

# ETNO

# CAFÉ

NAPoje NA GORĄCO KAWY	
ESPRESSO	8,0
AMERICANO	10/11/12,0
CAPPUCCINO	11/12/13,0
LATTE	11/12/13,0
FLAT WHITE	11,0

COŚ INNEGO	DODATKI	
LATTE SMAKOWE	DODATKOWE ESPRESSO	2,0
SŁONY KARNEŁ	MLEKO	1,0
HERBATA LIŚCIATA 3,0	RÓSLINNE	1,0
	SYROP	2,0
	BITA ŚNIEŻANA	2,0

## CAFEWAY GROUP S.A.

Co zrealizowaliśmy w 3Q 2017 r.?

SKRÓCONY RAPORT Z DZIAŁALNOŚCI PODSTAWOWEJ GRUPY CAFEWAY

**Szanowni Państwo,**

Trzeci kwartał 2017 r. upłynął Grupie Cafeway pod znakiem dalszego dynamicznego rozwoju 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 (Wrocław 101 oraz Mercedes Benz – Grupa Wróbel), a także rozpocząć dystrybucję napoju Cold Brew Coffee w całej Polsce. Rozwinęliśmy również sprzedaż kawy ziarnistej zarówno w kanale profesjonalnym (B2B), jak i detalicznym (B2C).

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

**Tomasz Nietubyc**



**Z poważaniem  
Łukasz Mrowiński**



Zarząd Cafeway Group S.A.

