



ΠΕΡΙΛΗΠΤΙΚΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΠΡΩΤΟΥ ΤΡΙΜΗΝΟΥ 2017

ΘΕΤΙΚΗ ΑΡΧΗ ΓΙΑ ΤΟ ΕΤΟΣ ΜΕ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ ΑΥΞΗΣΗ ΕΣΟΔΩΝ

Η Coca-Cola HBC AG, ένας από τους κορυφαίους εμφιαλωτές των σημάτων της The Coca-Cola Company, ανακοινώνει σήμερα την περιληπτική ενημέρωση για την πορεία των αποτελεσμάτων του πρώτου τριμήνου του 2017.

Βασικά οικονομικά μεγέθη πρώτου τριμήνου

- Σημαντική πρόοδος στην αύξηση των καθαρών εσόδων από πωλήσεις σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση κατά 5,2%.
- Ο όγκος πωλήσεων αυξήθηκε κατά 0,7% στη διάρκεια του τριμήνου. Εξαιρώντας την επίδραση από τη χρονική συγκυρία του Πάσχα, που μετατοπίστηκε στο δεύτερο τρίμηνο φέτος, σημειώθηκε αύξηση πωλήσεων στις περισσότερες από τις χώρες όπου δραστηριοποιούμαστε.
 - Ο όγκος πωλήσεων στις αναπτυσσόμενες αγορές υποχώρησε κατά 2,2%, αντικατοπτρίζοντας υποκείμενη τάση βελτίωσης, αν λάβουμε υπόψη την επίδραση από την μετατόπιση του Πάσχα. Η ανοδική πορεία του όγκου πωλήσεων στην Ελλάδα και την Ιρλανδία αντιστάθμισε μερικώς τις μειωμένες πωλήσεις στην Ελβετία και την Ιταλία, με την τελευταία να επηρεάζεται περαιτέρω από την κατάργηση σημάτων εμφιαλωμένων νερών χαμηλής αξίας.
 - Στις αναπτυσσόμενες αγορές, ο όγκος πωλήσεων υποχώρησε κατά 3,6%, κυρίως λόγω της πτώσης των πωλήσεων στην Πολωνία, όπου συνεχίζουμε να δίνουμε έμφαση σε πωλήσεις προϊόντων υψηλής αξίας.
 - Στις αναδυόμενες αγορές, ο όγκος πωλήσεων αυξήθηκε κατά 4,0%, με αύξηση στις περισσότερες από τις αγορές μας. Η Ρωσία επέστρεψε στην ανάπτυξη, αποδίδοντας καλύτερα εν μέσω μίας αδύναμης αγοράς, και στη Νιγηρία συνεχίστηκε η αύξηση του όγκου πωλήσεων, παρά τις μακροοικονομικές δυσχέρειες και τις σημαντικές αυξήσεις τιμών.
- Τα καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση αυξήθηκαν κατά 4,5% αποτυπώνοντας την προσήλωσή μας σε πρωτοβουλίες διαχείρισης των εσόδων μέσω βελτίωσης του μείγματος συσκευασίας και κατηγορίας προϊόντων, καθώς και μέσω αυξήσεων τιμών.
 - Στις αναπτυσσόμενες αγορές, το θετικό μείγμα κατηγορίας και συσκευασίας υπεραντισταθμίστηκε από το αρνητικό μείγμα καναλιών διανομής και την ενίσχυση των προωθητικών ενεργειών, με αποτέλεσμα την μείωση κατά 0,2% των καθαρών εσόδων από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση.
 - Στις αναπτυσσόμενες αγορές, τα καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση αυξήθηκαν κατά 4,1% χάρη στο βελτιωμένο μείγμα κατηγορίας προϊόντων και συσκευασίας.
 - Οι αυξήσεις τιμών στις αναδυόμενες αγορές, ιδίως στη Νιγηρία, συνετέλεσαν στην αύξηση κατά 10,3% των καθαρών εσόδων από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση.

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

« Η εταιρεία πέτυχε σημαντική αύξηση εσόδων κατά το πρώτο τρίμηνο, ισχυρή δυναμική σε επίπεδο τιμών και μείγματος και βελτίωση όγκου πωλήσεων, παρά την αρνητική επίδραση από τη χρονική συγκυρία του Πάσχα.

