



A M B R A

THE SPIRIT OF WINE

Wyniki finansowe za I kwartał roku obrotowego 2014/2015

Warszawa, 14 listopada 2014 r.

Agenda



A M B R A

THE SPIRIT OF WINE

- **Wyniki finansowe i kluczowe wskaźniki za I kwartał roku obrotowego 2014/2015**
- Projekt rozwojowy – CYDR LUBELSKI
- Założenia biznesowe na rok obrotowy 2014/2015



Kluczowe wskaźniki za I kwartał 2014/2015



A M B R A
THE SPIRIT OF WINE

Kluczowe wskaźniki	Q1 2014/2015	Q1 2013/2014	zmiana [%]
Sprzedaż [mln średnich butelek]	13,8	11,7	+17,8
Przychody ze sprzedaży netto [mln zł]	86,8	81,8	+6,1
Marża ze sprzedaży [mln zł]	39,8	37,7	+5,7
<i>Marża ze sprzedaży %</i>	<i>45,9%</i>	<i>46,0%</i>	
Zysk brutto ze sprzedaży [mln zł]	30,3	30,5	-0,6
<i>Zysk brutto ze sprzedaży %</i>	<i>35,0%</i>	<i>37,3%</i>	
Zysk ze sprzedaży	5,7	7,2	-20,5
EBIT [mln zł]	6,3	7,1	-11,0
Zysk netto akcjonariuszy jednostki dominującej [mln zł]	2,4	3,4	-28,1
Przepływy pieniężne operacyjne [mln zł]	5,3	-6,0	+188,1
Aktywa [mln zł]	436,1	437,0	-0,2
Zobowiązania z tytułu kredytów i pożyczek netto [mln zł]	86,4	95,0	-9,1

