



KOFOLA ČESKOSLOVENSKO VÝSLEDKY 1Q16

2. května 2016





OBSAH

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



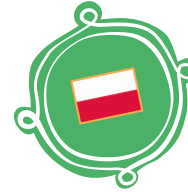
KLÍČOVÉ INFORMACE O SKUPINĚ KOFOLA



- 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)



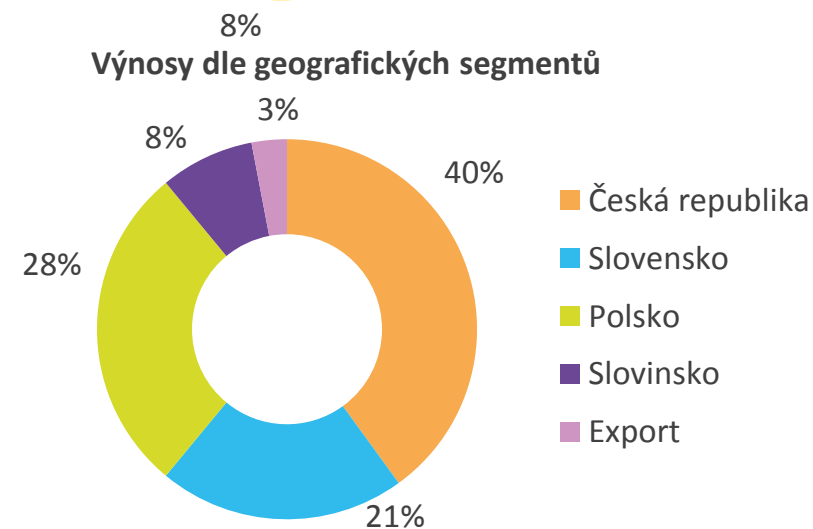
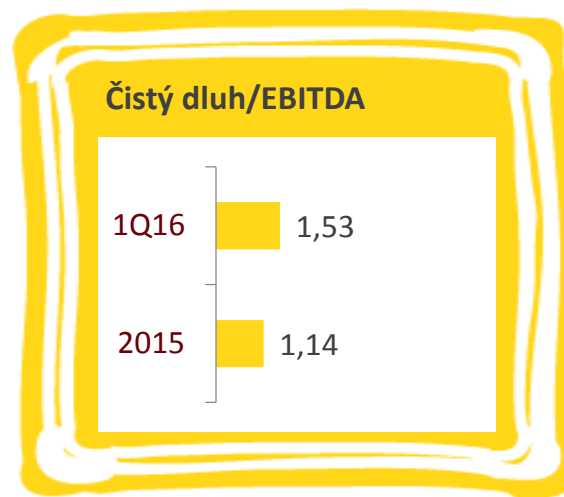
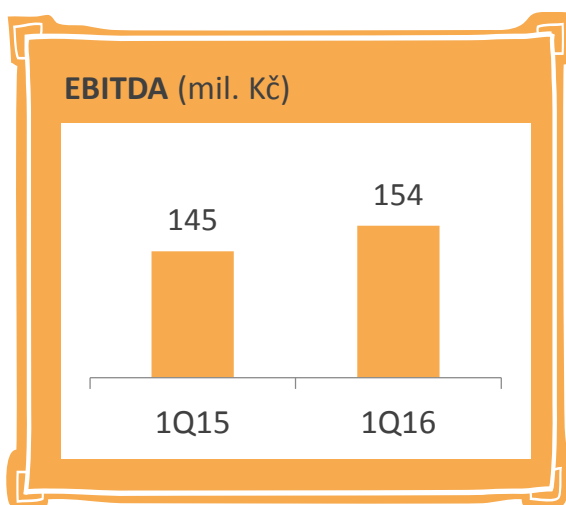
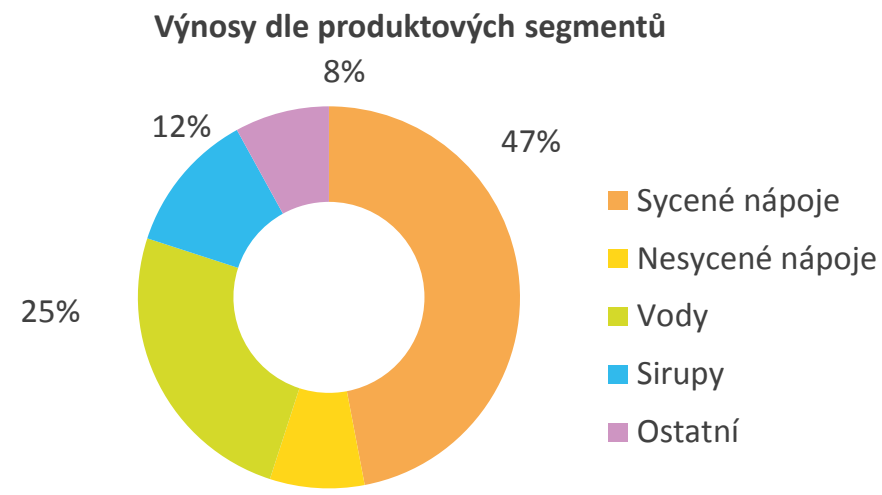
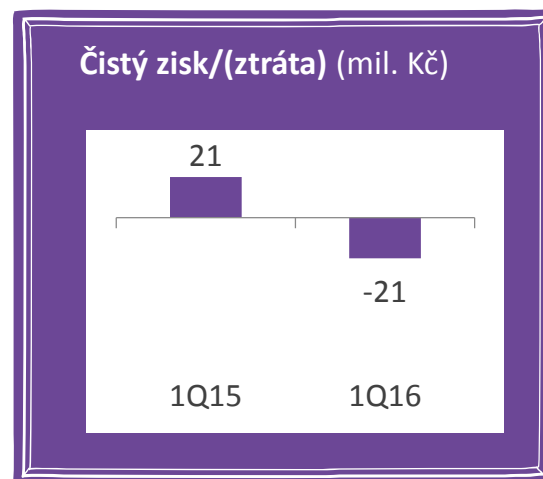
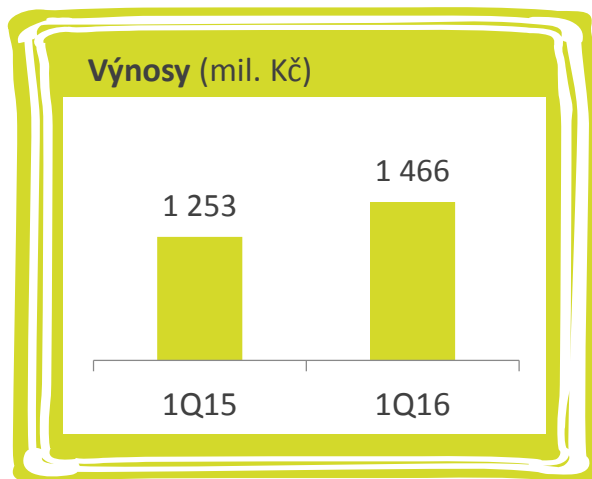
- číslo 2 v sirupech
- číslo 3 v kolových nápojích
- přední výrobce nápojů prodávaných pod soukromými značkami