Είμαστε ικανοποιημένοι από τις υποκείμενες τάσεις στη δραστηριότητά μας. Οι εμπορικές μας πρωτοβουλίες συνεχίζουν να αποδίδουν θετικά αποτελέσματα και να ενισχύουν την αυτοπεποίθησή μας για το υπόλοιπο του έτους.»

Μεταβολή (%) Α' τρίμηνο 2017 με Α' τρίμηνο 2016	Όγκος πωλήσεων (%)	Καθαρά έσοδα από πωλήσεις (%)	Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο (%)	Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση ¹ (%)
Σύνολο Ομίλου	0,7	4,5	3,8	4,5
Αναπτυγμένες αγορές	-2,2	-2,5	-0,3	-0,2
Αναπτυσσόμενες αγορές	-3,6	1,1	4,9	4,1
Αναδυόμενες αγορές	4,0	12,6	8,3	10,3

¹ Για λεπτομέρειες επί των Εναλλακτικών δεικτών μέτρησης απόδοσης (ΕΔΜΑ), παραπέμπουμε στις ενότητες «Εναλλακτικοί Δείκτες Μέτρησης Απόδοσης («ΕΔΜΑ»)» και «Ορισμοί και συμφωνίες ΕΔΜΑ».

Περιληπτική ενημέρωση

Ο όγκος πωλήσεων του Ομίλου αυξήθηκε κατά 0,7% στη διάρκεια του τριμήνου, εν μέσω ποικίλων εμπορικών συνθηκών στις 28 χώρες δραστηριοποίησής μας. Η βελτιωμένη απόδοση σε πολλές από τις αγορές μας σε σχέση με το αντίστοιχο τρίμηνο πέρυσι, αντισταθμίστηκε μερικώς από τη χρονική συγκυρία του Πάσχα, που μετατοπίστηκε στο δεύτερο τρίμηνο φέτος, καθώς και από την προσήλωσή μας σε προϊόντα αυξημένης αξίας σε ορισμένες από τις αγορές μας όπως η Πολωνία και η Ιταλία.

Η διαρκής εστίασή μας σε πρωτοβουλίες διαχείρισης των εσόδων μέσω βελτιωμένου μείγματος συσκευασίας και κατηγορίας σε όλες τις αγορές, σε συνδυασμό με αυξήσεις τιμών, κυρίως στη Νιγηρία και σε άλλες αναδυόμενες αγορές, συνετέλεσαν στην αξιόλογη βελτίωση των καθαρών εσόδων από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση κατά 4,5% στο τρίμηνο. Τα καθαρά έσοδα από πωλήσεις αυξήθηκαν κατά 4,5%, με δυσμενή αντίκτυπο από συναλλαγματικές διακυμάνσεις της τάξης του 0,7%.

Αναπτυγμένες αγορές

Ο όγκος πωλήσεων στις αναπτυγμένες αγορές υποχώρησε κατά 2,2% στη διάρκεια του τριμήνου, έναντι πτώσης 2,7% το αντίστοιχο τρίμηνο πέρυσι. Οι φετινές επιδόσεις επηρεάστηκαν από τη χρονική συγκυρία του Πάσχα, που αποτελεί σημαντικό παράγοντα αύξησης των πωλήσεων για χώρες όπως η Ιταλία, η Αυστρία και η Ελβετία, και από την κατάργηση σημάτων εμφιαλωμένων νερών χαμηλής αξίας στην Ιταλία. Η μέτρια αύξηση του όγκου πωλήσεων στην Ελλάδα και την Ιρλανδία συνέβαλε στη μερική αντιστάθμιση της πτώσης του όγκου πωλήσεων.

Ο όγκος πωλήσεων στην Ιταλία υποχώρησε κατά μεσαίο μονοψήφιο ποσοστό, κυρίως λόγω της κατάργησης σημάτων εμφιαλωμένων νερών χαμηλής αξίας. Η Coca-Cola Zero και η Sprite ήταν τα δύο σήματα που κατέγραψαν αύξηση στην, κατά τα άλλα, φθίνουσα κατηγορία των ανθρακούχων αναψυκτικών. Οι πωλήσεις στην κατηγορία των ποτών ενέργειας συνέχισαν να αυξάνονται, κυρίως λόγω της καλής επίδοσης του Monster στο οργανωμένο εμπόριο.

