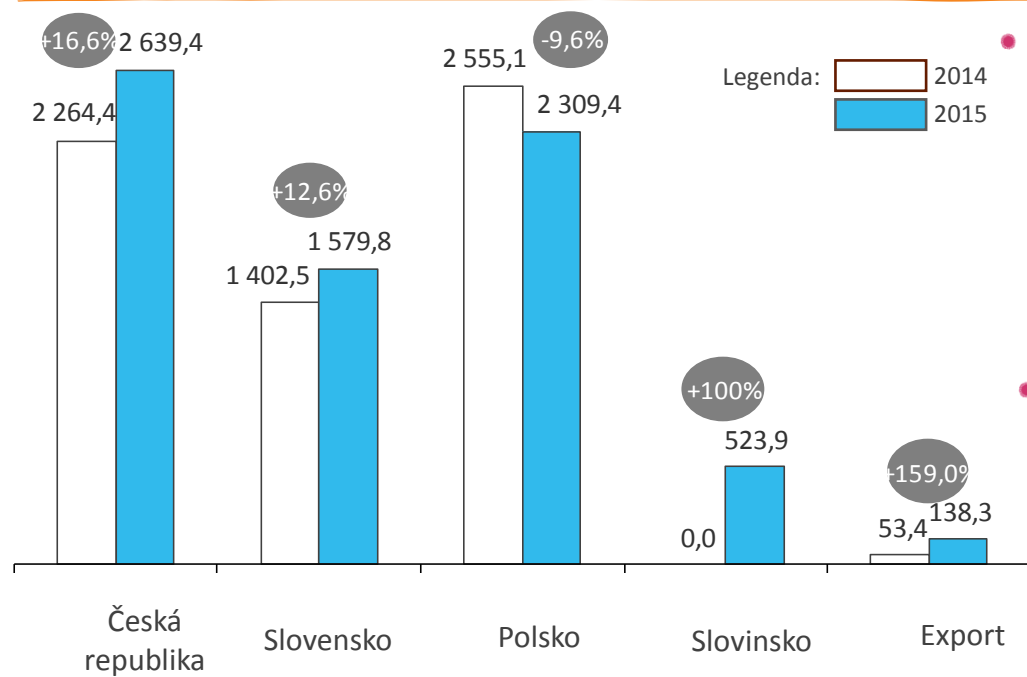
ZISK

- Nárůst Čisté marže o 0,6 p.b.
- Nárůst Čistého zisku připadajícího na akcionáře Kofola ČeskoSlovensko o 81,8 mil. Kč.
- EPS 16,9 Kč/akcii.

EPS připadající na akcionáře
Kofola ČeskoSlovensko [CZK/akcie]



TRŽBY V GEOGRAFICKÝCH SEGMENTECH* [MCZK]



Česká republika

Výnosy vzrostly o 16,6%. Růst tažen zejména distribucí produktů Rauch a posílením pozice v segmentu Impuls. Na mírně rostoucím českém maloobchodním segmentu a stabilním gastro segmentu tržby v obou těchto segmentech vzrostly, v obou segmentech nad průměrem trhu. Velmi dobrý výsledek vod Rajec s tržbami rostoucími o 13,7%. UGO bary s čerstvou šťávou a salaterie navýšily tržby o 72,1%. V roce 2015 byla Skupina vícelídrem na trhu nealkoholických nápojů a pokračuje v posilování své pozice (v segmentech maloobchodu i HoReCa).

Slovensko

Výnosy vzrostly o 12,6%. Nárůst tažen distribucí produktů Rauch a vyššími tržbami v segmentu Gastro. Na rostoucím slovenském maloobchodním segmentu a stabilním gastro segmentu byl výsledek společnosti nad průměrem trhu a společnost v těchto segmentech zvýšila svůj tržní podíl.

V roce 2015 měla Kofola SK s ohledem na tržní podíl jasnou pozici lídra trhu v segmentech maloobchodu i HoReCa, stala se lídrem trhu v segmentu kolových nápojů a držela vedoucí pozici v segmentu Vody.

