



KOFOLA ČESKOSLOVENSKO VÝSLEDKY 9M16

7. listopadu 2016





OBSAH

- Skupina Kofola
- Shrnutí výsledků
- Trh, trendy a strategie
- Profil a 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)



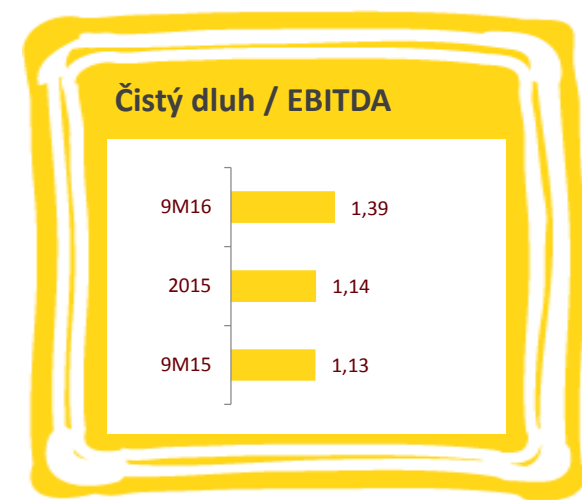
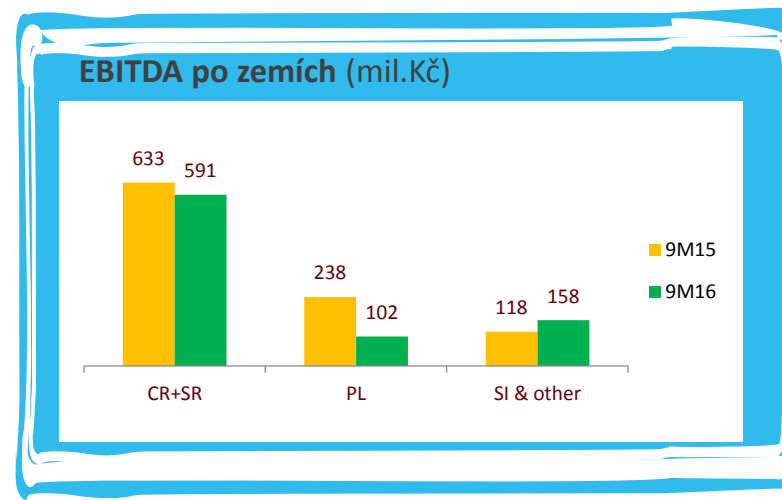
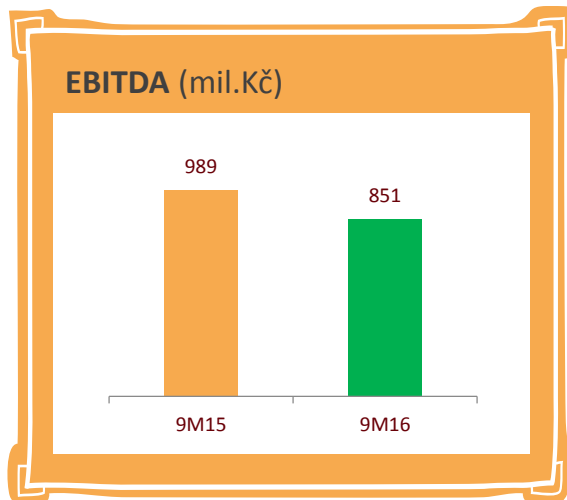
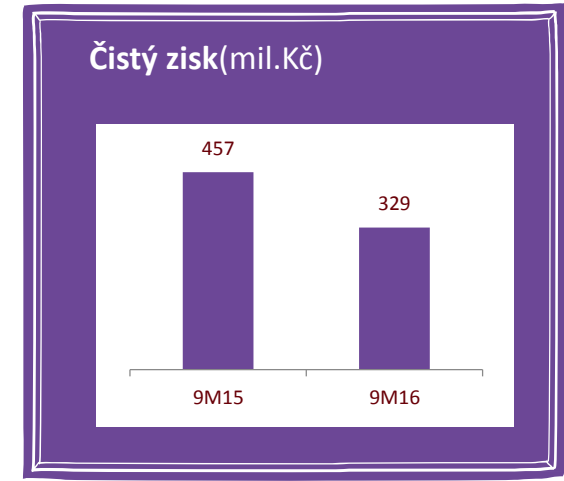
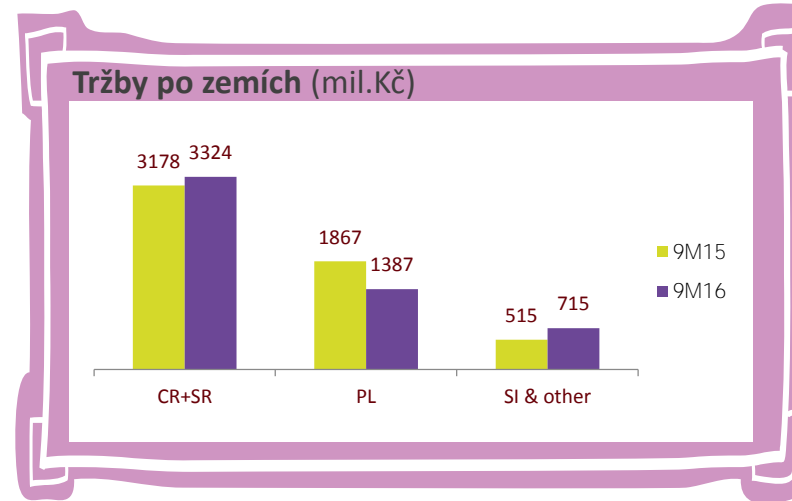
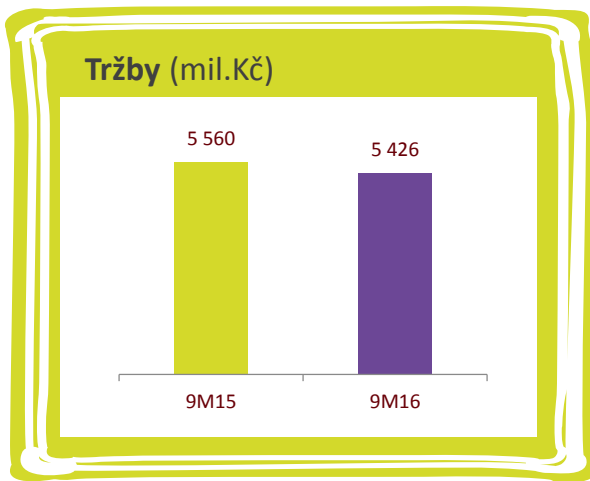
- číslo 2 v sirupech
- číslo 3 v kolových nápojích
- přední výrobce nápojů prodávaných pod soukromými značkami