Ο όγκος πωλήσεων στην Ελλάδα αυξήθηκε κατά μεσαίο μονοψήφιο ποσοστό, ενισχυμένος από την αύξηση της κατανάλωσης σε ανθρακούχα αναψυκτικά χαμηλής θερμιδικής αξίας, τη συνεχιζόμενη θετική πορεία των πωλήσεων στην κατηγορία των εμφιαλωμένων νερών και την αύξηση των πωλήσεων του Monster. Εντούτοις, οι μακροοικονομικές συνθήκες και το εμπορικό περιβάλλον εξακολουθούν να είναι δύσκολα.

Ο όγκος πωλήσεων στην Αυστρία μειώθηκε οριακά. Η καλή επίδοση στα περισσότερα σήματα ανθρακούχων αναψυκτικών δεν στάθηκε ικανή να αναστείλει την πτώση που καταγράφηκε στις υπόλοιπες κατηγορίες.

Στην Ελβετία, σημειώθηκε πτώση σε όλες τις κατηγορίες ως αποτέλεσμα της χρονικής συγκυρίας των προωθητικών ενεργειών και της αύξησης των διασυστορικών αγορών. Η ικανοποιητική αύξηση των πωλήσεων της Fanta συνέβαλε στη συγκράτηση της πτώσης κατά μεσαίο μονοψήφιο ποσοστό.

Αναπτυγμένες αγορές (συνέχεια)

Τα καθαρά έσοδα από πωλήσεις στις αναπτυγμένες αγορές υποχώρησαν κατά 2,5% στη διάρκεια του τριμήνου. Ο όγκος πωλήσεων και το δυσμενές μείγμα καναλιών διανομής με μεγαλύτερη συμμετοχή του οργανωμένου εμπορίου υπεραντιστάθμισαν τα οφέλη του ευνοϊκού μείγματος κατηγορίας και συσκευασίας. Τα καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση μειώθηκαν κατά 0,2% στη διάρκεια του τριμήνου.

Αναπτυσσόμενες αγορές

Ο όγκος πωλήσεων στις αναπτυσσόμενες αγορές μειώθηκε κατά 3,6%, σε σύγκριση με την αύξηση κατά 1,9% το αντίστοιχο τρίμηνο πέρυσι. Η χρονική συγκυρία του Πάσχα επηρέασε σε μεγάλο βαθμό τον όγκο πωλήσεων, ιδιαίτερα στην Πολωνία.

Ο όγκος πωλήσεων στην Πολωνία κατέγραψε υψηλή μονοψήφια πτώση λόγω της χρονικής συγκυρίας του Πάσχα και της έμφασής μας σε προϊόντα αυξημένης αξίας, με αποτέλεσμα την ενίσχυση των καθαρών εσόδων από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση. Στην κατηγορία των εμφιαλωμένων νερών, ο όγκος πωλήσεων κατέγραψε διψήφια πτώση μετά την εμπορική μας απόφαση για τη μείωση του μεγέθους της συσκευασίας των 1,75 λίτρων. Ο όγκος πωλήσεων στην κατηγορία των ανθρακούχων αναψυκτικών υποχώρησε παρά τη διψήφια αύξηση των πωλήσεων της Coke Zero και της Fanta, με την τελευταία να ενισχύεται μετά την κυκλοφορία νέων γεύσεων. Η κατηγορία των ποτών ενέργειας, κυρίως λόγω του Monster, όπως και η κατηγορία των χυμών, συνέχισαν να καταγράφουν καλή αύξηση.

Στην Ουγγαρία, ο όγκος πωλήσεων ήταν γενικά σταθερός, με την αύξηση στην κατηγορία των ανθρακούχων αναψυκτικών και εμφιαλωμένων νερών να αντισταθμίζεται από την πτώση των πωλήσεων στις κατηγορίες των χυμών και του έτοιμου προς κατανάλωση τσαγιού. Στην κατηγορία των ανθρακούχων αναψυκτικών, η Coke Zero –όπως και η Sprite– κατέγραψαν διψήφια αύξηση, μετά την κυκλοφορία της Sprite Zero πέρυσι. Στην κατηγορία των ποτών ενέργειας συνεχίστηκαν οι καλές επιδόσεις μετά την κυκλοφορία του Monster Ultra την προηγούμενη χρονιά.