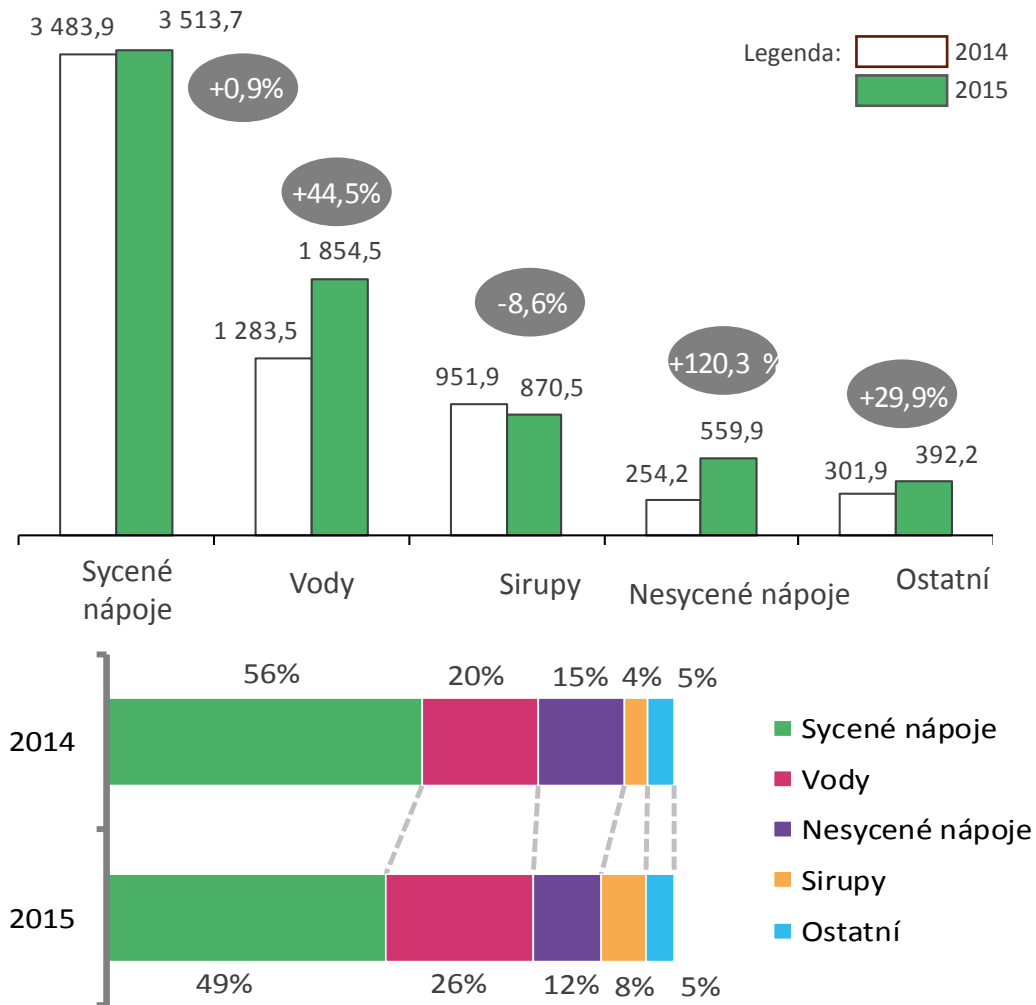
Polsko

Výnosy klesly o 9,6% kvůli nižším prodejům privátních značek a horšímu výkonu vlastních značek v tradičním distribučním kanále. Přetrvává zaměření na zlepšení marží našich produktů v Polsku navzdory riziku ztráty části prodaného objemu.

Slovinsko

Radenska získaná Skupinou v březnu předčila očekávání, generovala zhruba 14% skupinového EBIT roku 2015 a držela jasnou vedoucí pozici ve slovinském segmentu Vody.

