

ΠΕΡΙΛΗΠΤΙΚΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΠΡΩΤΟΥ ΤΡΙΜΗΝΟΥ 2015
ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΤΙΣ ΠΡΟΣΔΟΚΙΕΣ ΜΑΣ

Η Coca-Cola HBC AG, ο δεύτερος μεγαλύτερος εμφιαλωτής των σημάτων της The Coca-Cola Company, παρουσιάζει σήμερα την περιληπτική ενημέρωση για την πορεία των εργασιών του πρώτου τριμήνου του 2015.

Βασικά οικονομικά μεγέθη πρώτου τριμήνου

- Οι όγκοι πωλήσεων αυξήθηκαν και στους τρεις τομείς δραστηριοποίησής μας, στη διάρκεια του τριμήνου σε σύγκριση με το περασμένο τρίμηνο. Στην αύξηση αυτή συνέβαλαν σε μεγάλο βαθμό οι τέσσερις επιπλέον ημέρες πωλήσεων και η χρονική συγκυρία του Πάσχα, ενώ καταγράφηκαν καλές επιδόσεις σε Νιγηρία, Πολωνία, Ρουμανία, Ουγγαρία και Δημοκρατία της Τσεχίας.
- Ο ρυθμός πτώσης του όγκου πωλήσεων στις αναπτυσσόμενες αγορές υποχώρησε, σε συγκρίσιμη βάση, στη διάρκεια του τριμήνου. Παράλληλα, η αύξηση των εσόδων ενισχύθηκε από την ανατίμηση των νομισμάτων εν μέσω ενός περιβάλλοντος αποπληθωρισμού των τιμών.
- Στις αναπτυσσόμενες αγορές, τα υψηλά ποσοστά αύξησης του όγκου πωλήσεων στην κατηγορία των ανθρακούχων αναψυκτικών και στο οργανωμένο εμπόριο είχαν ως αποτέλεσμα την αύξηση των εσόδων παρά το μη ευνοϊκό μείγμα τιμών, κατηγορίας προϊόντων και δικτύων διανομής.
- Στις αναδυόμενες αγορές, οι καλές επιδόσεις σε σχέση με τον όγκο πωλήσεων υπεραντισταθμίστηκαν από τις δυσμενείς συναλλαγματικές μεταβολές. Οι δραστηριότητες μας στη Νιγηρία κατέγραψαν πολύ καλές επιδόσεις σε όλες τις κατηγορίες προϊόντων, σε ένα εποχιακά σημαντικό τρίμηνο, ενώ στη Ρωσία καταγράφηκε ισχυρή αύξηση των πωλήσεων στην κατηγορία των χυμών, η οποία αντισταθμίστηκε από την πτώση στην κατηγορία των ανθρακούχων αναψυκτικών.
- Τα καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση παρέμειναν σταθερά συγκρινόμενα με το αντίστοιχο τρίμηνο πέρυσι. Πραγματοποιήσαμε αυξήσεις στις τιμές των προϊόντων μας σε συγκεκριμένες αναδυόμενες αγορές που επηρεάστηκαν περισσότερο από την αρνητική μεταβολή των συναλλαγματικών ισοτιμιών, ενώ στις αναπτυσσόμενες και αναπτυσσόμενες αγορές, εν μέσω ενός περιβάλλοντος αποπληθωρισμού των τιμών, κύρια επιδίωξή μας παρέμεινε η διατήρηση των τιμών των προϊόντων μας σε προσιτά επίπεδα.

| Μεταβολή (%) Α' τρίμηνο 2015 με Α' τρίμηνο 2014 | Όγκος Πωλήσεων (%) | Καθαρά έσοδα από πωλήσεις (%) | Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο (%) | Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση (%) |
|---|--------------------|-------------------------------|---|---|
| Σύνολο Ομίλου | 7,2 | 1,7 | -5,2 | - |
| Αναπτυσσόμενες αγορές | 3,4 | 5,1 | 1,7 | -1,9 |
| Αναπτυσσόμενες αγορές | 13,7 | 11,4 | -2,0 | -2,7 |
| Αναδυόμενες αγορές | 7,4 | -4,6 | -11,1 | 4,1 |

Ο κ. Δημήτρης Λόης, Διευθύνων Σύμβουλος της Coca-Cola HBC AG, σχολίασε:

«Σε αυτό το τρίμηνο καταγράφηκε ικανοποιητική αύξηση των πωλήσεών μας, ανάλογη των προσδοκιών μας. Τόσο τα σχέδια που υλοποιήσαμε για τη σταθεροποίηση των όγκων πωλήσεων στην Ευρώπη, όσο και η τιμολογιακή πολιτική που εφαρμόσαμε με στόχο τη μείωση του αντίκτυπου των δυσμενών συναλλαγματικών ισοτιμιών σε συγκεκριμένες αναδυόμενες αγορές, ήταν αποτελεσματικά.



