



# KOFOLA ČESKOSLOVENSKO VÝSLEDKY 1H16

---

1. srpna 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 2016



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



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

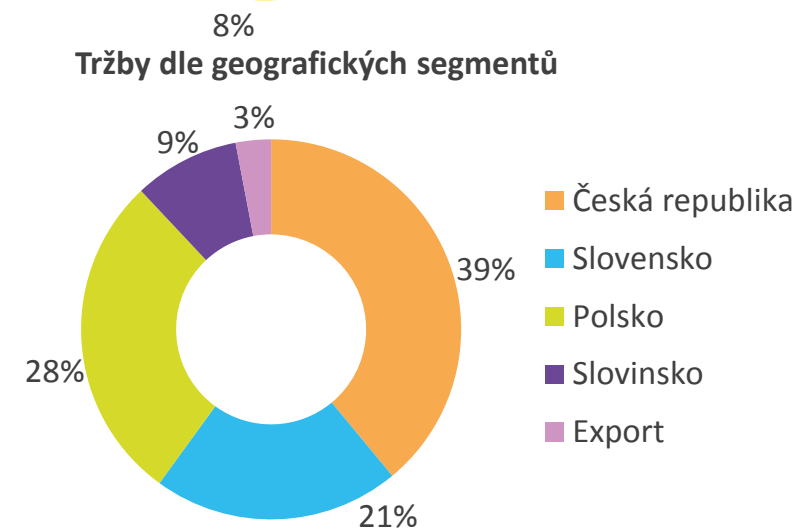
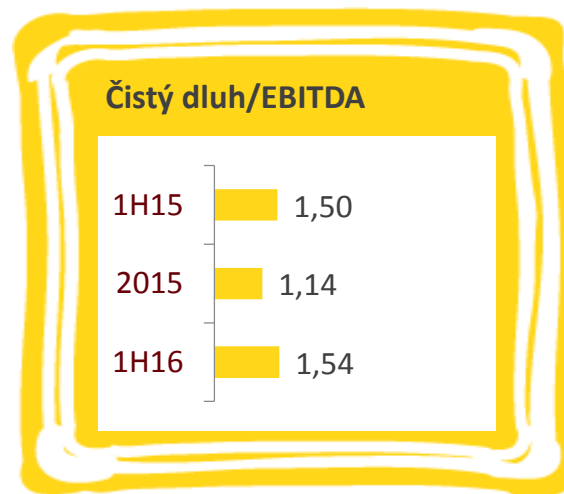
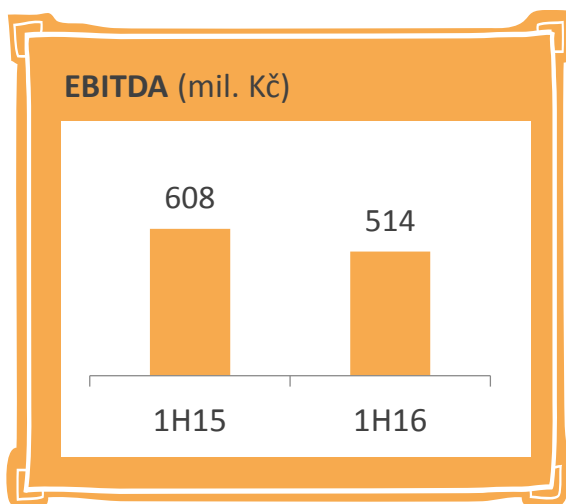
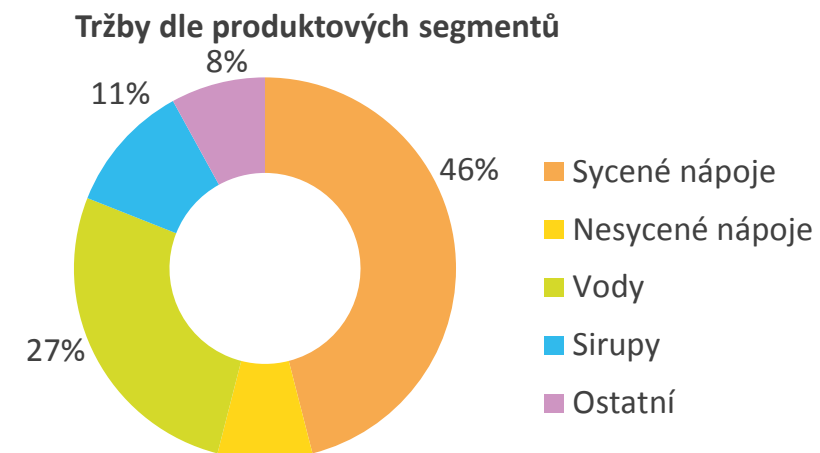
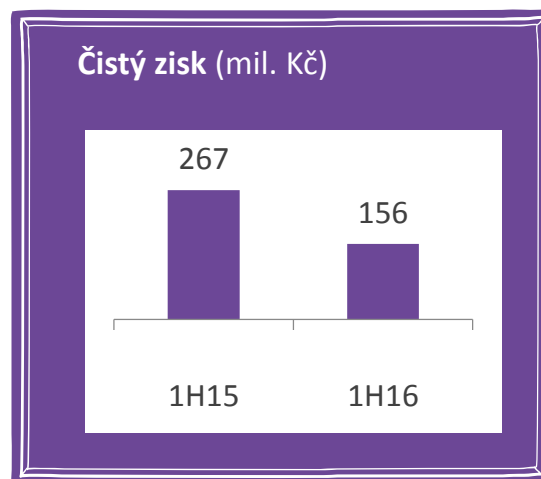
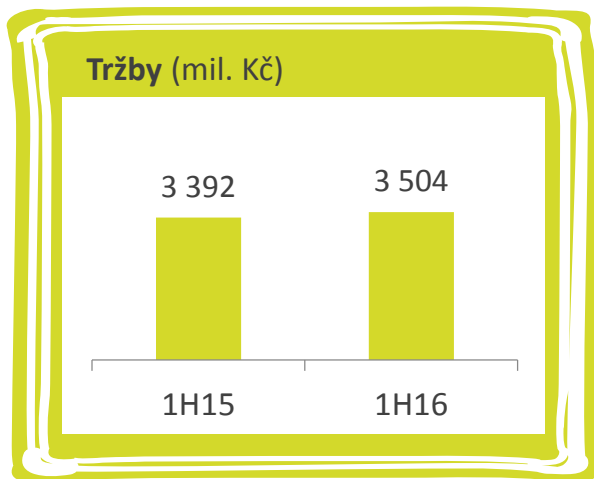


- číslo 1 na trhu nealkoholických nápojů ve Slovinsku
- číslo 1 v kategorii vod (Retail & HoReCa)





