

CAFEWAY GROUP S.A.

Co zrealizowaliśmy w 4Q 2017 r.?

SKRÓCONY RAPORT Z DZIAŁALNOŚCI PODSTAWOWEJ GRUPY CAFEWAY



Szanowni Państwo,

Czwarty 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 (Etno Cafe Wroclavia oraz Etno Cafe Barbara), a także wprowadzić nową wersję smakową napoju Cold Brew Coffee oraz poszerzyć jego dystrybucję w całej Polsce. Rozwinęliśmy również sprzedaż kawy ziarnistej zarówno w kanale profesjonalnym (B2B), jak i detalicznym (B2C), osiągając tym samym rekordową sprzedaż.

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

Tomasz Nietubyc



**Z poważaniem
Łukasz Mrowiński**



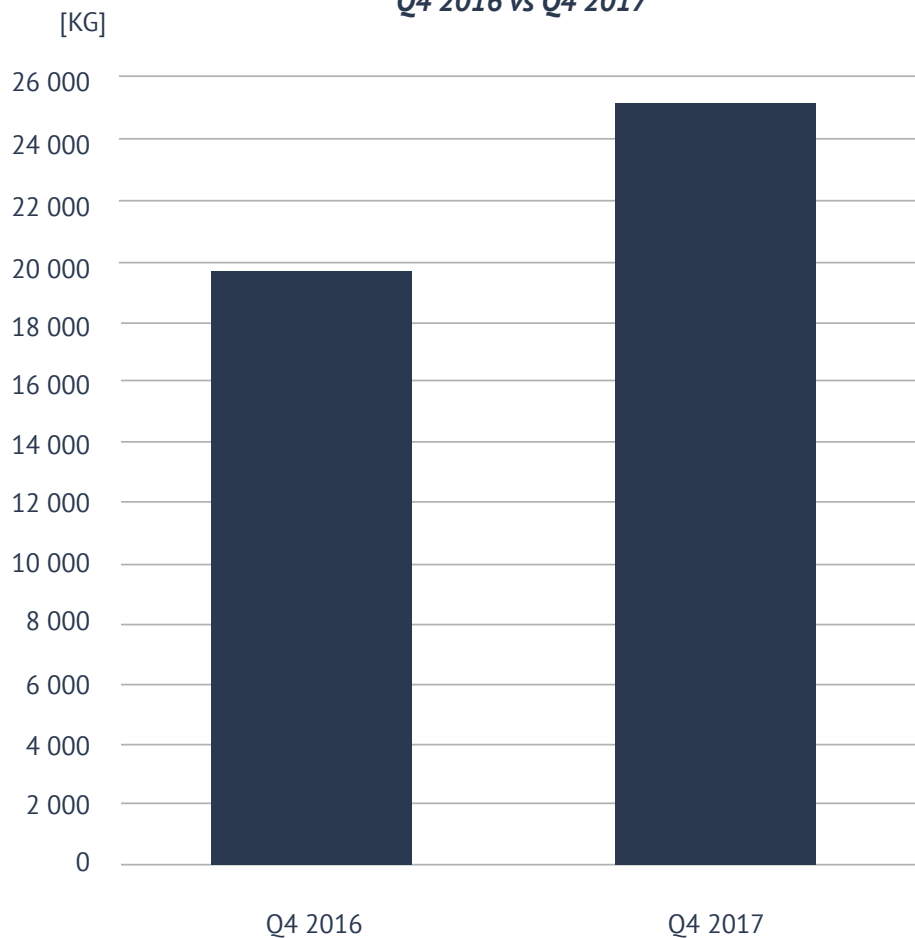
Zarząd Cafeway Group S.A.