Παρά το γεγονός ότι αναμένουμε ότι το κλίμα αβεβαιότητας θα συνεχιστεί σε κάποιο βαθμό, οι πρωτοβουλίες που αναλάβαμε για να μειώσουμε τον πιθανό αντίκτυπο τυχόν αρνητικών εξελίξεων αποδείχθηκαν επιτυχείς και τα αποτελέσματα του τριμήνου είναι ενθαρρυντικά».

Περιληπτική Ενημέρωση

Στο πρώτο τρίμηνο του έτους, οι εμπορικές συνθήκες στις αγορές που δραστηριοποιούμαστε εξελίχθηκαν εν πολλοίς σύμφωνα με τις προσδοκίες μας. Παρά το γεγονός ότι συγκεκριμένες χώρες δείχνουν κάποια σημάδια βελτίωσης, παράγοντες όπως η συνεχιζόμενη μεταβλητότητα των αγορών νομισμάτων και πετρελαίου, οι πολιτικές αναταραχές σε κάποιες χώρες και η επί τα χείρω αναθεώρηση της αύξησης του ΑΕΠ παγκοσμίως από το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο συνεχίζουν να ενισχύουν την αβεβαιότητα.

Οι πρωτοβουλίες μας για σταθεροποίηση των πωλήσεων των προϊόντων μας και για επιστροφή στην ανάπτυξη αποδίδουν αποτελέσματα. Συνολικά, ο όγκος πωλήσεων αυξήθηκε κατά 7,2% στη διάρκεια του τριμήνου ενώ το αντίστοιχο τρίμηνο πέρυσι είχε καταγράψει πτώση 4,0%. Στην αύξηση αυτή συνέβαλαν σε μεγάλο βαθμό οι τέσσερις επιπλέον ημέρες πωλήσεων – που αντιστοιχούν σε μόλις κάτω από 6 ποσοστιαίες μονάδες της αύξησης στο τρίμηνο – και η χρονική συγκυρία του Πάσχα στις Καθολικές χώρες. Οι πρωτοβουλίες αύξησης των τιμών των προϊόντων μας στις αναδυόμενες αγορές με σκοπό την αντιστάθμιση του αρνητικού αντίκτυπου των συναλλαγματικών ισοτιμιών σε συνδυασμό με την υλοποίηση μιας στρατηγικής προσιτών τιμών στις αναπτυσσόμενες και αναπτυσσόμενες αγορές οδήγησαν, σε γενικές γραμμές, σε σταθερά καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση για το τρίμηνο. Παρά την κατά περίπου 5% αρνητική επίδραση των συναλλαγματικών μεταβολών, πετύχαμε αύξηση κατά 1,7% των καθαρών εσόδων από πωλήσεις σε σχέση με το αντίστοιχο τρίμηνο πέρυσι.

Αναπτυσσόμενες αγορές

Ο όγκος πωλήσεων στις αναπτυσσόμενες αγορές αυξήθηκε κατά 3,4% στη διάρκεια του τριμήνου σε σύγκριση με την πτώση κατά 7,5% του αντίστοιχου τριμήνου πέρυσι. Οι τέσσερις επιπλέον ημέρες πωλήσεων και η συγκυρία του Πάσχα στις Καθολικές χώρες συνέβαλαν στην προαναφερθείσα αύξηση. Η υποχώρηση της πτώσης του όγκου πωλήσεων, σε συγκρίσιμη βάση, στις συγκεκριμένες αγορές είναι ενθαρρυντικό σημάδι. Στην κατηγορία των ανθρακούχων αναψυκτικών καταγράφηκαν υψηλές επιδόσεις σε όλα τα προϊόντα, ενισχυόμενες από τη διψήφια αύξηση των πωλήσεων της Coke Zero.