Kluczowe wskaźniki za I kwartał 2014/2015



A M B R A

THE SPIRIT OF WINE

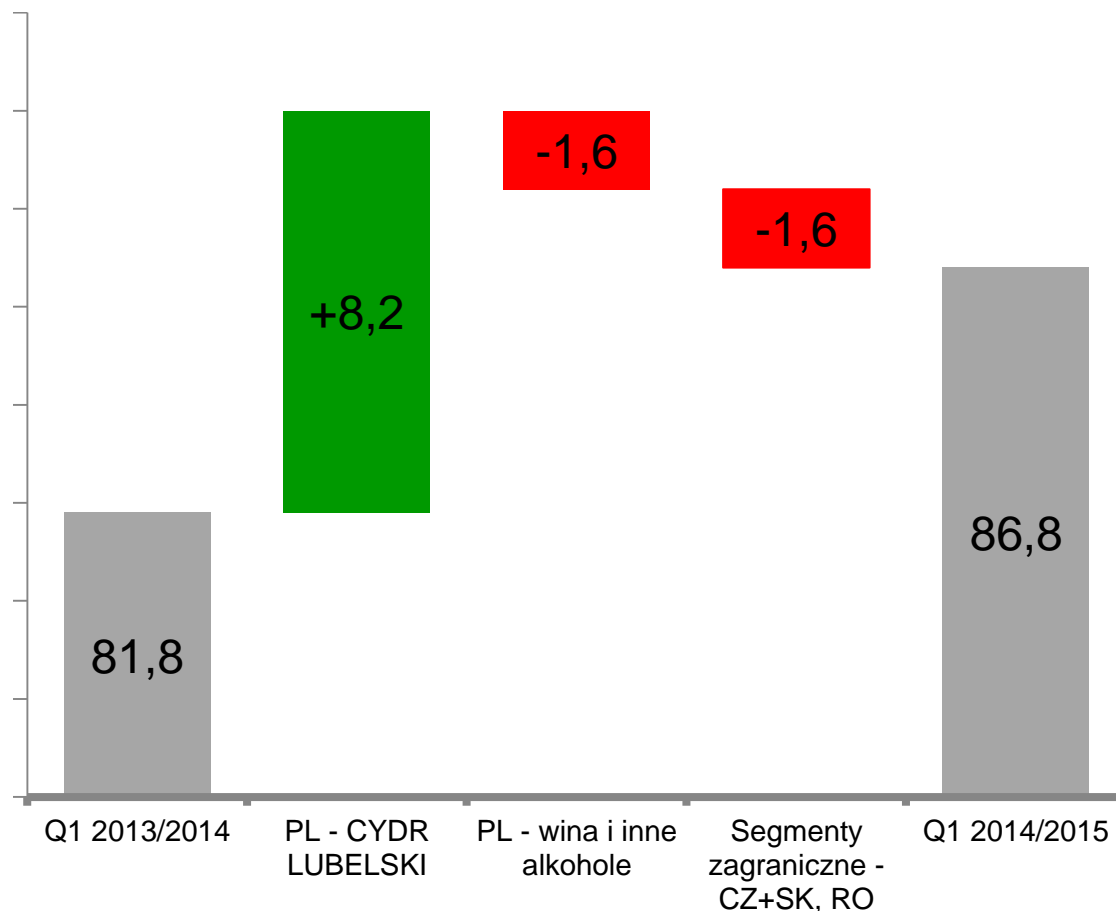
- Wzrost przychodów ze sprzedaży netto o 5,0 mln zł, czyli o 6,1% przede wszystkim dzięki dobremu wynikowi sprzedaży CYDRU LUBELSKIEGO w Polsce. Spadek średniej ceny netto wynikający ze zwiększenia udziału cydru.
- Rentowność marży ze sprzedaży na poziomie zbliżonym do analogicznego okresu ubiegłego roku obrotowego.
- Zwiększone o 2,4 mln zł koszty marketingu i dystrybucji związane z inwestycjami w rozwój CYDRU LUBELSKIEGO obniżają zysk brutto ze sprzedaży, który spada o 0,6%.
- Rozbudowa działu sprzedaży umożliwiająca wzrost poziomu dystrybucji CYDRU LUBELSKIEGO i pozostałych marek głównym czynnikiem wzrostu kosztów wynagrodzeń o 1,3 mln zł.
- Zysk operacyjny EBIT spada o 0,8 mln zł – w wyniku poniesionych kosztów rozwoju CYDRU LUBELSKIEGO.
- Zysk netto przypadający akcjonariuszom jednostki dominującej niższy o 1,0 mln zł, czyli o 28,1%. Udział akcjonariuszy mniejszościowych w wyniku rośnie o 0,5 mln zł.
- Spadek zadłużenia o 8,7 mln zł, czyli 9,1% dzięki obniżeniu poziomu zapasów.

Sprzedaż netto

[mln zł] I kwartał 2014/2015



A M B R A
THE SPIRIT OF WINE



**Wzrost przychodów
o 5 mln zł (+6,1%)**

Polska – dynamiczny rozwój
CYDRU LUBELSKIEGO;
niższa sprzedaż wermutów.

Czechy i Słowacja –
osłabienie korony czeskiej i
przesunięcie promocji.

Rumunia – przejściowy
spadek sprzedaży alkoholi
mocnych (efekt bazy ub.r.
przed podwyżką akcyzy).

