

Kraków, 26 września 2007 r.

ADS rozpoczyna kolejny etap realizacji strategii

Informacja prasowa

Sąd Rejonowy w Krakowie zarejestrował podwyższenie kapitału Advanced Distribution Solutions S.A. o kwotę 102,72 mln zł w wyniku publicznej emisji akcji serii I. Tym samym sukcesem zakończył się pierwszy etap realizacji nowej strategii spółki, zakładającej budowę największej w Polsce, ogólnokrajowej sieci dystrybucji piwa, napojów bezalkoholowych i alkoholi. Do 30 października ADS planuje zakończyć proces akwizycji sześciu przedsiębiorstw dystrybucyjnych.

- Decyzja o zarejestrowaniu emisji umożliwi nam przejście do kolejnych etapów działania. 5 października odbędzie się Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy. W październiku sfinalizujemy przejęcia pierwszych sześciu hurtowni, ale prowadzimy już rozmowy z kolejnymi spółkami – mówi Krzysztof Bałanda, Prezes Zarządu ADS S.A.

Strategia ADS SA obejmuje przejmowanie, konsolidację i restrukturyzację podmiotów działających na lokalnych rynkach. Zgodnie z szacunkami potencjał sprzedaży wyniesie, na koniec 2009 roku, około 1,5 mld zł.

Dotychczas ADS podpisał umowy przejęcia sześciu firm (Star Napoje Poznań, InterHurt Bydgoszcz, Nibres Słupsk, Danpol Jędrzychowice, MaxBeer Kraków oraz MagMar Racibórz). Spółka przeznaczy na przejęcia w 2007 roku 78,85 mln zł. ADS zamierza przeprowadzić także prywatną ofertę 55,3 mln akcji serii J, aby zapewnić dalszy udział dotychczasowych właścicieli w działalności operacyjnej przejętych podmiotów. Na realizację kolejnych akwizycji Zarząd przeznaczy 14,15 mln zł ze środków pozyskanych z emisji akcji serii I.

Strategicznym celem firmy jest osiągnięcie poziomu 20-25% pokrycia numerycznego rynku przy ogólnopolskim zasięgu prowadzonej działalności. Dominujący udział w strukturze sprzedaży będą miały piwo oraz napoje bezalkoholowe (odpowiednio 40-50% i 40%). Alkohole ciężkie będą stanowić 10%-20% sprzedaży.

Sieć dystrybucji będzie obsługiwać około 15 000 – 20 000 sklepów, usytuowanych w miejscach lokalizacji konsolidowanych podmiotów - w dużych aglomeracjach i wokół nich. Grupa będzie także współpracować z sieciami o charakterze ponadlokalnym, regionalnym i krajowym, takimi jak BOMI, Sieć 34, PSS, Lewiatan, Piotr i Paweł, czy Rabat oraz dostarczać towary do małych,

lokalnych dystrybutorów. ADS chce rozwinąć także działalność na obszarach wiejskich - zapleczech wielkich aglomeracji, obejmujących ok. 3 000 - 5 000 sklepów.

W przeprowadzonej w lipcu publicznej emisji akcji serii I ADS zaoferował inwestorom 102,7 mln akcji. Oferta cieszyła się bardzo dużym powodzeniem. Inwestorzy objęli wszystkie zaoferowane walory. Zapisy w ramach wykonywania prawa poboru przyjmowane były w formie zapisów podstawowych oraz dodatkowych. W przypadku tych drugich redukcja sięgnęła 43,48 proc.

Dodatkowe informacje:

Beata Murowańska, Dyrektor Zarządzający
Agencja Support Sp. z o.o.

GSM 602 660 560

tel.: +48 12 431 25 51

e-mail: bmurowanska@agencjasupport.pl