Στην Ιταλία ο όγκος πωλήσεων αυξήθηκε κατά χαμηλό μονοψήφιο ποσοστό μετά τη χαμηλή διψήφια πτώση το αντίστοιχο τρίμηνο πέρυσι. Η πτώση του όγκου πωλήσεων στη χώρα περιορίστηκε σε συγκρίσιμη βάση, λαμβάνοντας δηλαδή υπόψη τις τέσσερις επιπλέον ημέρες πωλήσεων και τη χρονική συγκυρία του Πάσχα. Οι θετικές επιδόσεις στην κατηγορία των ανθρακούχων αναψυκτικών, που καταγράφηκαν χάρη στις πρωτοβουλίες μας στο να διαθέτουμε το κατάλληλο σήμα, στην κατάλληλη συσκευασία, στην κατάλληλη τιμή, για το κατάλληλο κανάλι διανομής, αντιστάθμισαν τη μείωση των πωλήσεων στην κατηγορία των μη ανθρακούχων αναψυκτικών.

Ο όγκος πωλήσεων στην Ελλάδα διατήρησε την ανοδική του πορεία καταγράφοντας αύξηση κατά χαμηλό μονοψήφιο ποσοστό (συμπεριλαμβανομένων των τεσσάρων επιπλέον ημερών πωλήσεων) ενισχύοντας τις ήδη θετικές επιδόσεις του αντίστοιχου τριμήνου πέρυσι. Στην κατηγορία των χυμών και των εμφιαλωμένων νερών καταγράφηκαν θετικές επιδόσεις με τον όγκο πωλήσεων στην κατηγορία των ανθρακούχων αναψυκτικών να παραμένει σταθερός. Παραμένουμε συγκρατημένοι για την πορεία των αποτελεσμάτων μας στην Ελλάδα, καθώς η προσδοκία για αύξηση του ΑΕΠ μέσα στο 2015 επισκιάζεται από ένα δύσκολο πολιτικοοικονομικό περιβάλλον.

Στην Αυστρία και την Ελβετία οι όγκοι πωλήσεων αυξήθηκαν μετά τις χαμηλές επιδόσεις του αντίστοιχου τριμήνου πέρυσι. Στην Ελβετία σημειώθηκαν καλύτερες επιδόσεις με αύξηση στον όγκο πωλήσεων κατά μεσαίο μονοψήφιο ποσοστό, ενισχυόμενες από προωθητικές ενέργειες στο οργανωμένο εμπόριο.

Τα καθαρά έσοδα από πωλήσεις αυξήθηκαν συνολικά κατά 5,1% στις συγκεκριμένες αγορές ως αποτέλεσμα της αύξησης του όγκου πωλήσεων και της ενίσχυσης των νομισμάτων, κατά κύριο λόγο του ελβετικού φράγκου. Τα καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση

κατέγραψαν πτώση 1,9% λόγω του συνδυασμού της αποπληθωριστικής πίεσης, του μη ευνοϊκού μείγματος τιμών, κατηγορίας προϊόντων και δικτύων διανομής καθώς και των προσπαθειών μας να παραμείνουν οι τιμές των προϊόντων μας, ειδικά στην Ελλάδα, σε προσιτά επίπεδα.

Αναπτυσσόμενες αγορές

Ο όγκος πωλήσεων στις αναπτυσσόμενες αγορές αυξήθηκε κατά 13,7%, μετά την πτώση 8,9% το περσινό τρίμηνο. Η αύξηση αυτή αντικατοπτρίζει τη θετική δυναμική σε όλες τις χώρες αυτού του τομέα, και ιδιαιτέρως στην Πολωνία και τη Δημοκρατία της Τσεχίας, όπου αναπτύσσουμε τις επιχειρήσεις μας ξεκινώντας από μια πιο υγιή βάση μετά και τον εξορθολογισμό των διαθέσιμων προς πώληση συσκευασιών στο οργανωμένο εμπόριο κατά τους τελευταίους 12-18 μήνες. Η αύξηση της κατανάλωσης και τα χαμηλά ποσοστά της ανεργίας αποτελούν εξίσου ενθαρρυντικά σημάδια, παρά το γεγονός ότι οι αποπληθωριστικές πιέσεις δυσχεραίνουν τις πρωτοβουλίες αύξησης των τιμών των προϊόντων μας στην περιοχή.

Ο όγκος πωλήσεων στην Πολωνία αυξήθηκε κατά ποσοστό κοντά στο μεσαίο επίπεδο του εύρους 10-20% μετά την υψηλή μονοψήφια πτώση το αντίστοιχο διάστημα πέρυσι. Οι θετικές επιδόσεις οφείλονταν κατά κύριο λόγο στο οργανωμένο εμπόριο, με ισχυρή αύξηση των πωλήσεων στις κατηγορίες των ανθρακούχων αναψυκτικών, των εμφιαλωμένων νερών και των ποτών ενέργειας. Η συνεχιζόμενη βελτίωση των οικονομικών συνθηκών στη χώρα σε συνδυασμό με τη χαμηλότερη συγκριτική βάση αναμένεται να στηρίξουν την ανάπτυξη για το υπόλοιπο του έτους.

