

ΠΕΡΙΛΗΠΤΙΚΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΠΡΩΤΟΥ ΤΡΙΜΗΝΟΥ 2018**ΣΥΝΕΧΙΖΕΤΑΙ Η ΙΣΟΡΡΟΠΗΜΕΝΗ ΑΥΞΗΣΗ ΤΩΝ ΕΣΟΔΩΝ**

Η Coca-Cola HBC AG, ένας από τους μεγαλύτερους εμφιαλωτές των σημάτων της The Coca-Cola Company, ανακοινώνει σήμερα την περιληπτική ενημέρωση για την πορεία των αποτελεσμάτων του πρώτου τριμήνου του 2018.

Βασικά οικονομικά μεγέθη πρώτου τριμήνου

- Ισχυρές επιδόσεις στο ξεκίνημα της χρονιάς, σημειώνοντας 4,5% αύξηση των καθαρών εσόδων από πωλήσεις σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση, με καλή ισορροπία ανάμεσα στην αύξηση του όγκου πωλήσεων και βελτίωση των τιμών/μείγματος.
- Οι όγκοι πωλήσεων αυξήθηκαν κατά 2,3% στη διάρκεια του τριμήνου, με πολύ ισχυρή ανάπτυξη στον τομέα των αναπτυσσόμενων αγορών και με ακόμη ένα τρίμηνο βελτίωσης για τον τομέα των αναπτυγμένων αγορών. Οι καινοτομίες στον τομέα των ανθρακούχων αναψυκτικών συνέβαλαν σε αύξηση 2,8% του όγκου πωλήσεων στην κατηγορία.
 - Στον τομέα των αναπτυγμένων αγορών ο όγκος πωλήσεων αυξήθηκε κατά 1,1% ως επακόλουθο της βελτίωσης των όγκων πωλήσεων σε Ιρλανδία και Ελβετία και της συνέχισης των καλών επιδόσεων στην Ελλάδα.
 - Οι όγκοι πωλήσεων στον τομέα των αναπτυσσόμενων αγορών βελτιώθηκαν κατά 11,8%, χάρη στην πολύ ισχυρή ανάπτυξη στην Πολωνία, και την υποστήριξη σε κάποιο βαθμό, από τη χρονική συγκυρία του Καθολικού Πάσχα.
 - Οι όγκοι πωλήσεων στον τομέα των αναδυόμενων αγορών κυμάνθηκαν σε γενικές γραμμές στα ίδια επίπεδα με το αντίστοιχο τρίμηνο πέρυσι, καθώς η συνέχιση των ισχυρών ρυθμών ανάπτυξης στις μεσαίου μεγέθους χώρες αντιστάθμισε την πτώση των πωλήσεων στη Νιγηρία και σε μικρότερο βαθμό τη Ρωσία.
- Τα καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση αυξήθηκαν κατά 2,1%, με την επίδραση των αυξήσεων στις τιμές των προϊόντων μας από το 2017 και τη βελτίωση στο μείγμα στους τομείς των αναδυόμενων και αναπτυγμένων αγορών, να αντισταθμίζουν την επιδείνωση του μείγματος στον τομέα των αναπτυσσόμενων αγορών.
 - Στον τομέα των αναπτυγμένων αγορών, το θετικό μείγμα κατηγορίας προϊόντων και συσκευασίας επέφερε βελτίωση των καθαρών εσόδων από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση κατά 0,8%.
 - Στον τομέα των αναπτυσσόμενων αγορών, τα καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση κατέγραψαν πτώση κατά 1,3%. Οι εξαιρετικές επιδόσεις του όγκου πωλήσεων το Πάσχα, οδήγησαν σε αρνητικό μείγμα συσκευασίας και καναλιών διανομής, το οποίο αντισταθμίστηκε εν μέρει από το βελτιωμένο μείγμα κατηγορίας προϊόντων.
 - Στον τομέα των αναδυόμενων αγορών, τα καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση σημείωσαν αύξηση 4,5% κυρίως λόγω των αυξήσεων στις τιμές των προϊόντων μας από το 2017 και του βελτιωμένου μείγματος κατηγορίας προϊόντων και συσκευασίας.

