



# **CAFEWAY GROUP S.A.**

Co zrealizowaliśmy w 1Q 2018 r.?

**SKRÓCONY RAPORT Z DZIAŁALNOŚCI PODSTAWOWEJ GRUPY CAFEWAY**

**Szanowni Państwo,**

Pierwszy kwartał 2018 r. to dalszego dynamicznego rozwój marki Etno Cafe oraz marek towarzyszących. Nasze osiągnięcia z tego okresu prezentujemy skrótowo na kolejnych slajdach załączonej prezentacji. Cieszy nas, że dalej możemy się rozwijać. Dziękujemy jednocześnie za wsparcie jakiego nam Państwo udzielacie.

We wspomnianym okresie udało nam się w szczególności otworzyć kolejne kawiarnie (Etno Cafe Mokotów oraz Etno Cafe METRO POLITECHNIKA), a także wprowadzić nową, kolejną wersję smakową napoju Cold Brew Coffee oraz poszerzyć dystrybucję w całej Polsce. Rozwinęliśmy również sprzedaż kawy ziarnistej zarówno w kanale profesjonalnym (B2B), jak i detalicznym (B2C).

Wierzmy głęboko, że kolejne miesiące pozwolą nam kontynuować przyjętą strategię rozwoju.

**Tomasz Nietubyc**



**Z poważaniem  
Łukasz Mrowiński**



*Zarząd Cafeway Group S.A.*

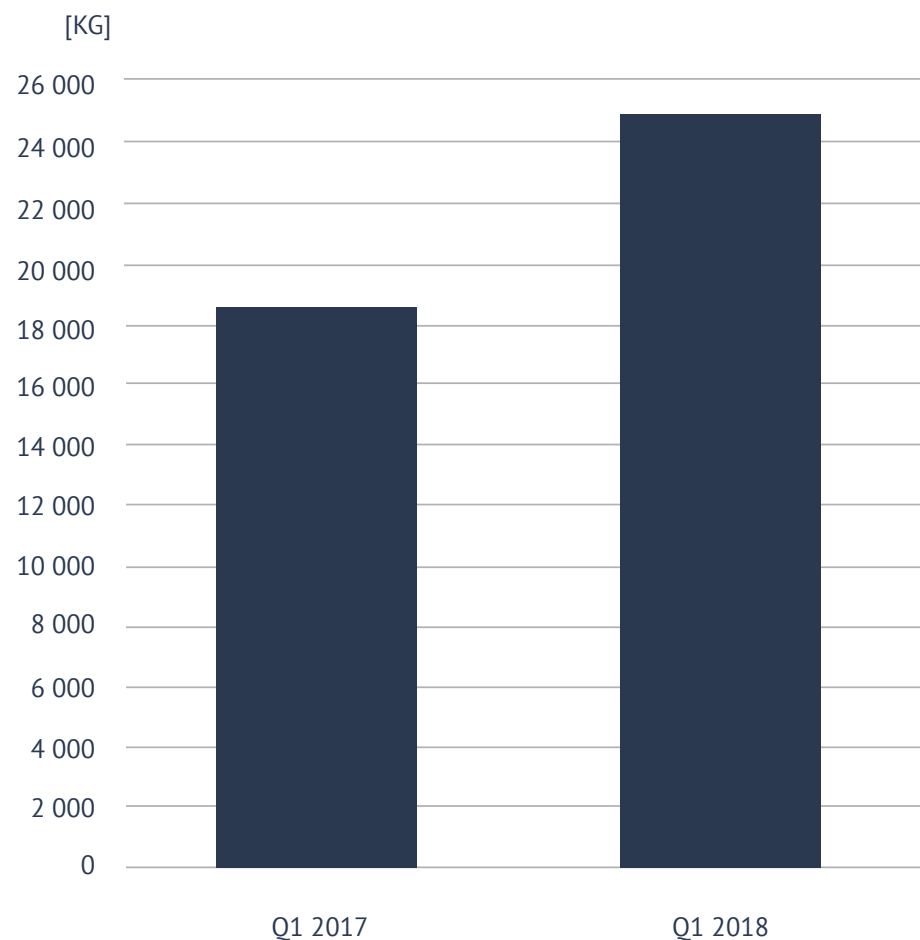
# SPRZEDAŻ PRODUKTÓW

Pierwszy kwartał 2018 r. to dalszy wzrost sprzedaży produktów Grupy Cafeway – zarówno kawy ziarnistej pod marką podstawową tj. Etno Cafe, jak również marki kaw z segmentu speciality tj. WROASTERS oraz napoju kawowego Cold Brew Coffee.