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



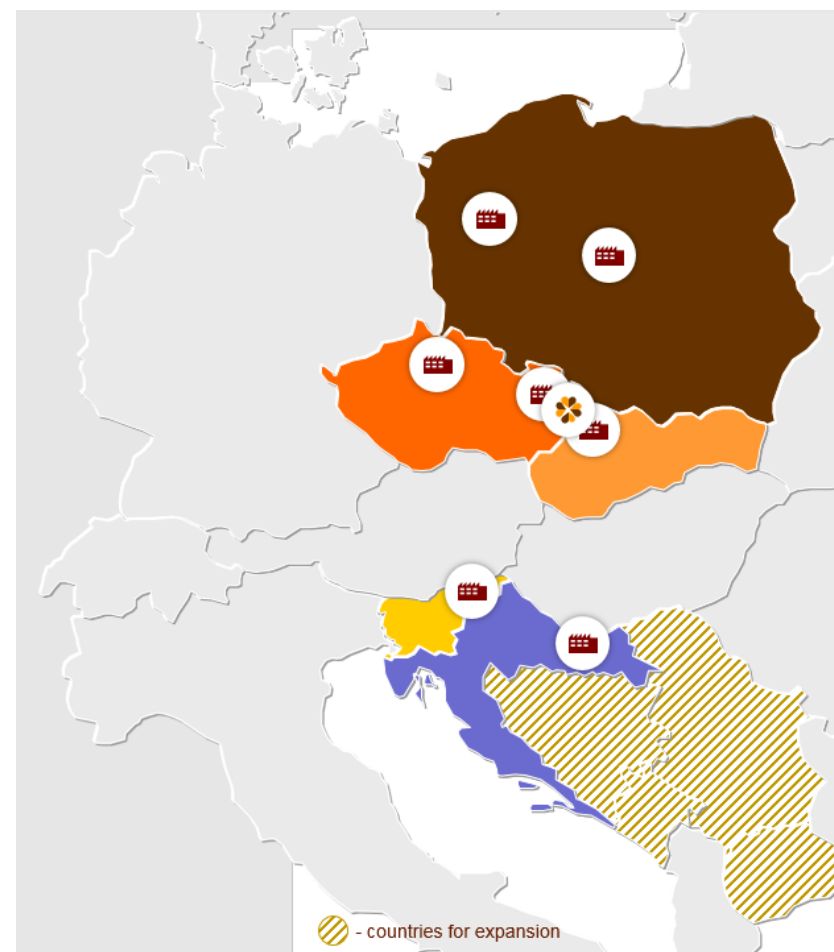
KLÍČOVÉ INFORMACE O SKUPINĚ KOFOLA*



KLÍČOVÉ INFORMACE O SKUPINĚ KOFOLA

HLAVNÍ FINANČNÍ UKAZATELE [MCZK]

Tržby po segmentech	9M16	%
Sycené nápoje	2 498,3	46%
Vody	1 532,9	28%
Sirupy	551,1	10%
Nesycené nápoje	419,7	8%
Ostatní	423,8	8%
Celkem	5 425,8	100%
EBITDA*	851,2	
Celková aktiva	8 319,7	
Vlastní kapitál	3 102,2	
Čistý dluh	1 360,3	
Čistý dluh/12mEBITDA**	1,39	
Čistý dluh/vlastní kapitál	0,44	
Zisk na akcii připadající na akcionáře Kofola ČeskoSlovensko* [CZK/akcii]	14,9	



* 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 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 – pomeranč, 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

NOVÉ PRODUKTY V ROCE 2016



Vinea Letní „Summer“ 1,5l



Limitovaná edice Vinea Letní v 1,5l PET lahvích na českém a slovenském trhu



Jupík 0,2l - Tetrapack



Jupík má nový 0,2l Tetrapack obal ve 3 nových příchutích, dostupné na českém a slovenském trhu.



Rajec 0,75l – Melissa, Červený rybíz



Limitovaná edice Rajec v 0,75l PET lahvích dostupná na slovenském trhu



Kofola 1,5l PET – Kokos, Ořech



Limitovaná edice Kofola Kokos a Kofola Ořech v 1,5l PET lahvích, dostupné na českém a slovenském trhu



Vinea odrůdová „varietal“ 0,25l



Nová příchutí odrůdová „varietal“ v 0,25l lahvích dostupná pro gastro segment na českém a slovenském trhu.

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

HLAVNÍ UDÁLOSTI ROKU 2016

Expanze v Adriatickém regionu

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.

V 1Q2016 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

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 stala jediným akcionářem společnosti Radenska.

V září 2016 Kofola ČeskoSlovensko a.s., RADENSKA d.o.o. a Podravka d.d. uzavřely smlouvu o koupi akcií týkající se 100% podílu ve společnosti Studenac d.o.o.

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.
2. září 2016 slovinský soud zapsal změnu právní formy společnosti Radenska, z Radenska d.d. na RADENSKA d.o.o.

Uzavření závodu v Polsku

Dne 27. července 2016 představenstvo 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. Výroba byla ukončena na konci září.

Dividenda za 2016

Dne 7. listopadu 2016 představenstvo Kofoly ČeskoSlovensko a.s. rozhodlo o výplatě dividendy ve výši 156 065 tis. Kč, tj. 7Kč/akcii.





OBSAH

- Skupina Kofola
- **Shrnutí výsledků**
- Trh, trendy a strategie
- Profil a 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