Ο κ. Zoran Bogdanovic, Διευθύνων Σύμβουλος της Coca-Cola HBC AG, σχολίασε:

«Είμαστε ικανοποιημένοι από το καλό ξεκίνημα της φετινής χρονιάς, που ανταποκρίνεται στις προσδοκίες μας.»

Οι καινοτομίες στα προϊόντα μας και οι συνεχιζόμενες πρωτοβουλίες διαχείρισης της αύξησης των εσόδων συνεχίζουν να επιφέρουν ισορροπημένη ανάπτυξη μέσω της αύξησης του όγκου πωλήσεων και της βελτίωσης τιμών/μείγματος. Προσδοκούμε ότι η υλοποίηση των ισχυρών εμπορικών μας πλάνων και η σταδιακή οικονομική ανάκαμψη σε Ρωσία και Νιγηρία θα οδηγήσουν σε επιτάχυνση του ρυθμού αύξησης των εσόδων στο υπόλοιπο του έτους».

Μεταβολή (%) Α' τρίμηνο 2018 με Α' τρίμηνο 2017	Καθαρά έσοδα από πωλήσεις		Όγκος πωλήσεων	Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο	
	σε ουδέτερη συναλλαγμα- τική βάση ¹	σε δημοσιευ- μένη βάση		σε ουδέτερη συναλλαγμα- τική βάση ¹	σε δημοσιευ- μένη βάση
Σύνολο Ομίλου	4,5	-1,7	2,3	2,1	-4,0
Αναπτυγμένες αγορές	1,9	0,1	1,1	0,8	-1,0
Αναπτυσσόμενες αγορές	10,3	12,6	11,8	-1,3	0,8
Αναδυόμενες αγορές	4,4	-8,4	-0,1	4,5	-8,3

¹ Για λεπτομέρειες επί των Εναλλακτικών δεικτών μέτρησης απόδοσης («ΕΔΜΑ»), ανατρέξτε στις ενότητες «Εναλλακτικοί δείκτες μέτρησης απόδοσης» και «Ορισμοί και συμφωνίες ΕΔΜΑ».

Περιληπτική Ενημέρωση

Παρά το μεικτό εμπορικό περιβάλλον, είμαστε στην ευχάριστη θέση να αναφέρουμε καλές επιδόσεις, σύμφωνες με τις προσδοκίες μας.

Ο όγκος πωλήσεων του Ομίλου αυξήθηκε κατά 2,3%, με θετική επιρροή από τη χρονική μετατόπιση του Καθολικού Πάσχα στο πρώτο τρίμηνο, η οποία εκτιμάται ότι συνεισέφερε 70 μονάδες βάσης στη συνολική αύξηση του όγκου πωλήσεων. Εξαιρώντας την επίδραση του Πάσχα, οι όγκοι πωλήσεων αυξήθηκαν στις περισσότερες αναπτυγμένες αγορές μας και παρέμειναν σε υψηλά επίπεδα στις αναπτυσσόμενες και στις μεσαίου μεγέθους αναδυόμενες αγορές, ενώ μειώθηκαν στη Νιγηρία και σε μικρότερο βαθμό στη Ρωσία.

Στη διάρκεια του τριμήνου κυκλοφόρησαν για πρώτη φορά νέα προϊόντα και γεύσεις, με κυρίαρχη την κυκλοφορία του τσαγιού FUZE σε 27 χώρες. Επίσης, υλοποιήσαμε και άλλες πρωτοβουλίες διαχείρισης της αύξησης των εσόδων, που μας επέτρεψαν να καταγράψουμε καλές επιδόσεις στο μείγμα κατηγορίας προϊόντων και συσκευασίας. Ως αποτέλεσμα αυτών των πρωτοβουλιών, τα καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση βελτιώθηκαν κατά 2,1% στη διάρκεια του τριμήνου, παρά την επιδείνωση που υπέστη το μείγμα καναλιών διανομής και συσκευασίας στον τομέα των αναπτυσσόμενων αγορών λόγω των αυξημένων όγκων πωλήσεων στο οργανωμένο εμπόριο.