# KLÍČOVÉ INFORMACE O SKUPINĚ KOFOLA\*



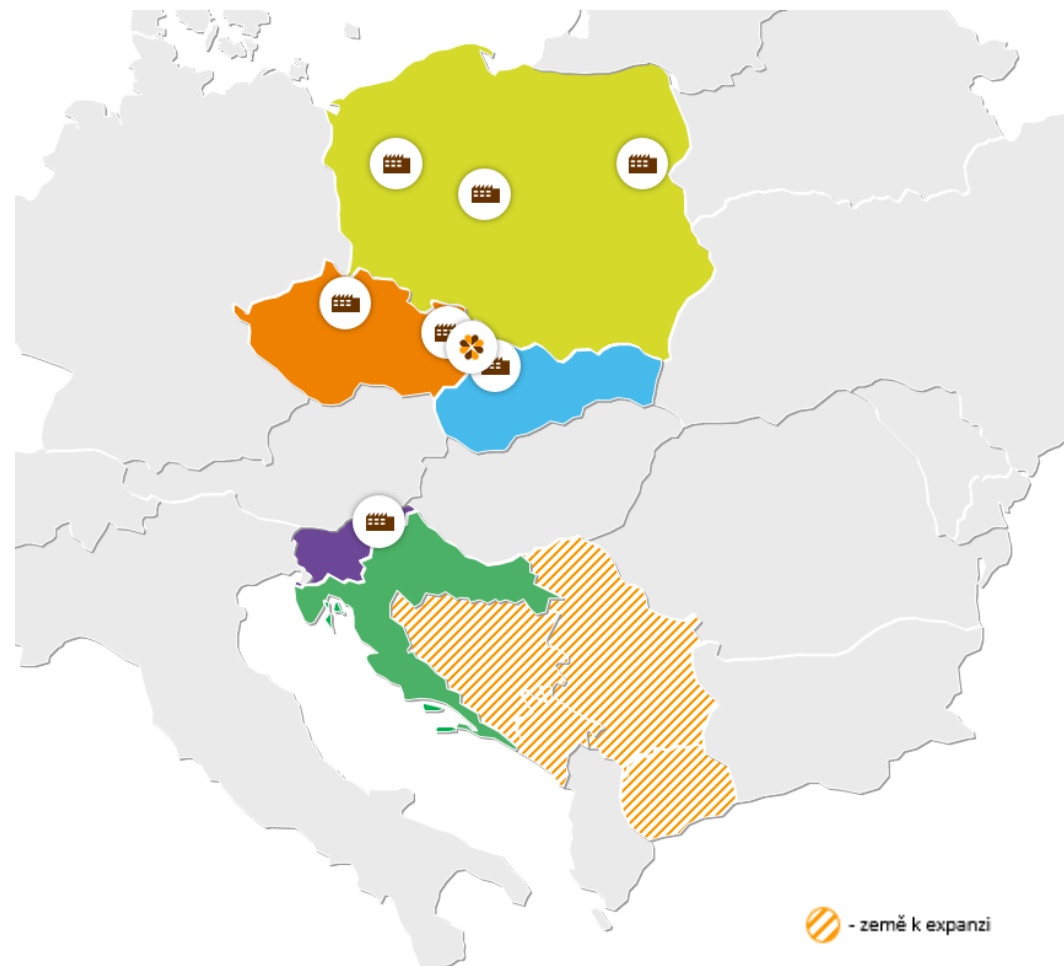
# KLÍČOVÉ INFORMACE O SKUPINĚ KOFOLA

## HLAVNÍ FINANČNÍ UKAZATELE [MCZK]

Tržby po segmentech	1H16	%
Sycené nápoje	1 598,6	46%
Vody	948,4	27%
Sirupy	375,0	11%
Nesycené nápoje	289,1	8%
Ostatní	293,3	8%
<b>Celkem</b>	<b>3 504,4</b>	<b>100%</b>

EBITDA*	514,0
Celková aktiva	8 451,9
Vlastní kapitál	2 983,4
Čistý dluh	1 550,2
Čistý dluh/12mEBITDA**	1,51
Čistý dluh/vlastní kapitál	0,52

Zisk na akcii připadající na akcionáře  
Kofola ČeskoSlovensko\* [CZK/akcii] 7,0



\* upraveno o jednorázové vlivy

\*\* 12 měsíční upravená EBITDA, zahrnující společnost Radenska

# 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 příchuťům 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.



## Jupí, Melounové Mojito



Nová příchut' sirupů Jupí v lahvích 0,75l PET na českém a slovenském trhu.

*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.

K 28. červenci 2016 ohlásila Kofola holdinška družba d.o.o. ukončení procesu vytěsnění minoritních akcionářů společnosti Radenska d.d., kteří drželi 2,38 % akcií. Tímto se Kofola holdinška družba d.o.o. stala jediným akcionářem společnosti Radenska d.d.

## Změny ve struktuře

K 1. srpnu 2016 byla zapsána 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. Tímto procesem se stane struktura Skupiny velmi efektivní a umožní rychlý dividendový tok z jednotlivých výrobních společností přímo do hlavní holdingové společnosti.

## Uzavření závodu v Polsku

Dne 27. července 2016 představenstvo společnosti HOOP Polska schválilo ukončení produkce v Bielsku Podlaskim, jednom ze tří výrobních závodů. Ukončení výroby nebude mít žádný negativní dopad na dodávky zákazníkům, povede ke zvýšení konkurenceschopnosti a snížení dopadu zvyšujícího se cenového tlaku na polském trhu.