Παράλληλα, η επιχειρήσή μας στη Δημοκρατία της Τσεχίας επέδειξε θετικές τάσεις ανάπτυξης, κυρίως στο οργανωμένο εμπόριο, με αύξηση του όγκου πωλήσεων κατά ποσοστό κοντά στο μεσαίο επίπεδο του εύρους 10-20%. Η ανάπτυξη αυτή οφείλεται, κατά πρώτο λόγο, στην κατηγορία των ανθρακούχων αναψυκτικών και, κατά δεύτερο λόγο, στην κατηγορία των χυμών και του έτοιμου προς κατανάλωση τσαγιού.

Οι εκτεταμένες προωθητικές ενέργειες κατά τη διάρκεια του Πάσχα οδήγησαν σε αύξηση του όγκου πωλήσεων στην Ουγγαρία όπου καταγράφηκε αύξηση του όγκου πωλήσεων κατά ποσοστό κοντά στο μεσαίο επίπεδο του εύρους 10-20%. Διατηρήθηκε η θετική πορεία κάθε κατηγορίας, με την κατηγορία των ανθρακούχων αναψυκτικών να είναι ο βασικός κινητήριος μοχλός της μεγάλης αύξησης των πωλήσεων, βοηθούμενη από την κυκλοφορία της νέας συσκευασίας του 1,25l. Η συμβολή των κατηγοριών ποτών ενέργειας και χυμών στη θετική πορεία ήταν επίσης σημαντική.

Ως αποτέλεσμα της παραπάνω αύξησης του όγκου πωλήσεων, τα καθαρά έσοδα από πωλήσεις αυξήθηκαν κατά 11,4% στο τρίμηνο. Η αύξηση αυτή αντισταθμίστηκε εν μέρει από την πτώση κατά 2,7% στα καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση, απόρροια ενός συνδυασμού αποπληθωριστικής πίεσης στην περιοχή και του μη ευνοϊκού μείγματος συσκευασίας και δικτύων διανομής.

Αναδυόμενες αγορές

Ο όγκος πωλήσεων στις αναδυόμενες αγορές αυξήθηκε κατά 7,4% στη διάρκεια του τριμήνου μετά τις σταθερές επιδόσεις του αντίστοιχου τριμήνου πέρυσι. Οι καλές επιδόσεις σε Νιγηρία και Ρουμανία σε όλες τις κατηγορίες και οι εξαιρετικές επιδόσεις στην κατηγορία των χυμών σε όλο τον τομέα δραστηριοποίησης υπεραντιστάθμισαν την πτώση του όγκου πωλήσεων στην κατηγορία των ανθρακούχων αναψυκτικών στη Ρωσία εν μέσω δυσχερών μακροοικονομικών συνθηκών. Όλες οι άλλες αγορές του συγκεκριμένου τομέα δραστηριοποίησης παρουσίασαν ικανοποιητική αύξηση του όγκου πωλήσεων.

Ο όγκος πωλήσεων στη Ρωσία (συμπεριλαμβανομένης της επίδρασης των επιπλέον ημερών πωλήσεων) ήταν εν πολλοίς σταθερός στο πρώτο τρίμηνο, συνεχίζοντας την υψηλή μονοψήφια αύξηση το αντίστοιχο τρίμηνο πέρυσι. Οι εξαιρετικές επιδόσεις στην κατηγορία των χυμών, υποστηριζόμενες εν μέρει από την ένταξη του σήματος Moya Semya στο χαρτοφυλάκιο προϊόντων μας, εξισορρόπησαν

την πτώση στην κατηγορία των ανθρακούχων αναψυκτικών εν μέσω ενός δύσκολου εμπορικού περιβάλλοντος.

Ο όγκος πωλήσεων στη Νιγηρία αυξήθηκε κατά ποσοστό κοντά στο άνω άκρο του εύρους 10-20%, υποστηριζόμενος εν μέρει από τη χαμηλή συγκριτική βάση του αντίστοιχου τριμήνου πέρυσι λόγω των προσωρινών δυσκολιών στον ανεφοδιασμό και την υλοποίηση προωθητικών ενεργειών το 2014 σχετιζόμενων με την εφαρμογή της πλατφόρμας SAP Wave 2. Χάρη στην επιτυχημένη εκστρατεία «Μοιράσου μία Coke», την αύξηση της παραγωγικής δυναμικότητας φιαλών PET και τη βελτιωμένη διαθεσιμότητα των προϊόντων, η επιχείρηση κατέγραψε πολύ καλές επιδόσεις σε όλες τις κατηγορίες σε ένα εποχιακά σημαντικό τρίμηνο, επιστρέφοντας σε υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης και επιτρέποντάς μας να διατηρήσουμε τις προσδοκίες μας για το υπόλοιπο του έτους.

