

ΠΕΡΙΛΗΠΤΙΚΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΠΡΩΤΟΥ ΤΡΙΜΗΝΟΥ 2016
ΚΑΛΟ ΞΕΚΙΝΗΜΑ ΣΤΗ ΧΡΟΝΙΑ

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 πρώτου τριμήνου του 2016.

Βασικά οικονομικά μεγέθη πρώτου τριμήνου

- Ο όγκος πωλήσεων στη διάρκεια του τριμήνου¹ παρέμεινε σταθερός ενώ καταγράφηκε βελτίωση στην υποκείμενη τάση αύξησης του όγκου πωλήσεων στις αναπτυσσόμενες και αναδυόμενες αγορές
 - Καλές επιδόσεις καταγράφηκαν σε Νιγηρία, Ρουμανία και Πολωνία, οι οποίες αντιστάθμισαν τις χαμηλές επιδόσεις στη Ρωσία
 - Τα κύρια σήματα ανθρακούχων αναψυκτικών καθώς και τα εμφιαλωμένα νερά και ποτά ενέργειας κατέγραψαν καλές επιδόσεις
- Σημαντική βελτίωση σημείωσαν τα καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση, αυξανόμενα κατά 2,0%. Αρνητικό αντίκτυπο στα καθαρά έσοδα από τις πωλήσεις είχαν τα υποτιμώμενα νομίσματα των αναδυόμενων αγορών καθώς και το ισχυρό Ευρώ.
- Στις αναπτυσσόμενες αγορές, ο όγκος πωλήσεων υποχώρησε κατά 2,7% ενώ συνεχίστηκε η θετική πορεία των πωλήσεων στην Ιταλία. Σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση, οι τιμές των προϊόντων μας αυξήθηκαν οριακά στη συγκεκριμένη αγορά σε σύγκριση με το αντίστοιχο τρίμηνο πέρυσι, παρά τη διατήρηση του περιβάλλοντος αποπληθωρισμού που επικράτησε σε ορισμένες χώρες.
- Στις αναπτυσσόμενες αγορές, αύξηση κατέγραψε ο όγκος πωλήσεων σε σχεδόν όλες τις κατηγορίες και τις χώρες, οδηγώντας σε συνολική αύξηση 1,9%, παρά την υψηλότερη συγκριτική βάση. Οι ενέργειες αύξησης των τιμών των προϊόντων μας εξακολουθούν να αποφέρουν περιορισμένα αποτελέσματα, ειδικά στη Δημοκρατία της Τσεχίας και την Πολωνία.
- Στις αναδυόμενες αγορές, ισχυρές επιδόσεις κατέγραψε ο όγκος πωλήσεων με τη σημαντική συνδρομή της Νιγηρίας η οποία σημείωσε αύξηση του όγκου πωλήσεων στο χαμηλό επίπεδο του εύρους 10-20% σε ένα εποχιακά σημαντικό τρίμηνο. Στη Ρωσία, οι πωλήσεις μας μειώθηκαν με χαμηλότερο ρυθμό από αυτόν της αγοράς που συνεχίζει να συρρικνώνεται, ενώ ο όγκος πωλήσεων μας συνεχίζει να υποχωρεί σε όλες τις κατηγορίες με την εξαίρεση της Coke Zero και των ποτών ενέργειας.

Πτώση 1,4% στον όγκο πωλήσεων λόγω της μίας λιγότερης ημέρας πωλήσεων σε σύγκριση με το αντίστοιχο τρίμηνο πέρυσι. Ανατρέξτε επίσης στην Περιληπτική Ενημέρωση στη σελίδα 2

Μεταβολή	Όγκος πωλήσεων (%)	Καθαρά έσοδα από πωλήσεις (%)	Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο (%)	Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση (%)
A' τρίμηνο 2016 με A' τρίμηνο 2015				
Σύνολο Ομίλου	0,1	-2,7	-2,6	2,0
Αναπτυσσόμενες αγορές	-2,7	-3,6	-1,0	0,2
Αναπτυσσόμενες αγορές	1,9	-1,9	-3,8	-1,8
Αναδυόμενες αγορές	1,3	-2,1	-3,1	6,5

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

«Η χρονιά ξεκίνησε καλά με τις πωλήσεις στο πρώτο τρίμηνο να κινούνται στα προσδοκώμενα επίπεδα. Οι εμπορικές μας πρωτοβουλίες είχαν θετικά αποτελέσματα βελτιώνοντας έτσι τα καθαρά έσοδα από τις πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση κατά 2%.