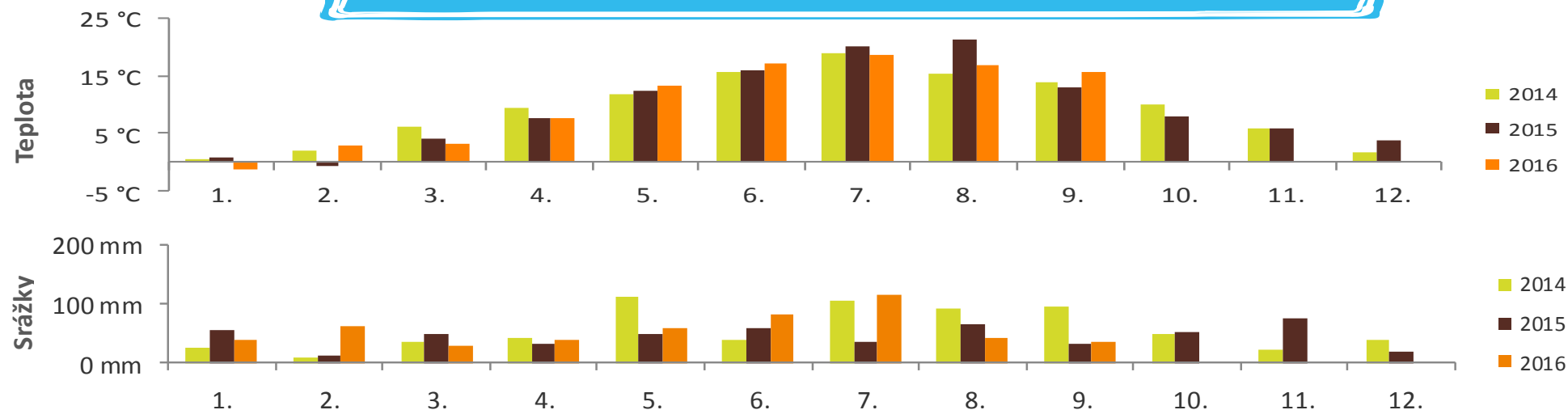
TRH / KONKURENCE

- 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	9M16 Reportované CZK mn	Jednorázové transakce CZK mn	Upravené CZK mn
Výnosy	5 425,8	-	5 425,8
Náklady na prodeje	(3 237,7)	-	(3 237,7)
Hrubý zisk	2 188,1	-	2 188,1
Náklady na odbyt, marketing a distribuci	(1 461,3)	18,0 *	(1 443,3)
Administrativní náklady	(329,5)	15,4 **	(314,1)
Ostatní provozní výnosy/(náklady), netto	(2,1)	33,5 ***	31,4
Provozní výsledek	395,1	66,9	462,0
EBITDA	784,3	66,9	851,2
Finanční náklady, netto	(70,3)	-	(70,3)
Daň z příjmů	(58,9)	(3,4)	(62,3)
Čistý zisk	265,9	63,5	329,4
- připadající na akcionáře mateřské společnosti	267,6	63,5	331,1



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 7 418 tis. Kč vztahující se k přeshraniční fúzi, resp. Slovinská entita vykázala náklady na poradenské služby ve výši 5 191 tis. Kč. Polská entita vykázala náklady na due diligence ve výši 2 805 tis. Kč.
- *** Náklady spojené s ukončením výroby v Bielsk Podlaski ve výši 33 512 tis. Kč, které obsahují náklady na odstupné.

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

VÝSLEDKY SKUPINY KOFOLA*

Porovnání výsledků	9M16	9M15	Změna	Změna
	CZK mn	CZK mn	CZK mn	%
Tržby	5 425,8	5 559,9	(134,1)	(2,4%)
Náklady na prodeje	(3 237,7)	(3 266,0)	28,3	(0,9%)
Hrubý zisk	2 188,1	2 293,9	(105,8)	(4,6%)
Náklady na odbyt, marketing a distribuci	(1 443,3)	(1 398,5)	(44,8)	3,2%
Administrativní náklady	(314,1)	(312,5)	(1,6)	0,5%
Ostatní provozní výnosy, netto	31,4	26,0	5,4	20,7%
Provozní výsledek	462,0	608,9	(146,8)	(24,1%)
EBITDA	851,2	988,5	(137,3)	(13,9%)
Finanční náklady, netto	(70,3)	(74,2)	(3,9)	(5,3%)
Daň z příjmů	(62,4)	(77,8)	15,4	(19,8%)
Čistý zisk	329,4	456,9	(127,5)	(27,9%)
- připadající na akcionáře mateřské společnosti	331,1	454,5	(123,5)	(27,2%)

*upraveno o jednorázové vlivy

KOMENTÁŘ

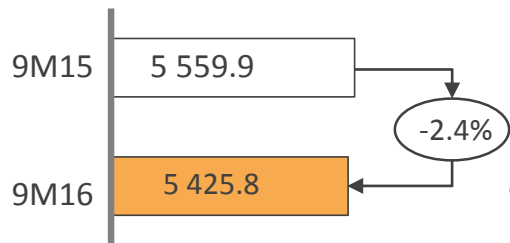
- Růst tržeb zejména díky Radenske, Rauchu a UGO.
- EBIT klesl o 147 mil, Kč zejména kvůli zhoršenému výkonu v Polsku, Radenska stále vynakládá dodatečné náklady na expanzi, která se projeví v tržbách v následujících obdobích.
- Ukazatel EBITDA poklesl o 13,9 %.
- Čisté finanční náklady poklesly zejména kvůli kurzovým rozdílům a přecenění derivátů.



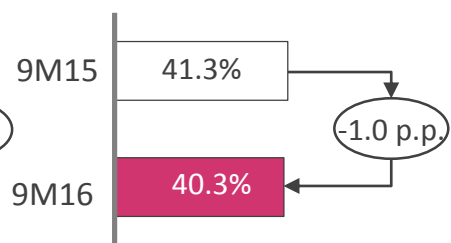
VÝSLEDKY SKUPINY KOFOLA* [MCZK]