SPRZEDAŻ PRODUKTÓW

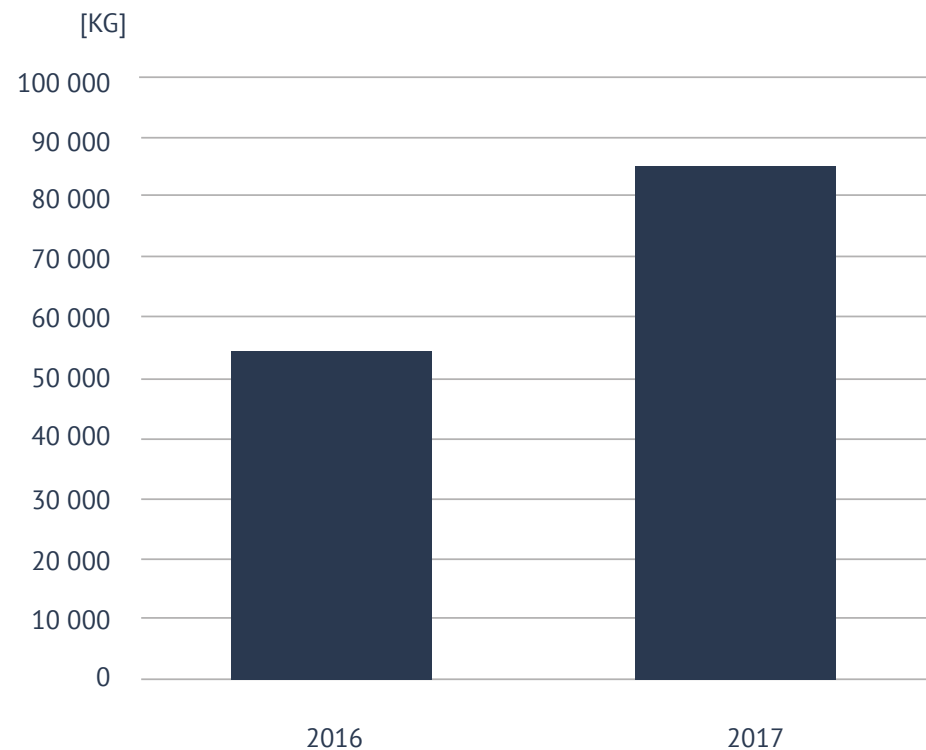
Czwarty kwartał 2017 r. to znaczący wzrost sprzedaży produktów Grupy Cafeway – zarówno kawy ziarnistej pod marką podstawową tj. Etno Cafe, jak również marki kaw z segmentu speciality tj. WROASTERS oraz napoju kawowego Cold Brew Coffee. Porównując sprzedaż rok do roku w ujęciu kwartalnym (Q4/2016 vs Q4/2017) wzrost ten wyniósł ponad **24%**, natomiast liczony w ujęciu rocznym (2016 vs 2017) wyniósł **blisko 56%**.