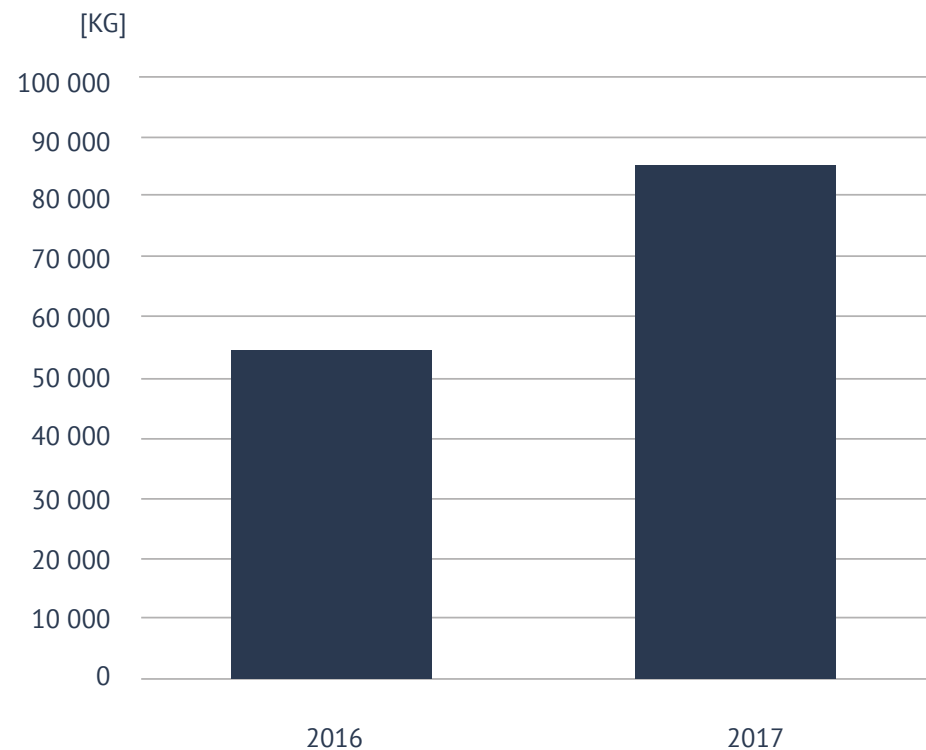
Porównując sprzedaż rok do roku w ujęciu kwartalnym (Q1/2017 vs Q1/2018) wzrost ten wyniósł ponad **33%**, natomiast liczony w ujęciu rocznym (H1/2016 vs H1/2017) wyniósł **blisko 56%**.

Porównanie to pokazuje, że sprzedaż produktów Grupy Cafeway utrzymuje się w ciągłym trendzie wzrostowym.