TRŽBY V PRODUKTOVÝCH SEGMENTECH* [MCZK]



- Sycené nápoje**
 Nárůst segmentu Sycených nápojů v Česku, na Slovensku, ve Slovinsku, pokles v Polsku.
- Vody**
 Rostoucí segment Vody tažený hlavně slovinskou Radenska. Skupina je lídrem segmentu na Slovensku a ve Slovinsku.
- Sirupy**
 Silná pozice v segmentu Sirupy – první pozice v Česku, druhá na Slovensku a v Polsku. Vyšší konkurence v segmentu následkem zvýšeným marketingovým aktivitám konkurentů hlavně v Česku.
- Nesyčené nápoje**
 Posilování pozice v segmentu Nesycených nápojů tažené hlavně distribucí výrobků Rauch a UGO lahvičkami s čerstvou šťávou.
- Ostatní**
 Významný nárůst v segmentu Ostatní hlavně díky rostoucím tržbám UGO barů s čerstvou šťávou a salaterií a energetického nápoje Semtex.



OBSAH

- Skupina Kofola
- Shrnutí výsledků
- **Trh, trendy a strategie**
- Profil and historie
- Akcie a jejich cena
- Kontakt



SEGMENTOVÉ POZICE*

Legenda:  Lídr  Vícelíde

| | PL | CZ | SK | SI |
|-----------------------------|---|---|--|---|
| Kolové nápoje | 3 |  |  | 3 |
| Sycené nápoje | - | 3 |  |  |
| Vody | - | 5 |  |  |
| Sirupy a koncentráty |  |  |  | - |
| Nápoje pro děti | 6 |  |  | - |
| Energetické nápoje | - | 4 | >6 | - |

KOMENTÁŘ

- Silná druhá pozice na českém trhu a vedoucí pozice na slovenském trhu.
- Silná pozice v segmentu Sycených nápojů na Slovensku byla dosažena díky akvizici značky Vinea v roce 2008.
- Č. 1 v segmentu pramenitých vod na Slovensku a ve Slovinsku. Pozice dosažena díky inovacím.
- Jupí je jasným lídrem v segmentu Sirupy v Česku a vícelídrem na Slovensku díky představeným inovacím. Druhá pozice sirupů Paola v Polsku.
- Inovativní aktivity v segmentu nápojů pro děti na českém a slovenském trhu (Jupík, Jupík Aqua).
- Energetický nápoj Semtex od akvizice v roce 2011 posiluje svou pozici v Česku a na Slovensku.

PŘÍSTUP K TRŽNÍM TRENDŮM A TRŽNÍMU VÝVOJI

Zdravá strava a nápoje

- Postupný přechod k produktům bez konzervantů, inovace směrem ke zdravým výrobkům
- Propagace zdravého životního stylu (www.hravezizdrave.cz, www.hravozizdravo.sk, www.trzymajforme.pl)
- Více zdravých nápojů (voda, nápoje pro děti) s nižším obsahem cukru ve srovnání s konkurenty a nápojů s rostlinným a bylinným základem (UGO džusy a čerstvé šťávy)
- První nápoje se stévií (přírodní sladila – bez kalorií) - Kofola bez cukru, Jupík se stévií.
- Hot-fill linka (plnění za tepla) a aseptická linka umožňující nové produkty bez konzervantů (sirupy, ledový čaj, nápoje pro děti)

Zvyšující se objem venkovních aktivit

- Zaměření na impulzní produkty (rozšíření portfolia)
- Rozvoj impulzních kanálů
- Rozvoj spolupráce s hotely, restauracemi a službami cateringu (HoReCa)
- Vstup na "on-the-go" trh (kiosky, nápojové automaty, cvičiště, školy, pracoviště atd.)
- Rostoucí podíl malých formátů v produktovém portfoliu (většina nových formátů je 0,5 litru)
- Rostoucí počet obsluhovaných restaurací (přímá distribuce na Slovensku od 2009, v České republice od 2014)
- Vyčleněný sales tým pro zákazníky segmentu HoReCa v České republice