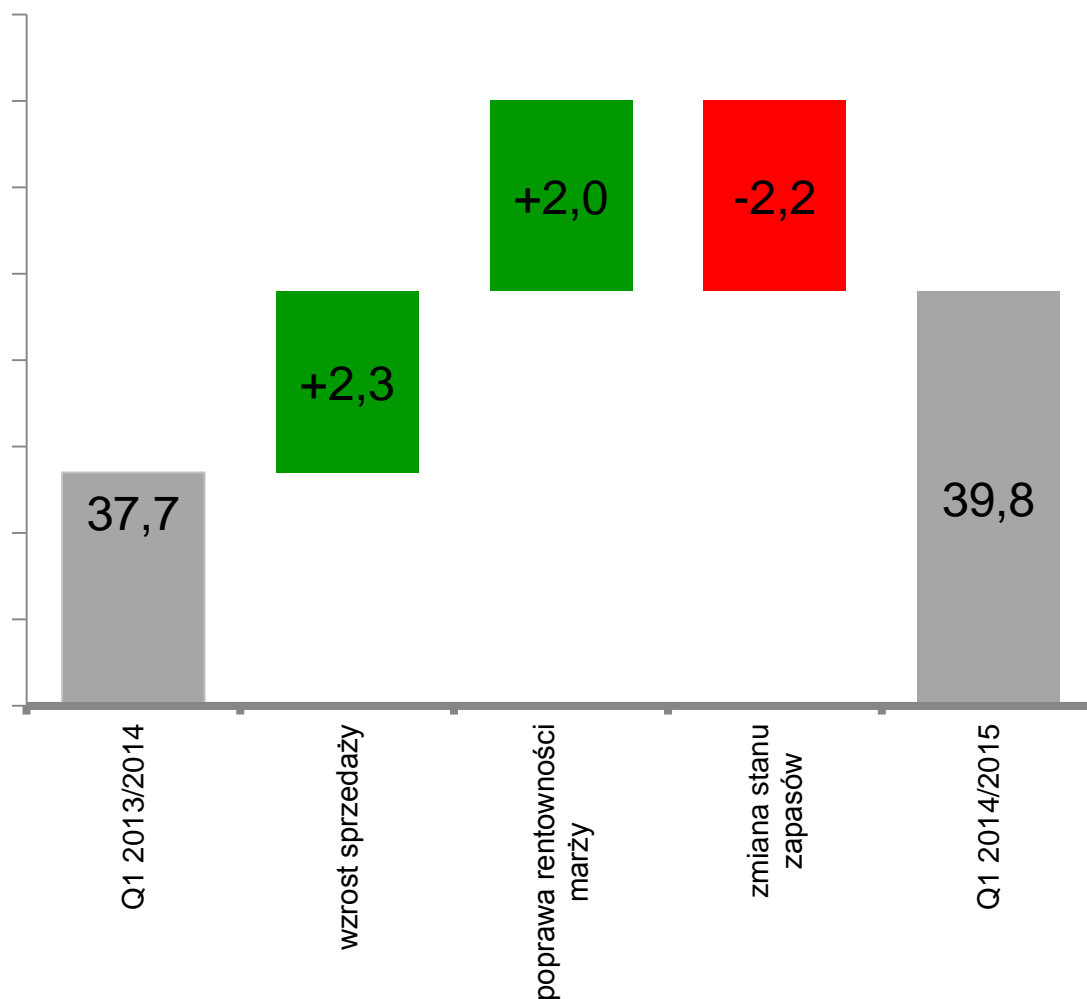
Marża ze sprzedaży

[mln zł] I kwartał 2014/2015



A M B R A

THE SPIRIT OF WINE



**Wzrost marży
o 2,1 mln zł (+5,7%)**

Wzrost sprzedaży był
głównym czynnikiem
wzrostu marży

Poprawa rentowności
marży została przejściowo
znielowana przez zmianę
stanu zapasów