*Sprzedaż Hamda Trade  
Q1 2017 vs Q1 2018*

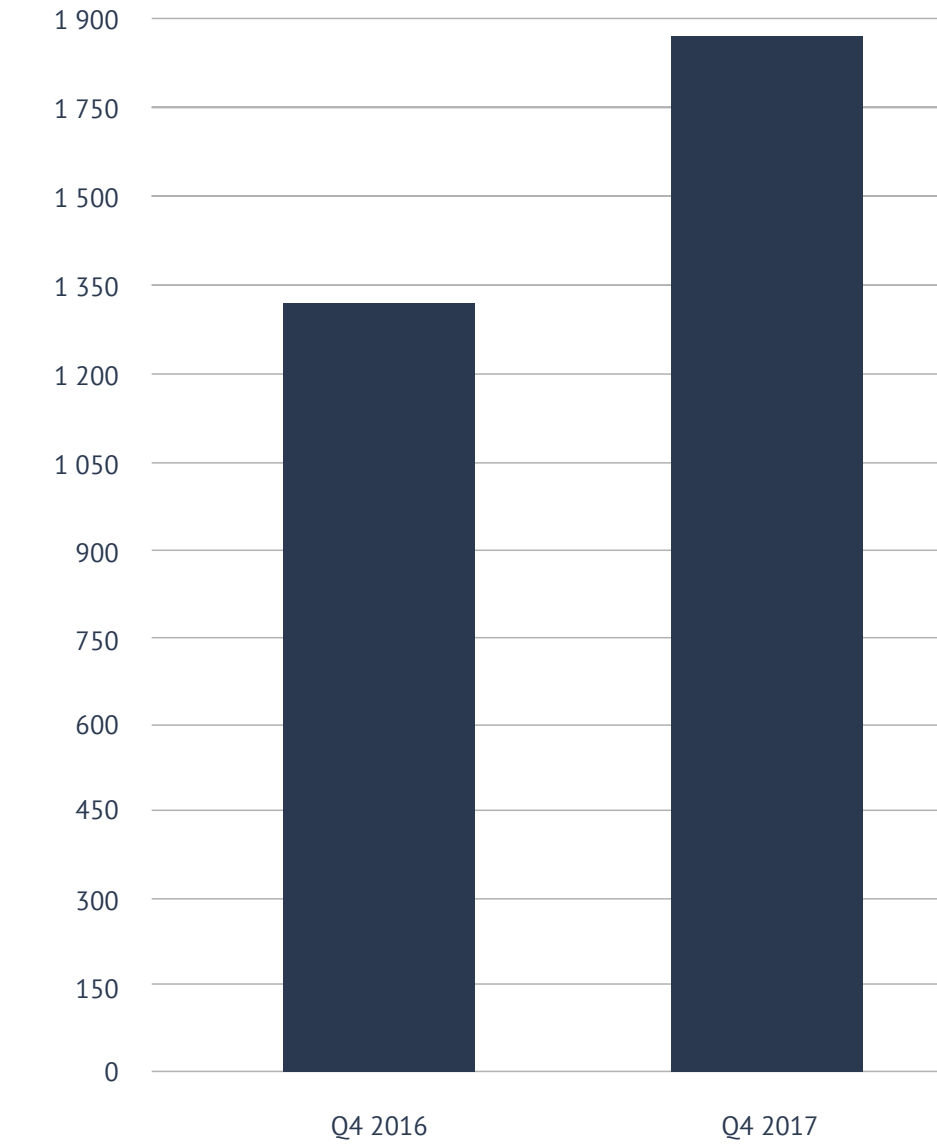


*Sprzedaż Hamda Trade  
2016 vs 2017*



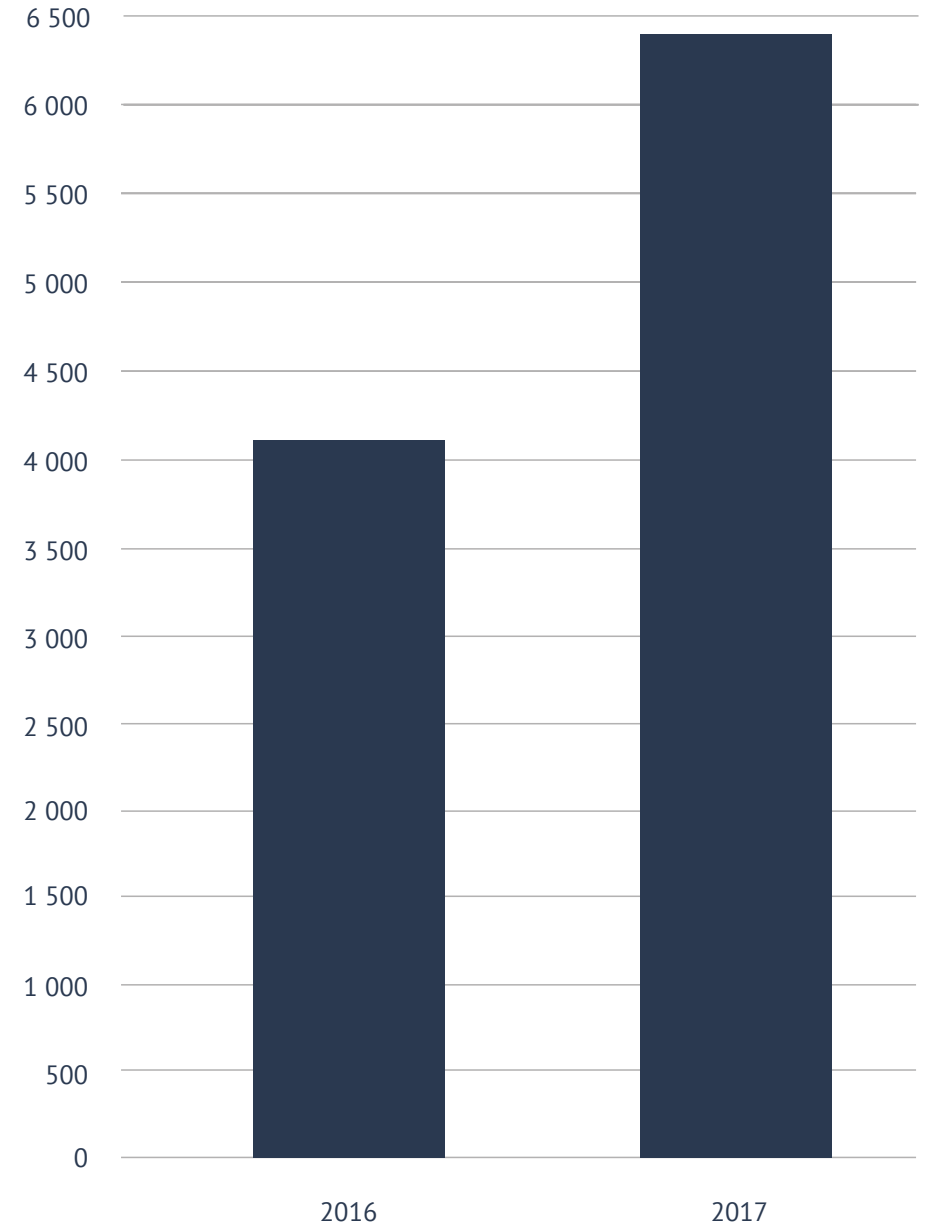
*Sprzedaż Hamda Trade*  
*Q1 2017 vs Q1 2018*