Ο όγκος πωλήσεων στη Ρουμανία αυξήθηκε κατά υψηλό μονοψήφιο ποσοστό μετά την υψηλή μονοψήφια πτώση που είχε καταγραφεί το αντίστοιχο τρίμηνο πέρυσι. Στο χαρτοφυλάκιο προϊόντων μας καταγράφηκαν καλές επιδόσεις χάρη στην υποστήριξη του οργανωμένου εμπορίου και την κυκλοφορία της νέας συσκευασίας ανθρακούχων αναψυκτικών του 1,25l. Το σήμα Cappy Pulpy συνεχίζει την ανοδική του πορεία παραμένοντας η κινητήρια δύναμη για τις καλές επιδόσεις που καταγράφηκαν στην κατηγορία των χυμών.

Τα συνολικά καθαρά έσοδα από πωλήσεις στον τομέα αυτό υποχώρησαν κατά 4,6% στο πρώτο τρίμηνο. Τα βελτιωμένα καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση – σε άνοδο κατά 4,1% ως συνέπεια της στρατηγικής μας για υλοποίηση πρωτοβουλιών αύξησης των τιμών των προϊόντων μας σε περιοχές που επηρεάζονται αρνητικά από τις δυσμενείς συναλλαγματικές ισοτιμίες– υπεραντισταθμίστηκαν από τον αντίκτυπο των δυσμενών συναλλαγματικών μεταβολών.

Βασικά οικονομικά μεγέθη ανά κατηγορία

Τα σχέδιά μας για το δίκτυο του οργανωμένου εμπορίου, συμπεριλαμβανομένων σε αυτά και εντατικότερων ενεργειών μάρκετινγκ, συνέβαλαν στην αναστροφή της πτωτικής πορείας που παρατηρήθηκε στην κατηγορία των ανθρακούχων αναψυκτικών το πρώτο τρίμηνο πέρυσι και οδήγησαν σε υψηλή μονοψήφια αύξηση του όγκου πωλήσεων, με τη Νιγηρία, την Πολωνία, τη Ρουμανία, την Ουγγαρία και τη Δημοκρατία της Τσεχίας να συμβάλλουν περισσότερο στην αύξηση αυτή. Στο πλαίσιο της συγκεκριμένης κατηγορίας, οι πωλήσεις προϊόντων με το σήμα της Coca-Cola αυξήθηκαν κατά υψηλό μονοψήφιο ποσοστό, ενώ οι όγκοι πωλήσεων αυξήθηκαν σε όλους τους τομείς δραστηριοποίησης. Οι πωλήσεις της Coca-Cola Zero διατήρησαν τη θετική τους πορεία σε όλους τους τομείς δραστηριοποίησης και συνέχισαν να ξεπερνούν σε επιδόσεις την κατηγορία των ανθρακούχων αναψυκτικών. Η μεγαλύτερη συμβολή στις πωλήσεις της Coca-Cola Zero προήλθε από τις αναπτυσσόμενες αγορές όπου η αύξηση των πωλήσεων άγγιξε ποσοστό κοντά στο άνω άκρο του εύρους 10-20%. Η αύξηση του μεριδίου αγοράς σε όγκο στην κατηγορία των ανθρακούχων αναψυκτικών σε 17 από τις αγορές μας αποδεικνύει την επιτυχία μας στη συγκεκριμένη κατηγορία στη διάρκεια του τριμήνου¹.