## 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

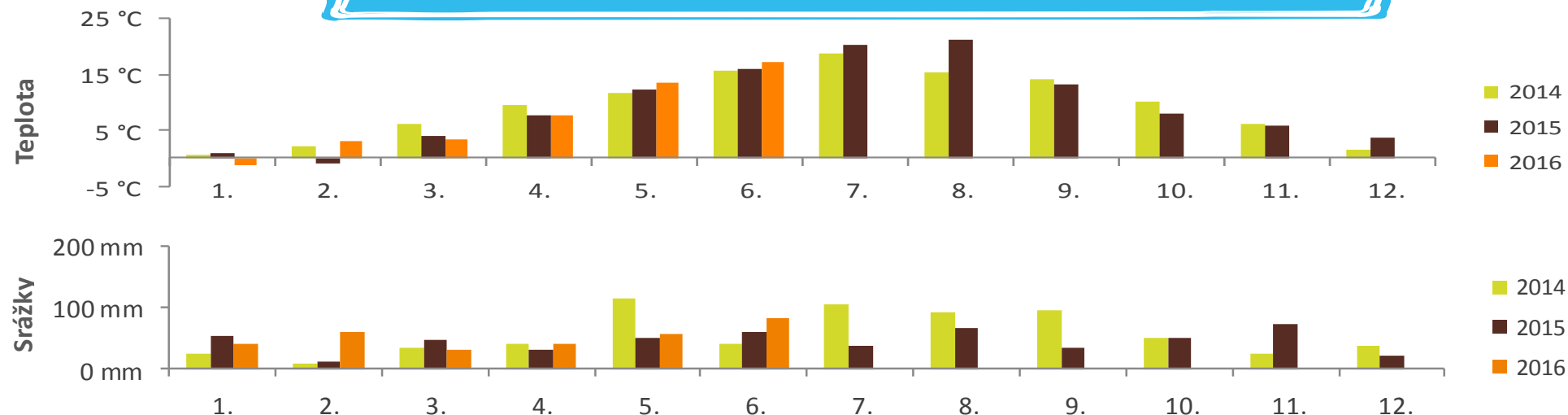
## TRH / KONKURENCE

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

## REGULACE

- stabilní prostředí

## POČASÍ VE ŠŘEDNÍ EVROPĚ



# FINANČNÍ VÝSLEDKY SKUPINY KOFOLA

Rekonsiliace reportovaných a upravených výsledků	Reportované CZK mn	Jednorázové transakce CZK mn	Upravené CZK mn
Výnosy	3 504,3	-	3 504,3
Náklady na prodeje	(2 139,0)	-	(2 139,0)
<b>Hrubý zisk</b>	<b>1 365,3</b>	-	<b>1 365,3</b>
Náklady na odbyt, marketing a distribuci	(942,4)	18,0 *	(924,4)
Administrativní náklady	(226,3)	11,8 **	(214,5)
Ostatní provozní výnosy/(náklady), netto	30,7	-	30,7
<b>Provozní výsledek</b>	<b>227,3</b>	<b>29,8</b>	<b>257,1</b>
<b>EBITDA</b>	<b>484,2</b>	<b>29,8</b>	<b>514,0</b>
Finanční náklady, netto	(56,3)	-	(56,3)
Daň z příjmů	(41,6)	(3,4)	(45,0)
<b>Čistý zisk</b>	<b>129,4</b>	<b>26,4</b>	<b>155,8</b>
- připadající na akcionáře mateřské společnosti	129,3	26,4	155,7

## JEDNORÁZOVÉ TRANSAKCE

- \* Opravná položka k finanční pohledávce – česká entita vykázala náklady ve výši 18 000 tis. Kč vztahující se k opravné položce k pohledávce z e-shop projektu. Vliv odložené daně 19%.
- \*\* Náklady fúze a akviziční náklady – česká entita vykázala náklady na poradenské služby ve výši 6 582 tis. Kč vztahující se k přeshraniční fúzi, resp. Slovinská entita vykázala náklady na poradenské služby ve výši 5 191 tis. Kč.

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





# VÝSLEDKY SKUPINY KOFOLA\*

Porovnání výsledků	1H16	1H15	Změna	Změna
	CZK mn	CZK mn	CZK mn	%
Tržby	3 504,3	3 392,1	112,2	3,3%
Náklady na prodeje	(2 139,0)	(2 002,0)	(137,0)	6,8%
<b>Hrubý zisk</b>	<b>1 365,3</b>	<b>1 390,1</b>	<b>(24,8)</b>	<b>(1,8%)</b>
Náklady na odbyt, marketing a distribuci	(924,4)	(864,8)	(59,6)	6,9%
Administrativní náklady	(214,5)	(184,9)	(29,6)	16,0%
Ostatní provozní výnosy, netto	30,7	22,8	7,9	33,8%
<b>Provozní výsledek</b>	<b>257,1</b>	<b>363,2</b>	<b>(106,1)</b>	<b>(29,2%)</b>
<b>EBITDA</b>	<b>514,0</b>	<b>608,1</b>	<b>(94,1)</b>	<b>(15,5%)</b>
Finanční náklady, netto	(56,3)	(37,8)	(18,5)	48,9%
Daň z příjmů	(45,0)	(58,5)	13,5	(23,1%)
<b>Čistý zisk</b>	<b>155,8</b>	<b>266,9</b>	<b>(111,1)</b>	<b>(41,6%)</b>
- připadající na akcionáře mateřské společnosti	155,7	265,1	(109,4)	(41,3%)

\*upraveno o jednorázové vlivy

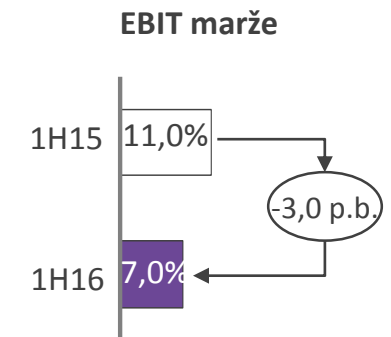
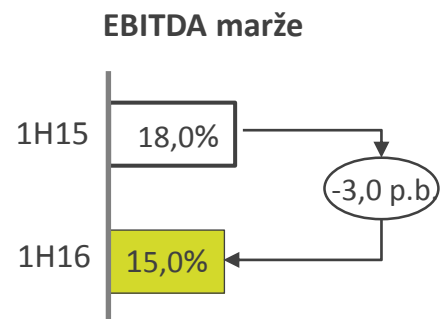
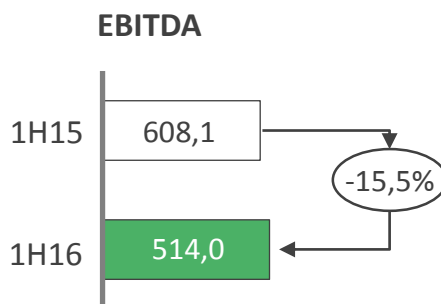
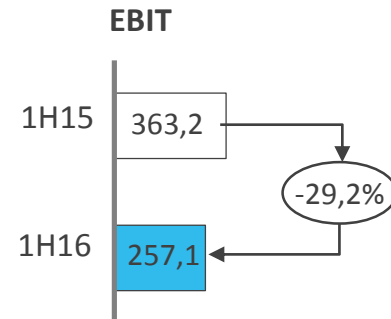
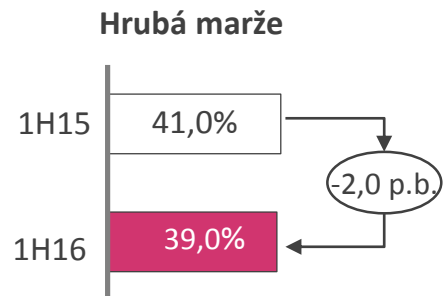
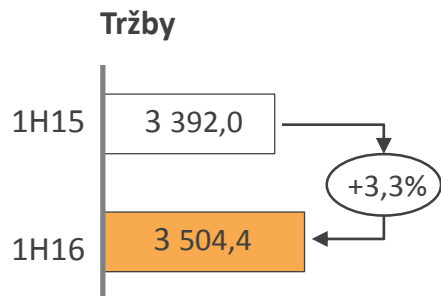
## KOMENTÁŘ

