



BELVÉDÈRE

Komunikat prasowy

Beaucaire, 14 listopada 2014 r.

OBROTY NA 30 WRZEŚNIA 2014 R.

Skupienie się na działalnościach o wysokich marżach oraz na własnych markach

Umocnienie pozycji trzeciego gracza na francuskim rynku alkoholi mocnych

Dalsze zdobywanie udziałów w rynku przez sztandarowe marki Grupy

Belvédère SA (na Euronext w Paryżu jako BVD) informuje niniejszym o osiągniętych obrotach, jeszcze przed audytem, na 30 września 2014 r.

Skonsolidowane obroty (w milionach €)	2013	różnica organiczna	różnice kursowe	2014 (*)	różnica w %	różnica w % przy stałym kursie
Dane przed audytem (*)						
I kwartał	112,4	-0,9	-0,8	110,7	-1,5%	-0,8%
II kwartał	141,5	-16,5	0,7	125,7	-11,2%	-11,7%
III kwartał	140,0	-20,5	0,7	120,3	-14,1%	-14,6%
Skumulowane obroty netto (bez akcyzy) na 30 września 2014 r. (9 mies.)	394,0	-37,9	0,7	356,7	-9,5%	-9,6%

Skonsolidowane obroty obejmują wszystkie działalności Grupy.

Obroty łącznie

Na 30 września 2014 r., obroty netto Belvédère (bez podatku akcyzowego) wyniosły 356,7 miliona €, czyli spadły o 9,5% (-9,6% nie biorąc pod uwagę różnic kursowych) w stosunku do stanu na 30 września 2013 r. Spadek ten był przewidywany i są ku temu dwa różne powody: pierwszy - rynek wina i alkoholi mocnych ogólnie się skurczył, i drugi – Grupa prowadzi celową strategię ochrony swych marek.

W tych okolicznościach, Belvédère udowodniła jednak, że jej sztandarowe marki są silne i wciąż zdobywają udziały w rynku.

Szczegóły dotyczące obrotów w poszczególnych krajach

Francja: doskonałe wyniki w stosunku do konkurencji oraz wzrost sprzedaży w ujęciu ilościowym

W pierwszych dziewięciu miesiącach 2014 r. obroty netto wyniosły 161,5 miliona €, czyli zmniejszyły się o 6,0%. Jest to związane głównie ze spadkiem sprzedaży na eksport (-6,8 miliona €) oraz z wdrożeniem strategii polegającej na skupieniu się na działalnościach o wysokich marżach, co spowodowało wycofanie się z niektórych umów we Francji (-4,9 miliona €). Nie biorąc pod uwagę tych dwóch uwarunkowań, obroty wypracowane we Francji są stałe w porównaniu z poprzednim rokiem obrotowym.

W pierwszych dziewięciu miesiącach 2014 r., sprzedaż sztandarowych marek Grupy w ujęciu ilościowym była wyższa niż innych marek na rynku francuskim i zdobyły one kolejne udziały w rynku (patrz tabela



poniżej). W konsekwencji, Grupa umocniła swą pozycję trzeciego gracza na francuskim rynku alkoholi mocnych.

Francja – 9 mies.
2014 r.

William Peel
Sobieski
Fruit & Wine

Źródło: Nielsen

Różnica w ilości w porównaniu z 9 mies. 2013 r.	
Rynek	Belvédère
-0,3%	+2,0%
+3,8%	+7,6%
+11,8%	+13,6%

Udziały w rynku
Belvédère
22,1%
12,1%
28,8%

Polska: skupienie się na markach własnych

Na 30 września 2014 r. obroty netto wyniosły 141,4 miliona €, czyli zmniejszyły się o 9,9%. Spadek ten jest związany ze zmianami, które zaszły na rynku - 3,2% spadek całego rynku oraz intensywna działalność promocyjna konkurencji, w której Belvédère postanowiła nie brać udziału.

Zgodnie z założeniami dotyczącymi racjonalizacji działalności i skupienia się na nich, Grupa ograniczyła sprzedaż marek podmiotów trzecich, aby skoncentrować się na markach własnych oraz na wyrobach o wysokich marżach. Sprzedaż wódek innych producentów pozwoliła na wypracowanie obrotów w wysokości 11,1 miliona €, na 30 września 2013 r. (w porównaniu do wyniku w wysokości 3,8 miliona € na 30 września 2014 r.). Wyłączając sprzedaż wyrobów innych producentów, obroty na 30 września 2014 r. byłyby niższe tylko o 5,6%.

Podobnie jak we Francji, również w Polsce Grupa potwierdza mocną pozycję oraz atrakcyjność swych marek. W pierwszych dziewięciu miesiącach 2014 r., Belvédère osiągnęła na rynku wódki ilościowy udział w rynku rzędu 14,4%¹, a w przypadku samej wódki Krupnik - 11,1%¹.

We wrześniu 2014 r., marka Krupnik zyskała 0,2 punktowy udział procentowy w rynku i jest na dobrej drodze, by zająć drugie miejsce na polskim rynku.

Litwa

Na 30 września 2014 r. obroty netto wyniosły 15,4 miliona €, czyli wzrosły o 30,9% w stosunku do wyniku na 30 września 2013 r. Wzrost ten wynika przede wszystkim z wyników osiągniętych przez główne marki wódki należące do Grupy, na rynku, który odnotował zaledwie 3% wzrost.

