

Vážení akcionáři,

budování úspěšné firmy je během na dlouhou trať a Kofola vloni oslavila 25 let podnikání. Za tu dobu jsme vyrostli z malé výroby okresního formátu na jednoho z nejvýznamnějších producentů nealkoholických nápojů ve středoevropském regionu. Jsem velice rád, že máme ve svých řadách i nemálo zaměstnanců, kteří s námi kráčí od prvních krůčků firmy. Celému týmu zaměstnanců patří poděkování za dlouhodobý růst a úspěchy Kofoly.

Rok 2018 se do naší historie zapíše velice pozitivním vývojem hospodaření a také vyřešením dlouhodobých korporátních handicapů. Položil tak silný základ k dalšímu růstu hodnoty společnosti pro akcionáře. Splnili jsme základní cíle, které jsme si pro rok 2018 vytýčili. Sebekriticky musíte uznat, že v některých částech naší kapitálové struktury jsme očekávali rychlejší růst. Pozitivní je diverzifikace našeho business modelu, který umožňuje dosáhnout celkového úspěchu.

Konsolidované tržby společnosti přesáhly hodnotu 7 miliard korun (celkem 7 118,8 mil. Kč) a představují meziroční růst 2,2 %. Bez započtení dlouhodobě klesající pozice na polském trhu by růst činil dokonce 7,2 % (4,1 % bez efektu akvizic Titbit, Premium Rosa a LEROS). Skvělým úspěchem je pokračující růst brandových tržeb (+5,7 %) a řízený pokles tržeb privátních značek. Privátní značky již nejsou obsaženy v naší strategii a v dalším období budou pouze doplňkem pro optimální vytížení výrobní kapacity.

Splnění náročného plánu hospodářského výsledku mělo tyto základní pilíře. Stabilní ekonomické prostředí a mírně rostoucí spotřeba nealkoholických nápojů. Relativně nízké ceny základních surovin, zejména pak cukru. Úspěšné inovace, zejména Royal Crown, Vinea Frizzante a Radenska Flavoured. Pomohlo nám nezvykle teplé počasí ve střední Evropě, což neplatilo pro Adriatický region. Naopak jsme se opětovně museli vyrovnat s podstatným navýšením ceny práce a růstem osobních nákladů.

Jsem rád, že mohu akcionářům po roce znovu reportovat ukazatel EBITDA nad úroveň 1 miliardy českých korun (celkem 1 011 mil. Kč). Meziroční dynamika růstu EBITDA činila 6,4 % a bez započtení polské společnosti HOOP růst činil výrazných 9,8 %. Klíčový ukazatel EBITDA marže stoupl z hodnoty 13,7 % v roce 2017 na 14,2 %. Předpokládáme, že pozitivní trendy spotřeby domácností a ceny základních surovin budou pokračovat i v roce 2019, a že na výkonnost roku 2018 úspěšně navážeme.

Čistý zisk po odečtení jednorázových položek dosáhl hodnoty 312,3 mil. Kč a narostl tak o celých 35 %. Provedli jsme zásadní přecenění našich polských aktiv a již v polovině roku jsme tomuto přizpůsobili kapitálovou strukturu. Cílem bylo zajistit akcionářům možnost výplaty stabilní úrovně podílu na zisku společnosti (formou snížení základního kapitálu).

Oblast nealkoholických nápojů ve střední a jihovýchodní Evropě prochází významnými změnami. Jedním z trendů je růst disponibilních prostředků spotřebitelů. Tento trend předpokládáme i po zpomalení růstu některých ekonomik. V kombinaci s počasím to způsobuje poměrně dynamický hodnotový růst trhu. Objemově jsou nárůsty podstatně nižší a některé kategorie dokonce zaznamenávají pokles (sirupy). Nárůst spotřeby je omezován rostoucí kategorií nealkoholických pivních limonád a dále využitím méně kvalitní kohoutkové vody v gastronomii. Nejrychleji rostoucí částí trhu je segment on the go, tedy menší formáty pro spotřebu mimo domov. Velkým úspěchem loňského roku je růst našeho tržního podílu v segmentu on premise (HoReCa) v České republice, kde jsme snížili náskok vedoucího konkurenta o celých 6 p.b. tržního podílu. Zatímco za rychlým růstem v naší největší kategorii kolových nápojů v ČeskoSlovensku stála točená Kofola a Royal Crown, v Adriatickém regionu to byla naše úspěšná distribuce značky Pepsi. Na retailovém trhu se mírně snižuje nesmyslně vysoká promoční aktivita a růst nákladů se u většiny producentů přenáší do prodejní ceny. Kofola značně investovala do sofistikovaného řízení prodejní a cenové strategie a výsledky tohoto projektu jsou hmatatelné.

Stejně jako v roce 2017 mohu reportovat dvě menší, ale pro budoucnost Skupiny Kofola významné akvizice. První z nich je společnost LEROS (Léčivé rostliny), tradiční specialista na léčivé bylinkové čaje. Nejen čaje, ale i Kofola a Rajec jsou příběhy plné bylinek a proto akvizice přesně zapadá do strategie společnosti. Další akvizicí je vysoce kvalitní minerální voda Klášterná, překvapující vyváženost vápníku a hořčíku. Tuto tradiční minerální vodu uvedeme na Slovenský trh již na hlavní sezonu roku 2019. Domácí minerální voda nám v portfoliu dosud na ČeskoSlovenském trhu chyběla.

