



Skupina Karlovarských minerálních vod ve vynikajícím roce 2015 zvýšila prodeje o 33 %

Praha, 3. března 2016

Celé odvětví výroby minerálních vod má za sebou rekordní rok. Potvrzují to finanční výsledky středoevropské jedničky v minerálních a pramenitých vodách, skupiny Karlovarské minerální vody (KMV) za rok 2015. Oproti roku 2014 rostly prodeje skupiny KMV o 33 %, obrát dosáhl 7,3 mld Kč a ukazatel EBITDA rostl dokonce o 53 %. Růst byl tažen produktovými novinkami, akvizicemi v Maďarsku, silným exportem a také mimořádně horkou sezónou.

Agentura na výzkum trhu Canadean v lednu 2016 uvedla, že celosvětové prodeje kategorie balených vod v roce 2015 dosáhly 231 miliard litrů, takže poprvé předstihly prodeje sycených nápojů (229 miliard litrů). V Čechách za rok 2015 celá kategorie vod vyrostla meziročně téměř o 6 %.

„Růst celého nápojového odvětví byl loni skutečně nebývalý. Potěšující je dvojciferný nárůst na domácím trhu, kde jsme zaujali inovacemi jako Mattoni Schorle nebo novým přírodním nápojem Fruttimo Aquila, jejíž unikátní designovou lahev navíc v závěru roku ocenila odborná porota světové soutěže World Beverage Innovation Awards jako nejlepší na světě,“ říká generální ředitel KMV Alessandro Pasquale.

Stálicemi v oblíbenosti na trhu v ČR jsou vody Mattoni, Magnesia a Aquila, ale v roce 2015 byl velký zájem i o 100% džusy značky Granini. Trefou do černého se ukázala Malinovka od Poděbradky, která byla loni podle agentury Nielsen nejprodávanější malinovkou v ČR.

Skupině KMV se daří i na evropských trzích. Na Slovensku drží pozici dvojky na trhu přírodních minerálních vod. V Rakousku je dvojkou v sektoru přírodních minerálních vod a na třetí pozici v ochucených vodách. V Maďarsku je lídrem na trhu přírodních minerálních vod díky loňskému odkoupení dvou nejvýznamnějších tamních nápojářských firem (Kékkúti Ásványvíz a Szentkirályi Ásványvíz), čímž vznikl největší výrobce balených minerálních a pramenitých vod ve střední Evropě.

„Naše dvě maďarské společnosti meziročně zvedly svůj celkový obrát o 13 %, zatímco celý tamní trh rostl jen o 9 %. Je to první společný úspěch jejich sjednoceného podnikání pod křídly KMV,“ upřesňuje Alessandro Pasquale.

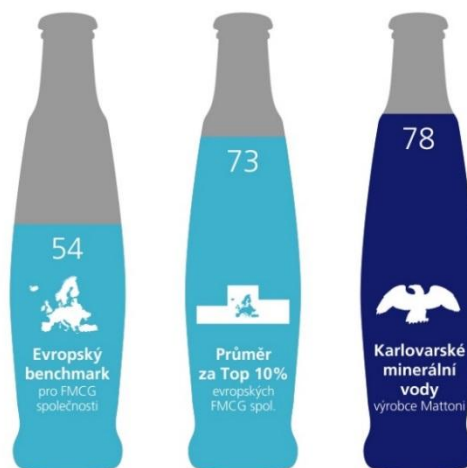
Úspěšná byla skupina KMV i v exportu do více než 20 zemí světa. Pozoruhodný je růst na čínském trhu, který pro KMV představuje čtvrtý největší exportní trh. Dalšími významnými exportními zeměmi jsou třeba Polsko, Německo, ale i USA nebo Spojené arabské emiráty.

„Překonali jsme náš původní předpoklad, že za rok 2015 celá evropská skupina KMV vyrobí a prodá miliardu litrů balených vod a nealkoholických nápojů,“ říká Alessandro Pasquale, ale zdůrazňuje: „Ve výhledech na letošek jsme záměrně opatrní. Nápojový průmysl zažil skvělý rok, ale budoucnost nikdo nezná. To už se ukázalo po rekordním roce 2003, kdy následovalo mnohem méně příznivé období.“

Výkony i pověst KMV přináší vysoké hodnocení jejich image

Karlovarské minerální vody patří k dlouhodobě úspěšným firmám a to se projevilo i v měření jejich reputace. Více než polovina firem ze světového žebříčku Fortune Top 100 k tomu používá společnost TNS (v ČR TNS AISA) a její metodologii TRI*M. Z českých firem v ní aktuálně dosáhly zajímavého výsledku právě KMV, které se dostaly mezi 10 % výrobců rychloobrátkového zboží s nejlepší korporátní reputací v Evropě.

TRI*M Index



O Karlovarských minerálních vodách

Karlovarské minerální vody, a. s. jsou největším výrobcem minerálních a pramenitých vod ve střední Evropě. Vedle tradiční minerální vody Mattoni vyrábí pramenitou vodu Aquila a minerální vodu Magnesia. Společnost byla založena karlovarským rodákem Heinrichem Mattonim v roce 1873. Současnou podobu získaly Karlovarské minerální vody v 90. letech díky výrazným investicím nových majitelů, italské rodiny Pasquale. KMV v současné době vyváží své produkty do více než 20 zemí světa a vlastní zahraniční značky minerálních vod v Rakousku, Maďarsku a na Ukrajině. Profesionální přístup KMV i jejich zaměstnanců k otázce kvality produktů byl ohodnocen celou řadou ocenění. Společnost se významně podílí na kulturním, sportovním a společenském životě v České republice. Podporuje také projekty spojené s ochranou přírody a otázkou ekologie. KMV jsou členem Národní sítě Global Compact ČR, která sdružuje firmy a organizace zapojené do UN Global Compact - největší světové iniciativy společenské odpovědnosti a udržitelného podnikání pod záštitou OSN.

TRI*M Corporate Reputation

Metodologii TRI*M vyvinula TNS v 90. letech, kdy zkoumala spokojenost zákazníků se službami a výrobky pro spotřebitele. Toto úvodní zaměření se později rozšířilo a začalo posuzovat celkovou reputaci společností, v níž jen část vyplývá z toho, co a jak dané firmy vyrábějí, a dnes zkoumá i finanční úspěch firmy, obecnou oblíbenost a důvěryhodnost v dlouhodobém horizontu. Pro správné zhodnocení reputace firmy má TNS k dispozici srovnání s více než 550 výzkumy korporátní reputace, vzniklých na základě více než 2 milionu rozhovorů pro 290 společností, které zkoumaly postoj 16 skupin relevantních stakeholderů pro dané firmy.

Kontakt pro média

Pavel Novák, mediální zástupce KMV
Telefon: (+420) 724 012 604
E-mail: pavel.novak@amic.cz