Stany Zjednoczone

Na 30 września 2014 r. obroty netto pozostają na stałym poziomie i wynoszą 15,9 miliona €. Bez uwzględnienia różnic kursowych, obroty netto wzrosły o 1,8%.

¹ Source : Nielsen



Hiszpania

Na 30 września 2014 r. obroty netto wnosili 9,0 milionów €. Podobnie jak w poprzednich kwartałach, rozwiązanie umowy o podwykonawstwo pomiędzy Pulco a Marie Brizard Espagne w listopadzie 2013 r., miało znaczący wpływ na wysokość obrotów. Pomijając ten czynnik, na 30 września 2014 r. odnotowano by wzrost obrotów o 16,5%.

Brazylia

Na 30 września 2014 r. obroty netto wyniosły 5,1 miliona €. Nie biorąc pod uwagę różnic kursowych, wzrost sprzedaży wyniósł 8,7%.

Perspektywy

W III kwartale 2014 r. Grupa kontynuowała wdrażanie dobrych praktyk, a jej kierownictwo uznało, że proces normalizacji w Grupie został zakończony. Nowy plan strategiczny związany z rozwojem Grupy w średnim okresie zostanie przedstawiony przed końcem 2014 r.

Grupa zakłada, że strategia oparta na skupieniu się na działalnościach o wysokich marżach będzie miała wpływ na jej działalność w IV kwartale 2014 r. i po raz wtóry stawia sobie podwójny cel: dodatni bieżący wynik działalności operacyjnej w 2014 r., poza rezerwą na niepowtarzającą się deprecjację zapasów i należności z tytułu dostaw i usług oraz osiągnięcie rentowności operacyjnej w średnim okresie, zgodnej z normami obowiązującymi w sektorach win i alkoholi mocnych.

Jean-Noël Reynaud, Dyrektor Generalny Belvédère powiedział: « W ciągu pierwszych dziewięciu miesięcy 2014 r., Grupa działała na kurczących się rynkach, co miało wpływ na jej obroty. W takich okolicznościach, Grupa potrafiła jednak udowodnić siłę swych marek oraz utrzymać, a nawet powiększyć udział w rynku. Teraz musimy się skoncentrować na potencjale naszych sztandarowych marek, w czym pomoże wdrożenie planu strategicznego, który zostanie przedstawiony w grudniu 2014 r. W pełni ufam, że reaktywacja Grupy się powiedzie. Wierzę też, że uda się wykorzystać liczne możliwości, które przed nami stoją ».

Informacja o Belvédère

Belvédère jest grupą działającą w sektorze win i alkoholi mocnych, obecną w Europie i w Stanach Zjednoczonych, opartą na silnych spółkach lokalnych. Grupa posiada portfel znaczących marek alkoholi mocnych, które rozwija, w szczególności Sobieski, William Peel i Marie Brizard.

Spółka Belvédère jest notowana w dziale B na Euronext w Paryżu (FR0000060873- BVD) i wchodzi w skład wskaźnika EnterNext® PEA-PME 150.





Kontakt:

Image Sept

Simon Zaks

szaks@image7.fr

Tel : 01 53 70 74 63



ZAŁĄCZNIKI

Różnice w skonsolidowanych obrotach netto i brutto w poszczególnych kwartałach

Skonsolidowane obroty (w milionach €)	2013	różnica organiczna	różnice kursowe	2014 (*)	różnica w %	różnica w % przy stałym kursie
Dane przed audytem (*)						
I kwartał	188,7	-38,2	-0,9	149,6	-20,7%	-20,2%
II kwartał	215,5	-36,1	1,6	180,9	-16,0%	-16,8%
III kwartał	208,8	-26,8	1,5	183,5	-12,1%	-12,8%
Skumulowane obroty brutto na 30 września 2014 r. (9 mies.)	613,0	-101,2	2,2	514,0	-16,1%	-16,5%
I kwartał	112,4	-0,9	-0,8	110,7	-1,5%	-0,8%
II kwartał	141,5	-16,5	0,7	125,7	-11,2%	-11,7%
III kwartał	140,0	-20,5	0,7	120,3	-14,1%	-14,6%
Skumulowane obroty netto (bez akcyzy) na 30 września 2014 r. (9 mies.)	394,0	-37,9	0,7	356,7	-9,5%	-9,6%

Skonsolidowane obroty netto obejmują wszystkie działalności Grupy.

Uwaga: W Polsce, podatek akcyzowy jest naliczany od wielkości produkcji. Ponieważ produkcja znacząco wzrosła w 2013 r., by antycypować wzrost akcyzy w 2014 r., na 30 września 2014 r., występuje znaczny brak równowagi pomiędzy obrotami brutto a obrotami netto (podatek akcyzowy na 30 września 2014 r. wynosi 130 milionów €, w porównaniu do kwoty 196 milionów € na 30 września 2013 r.)

Geograficzny podział skonsolidowanych obrotów netto

Miliony €	9 mies. 2014 r.
Francja	161,5
<i>w tym eksport</i>	<i>9,9</i>
Polska	141,4
Litwa	15,4
Stany Zjednoczone	15,9
Hiszpania	9,0
Brazylia	5,1
Pozostałe kraje	8,4
łącznie	356,7