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

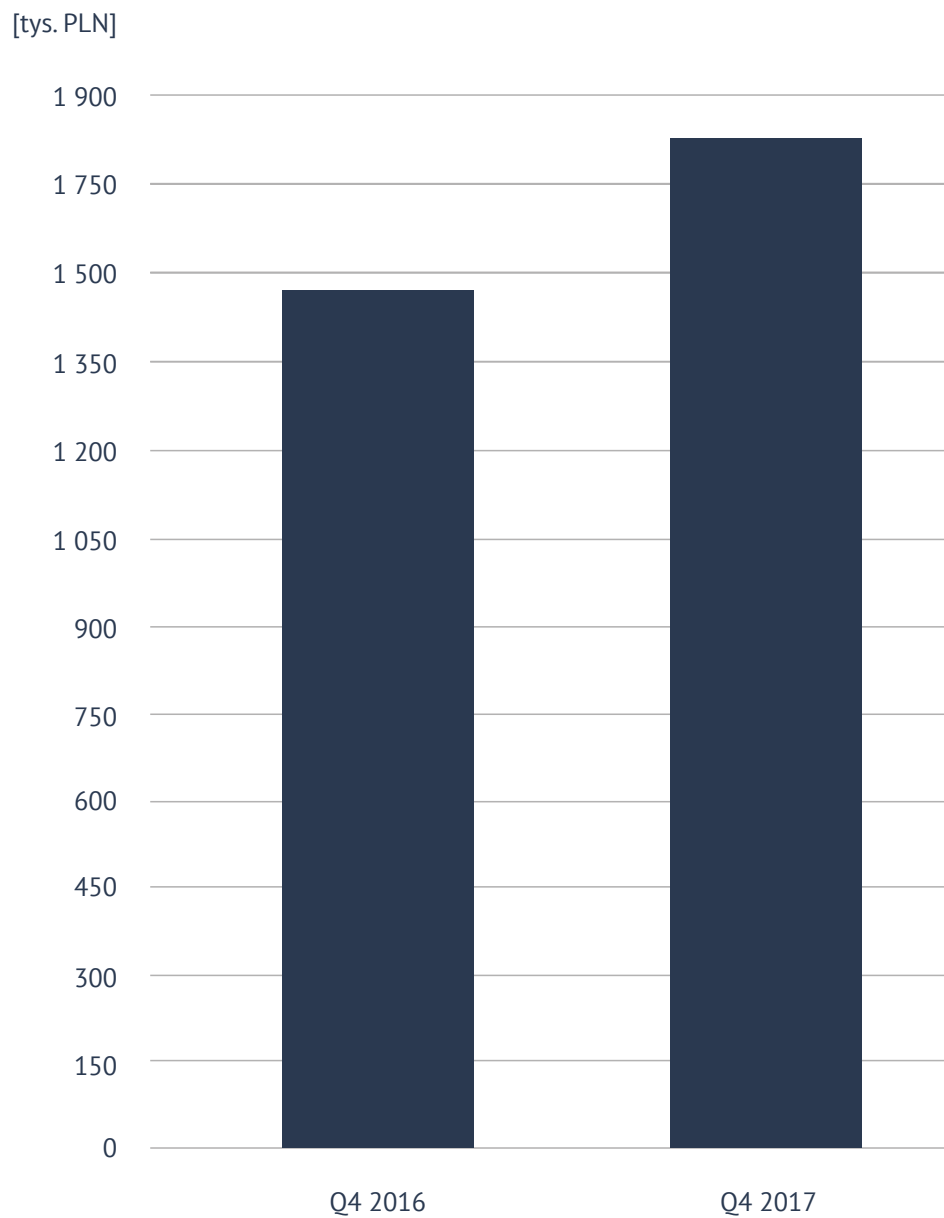
*Sprzedaż Hamda Trade
Q4 2016 vs Q4 2017*



