

ΠΕΡΙΛΗΠΤΙΚΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΤΡΙΤΟΥ ΤΡΙΜΗΝΟΥ 2015
ΙΣΧΥΡΗ ΑΥΞΗΣΗ ΟΓΚΟΥ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

Η Coca-Cola HBC AG, σημαντικός εμφιαλωτής των σημάτων της The Coca-Cola Company, ανακοινώνει σήμερα την περιληπτική ενημέρωση για την πορεία των εργασιών του τρίτου τριμήνου του 2015.

Βασικά μεγέθη τρίτου τριμήνου

- Στη διάρκεια του τρίτου τριμήνου, οι όγκοι πωλήσεων αυξήθηκαν κατά 5,4%, καθώς οι πρωτοβουλίες που είχαν επιφέρει θετικά αποτελέσματα στο πρώτο εξάμηνο ενισχύθηκαν περαιτέρω από τις καλές καιρικές συνθήκες και την ευνοϊκή συγκριτική βάση σε ορισμένες από τις χώρες στις οποίες δραστηριοποιούμαστε.
- Ο όγκος πωλήσεων στις αναπτυσσόμενες αγορές επανήλθε σε τροχιά ανάπτυξης στη διάρκεια του τριμήνου, ιδιαίτερα στην Ιταλία και την Αυστρία. Το ισχυρό ελβετικό φράγκο συνέβαλε στην αύξηση των εσόδων, ενώ το μείγμα πωλήσεων επηρεάστηκε αρνητικά από τον αυξημένο όγκο πωλήσεων στην κατηγορία των εμφιαλωμένων νερών.
- Στις αναπτυσσόμενες αγορές η αύξηση του όγκου πωλήσεων συνεχίστηκε, ιδιαίτερα στην Πολωνία και την Ουγγαρία, με όλες τις κατηγορίες προϊόντων να καταγράφουν θετικές επιδόσεις. Ο ρυθμός αύξησης των εσόδων επιβραδύνθηκε επηρεαζόμενος από το δυσμενές μείγμα προϊόντων και δικτύων διανομής.
- Στις αναδυόμενες αγορές, η σημαντική αύξηση του όγκου πωλήσεων στη Ρουμανία, τη Νιγηρία και την Ουκρανία, κυρίως στην κατηγορία των ανθρακούχων αναψυκτικών, υπεραντιστάθμισε την πτώση του όγκου πωλήσεων στη Ρωσία. Ο αρνητικός αντίκτυπος από τη μεταβολή των συναλλαγματικών ισοτιμιών παραμένει ισχυρός, επηρεάζοντας άμεσα τα έσοδα.
- Τα καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση παρέμειναν σταθερά συγκρινόμενα με το αντίστοιχο τρίμηνο πέρυσι. Οι πρωτοβουλίες αύξησης των τιμών των προϊόντων μας παρέμειναν προσανατολισμένες σε συγκεκριμένες αναδυόμενες αγορές που επηρεάστηκαν περισσότερο από την αρνητική μεταβολή των συναλλαγματικών ισοτιμιών, ενώ στις αναπτυσσόμενες και αναπτυσσόμενες αγορές, η επιδίωξή μας για διατήρηση των τιμών των προϊόντων μας σε προσιτά επίπεδα, το αποπληθωριστικό περιβάλλον και το δυσμενές μείγμα κατηγορίας προϊόντων περιόρισαν τη δυνατότητα βελτίωσης των καθαρών εσόδων από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση.

| Μεταβολή (%) Γ' τρίμηνο 2015 με Γ' 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 | 5,4 | -2,7 | -7,8 | - |
| Αναπτυσσόμενες αγορές | 7,4 | 6,4 | -1,0 | -3,5 |
| Αναπτυσσόμενες | 10,4 | 6,8 | -3,3 | -3,0 |
| Αναδυόμενες αγορές | 2,4 | -13,0 | -15,1 | 4,0 |