KOMENTÁŘ

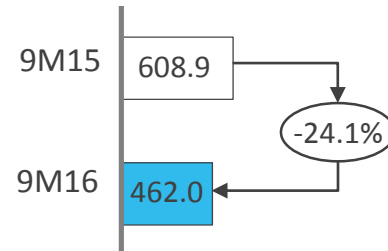
Tržby



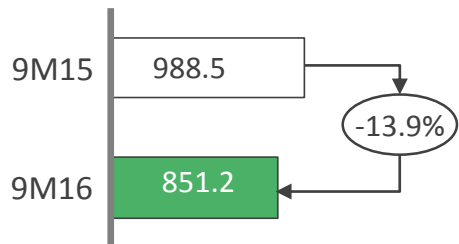
Hrubá marže



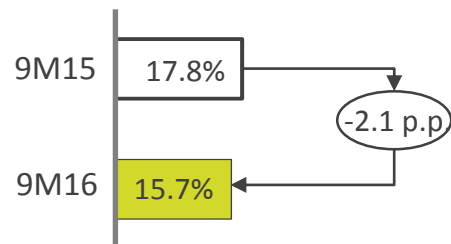
EBIT



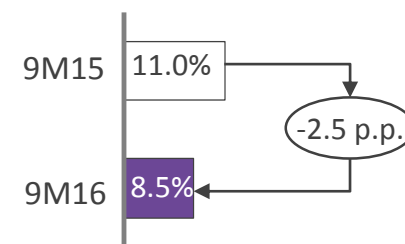
EBITDA



EBITDA marže



EBIT marže

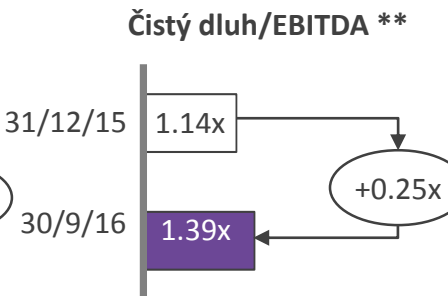
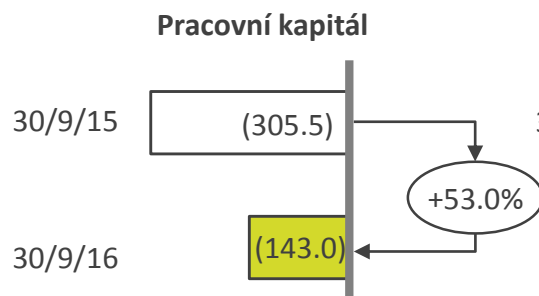
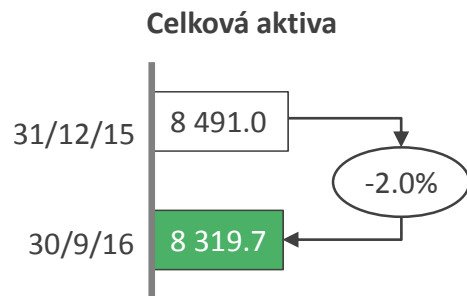
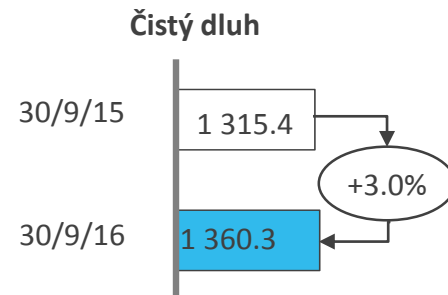
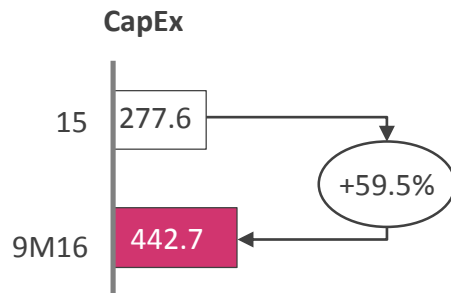
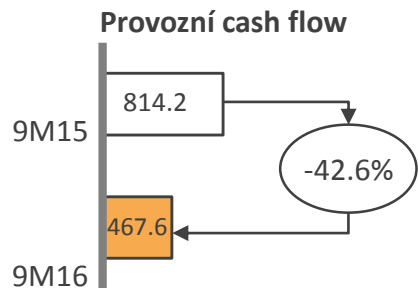


- Tržby pozitivně ovlivněny hlavně Radenskou získanou v březnu 2015 a produkty Rauch. UGO bary s čerstvými šťávami a salaterie navýšily tržby o 60%, rostou porovnatelně i díky novým provozovnám.
- Tržby rostly na klíčovém československém trhu o téměř 5%, adriatický region rostl porovnatelně s loňským rokem i díky distribuci produktů PepsiCo v Chorvatsku o 12,4%, Polsko stále hledá rovnovážný stav mezi prodejními objemy a ziskovostí prodeje s tržbami klesajícími o 25,7%.
- EBIT poklesl o 147 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.



VÝSLEDKY SKUPINY KOFOLA* [MCZK]

CASH FLOW A ČISTÝ DLUH

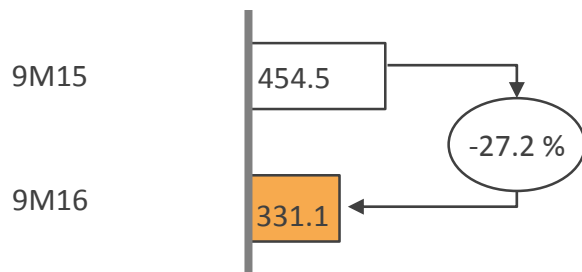


- Provozní cashflow poklesl zejména kvůli navýšení pracovního kapitálu, zhoršení výsledků v Polsku, je ovlivněn faktem, že Radenska byla konsolidována od 2Q2015, kdy nezahrnutí 1Q2015 (mimo sezónu, horší vliv na cash flow) ovlivňuje srovnání.
- Nárůst CapEx o 59,5% ovlivněn přírůstkem výrobních prostor v Polsku, tento přírůstek umožnil uzavření provozu 1 výrobního závodu v Polsku.

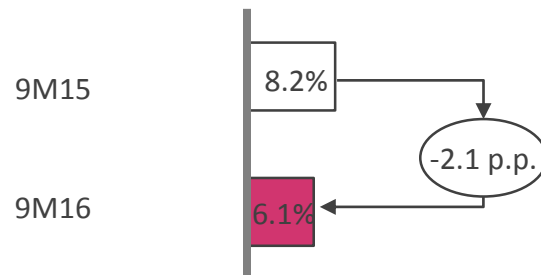
ČISTÝ DLUH/EBITDA
1,39x

VÝSLEDKY SKUPINY KOFOLA* [MCZK]