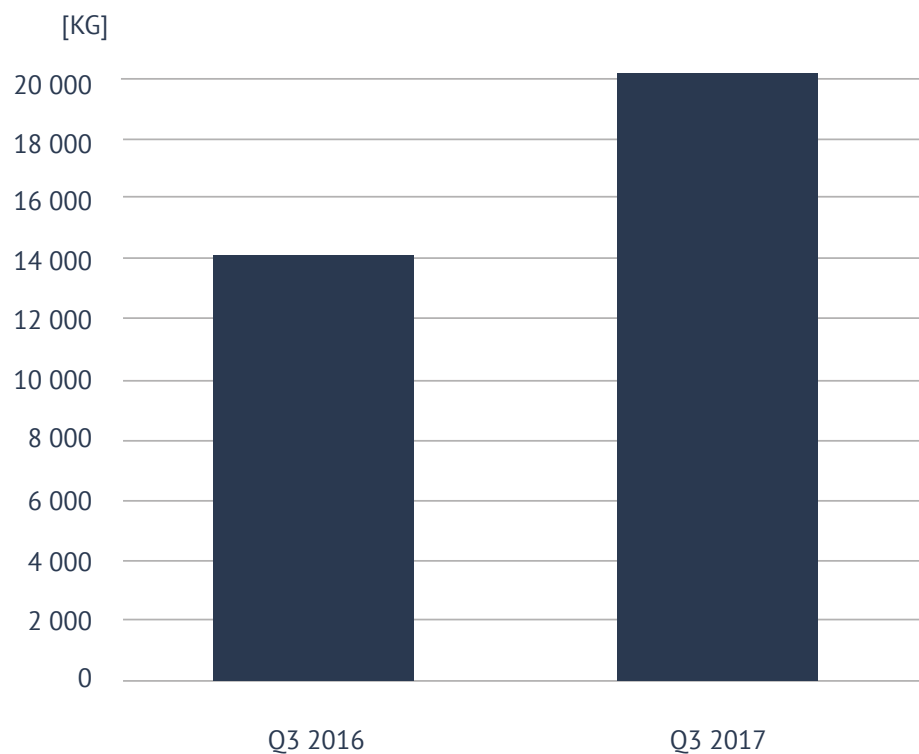


# SPRZEDAŻ PRODUKTÓW

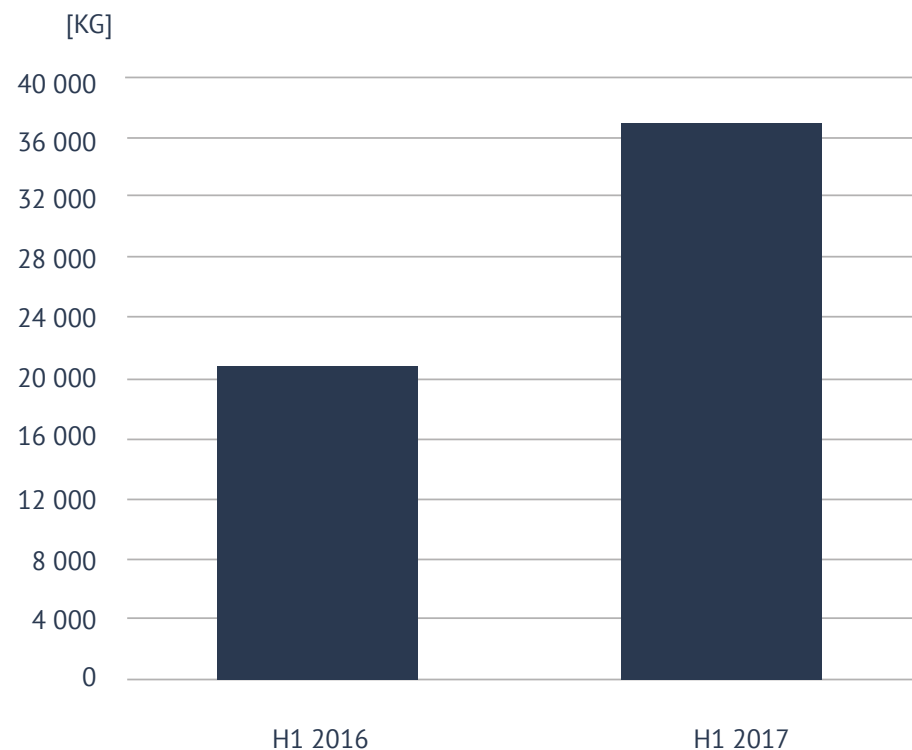
Trzeci kwartał 2017 r. to znaczący wzrost sprzedaży produktów Grupy Cafeway – zarówno kawy ziarnistej pod marką podstawową tj. Etno Cafe, jak również marki kaw z segmentu speciality tj. WROASTERS oraz napoju kawowego Cold Brew Coffee. Porównując sprzedaż rok do roku w ujęciu kwartalnym (Q3/2016 vs Q3/2017) wzrost ten wyniósł ponad **70%**, natomiast liczony w ujęciu półrocznym (H1/2016 vs H1/2017) wyniósł **blisko 80%**.