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

«Οι εμπορικές πρωτοβουλίες μας σε συνδυασμό με τις υψηλές καλοκαιρινές θερμοκρασίες που επικράτησαν σε κάποιες περιοχές της Ευρώπης, συνέβαλαν στην ισχυρή αύξηση του όγκου πωλήσεων στη διάρκεια του τριμήνου. Η αύξηση αυτή παρατηρήθηκε σε όλες τις αγορές, επιταχύνοντας το ρυθμό βελτίωσης των επιδόσεων της εταιρείας. Καθώς πλησιάζουμε στο τέλος του έτους, παρατηρούμε ότι στις ευρωπαϊκές χώρες όπου δραστηριοποιούμαστε, όπου εδώ και πολλά χρόνια η οικονομική δραστηριότητα βρισκόταν σε ύφεση, βελτιώνονται σταδιακά οι συνθήκες των αγορών κι αυτό είναι πολύ ενθαρρυντικό. Παράλληλα, έχουμε ευνοηθεί από τις βελτιωμένες εμπορικές συνθήκες που επικρατούν σε πολλές από τις αναδυόμενες αγορές μας.

Για το υπόλοιπο του έτους, θα συνεχίσουμε να διαχειριζόμαστε τις συνθήκες σε καθεμία από τις αγορές μας με την κατάλληλη ισορροπία πρωτοβουλιών αύξησης της τιμής των προϊόντων μας και εστίασης στη διατήρηση των τιμών σε προσιτά επίπεδα, παρότι οι τέσσερις λιγότερες ημέρες πωλήσεων θα επηρεάσουν τους όγκους των πωλήσεών μας. Σε γενικές γραμμές, είμαστε πεπεισμένοι ότι το 2015 θα σηματοδοτήσει ένα έτος αύξησης τόσο του όγκου πωλήσεων στις αγορές όπου δραστηριοποιούμαστε, όσο και των λειτουργικών περιθωρίων του Ομίλου».

Περιληπτική Ενημέρωση

Οι εμπορικές συνθήκες στις αγορές μας παρέμειναν σε μεγάλο βαθμό αμετάβλητες στη διάρκεια του τριμήνου. Οι ενέργειες που λάβαμε για να αντισταθμίσουμε κάποιες από τις αρνητικές εξελίξεις σε μακροοικονομικό επίπεδο στέφθηκαν από επιτυχία και, σε συνδυασμό με τους θερμούς καλοκαιρινούς μήνες και τη χαμηλή συγκριτική βάση, οδήγησαν σε ισχυρά αποτελέσματα.

Ο όγκος πωλήσεων αυξήθηκε κατά 5,4% στη διάρκεια του τριμήνου ενώ το αντίστοιχο τρίμηνο πέρυσι είχε καταγράψει πτώση 4,8%. Οι πρωτοβουλίες αύξησης της τιμής των προϊόντων μας, οι περισσότερες από τις οποίες υλοποιήθηκαν το πρώτο εξάμηνο του έτους για να αντισταθμίσουν τις αρνητικές συναλλαγματικές μεταβολές στις αναδυόμενες αγορές, σε συνδυασμό με τις αποπληθωριστικές πιέσεις και το δυσμενές μείγμα κατηγορίας προϊόντων στις αναπτυσσόμενες και αναπτυσσόμενες αγορές διατήρησαν τα καθαρά έσοδα από τις πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση σταθερά για το τρίμηνο. Η δυσμενής επίδραση από τις συναλλαγματικές ισοτιμίες στα καθαρά έσοδα από πωλήσεις αυξήθηκε κατά περίπου 8% στη διάρκεια του τριμήνου, με αποτέλεσμα πτώση 2,7% στα καθαρά έσοδα από πωλήσεις σε σύγκριση με το αντίστοιχο τρίμηνο πέρυσι.

