

Vážení akcionáři, dámy a pánové,

dovoluji si vás seznámit s výsledky naší práce v roce 2016. Pomyslná laťka pro tento rok byla nastavena vysoko. Rok 2015 byl velice úspěšný i s přispěním extrémně horkého léta, které se přirozeně nemohlo opakovat. Dali jsme si za cíl potvrdit výsledek. Laťka se dlouho chvěla, ale nakonec hodnotíme dosažený výsledek pozitivně. Podařilo se nám udržet ekonomickou výkonnost a udělali jsme významné kroky podporující naši dlouhodobou vizi. Náročný rok kladl mimořádné nároky na tým našich zaměstnanců, a rád bych jim touto cestou poděkoval.

Jsem velice rád, že můžeme akcionářům reportovat čistý zisk ve výši 342,1 mil. Kč a ačkoli je tato hodnota o 8,5 % nižší než v roce předešlém, potvrzuje vysokou ziskovost a zdraví naší firmy. Ukazatel provozního hospodaření EBITDA dosáhl hodnoty 1 064,4 mil. Kč a přiblížil se tak historickému maximu z roku 2015 ve výši 1 102,6 mil. Kč. Reportujeme tedy meziroční pokles o 3,5 %. Pohled na výsledky roku 2016 ovlivňuje skutečnost, že jsme započali radikální změnu našeho obchodního modelu v Polsku. Kdybychom se podívali na EBITDA Skupiny Kofola bez Polska, tak vrostla o 6,6 %. Ale na kdyby si v Kofole nehrajeme. V roce 2017 projekt změn v Polsku dokončíme a od roku 2018 bude Polsko posilovat růst skupiny.

Z makroekonomického pohledu prožívá náš region úspěšné období. Ekonomiky země střední a jihovýchodní Evropy rostou rychleji, než je průměr EU. Tento pozitivní vývoj se přenáší do spotřeby nealkoholických nápojů. Nárůst trhu je v řádu jednotek procent, přesněji můžeme hovořit o stabilizaci než o reálném zvýšení spotřeby. Naše zkušenosti z chování nákupních preferencí v oblasti nealkoholických nápojů nám ukazují, že růst spotřeby je za celkovým oživením ekonomiky a nárůstem spotřeby domácností mírně opožděn. Nepříjemnou skutečností je opětovný nárůst poměru promočních prodejů. Nepředpokládáme změnu tohoto dlouhodobého trendu. Zejména v oblasti retailu je konkurenční prostředí opravdu mimořádné. Naším receptem jsou silné značky, inovace, sofistikovaný management promoci a zvyšování podílu prodejů mimo retail.

Naše nápoje se u spotřebitelů těší stále větší oblibě. Utržili jsme za ně krásných 6,999 mil. Kč, nepetejte se mně, proč jsme nepřidali o milion více. Celkové tržby tak vykazují meziroční pokles o 2,7 %. To je vzhledem k mimořádnému létu roku 2015 velice pozitivní výsledek. Výrazně nám pomohly tržby akvizic v Adriatickém regionu, expanze konceptu zdravých nápojů UGO a také růst tržeb na hlavním československém trhu. Změny v Polsku nás stály více než 20% tamních tržeb a bez vlivu Polska by tržby Skupiny Kofola meziročně rostly o 7,8 %. Pokračujeme v naší strategii a investujeme nemalé úsilí i finanční prostředky do segmentu On premise (HoReCa) a On the go. Celkové tržby v těchto formátech dosáhly rekordní hodnoty 1,8 mld. Kč a růstu téměř 8 %. Strategický cíl, stát se lídrem v tomto segmentu postupně přenášíme i do Adriatického regionu. Spotřebitelé v HoReCa si žádají jedinečné produkty a zážitky. Kofola má plné předpoklady tento trend podpořit, příkladem je limitovaná edice značky Vinea – Muškát Moravský produkovaný z lokální odrůdy vína.

Rok 2016 plně potvrdil správnost naší akviziční strategie. Minerální voda Radenska v kombinaci s dalšími značkami přináší významný růst tržeb. V roce 2016 tržby v regionu činily 816,7 mil. Kč a narostly tak o 11,9 %. Akvizice Radenska nemá pro Skupinu Kofola jen prostý komerční význam. Kofola se díky Radenské naučila vstupu na vzdálenější trhy a jsme připraveni k zahraniční expanzi. V samotném závěru roku 2016 jsme tak ve Skupině Kofola mohli přivítat velice chutnou značku minerální vody Studenac, která nás tradicí od roku 1875 posouvá do další země, Chorvatska. S podporou Studenac a dalších chorvatských značek příští rok takřka zdvojnásobíme obraty v Adriatickém regionu.

Již zmíněná změna obchodního modelu v Polsku spočívá v maximální podpoře prodeje vlastních značek při optimálnímu nastavení výrobních kapacit pro jejich výrobu. V roce 2016 jsme tak uzavřeli jeden výrobní závod, proběhla obměna managementu a firma prochází procesem výrazných změn.

Stále větší radost nám dělá značka UGO. Ta si již pevně vybudovala místo na trhu a stává se preferovaným zdravým protipólem klasických řetězců rychlého občerstvení. Čerstvé ovocné a zeleninové šťávy UGO, freshbary a salaterie UGO pokračovaly v roce 2016 v expanzi a meziroční růst tržeb dosáhl 53%. Na konci roku 2016 jsme provozovali 73 barů a zdravá jízda pokračuje.

Pozitivně se v nákladové oblasti projevují dlouhodobé investice do moderních technologií a výrobních postupů. Systém řízení nákladů je připraven čelit nepříznivému vývoji na trhu v oblasti vstupních surovin. Opětovný výkyv ceny cukru se v loňském roce podařilo eliminovat. Úroveň hrubé marže zůstala zachována a dosahuje hodnoty 39,8 %.

Finanční pozice firmy je vysoce stabilní a celkový čistý dluh dosahuje hodnoty 1688,7 mil. Kč což, představuje úroveň zadluženosti Net Debt / EBITDA ve výši 1,59. Akcionářům jsme vyplatili dividendu 156 mil. Kč, dokončili jsme akvizici v Chorvatsku, investujeme do výrobních prostředků a do našich značek.

V průběhu roku 2016 jsme úspěšně dokončili projekt zjednodušení struktury Skupiny Kofola, kdy přeshraniční merger sloučil společnosti Kofola ČeskoSlovensko, Kofola S.A., Kofola družba, Pinelli a Kofola CS.

Pro následující období předpokládáme další kladný vliv rostoucích makroekonomických ukazatelů regionu. Jsme připraveni se vyrovnat s nárůstem cen cukru a PET granulátu. Máme připraveny zásadní inovace a marketingové strategie pro podporu naší tržní pozice. Budeme integrovat chorvatskou akvizici a dokončíme projekt změny obchodního modelu v Polsku. Strategicky budeme rozvíjet největší středoevropskou síť freshbarů a salaterií UGO. Aktivně vyhledáváme akviziční příležitosti v regionu.

Vážení akcionáři a spolupracovníci, zatímco rok 2015 byl pro Skupinu Kofola přímo „vítězným“, tak rok 2016 by se dal nazvat „potvrzovacím“. Klasik říká, že je těžké vyhrát, ale ještě těžší obhájit. Klasik má zase jednu pravdu. Dovoluji si zde upřímně poděkovat akcionářům za jejich trpělivost, a všem kolegům za úsilí, které věnují naší Kofole.

Příloha č.1: Zpráva představenstva – prezentace 2016

Daniel Buryš,
Finanční ředitel, člen představenstva