- Růst tržeb zejména díky Radenske, Rauchu a UGO.
- EBIT klesl o 106 mil. Kč zejména kvůli zhoršenému výkonu v Polsku, Radenska stále vynakládá dodatečné náklady na expanzi, která se projeví v tržbách v následujících obdobích.
- Ukazatel EBITDA poklesl o 15,5 %.
- 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



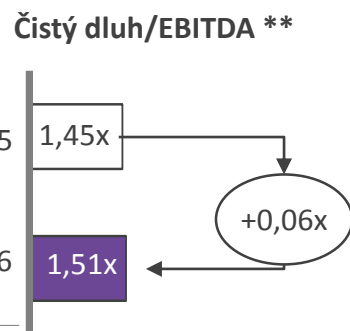
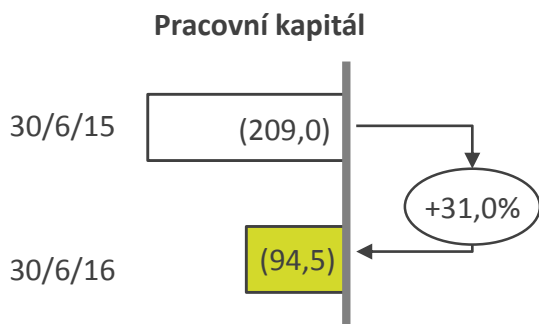
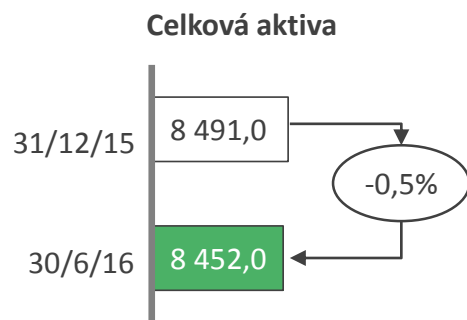
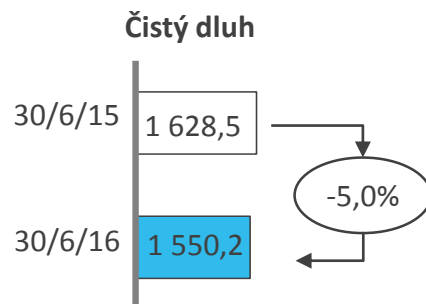
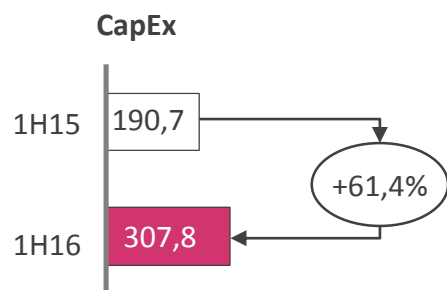
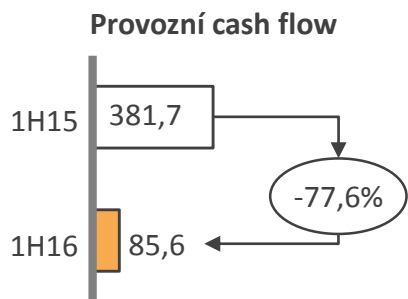
- Tržby pozitivně ovlivněny hlavně Radenskou získanou v březnu 2015 a produkty Rauch.
- Tržby rostly na klíčovém československém trhu o 10%, adriatický region rostl jak porovnatelně s loňským rokem, tak i díky distribuci produktů PepsiCo v Chorvatsku o 7,1%, Polsko stále hledá rovnovážný stav mezi prodejními objemy a ziskovostí prodeje s tržbami klesajícími o 20%.
- EBIT poklesl o 106 mil Kč zejména kvůli zhoršené výkonnosti v Polsku a budování prodejního týmu, marketingové podpory a informačního systému v Adriatickém regionu.
- 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 68%, rostou porovnatelně i díky novým provozovnám.



# VÝSLEDKY SKUPINY KOFOLA\* [MCZK]

## CASH FLOW A ČISTÝ DLUH

- Provozní cashflow poklesl zejména kvůli navýšení pracovního kapitálu a zhoršení výsledků v Polsku.
- Nárůst CapEx o 61,4% potvrzuje konzistentě pozitivní přístup Skupiny k investicím a inovacím.



ČISTÝ DLUH/EBITDA 1,54x

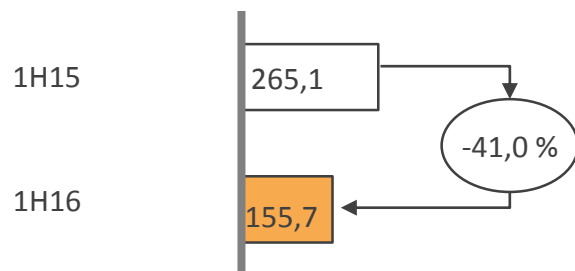


\* upraveno o jednorázové vlivy

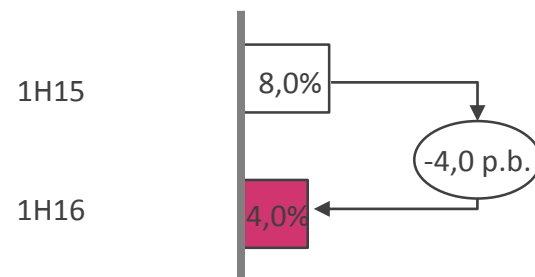
\*\* 12 měsíční upravená EBITDA, zahrnující společnost Radenska