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

*Sprzedaż Hamda Trade  
Q3 2016 vs Q3 2017*

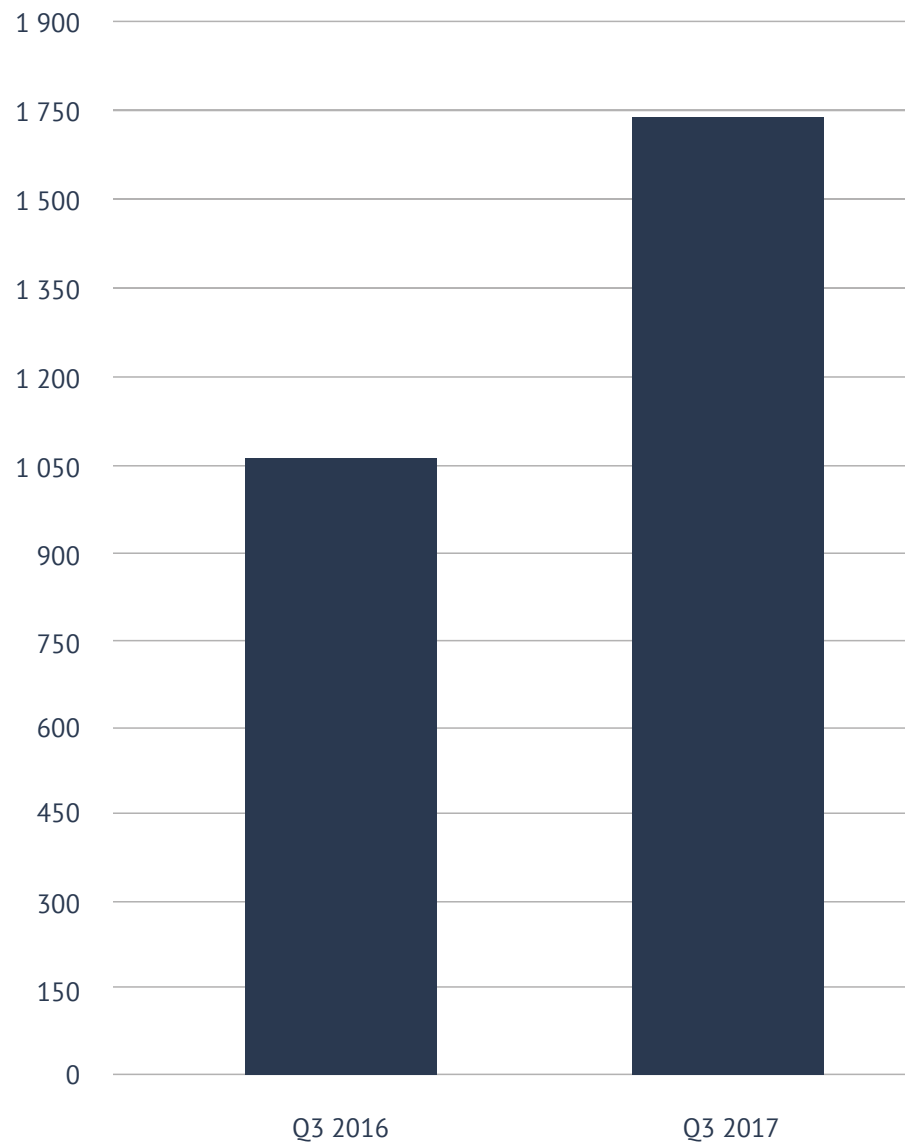