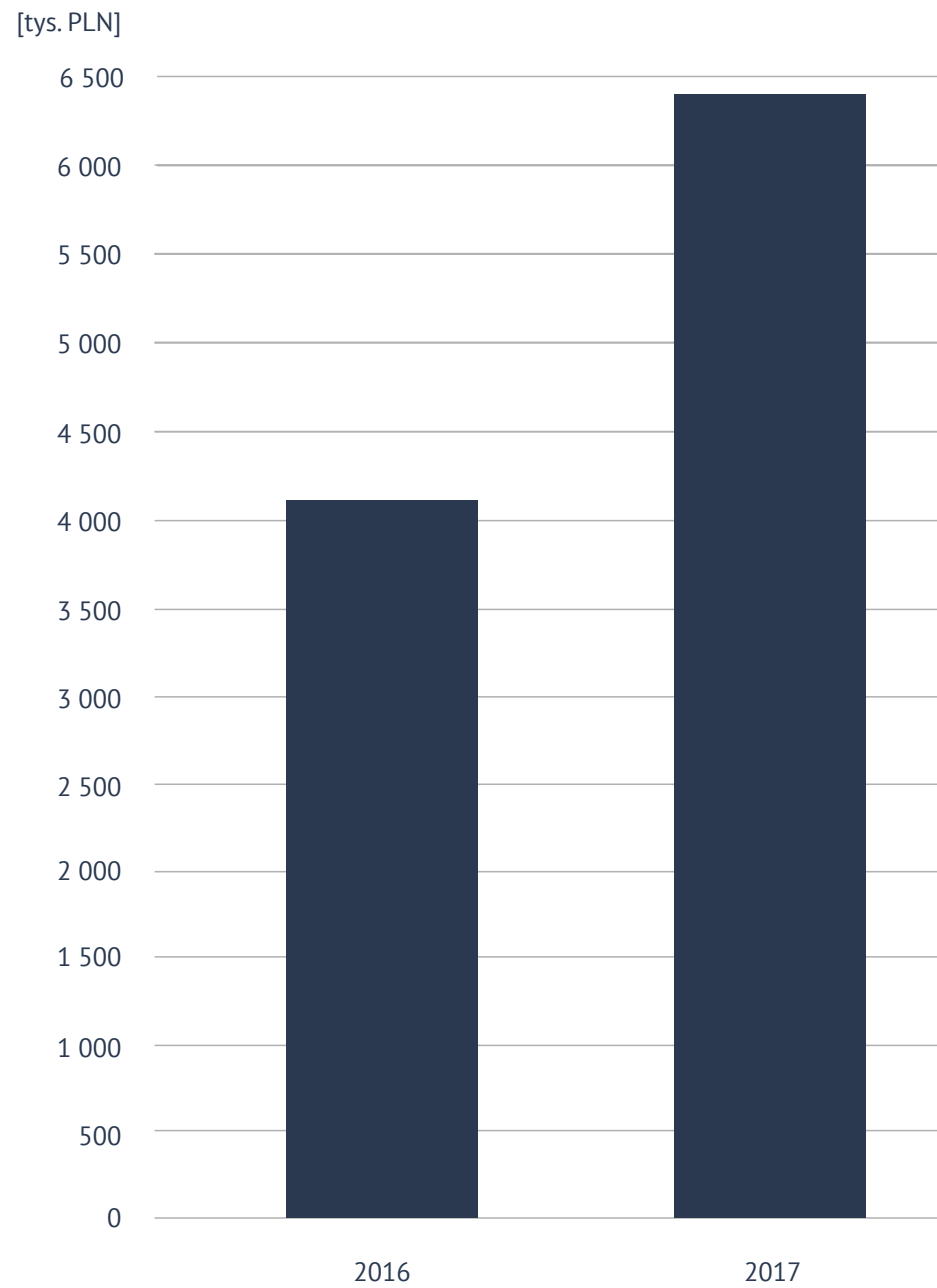
*Sprzedaż Hamda Trade
2016 vs 2017*



Sprzedaż Hamda Trade
Q4 2016 vs Q4 2017



Sprzedaż Hamda Trade
2016 vs 2017

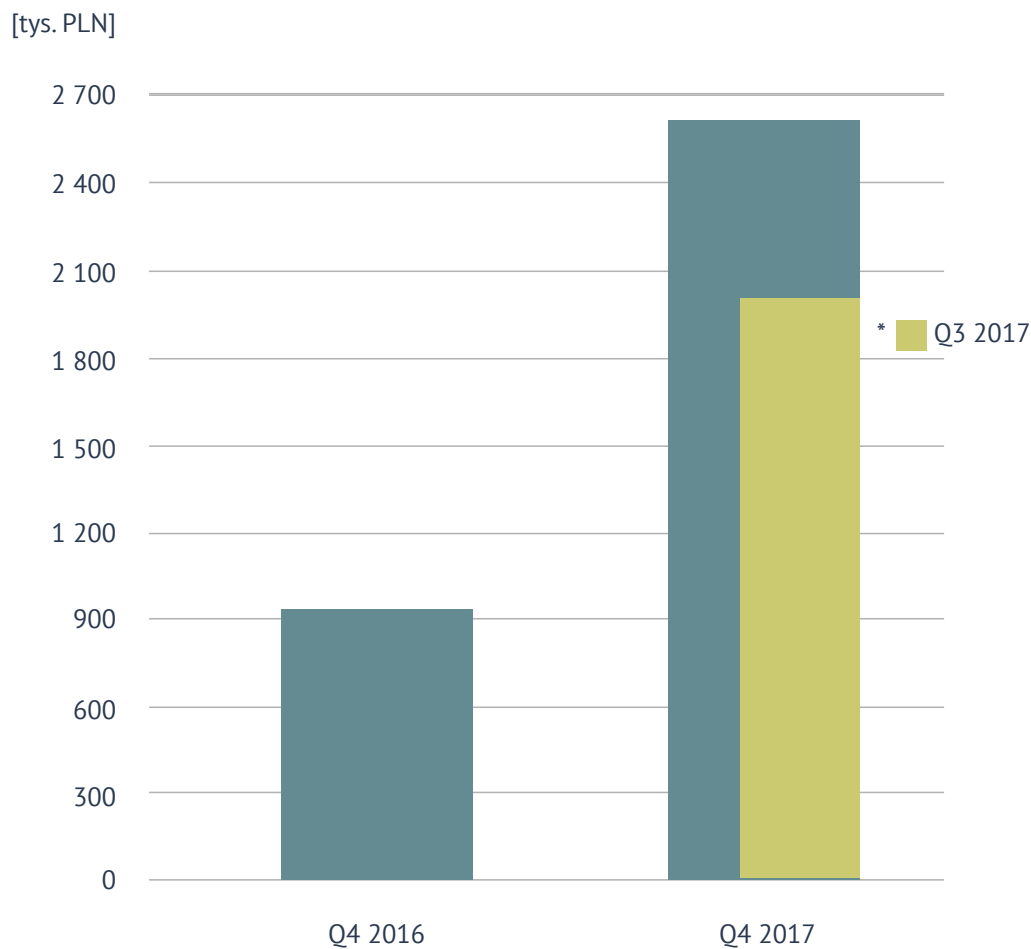


SPRZEDAŻ W KAWIARNIACH

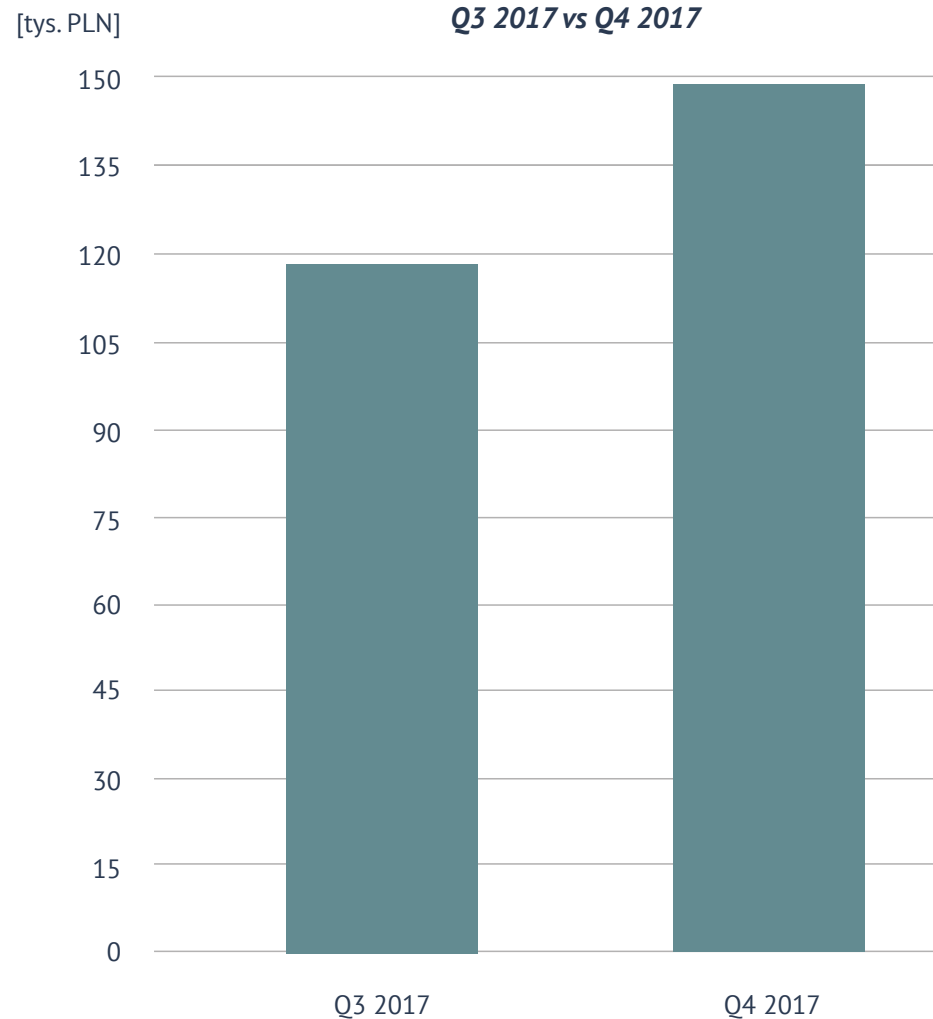
Analogicznie jak w przypadku sprzedaży produktów, tak i w przypadku sprzedaży w kawiarniach Etno Cafe, czwarty kwartał 2017 r. przyniósł **znaczący wzrost**. Wynika on z jednej strony z otwarcia kolejnych lokali, jak również z optymalizowania działalności lokali już istniejących. Wzrostowi towarzyszy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