Αναπτυσσόμενες αγορές

Ο όγκος πωλήσεων στις αναπτυσσόμενες αγορές αυξήθηκε κατά 7,4% στη διάρκεια του τριμήνου ενώ το αντίστοιχο τρίμηνο πέρυσι είχε καταγράψει πτώση 9,6%. Ενέργειες όπως η πρωτοβουλία «Meals with Coke» και η εκστρατεία προώθησης της κλασικής γυάλινης φιάλης της Coca Cola, που συνοδεύτηκε από προβολή στα ράφια των καταστημάτων καθώς και οι ευνοϊκές καιρικές συνθήκες στις περισσότερες χώρες της συγκεκριμένης αγοράς, συνέβαλαν σε ισχυρά αποτελέσματα. Παρόλο που σε όλες τις βασικές κατηγορίες καταγράφηκαν καλές επιδόσεις, η κατηγορία των εμφιαλωμένων νερών ξεπέρασε τις προσδοκίες μας με αύξηση του όγκου πωλήσεων σε ποσοστό κοντά στο μεσαίο επίπεδο του εύρους 10-20%.

Ο όγκος πωλήσεων στην Ιταλία αυξήθηκε στα χαμηλά επίπεδα του εύρους 10-20%, ενώ το αντίστοιχο διάστημα πέρυσι είχε καταγράψει πτώση στο μεσαίο επίπεδο του εύρους 10-20%. Οι επιτυχημένες πρωτοβουλίες όπως η εκστρατεία προώθησης της κλασικής γυάλινης φιάλης της Coca Cola, τα σχετικά προγράμματα μάρκετινγκ και οι καλές καιρικές συνθήκες είχαν ως αποτέλεσμα πολύ καλές επιδόσεις σε όλες τις κατηγορίες. Στη διάρκεια του τριμήνου οι τάσεις στην αγορά ήταν ενθαρρυντικές συμπεριλαμβανομένων και του βελτιωμένου δείκτη καταναλωτικής εμπιστοσύνης και της προσδοκίας για μικρή αύξηση του ΑΕΠ για φέτος.

Ο όγκος πωλήσεων στην Ελλάδα συνέχισε την ανοδική του πορεία, καταγράφοντας χαμηλή μονοψήφια ποσοστιαία αύξηση, ενώ το αντίστοιχο τρίμηνο πέρυσι είχε καταγράψει παρόμοιο ρυθμό αύξησης. Η μεγαλύτερη αύξηση καταγράφηκε στην κατηγορία των εμφιαλωμένων νερών, με σημαντική συμβολή των κατηγοριών των χυμών και των ανθρακούχων αναψυκτικών. Αν και είναι ενθαρρυντικό να βλέπουμε να αποδίδουν οι δράσεις που υιοθετούμε εν μέσω ενός δύσκολου περιβάλλοντος με ελέγχους στη διακίνηση



κεφαλαίων, σε καμία περίπτωση δεν εφησυχάζουμε, καθώς τα μέτρα λιτότητας που υιοθετούνται στη χώρα θα συνεχίσουν να επηρεάζουν τις δραστηριότητές μας.

Στην Αυστρία καταγράφηκε αύξηση σε ποσοστό κοντά στο μέσο επίπεδο του εύρους 10-20% με καλές επιδόσεις σε όλες τις κατηγορίες, μετά την πτώση σε χαμηλό διψήφιο ποσοστό το αντίστοιχο διάστημα πέρυσι. Ο όγκος πωλήσεων στην Ελβετία αυξήθηκε σε μεσαίο μονοψήφιο ποσοστό κι αυτό οφείλεται κυρίως στην κατηγορία των εμφιαλωμένων νερών και των προϊόντων με το σήμα Coca-Cola, παρά τον αντίκτυπο της ανατίμησης του ελβετικού φράγκου στις συνήθειες των καταναλωτών, που οδήγησε στην αύξηση των διασυνοριακών αγορών. Στην Ιρλανδία, από την άλλη μεριά, καταγράφηκαν χαμηλές επιδόσεις κυρίως λόγω των ανταγωνιστικών πιέσεων και των κακών καιρικών συνθηκών τους καλοκαιρινούς μήνες.

