



BELVEDERE

WYNIKI DZIAŁALNOŚCI W IV KWARTALE POTWIERDZAJĄ DYNAMIKĘ WZROSTU ODNOTOWYWANĄ OD POCZĄTKU ROKU OBROTOWEGO

SKONSOLIDOWANE OBROTY ZA 2011 W WYSOKOŚCI 910,7 MILIONA €,
CZYLI WZROST O 5,8%

Obroty skonsolidowane (*) (w milionach euro)	2010	Zmiana organiczna	Wpływ kursów wymiany	2011	Zmiana w %	Zmiana w % przy stałym kursie
<i>dane przed audytem</i>						
I kwartał	174,1	18,6	(0,1)	192,6	+ 10,6%	+ 10,7%
II kwartał	210,4	17,8	1,8	229,9	+ 9,3%	+ 8,5%
III kwartał	220,5	12,9	(6,5)	226,9	+ 2,9%	+ 5,9%
IV kwartał	255,7	20,7	(15,1)	261,2	+ 2,2%	+ 8,1%
Łącznie na 31 grudnia (12 miesięcy)	860,7	69,9	(20,0)	910,7	+ 5,8%	+ 8,1%

(*) Skonsolidowane obroty obejmują wszystkie działalności Grupy

Beaucaire, 15 lutego 2012 – Skonsolidowane obroty Grupy Belvédère [Euronext Paris: BVD] za rok obrotowy 2011 wynoszą 910,7 miliona €, czyli wzrosły o 5,8% w stosunku do roku poprzedniego. Przy stałym kursie i zakresie, sprzedaż w 2011, w porównaniu do wyników za rok obrotowy 2010, wzrosła o +8,1%.

Tylko w IV kwartale, nie biorąc pod uwagę wpływu kursu wymiany, działalność Grupy wzrosła o 8,1% w stosunku do tego samego okresu roku 2010.

W Polsce (60,1% łącznych obrotów), w okresie 12 miesięcy sprzedaż wzrosła o 6,9% (+10,4% przy stałym kursie). Jest to znaczące osiągnięcie na krajowym rynku wódki, który wartościowo skurczył się o 4,2%¹. Odnotowany wzrost jest związany głównie z dużym sukcesem handlowym, jaki odniosła wódka **Krupnik**, zajmując w grudniu 2011 (po zaledwie 20 miesiącach od jej wprowadzenia na rynek), pierwsze miejsce na polskim rynku, z 14,3% udziałem w rynku dla całej gamy produktów. Na koniec grudnia 2011, sprzedaż wódek Grupy na polskim rynku wódek sięgała blisko 22%.

We Francji (28,2 % łącznych obrotów), w okresie 12 ostatnich miesięcy, sprzedaż znacznie wzrosła – o 6,3% w stosunku do ubiegłego roku. W rocznym podsumowaniu, whisky **William Peel** umocniła swą

¹ Źródło: AC Nielsen



pozycję lidera na francuskim rynku scotch whisky, z 20,0% udziałem w rynku, w porównaniu do 19,3% w 2010².

W Stanach Zjednoczonych (2,9% łącznych obrotów), sprzedaż wódki **Sobieski**, głównego motoru działalności, wzrosła o 16,1% (bez brania pod uwagę zmian kursowych). **Zatem cel, jakim było sprzedanie w roku 2011 miliona kartonów tej wódki w Stanach Zjednoczonych, został osiągnięty.**

Jeśli chodzi o pozostałe regiony, w których Grupa Belvédère prowadzi działalność: w Danii (1,0% łącznych obrotów) działalność wzrosła o 27,8% w stosunku do poprzedniego roku obrotowego; na Litwie (4,7% łącznych obrotów) i w Bułgarii (1,4% łącznych obrotów) – dwóch krajach, gdzie konsumpcja spadła na skutek kryzysu finansowego oraz zmniejszenia się oficjalnego rynku alkoholu, sprzedaż zmalała odpowiednio o 4,5% i 17,8%.

Krzysztof Tryliński, Prezes i Dyrektor Generalny Grupy Belvédère oświadczył: « Działalność Grupy Belvédère doskonale się rozwija w Polsce i we Francji, czyli na naszych dwóch najważniejszych rynkach. Sukces zawdzięczamy umiejętności stworzenia marek, rozwijania ich oraz utrzymania wysokiej pozycji na rynku w długim okresie czasu. Sukces wódki Sobieski w Stanach Zjednoczonych jest tego świetnym przykładem. Podobnie jak wyniki za trzy pierwsze kwartały 2011, te za czwarty również potwierdzają dynamikę wzrostu ».

Kontakt:

FTI Consulting Strategic Communications

Kontakt z prasą

Guillaume Foucault

guillaume.foucault@fticonsulting.com

Kontakt z inwestorami

Clément Bénétreau

clement.benetreau@fticonsulting.com

Tél. : +33 1 47 03 68 10

² Źródło : AC Nielsen