Τα καθαρά έσοδα από πωλήσεις μειώθηκαν κατά 1,7% ως αποτέλεσμα του δυσμενούς αντίκτυπου των συναλλαγματικών διακυμάνσεων της τάξης του 6,2%, κυρίως λόγω της επιδείνωσης του Νιγηριανού Νάιρα και του Ρωσικού Ρουβλιού.

Αναπτυγμένες αγορές

Ο όγκος πωλήσεων στις αναπτυγμένες αγορές αυξήθηκε κατά 1,1% στη διάρκεια του τριμήνου, έναντι πτώσης 2,2% το αντίστοιχο τρίμηνο πέρυσι. Η αύξηση αυτή οφείλεται κυρίως στην κατηγορία των ανθρακούχων αναψυκτικών ενώ η κατηγορία των μη ανθρακούχων αναψυκτικών υποχώρησε στις περισσότερες χώρες του συγκεκριμένου τομέα. Η χρονική συγκυρία του Καθολικού Πάσχα στο πρώτο τρίμηνο φέτος επηρέασε θετικά τους όγκους πωλήσεων στην Ιταλία, την Αυστρία και την Ιρλανδία.

Ο όγκος πωλήσεων στην Ιταλία παρέμεινε κατά βάση σταθερός με το αντίστοιχο τρίμηνο πέρυσι, με την αύξηση των πωλήσεων στις κατηγορίες των ποτών ενέργειας και του έτοιμου προς κατανάλωση τσαγιού να αντισταθμίζεται από την πτώση στις κατηγορίες των ανθρακούχων αναψυκτικών, των εμφιαλωμένων νερών και των χυμών. Στην κατηγορία των ανθρακούχων αναψυκτικών, αυξήθηκαν οι πωλήσεις προϊόντων με το σήμα Coca-Cola ενώ οι πωλήσεις των Fanta και Sprite υποχώρησαν.

Ο όγκος πωλήσεων στην Ελλάδα συνέχισε την καλή πορεία, σημειώνοντας αύξηση κατά μεσαίο μονοψήφιο ποσοστό, παρά τις δύσκολες ακόμα μακροοικονομικές συνθήκες. Σε όλες τις κατηγορίες καταγράφηκε αύξηση των πωλήσεων, εκτός από την κατηγορία του έτοιμου προς κατανάλωση τσαγιού. Στην κατηγορία των ανθρακούχων αναψυκτικών, μοχλός ανάπτυξης ήταν τα προϊόντα με το σήμα Coca-Cola, ιδίως η Coke Zero και η Coca-Cola χωρίς θερμίδες και με Stevia, η οποία κυκλοφόρησε πέρυσι τον Μάρτιο.

Οι πωλήσεις στην Αυστρία κατέγραψαν πτώση κατά χαμηλό μονοψήφιο ποσοστό, καθώς οι κακές καιρικές συνθήκες του Μαρτίου ανέτρεψαν τις θετικές επιδόσεις του πρώτου διμήνου του έτους και περιορίσαν τη θετική επίδραση από τη χρονική συγκυρία του Καθολικού Πάσχα. Στις κατηγορίες των εμφιαλωμένων νερών και των ποτών ενέργειας καταγράφηκε αύξηση ενώ στις άλλες κατηγορίες σημειώθηκε πτώση.

Στην Ελβετία, ο όγκος πωλήσεων αυξήθηκε κατά χαμηλό μονοψήφιο ποσοστό, καθώς η ικανοποιητική ανάπτυξη στην κατηγορία των ανθρακούχων αναψυκτικών αντιστάθμισε τις αρνητικές επιδόσεις στις άλλες κατηγορίες, κυρίως στο έτοιμο προς κατανάλωση τσάι και στα εμφιαλωμένα νερά.