[tys. PLN]



*Sprzedaż Hamda Trade*  
*2016 vs 2017*

[tys. PLN]





# SPRZEDAŻ W KAWIARNIACH

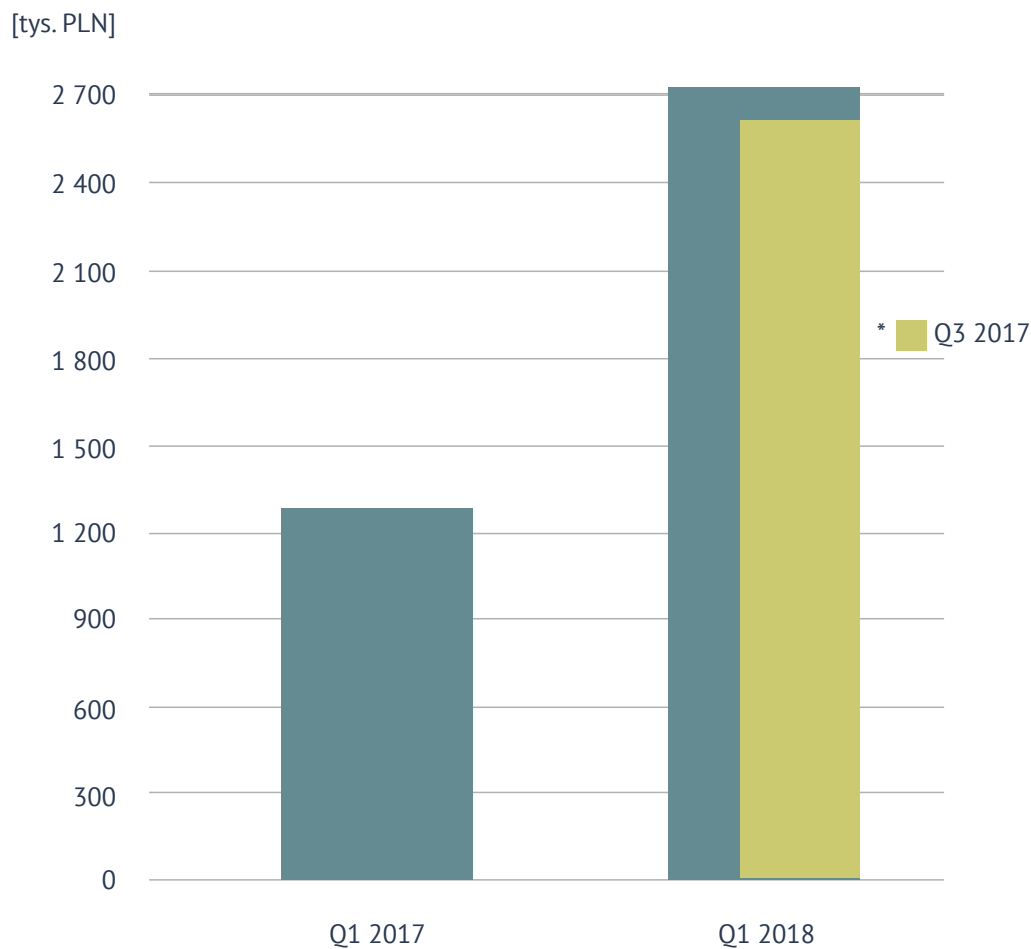
Pierwszy kwartał 2018 r. przyniósł znaczący wzrost także w kawiarniach Etno Cafe.