# VÝSLEDKY SKUPINY KOFOLA\* [MCZK]

## Zisk připadající na akcionáře Kofola ČeskoSlovensko



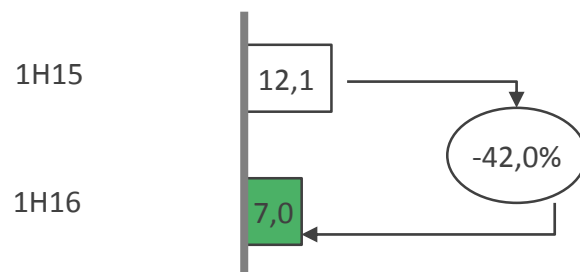
## Čistá marže



## ZISK/ZTRÁTA

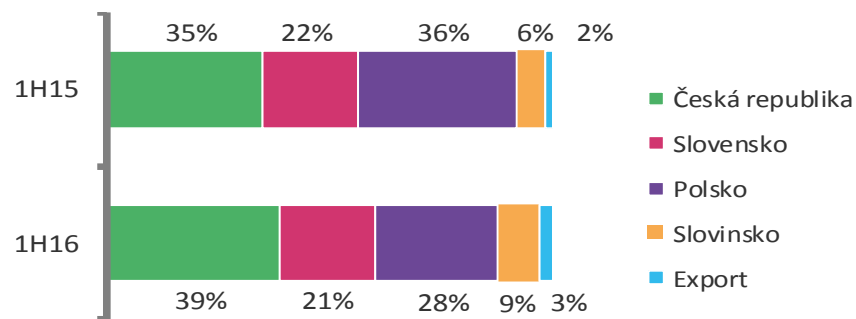
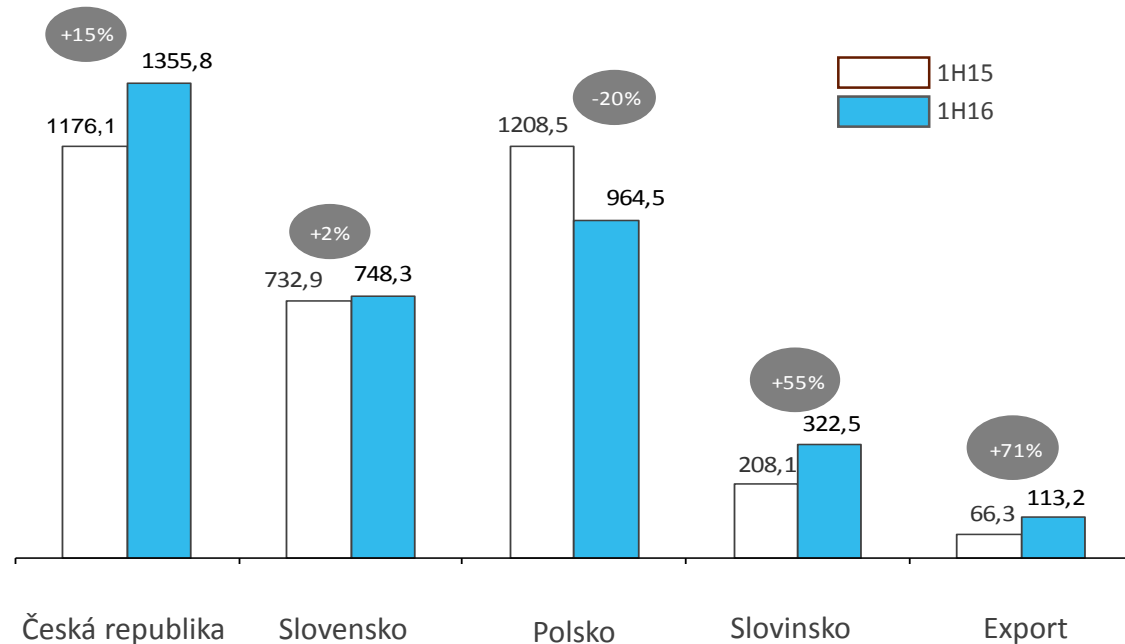
- Ziskové indikátory ovlivněny zhoršením výkonnosti v Polsku, zvýšenými náklady spojenými s budováním prodejního týmu a zvýšenými marketingovými náklady ve společnosti Radenska, dále čistými finančními náklady zvýšenými zejména kvůli méně příznivým kurzovým rozdílům, přecenění derivátů a úrokovými náklady z půjčky na akvizici Radenske.
- EPS 7,0 Kč/akcii.

## EPS připadající na akcionáře Kofola ČeskoSlovensko [CZK/akcie]



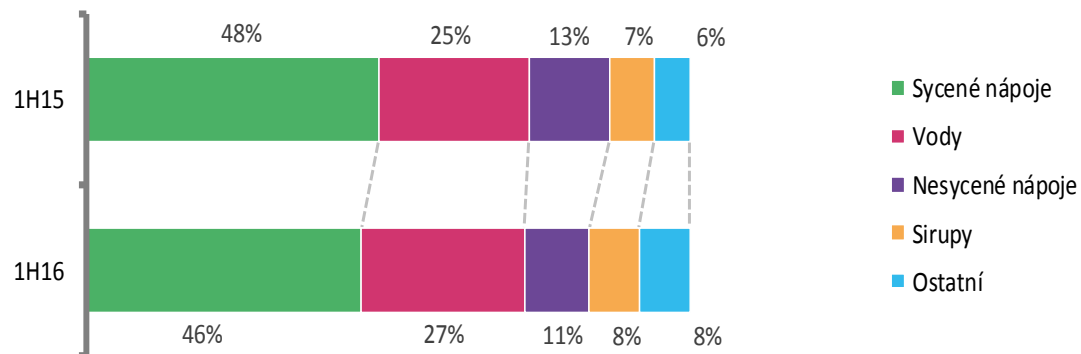
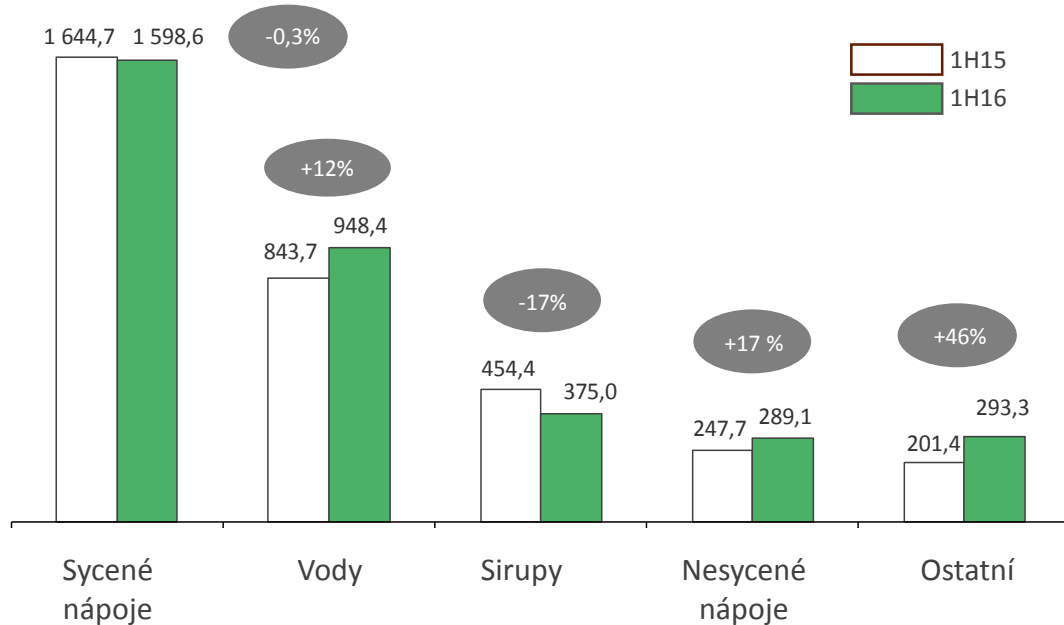