Ο όγκος πωλήσεων στην Ιρλανδία αυξήθηκε κατά μεσαίο μονοψήφιο ποσοστό καθώς η πολύ καλή πορεία των πωλήσεων στις κατηγορίες των ανθρακούχων αναψυκτικών και των ποτών ενέργειας αντιστάθμισε την πτώση στην κατηγορία των μη ανθρακούχων αναψυκτικών. Η ευνοϊκή συγκυρία του Καθολικού Πάσχα, σε συνδυασμό με αυξημένες παραγγελίες από κάποιους πελάτες εν όψει της εφαρμογής του φόρου στη ζάχαρη, συνέβαλαν σε αυτό το θετικό αποτέλεσμα.

Τα καθαρά έσοδα από πωλήσεις στις αναπτυσσόμενες αγορές αυξήθηκαν οριακά κατά 0,1% στη διάρκεια του τριμήνου. Το πλεονέκτημα του υψηλότερου όγκου πωλήσεων και του ευνοϊκού μείγματος αντισταθμίστηκε από τις δυσμενείς διακυμάνσεις των συναλλαγματικών ισοτιμιών, κυρίως στην Ελβετία και σε μικρότερο βαθμό στη Βόρεια Ιρλανδία. Τα καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση αυξήθηκαν κατά 0,8% στη διάρκεια του τριμήνου.

Αναπτυσσόμενες αγορές

Ο όγκος πωλήσεων στις αναπτυσσόμενες αγορές αυξήθηκε κατά 11,8%, έναντι πτώσης 3,6% το αντίστοιχο τρίμηνο πέρυσι, σε κάποιο βαθμό λόγω της χρονικής μετατόπισης του Καθολικού Πάσχα στο πρώτο τρίμηνο.

Ο όγκος πωλήσεων στην Πολωνία αυξήθηκε στο μέσο επίπεδο του εύρους 10-20%, διατηρώντας τη θετική πορεία του προηγούμενου τριμήνου. Η υποκείμενη ανάπτυξη της αγοράς ήταν ισχυρή ιδιαίτερα στο οργανωμένο εμπόριο, ενισχυμένη από τον θετικό αντίκτυπο της χρονικής συγκυρίας του Πάσχα. Η θετική μας πορεία αποδίδεται ως επί το πλείστον στις πωλήσεις ανθρακούχων αναψυκτικών, με αύξηση κατά διψήφιο ποσοστό σε όλα τα εμπορικά σήματα, καθώς και στην κατηγορία των εμφιαλωμένων νερών, η οποία ενισχύθηκε από διάφορες προωθητικές ενέργειες που προηγήθηκαν της περιόδου υψηλής ζήτησης. Η κατηγορία του έτοιμου προς κατανάλωση τσαγιού ήταν η μόνη κατηγορία που κατέγραψε πτώση του όγκου πωλήσεων στο διάστημα αυτό.

Στην Ουγγαρία, ο όγκος πωλήσεων αυξήθηκε κατά υψηλό μονοψήφιο ποσοστό, εν μέρει λόγω της χρονικής συγκυρίας του Πάσχα, ενώ καταγράφηκε αύξηση σε όλες τις κατηγορίες εκτός αυτής των εμφιαλωμένων νερών. Στην κατηγορία των ανθρακούχων αναψυκτικών, η αύξηση κατά υψηλό μονοψήφιο ποσοστό υποστηρίχθηκε από κυκλοφορίες νέων γεύσεων στα σήματα Coca-Cola Zero και Fanta. Στην κατηγορία του έτοιμου προς κατανάλωση τσαγιού, η στρατηγική της διατήρησης δύο σημάτων συνετέλεσε στην αύξηση του όγκου πωλήσεων κατά διψήφιο ποσοστό.