Είναι ενθαρρυντικό το γεγονός ότι στις αναδυόμενες και αναπτυσσόμενες αγορές διατηρείται η τάση βελτίωσης του όγκου πωλήσεων, ενώ στις αναπτυγμένες αγορές παρατηρείται βελτίωση των τιμών σε συγκρίσιμη βάση. Επίσης, παρατηρείται μικρή βελτίωση στις τάσεις αύξησης των τιμών των προϊόντων μας στις αναπτυσσόμενες αγορές, παρά τις σχετικές δυσκολίες στη διάρκεια του τριμήνου. Είμαστε πεπεισμένοι ότι υλοποιούμε τις κατάλληλες πρωτοβουλίες ώστε να συνεχιστεί η βελτίωση της θέσης μας και στην υπόλοιπη χρονιά».

Περιληπτική Ενημέρωση

Καθώς οι διαφορετικές τάσεις, που παρατηρήθηκαν στις αγορές μας στη διάρκεια του 2015, συνεχίστηκαν το πρώτο τρίμηνο του 2016, προσαρμόσαμε ανάλογα τις εμπορικές μας πρωτοβουλίες είτε για να εκμεταλλευτούμε ευκαιρίες είτε για να αμβλύνουμε τον αντίκτυπο των δυσμενών μακροοικονομικών συνθηκών. Συνολικά, οι ενέργειές μας είχαν καλά αποτελέσματα.

Ο όγκος πωλήσεων παρέμεινε εν πολλοίς αμετάβλητος το πρώτο τρίμηνο, γεγονός που αποτελεί καλή επίδοση δεδομένης της μίας λιγότερης ημέρας πωλήσεων που ισοδυναμεί με πτώση του όγκου πωλήσεων κατά 1,4%. Τα σχόλια για τον όγκο πωλήσεων στο παρόν δελτίο τύπου βασίζονται στους καταγεγραμμένους όγκους πωλήσεων και στην καταγεγραμμένη αύξηση του όγκου πωλήσεων χωρίς να έχει γίνει καμία προσαρμογή λόγω της μίας λιγότερης ημέρας πωλήσεων.

Η έμφαση στην εμπορική μας στρατηγική συνέβαλε στη βελτίωση του μείγματος συσκευασίας. Το γεγονός αυτό, σε συνδυασμό με την υλοποίηση πρωτοβουλιών προσανατολισμένων στην αύξηση της τιμής των προϊόντων μας, πρωτίστως στις αγορές που πλήττονται από την υποτίμηση του εγχώριου νομίσματος, οδήγησαν σε σημαντική βελτίωση των καθαρών εσόδων από τις πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση κατά 2,0% στη διάρκεια του τριμήνου. Η δυσμενής επίδραση των συναλλαγματικών ισοτιμιών στα καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανήλθε σε 4,6% στη διάρκεια του τριμήνου οδηγώντας σε πτώση 2,6% στα καθαρά έσοδα από πωλήσεις σε σύγκριση με το αντίστοιχο τρίμηνο πέρυσι.

Αναπτυσσόμενες αγορές

Ο όγκος πωλήσεων στις αναπτυσσόμενες αγορές στη διάρκεια του πρώτου τριμήνου υποχώρησε κατά 2,7%. Παρά το υποτονικό ξεκίνημα, οι υποκείμενες τάσεις σε πολλές από τις αγορές μας και τα πρώτα αποτελέσματα των πρωτοβουλιών μας είναι ενθαρρυντικά. Ενώ ο όγκος πωλήσεων στις περισσότερες βασικές κατηγορίες κατέγραψε πτώση, οι πωλήσεις Coke Zero και ποτών ενέργειας σημείωσαν καλές επιδόσεις.

Στην Ιταλία, ο όγκος πωλήσεων παρέμεινε σε γενικές γραμμές στα ίδια επίπεδα. Οι τοπικές πρωτοβουλίες μάρκετινγκ και η παρουσίαση νέων προϊόντων, όπως η Coke Life και το Monster, συνέβαλαν στην αντιστάθμιση της πτώσης στην κατηγορία των εμφιαλωμένων νερών. Η θετική πορεία που παρατηρείται στις δραστηριότητές μας αποτελεί ενθαρρυντικό σημάδι.