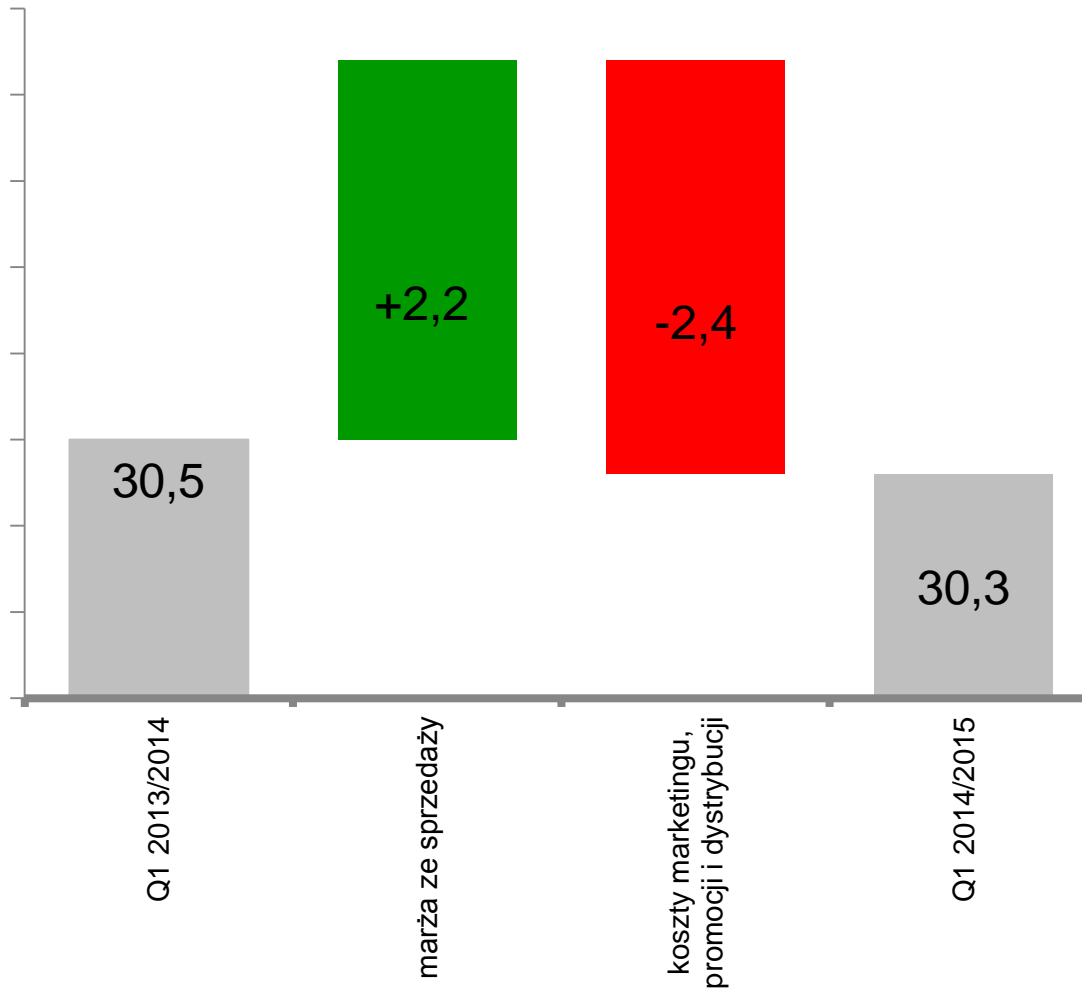
Zysk brutto ze sprzedaży

[mln zł] I kwartał 2014/2015



A M B R A

THE SPIRIT OF WINE