# TRŽBY V GEOGRAFICKÝCH SEGMENTECH [MCZK]



- Česká republika**  
 Tržby narostly o 15%. 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 68 %.
- Slovensko**  
 Tržby vzrostly o 2%, taženy zejména produkty Rauch a Vinea, a vyššími prodeji ve segmentu Gastro.  
 V 1H16 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 20% zejména kvůli nižším tržbám privátních značek. Přetrvává zaměření na zlepšení marží našich produktů v Polsku navzdory riziku ztráty části prodaného objemu.
- Slovinsko**  
 Radenska získaná v březnu 2015 vykázala nárůst tržeb o 55 %, z hlediska srovnatelného nárůstu o 7.1%, i díky distribuci PepsiCo v Chorvatsku. Radenska drží jasnou vedoucí pozici v segmentu vod.

# TRŽBY V PRODUKTOVÝCH SEGMENTECH [MCZK]



Výsledky skupiny Kofola 1H16 | Investorská prezentace

- 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
<b>Kolové nápoje</b>	3			3
<b>Sycené nápoje</b>	-	3		
<b>Vody</b>	-	4		
<b>Sirupy a koncentráty</b>				-
<b>Nápoje pro děti</b>	6			-
<b>Energetické nápoje</b>	-	4	5	-

## 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 a dalšímu rozvoji značky Vinea.
- 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](http://www.hravezijzdrave.cz), [www.hravozizdravo.sk](http://www.hravozizdravo.sk), [www.trzymajforme.pl](http://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 spolupráce s hotely, restauracemi a službami cateringu (HoReCa)
- 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

# PŘÍSTUP K TRŽNÍM TRENDŮM A TRŽNÍMU VÝVOJI

---

## Konsolidace producentů jídla a nápojů

- Konstantní vyhledávání neprobádaných značek (společnosti)
- Akvizice značek Vinea, Citro Cola, Semtex, UGO, Mangaloo a Radenska v posledních 7 letech
- Dlouhodobá zkušenost s rozvojem nakoupených značek

## 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
- Úspěšný vlastní vývoj a silné inovace
- Originální přístup ke globálnímu marketingu
- Úspěch díky lokálně orientované reklamě



## OBSAH

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



# MISE A VIZE

## MISE

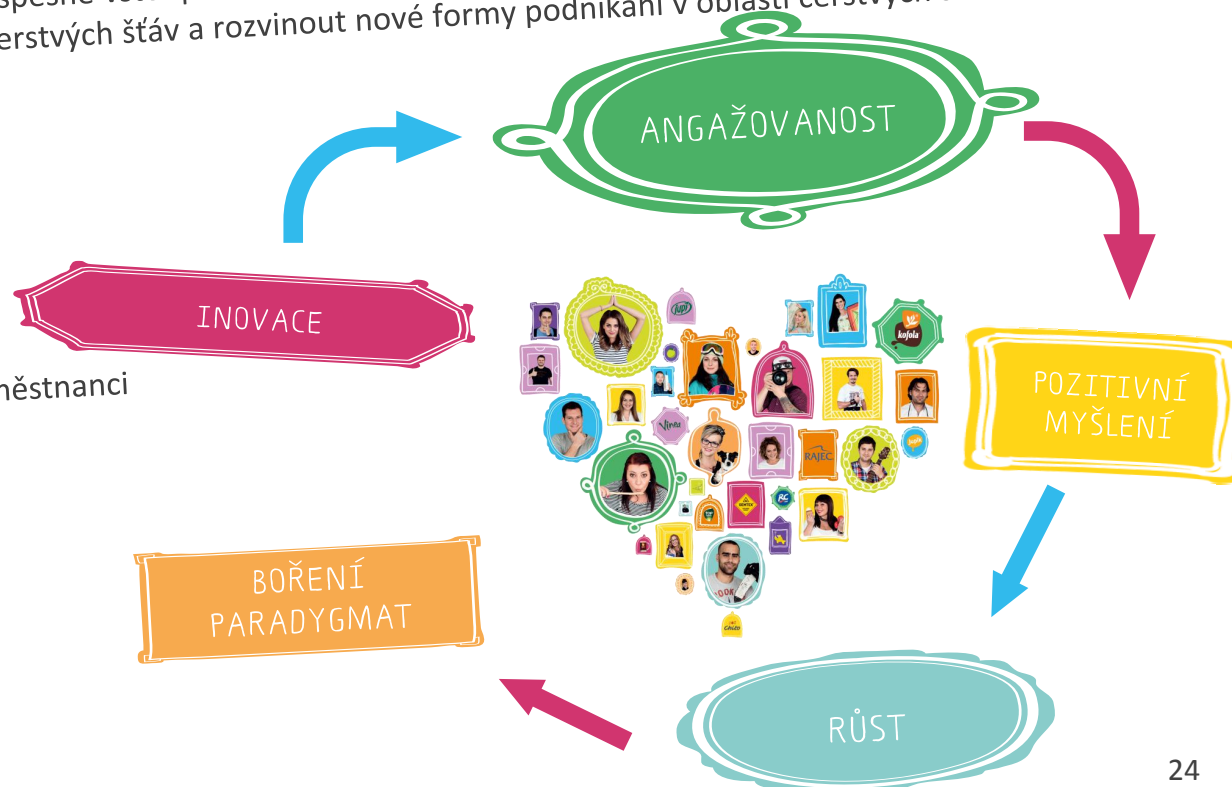
My jsme Kofola. S nadšením usilujeme o to, co je v životě opravdu důležité: milovat, žít zdravě a stále hledat nové cesty.

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
- Vyvoláváme 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 Adriatiku. Chceme upevnit UGO jako lídra a tvůrce čerstvých šťáv a rozvinout nové formy podnikání v oblasti čerstvých surovin.