Ο όγκος πωλήσεων στην Ελλάδα υποχώρησε κατά μεσαίο μονοψήφιο ποσοστό το πρώτο τρίμηνο του έτους. Οι πωλήσεις εμφιαλωμένων νερών κατέγραψαν θετικές επιδόσεις με την υποστήριξη της κατηγορίας των χυμών και των ποτών ενέργειας, ενώ η κατηγορία των ανθρακούχων αναψυκτικών ήταν η μόνη κύρια κατηγορία που σημείωσε μείωση του όγκου πωλήσεων. Εν μέσω δύσκολων εμπορικών συνθηκών και στο πλαίσιο των εξεταζόμενων νέων δημοσιονομικών μέτρων, παραμένουμε επιφυλακτικοί για το υπόλοιπο του έτους.

Στην Ελβετία ο όγκος πωλήσεων κατέγραψε μεσαία μονοψήφια πτώση στη διάρκεια του τριμήνου. Με την εξαίρεση της κατηγορίας των ποτών ενέργειας, όλες οι βασικές κατηγορίες κατέγραψαν πτώση κυρίως λόγω της μικρότερης χιονοδρομικής περιόδου, παρά τη βελτίωση του μείγματος συσκευασίας.

Στην Ιρλανδία, οι δύσκολες εμπορικές συνθήκες συνεχίστηκαν, οδηγώντας σε μεσαία μονοψήφια πτώση των πωλήσεων. Οι καλές επιδόσεις που σημειώθηκαν στην κατηγορία των ποτών ενέργειας, με το ρυθμό αύξησης των πωλήσεων του Monster να ξεπερνά εκείνον της υπόλοιπης αγοράς, και να ενισχύεται περαιτέρω από την κατηγορία των εμφιαλωμένων νερών, οδήγησαν σε σημαντική βελτίωση του μείγματος συσκευασίας.

Η πτώση του όγκου πωλήσεων σε συνδυασμό με τις δυσμενείς συναλλαγματικές μεταβολές, κυρίως λόγω του ασθενέστερου ελβετικού φράγκου, οδήγησαν σε πτώση 3,6% των καθαρών εσόδων από πωλήσεις. Τα καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση βελτιώθηκαν κατά 0,2%. Σε αυτό συνετέλεσε το βελτιωμένο μείγμα συσκευασίας και κατηγορίας προϊόντων με αποτέλεσμα την αναστροφή της πτώσης 2,4% το έτος 2015.

Αναπτυσσόμενες αγορές

Ο όγκος πωλήσεων στις αναπτυσσόμενες αγορές αυξήθηκε κατά 1,9%, σε συνέχεια των ισχυρών επιδόσεων που καταγράφηκαν το αντίστοιχο περσινό τρίμηνο. Οι περισσότερες χώρες σε αυτόν τον τομέα δραστηριοποίησης κατέγραψαν καλές επιδόσεις, με σχεδόν κάθε βασική κατηγορία να σημειώνει αύξηση ως αποτέλεσμα των πρωτοβουλιών μας και της βελτίωσης των γενικότερων συνθηκών της αγοράς.

Ο όγκος πωλήσεων στην Πολωνία σημείωσε αύξηση σε μεσαίο μονοψήφιο ποσοστό. Οι καλές επιδόσεις στην κατηγορία των ανθρακούχων αναψυκτικών, κυρίως στο οργανωμένο εμπόριο, ενισχύθηκαν περαιτέρω από τις ισχυρές επιδόσεις στις πωλήσεις εμφιαλωμένων νερών. Στην αύξηση συνέβαλαν και οι πωλήσεις από τις κατηγορίες των χυμών και των ποτών ενέργειας.

Ο όγκος πωλήσεων στη Δημοκρατία της Τσεχίας υποχώρησε σε χαμηλό μονοψήφιο ποσοστό λόγω της υψηλής συγκριτικής βάσης το αντίστοιχο περσινό τρίμηνο, με την αύξηση στις κατηγορίες των χυμών και των ποτών ενέργειας να αντισταθμίζει εν μέρει την πτώση στην κατηγορία των ανθρακούχων αναψυκτικών.