Στην Τσεχική Δημοκρατία, ο όγκος πωλήσεων αυξήθηκε κατά μεσαίο μονοψήφιο ποσοστό, ως αποτέλεσμα των αυξημένων πωλήσεων σε όλες τις κατηγορίες πλην των εμφιαλωμένων νερών και των χυμών. Οι καλές επιδόσεις των προϊόντων με το σήμα Coke, και ιδίως της Coca-Cola Zero αλλά και της Fanta, υπεραντιστάθμισαν τις μειωμένες πωλήσεις της Sprite και της Coca-Cola Light. Η κατηγορία του έτοιμου προς κατανάλωση τσαγιού κατέγραψε επίσης καλές επιδόσεις.

Τα καθαρά έσοδα από τις πωλήσεις στις αναπτυσσόμενες αγορές αυξήθηκαν κατά 12,6% στη διάρκεια του τριμήνου, ως επακόλουθο της σημαντικής αύξησης του όγκου πωλήσεων. Ωστόσο, τα καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση υποχώρησαν κατά 1,3% λόγω του δυσμενούς μείγματος καναλιού και συσκευασίας στις περισσότερες αγορές, κυρίως ως αποτέλεσμα της χρονικής μετατόπισης του Πάσχα.

Αναδυόμενες αγορές

Ο όγκος πωλήσεων στις αναδυόμενες αγορές ήταν χαμηλότερος κατά 0,1% σε σύγκριση με το αντίστοιχο τρίμηνο πέρυσι, καθώς οι αυξήσεις στις μεσαίου μεγέθους χώρες, και κυρίως στη Ρουμανία, στη Σερβία και

στην Ουκρανία, αντιστάθμισαν σε μεγάλο βαθμό τις μειώσεις του όγκου πωλήσεων στη Νιγηρία και στη Ρωσία. Στις κατηγορίες των ανθρακούχων αναψυκτικών και των ποτών ενέργειας καταγράφηκε αύξηση των όγκων πωλήσεων, ενώ οι πωλήσεις στις κατηγορίες των εμφιαλωμένων νερών, των χυμών και του έτοιμου προς κατανάλωση τσαγιού σημείωσαν πτώση.

Στη Ρωσία, ο όγκος πωλήσεων υποχώρησε οριακά στη διάρκεια του τριμήνου, με την αύξηση στις κατηγορίες των ανθρακούχων αναψυκτικών και των ποτών ενέργειας να αντισταθμίζει την πτώση στις κατηγορίες των εμφιαλωμένων νερών, του έτοιμου προς κατανάλωση τσαγιού και των χυμών. Σε ένα περιβάλλον έντονα ανταγωνιστικό ως προς την τιμή των προϊόντων, δώσαμε προτεραιότητα στην κερδοφορία και τη μακροπρόθεσμη αξία των σημάτων μας. Η ρωσική αγορά των έτοιμων προς κατανάλωση μη αλκοολούχων αναψυκτικών, έχοντας ανακόψει στο πρώτο τρίμηνο την πτωτική της πορεία, προβλέπεται ότι θα αναπτυχθεί περαιτέρω στο υπόλοιπο του έτους, χάρη στο βελτιωμένο καταναλωτικό κλίμα και τη μείωση των ποσοστών ανεργίας. Το γεγονός αυτό, σε συνδυασμό με τις καινοτομίες των προϊόντων μας και την ενεργοποίηση της αγοράς ενόψει του Παγκοσμίου Κυπέλλου FIFA, μας δίνουν αισιοδοξία για ανάπτυξη του όγκου πωλήσεων στο σύνολο του έτους.

Ο όγκος πωλήσεων στη Νιγηρία υποχώρησε στη διάρκεια του τριμήνου, σύμφωνα με τις προβλέψεις μας ότι η ανάκαμψη του όγκου πωλήσεων θα ξεκινούσε μόνο μετά το πρώτο τρίμηνο. Η πτώση της τάξης του 10% ήταν αποτέλεσμα της δύσκολης βάσης σύγκρισης σε σχέση με το αντίστοιχο τρίμηνο πέρυσι, τόσο στον όγκο πωλήσεων όσο και στις τιμές, καθώς και προβλημάτων διαθεσιμότητας κάποιων συσκευασιών. Η υποκείμενη οικονομία εξακολουθεί να ανακάμπτει, ωστόσο, ο καταναλωτής παραμένει υπό πίεση λόγω των υψηλών ποσοστών ανεργίας και πληθωρισμού.

