

## INFORMACJA PRASOWA

### Dobre wyniki Grupy Żywiec w 2016 r.

Warszawa, 15 luty 2016

**Grupa Kapitałowa Żywiec S.A. opublikowała dziś wyniki finansowe za 2016 rok. W ubiegłym roku firma zwiększyła sprzedaż piwa do 11,7 mln hektolitrów (wzrost o 0.6 proc. wobec 11,6 mln hl w 2015r.). Zysk z działalności operacyjnej Grupy wyniósł 328 mln złotych. Skonsolidowane przychody netto ze sprzedaży wyniosły 2.393 mln złotych.**

*(UWAGA: Porównanie wyników finansowych Grupy jeden do jednego (like for like) w stosunku do roku 2015 wymaga analizy kilku istotnych czynników takich jak: zmiana modelu biznesowego Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. oraz sprzedaż spółki dystrybucyjnej Dистриbev Sp. z o. o. w dniu 1 lutego 2016 roku)*

- W 2016 roku kontynuowaliśmy dobre wyniki uzyskane w szczególnie korzystnym dla Grupy 2015 roku, umacniając pozycję konkurencyjną. Mimo trudnego otoczenia rynkowego, zwiększyliśmy sprzedaż dzięki silniejszym markom oraz innowacjom. W wyniku wydzielenia, a następnie sprzedaży spółki dystrybucyjnej Dистриbev Sp. z o.o. 1 lutego 2016 roku, przychody Grupy Kapitałowej spadły, ale także znacząco zmniejszyły się koszty działalności. Organicznie (wyłączając Dистриbev z omawianego okresu w roku 2015) przychody Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. zmniejszyły się o około 1,9%, głównie w wyniku dalszego spadku cen na rynku. – powiedział Guillaume Duverdier, Prezes Zarządu Grupy Żywiec. –Przeprowadzona w poprzednich latach restrukturyzacja przyniosła dalsze korzyści, co obok wzrostu sprzedaży w segmencie marek premium i transakcji sprzedaży spółki Dистриbev, wpłynęło pozytywnie na wysokość naszego zysku – dodał.

#### Rynek piwa

W porównaniu do 2015 r. sprzedaż piwa w Polsce wzrosła w ujęciu ilościowym 2.1%\*<sup>1</sup> głównie dzięki korzystnej pogodzie na początku sezonu, efektowi Euro 2016 i większym dochodom rozporządzalnym konsumentów (niższe bezrobocie i wzrost przeciętnego wynagrodzenia). W tym samym czasie w ujęciu wartościowym sprzedaż wzrosła tylko 1.4%, co oznacza dalszy spadek średniej ceny piwa o około 3 gr. Było to spowodowane m.in. dalszą konsolidacją kanałów sprzedaży. Na rynku widać kontynuację głównych trendów. Chociaż tradycyjne jasne pełne nadal dominuje w wyborach konsumenckich, to najbardziej dynamicznie rozwijają się takie kategorie jak specjalności, piwa smakowe, nisko i bezalkoholowe.

#### Silniejsze marki i innowacje

W 2016 roku Grupa Żywiec skutecznie wdrażała strategię ukierunkowaną na wzmacnianie marek i innowacje, zwiększając sprzedaż piwa w kraju o 0,6%. Eksport piw Grupy wzrósł o 14%.

- Flagowa marka Żywiec umocniła pozycję lidera segmentu premium i eksportu, co zostało docenione prestiżowym wyróżnieniem w Rankingu Najsilniejszych Polskich Marek.
- Firma skutecznie wprowadziła na rynek **siedem nowych produktów**:
  - **Żywiec Bezalkoholowe** rozszerzyło ofertę flagowej marki w dynamicznie rosnącym segmencie.
  - **Żywiec Szampańskie** uwarzone z okazji jubileuszu 160-lecia Arcyksiążęcego Browaru w Żywcu, wzmocniło markę jako lidera w segmencie piwnych specjalności
  - Grupa Żywiec kontynuowała rozwój oferty marek regionalnych wprowadzając nowe warianty piwa **Leżajsk** oraz wariant **Królewskie Niefiltrowane**, który przyczynił się do wzmocnienia wiodącej pozycji tej marki w Warszawie

<sup>1</sup> \*Source: Nielsen Consumer Panel



- Nowy wariant smakowy **Warka Radler jabłko z gruszką** przyczynił się do dalszego wzrostu udziału rynkowego tej marki, która jest liderem segment radlerów w Polsce.
- Dążąc do dalszego rozwoju w obiecującym segmencie cydrów, Grupa Żywiec rozszerzyła ofertę marki **Strongbow** o nowy smak, a także wprowadziła na rynek zupełnie nowy produkt - piwo o smaku cydru pod nową marką **Dziki Sad**.

Kontynuując strategię skupienia na podstawowych obszarach biznesu, obok sprzedaży spółki Distribev, Grupa Żywiec wydzieliła w pełni na zewnątrz realizację usług transportowych (likwidacja Trans-Trade Żywiec). Firma poprawiła także efektywność wewnętrzną i elastyczność w działaniu na rynku.

## Perspektywa 2017

Oczekujemy, że w 2017 roku sprzedaż piwa utrzyma się na podobnym poziomie jak w 2016 roku oraz spodziewamy się powrotu do wzrostu wartości kategorii, po długim okresie deflacji. Koszty produkcji mogą nieznacznie wzrosnąć w wyniku uwarunkowań makroekonomicznych w tym inflacji krajowej, a także osłabienia złotych.

Grupa Kapitałowa Żywiec S.A. będzie kontynuować wysiłki na rzecz budowania silnych marek i wdrażania innowacji, poprawy dystrybucji, poprawy jakości obsługi klienta i wzrostu satysfakcji konsumentów.

-----  
**Grupa Żywiec** to jeden z czołowych producentów piwa w Polsce posiadający najszerze portfolio 13 stylów piwnych, 16 marek i 41 produktów. Marką flagową firmy jest Żywiec – lider segmentu premium i jedno z najpopularniejszych polskich piw eksportowych sprzedawane za granicą od ponad stu lat. Do najsilniejszych marek spółki należą też: Heineken, Desperados, Warka, Tatra i EB. Ważną część oferty Grupy stanowią piwa regionalne: Królewskie (Polska centralna), Leżajsk (południowo-wschodnia), Specjal (północna) i Brackie (południowa). Spółka prowadzi również sprzedaż zagranicznych piw specjalnych (Paulaner, Affligem, Murphy's) oraz polskich piw specjalnych (Żywiec Porter, Żywiec Marcowe, Żywiec Białe, Żywiec Bock, Żywiec APA, Żywiec Saison, Warka Radler, Kaper). Firma powiązana jest z Grupą HEINEKEN. W 2015 roku Grupa Żywiec sprzedała ponad 11 mln hektolitrów piwa warzonego w pięciu browarach, tj. w Warce, Elblągu, Leżajsku oraz Arcyksiążęcym Browarze w Żywcu i Browarze Zamkowym Cieszyn. Grupa Żywiec jest jedyną spółką spośród producentów piwa w Polsce, notowaną na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie, gdzie zadebiutowała 24.09.1991 r. Więcej informacji o firmie: [www.grupazywiec.pl](http://www.grupazywiec.pl)