Ο όγκος πωλήσεων στην Ουγγαρία συνέχισε την ανοδική του πορεία επιτυγχάνοντας μονοψήφια αύξηση. Το μεγαλύτερο μέρος των κατηγοριών μας κατέγραψε θετικές επιδόσεις, ενώ οι πωλήσεις των ανθρακούχων αναψυκτικών παρέμειναν σταθερές. Οι πρωτοβουλίες διάθεσης του κατάλληλου σήματος, στην κατάλληλη συσκευασία, στην κατάλληλη τιμή, μέσω του κατάλληλου καναλιού διανομής και για την κατάλληλη περίσταση και η συσκευασία του 1,25 L, ευνόησαν την αύξηση των πωλήσεων προϊόντων με το σήμα Coca-Cola, ενισχυόμενες περαιτέρω από τις καλές επιδόσεις των μη ανθρακούχων αναψυκτικών, που οφείλονται κυρίως στις πωλήσεις στις κατηγορίες των εμφιαλωμένων νερών και των χυμών.

Τα καθαρά έσοδα από τις πωλήσεις στις αναπτυσσόμενες αγορές υποχώρησαν κατά 1,9% στη διάρκεια του τριμήνου. Η αύξηση του όγκου πωλήσεων υπεραντισταθμίστηκε από τον δυσμενή αντίκτυπο των νομισμάτων και ιδίως του ασθενέστερου πολωνικού ζλότι και του ουγγρικού φιορινιού, καθώς και λόγω των περιορισμένων ευκαιριών αύξησης των τιμών. Παράλληλα, καταγράφηκε επιδείνωση 1,8% στα καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση, η οποία οφείλεται κυρίως στις περιορισμένες ευκαιρίες για αύξηση της τιμής των προϊόντων μας εν μέσω ενός αποπληθωριστικού περιβάλλοντος καθώς και στο δυσμενές μείγμα.

Αναδυόμενες αγορές

Ο όγκος πωλήσεων στις αναδυόμενες αγορές αυξήθηκε κατά 1,3% στη διάρκεια του τριμήνου, καταγράφοντας υψηλές επιδόσεις στις περισσότερες χώρες αυτής της αγοράς, ειδικά τη Νιγηρία. Η αύξηση αυτή αντισταθμίστηκε εν μέρει από την πτώση του όγκου πωλήσεων στη Ρωσία εν μέσω αντίξων συνθηκών.

Ο όγκος πωλήσεων στη Ρωσία διατήρησε την καθοδική του πορεία με αποτέλεσμα υψηλή μονοψήφια πτώση, ως απόρροια του δυσμενούς μακροοικονομικού και εμπορικού περιβάλλοντος που επικρατεί στη χώρα. Οι ισχυρές επιδόσεις της Coke Zero και των ποτών ενέργειας κατάφεραν να αντισταθμίσουν εν μέρει την πτώση σε όλες τις άλλες κατηγορίες. Στο πλαίσιο αυτό, συνεχίζουμε να αναμένουμε καλύτερες επιδόσεις στη διάρκεια του έτους σε σχέση με την αγορά που συρρικνώνεται.

Η Νιγηρία διατήρησε τις ισχυρές επιδόσεις για όγδοο συνεχόμενο τρίμηνο με αύξηση του όγκου πωλήσεων στο χαμηλό επίπεδο του εύρους 10-20%. Στην αύξηση αυτή συνέβαλαν οι επιτυχημένες πρωτοβουλίες, όπως η εκστρατεία «Μοιράσου μία Coca-Cola» και η παρουσίαση της νέας συσκευασίας PET των 600 ml, και οι καλές επιδόσεις στην κατηγορία των χυμών, που μας επιτρέπουν να διατηρούμε την αισιοδοξία μας για το υπόλοιπο του έτους. Ωστόσο, εξακολουθεί να υφίσταται ο κίνδυνος από τον πιθανό αντίκτυπο των χαμηλών τιμών του πετρελαίου στην οικονομία και την πιθανή υποτίμηση του νομίσματος.

Ο όγκος πωλήσεων στη Ρουμανία αυξήθηκε για πέμπτο συνεχόμενο τρίμηνο επιτυγχάνοντας υψηλή μονοψήφια αύξηση. Πετύχαμε καλές επιδόσεις σε όλες τις κατηγορίες, με κύριο μοχλό ανάπτυξης την κατηγορία των ανθρακούχων αναψυκτικών και την περαιτέρω ενίσχυση των κατηγοριών των εμφιαλωμένων νερών και των χυμών. Το μείγμα συσκευασίας βελτιώθηκε επίσης κατά 1,8 ποσοστιαίες μονάδες ως αποτέλεσμα των αυξημένων πωλήσεων σε συσκευασίες ανθρακούχων αναψυκτικών άμεσης κατανάλωσης.