Στην Τσεχική Δημοκρατία, ο όγκος πωλήσεων αυξήθηκε κατά μεσαίο μονοψήφιο ποσοστό, ως αποτέλεσμα των αυξημένων πωλήσεων σε όλες τις κατηγορίες πλην αυτής των εμφιαλωμένων νερών. Οι καλές επιδόσεις των προϊόντων με το σήμα Coke, ιδιαιτέρως της Coca-Cola Zero, αλλά και της Sprite, υπεραντιστάθμισαν τις πτώσεις της Fanta και της Coca-Cola Light. Στην κατηγορία των ποτών ενέργειας σημειώθηκε επίσης διψήφια αύξηση.

Τα καθαρά έσοδα από τις πωλήσεις στις αναπτυσσόμενες αγορές αυξήθηκαν κατά 1,1% στη διάρκεια του τριμήνου. Τα καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση βελτιώθηκαν κατά 4,1% ως αποτέλεσμα του βελτιωμένου μείγματος κατηγορίας και συσκευασίας, που υπεραντιστάθμισε την πτώση του όγκου πωλήσεων στη συγκεκριμένη αγορά.

Αναδυόμενες αγορές

Ο όγκος πωλήσεων στις αναδυόμενες αγορές αυξήθηκε κατά 4,0% σημειώνοντας ισχυρές επιδόσεις σε σχεδόν όλες τις χώρες. Στη Ρωσία, καταγράφηκε αύξηση των πωλήσεων εν μέσω μίας φθίνουσας αγοράς μη αλκοολούχων, έτοιμων προς κατανάλωση αναψυκτικών, ενώ στη Νιγηρία συνεχίστηκε η αύξηση του όγκου πωλήσεων, παρά τις μακροοικονομικές δυσχέρειες και τις σημαντικές αυξήσεις τιμών. Σε όλες τις βασικές κατηγορίες σημειώθηκε αύξηση, εκτός από την κατηγορία των χυμών.

Ο όγκος πωλήσεων στη Ρωσία εμφάνισε τα πρώτα σημάδια ανάκαμψης, καταγράφοντας πολύ χαμηλή μονοψήφια αύξηση του όγκου πωλήσεων για πρώτη φορά εδώ και οκτώ τρίμηνα, ενώ η αγορά των μη αλκοολούχων, έτοιμων προς κατανάλωση αναψυκτικών βρίσκεται ακόμη σε πτώση. Η αύξηση αυτή οφείλεται στη μεσαίας τάξης μονοψήφια αύξηση των πωλήσεων ανθρακούχων αναψυκτικών, ενώ οι άλλες μεγάλες κατηγορίες υποχώρησαν. Παρά τα πρώτα θετικά σημάδια, αναμένουμε σταδιακή ανάκαμψη με διακυμάνσεις και εξακολουθούμε να πιστεύουμε ότι το 2017 θα είναι έτος σταθεροποίησης του όγκου πωλήσεων.

Αναδυόμενες αγορές (συνέχεια)

Στη Νιγηρία, ο όγκος πωλήσεων αυξήθηκε κατά μεσαίο μονοψήφιο ποσοστό, ένδειξη θετικής πορείας σε ένα δυσχερές μακροοικονομικό περιβάλλον παρά τις σημαντικές αυξήσεις τιμών που έχουμε εφαρμόσει από το τέταρτο τρίμηνο του 2016. Η βελτιωμένη διαθεσιμότητα των προϊόντων και το συνεχιζόμενο κλίμα ηρεμίας στα βόρεια της χώρας, μετά τις αναταραχές ετών, υποστήριξαν τη θετική απόδοση. Η αύξηση του όγκου πωλήσεων οφείλεται κυρίως στις κατηγορίες των ανθρακούχων αναψυκτικών και των εμφιαλωμένων νερών, με μερική αντιστάθμιση από την πτώση των πωλήσεων χυμών. Το Φεβρουάριο, μπήκαμε στην κατηγορία των ποτών ενέργειας με την κυκλοφορία του Monster.