*Sprzedaż Hamda Trade  
H1 2016 vs H1 2017*



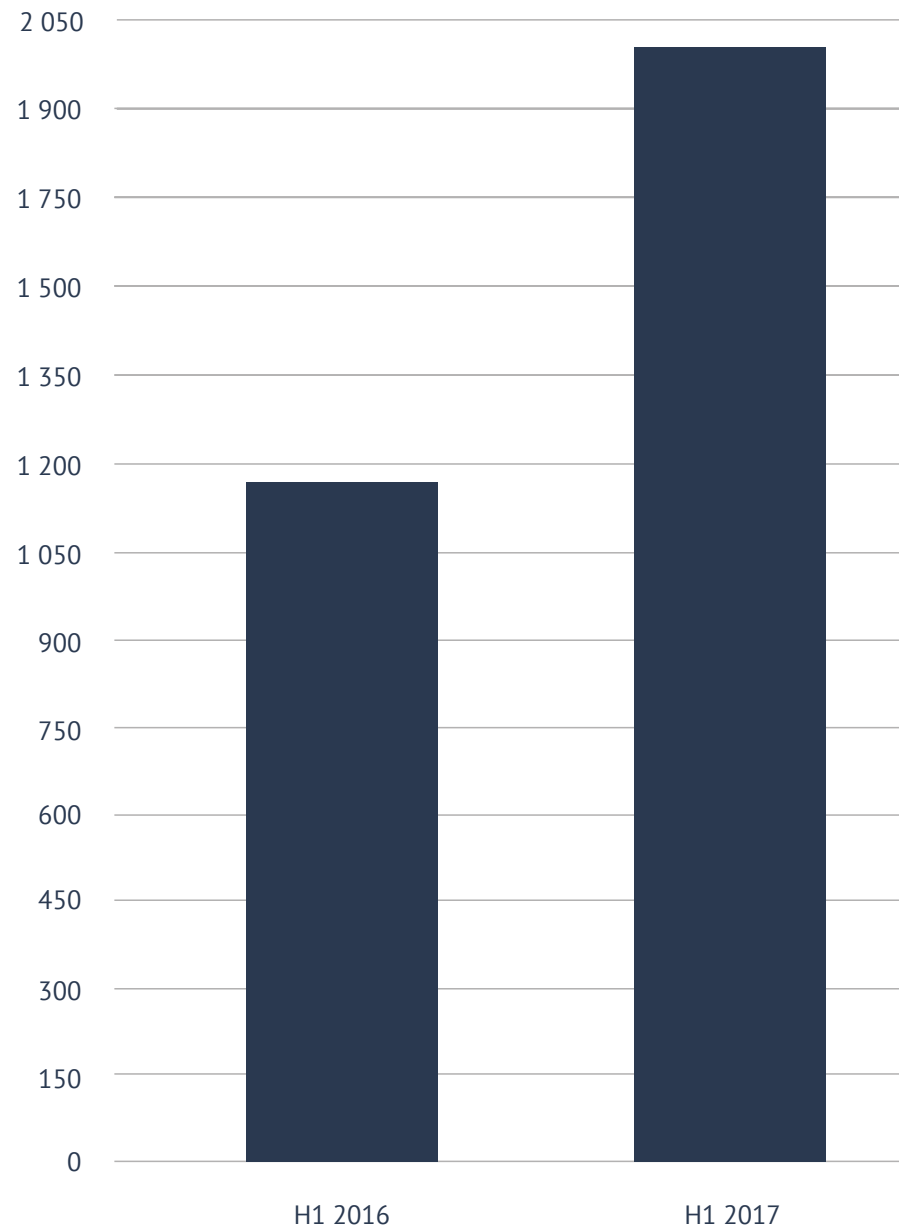
[tys. PLN]