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



KLÍČOVÉ INFORMACE O SKUPINĚ KOFOLA



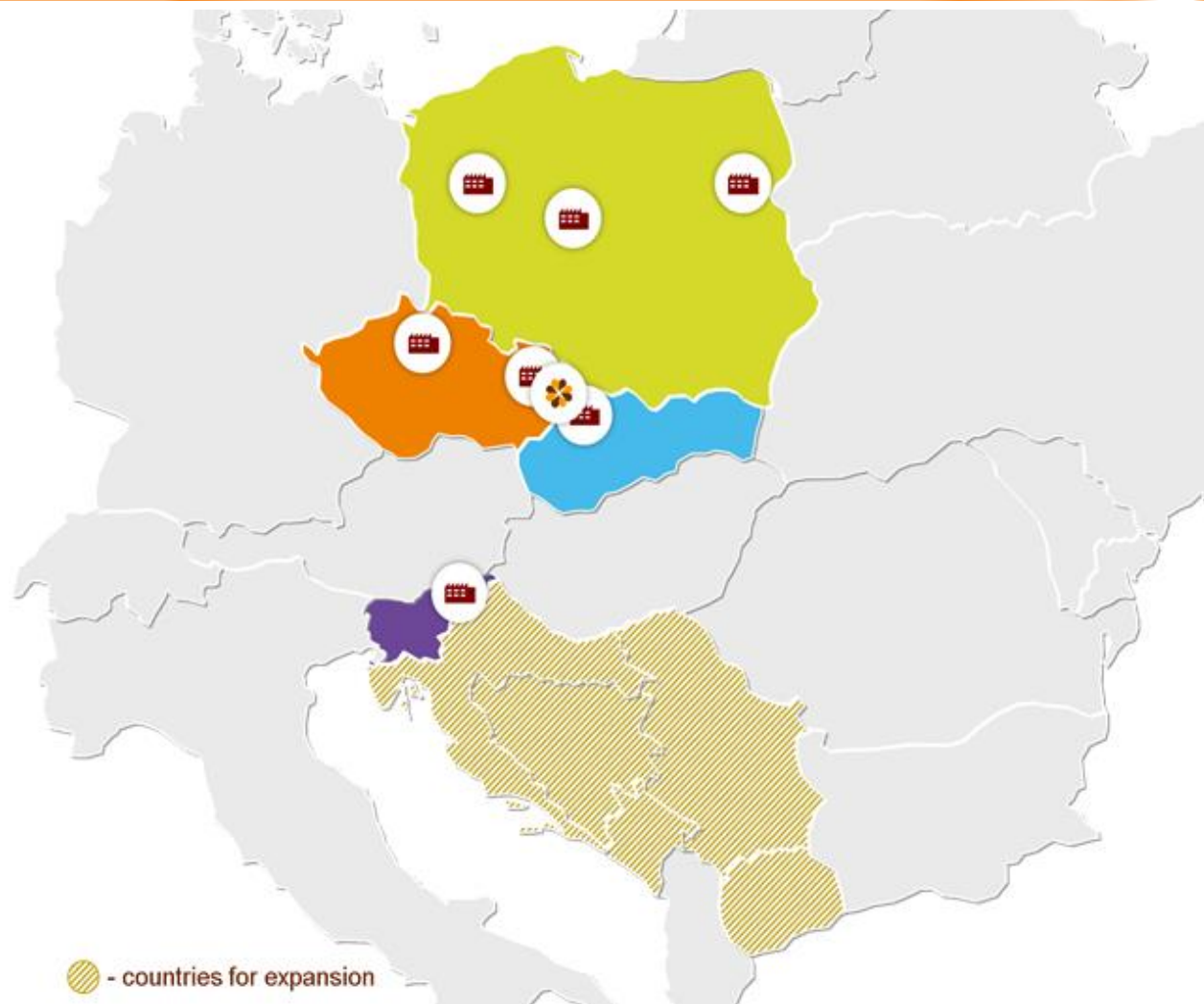
KLÍČOVÉ INFORMACE O SKUPINĚ KOFOLA

HLAVNÍ FINANČNÍ UKAZATELE [MCZK]

Výnosy po segmentech	1Q16	%
Sycené nápoje	683.6	47%
Vody	368.5	25%
Sirupy	174.3	12%
Nesycené nápoje	119.8	8%
Ostatní	120.1	8%
Celkem	1 466.3	100%

EBITDA	153.8
Celková aktiva	8 191.9
Vlastní kapitál	2 862.8
Čistý dluh	1 703.2
Čistý dluh/12mEBITDA	1.53
Čistý dluh/vlastní kapitál	0.59

Zisk na akcii připadající na akcionáře
Kofola ČeskoSlovensko [CZK/akcii] (0.93)



NAŠE HLAVNÍ ZNAČKY



NOVÉ PRODUKTY V ROCE 2016



Kofola Meruňková 1,5l – nový formát



Meruňková Kofola je nyní dostupná v lahvích 1,5l PET.



Top Topic Citrón 1,5l, 0,5l



Populární Top Topic má nyní novou osvěžující příchuť - citrón. Nápoj je nyní dostupný v lahvích PET 1,5l a 0,5l.



Kofola Melounová 0,5l



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



Semtex granátové jablko



Nová příchuť energetického nápoje Semtex – granátové jablko podpoří silný růst značky na českém a slovenském trhu.



Radenska 1,5l, 0,5l, 0,25l – nový trh



Radenska Original je nyní dostupná na slovenském trhu v lahvích 1,5l PET, 0,5l PET a 0,25l sklo.



Arctic ochucené vody



Arctic lehce sycené vody – pomaranč, limeta&máta, grep – jsou dostupné na polském trhu.

NOVÉ PRODUKTY V ROCE 2016



Paola Super Barman – Blue Curacao, Mojito, Grenadine 0,97l



Paola Super Barman, sirupy určené pro gastro segment, jsou nyní dostupné v příchutích Blue Curacao, Mojito a Grenadine v lahvích 0,97l na polském trhu.



Radenska Pomeranč, Máta&Citrón, Malina



Radenska má nyní nové příchutě – pomeranč, máta&citrón a malina – dostupné v lahvích 1,5l PET, 0,5l PET a 0,25l sklo na slovenském trhu.



Jupík Pomeranč 0,33l



Jupík Pomeranč, nová příchut' dětských nápojů, je nyní dostupná v lahvích 0,33l PET na polském trhu.