Στη Ρουμανία, ο όγκος πωλήσεων αυξήθηκε κατά μεσαίο μονοψήφιο ποσοστό, καταγράφοντας αύξηση για ένατο συνεχόμενο τρίμηνο, με αύξηση σε όλες τις κατηγορίες εκτός από εκείνη των εμφιαλωμένων νερών. Στην κατηγορία των ανθρακούχων αναψυκτικών καταγράφηκε ισχυρή ανάπτυξη, οφειλόμενη κυρίως στην υψηλή μονοψήφια αύξηση στα προϊόντα με το σήμα Coke.

Ο όγκος πωλήσεων στην Ουκρανία αυξήθηκε κατά χαμηλό διψήφιο ποσοστό κυρίως λόγω της μεγάλης αύξησης των πωλήσεων στην κατηγορία των ανθρακούχων αναψυκτικών, ειδικότερα των προϊόντων με το σήμα Coke, τα οποία ενισχύθηκαν από την κυκλοφορία της Coke Zero το Φεβρουάριο.

Τα καθαρά έσοδα από πωλήσεις αυξήθηκαν κατά 12,6% με τα οφέλη από την αύξηση του όγκου πωλήσεων και των τιμών, και του βελτιωμένου μείγματος κατηγορίας και συσκευασίας να υπεραντισταθμίζουν το δυσμενή αντίκτυπο των μεταβολών στις συναλλαγματικές ισοτιμίες, ιδίως του Νάιρα Νιγηρίας. Τα καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση επιτάχυναν το ρυθμό αύξησής τους, σημειώνοντας αύξηση κατά 10,3% στη διάρκεια του τριμήνου.

Βασικά οικονομικά μεγέθη ανά κατηγορία

Οι εμπορικές μας πρωτοβουλίες για ενίσχυση των εσόδων φέρνουν αποτελέσματα. Μέσω της δέσμης πρωτοβουλιών διάθεσης του κατάλληλου σήματος, στην κατάλληλη συσκευασία, στην κατάλληλη τιμή, μέσω του κατάλληλου καναλιού διανομής και για την κατάλληλη περίσταση (OBBPC) και της στρατηγικής «One Brand», λαμβάνουμε δυναμικά μέτρα για να στηρίξουμε την ανάπτυξη, τα οποία είναι ιδιαίτερα εμφανή στην κατηγορία των ανθρακούχων αναψυκτικών.

Στην κατηγορία των ανθρακούχων αναψυκτικών, πετύχαμε αύξηση του όγκου πωλήσεων κατά 1,3% με τις επιδόσεις στη Νιγηρία, τη Ρωσία, τη Ρουμανία και την Ουκρανία να υπεραντισταθμίζουν την πτώση σε Ιταλία, Πολωνία και Ελβετία.

Ο όγκος πωλήσεων εμφιαλωμένων νερών υποχώρησε οριακά κατά 0,1%, με την αύξηση στις αναδυόμενες και αναπτυσσόμενες αγορές να αντισταθμίζεται από την πτώση του όγκου πωλήσεων στις αναπτυσσόμενες αγορές. Στη διάρκεια του τριμήνου, συνεχίσαμε να βλέπουμε την επίδραση από την κατάργηση των σημάτων εμφιαλωμένων νερών χαμηλής αξίας στην Ιταλία και από την αλλαγή του μεγέθους των συσκευασιών νερού στην Πολωνία. Στην κατηγορία των χυμών, ο όγκος πωλήσεων υποχώρησε κατά 4,4% με απώλειες σε όλες τις αγορές, ιδίως στην Ρωσία, Νιγηρία και Ιρλανδία. Στην κατηγορία των ποτών ενέργειας, ο όγκος πωλήσεων αυξήθηκε κατά 12,4% με ανάπτυξη σε όλες τις αγορές, μετά τις καλές επιδόσεις του Monster. Η απόδοση της κατηγορίας του έτοιμου προς κατανάλωση τσαγιού παρέμεινε ασθενής σημειώνοντας χαμηλή μονοψήφια πτώση, με την πτώση στην Ελβετία και τη Ρωσία να αντισταθμίζεται εν μέρει από την αύξηση στην Πολωνία, τη Ρουμανία και την Ουκρανία.