**Sprzedaż Hamda Trade**  
**Q3 2016 vs Q3 2017**



[tys. PLN]

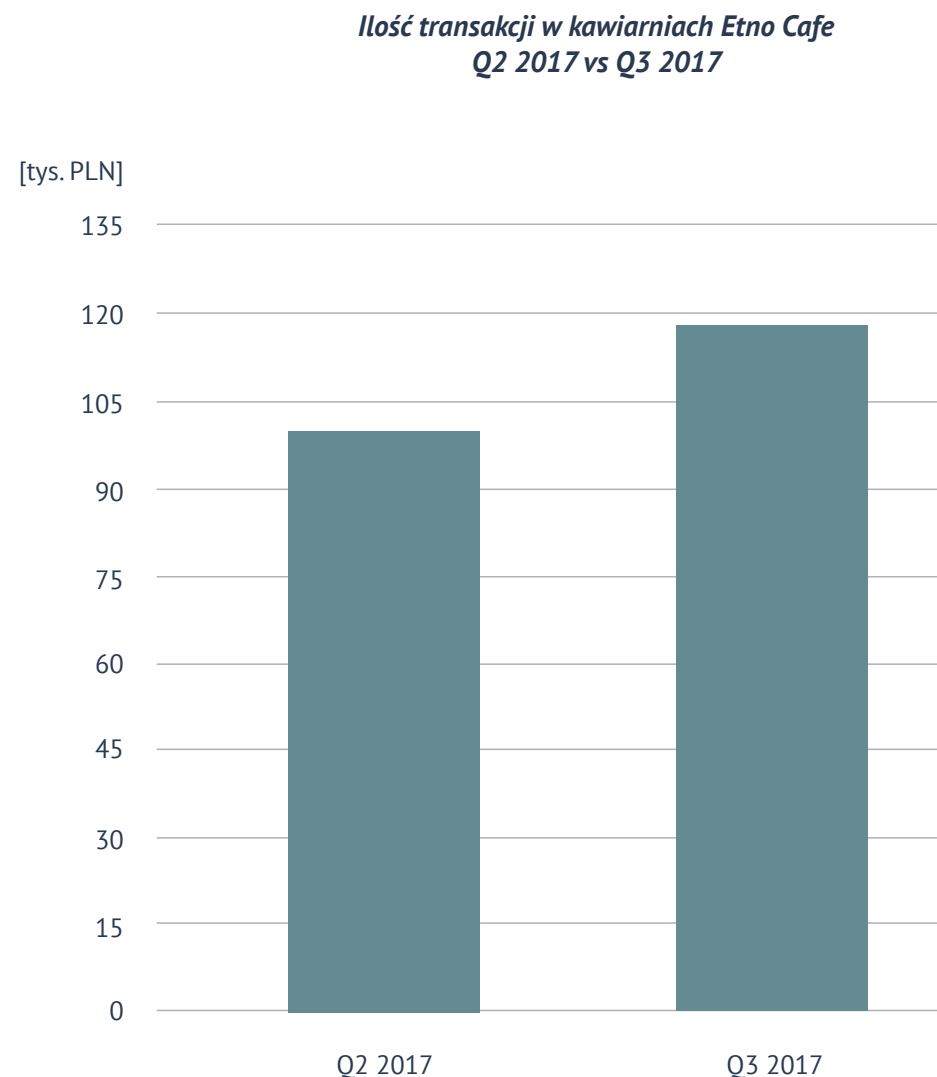
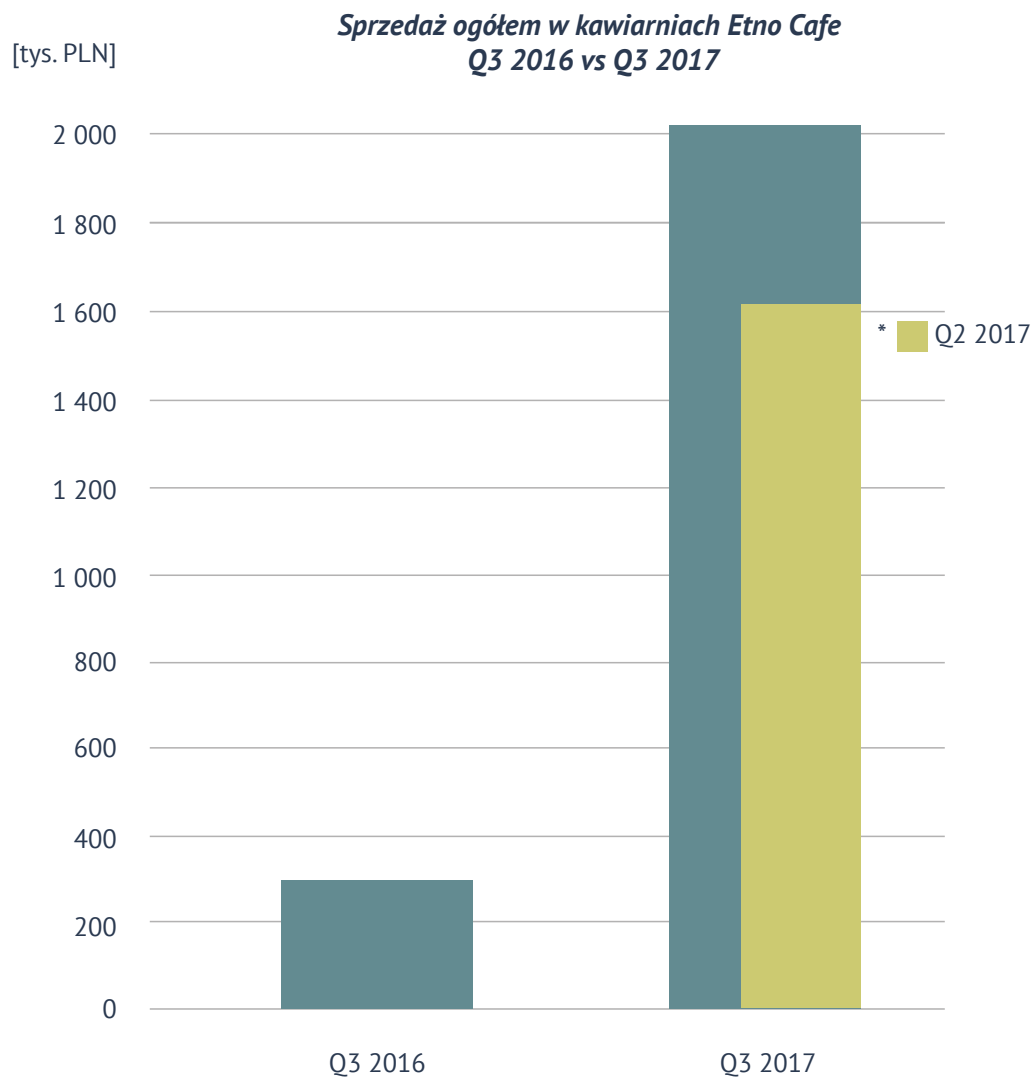
**Sprzedaż Hamda Trade**  
**H1 2016 vs H1 2017**