Na domácím „core“ ČeskoSlovenském trhu jsme dosáhli velice zdravého růstu 4,3 %. Rostly prakticky všechny značky, kromě sirupů Jupí. Ty jsou leaderem kategorie, která celkově zaznamenává pokles. Nejrychleji rostoucími značkami jsou Kofola, Royal Crown a Vinea. Podstatně vyšší dynamiky růstu dosahujeme v segmentech on the go a on premise, prodeje v retailu rostou pomalejším tempem. Profitabilita na našem hlavním trhu předčila očekávání.

Tržby v Adriatickém regionu narostly o téměř 2,6 %. Nárůst byl postaven zejména na hlavní značce Radenska a také na značce Pepsi. Více jsme v loňském roce očekávali od chorvatského trhu. V Chorvatsku tržby sice narostly (2,3 %), ale nepodařilo se dosáhnout plánované ambice. Provedli jsme opatření a věříme, že následující období potvrdí úspěšnost našeho osvědčeného business modelu. Rozvoj v tomto regionu, včetně akvizic, považujeme za strategickou prioritu.

Koncept značky UGO pokračuje v prudkém růstu tržeb (10,5 %). Růst je nyní tažen balenými produkty a u sítě freshbarů a salaterií pokračujeme v procesu zvýšení profitability. Značka UGO se stala synonymem zdravého stravování a je v této oblasti jednoznačným leaderem trhu. Provozně nejsou dokončeny optimalizace procesů a v kombinaci s prudkým nárůstem

mzdových nákladů se nepodařilo posunout profitabilitu ze start-up úrovně. Na konci roku 2018 síť provozovala 81 provozoven a je největší svého druhu v regionu CEE.

Na našem méně úspěšném trhu v Polsku pokračujeme v pozitivním růstu tržeb i profitability prémiových sirupů Premium Rosa. V mainstreamovém byznysu dceřiné společnosti HOOP se nám sice podařilo zastavit pokles tržeb brandových výrobků, ale ani koncentrace do jednoho výrobního závodu nepokryla pokles produkce privátních značek. EBITDA firmy se dostala dokonce do záporných hodnot. Rozhodli jsme se situaci razantně řešit a předpokládáme ukončení naší přítomnosti na tomto vysoce konkurenčním trhu. Dceřinou společností Premium Rosa naopak hodláme dále rozvíjet.

Dovoluji si zopakovat, že ukazatel provozního hospodaření EBITDA dosáhl velice příznivé hodnoty 1 011 mil. Kč a čistý zisk 312,3 mil. Kč. Provozní zdroje jsou dostatečné na financování strategického rozvoje i výplatu stabilní úrovně dividend akcionářům. Finanční pozice firmy je velice příznivá. I přes vysoké investiční výdaje, akvizice a výplatu rekordní dividendy, zůstal celkový dluh na úrovni 2,4 mld. Kč. Podařilo se snížit úroveň zadluženosti Net Debt / EBITDA na hodnotu ve výši 2,4.

Z pohledu akcionářů společnosti došlo v roce 2018 k výraznému nárůstu likvidity našich akcií. Odchodem private equity investora narostl free float společnosti na PSE na hodnotu 27 %. Tato událost měla krátkodobě negativní vliv na cenu akcií, ale přirozeně vedla k navýšení objemu obchodů. Vyšší likvidita a vyřešení komplikované situace v Polsku navyšují atraktivitu Kofoly na finančních trzích.

Pro následující období je Kofola dobře připravena. I přes pozitivní makroekonomický vývoj bude trh objemově stagnovat. Důvodem je dopad nadprůměrně teplého počasí roku 2018. Hodnotově bude trh muset absorbovat přenesení růstu celkových nákladů producentů. V celém CEE regionu bude pokračovat trend prudkého růstu mzdových nákladů. Pozitivním faktorem je vývoj cen surovin, ve střednědobém horizontu je výhled méně optimistický.

Odvětví nealkoholických nápojů musí aktivně přistoupit k environmentálním otázkám. Jedná se zejména o problematiku navýšení efektivní míry recyklace plastových obalů a jejich následné využití. Kofola si uvědomuje svou společenskou odpovědnost a je jedním z nejvýznamnějších kontributorů systému recyklace. Podrobně problematiku analyzujeme a jsme připraveni do smysluplných opatření investovat.

Kofola bude pokračovat v realizaci svého schváleného strategického plánu. Prioritou je pro nás rozvoj vlastních značek a úspěšná distribuce značek našich partnerů. Předpokládáme ukončení produkce privátních značek. Budeme se soustředit na CEE region a zde budou směřovat i naše potenciální akvizice. Pokračovat budeme v budování značky UGO a předpokládáme zde výrazný růst tržeb. Do jednoho celku konsolidujeme a transformujeme naše úspěšné akvizice Premium Rosa a Leros. Ukončíme působení na mainstreamovém trhu v Polsku.

Vážení akcionáři a kolegové, rok 2018 byl rokem velice úspěšným. Úspěch nás těší, ale neuspává. Máme před sebou mnoho dalších cílů a úkolů. K jejich plnění máme všechny potřebné zdroje a jsme nabiti energií. Děkuji akcionářům za jejich důvěru a trpělivost, všem spolupracovníkům za vykonanou práci a těším se na další úspěchy firmy Kofola.

Jannis Samaras
předseda představenstva
Kofola ČeskoSlovensko a.s.