Στη Ρουμανία, ο όγκος πωλήσεων αυξήθηκε κατά υψηλό μονοψήφιο ποσοστό με θετικές επιδόσεις να καταγράφονται σε όλα τα σήματα. Τη διψήφια αύξηση τον Ιανουάριο και τον Φεβρουάριο ακολούθησε η ασθενέστερη αλλά ακόμα θετική πορεία τον Μάρτιο, με την επιβράδυνση να οφείλεται κυρίως στις ψυχρότερες καιρικές συνθήκες τον συγκεκριμένο μήνα. Η καλή ενεργοποίηση στην αγορά, τα δυναμικά προωθητικά πλάνα και οι καινοτομίες, όπως η κυκλοφορία όλων των σημάτων ανθρακούχων αναψυκτικών σε 'sleek can' συσκευασίες, ενίσχυσαν την αύξηση του όγκου πωλήσεων.

Ο όγκος πωλήσεων στην Ουκρανία διατήρησε τη θετική του πορεία σημειώνοντας αύξηση κατά υψηλό μονοψήφιο ποσοστό το πρώτο τρίμηνο, παρά τις κακές καιρικές συνθήκες τον Μάρτιο και την αύξηση των τιμών στα προϊόντα μας. Η καλή επίδοση αποδίδεται ξεκάθαρα στην κατηγορία των ανθρακούχων αναψυκτικών. Στις κατηγορίες των χυμών, του έτοιμου προς κατανάλωση τσαγιού και των ποτών ενέργειας καταγράφηκε μείωση του όγκου πωλήσεων.

Τα καθαρά έσοδα από πωλήσεις μειώθηκαν κατά 8,4%. Τα οφέλη της αύξησης των τιμών καθώς και το βελτιωμένο μείγμα κατηγορίας και συσκευασίας υπεραντισταθμίστηκαν από τις δυσμενείς συναλλαγματικές μεταβολές, κυρίως λόγω του Νιγηριανού Νάιρα και του Ρωσικού Ρουβλιού, και από το ελαφρώς δυσμενέστερο μείγμα καναλιών διανομής. Όπως αναμενόταν, ο ρυθμός αύξησης των καθαρών εσόδων από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση σημείωσε επιβράδυνση, ανερχόμενος στο 4,5%.

Βασικά οικονομικά μεγέθη ανά κατηγορία

Ο συνδυασμός των πρωτοβουλιών διαχείρισης της αύξησης των εσόδων, των ισχυρών εμπορικών μας πλάνων και των καινοτόμων νέων σημάτων και γεύσεων, έφεραν καλά αποτελέσματα στη διάρκεια του τριμήνου.

Στην κατηγορία των ανθρακούχων αναψυκτικών οι πωλήσεις αυξήθηκαν κατά 2,8% και στους τρεις τομείς δραστηριότητάς μας, παρά τη σημαντική πτώση των πωλήσεων στη Νιγηρία. Οι πωλήσεις των Coke Regular, Coke Zero and Fanta κυμάνθηκαν σε πολύ καλά επίπεδα χάρη σε μια σειρά πρωτοβουλιών συμπεριλαμβανομένης της κυκλοφορίας νέων γεύσεων όπως Coca-Cola Zero Cherry και Coca-Cola Zero Lemon και Fanta Pear, Shokata, Dragonfruit και Grape.