Oaza Tymián, Lípa



Nové příchutě ochucených vod Oaza jsou dostupné v lahvích 1,5l PET a 0,5l PET na slovenském trhu.



Nara, Inka, Vočko – nové značky



Nara (pomerančová limonáda), Inka (tonik) a Vočko (sirupy) jsou nyní součástí portfolia Skupiny pro chorvatský trh.

Skupina také produkuje a distribuuje produkty PepsiCo na chorvatském trhu od začátku roku 2016.

HLAVNÍ UDÁLOSTI ROKU 2016

Od ledna 2016 se Skupina stala exkluzivním producentem a distributorem produktů z portfolia PepsiCo na chorvatském trhu. Spolupráce s PepsiCo také funguje více než 20 let na slovinském trhu.

Expanze v Adriatickém regionu

V prvním čtvrtletí 2016 Skupina získala značky Vočko, Nara a Inka od chorvatského producenta nealkoholických nápojů Badel 1862. Skupina se také stala distributorem nápojů společnosti Badel v segmentu HoReCa.

Tyto příležitosti představují rozšíření portfolia Skupiny pro chorvatský trh a další expanzi do regionu.

Změny ve struktuře

Skupina podnikla první kroky k zahájení procesu zjednodušení struktury pomocí přeshraniční fúze společností Kofola ČeskoSlovensko a.s., Kofola CS a.s., Kofola S.A., Kofola holdinška družba d.o.o. a PINELLI spol. s r.o. Na konci procesu bude struktura Skupiny velmi efektivní a umožní rychlý dividendový tok z jednotlivých produkčních společností přímo do hlavní holdingové společnosti.

Dále, dne 26. dubna 2016 ohlásila Kofola holdinška družba d.o.o. zahájení procesu vytěsnění minoritních akcionářů společnosti Radenska d.d., kteří drží 2,38 % akcií. Na konci procesu by se Kofola holdinška družba d.o.o. měla stát jediným akcionářem společnosti Radenska d.d.





OBSAH

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



TRŽNÍ PODMÍNKY V ROCE 2016

MAKROEKONOMIKA

- rostoucí spotřeba domácností
- klesající nezaměstnanost a růst reálných mezd
- mírný nárůst ceny cukru

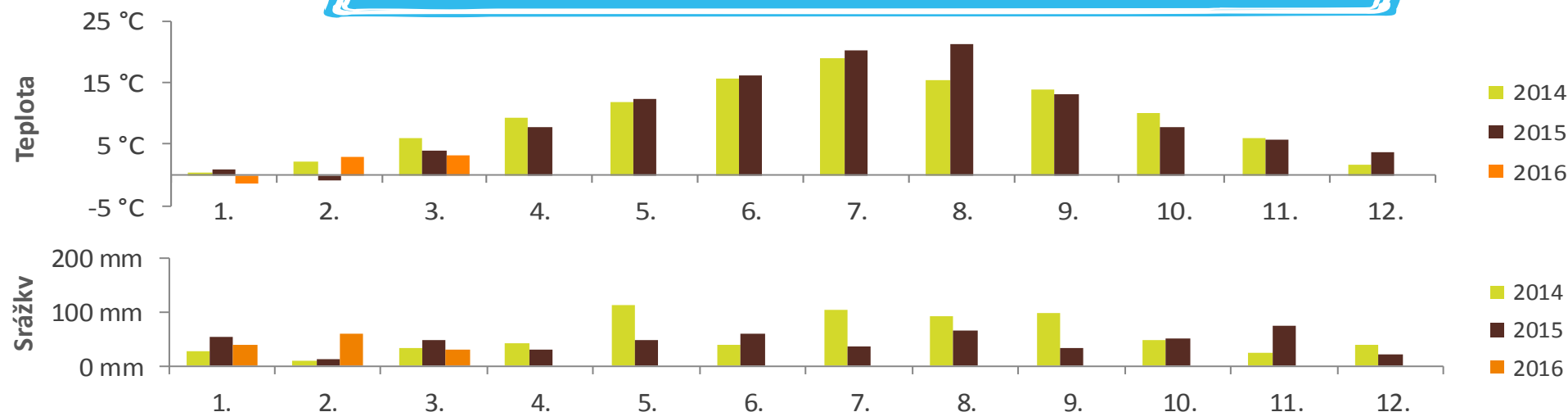
TRH / KONKURENCE

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

REGULACE

- stabilní prostředí

POČASÍ VE ŠŘEDNÍ EVROPĚ



VÝSLEDKY SKUPINY KOFOLA

Porovnání výsledků	1Q16	1Q15	Změna	Změna
	CZK mn	CZK mn	CZK mn	%
Tržby	1 466,3	1 253,0	213,3	17,0%
Náklady na prodeje	(949,9)	(803,1)	(146,8)	18,3%
Hrubý zisk	516,4	449,8	66,5	14,8%
Náklady na odbyt, marketing a distribuci	(386,9)	(339,0)	(47,9)	14,1%
Administrativní náklady	(104,1)	(79,8)	(24,2)	30,3%
Ostatní provozní výnosy, netto	0,9	1,3	(0,4)	(29,5%)
Provozní výsledek	26,3	32,3	(6,0)	(18,6%)
EBITDA	153,8	144,6	9,2	6,4%
Finanční náklady, netto	(39,1)	(7,4)	(31,7)	428,7%
Daň z příjmů	(8,3)	(3,5)	(4,8)	137,1%
Čistý zisk	(21,2)	21,4	(42,5)	(198,9%)
- připadající na akcionáře mateřské společnosti	(20,6)	21,5	(42,1)	(196,1%)