Čistý zisk připadající na akcionáře Kofola ČeskoSlovensko



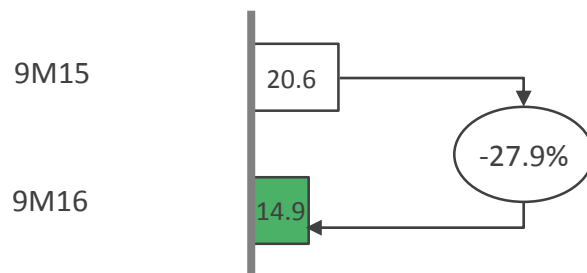
Čistá marže



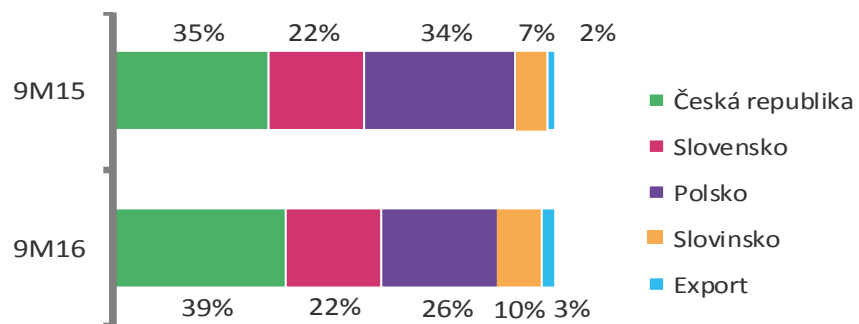
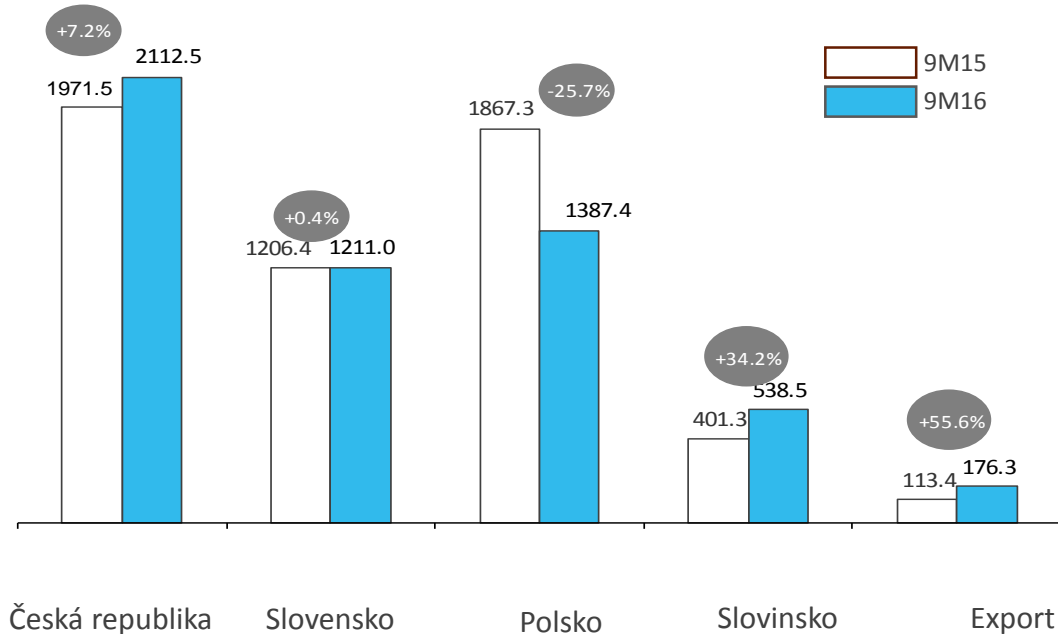
ZISK/ZTRÁTA

- 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 sníženými zejména kvůli kurzovým rozdílům a přecenění derivátů a úrokovými náklady z půjčky na akvizici Radenske.
- EPS 14,9 Kč/akcii.

EPS připadající na akcionáře Kofola ČeskoSlovensko [CZK/akcie]

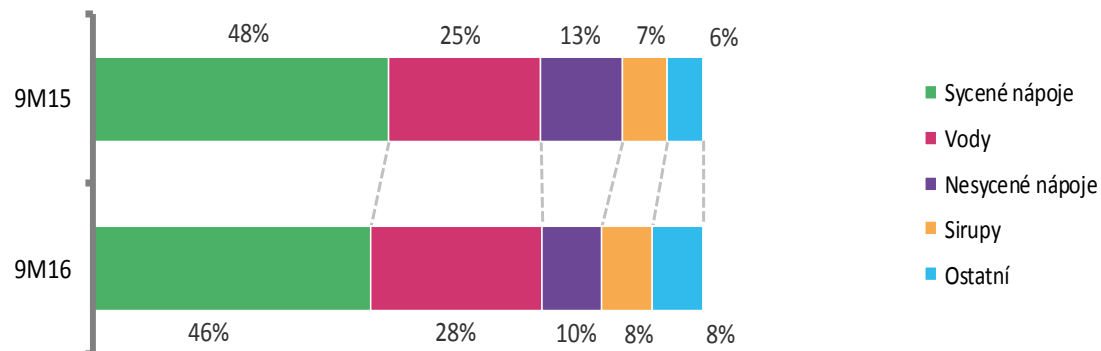
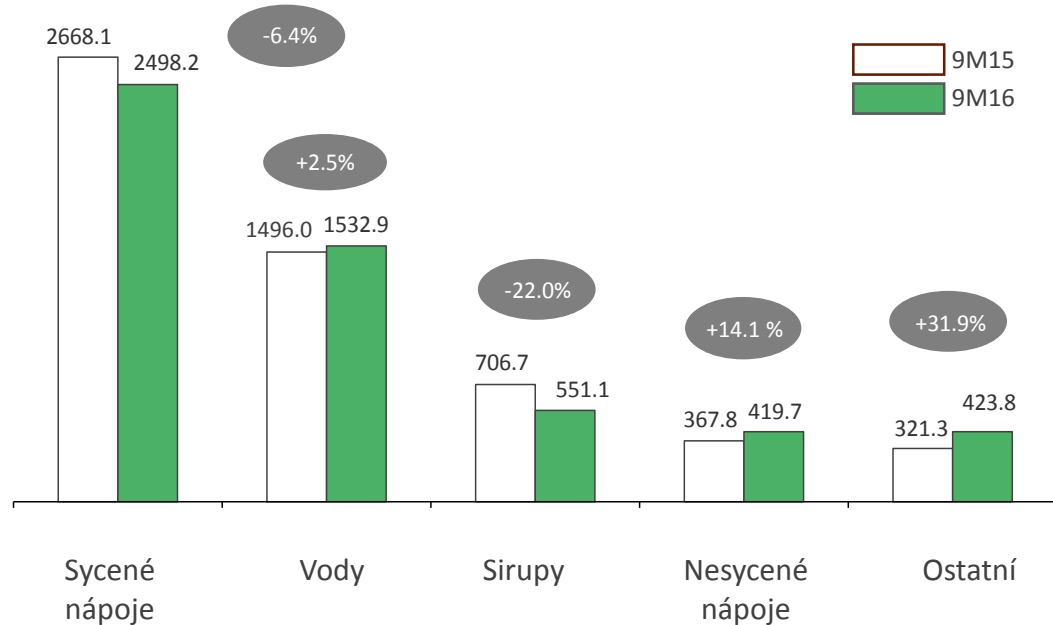


TRŽBY V GEOGRAFICKÝCH SEGMENTECH [MCZK]



- Česká republika**
 Tržby narostly o 7%, růst je tažen zejména výrobou a distribucí produktů Rauch, zvýšenými prodeji nápojů Kofola a Semtex. Tržby v nejziskovějších segmentech HoReCa a Impuls rostly, Impuls dvojciferně. UGO bary s čerstvou šťávou a salaterie vygenerovaly tržby vyšší o 60 %.
- Slovensko**
 V 9M16 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 26% zejména kvůli nižším tržbám privátních značek i vlastních značek. Přetrvává zaměření na zlepšení marží našich produktů v Polsku navzdory riziku ztráty části prodaného objemu.
- Adriatický region**
 Radenska získaná v březnu 2015 vykázala nárůst tržeb o 12 % z hlediska srovnatelného nárůstu, i díky distribuci PepsiCo v Chorvatsku. Radenska drží jasnou vedoucí pozici v segmentu vod.