Οι πωλήσεις στην Ουκρανία ήταν για ακόμη ένα τρίμηνο πολύ καλές καταγράφοντας μεσαία μονοψήφια αύξηση. Η κατηγορία των ανθρακούχων αναψυκτικών ήταν η βασική κατηγορία που συνετέλεσε στην αύξηση, υπεραντισταθμίζοντας την πτώση του όγκου πωλήσεων στην κατηγορία των μη ανθρακούχων αναψυκτικών οι οποίες είχαν υψηλή συγκριτική βάση. Το μακροοικονομικό περιβάλλον της χώρας παραμένει δύσκολο.

Συνολικά, τα καθαρά έσοδα από πωλήσεις υπέστησαν σημαντικές πιέσεις από τις αρνητικές συναλλαγματικές μεταβολές, κλείνοντας το τρίμηνο με πτώση της τάξης του 2,1%. Η βελτίωση 6,5% στα καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση, ως αποτέλεσμα των πρωτοβουλιών αύξησης της τιμής των προϊόντων μας και του ευνοϊκού μείγματος συσκευασίας, αντισταθμίσαν μόνο εν μέρει τον αντίκτυπο των δυσμενών συναλλαγματικών ισοτιμιών στα έσοδα.

Βασικά οικονομικά μεγέθη ανά κατηγορία

Οι πρωτοβουλίες μας για να αξιοποιήσουμε τις περιστάσεις όπως τα γεύματα και οι κοινωνικές συναναστροφές, η εστίαση στην ανάληψη πρωτοβουλιών προκειμένου να διαθέτουμε το κατάλληλο σήμα, στην κατάλληλη συσκευασία, στην κατάλληλη τιμή, για το κατάλληλο κανάλι διανομής καθώς και οι πρωτοβουλίες μάρκετινγκ, οι οποίες έχουν γίνει πιο σχετικές και στοχευμένες σε κάθε χώρα, επέφεραν καλά αποτελέσματα στη διάρκεια του τριμήνου.

Στην κατηγορία των ανθρακούχων αναψυκτικών, πετύχαμε αύξηση του όγκου πωλήσεων κατά 0,6% με τις καλύτερες επιδόσεις να καταγράφονται στη Νιγηρία, τη Ρουμανία, την Πολωνία και την Ουκρανία, οι οποίες υπεραντισταθμίσαν την πτώση σε Ρωσία, Ελλάδα και Ιρλανδία. Εντός της ίδιας κατηγορίας, οι πωλήσεις με το σήμα Coca-Cola αυξήθηκαν οριακά. Οι πωλήσεις της Coke Zero ενισχύθηκαν σε όλες τις αγορές μετά την παρουσίαση του σήματος στη Ρωσία τον περσινό Μάιο.

Ο όγκος πωλήσεων εμφιαλωμένων νερών αυξήθηκε κατά χαμηλό μονοψήφιο ποσοστό με τις καλές επιδόσεις που καταγράφηκαν σε αναπτυσσόμενες και αναδυόμενες αγορές να συμβάλλουν στην

αντιστάθμιση της μικρής πτώσης στις αναπτυγμένες αγορές. Η υψηλή μονοψήφια αύξηση που καταγράφηκε στην κατηγορία των χυμών στις αναπτυσσόμενες αγορές αντιστάθμισε μόνο εν μέρει την πτώση στις αναδυόμενες αγορές λόγω της Ρωσίας, με αποτέλεσμα η συνολική κατηγορία να καταγράψει χαμηλή μονοψήφια πτώση. Ο όγκος πωλήσεων στην κατηγορία των ποτών ενέργειας αυξήθηκε κατά 24%, και στην αύξηση αυτή συνετέλεσε η παρουσίαση του Monster στη Ρωσία.

Οι πωλήσεις των συσκευασιών άμεσης κατανάλωσης βελτιώθηκαν στη διάρκεια του τριμήνου, με τις συσκευασίες ανθρακούχων αναψυκτικών άμεσης κατανάλωσης να καταγράφουν αύξηση κατά 1,4 ποσοστιαίες μονάδες και της κατηγορίας των εμφιαλωμένων νερών μείωση κατά 0,8 ποσοστιαίες μονάδες.