Συνολικά, η αύξηση του όγκου πωλήσεων σε συνδυασμό με τις ευνοϊκές συναλλαγματικές ισοτιμίες, πρωτίστως του ελβετικού φράγκου, αύξησαν τα καθαρά έσοδα από πωλήσεις κατά 6,4%. Τα καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση υποχώρησαν κατά 3,5%. Αυτό οφείλεται στις αποπληθωριστικές πιέσεις, στην υπερίσχυση των πωλήσεων εμφιαλωμένων νερών έναντι άλλων κατηγοριών, επηρεάζοντας αρνητικά το μείγμα προϊόντων και στις προσπάθειές μας να παραμείνουν οι τιμές των προϊόντων μας σε προσιτά επίπεδα.

Αναπτυσσόμενες αγορές

Ο όγκος πωλήσεων στις αναπτυσσόμενες αγορές αυξήθηκε κατά 10,4%, σε σύγκριση με πτώση 10,6% το αντίστοιχο τρίμηνο πέρυσι, συνεχίζοντας έτσι τη θετική πορεία σε αυτόν τον τομέα δραστηριοποίησης. Με την εξαίρεση των χωρών της Βαλτικής, όλες οι χώρες στο συγκεκριμένο τομέα δραστηριοποίησης κατέγραψαν ισχυρή ανάπτυξη επωφελούμενες από τις αυξανόμενες δαπάνες για καταναλωτικά αγαθά και τα χαμηλά ποσοστά ανεργίας, καθώς και τις καλές καιρικές συνθήκες τους θερινούς μήνες του έτους.

Ο όγκος πωλήσεων στην Πολωνία αυξήθηκε κατά υψηλό μονοψήφιο ποσοστό μετά την πτώση του όγκου πωλήσεων στο χαμηλό επίπεδο του εύρους 10-20% το αντίστοιχο τρίμηνο πέρυσι. Η αύξηση αυτή αποδίδεται κατά κύριο λόγο στην κατηγορία των εμφιαλωμένων νερών, οι πωλήσεις της οποίας ενισχύθηκαν από το εμφιαλωμένο νερό με γεύσεις αλλά και την ανάπτυξη του δικτύου οργανωμένου εμπορίου. Η κατηγορία των ανθρακούχων αναψυκτικών συνέβαλε επίσης σημαντικά στις θετικές επιδόσεις. Είναι ενθαρρυντικό το γεγονός ότι οι οικονομικές συνθήκες της χώρας συνεχίζουν να βελτιώνονται.

Ο όγκος πωλήσεων στη Δημοκρατία της Τσεχίας αυξήθηκε σε υψηλό μονοψήφιο ποσοστό σε σύγκριση με την πτώση κοντά στο μέσο επίπεδο του εύρους 10-20% το αντίστοιχο τρίμηνο πέρυσι. Η αύξηση του όγκου πωλήσεων στην κατηγορία των μη ανθρακούχων αναψυκτικών, στην οποία συνέβαλε περισσότερο η κατηγορία των εμφιαλωμένων νερών, υπεραντιστάθμισε την πτώση στην κατηγορία των ανθρακούχων αναψυκτικών.

Οι επιδόσεις στην Ουγγαρία συνέχισαν να είναι θεαματικές και σε αυτό βοήθησαν εν μέρει οι ευνοϊκές καιρικές συνθήκες. Η αύξηση κατά ποσοστό κοντά στο υψηλό επίπεδο του εύρους 10-20% στη χώρα, έρχεται μετά τη μεσαίας τάξης μονοψήφια πτώση το αντίστοιχο τρίμηνο πέρυσι. Σε κάθε κατηγορία καταγράφηκε αύξηση. Εξαιρετικές επιδόσεις κατέγραψε η κατηγορία εμφιαλωμένων νερών η οποία υποστηρίχθηκε από την αύξηση του όγκου πωλήσεων των ανθρακούχων αναψυκτικών. Εξίσου σημαντικός παράγοντας αποδείχθηκε η παρουσίαση της νέας συσκευασίας του 1,25 L και η συνεχής έμφαση στις πρωτοβουλίες διάθεσης του κατάλληλου σήματος, στην κατάλληλη συσκευασία, στην κατάλληλη τιμή, μέσω του κατάλληλου καναλιού διανομής και για την κατάλληλη περίσταση.