Konsolidace maloobchodu a posun prodejů k maloobchodnímu kanálu

- Posílení značek pro jejich důležitost pro maloobchodníky
- Zaměření na pravidla a podmínky ve vztahu s maloobchodníky
- Řádná přístup k kanálům a formátům

Konsolidace producentů jídla a nápojů

- Ambice být konsolidátorem trhu
- Konstantní vyhledávání neprobádaných značek (společnosti)
- Akvizice značek Vinea, Citro Cola, Semtex, UGO, Mangaloo a Radenska v posledních 7 letech

Globalizace a rostoucí individualismus

- Představení úspěšných značek na další trhy, kde skupinové společnosti operují
- Budování a/nebo tvorba značek s funkčními/emočními náležitostmi
- Užití produkčních/distribučních licencí, představení globálních značek (Rauch, Orangina, Pickwick Ice Tea, RC Cola, Evian, Badoit)
- Zapojení zákazníků do promoce pozitivních emocí vztahujících se ke skupinovým značkám



CONTENT

- Skupina Kofola
- Shrnutí výsledků
- Trh, trendy a strategie
- **Profil and historie**
- Akcie a jejich cena
- Kontakt



MISE A VIZE

MISE

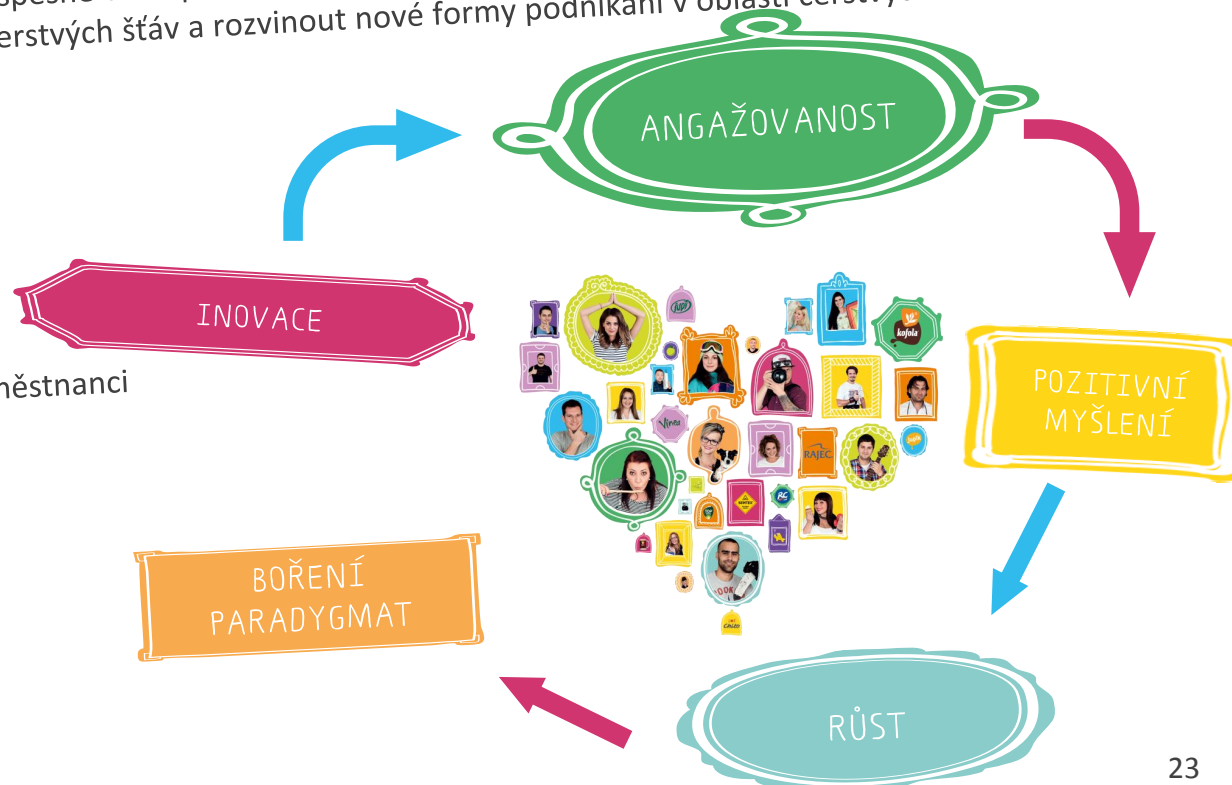
My jsme Kofola. S nadšením usilujeme o to, co je v životě opravdu důležité: milovat, žít zdravě a stále hledat nové cesty.