Συμπληρωματική Πληροφόρηση

Όμιλος	A' Τρίμηνο 2016	A' Τρίμηνο 2015	% Μεταβολή
Όγκος πωλήσεων (εκατ. κιβώτια)	439,6	439,0	0,1%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις (€ εκατ.)	1.317,0	1.353,3	-2,7%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο (€)	3,00	3,08	-2,6%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση (€)	3,00	2,94	2,0%
Αναπτυγμένες αγορές			
Όγκος πωλήσεων (εκατ. κιβώτια)	132,0	135,7	-2,7%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις (€ εκατ.)	534,5	554,6	-3,6%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο (€)	4,05	4,09	-1,0%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση (€)	4,05	4,04	0,2%
Αναπτυσσόμενες αγορές			
Όγκος πωλήσεων (εκατ. κιβώτια)	81,1	79,6	1,9%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις (€ εκατ.)	224,1	228,5	-1,9%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο (€)	2,76	2,87	-3,8%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση (€)	2,76	2,81	-1,8%
Αναδυόμενες αγορές			
Όγκος πωλήσεων (εκατ. κιβώτια)	226,5	223,7	1,3%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις (€ εκατ.)	558,4	570,2	-2,1%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο (€)	2,47	2,55	-3,1%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση (€)	2,47	2,32	6,5%

Όμιλος Coca-Cola HBC

Η Coca-Cola HBC είναι κορυφαίος εμφιαλωτής προϊόντων της εταιρείας The Coca-Cola Company με ετήσιες πωλήσεις, που υπερβαίνουν τα 2 δισεκατομμύρια κιβώτια. Έχει εκτεταμένη γεωγραφική κάλυψη, δραστηριοποιούμενη σε 28 χώρες, όπου εξυπηρετεί περισσότερους από 594 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 σταθερή 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 Sustainability World και τους ευρωπαϊκούς δείκτες και εντάσσεται και 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, ανατρέξτε στη διεύθυνση <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 πρώτου τριμήνου του 2016, την Παρασκευή, 13 Μαΐου 2016 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).

Επόμενη εκδήλωση

11 Αυγούστου 2016

Εξαμηνιαίες οικονομικές καταστάσεις και ανακοίνωση αποτελεσμάτων

Εκπρόσωποι:**Coca-Cola HBC AG**

Basak Kotler

Investor Relations Director

Νίκος Ευσταθόπουλος

Investor Relations Manager

Caroline Crampton

Investor Relations Manager

Διεθνή μέσα επικοινωνίας:**Teneo**

Robert Morgan

Ben Ullmann

Anushka Mathew

Ελληνικά μέσα επικοινωνίας:**V+O Communications**

Αργυρώ Οικονόμου

Τηλ: +41 41 726 0143

basak.kotler@cchellenic.com

Τηλ: +30 210 618 3260

nikos.efstathopoulos@cchellenic.com

caroline.crampton@cchellenic.com

Τηλ: +44 20 7240 2486

robert.morgan@teneostrategy.com

ben.ullmann@teneostrategy.com

anushka.mathew@teneostrategy.com

Τηλ: +30 211 7501219

ao@vando.gr

ΣΗΜΕΙΩΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ ΠΟΥ ΠΕΡΙΕΧΕΤΑΙ ΣΤΟ ΚΕΙΜΕΝΟ

Εκτός αν αναφέρεται διαφορετικά, η παρούσα συνοπτική 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»).

Η παρούσα Έκθεση 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 2016 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, εφόσον αντανακλούν τις σημερινές μας εκτιμήσεις και προσδοκίες για μελλοντικά γεγονότα και περιστάσεις που μπορεί να αποδειχθούν ανακριβείς. Τα πραγματικά αποτελέσματα της Εταιρείας ενδέχεται να διαφέρουν σε ουσιώδη βαθμό από τις δηλώσεις για το μέλλον που περιέχονται στις μελλοντικές δηλώσεις για διάφορους λόγους, όπως είναι, μεταξύ άλλων, οι κίνδυνοι που περιγράψαμε στην Ετήσια Ενοποιημένη Έκθεση (Integrated Annual Report) του 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.