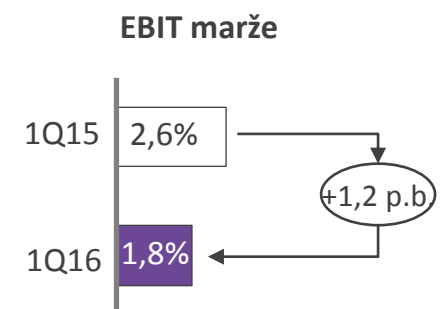
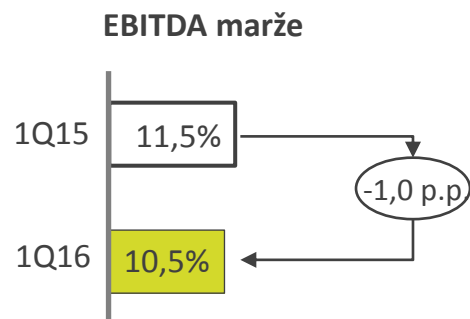
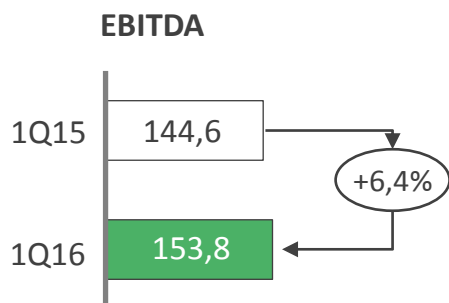
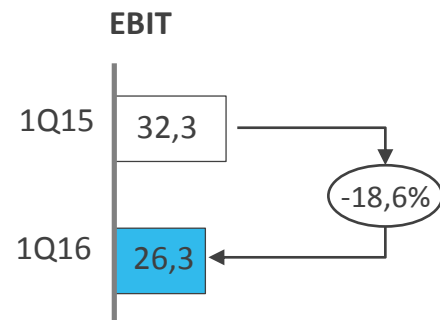
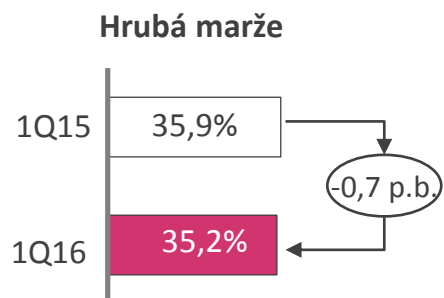
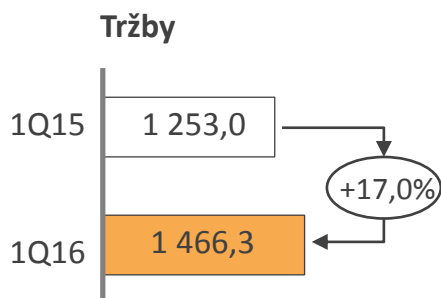
KOMENTÁŘ

- Růst tržeb zejména díky Radenske, Rauchu a UGO
- EBIT klesl o 6 mil. Kč zejména kvůli Radenske, pro kterou je 1Q mimo hlavní sezónu, ale fixní náklady nabíhají, plus Radenska stále vynakládá dodatečné náklady na expanzi, která se projeví v tržbách v následujících obdobích (Radenska v 1Q15 nebyla součástí Skupiny).
- Ukazatel EBITDA vzrostl o 6,4 %
- Čisté finanční náklady vzrostly zejména kvůli méně výhodným kurzovým rozdílům, přecenění derivátů a úrokovým nákladům z půjčky na akvizici Radenske



VÝSLEDKY SKUPINY KOFOLA [MCZK]

KOMENTÁŘ



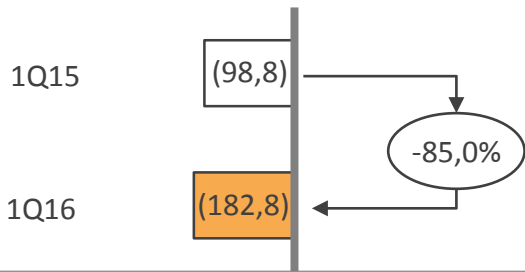
- Tržby pozitivně ovlivněny hlavně Radenskou získanou v březnu 2015 a produkty Rauch.
- Tržby významně rostly na klíčovém československém trhu o 19 %, adriatický region rostl jak porovnatelně s loňským rokem, tak i díky distribuci produktů PepsiCo v Chorvatsku o 14,5%, Polsko stále hledá rovnovážný stav mezi prodejními objemy a ziskovostí prodeje s tržbami klesajícími o 17%.
- EBIT poklesl o 6 mil Kč zejména kvůli mimosezóně Radenske.
- Zlepšující se efektivita přímé distribuce v České republice a rozšiřující se podpora prodeje v Adriatickém regionu jsou základem pro další zlepšení ziskovostních indikátorů.
- UGO bary s čerstvými šťávami a salaterie navýšily tržby o 62 %, rostou porovnatelně i skrz nové provozovny.



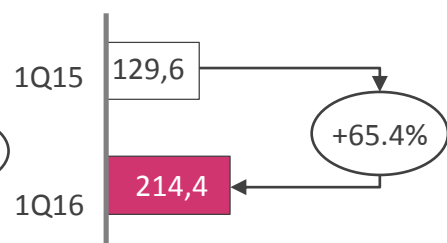
VÝSLEDKY SKUPINY KOFOLA [MCZK]

CASHFLOW A ČISTÝ DLUH

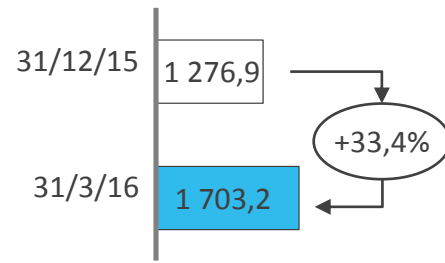
Provozní cash flow



CapEx

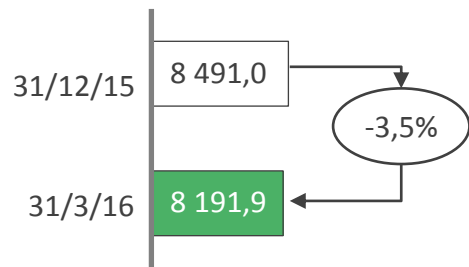


Čistý dluh

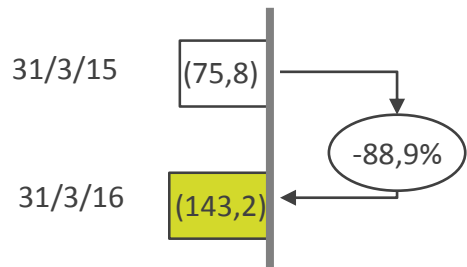


- Provozní cashflow poklesl zejména kvůli navýšení pracovního kapitálu.
- Nárůst CapEx o 65,4% potvrzuje konzistentě pozitivní přístup Skupiny k investicím a inovacím.
- Nárůst Čistého dluhu a ukazatele Čistý dluh/EBITDA hlavně kvůli poklesu hotovosti kvůli platby investičních závazků (CAPEX) a zvýšení pracovního kapitálu od konce roku 2015.