Τα καθαρά έσοδα από τις πωλήσεις στις αναπτυσσόμενες αγορές αυξήθηκαν κατά 6,8% στη διάρκεια του τριμήνου. Η αύξηση του όγκου πωλήσεων αντισταθμίστηκε εν μέρει από την επιδείνωση σε ποσοστό 3,0% των καθαρών εσόδων από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση, απόρροια των αποπληθωριστικών πιέσεων που περιορίζουν τα περιθώρια αύξησης τιμών στα προϊόντα μας στην περιοχή και του αρνητικού μείγματος, κυρίως λόγω της αύξησης του όγκου πωλήσεων εμφιαλωμένων νερών.

Αναδυόμενες αγορές

Ο όγκος πωλήσεων στις αναδυόμενες αγορές αυξήθηκε κατά 2,4% στη διάρκεια του τριμήνου μετά την αύξηση 0,8% το αντίστοιχο τρίμηνο πέρυσι. Οι ισχυρές επιδόσεις των περισσότερων χωρών του συγκεκριμένου τομέα δραστηριοποίησης αντισταθμίστηκαν εν μέρει από την πτώση του όγκου πωλήσεων στη Ρωσία, η οποία αντιστοιχεί στο ένα τρίτο του όγκου πωλήσεων του εν λόγω τομέα.

Ο όγκος πωλήσεων στη Ρωσία επιδεινώθηκε από τις τάσεις που παρατηρήθηκαν το πρώτο εξάμηνο. Η επίδραση από τις συνεχιζόμενες δυσμενείς συνθήκες της αγοράς και την υψηλότερη συγκριτική βάση λόγω της συμπλήρωσης ενός έτους από την προσθήκη του σήματος του χυμού Moya Semya στο χαρτοφυλάκιο προϊόντων μας ενισχύθηκε από τις κακές καιρικές συνθήκες το καλοκαίρι. Τα γεγονότα αυτά οδήγησαν σε πτώση του όγκου πωλήσεων περίπου 10%, μετά από μια χαμηλή μονοψήφια πτώση το προηγούμενο διάστημα πέρυσι. Με βάση τα τωρινά δεδομένα, συνεχίζουμε να πιστεύουμε ότι μπορούμε να περιορίσουμε την πτώση του όγκου πωλήσεων σε μεσαίο μονοψήφιο ποσοστό στη διάρκεια του έτους.

Η Νιγηρία συνέχισε τη θετική της πορεία για έκτο συνεχόμενο τρίμηνο με αύξηση όγκου πωλήσεων στο χαμηλό επίπεδο του εύρους 10-20%, ενώ το αντίστοιχο διάστημα πέρυσι είχε καταγράψει υψηλή μονοψήφια αύξηση. Η αύξηση της παραγωγικής δυναμικότητας των φιαλών PET και οι καινοτομίες που εισήχθησαν στην κατηγορία των χυμών σε συνδυασμό με την αυξημένη κάλυψη των δικτύων διανομής, ενίσχυσαν τις πωλήσεις και συνεχίζουν να αποτελούν ενθαρρυντικά σημάδια για το υπόλοιπο έτος.

Ο όγκος πωλήσεων συνεχίζει την ανοδική του πορεία στη Ρουμανία, σε μια χώρα όπου το μακροοικονομικό περιβάλλον παραμένει σταθερό και ο δείκτης καταναλωτικής εμπιστοσύνης βαίνει συνεχώς βελτιούμενος. Η επιτυχημένη υλοποίηση πρωτοβουλιών όπως η εκστρατεία «Coca-Cola KISS», οι αυξημένες επενδύσεις μάρκετινγκ, η ευνοϊκή συγκυρία μείωσης του ΦΠΑ και οι καλές καιρικές συνθήκες συνέβαλαν στην αύξηση σε ποσοστό κοντά στο μέσο επίπεδο του εύρους 10-20% στη διάρκεια του τριμήνου. Καταγράφηκαν καλές επιδόσεις στο σύνολο του χαρτοφυλακίου μας, ενώ η βελτίωση 1,3 ποσοστιαίων μονάδων στο μείγμα συσκευασίας ήταν ιδιαίτερως ενθαρρυντική.