Spadek zysku brutto ze sprzedaży o 0,2 mln zł, czyli 0,6%

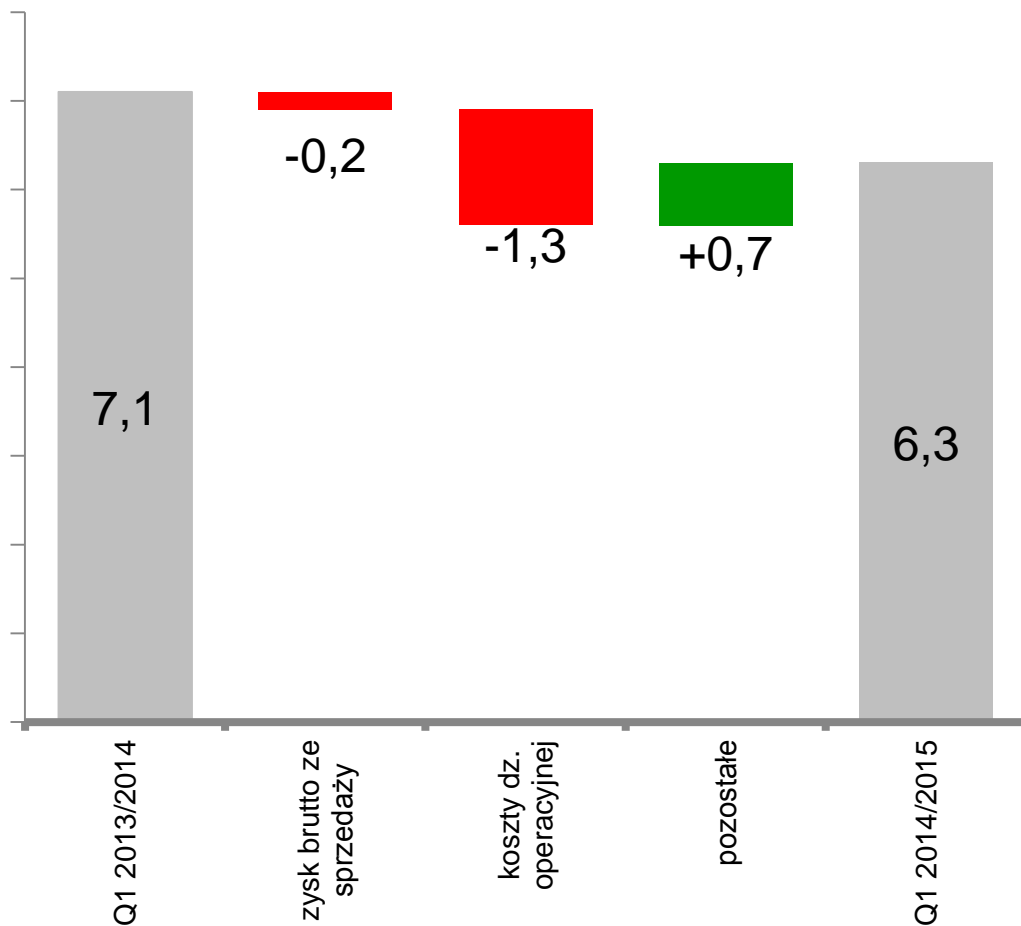
Wzrost kosztów marketingu związany głównie z rozwojem CYDRU LUBELSKIEGO