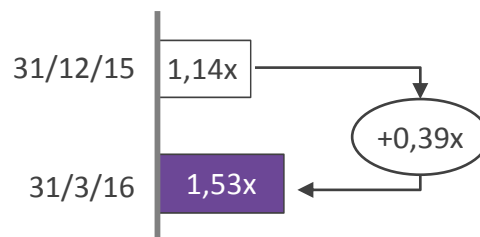
Celková aktiva



Pracovní kapitál



Čistý dluh/EBITDA

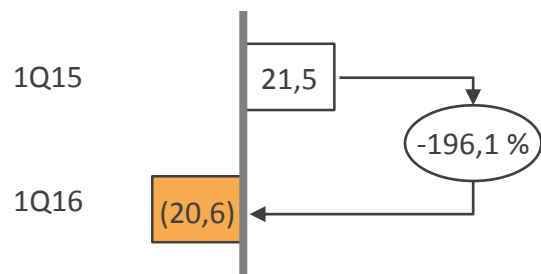


ČISTÝ DLUH/EBITDA 1.53X

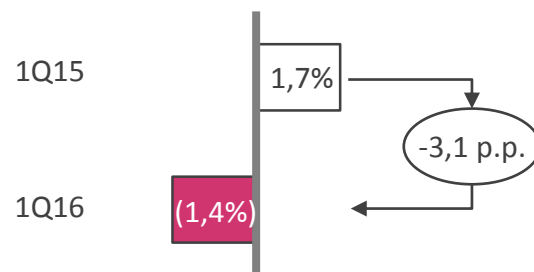


VÝSLEDKY SKUPINY KOFOLA [MCZK]

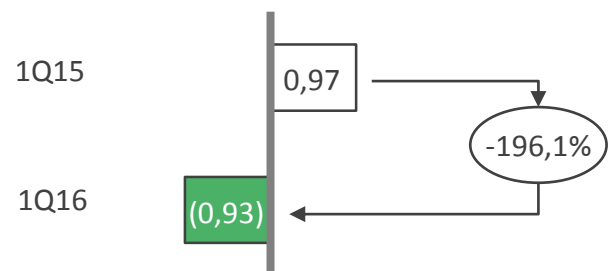
Zisk připadající na akcionáře
Kofola ČeskoSlovensko



Čistá marže



EPS připadající na akcionáře
Kofola ČeskoSlovensko [CZK/akcie]

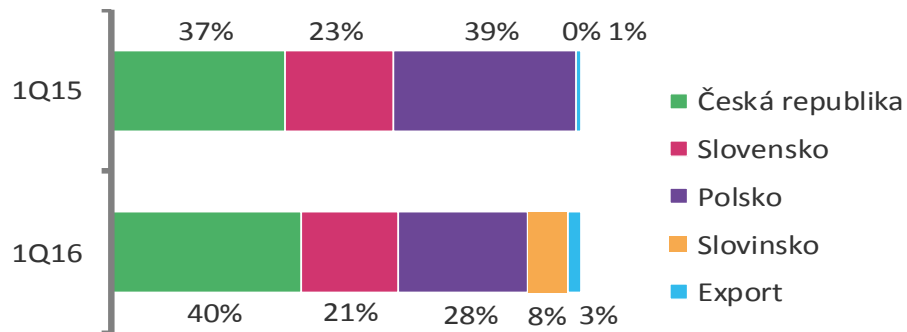
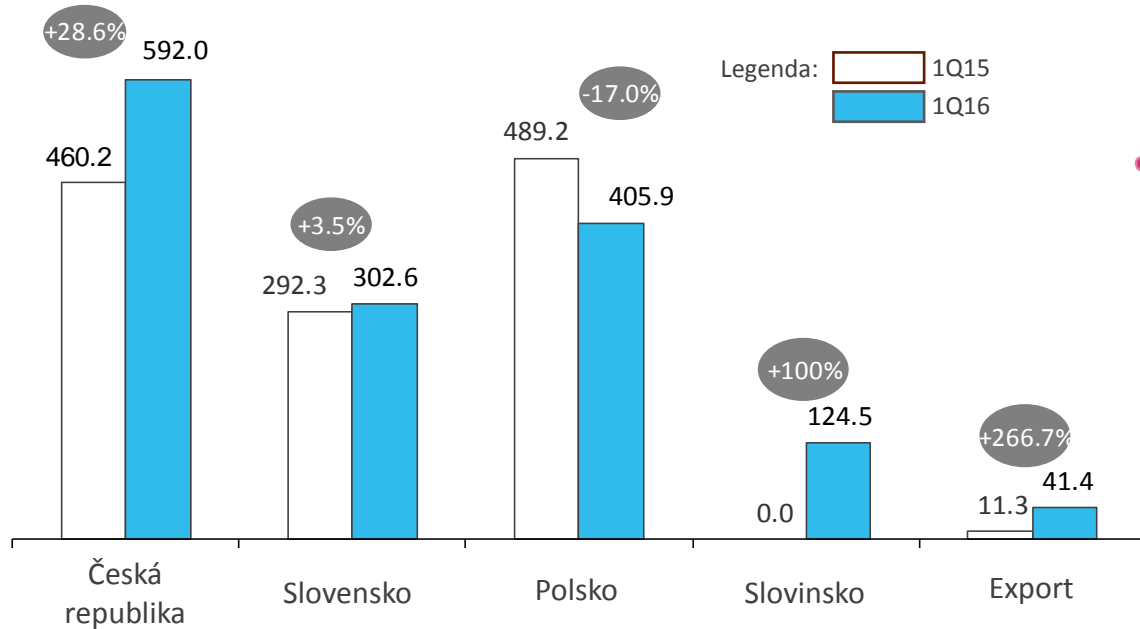


ZISK/ZTRÁTA

- Ziskové indikátory ovlivněny čistými finančními náklady zvýšenými zejména kvůli méně příznivým kurzovým rozdílům, přecenění derivátů a úrokovými náklady z půjčky na akvizici Radenske.
- EPS (0,93) Kč/akcii.