Το σήμα Cappy Pulpy, το οποίο διανέμεται σε έντεκα χώρες από τη νέα μας γραμμή στη Ρουμανία, οι επιδόσεις της Multon, της εταιρείας που είναι υπεύθυνη για τις πωλήσεις προϊόντων χυμού στη Ρωσία, και η Νιγηρία αποτέλεσαν τους σημαντικότερους παράγοντες για την αύξηση κατά ποσοστό κοντά στο άνω άκρο του εύρους 10-20% της κατηγορίας χυμών. Παρόλο που η ένταξη του σήματος Moya Semya στο χαρτοφυλάκιο μας τον Ιούλιο του 2014 έχει συμβάλει στην αύξηση των πωλήσεων της Multon, είναι ενθαρρυντικό ότι στην κατηγορία των χυμών στη Ρωσία καταγράφηκε οργανική αύξηση σε χαμηλό διψήφιο ποσοστό το φετινό τρίμηνο σε σχέση με το αντίστοιχο τρίμηνο πέρυσι. Ο όγκος πωλήσεων στην κατηγορία των εμφιαλωμένων νερών κατέγραψε αύξηση σε μεσαίο μονοψήφιο ποσοστό στο τρίμηνο. Η αύξηση αυτή αποδίδεται πρωτίστως στις αναδυόμενες και τις αναπτυσσόμενες αγορές ενώ ο όγκος πωλήσεων στις αναπτυσσόμενες αγορές αυξάνεται με μικρότερο ρυθμό. Στην κατηγορία των ποτών ενέργειας, ο όγκος πωλήσεων αυξήθηκε σε χαμηλό διψήφιο ποσοστό, με εξαιρετικές επιδόσεις στις αναπτυσσόμενες και αναπτυσσόμενες αγορές, ειδικά στην Πολωνία, την Ιρλανδία και την Ουγγαρία. Οι πωλήσεις στην κατηγορία του έτοιμου προς κατανάλωση τσαγιού παρέμειναν σε χαμηλά επίπεδα στις αναπτυσσόμενες και τις αναπτυσσόμενες αγορές, ενώ κατέγραψαν αύξηση στις αναδυόμενες αγορές.

¹ Nielsen/IRI με βάση 25 αγορές στην κατηγορία των ανθρακούχων αναψυκτικών

Συνολικά, η συμβολή των συσκευασιών άμεσης κατανάλωσης μειώθηκε ελαφρώς στη διάρκεια του τριμήνου. Οι συσκευασίες άμεσης κατανάλωσης ανθρακούχων αναψυκτικών βελτιώθηκαν κατά 0,1 ποσοστιαία μονάδα. Στην κατηγορία των εμφιαλωμένων νερών καταγράφηκε πτώση κατά 0,3 ποσοστιαίες μονάδες στις συσκευασίες άμεσης κατανάλωσης.

Συμπληρωματική Πληροφόρηση

| | Α' Τρίμηνο 2015 | Α' Τρίμηνο 2014 | % Μεταβολή |
|---|----------------------------|----------------------------|-----------------------|
| Σύνολο Ομίλου | | | |
| Όγκος πωλήσεων (εκατ. κιβώτια) | 439,0 | 409,6 | 7,2% |
| Καθαρά έσοδα από πωλήσεις (€ εκατ.) | 1.353,3 | 1.331,1 | 1,7% |
| Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο (€) | 3,08 | 3,25 | -5,2% |
| Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση (€) | 3,08 | 3,08 | - |
| Αναπτυγμένες αγορές | | | |
| Όγκος πωλήσεων (εκατ. κιβώτια) | 135,7 | 131,3 | 3,4% |
| Καθαρά έσοδα από πωλήσεις (€ εκατ.) | 554,6 | 527,9 | 5,1% |
| Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο (€) | 4,09 | 4,02 | 1,7% |
| Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση (€) | 4,09 | 4,17 | -1,9% |
| Αναπτυσσόμενες αγορές | | | |
| Όγκος πωλήσεων (εκατ. κιβώτια) | 79,6 | 70,0 | 13,7% |
| Καθαρά έσοδα από πωλήσεις (€ εκατ.) | 228,5 | 205,2 | 11,4% |
| Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο (€) | 2,87 | 2,93 | -2,0% |
| Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση (€) | 2,87 | 2,95 | -2,7% |
| Αναδυόμενες αγορές | | | |
| Όγκος πωλήσεων (εκατ. κιβώτια) | 223,7 | 208,3 | 7,4% |
| Καθαρά έσοδα από πωλήσεις (€ εκατ.) | 570,2 | 598,0 | -4,6% |
| Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο (€) | 2,55 | 2,87 | -11,1% |
| Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση (€) | 2,55 | 2,45 | 4,1% |