NAŠE ZÁKLADNÍ PŘEDNOSTI JSOU V NAŠÍ DNA

- Usilujeme o to být krok napřed
- Stále vyhledáváme nové příležitosti k růstu
- Naše podnikání je tvořeno našimi spotřebiteli, zákazníky, dodavateli a zaměstnanci
- Vytváříme emoce
- Působíme tam kde jsme doma a známe místní kulturu

VIZE

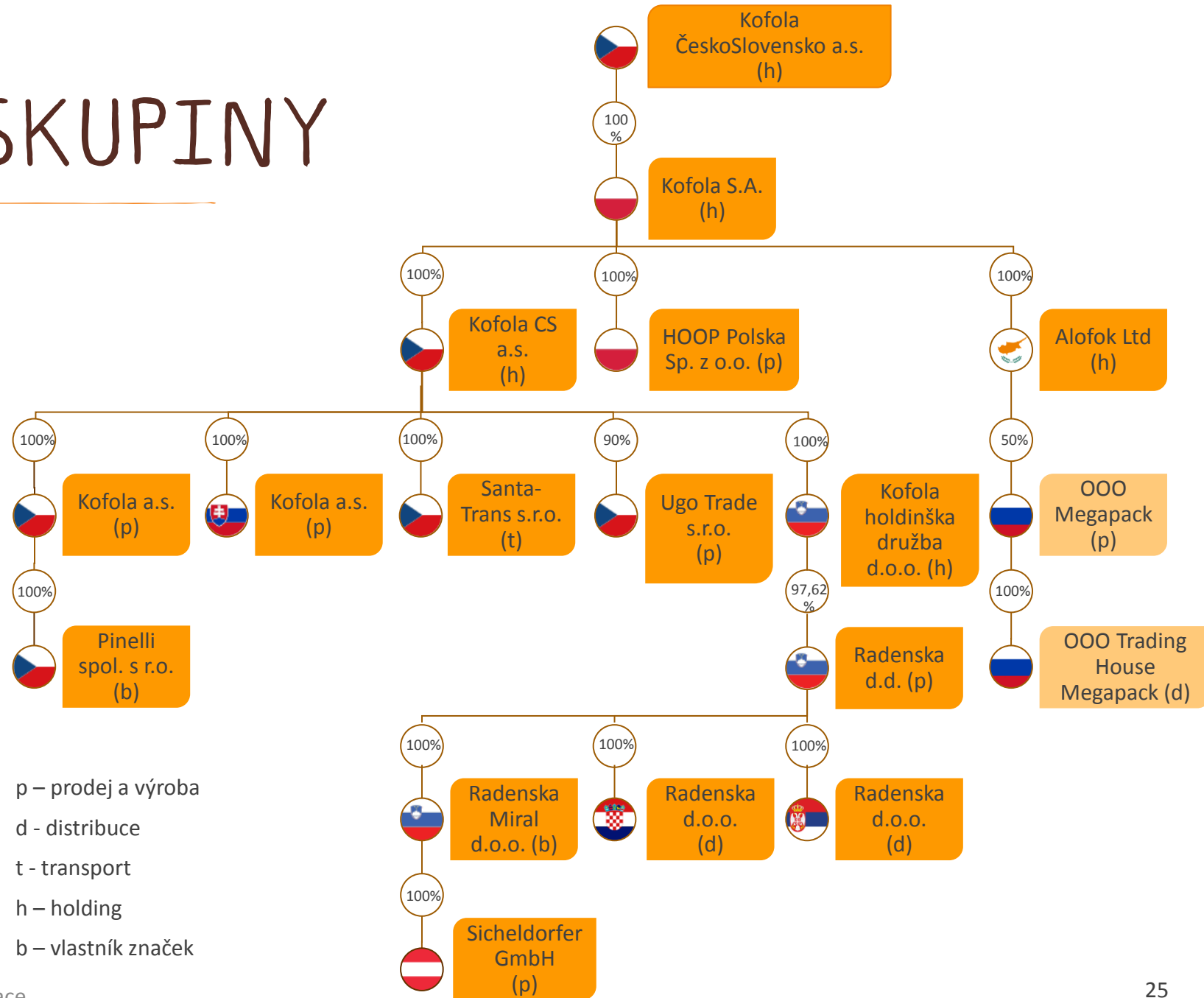
Do roku 2018 se chceme stát lídrem na trhu nealko nápojů v ČeskoSlovensku, nejrychleji rostoucí společností na trhu nealko nápojů v Polsku, lídrem ve Slovinsku a úspěšně vstoupit do dalších zemí Adriaticku. Chceme upevnit UGO jako lídra a tvůrce čerstvých šťáv a rozvinout nové formy podnikání v oblasti čerstvých surovin.