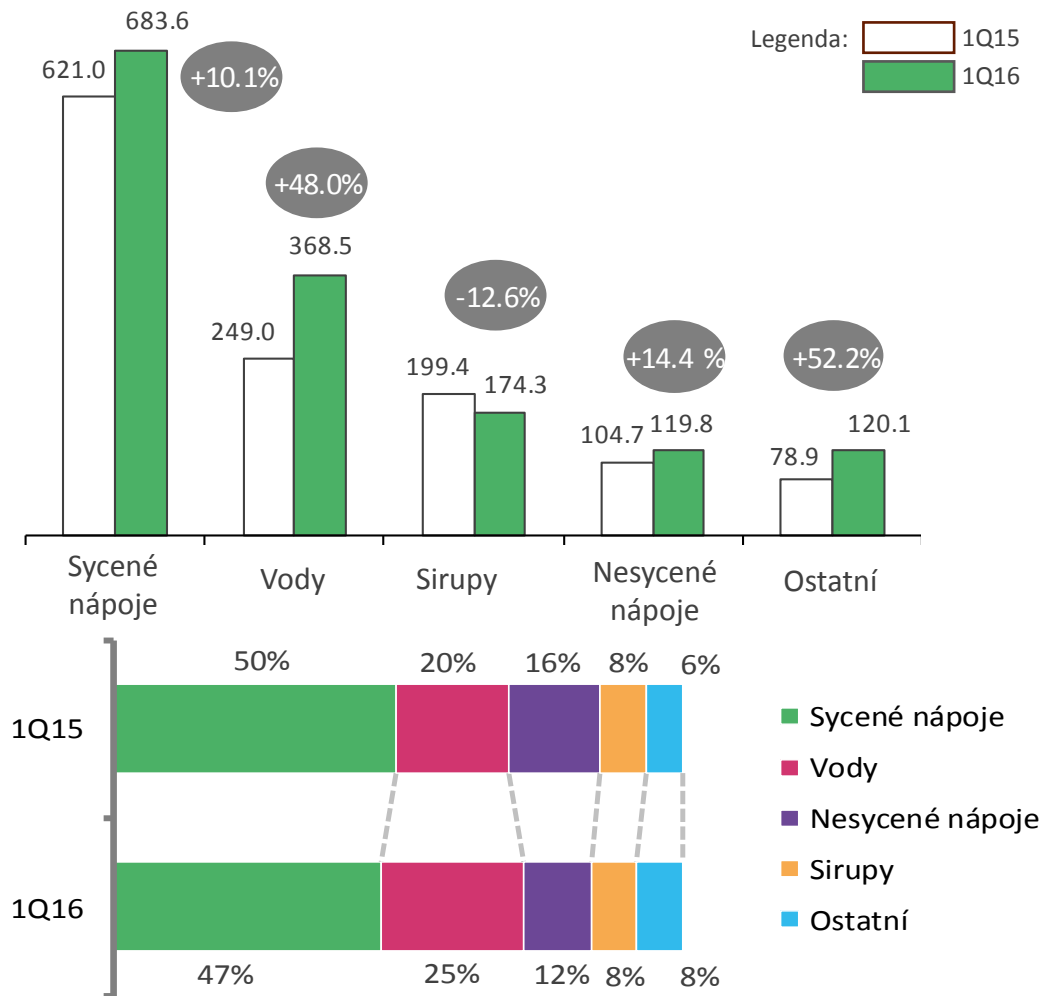


TRŽBY V GEOGRAFICKÝCH SEGMENTECH [MCZK]



- Česká republika**
 Tržby narostly o 28,6%. Růst je tažen zejména výrobou a distribucí produktů Rauch, zvýšenými prodeji nápojů Kofola a Semtex. Tržby ve všech segmentech (Retail, Gastro, Impuls) rostly dvojciferně. UGO bary s čerstvou šťávou a salaterie vygenerovaly tržby vyšší o 62 %.
- Slovensko**
 Tržby vzrostly o 3,5%, taženy zejména produkty Rauch a Vinea, a vyššími prodeji ve segmentu Gastro.
 V 1Q16 Kofola SK nadále držela s ohledem na tržní podíl jasnou pozici lídra trhu v segmentech maloobchodu i HoReCa a vedoucí pozici v segmentu Vody.
- Polsko**
 Tržby klesly o 17,0% zejména kvůli nižším tržbám privátních značek. Přetrvává zaměření na zlepšení marží našich produktů v Polsku navzdory riziku ztráty části prodaného objemu. Je připravována nová strategie.
- Slovinsko**
 Radenska získaná v březnu 2015 vykazala nárůst tržeb o 14,5 % jak z hlediska srovnatelného nárůstu, tak i díky distribuci PepsiCo v Chorvatsku. Stále, 1Q je pro Radenskou mimosezóna pro prodej vody. Radenska drží jasnou vedoucí pozici v segmentu vod.

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.
- Nesycené 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  Vícelídr

	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.hravezijzdrave.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 prodeje 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



OBSAH

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



MISE A VIZE

MISE

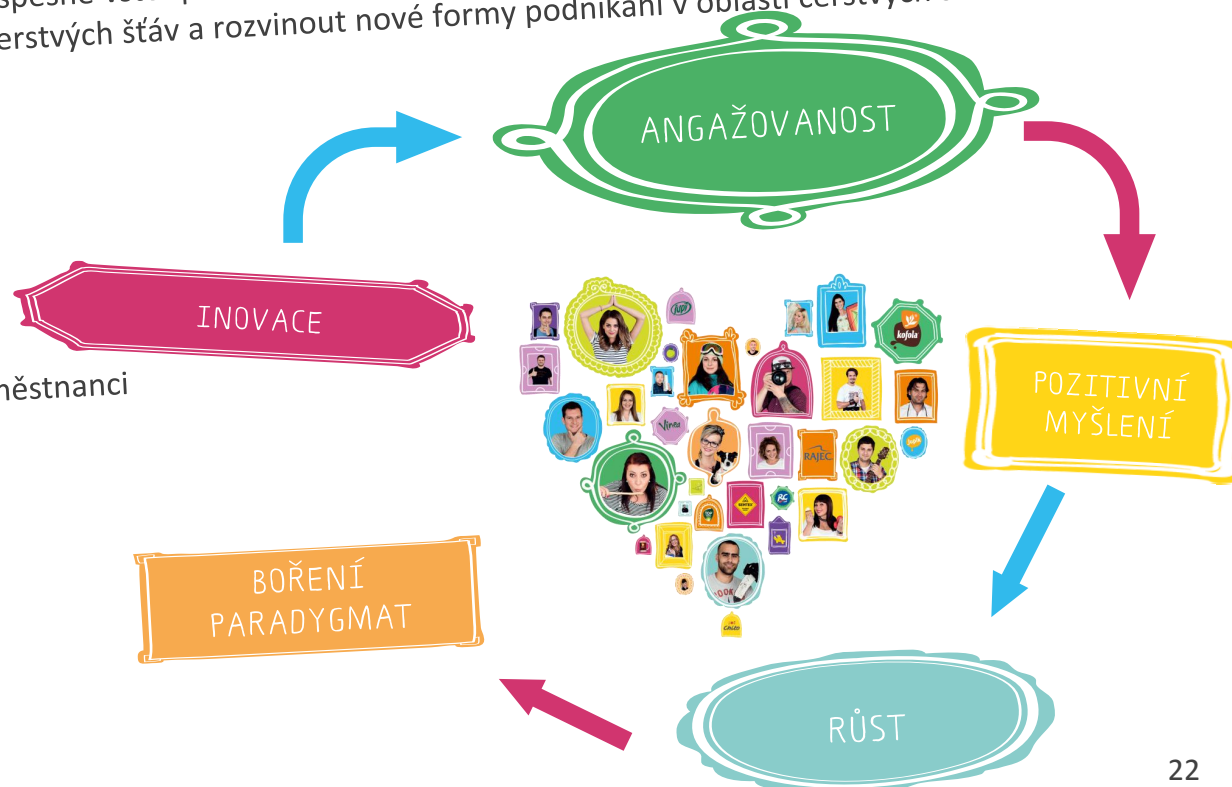
My jsme Kofola. S nadšením usilujeme o to, co je v životě opravdu důležité: milovat, žít zdravě a stále hledat nové cesty.

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.