Όμιλος Coca-Cola HBC

Η Coca-Cola HBC είναι ο δεύτερος μεγαλύτερος εμφιαλωτής προϊόντων της εταιρείας The Coca-Cola Company σε όγκο πωλήσεων, με ετήσιες πωλήσεις, που υπερβαίνουν τα 2 δισεκατομμύρια κιβώτια. Έχει εκτεταμένη γεωγραφική κάλυψη, δραστηριοποιούμενη σε 28 χώρες, όπου εξυπηρετεί περισσότερους από 590 εκατομμύρια ανθρώπους. Η Coca-Cola HBC προσφέρει μεγάλη ποικιλία μη αλκοολούχων έτοιμων προς κατανάλωση αναψυκτικών στις εξής κατηγορίες: ανθρακούχα αναψυκτικά, χυμοί, εμφιαλωμένο νερό, ποτά για αθλούμενους, ποτά ενέργειας, έτοιμο προς κατανάλωση τσάι και καφέ. Η Coca-Cola HBC είναι δεσμευμένη να προάγει τη βιώσιμη ανάπτυξη, προκειμένου να δημιουργεί αξία τόσο για τις δικές της εμπορικές δραστηριότητες, όσο και για την κοινωνία. Σε αυτό το πνεύμα προσφέρει προϊόντα που ικανοποιούν τις ανάγκες των καταναλωτών, προάγει περιβάλλον εργασίας χωρίς αποκλεισμούς, διεξάγει τις εμπορικές της δραστηριότητες με

τρόπους, που προστατεύουν και διατηρούν το περιβάλλον και συμβάλλει στη κοινωνικοοικονομική ανάπτυξη των κατά τόπους κοινωνιών.

Οι μετοχές της Coca-Cola HBC είναι εισηγμένες στην premium κατηγορία του Χρηματιστηρίου Αξιών του Λονδίνου (LSE: CCH) και στο Χρηματιστήριο Αξιών Αθηνών (ATHEX: EEE). Η Coca-Cola HBC περιλαμβάνεται στο δείκτη Dow Jones Sustainability και στο δείκτη FTSE4Good. Για περισσότερες πληροφορίες μπορείτε να επισκεφθείτε το δικτυακό τόπο www.coca-colahellenic.com.

Πρόσκληση Δικτυακής Τηλεδιάσκεψης

Η Coca-Cola HBC πρόκειται να φιλοξενήσει τηλεδιάσκεψη μεταξύ αναλυτών και επενδυτών του χρηματοοικονομικού τομέα, στην οποία θα συζητηθεί η πορεία των εργασιών του πρώτου τριμήνου 2015 την 15η Μαΐου 2015 και ώρα Ελβετίας 10:00 π.μ. (ώρα Λονδίνου 09:00 π.μ., ώρα Αθήνας 11:00 π.μ., ώρα Νέας Υόρκης 04:00 π.μ.). Η μαγνητοφωνημένη ηχητική μετάδοση της τηλεδιάσκεψης καθώς και η σχετική απομαγνητοφώνηση θα είναι διαθέσιμα για λήψη σε μορφή αρχείου MP3 στο δικτυακό τόπο της Coca-Cola HBC (www.coca-colahellenic.com/investorrelations/financialresults) μετά την ολοκλήρωση αυτής.

Επόμενη ενημέρωση

13 Αυγούστου 2015 – Αποτελέσματα πρώτου εξαμήνου

Πληροφόρηση Επενδυτών:

Coca-Cola HBC AG

Basak Kotler
Investor Relations Director

Τηλ: +41 41 726 0143
basak.kotler@cchellenic.com

Έρη Τζιβέλη
Investor Relations Manager

Τηλ: +30 210 618 3133
eri.tziveli@cchellenic.com

Νίκος Ευσταθόπουλος
Investor Relations Manager

Τηλ: +30 210 618 3260
nikos.efstathopoulos@cchellenic.com

Διεθνή μέσα επικοινωνίας:

StockWell Communications

Rob Morgan
Ben Ullmann
Anushka Mathew

Τηλ: +44 20 7240 2486
robert.morgan@stockwellgroup.com
ben.ullmann@stockwellgroup.com
anushka.mathew@stockwellgroup.com

Ελληνικά μέσα επικοινωνίας:

V+O Communications

Αργυρώ Οικονόμου

Τηλ: +30 211 7501219
ao@vando.gr

ΕΙΔΙΚΗ ΣΗΜΕΙΩΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ ΠΟΥ ΠΕΡΙΕΧΕΤΑΙ ΣΤΟ ΚΕΙΜΕΝΟ

Εκτός αν αναφέρεται διαφορετικά, αυτή η περιληπτική ενημέρωση καθώς και τα οικονομικά και λειτουργικά στοιχεία και οι λοιπές πληροφορίες που περιέχονται στο κείμενο αφορούν την Coca-Cola HBC AG και τις θυγατρικές της («Coca-Cola HBC» ή η «Εταιρεία» ή «εμείς» ή ο «Όμιλος»).

