

INFORMACJA PRASOWA

Warszawa, 1 sierpnia 2016

Grupa Kapitałowa Żywiec w I półroczu 2016: Solidny wynik na starcie sezonu piwnego

W pierwszej połowie 2016 r. skonsolidowany zysk z działalności operacyjnej Grupy Żywiec, producenta m.in. Żywca, Heinekena, Warki i Tatry, wyniósł 171 mln PLN w porównaniu z kwotą 113 mln w takim samym okresie 2015 roku. Grupa osiągnęła skonsolidowane zyski oraz inne całkowite dochody w wysokości 132 mln złotych w porównaniu z kwotą 88 mln złotych w pierwszym półroczu 2015.

- W pierwszych sześciu miesiącach roku Grupa Żywiec utrzymała pozytywną dynamikę kontynuując dobry trend z ubiegłego roku. Utrzymaliśmy naszą pozycję rynkową pomimo zwiększonej aktywności promocyjnej konkurencji. Inwestycje w silne marki, szczególnie w segmencie premium i piw regionalnych, a także zmiany w modelu biznesowym wprowadzone w ostatnich latach, przynoszą dalsze rezultaty. Finalizacja transakcji sprzedaży 80% udziałów w spółce dystrybucyjnej Dtribev na początku roku, jednorazowo pozytywnie wpłynęła na całłościowy wynik - powiedział Guillaume Duverdier, Prezes Zarządu Grupy Żywiec S.A.

Udany początek sezonu

W pierwszym półroczu 2016 roku sprzedaż piwa w Polsce wzrosła jednocyfrowo przede wszystkim dzięki korzystnym warunkom pogodowym. Jednak rynek kontynuuje spadek w ujęciu wartościowym.

Pomimo zwiększonej aktywności promocyjnej ze strony konkurencji, Grupa Żywiec zwiększyła sprzedaż piwa do poziomu 5,8 mln hektolitrow, w porównaniu z wynikiem 5,6 mln hektolitrow z analogicznego okresu roku ubiegłego.

Innowacje w zgodzie z trendami

Grupa Żywiec rozpoczęła tegoroczny sezon z kilkoma nowościami, które dobrze wpisują się w oczekiwania konsumentów. **Żywiec Bezalkoholowe** doskonale uzupełnia ofertę flagowej marki i odpowiada na trend poszukiwania przez konsumentów piw bezalkoholowych (ten segment w ubiegłym roku wzrósł o 11%¹). **Królewskie Niefiltrowane** wzmacnia pozycję lidera marki Królewskie w Warszawie i przyciąga do marki nowych konsumentów. Firma zaoferowała także dwa nowe **warianty piwa Leżajsk**, które wpisują się w rosnące zainteresowanie produktami regionalnymi.

Wprowadzony przed sezonem nowy wariant smakowy **Warki Radler** jabłko z gruszką został bardzo dobrze odebrany przez konsumentów i umacnia wiodącą pozycję Warki Radler w tym segmencie (Warka utrzymuje 50% rynku mimo coraz szerszej oferty konkurencji).

Najnowszy produkt w portfolio Grupy Żywiec **Dziki Sad**, który ma charakter piwa oraz smak cydru, to ciekawa propozycja dla konsumentów obu kategorii. W 2015 r. pod względem wielkości sprzedaży segment mikсів piwnych odnotował wzrost o 17% w porównaniu z rokiem 2014². W tym segmencie najszybciej rosnącą kategorią są miksy o zawartości alkoholu powyżej 4%. Innowacje zapewniły już Grupie Żywiec pozycję lidera w kategorii 2% alkoholu. Dziki Sad (4,5% alkoholu) jest więc naturalnym krokiem w rozwoju portfolio i odpowiedzią na potrzeby konsumentów.

Perspektywa na dalsze miesiące

Grupa Żywiec kontynuuje inwestycje w budowanie silnych marek i zapewnienie atrakcyjnej oferty marketingowej dla klientów i konsumentów. W nadchodzących miesiącach firma będzie się

¹ *(Grupa Żywiec za Nielsen - Panel Handlu Detalicznego, Cała Polska, sprzedaż wolumenowa, segment o zawartości alkoholu 0,0%-1,5% z wyłączeniem piw smakowych oraz napojów na bazie piwa, okres styczeń 2015 - grudzień 2015 oraz styczeń 2014 - grudzień 2014, kategoria: piwo).

² Źródło: Grupa Żywiec za Nielsen - Panel Handlu Detalicznego, Cała Polska, segment piw specjalnych (dane oparte na klasyfikacji własnej Klienta), okres Styczeń 2014 - Grudzień 2014 oraz Styczeń 2015 - Grudzień 2015, kategoria Piwo.



koncentrować na realizacji programów przygotowanych na sezon letni oraz zapewnieniu dostępności i budowaniu świadomości nowości produktowych.

Grupa Żywiec to jeden z czołowych producentów piwa w Polsce posiadający najszersze 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