Zysk operacyjny (EBIT)

[mln zł] – I kwartał 2014/2015



A M B R A
THE SPIRIT OF WINE



Spadek zysku operacyjnego o 0,8 mln zł

Wzrost kosztów operacyjnych w związku z rozbudową organizacji sprzedaży i podwyżkami płac

Pozostałe przychody operacyjne – otrzymane odszkodowania w Rumunii

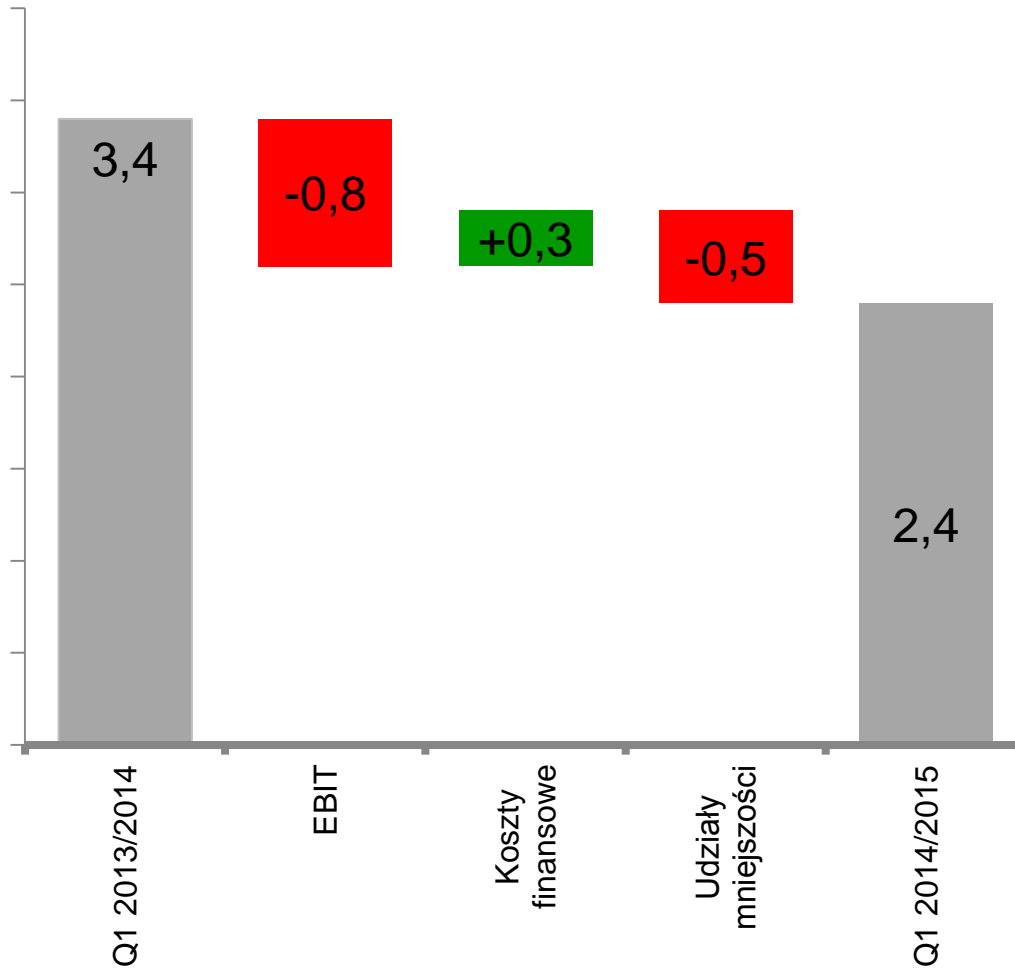
Zysk netto akcjonariuszy AMBRA

[mln zł] – I kwartał 2014/2015



A M B R A

THE SPIRIT OF WINE



Zysk netto akcjonariuszy jednostki dominującej niższy o 1,0 mln zł

Spadek zysku netto przypadającego akcjonariuszom jednostki dominującej głównie w efekcie inwestycji w rozwój CYDRU LUBELSKIEGO

Agenda



A M B R A

THE SPIRIT OF WINE

- Wyniki finansowe i kluczowe wskaźniki za rok obrotowy 2013/2014
- **Projekt rozwojowy – CYDR LUBELSKI**
- Założenia biznesowe na rok obrotowy 2014/2015



Projekt rozwojowy CYDR LUBELSKI



A M B R A

THE SPIRIT OF WINE

Co osiągnęliśmy od wprowadzenia na rynek?

- Sprzedaż: około 5 mln litrów
- Pozycja rynkowa: zdecydowany lider
- Świadomość marki (spontaniczna): ponad 50%

Wsparcie marketingowe obejmowało m.in.:

- telewizyjną kampanię sponsoringową
- eventy
- specjalne ekspozycje w miejscach sprzedaży



Projekt rozwojowy CYDR LUBELSKI



A M B R A
THE SPIRIT OF WINE

Perspektywy rozwoju rynku cydru:

- 30 do 50 mln litrów w ciągu 5 lat
- czyli ok. 0,8% – 1,5% rynku piwa

Taki poziom konsumpcji cydru nadal będzie niski w porównaniu do wielu innych krajów europejskich.