Στην κατηγορία των εμφιαλωμένων νερών καταγράφηκε αύξηση 0,9% στη διάρκεια του τριμήνου, ως επακόλουθο των ισχυρών επιδόσεων στον τομέα των αναπτυσσόμενων αγορών. Η κατηγορία υποχώρησε σε κάποιες αναδυόμενες αγορές, κυρίως στη Νιγηρία και στη Ρωσία, καθώς και στην Ιρλανδία, στην Ιταλία και στην Ελβετία. Οι πωλήσεις των χυμών υποχώρησαν κατά 2,0%, λόγω του χαμηλότερου όγκου

πωλήσεων στους τομείς των αναδυόμενων και αναπτυσσόμενων αγορών, ο οποίος αντισταθμίστηκε μερικώς από την αύξηση του όγκου πωλήσεων στον τομέα των αναπτυσσόμενων αγορών. Στην κατηγορία των ποτών ενέργειας διατηρήθηκε η θετική πορεία με αύξηση κατά 27,8% στο πρώτο τρίμηνο, χάρη στις συνεχιζόμενες ισχυρές επιδόσεις του Monster σε όλες τις αγορές όπου δραστηριοποιούμαστε.

Στην κατηγορία του έτοιμου προς κατανάλωση τσαγιού, ο όγκος πωλήσεων υποχώρησε κατά 2,5% σε σύγκριση με το αντίστοιχο τρίμηνο πέρυσι, όπως αναμενόταν. Τον Ιανουάριο κυκλοφόρησε το τσάι FUZE σε όλες τις αγορές μας εκτός από τη Νιγηρία και είμαστε πολύ ικανοποιημένοι από την επιτυχία του εγχειρήματος.

Στη διάρκεια του τριμήνου, η συνεισφορά των πωλήσεις συσκευασιών άμεσης κατανάλωσης μειώθηκε κατά 40 μονάδες βάσης, τόσο λόγω των αλλαγών των καναλιών διανομής στον τομέα των αναπτυσσόμενων αγορών, όσο και λόγω της συνολικής μείωσης του όγκου πωλήσεων στη Νιγηρία, όπου το μείγμα συσκευασιών άμεσης κατανάλωσης είναι πολύ υψηλό. Εξαιρώντας τη Νιγηρία, το μείγμα συσκευασιών άμεσης κατανάλωσης βελτιώθηκε κατά 50 μονάδες βάσης. Το μείγμα συσκευασιών άμεσης κατανάλωσης επιδεινώθηκε κατά 110 μονάδες βάσης στην κατηγορία των ανθρακούχων αναψυκτικών ενώ το μείγμα συσκευασιών εμφιαλωμένων νερών άμεσης κατανάλωσης βελτιώθηκε κατά 40 μονάδες βάσης.

Συμπληρωματική πληροφόρηση

	A' τρίμηνο 2018	A' τρίμηνο 2017	% Μεταβολή
Σύνολο Ομίλου			
Όγκος πωλήσεων (εκατ. κιβώτια)	453,2	442,8	2,3%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις (€ εκατ.)	1.353,0	1.376,7	-1,7%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο (€)	2,99	3,11	-4,0%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση ¹ (€ εκατ.)	1.353,0	1.295,3	4,5%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση ¹ (€)	2,99	2,93	2,1%
Αναπτυγμένες αγορές			
Όγκος πωλήσεων (εκατ. κιβώτια)	130,5	129,1	1,1%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις (€ εκατ.)	521,7	521,2	0,1%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο (€)	4,00	4,04	-1,0%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση ¹ (€ εκατ.)	521,7	512,2	1,9%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση ¹ (€)	4,00	3,97	0,8%
Αναπτυσσόμενες αγορές			
Όγκος πωλήσεων (εκατ. κιβώτια)	87,4	78,2	11,8%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις (€ εκατ.)	255,2	226,6	12,6%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο (€)	2,92	2,90	0,8%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση ¹ (€ εκατ.)	255,2	231,3	10,3%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση ¹ (€)	2,92	2,96	-1,3%
Αναδυόμενες αγορές			
Όγκος πωλήσεων (εκατ. κιβώτια)	235,3	235,5	-0,1%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις (€ εκατ.)	576,1	628,9	-8,4%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο (€)	2,45	2,67	-8,3%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση ¹ (€ εκατ.)	576,1	551,8	4,4%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση ¹ (€)	2,45	2,34	4,5%

¹ Για λεπτομέρειες επί των ΕΔΜΑ, ανατρέξτε στις ενότητες «Εναλλακτικοί δείκτες μέτρησης απόδοσης» και «Ορισμοί και συμφωνίες ΕΔΜΑ».