HISTORIE SKUPINY KOFOLA



STRUKTURA SKUPINY





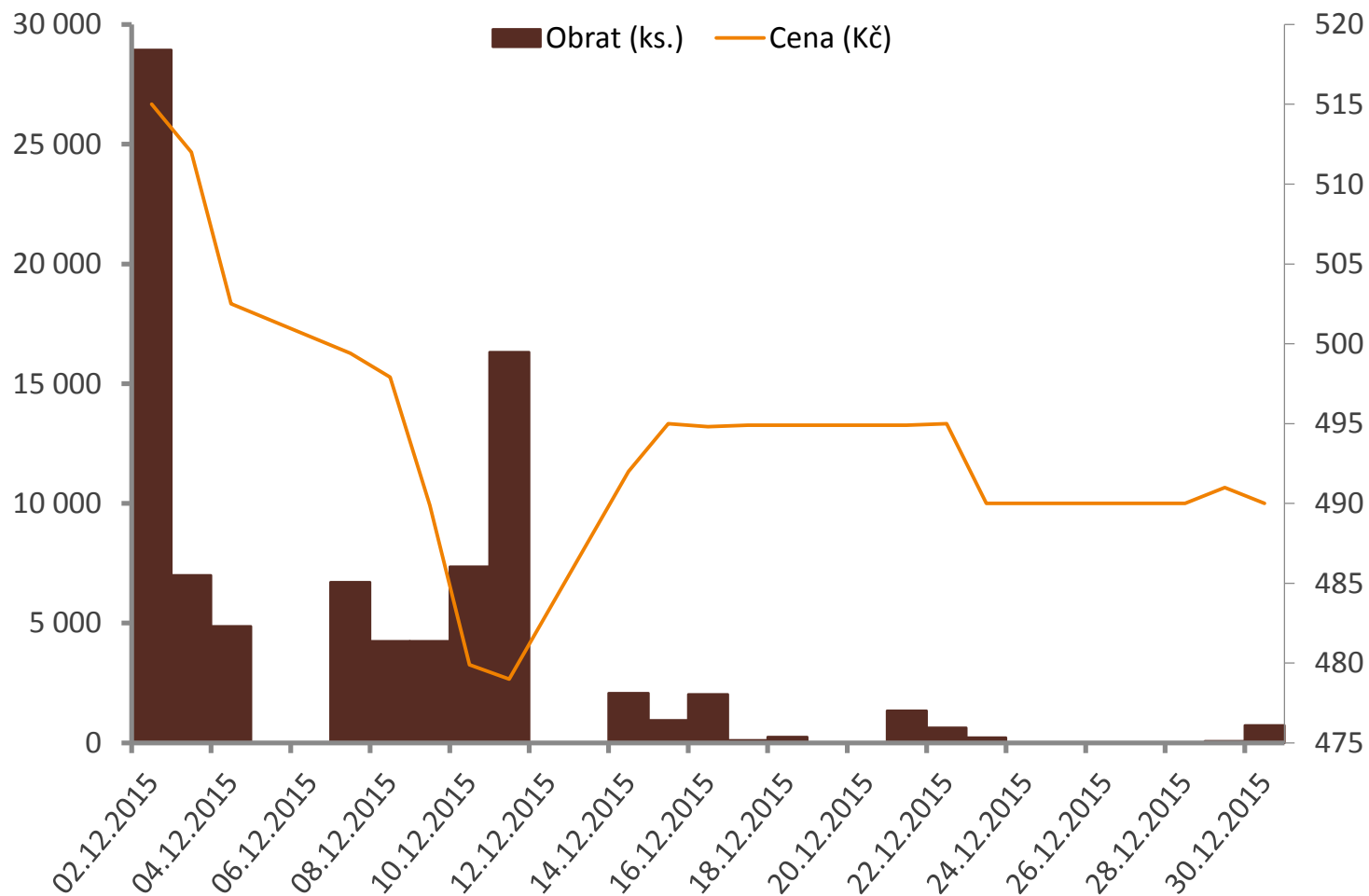
OBSAH

- Skupina Kofola
- Shrnutí výsledků
- Trh, trendy a strategie
- Profil and historie
- **Akcie a jejich cena**
- Kontakt



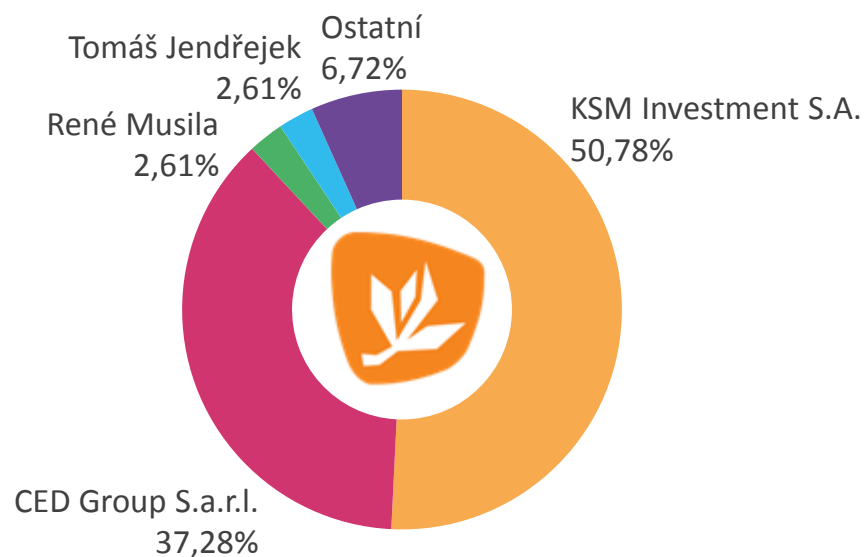
CENA AKCIÍ A OBROT NA BCPP

| Informace o ceně akcií | 2015 |
|------------------------|----------|
| Průměrná cena akcie | 495 CZK |
| Průměrný denní obrat | 4 637 ks |



AKCIONÁŘSKÁ STRUKTURA

K 31. prosinci 2015



- Základní kapitál Kofola ČeskoSlovensko a.s. se skládá z 22 295 tis. kmenových akcií.