Συνολικά, τα καθαρά έσοδα από πωλήσεις υπέστησαν σημαντικές πιέσεις από τις αρνητικές συναλλαγματικές μεταβολές, κλείνοντας το τρίμηνο με πτώση της τάξης του 13,0%. Η βελτίωση 4,0% στα καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση ως αποτέλεσμα των πρωτοβουλιών αύξησης της τιμής των προϊόντων μας αντισταθμίσαν μόνο εν μέρει τον αντίκτυπο των δυσμενών συναλλαγματικών ισοτιμιών στα έσοδα.

Κατηγορίες προϊόντων

Η χρονιά ξεκίνησε με ισχυρά σχέδια για προβολή των προϊόντων μας στα ράφια των καταστημάτων στο δίκτυο του οργανωμένου εμπορίου. Μέρος των σχεδίων αυτών είναι η ανάληψη πρωτοβουλιών διάθεσης του κατάλληλου σήματος, στην κατάλληλη συσκευασία, στην κατάλληλη τιμή, στο κατάλληλο κανάλι διανομής και για την κατάλληλη περίπτωση, έτσι ώστε να εκμεταλλευτούμε περιστάσεις όπως τα γεύματα και τις κοινωνικές επαφές, καθώς και να ικανοποιήσουμε τις ανάγκες των καταναλωτών που ψωνίζουν με «μικρό καλάθι». Τα σχέδιά μας συνοδεύτηκαν από σχετικές και στοχευμένες πρωτοβουλίες μάρκετινγκ. Αυτές οι ενέργειες οδήγησαν σε θετικά αποτελέσματα στη διάρκεια του τριμήνου, βελτιώνοντας το μείγμα συσκευασιών άμεσης κατανάλωσης.

Στην κατηγορία των ανθρακούχων αναψυκτικών επιτύχαμε αύξηση του όγκου πωλήσεων της τάξης του 4,0% αντιστρέφοντας την πτώση 5,3% το αντίστοιχο διάστημα πέρυσι. Η Νιγηρία, η Ρουμανία και η Ιταλία κατέγραψαν πολύ ισχυρά αποτελέσματα που υπεραντισταθμίσαν τις μειωμένες πωλήσεις στη Ρωσία, τη Λευκορωσία και την Ιρλανδία. Εντός της ίδιας κατηγορίας, οι πωλήσεις των προϊόντων με το σήμα Coca-Cola αυξήθηκαν σε μεσαίο μονοψήφιο ποσοστό ενώ καταγράφηκαν κορυφαίες επιδόσεις από την Coke Zero μετά την παρουσίαση του προϊόντος στη Ρωσία το Μάιο.

Ο όγκος πωλήσεων στην κατηγορία των εμφιαλωμένων νερών κατέγραψε αύξηση κοντά στο χαμηλό επίπεδο του εύρους 10-20% με ιδιαίτερα καλή αύξηση στις αναπτυσσόμενες και αναπτυσσόμενες αγορές, υποβοηθούμενος από τις καλές καιρικές συνθήκες. Στην κατηγορία των χυμών διατηρήθηκε η θετική τάση, αν και με μειούμενο ρυθμό, καθώς έχουμε συμπληρώσει ένα χρόνο από την προσθήκη του χυμού

Μογα Semya στο χαρτοφυλάκιο προϊόντων μας το τρίτο τρίμηνο του 2014, με όλες τις αγορές να καταγράφουν καλές επιδόσεις. Στην κατηγορία των ποτών ενέργειας βελτιώθηκε ο όγκος πωλήσεων σε χαμηλό μονοψήφιο ποσοστό, καταγράφοντας ακόμη ένα τρίμηνο με θετικό πρόσημο παρά την αρνητική επίπτωση από τις πωλήσεις στη Ρωσία.