Porównując sprzedaż rok do roku w ujęciu kwartalnym (Q4/2016 vs Q4/2017) wzrost ten wyniósł prawie **200%**, natomiast liczony w ujęciu rocznym (2016 vs 2017) wyniósł **446%**. Również porównanie średnich wyników kawiarni z trzeciego i czwartego kwartału 2017 r. pokazuje **tendencję wzrostową**.

*Sprzedaż ogółem w kawiarniach Etno Cafe
Q4 2016 vs Q4 2017*



*Ilość transakcji w kawiarniach Etno Cafe
Q3 2017 vs Q4 2017*





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.

W szczególności należy wymienić następujące działania:

1. Wprowadzenie kolejnego smaku Cold Brew Coffee

- **Asortyment naszych produktów powiększył się o kolejną wersję smakową Cold Brew Coffee by Etno Cafe.**

Na początku października wprowadziliśmy **wersję ORANGE**, która od początku cieszy się dużym uznaniem Klientów.

W planach na Q1 2018 - wprowadzenie kolejnej wersji **Cold Brew Coffee Apple**

2. Sukcesy Działu Handlowego

- W grudniu sprzedaż kawy ziarnistej (Etno Cafe oraz Wroasters) osiągnęła rekordowe **9 ton**.

3. Poszerzanie kompetencji kawowych

- Krzysztof Szkutnik, jeden z naszych roasterów, uzyskał **prestżowy tytuł** licencjonowanego „Q Arabica Grader’a” przyznawany przez Coffee Quality Institute w Kaliforni (jako drugi pracujący na codzien w polskiej palarni, a piąty w ogóle w Polsce). **Jest to jedna z najwyższych kwalifikacji w świecie kawy, a ściśle w zakresie oceny jej jakości.**

Licencję Q Arabica Grader otrzymują eksperci zajmujący się oceną kawy zielonej i palonej. Dzięki wybitnym zdolnościom sensorycznym i doświadczeniu potrafią łatwo rozpoznać jakość ziaren, ich pochodzenie i rodzaj wypału.



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 Wroclavia
Etno Cafe Barbara

2. Sukces sprzedażowy

Etno Cafe Wroclavia w pierwszych 30 dniach swojej działalności osiągnęła **rekordową sprzedaż całej sieci - 183 tys. PLN netto**

Rekordowy dzień - wyniki:

sprzedaż netto – 9462 PLN netto

transakcje – 493 szt.

ilość sprzedanych kaw – 633 szt.

ilość sprzedanych porcji ciasta – 186 szt.

3. Sukcesy wizerunkowe

- Współpraca z Jarosławem Kuźniarem (limitowana seria kaw **Etno Cafe Travel by Kuźniar**) oraz wspólne spotkania z blogerami
- Nagranie teledysku w kawiarni EC Marszałkowska do utworu Pjusa „Coffee Paste” feat Spinache&Kortez





CAFEWAY GROUP S.A.

Dziękujemy