ZÁKLADNÍ KAPITÁL

- Dne 15 října 2015 Kofola ČeskoSlovensko a.s. nahradila společnost Kofola S.A. v roli mateřské společnosti Skupiny Kofola.
- V návaznosti na prvotní veřejnou nabídku akcií (IPO) Kofola ČeskoSlovensko a.s. na Burze cenných papírů Praha byl základní kapitál navýšen dne 1. prosince 2015 o 27,5 mil. Kč, což odpovídá 275 000 ks nových akcií s nominální hodnotou 100 Kč za kus.
- Upisovací cena akcie v IPO byla stanovena na 510 Kč, což odpovídá hrubému výnosu ve výši 140,25 mil. Kč.





OBSAH

- Skupina Kofola
- Shrnutí výsledků
- Trh, trendy a strategie
- Profil and historie
- Akcie a jejich cena
- **Kontakt**



KONTAKT

Máte-li jakékoliv dotazy týkající se skupiny Kofola,
neváhejte kontaktovat naše oddělení investorských vztahů:

MARTIN ROSYPAL



e-mail: investor@kofola.cz

tel.: +420 736 767 078

<http://investor.kofola.cz/en>

Kofola ČeskoSlovensko a.s.

Nad Porubkou 2278/31A

708 00 Ostrava

Czech Republic

Sledujte nás na



POVINNÉ CHRO CHRO

- Tato prezentace (“Prezentace”) byla připravena společností Kofola ČeskoSlovensko a.s. (“Společnost”). Společnost připravila Prezentaci dle nejlepšího vědomí a svědomí, nicméně se v ní mohla objevit jistá nekonzistence nebo opomenutí. Proto je doporučeno, aby se kdokoliv, kdo se chystá učinit investiční rozhodnutí ohledně jakýchkoliv cenných papírů vydaných Společností nebo jejími dceřinými a přidruženými společnostmi, řídil pouze podle informací vydaných prostřednictvím oficiální komunikace Společnosti v souladu s právními a regulatorními předpisy, které jsou pro Společnost závazné.
- Mělo by rovněž být bráno na zřetel, že prospektivní prohlášení, včetně prohlášení týkajících se budoucích výsledků, nezakládají žádné garance nebo ujištění, že těchto výsledků bude dosaženo. Očekávání představenstva jsou založena na současných znalostech, vědomostech a/nebo pohledech představenstva a jsou závislá na řadě faktorů, které mohou zapříčinit, že skutečné výsledky, které bude Společnost realizovat, se budou významně lišit od těch prezentovaných v dokumentu. Mnoho z těchto faktorů je mimo současnou znalost, vědomost a/nebo kontrolu Společnosti a nemohou jí být předvídané.
- Nelze poskytnout žádné záruky nebo prohlášení ohledně komplexnosti nebo spolehlivosti informací obsažených v této Prezentaci. Společnost ani členové jejího představenstva, manažeři, poradci nebo zástupci těchto osob nepřebírají odpovědnost, která může vzniknout v souvislosti s jakýmkoliv užitím této Prezentace. Dále, žádná informace zde obsažená nezakládá povinnost nebo prohlášení Společnosti, jejích manažerů nebo členů představenstva, akcionářů, dceřiných a přidružených společností, poradců nebo zástupců těchto osob.
- Tato Prezentace byla připravena pouze pro informativní účely a nejedná se ani o prodejní nabídku, ani o žádost o podání nabídky na nákup nebo prodej jakéhokoliv cenného papírů nebo jiného finančního instrumentu nebo nabídku na účast na obchodní akci. Tato Prezentace není nabídkou, ani žádostí o podání nabídky na nákup nebo odběr jakéhokoliv cenného papírů v jakékoliv jurisdikci a žádná prohlášení tady učiněná nemají být vnímána jako základ pro jakoukoliv dohodu, závazek nebo investiční rozhodnutí.