TRŽBY V PRODUKTOVÝCH SEGMENTECH [MCZK]



Výsledky skupiny Kofola 9M16 | 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 vzhledem ke 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 a historie
- Akcie a jejich cena
- Kontakt



SEGMENTOVÉ POZICE*

Legenda:  Lídr  Vícelídr

	PL	CZ	SK	SI
Kolové nápoje	3			3
Sycené nápoje	-	3		
Vody	-	4		
Sirupy a koncentráty				-
Nápoje pro děti	6			-
Energetické nápoje	-	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, 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 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 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 a historie**
- Akcie a jejich cena
- Kontakt



MISE A VIZE

MISE

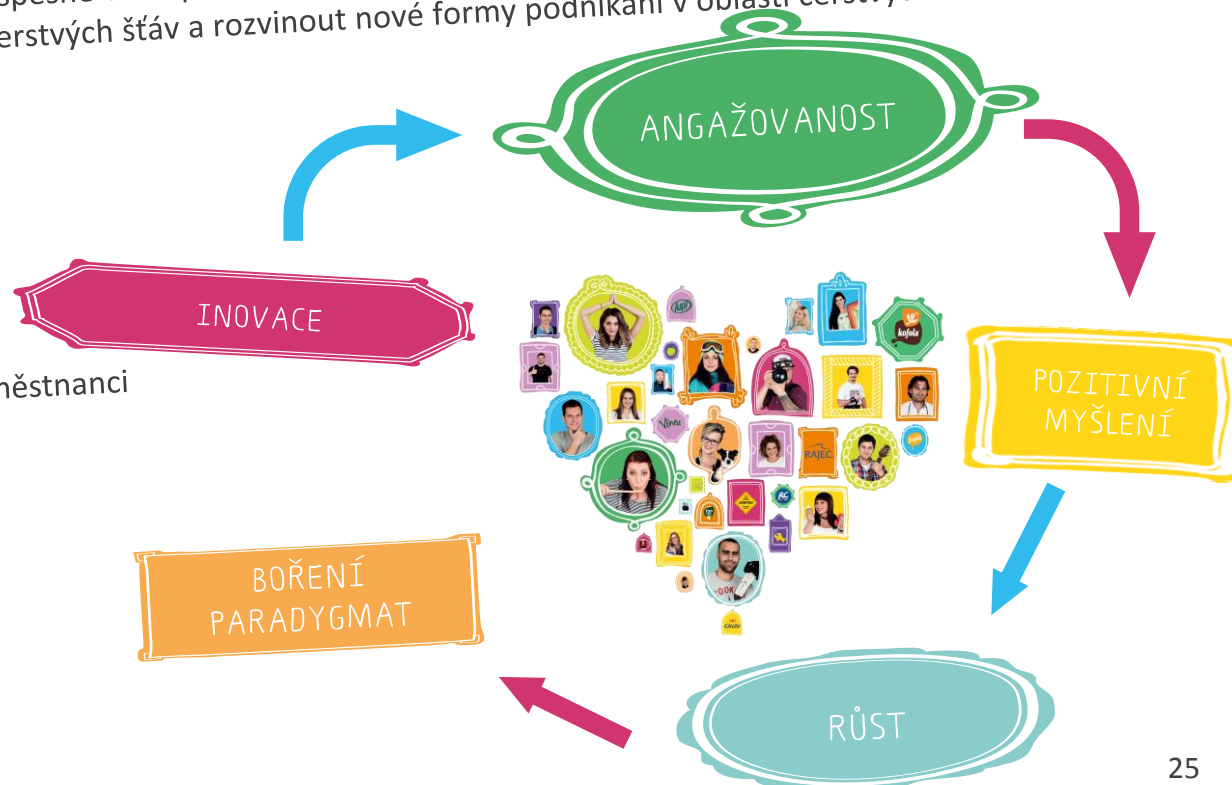
My jsme Kofola. S nadšením usilujeme o to, co je v životě opravdu důležité: milovat, žít zdravě a stále hledat nové cesty.