Το παρών έγγραφο περιέχει δηλώσεις που αφορούν το μέλλον και συνεπάγονται κινδύνους και αβεβαιότητες. Κατά κανόνα, αλλά όχι πάντοτε, οι δηλώσεις αυτού του είδους περιλαμβάνουν τη μνεία λέξεων όπως «πιστεύουμε», «προοπτική», «κατευθυντήριες γραμμές», «σκοπεύουμε», «αναμένουμε», «προβλέπουμε», «σχεδιάζουμε», «στοχεύουμε» και άλλες παρόμοιες διατυπώσεις που αφορούν δηλώσεις για το μέλλον. Εκτός από τις δηλώσεις που αφορούν γεγονότα του παρελθόντος, όλες οι υπόλοιπες, όπως, μεταξύ άλλων, δηλώσεις για τη μελλοντική οικονομική θέση και τα αποτελέσματά μας,

την προοπτική μας για το 2015 και τα επόμενα χρόνια, την επιχειρηματική μας στρατηγική και τα αποτελέσματα της παγκόσμιας οικονομικής επιβράδυνσης, τον αντίκτυπο της κρίσης κρατικού χρέους, τις μεταβολές νομισματικών ισοτιμιών, τις πρόσφατες εξαγορές μας και τις ενέργειες αναδιοργάνωσης στις επιχειρηματικές μας δραστηριότητες και την οικονομική μας κατάσταση, τις μελλοντικές συναλλαγές μας με την εταιρεία The Coca-Cola Company, προϋπολογισμούς, προβλεπόμενα επίπεδα κατανάλωσης και παραγωγής, προβλέψεις για το κόστος πρώτων υλών και άλλα στοιχεία κόστους, εκτιμήσεις κεφαλαιουχικών δαπανών, ελεύθερων ταμειακών ροών ή πραγματικών φορολογικών συντελεστών, σχέδια και στόχους της διοίκησης σε σχέση με μελλοντικές δράσεις, αποτελούν αναφορές στο μέλλον. Δεν πρέπει να βασίζεστε άκριτα σε τέτοιες δηλώσεις που αναφέρονται στο μέλλον. Εκ φύσεως, τέτοιες δηλώσεις που αφορούν το μέλλον ενέχουν κινδύνους και αβεβαιότητες, εφ' όσον αντανακλούν τις σημερινές μας εκτιμήσεις και προσδοκίες για μελλοντικά γεγονότα και περιστάσεις που μπορεί να αποδειχθούν ανακριβείς. Τα πραγματικά αποτελέσματά μας ενδέχεται να διαφέρουν σε ουσιώδη βαθμό από τις δηλώσεις για το μέλλον που περιέχονται στο παρών έγγραφο για διάφορους λόγους, όπως μεταξύ άλλων, για τους κινδύνους που αναφέρονται στην Ετήσια Ενοποιημένη Έκθεση για την Coca-Cola HBC AG και τις θυγατρικές της εταιρείες για το έτος που έληξε στις 31 Δεκεμβρίου 2014.

Αν και πιστεύουμε ότι, κατά την ημερομηνία σύνταξης του παρόντος, οι προσδοκίες που αντικατοπτρίζονται στις εν λόγω δηλώσεις για το μέλλον είναι εύλογες, δεν μπορούμε να σας διαβεβαιώσουμε ότι τα μελλοντικά μας αποτελέσματα, το επίπεδο επιχειρηματικής δραστηριότητας, οι επιδόσεις ή τα επιτεύγματά μας θα ικανοποιήσουν αυτές τις προσδοκίες. Επιπλέον, ούτε εμείς, ούτε τα στελέχη, οι υπάλληλοι, οι σύμβουλοι, ούτε οποιοδήποτε άλλο πρόσωπο αναλαμβάνει την ευθύνη για την ακρίβεια και την πληρότητα δηλώσεων που αφορούν το μέλλον. Μετά την ημερομηνία της περιληπτικής ενημέρωσης αυτής, εκτός αν είμαστε υποχρεωμένοι από το νόμο ή τους κανόνες της Financial Conduct Authority του Ηνωμένου Βασιλείου, δεν σκοπεύουμε απαραίτητως να προσαρμόσουμε καμία από τις δηλώσεις που αφορούν το μέλλον για να τις εναρμονίσουμε είτε σε σχέση με τα πραγματικά αποτελέσματα, είτε σε σχέση με τυχόν μεταβολή των προσδοκιών μας.