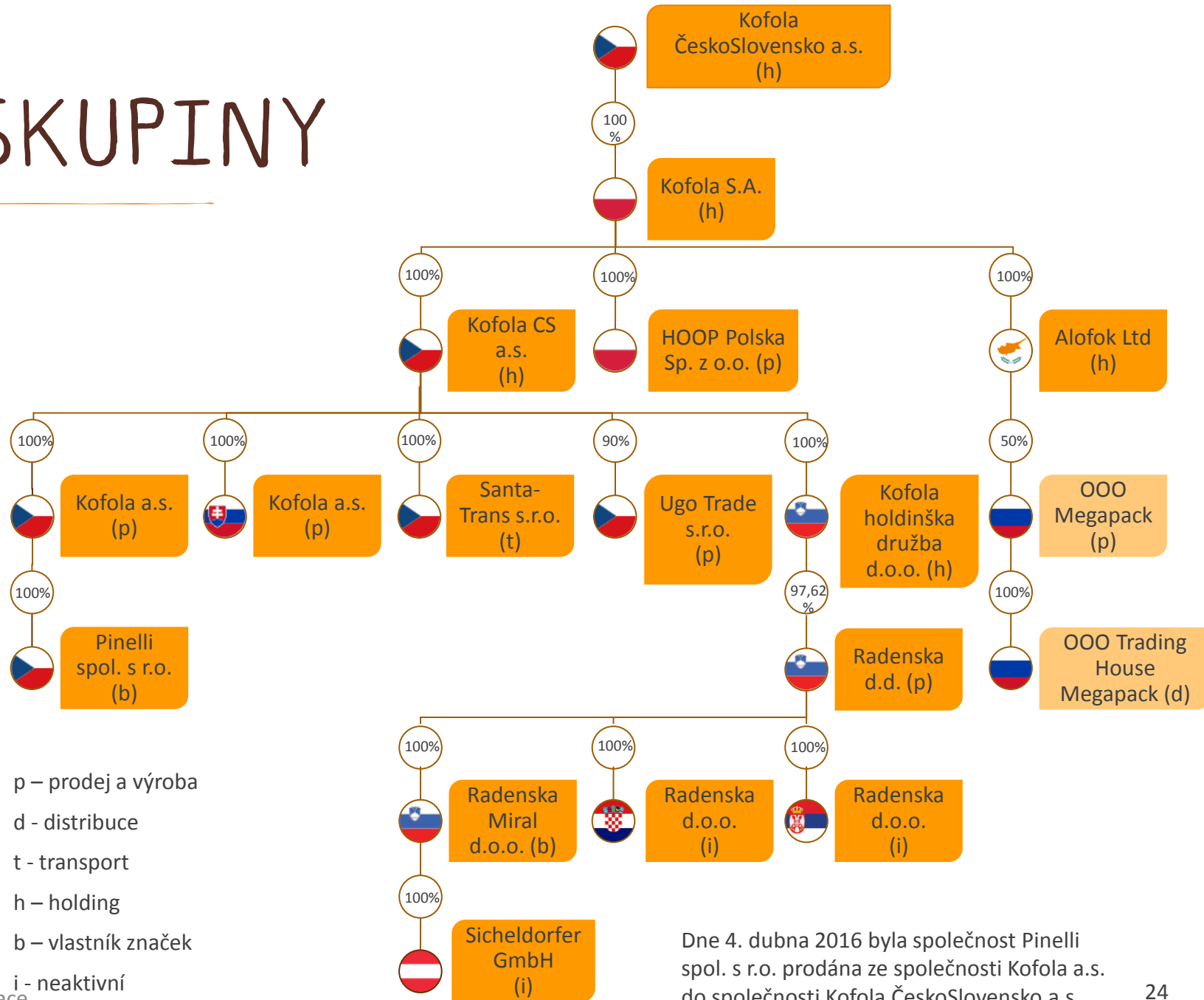


HISTORIE SKUPINY KOFOLA



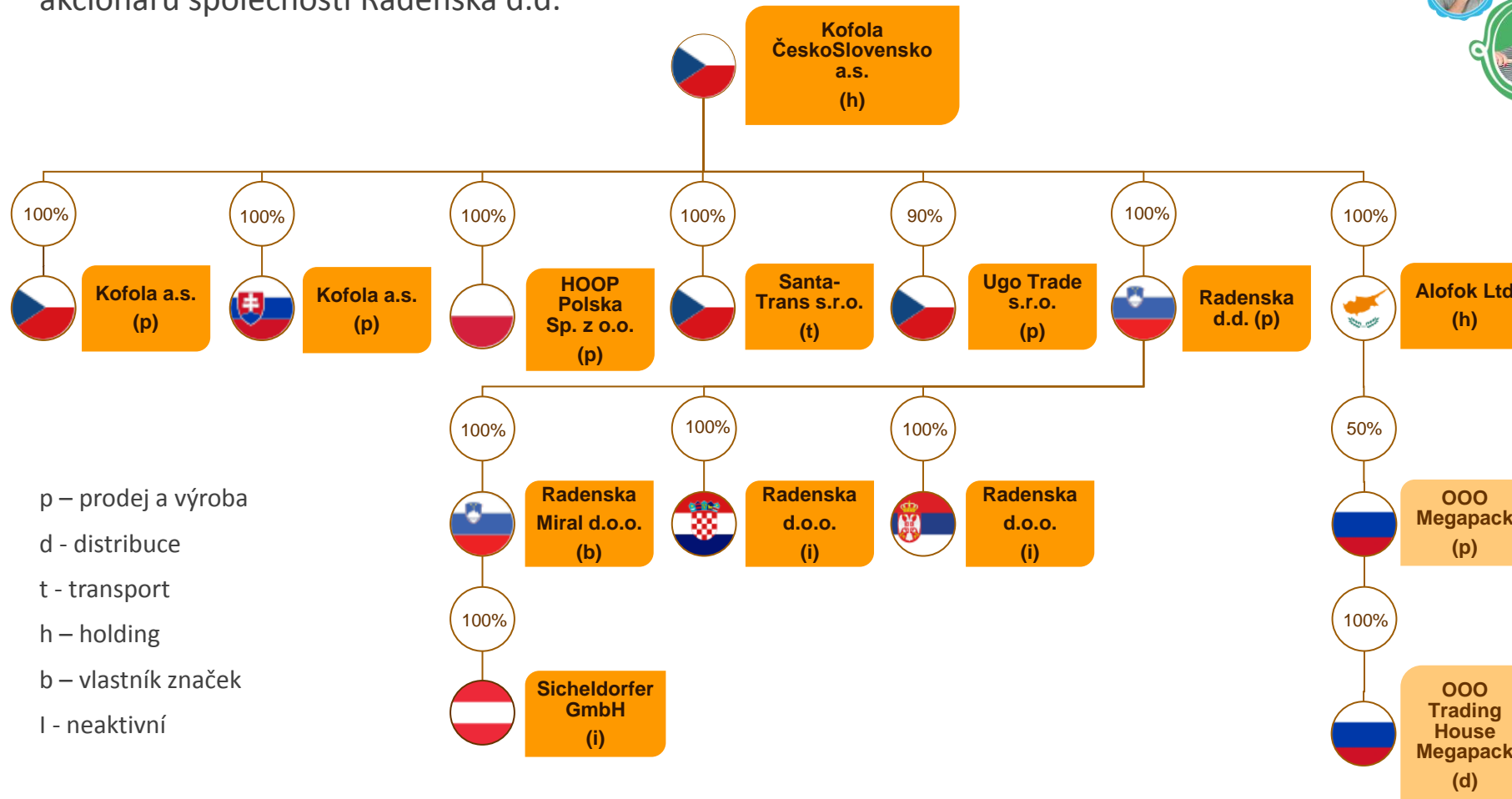
STRUKTURA SKUPINY

k 31. březnu 2016



STRUKTURA SKUPINY

po plánované fúzi a vytěsnění minoritních akcionářů společnosti Radenska d.d.