Όμιλος Coca-Cola HBC

Η Coca-Cola HBC είναι ένας από τους μεγαλύτερους εμφιαλωτές προϊόντων της εταιρείας The Coca-Cola Company, με ετήσιες πωλήσεις που υπερβαίνουν τα 2 δισεκατομμύρια κιβώτια. Έχει εκτεταμένη γεωγραφική κάλυψη, δραστηριοποιείται σε 28 χώρες και εξυπηρετεί περισσότερους από 600 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, και έτοιμο προς κατανάλωση τσάι και καφέ. Η Coca-Cola HBC είναι απόλυτα προσηλωμένη στον στόχο της προώθησης σταθερής ανάπτυξης, 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 ένα περιβάλλον εργασίας χωρίς αποκλεισμούς και διακρίσεις, 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 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 τη 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 2018 στις 10 Μαΐου 2018 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). Κάθε ενδιαφερόμενος/-η μπορεί να παρακολουθήσει την ταυτόχρονη ηχητική μετάδοση της τηλεδιάσκεψης στο δικτυακό τόπο της Coca-Cola HBC (<https://coca-colahellenic.com/en/investors/>).

Επόμενη εκδήλωση

9 Αυγούστου 2018

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.comJoanna Kennedy
Investor Relations ManagerΤηλ: +44 20 37 444 230
joanna.kennedy@cchellenic.comΒάσω Αλιφέρη
Investor Relations ManagerΤηλ: +41 44 835 9274
vasso.aliferi@cchellenic.com**Υπεύθυνος επικοινωνίας για διεθνή ΜΜΕ:****Teneo Blue Rubicon**Rob Morgan
Anushka MathewΤηλ: +44 20 7260 2700
robert.morgan@teneobluerubicon.com
anushka.mathew@teneobluerubicon.com**Υπεύθυνος επικοινωνίας για ελληνικά ΜΜΕ:****V+O Communications**

Αργυρώ Οικονόμου

Τηλ: +30 211 7501219
ao@vando.gr**Σημείωση για τις πληροφορίες που παρουσιάζονται 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 2018 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 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 2017 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, κανένας από εμάς, τα στελέχη, τους υπαλλήλους, τους συμβούλους ή οποιοδήποτε άλλο πρόσωπο δεν 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.

Εναλλακτικά μεγέθη μέτρησης απόδοσης

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. 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 των Εναλλακτικών δεικτών μέτρησης της απόδοσης («ΕΔΜΑ»)

ΕΔΜΑ σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση

Ο Όμιλος αξιολογεί επίσης 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 σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση και τα καθαρά έσοδα από πωλήσεις σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση ανά κιβώτιο

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 στον 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 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. πλην διαφορετικής μνείας)

	Α' τρίμηνο 2018			
	Αναπτυγμένες	Αναπτυσσόμενες	Αναδυόμενες	Ενοποιημένα
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις	521,7	255,2	576,1	1.353,0
Συναλλαγματική επίδραση	-	-	-	-
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση	521,7	255,2	576,1	1.353,0
Όγκος πωλήσεων (εκατ. κιβώτια)	130,5	87,4	235,3	453,2
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση (€)	4,00	2,92	2,45	2,99
	Α' τρίμηνο 2017			
	Αναπτυγμένες	Αναπτυσσόμενες	Αναδυόμενες	Ενοποιημένα
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις	521,2	226,6	628,9	1.376,7
Συναλλαγματική επίδραση	(9,0)	4,7	(77,1)	(81,4)
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση	512,2	231,3	551,8	1.295,3
Όγκος πωλήσεων (εκατ. κιβώτια)	129,1	78,2	235,5	442,8
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση (€)	3,97	2,96	2,34	2,93