Το ποσοστό των συσκευασιών άμεσης κατανάλωσης συνέχισε να βελτιώνεται στη διάρκεια του τριμήνου, κατά 1,2 ποσοστιαίες μονάδες, με όλες τις αγορές να συμβάλλουν στη βελτίωση του μείγματος. Το μείγμα συσκευασιών άμεσης κατανάλωσης βελτιώθηκε τόσο στις κατηγορίες ανθρακούχων αναψυκτικών, κατά 0,8 ποσοστιαίες μονάδες, όσο και στην κατηγορία των εμφιαλωμένων νερών, κατά 1,9 ποσοστιαίες μονάδες.

Συμπληρωματική πληροφόρηση

Όμιλος	A' Τρίμηνο 2017	A' Τρίμηνο 2016	% Μεταβολή
Όγκος πωλήσεων (εκατ. κιβώτια)	442,8	439,6	0,7%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις (€ εκατ.)	1.376,7	1.317,0	4,5%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο (€)	3,11	3,00	3,8%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση ¹ (€)	3,11	2,98	4,5%
Αναπτυγμένες αγορές			
Όγκος πωλήσεων (εκατ. κιβώτια)	129,1	132,0	-2,2%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις (€ εκατ.)	521,2	534,5	-2,5%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο (€)	4,04	4,05	-0,3%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση ¹ (€)	4,04	4,05	-0,2%
Αναπτυσσόμενες αγορές			
Όγκος πωλήσεων (εκατ. κιβώτια)	78,2	81,1	-3,6%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις (€ εκατ.)	226,6	224,1	1,1%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο (€)	2,90	2,76	4,9%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση ¹ (€)	2,90	2,78	4,1%
Αναδυόμενες αγορές			
Όγκος πωλήσεων (εκατ. κιβώτια)	235,5	226,5	4,0%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις (€ εκατ.)	628,9	558,4	12,6%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο (€)	2,67	2,47	8,3%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση ¹ (€)	2,67	2,42	10,3%

¹ Για λεπτομέρειες επί των ΕΔΜΑ, παραπέμπουμε στις ενότητες «Εναλλακτικοί Δείκτες Μέτρησης Απόδοσης («ΕΔΜΑ»)» και «Ορισμοί και συμφωνίες ΕΔΜΑ».

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 595 εκατομμύρια ανθρώπους. Η Coca-Cola HBC προσφέρει μεγάλη ποικιλία κυρίως 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 δεσμεύεται 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 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 μπορείτε να επισκεφθείτε την ιστοσελίδα <http://www.coca-colahellenic.com>.

Πρόσκληση Δικτυακής Τηλεδιάσκεψης

Η Coca-Cola HBC πρόκειται να φιλοξενήσει τηλεδιάσκεψη μεταξύ αναλυτών και επενδυτών, στην οποία θα συζητηθούν τα αποτελέσματα του πρώτου τριμήνου του 2017 στις 11 Μαΐου 2017 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 και η σχετική απομαγνητοφώνηση θα είναι διαθέσιμες για λήψη σε μορφή αρχείου MP3 στον δικτυακό τόπο της Εταιρείας (<http://www.coca-colahellenic.com/investorrelations>).

Επόμενη ενημέρωση

10 Αυγούστου 2017

Εξαμηνιαίες οικονομικές καταστάσεις και ανακοίνωση αποτελεσμάτων

Πληροφόρηση επενδυτών:**Όμιλος Coca-Cola HBC**Basak Kotler
Investor Relations DirectorΤηλ: +44 20 37 444 231
basak.kotler@cchellenic.comCaroline Crampton
Investor Relations ManagerΤηλ: +44 20 37 444 230
caroline.crampton@cchellenic.comΒάσω Αλιφέρη
Investor Relations ManagerΤηλ: +30 210 6183 341
vasso.aliferi@cchellenic.com**Διεθνή μέσα επικοινωνίας:****Teneo Blue Rubicon**Rob Morgan
Anushka MathewΤηλ: +44 20 7260 2700
robert.morgan@teneobluerubicon.com
anushka.mathew@teneobluerubicon.com**Ελληνικά μέσα επικοινωνίας****V+O Communications**

Αργυρώ Οικονόμου

Τηλ: +30 211 7501219
ao@vando.gr**Σημείωση για την πληροφόρηση που περιέχεται στο κείμενο**

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»).

Μελλοντικές δηλώσεις

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 2017 και τα επόμενα χρόνια, την επιχειρηματική μας στρατηγική και τα αποτελέσματα της επιβράδυνσης του ρυθμού της παγκόσμιας οικονομικής ανάπτυξης, 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 αντισταθούν 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)

Μελλοντικές δηλώσεις (συνέχεια)

του 2016 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 αυτής ενημέρωσης, 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.