Wynika on z jednej strony z otwarcia kolejnych lokali, jak również z optymalizowania działalności lokali już istniejących.

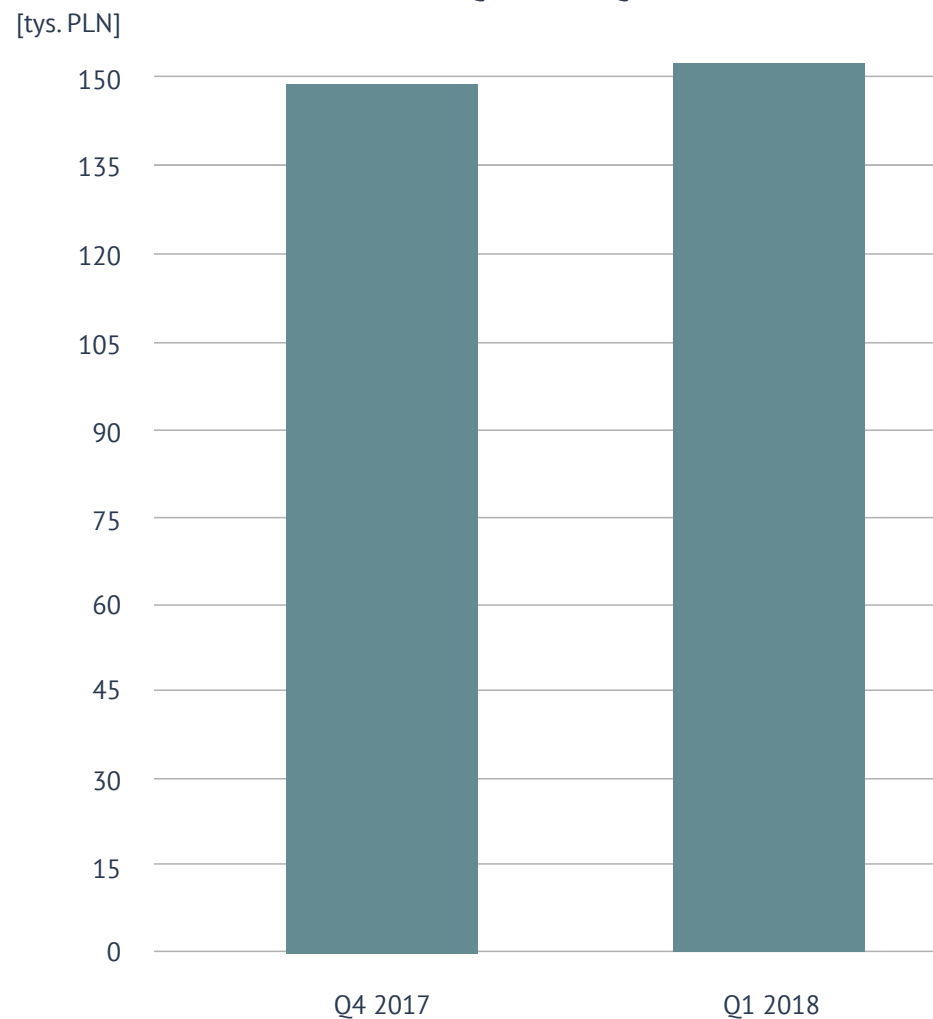
Wpływ na to ma również coraz większa rozpoznawalność marki wśród klientów.