Agenda



A M B R A
THE SPIRIT OF WINE

- Wyniki finansowe i kluczowe wskaźniki za rok obrotowy 2013/2014

- Projekt rozwojowy – CYDR LUBELSKI

- **Założenia biznesowe na rok obrotowy 2014/2015**

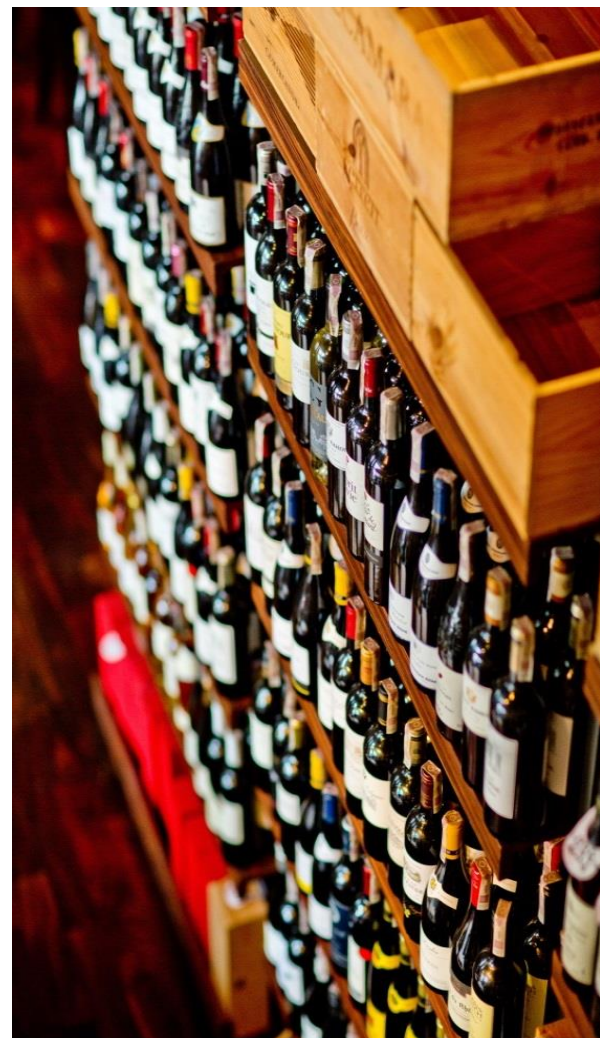


Założenia biznesowe na rok 2014/2015



A M B R A
THE SPIRIT OF WINE

- ✓ Stabilny poziom sprzedaży win
- ✓ Dynamiczny wzrost sprzedaży cydru
- ✓ Inwestycje w markę CYDR LUBELSKI
- ✓ Wzrost EBIT
- ✓ Powrót do efektywnej stawki podatkowej ok. 20%





A M B R A

THE SPIRIT OF WINE

Zapraszamy do kontaktu

www.ambra.com.pl

ir@ambra.com.pl

https://twitter.com/ambra_sa



A M B R A

THE SPIRIT OF WINE

Niniejsza prezentacja poświęcona Spółce AMBRA S.A. („Prezentacja”) została przygotowana przez AMBRA S.A. („Spółka”). Ani niniejsza Prezentacja, ani jakakolwiek jej kopia nie może być powielana, rozpowszechniana, ani przekazywana bezpośrednio lub pośrednio jakiejkolwiek osobie w jakimkolwiek celu bez wiedzy i zgody Spółki. Nieprzestrzeganie tych ograniczeń może stanowić naruszenie obowiązującego prawa.

Niniejsza Prezentacja może nie przedstawiać pełnego ani wyczerpującego obrazu Spółki, jej pozycji i perspektyw. Niniejsza Prezentacja, związane z nią slajdy oraz ich opisy mogą zawierać twierdzenia odnoszące się do przyszłości. Twierdzenia takie nie mogą być jednak rozumiane jako zapewnienia i prognozy Spółki, co do spodziewanych przyszłych wyników Spółki czy spółek jej grupy kapitałowej. Spółka przekazuje istotne fragmenty jej strategii oraz poszczególne aspekty jej działalności zgodnie z najlepszą wiedzą Zarządu.

Ani Spółka, ani jej Akcjonariusze, podmioty zależne, doradcy lub przedstawiciele tych osób nie ponoszą żadnej odpowiedzialności z jakiegokolwiek powodu wynikającego z dowolnego wykorzystania niniejszej Prezentacji. Ponadto żadne informacje zawarte w niniejszej Prezentacji nie stanowią zobowiązania ani oświadczenia ze strony Spółki, jej udziałowców, podmiotów zależnych, doradców lub przedstawicieli takich osób.

Niniejsza Prezentacja została sporządzona wyłącznie w celach informacyjnych i promocyjnych i nie stanowi oferty kupna bądź sprzedaży, ani oferty mającej na celu pozyskanie oferty kupna lub sprzedaży jakichkolwiek papierów wartościowych, bądź instrumentów., finansowych lub uczestnictwa w jakimkolwiek przedsięwzięciu handlowym. Niniejsza Prezentacja nie stanowi oferty ani zaproszenia do dokonania zakupu bądź zapisu na jakiegokolwiek papierze wartościowym w dowolnej jurysdykcji i żadne postanowienia w niej zawarte nie mogą stanowić podstawy żadnej umowy, zobowiązania lub decyzji inwestycyjnej, ani też nie należy na niej polegać w związku z jakąkolwiek umową, zobowiązaniem lub decyzją inwestycyjną.