*Priopćenje, 15. rujna 2020.*

Kofola je iznad očekivanja svladala povijesno najteže tromjesečje

Grupacija Kofola zadržala je svoju snažnu poziciju čak i u jednom od najtežih tromjesečja s ​​kojima se ikad suočila. S ekonomskog gledišta, izvrsno se snašla. Ti su rezultati postignuti uz pomoć dugoročne strategije tvrtke koja se temelji na tradicionalnim i lokalnim brendovima, fleksibilnosti u donošenju odluka kada se traži ušteda i izvanrednom angažmanu zaposlenika. Kofola je uspješno preuzela tvrtke Ondrášovka i Korunní, što je dovelo do porasta tržišnog udjela u češkoj maloprodaji. Uprava Kofole očekuje da se cijelo tržište postupno počne ponovno buditi, a opet, u slučaju promjena, Grupacija ima dovoljno resursa za prevladavanje teških vremena.

Način na koji se Kofola nosila s vrlo zahtjevnim drugim tromjesečjem 2020. godine, pod velikim utjecajem pandemije COVID-19 i s njom povezanih epidemioloških mjera, premašio je sva očekivanja. Iako je došlo do smanjenja prihoda Grupacije između tromjesečja od 15,9%, Kofola je ipak završila s pozitivnom neto dobiti, a EBITDA marža ostala je na 15,7%.

“Snašli smo se, i to izvrsno, moram pripomenuti”, kaže Jannis Samaras, izvršni direktor Kofole i objašnjava: “Prije mnogo godina stavili smo sve na proizvodnju lokalnih brendova. To se pokazalo ispravnom strategijom jer se potrošači okreću jakim robnim markama čak i u vrijeme krize. Naša sposobnost brzog odlučivanja — za što smo još uvijek sposobni, unatoč veličini naše tvrtke — pomogla nam je da prebrodimo ovo teško razdoblje. Usredotočili smo se na prioritete, a ostalo je gurnuto u stranu ili potpuno napušteno. Razlog zbog kojeg smo se tako dobro snašli u jednom od povijesno najtežih tromjesečja je angažiranost i fleksibilnost svih u Grupaciji, kojima sam vrlo zahvalan.”

Najjači čehoslovački segment na razini prihoda i bez utjecaja akvizicija smanjio se između tromjesečja za 25,1%, što je s obzirom na negativna kretanja u travnju 2020. izvrstan rezultat. Segment Adriatic zabilježio je još manji pad prihoda, samo 23,3%. S druge strane, UGO je najviše pogođen zbog zatvaranja trgovačkih centara i gastro objekata, jer je iznenada izgubio veći dio prihoda. Kako bi se izborio s ovom kompliciranom situacijom, UGO je reagirao pokretanjem novih usluga, poput UGO dostave, i jačom suradnjom s partnerskim dostavnim službama.

Kao i u drugim kritičnim razdobljima, Kofola je pokazala da njezina DNK ostaje netaknuta, bez obzira koliko je velik pritisak na njezinu ekonomsku učinkovitost. Nakon što je postala jedan od osnivača inicijative Zachraň hospodu (“Spasimo pubove”) u Češkoj i #podporsvojpub (Podrži svoj pub) u Slovačkoj, podržala je i epidemijom pogođenu gastronomiju u drugim projektima. Da bi potaknula potrošače da se vrate u pubove, pridonijela je 90 kino projekcija diljem Čehoslovačke, godišnji drveni turistički pečat koji se dobivao nakon kupnje dvije točene Kofole i Adriatic kampanju #Zaskupaj (Zajedno), koja je potrošačima pružila priliku (putem bonova) da pozovu svoje prijatelje na besplatnu kavu i Radensku. Darivanje oko 5000 bonova pomoglo je oživjeti slovensku gastronomiju.

Istodobno, Grupacija je potvrdila da neće odustati od svojih dugoročnih održivih napora, bez obzira na situaciju. U lipnju je uspjela certificirati dolinu Rajecká kao BIO stanište za slobodno sakupljanje bilja, a u odabranim UGO salaterijama i događajima lansirala je “vodu bez pakiranja”, tj. točenu izvorsku vodu Rajec.