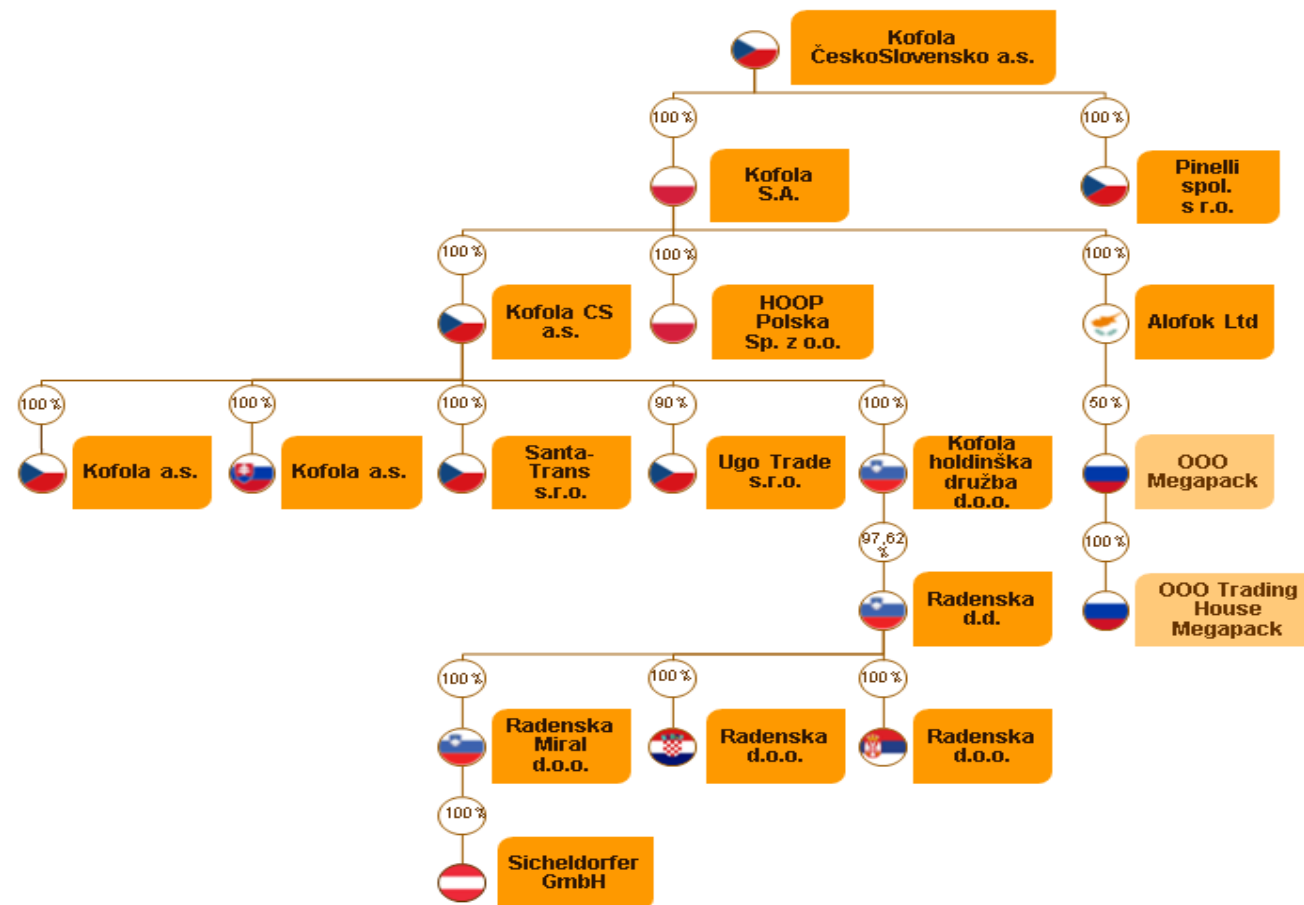
# HISTORIE SKUPINY KOFOLA





# STRUKTURA SKUPINY

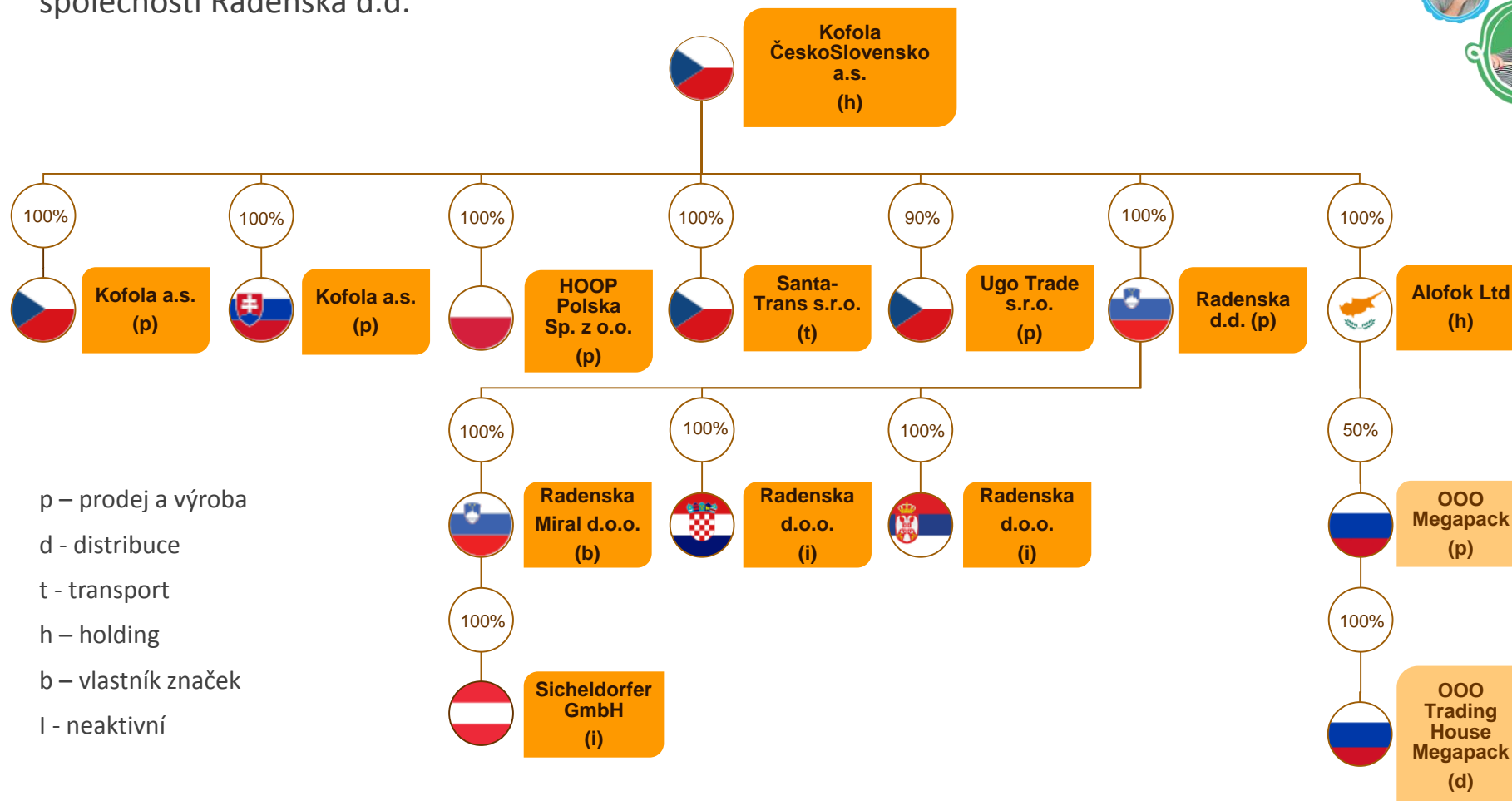
k 30. červnu 2016



Dne 4. dubna 2016 byla společnost Pinelli spol. s r.o. prodána ze společnosti Kofola a.s. do společnosti Kofola ČeskoSlovensko a.s.