NAŠE ZÁKLADNÍ PŘEDNOSTI JSOU V NAŠÍ DNA

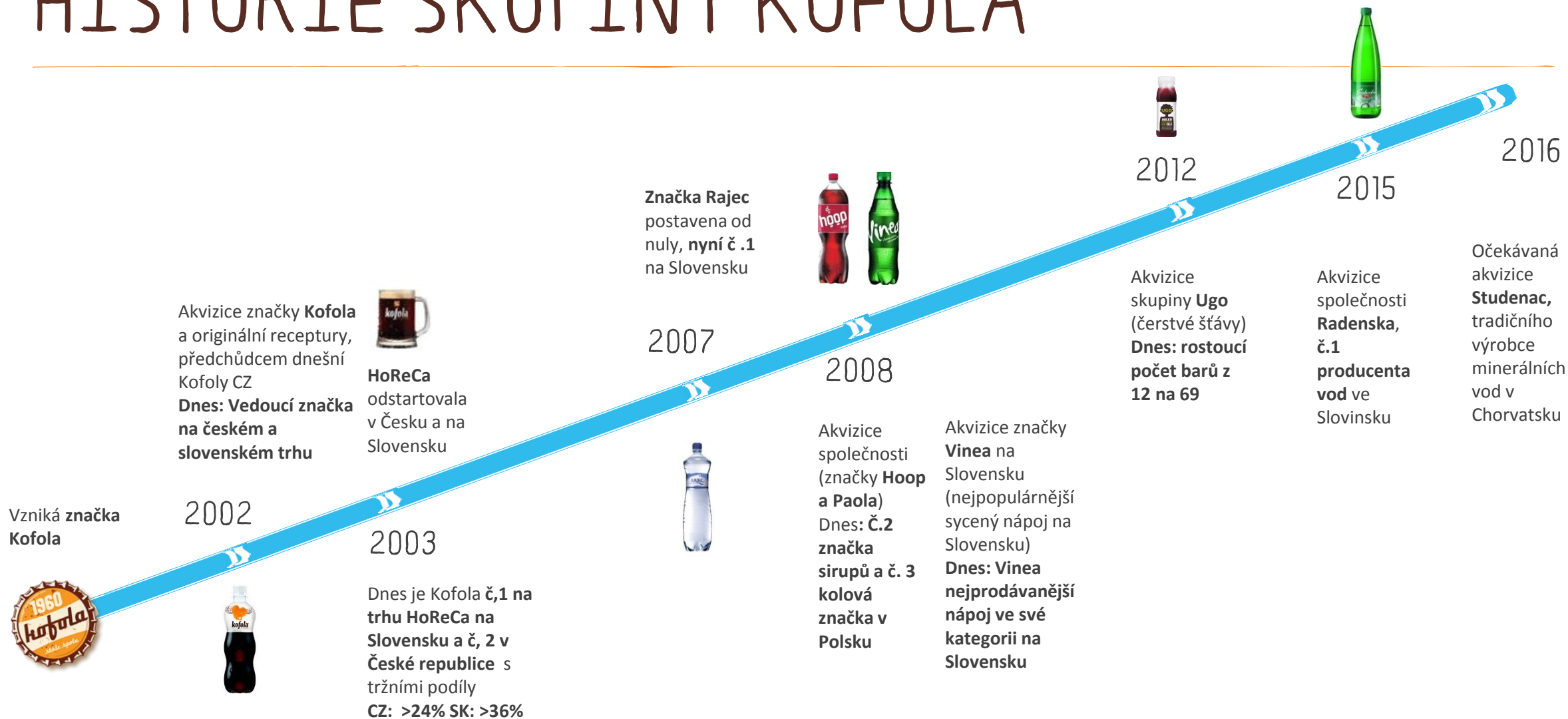
- Usilujeme o to být krok napřed
- Stále vyhledáváme nové příležitosti k růstu
- Naše podnikání je tvořeno našimi spotřebiteli, zákazníky, dodavateli a zaměstnanci
- Vyvoláváme emoce
- Působíme tam, kde jsme doma a známe místní kulturu

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.

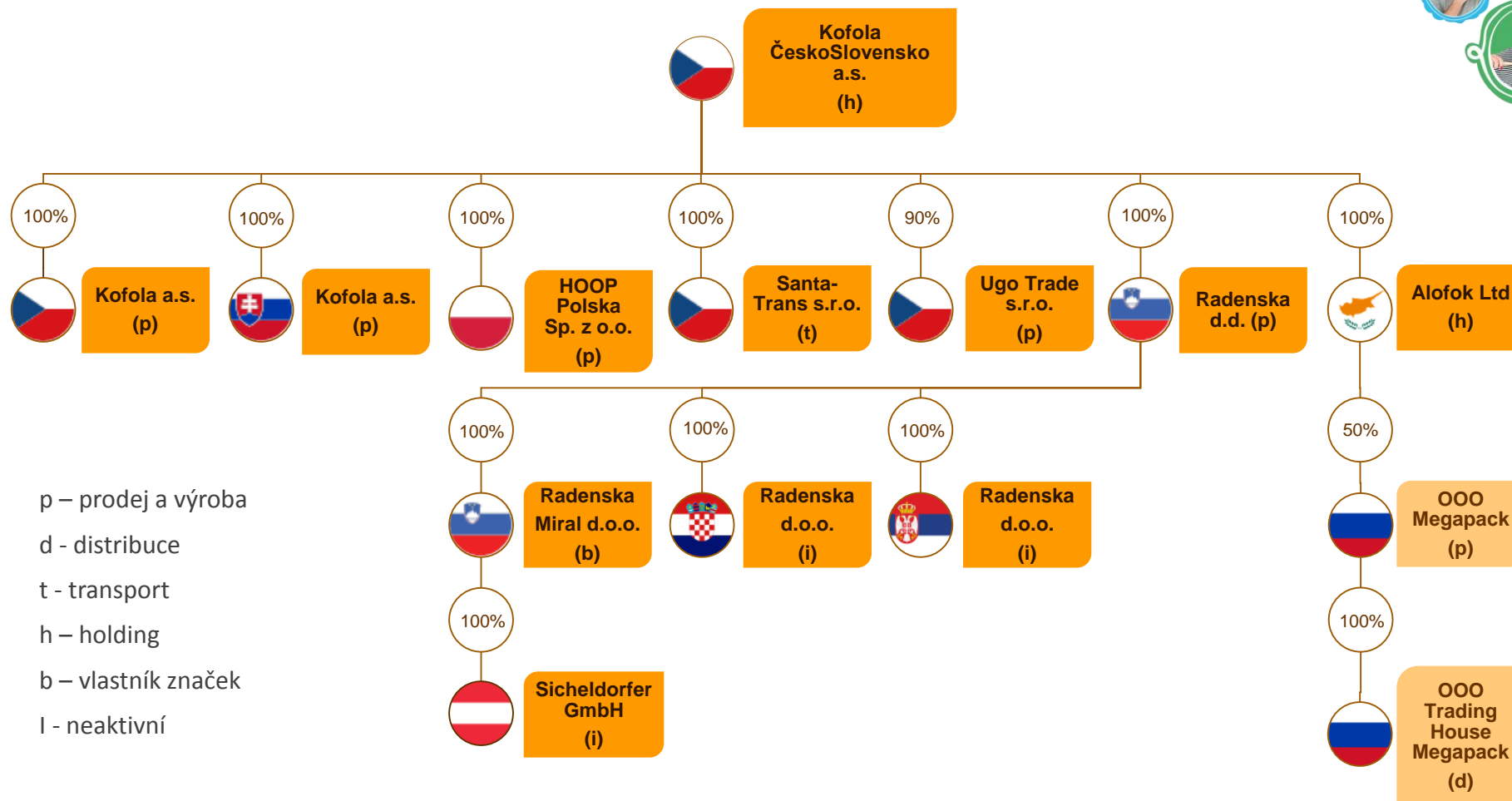


HISTORIE SKUPINY KOFOLA



STRUKTURA SKUPINY

K 30.9.2016



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





OBSAH

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



AKVIZICE STUDENAC

Zdůvodnění akvizice:

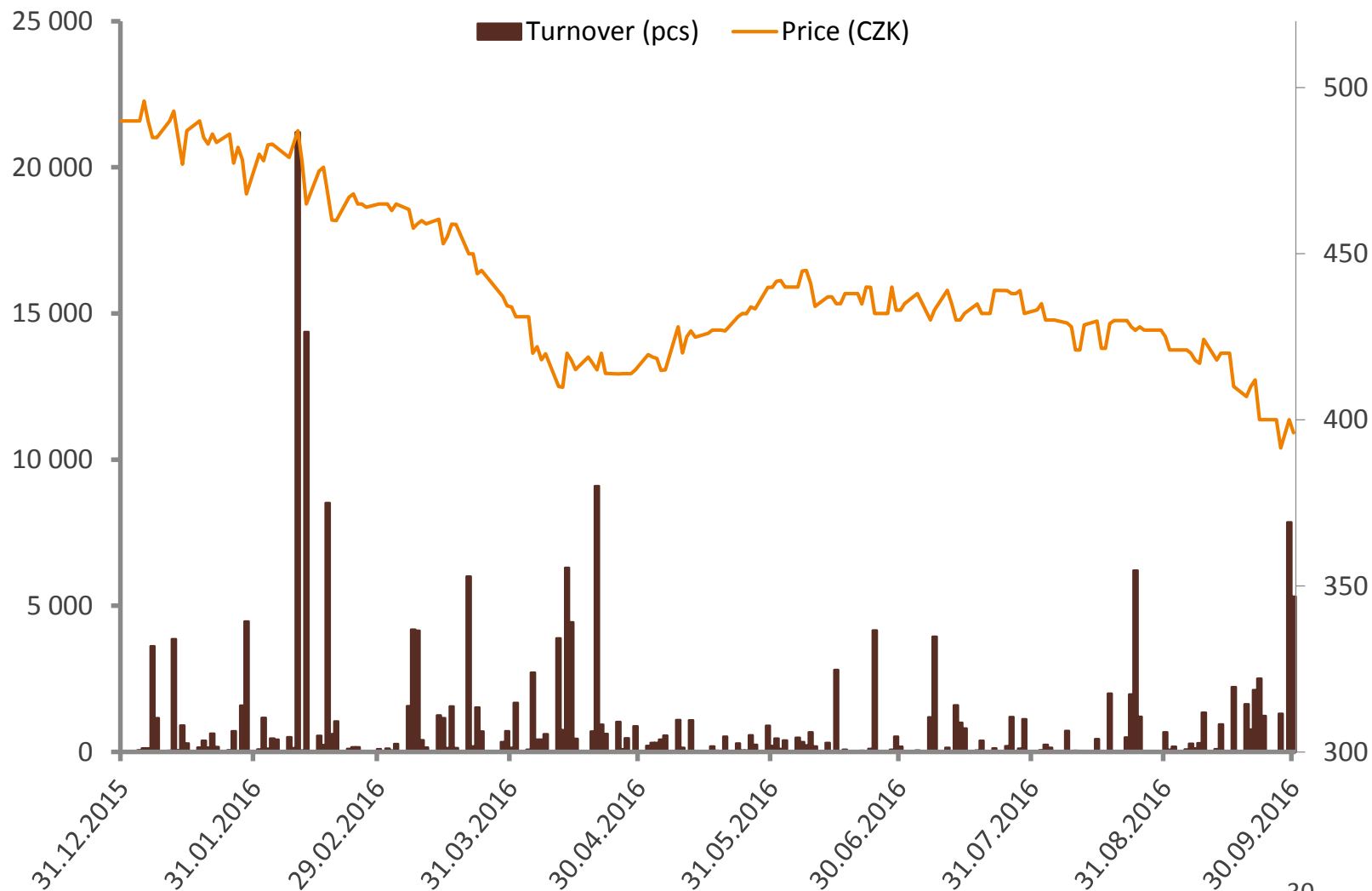
- Č.2 v segmentu Vod na chorvatském trhu.
- Nákup aktiv – Radenska/Kofola pořizuje výrobní závod s 115 zaměstnanci, zásobami a značkami, nikoliv celou nápojovou divizi Podravky.
- Očekáváme synergie nákladů a optimalizaci se Slovinským závodem.
- Silné značky s růstovým potenciálem.
- Silné portfolio v segmentu Vod pro retail i HoReCa.
- Výhodná lokalita pro prodeje do Bosny.
- Nejsou očekávány žádné dodatečné fixní náklady po akvizici. Prodejní a marketingový tým pro distribuci Pepsi, Vočko, Nara, Inka a Radenska již vybudován v Chorvatsku.
- Negativní EBITDA, která byla prezentována ve výkazech Podravky pro ukončovanou činnost nápojové divize byla ovlivněna alokací fixních nákladů Podravky ve skupině.
- Ukončení akvizice je očekáváno v 4Q2016.

Studenac



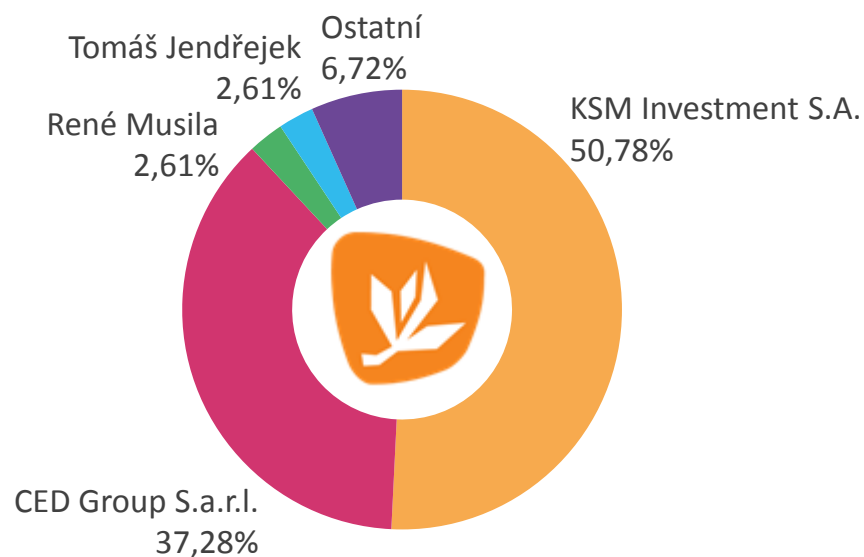
CENA AKCIÍ A OBROT NA BCPP

Informace o ceně akcií 9M16	
Průměrná cena akcie	440,5 Kč
Průměrný denní obrat	1095 ks



AKCIONÁŘSKÁ STRUKTURA

K 30. září 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 a historie
- Akcie a jejich cena
- **Kontakt**



KONTAKT

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

LENKA FROSTOVÁ



e-mail: 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.