# SPRZEDAŻ W KAWIARNIACH

Analogicznie jak w przypadku sprzedaży produktów, tak i w przypadku sprzedaży w kawiarniach Etno Cafe, trzeci kwartał 2017 r. przyniósł znaczący wzrost. Wynika on z jednej strony z otwarcia kolejnych lokali, jak również z optymalizowania działalności lokali już istniejących. Niebagatelny wpływ ma również coraz większa rozpoznawalność marki wśród klientów.

Porównując sprzedaż rok do roku w ujęciu kwartalnym (Q3/2016 vs Q3/2017) wzrost ten wyniósł prawie **700%**, natomiast liczony w ujęciu półrocznym (H1/2016 vs H1/2017) wyniósł **1217%**. Również porównanie średnich wyników kawiarni z drugiego i trzeciego kwartału 2017 r. pokazuje **tendencję wzrostową**.



# 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 wiele działań o charakterze eventowym, jak również współpracy z innymi markami. W szczególności należy wymienić następujące działania:

## 1. Pozyskanie nowych punktów dystrybucji oraz rozwinięcie współpracy z dotychczasowymi:

- wejście z kawą ziarnistą do całej sieci **FRANKIE'S - juice barów**, z menu opartym na świeżo blendowanych sokach, koktajlach owocowych, proteinowych, kanapkach, sałatkach oraz kawie
- rozwinięcie współpracy z Coffeedesk.pl, Konesso oraz Cafe Silesia

## 2. Pozyskanie ważnych partnerów wizerunkowych

- **Reebok Fit Shop** wraz ze strefą chillout'u Etno Cafe
- **T-Mobile Nowe Horyzonty** współpraca przy największym festiwalu filmowym w Polsce
- **OFF Festival** - główna kawiarnia festiwalu muzycznego
- **Cabrio Poland** - międzynarodowy zlot kabrioletów
- **Rzeczpospolita, rp.pl** - współpraca przy Forum Ekonomicznym w Krynicy
- **Coffee & Whiskey Night** - współpraca przy regatach Sopot Match Race

## 3. Stworzenie kawowego piwa kraftowego

W kooperacji z browarem Dr Brew powstało piwo kawowe na bazie ziaren Etno Cafe - Coffee Milk Dark Lager „**Yellow Bourbon**”



# 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. Otwarcie nowej kawiarni Etno Cafe Mercedes-Benz (Wrocław)

Nowatorski projekt, otwarcie kawiarni Etno Cafe w siedzibie Grupy Wróbel (siedziba jest największym salonem tej znanej marki w Polsce i jednym z największych w Europie).

## 2. Kawiarnie Etno Cafe jako miejsce znane i modne

**W kawiarniach miały miejsce:**

- Pokaz nowej kolekcji marki **KappAhl**
- Konferencja prasowa marki odzieżowej **C&A**
- Sesja zdjęciowa magazynu **JOY**
- Press day dla marki **Kazar**

## 3. Publikacje i pozytywne oceny dla kawiarni Etno Cafe

Etno Cafe zostało wyróżnione jako miejsce, które warto odwiedzić w **Przewodniku Warszawskich Kawiarni** oraz we **Wrocławskim Niezbędniku Kulturalnym**.

## 4. Sukcesy wizerunkowe

- Etno Cafe zdobyło kolejne prestiżowe nagrody w branży gastronomicznej. W konkursie Food Business Awards zostaliśmy zwycięzcą w dwóch kategoriach:

1) *Najlepsza kawiarnia działająca w sieci (Etno Cafe Marszałkowska)*

2) *Innowacyjna strategia marketingowa*





**ETNO** CAFÈ

**CAFEWAY GROUP S.A.**

Dziękujemy