- p – prodej a výroba
- d - distribuce
- t - transport
- h – holding
- b – vlastník značek
- I - neaktivní





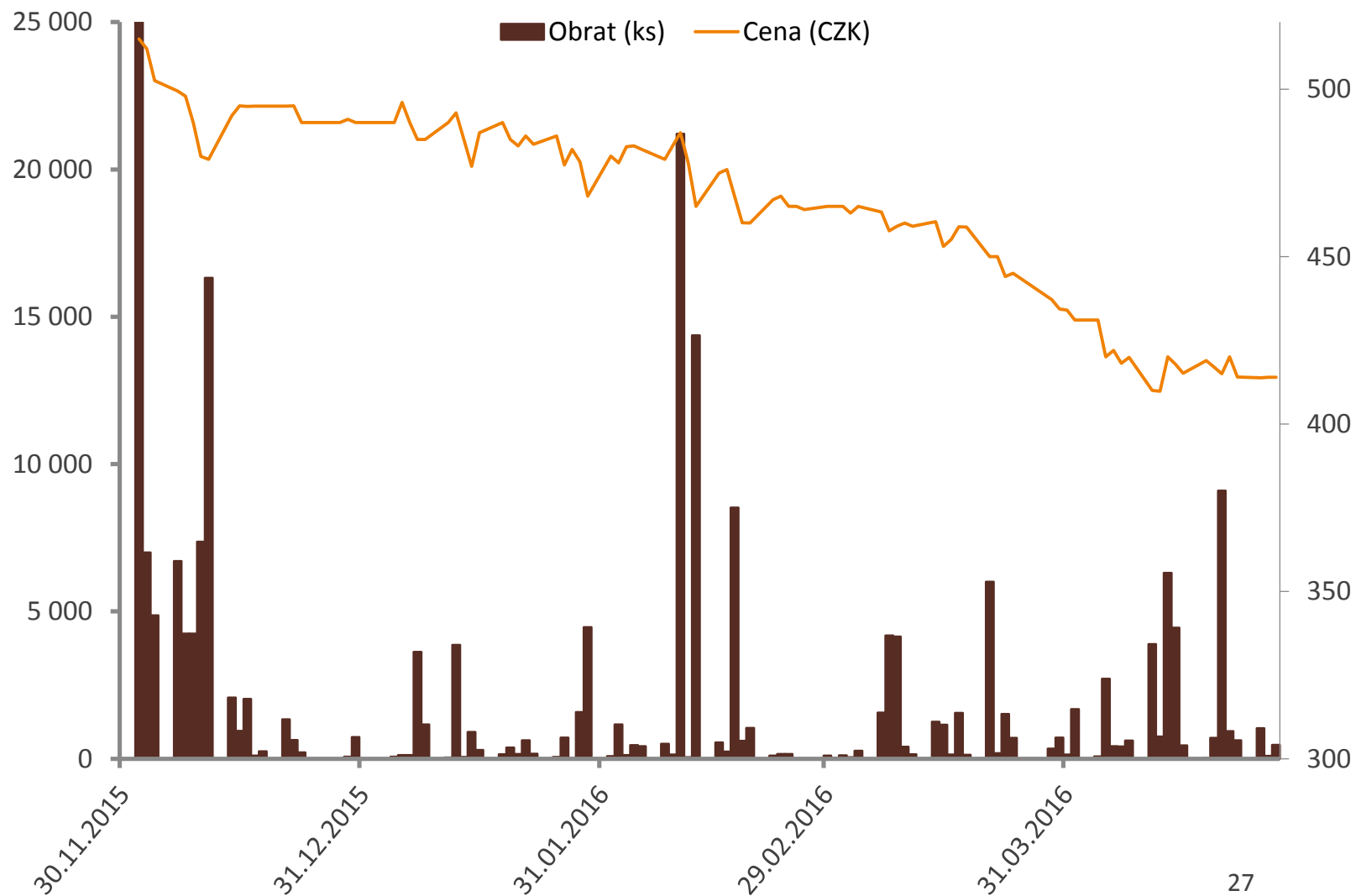
OBSAH

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



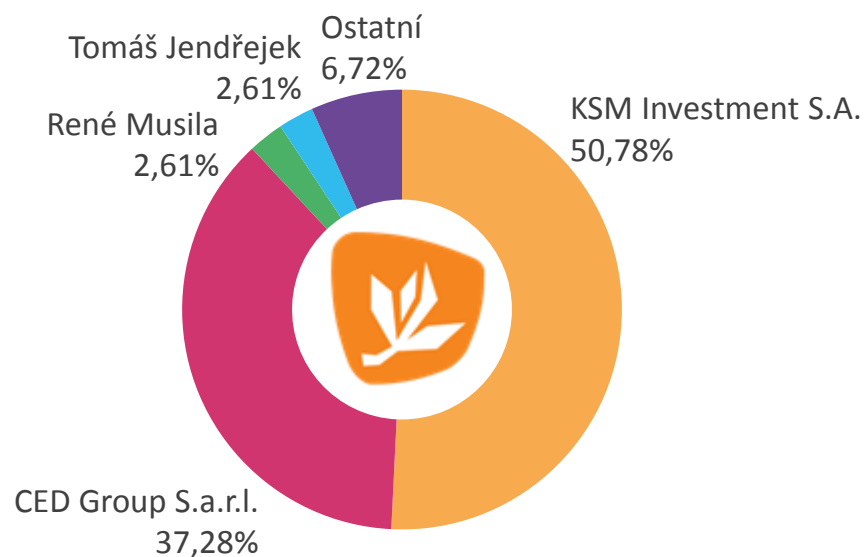
CENA AKCIÍ A OBROT NA BCPP

Informace o ceně akcií		1Q16
Průměrná cena akcie		470,4 Kč
Průměrný denní obrat		1 508 ks



AKCIONÁŘSKÁ STRUKTURA

K 31. březnu 2016



- 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 předvídaný.
- 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.