I na druge je načine Kofola dokazala da može donijeti inovacije proizvoda čak i u nepovoljnim vremenima. Predstavljen je novi asortiman voda s okusom bilja napravljenih od vlastitih biljaka, Rajec od šipka, kao i Kofola u limenkama od pola litre, što je nekoliko puta premašilo očekivanu prodaju. Ostale nove proizvode predstavlja Korunní u vidu staklenih povratnih boca za sektor gastronomije, i LEROS Cold Brew originalna mješavina bilja za pripremu ukusnog ledenog čaja, u biljnom segmentu.

“Bila su to teška vremena. Vjerujemo da nas je ovo drugo tromjesečje, koje je bilo operativno zahtjevno, učinilo jačima i spremnima za moguće daljnje fluktuacije. Ostatak godine usredotočit ćemo se na razvoj potencijala Ondrášovke i Korunna, u kojima vidimo stvarne izglede; a sljedeće ćemo raditi na konsolidaciji našeg poslovanja s čajevima i kavama”, dodaje Jannis Samaras i završava rekavši: “Postavili smo novi cilj EBITDA-e za 2020. godinu između 950 i 1000 m CZK s obzirom na razvoj u proteklim mjesecima. Na temelju uspješne ljetne sezone, odbor će predložiti isplatu dividende u nepromijenjenom iznosu, odnosno 13,50 CZK po dionici.”

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **U tisućama EUR (trajne operacije)** | **6M2020** | **6M2019** | **Promjena** | **Promjena (%)** |
| Prihodi | 104 571 | 115 183 | -10 612 |  -9,2% |
| Operativni rezultat | 2 079 | 6 074 | -3 995 |  -65,7% |
| EBITDA | 13 259 | 16 130 | -2 871 |  -17,8% |
| *\* s jednokratnim stavkama i ponovno izračunato po prosječnom tečaju za* 6M20 |  |  |

Dodatne informacije za medije:

**Dodatne informacije:**

 **Jana Ptačinská Jirátová**

 Communications Manager CZ&SK

 Kofola ČeskoSlovensko

 +420 604 153 396

 jana.ptacinska@kofola.cz

 **Alenka Dujanović**

 Specialist za odnose z javnostmi

 Radenska d.o.o

 Telefon: +3862 520 36 13

 Mobilni telefon: +38651 647 097

 alenka.dujanovic@radenska.si

**O grupaciji Kofola:**

**Grupacija Kofola jedan je od najvećih proizvođača bezalkoholnih napitaka s 11 proizvodnih pogona na pet europskih tržišta. Grupacija ukupno zapošljava više od 2100 ljudi.**

U portfelju proizvoda grupacije Kofola u Republici Češkoj i u Slovačkoj nalaze se tradicionalno kola piće Kofola proizvedeno po originalnom receptu, izvorska voda Rajec, Jupí slatni voćni napitci, napitak od grožđa Vinea, dječji napitci Jupík, energetski napitci Semtex i druge tradicijske češke marke kao što su Chito, Top Topic i Citro Cola. Po licenci Kofola proizvodi i distribuira napitke Royal Crown Cola i Orangina. od veljače 2013. Kofola je i ekskluzivni distributer brendova Evian i Badoit za Češku i Slovačku, a od listopada 2013. tradicionalne izvorske ljekovite mineralne vode Vincentka za češke maloprodajne lance i gastro sektor. Od početka 2015. godine, Kofola je također ekskluzivni distributer proizvoda Rauch za tržišta Češke i Slovačke.. Najnoviji su dodaci portfelju pića na tržištu Češke i Slovačke mineralna voda Kláštorná Kalcia te craft cideri i limunade F. H. Prager.

Grupacija Kofola vodi i mrežu UGO, koju čini 80 UGO barova sa svježim voćnim i povrtnim sokovima i barova sa salatama u Češkoj i Slovačkoj. Kofola je 2017. kupila tvornicu voćnih i biljnih proizvoda Premium Rosa iz Poljske. Najnoviji dodatak segmentu Fresh & Herbs je kompanija Espresso, koja na češko tržište preko 20 godina stavlja ne samo vrhunsku kavu Café Reserva, nego i premium čajeve Dilmah.

2015. slovensko je poduzeće Radenska postalo član grupacije Kofola. U 2016. godini portfelj tradicionalnih mineralih voda Radenska te voćnih napitaka Ora i Oaza upotpunjen je brendovima Nara, Inka i Voćko, popularnim hrvatskim brendovima pića. Radenska je proizvođač i distributer napitaka Pepsi, Mirinda i 7Up za slovensko, a od 2016. i za hrvatsko tržište. 2016. Kofola je kupila hrvatsku tvrku Studenac, proizvođača mineralne vode.