Εναλλακτικοί δείκτες μέτρησης απόδοσης («ΕΔΜΑ»)

Ο Όμιλος χρησιμοποιεί συγκεκριμένους εναλλακτικούς δείκτες μέτρησης απόδοσης («ΕΔΜΑ») ως γνώμονα για τη λήψη οικονομικών και επιχειρηματικών αποφάσεων, αποφάσεων σχεδιασμού, καθώς και για λόγους αξιολόγησης και αναφοράς των επιδόσεων του Ομίλου. Μέσω των ΕΔΜΑ παρέχεται πρόσθετη πληροφόρηση και σχηματίζεται σαφέστερη εικόνα για τις λειτουργικές και οικονομικές επιδόσεις του Ομίλου. Οι ΕΔΜΑ πρέπει να εξετάζονται σε σχέση με και όχι κατ' αποκλεισμό των αντίστοιχων στοιχείων που παρουσιάζονται σύμφωνα με τα Διεθνή Πρότυπα Χρηματοοικονομικής Αναφοράς (ΔΠΧΑ).

Ορισμοί και συμφωνίες ΕΔΜΑ

ΕΔΜΑ σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση

Ο Όμιλος αξιολογεί τις λειτουργικές και τις οικονομικές αποδόσεις του σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση (δηλαδή χωρίς να λαμβάνει υπόψη την επίδραση της διακύμανσης των συναλλαγματικών ισοτιμιών από τη μία περίοδο στην άλλη). Οι εναλλακτικοί δείκτες μέτρησης απόδοσης σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση υπολογίζονται προσαρμόζοντας τα ποσά της προηγούμενης περιόδου σε σχέση με την επίδραση των συναλλαγματικών ισοτιμιών την τρέχουσα περίοδο. Τα μεγέθη σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση επιτρέπουν στους αναγνώστες να επικεντρωθούν στις αποδόσεις του Ομίλου, χωρίς να επηρεάζονται από τις μεταβολές των συναλλαγματικών ισοτιμιών που ισχύουν για τις λειτουργικές δραστηριότητες του Ομίλου από περίοδο σε περίοδο.

Τα καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση και τα καθαρά έσοδα από πωλήσεις σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση

Τα καθαρά έσοδα από πωλήσεις σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση και τα καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση υπολογίζονται προσαρμόζοντας τα καθαρά έσοδα από πωλήσεις της προηγούμενης περιόδου με τον αντίκτυπο των μεταβολών στις συναλλαγματικές ισοτιμίες που ισχύουν για την τρέχουσα περίοδο.

Ο υπολογισμός των καθαρών εσόδων από πωλήσεις σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση και των καθαρών εσόδων από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση ανά κιβώτιο και η συμφωνία με τα ευθέως σχετιζόμενα μεγέθη, που υπολογίζονται σύμφωνα με τα Διεθνή Πρότυπα Χρηματοοικονομικής Αναφοράς, έχει ως εξής:



Συμφωνία καθαρών εσόδων από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση (ποσά σε € εκατ. εκτός αν αναφέρεται διαφορετικά)

	Α' Τρίμηνο 2017			
	Αναπτυγμένες	Αναπτυσσόμενες	Αναδυόμενες	Ενοποιημένα
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις	521,2	226,6	628,9	1.376,7
Συναλλαγματική επίδραση	-	-	-	-
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση	521,2	226,6	628,9	1.376,7
Όγκος πωλήσεων (εκατ. κιβώτια)	129,1	78,2	235,5	442,8
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση	4,04	2,90	2,67	3,11
	Α' Τρίμηνο 2016			
	Αναπτυγμένες	Αναπτυσσόμενες	Αναδυόμενες	Ενοποιημένα
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις	534,5	224,1	558,4	1.317,0
Συναλλαγματική επίδραση	(0,4)	1,6	(9,8)	(8,6)
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση	534,1	225,7	548,6	1.308,4
Όγκος πωλήσεων (εκατ. κιβώτια)	132,0	81,1	226,5	439,6
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση	4,05	2,78	2,42	2,98