# STRUKTURA SKUPINY

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



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





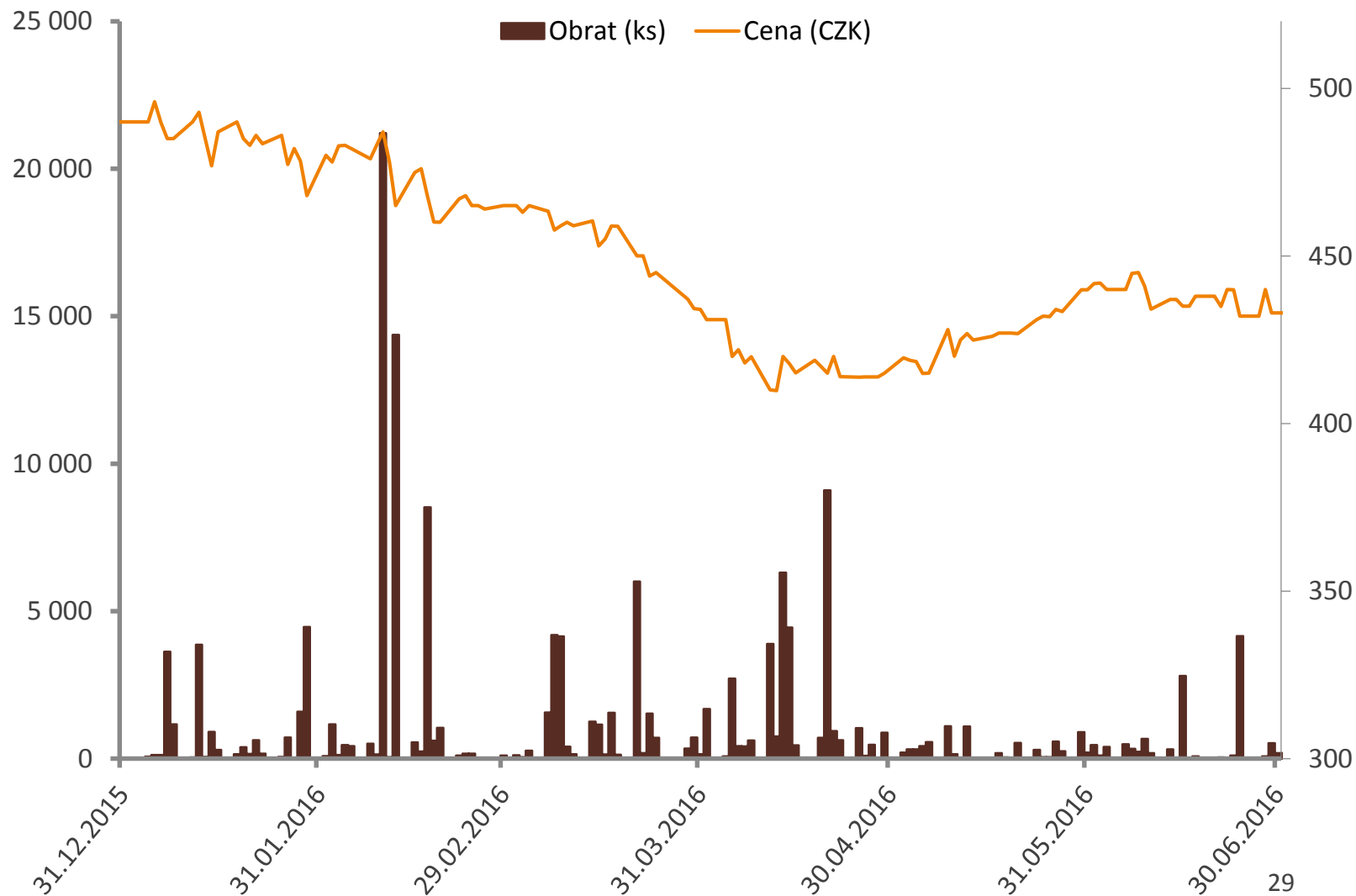
## OBSAH

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



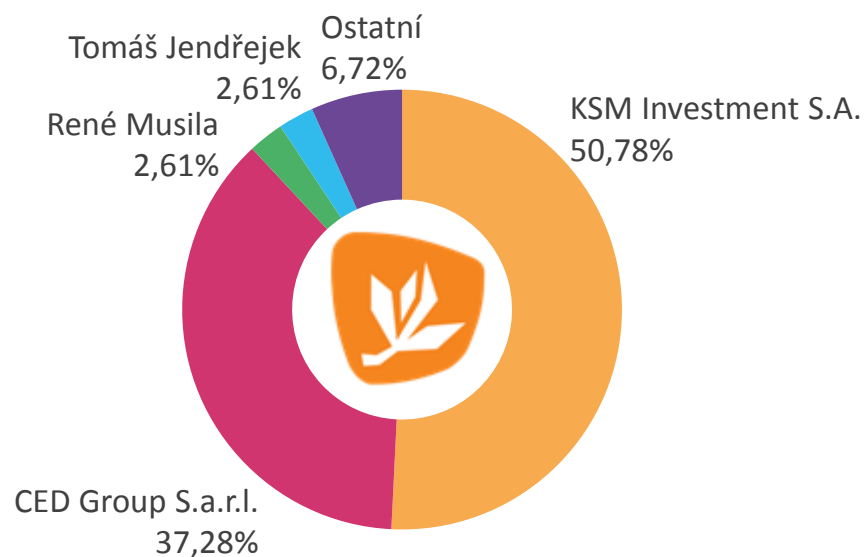
# CENA AKCIÍ A OBROT NA BCPP

Informace o ceně akcií 1H16	
Průměrná cena akcie	448,5 Kč
Průměrný denní obrat	1163 ks



# AKCIONÁŘSKÁ STRUKTURA

K 30. červnu 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.







# KONTAKT

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

LENKA FROSTOVÁ



e-mail: [investor@kofola.cz](mailto:investor@kofola.cz)

tel.: +420 735 749 576

<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.