Το ποσοστό των συσκευασιών άμεσης κατανάλωσης στο συνολικό μείγμα συσκευασιών βελτιώθηκε ελαφρώς στη διάρκεια του τριμήνου, ως αποτέλεσμα της αύξησης κατά 0,5 ποσοστιαίες μονάδες των συσκευασιών ανθρακούχων αναψυκτικών άμεσης κατανάλωσης, ενώ στην κατηγορία των εμφιαλωμένων νερών, οι συσκευασίες άμεσης κατανάλωσης μειώθηκαν κατά 0,7 ποσοστιαίες μονάδες.

Βιωσιμότητα – Βασικά σημεία

Στις 3 Νοεμβρίου ανακοινώσαμε την πρόθεσή μας να μειώσουμε έως το 2020 την ένταση¹ κατανάλωσης νερού που χρησιμοποιείται στη διαδικασία παραγωγής των αναψυκτικών κατά 30% και την ένταση¹ των εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα της παραγωγικής μας διαδικασίας κατά 50% σε σύγκριση με το 2010.

Η προσέγγισή μας ως προς τη βιωσιμότητα επιβραβεύτηκε το Σεπτέμβριο με τη διάκρισή μας ως η κορυφαία βιομηχανία αναψυκτικών στους Dow Jones World Sustainability Index και Dow Jones Europe Sustainability Index για δεύτερη συνεχή χρονιά.

¹. Η ένταση αναφέρεται στην ποσότητα νερού που χρησιμοποιούμε ή εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα που πραγματοποιούμε για την παραγωγή ενός λίτρου αναψυκτικού.

Συμπληρωματική Πληροφόρηση

| | Γ' τρίμηνο 2015 | Γ' τρίμηνο 2014 | % Μεταβολή | Εννέα μήνες 2015 | Εννέα μήνες 2014 | % Μεταβολή |
|---|--|--|-----------------------------|---|---|-----------------------------|
| Σύνολο Ομίλου | | | | | | |
| Όγκος πωλήσεων (εκατ. κιβώτια) | 577,1 | 547,6 | 5,4% | 1.583,7 | 1.517,8 | 4,3% |
| Καθαρά έσοδα από πωλήσεις (€ εκατ.) | 1.768,7 | 1.817,1 | -2,7% | 4.919,6 | 5.000,2 | -1,6% |
| Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο (€) | 3,06 | 3,32 | -7,8% | 3,11 | 3,29 | -5,5% |
| Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση (€) | 3,06 | 3,06 | - | 3,11 | 3,11 | - |
| Αναπτυγμένες αγορές | | | | | | |
| Όγκος πωλήσεων (εκατ. κιβώτια) | 179,6 | 167,2 | 7,4% | 484,9 | 473,1 | 2,5% |
| Καθαρά έσοδα από πωλήσεις (€ εκατ.) | 702,5 | 660,4 | 6,4% | 1.939,5 | 1.888,4 | 2,7% |
| Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο (€) | 3,91 | 3,95 | -1,0% | 4,00 | 3,99 | 0,3% |
| Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση (€) | 3,91 | 4,05 | -3,5% | 4,00 | 4,11 | -2,7% |
| Αναπτυσσόμενες αγορές | | | | | | |
| Όγκος πωλήσεων (εκατ. κιβώτια) | 110,6 | 100,2 | 10,4% | 291,4 | 270,5 | 7,7% |
| Καθαρά έσοδα από πωλήσεις (€ εκατ.) | 323,8 | 303,2 | 6,8% | 852,4 | 807,9 | 5,5% |
| Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο (€) | 2,93 | 3,03 | -3,3% | 2,93 | 2,99 | -2,0% |
| Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση (€) | 2,93 | 3,02 | -3,0% | 2,93 | 3,00 | -2,3% |
| Αναδυόμενες αγορές | | | | | | |
| Όγκος πωλήσεων (εκατ. κιβώτια) | 286,9 | 280,2 | 2,4% | 807,4 | 774,2 | 4,3% |
| Καθαρά έσοδα από πωλήσεις (€ εκατ.) | 742,4 | 853,5 | -13,0% | 2.127,7 | 2.303,9 | -7,6% |
| Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο (€) | 2,59 | 3,05 | -15,1% | 2,64 | 2,98 | -11,4% |
| Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση (€) | 2,59 | 2,49 | 4,0% | 2,64 | 2,53 | 4,3% |