Porównując sprzedaż rok do roku w ujęciu kwartalnym (Q1/2017 vs Q1/2018) wzrost ten wyniósł prawie **116%**. Również porównanie średnich wyników kawiarni z czwartego kwartału 2017 i pierwszego kwartału 2018 r. pokazuje **tendencję wzrostową**.

*Sprzedaż ogółem w kawiarniach Etno Cafe  
Q1 2017 vs Q1 2018*



*Ilość transakcji w kawiarniach Etno Cafe  
Q4 2017 vs Q1 2018*





# CAFEWAY GROUP S.A.

Jak nam się to udaje?



# SPRZEDAŻ PRODUKTÓW

Opisany na poprzednich slajdach wzrost sprzedaży produktów możliwy jest dzięki konsekwentnej realizacji strategii sprzedażowo-marketingowej, obejmującej między innymi działania o charakterze eventowym, jak również współpracy z innymi markami. W szczególności należy wymienić następujące działania:

## 1. Wprowadzić kolejny smak Cold Brew Coffee

- Asortyment naszych produktów powiększył się o **Cold Brew Coffee Apple**.

## 2. Pozyskać nowe punkty dystrybucyjne

- Cold Brew Coffee dostępne w **siaci stacji benzynowych BP**.
- Zapytania handlowe i rozmowy z **dużymi sieciami handlowymi**.

## 3. Uczestniczyć w ważnych spotkaniach branżowych

- **SweetTARGi 2018** - targi cukiernicze, piekarnicze i lodziarskie
- **Międzynarodowe Targi EuroGastro** - jedno z ważniejszych spotkań branży HoReCa.
- **Petro Trend** - Forum Rynku Stacji Paliw - wyraźne zainteresowanie produktami Etno Cafe ze strony największych sieci paliwowych.



# KAWIARNIE

Opisany na poprzednich slajdach wzrost sprzedaży w kawiarniach Etno Cafe możliwy jest dzięki konsekwentnej realizacji strategii rozwojowej, jak również ciągłemu doskonaleniu ich działalności (zarówno po stronie przychodowej, jak i kosztowej).

W szczególności podkreślić chcemy następujące zdarzenia:

## 1. Nowe otwarcia:

**Etno Cafe Mokotów (Galeria Mokotów, Warszawa)**

**Etno Cafe Metro Politechnika (Polna Corner Warszawa)**

## 2. Sukces sprzedażowy

- W marcu 2018 roku sieć Etno Cafe po raz pierwszy osiągnęła **obrót miesięczny na poziomie 1 mln PLN**.
- W tym samym miesiącu bazowe kawiarnie (otwarte dłużej niż 3 miesiące) uzyskały **rekordowy zysk operacyjny na poziomie 14,24%**.
- Etno Cafe Marszałkowska w **1Q 2018 uzyskała najwyższy wynik - 417 tys. PLN** (4Q 2017 - 386 tys. PLN)

## 3. Sukcesy wizerunkowe

- Etno Cafe zdobyło kolejną nagrodę, tym razem na skalę  **europejską**. W konkursie *CEE Retail Real Estate Awards*, organizowanym przez wiodący portal branżowy *Europa Property* nagrodzono czołowe firmy działające na rynku nieruchomości komercyjnych w naszej części Europy.

*ETNO CAFE* zostało **zwycięzcą w kategorii: Coffeeshop Retailer (rynek Europy Środkowo - Wschodniej)**

W ścisłym finale "Coffeeshop Retailer" pokonaliśmy dwie największe w Polsce sieci kawiarni: Starbucks i Costa Coffee.

Etno Cafe znalazła się w doborowym gronie nagrodzonych firm, m.in. Douglas (zwycięzca kategorii Cosmetics Retailer), Victoria's Secret (kategorie Fashion Retailer i Newcomer) czy Kazar (Retailer of the Year).





**CAFEWAY GROUP S.A.**

Dziękujemy