Όμιλος Coca-Cola HBC

Η Coca-Cola HBC είναι κορυφαίος 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. Η Coca-Cola HBC είναι πρώτη δύναμη στη βιομηχανία των αναψυκτικών στους δείκτες Dow Jones Sustainably World και τους ευρωπαϊκούς δείκτες και εντάσσεται επίσης στο δείκτη FTSE4Good.

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). Για περισσότερες πληροφορίες μπορείτε να επισκεφθείτε το δικτυακό τόπο <http://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 συζητηθούν τα αποτελέσματα του τρίτου τριμήνου του 2015 στις 5 Νοεμβρίου 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 <http://www.coca-colahellenic.com/investorrelations/financialresults>.

Επόμενη ενημέρωση

19 Φεβρουαρίου 2016

Ετήσιες οικονομικές καταστάσεις για το 2015 και ανακοίνωση αποτελεσμάτων

Πληροφόρηση Επενδυτών:**Coca-Cola HBC AG**Basak Kotler
Investor Relations DirectorΤηλ: +41 41 726 0143
basak.kotler@cchellenic.comΝίκος Ευσταθόπουλος
Investor Relations ManagerΤηλ: +30 210 618 3260
nikos.efstathopoulos@cchellenic.com**Διεθνή μέσα επικοινωνίας:****StockWell Communications**Rob Morgan
Ben Ullmann
Anushka MathewΤηλ: +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 («CocaCola HBC» ή η «Εταιρεία» ή «εμείς» ή ο «Όμιλος»).

Το παρόν έγγραφο περιέχει δηλώσεις που αφορούν το μέλλον και συνεπάγονται κινδύνους και αβεβαιότητες. Κατά κανόνα, αλλά όχι πάντοτε, οι δηλώσεις αυτού του είδους περιέχουν ενδεικτικά τις λέξεις «πιστεύουμε», «προοπτική», «κατευθυντήριες γραμμές», «σκοπεύουμε», «αναμένουμε», «προβλέπουμε», «σχεδιάζουμε», «στοχεύουμε» και άλλες παρόμοιες διατυπώσεις που αφορούν το μέλλον. Εκτός από τις δηλώσεις που αφορούν γεγονότα του παρελθόντος, όλες οι υπόλοιπες, όπως, μεταξύ άλλων, οι 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 επιβράδυνσης του ρυθμού της παγκόσμιας οικονομικής ανάπτυξης, για 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, τους προϋπολογισμούς, τα προβλεπόμενα επίπεδα κατανάλωσης και παραγωγής, τις προβλέψεις για το κόστος πρώτων υλών και τα άλλα στοιχεία κόστους, τις εκτιμήσεις κεφαλαιουχικών δαπανών, ελεύθερων ταμειακών ροών ή πραγματικών φορολογικών συντελεστών, τα σχέδια και τους στόχους της διοίκησης της Εταιρείας σε σχέση με μελλοντικές δράσεις αποτελούν αναφορές στο μέλλον. Εκ φύσεως, τέτοιες δηλώσεις που αφορούν το μέλλον ενέχουν κινδύνους και αβεβαιότητες, επειδή 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 παρόν έγγραφο για διάφορους λόγους, όπως μεταξύ άλλων, για τους κινδύνους που αναφέρονται στην Ετήσια Ενοποιημένη Έκθεση του 2014 και την Εξαμηνιαία Χρηματοοικονομική Έκθεση για την εξάμηνη περίοδο που έληξε στις 3 Ιουλίου 2015 για την Coca-Cola HBC AG και τις θυγατρικές της εταιρείες.

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.