

**ΠΕΡΙΛΗΠΤΙΚΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΤΡΙΤΟΥ ΤΡΙΜΗΝΟΥ 2018****ΤΡΙΜΗΝΟ ΣΤΑΘΕΡΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ**

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 εργασιών του τρίτου τριμήνου του 2018.

**Βασικά μεγέθη τρίτου τριμήνου**

- Σταθερή αύξηση των εσόδων σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση, κατά 4,5%.
- Οι όγκοι πωλήσεων αυξήθηκαν κατά 4,2% στο τρίμηνο, με ισχυρές επιδόσεις να καταγράφονται στις αναπτυσσόμενες και τις αναδυόμενες αγορές.
  - Οι όγκοι πωλήσεων στις αναπτυσσόμενες αγορές παρέμειναν κατά βάση σταθεροί, με δεδομένη την υψηλή συγκριτική βάση του προηγούμενου έτους της τάξης του 2,2%.
  - Οι όγκοι πωλήσεων στις αναπτυσσόμενες αγορές αυξήθηκαν κατά 11,3%. Αυτό το πολύ θετικό αποτέλεσμα είχε ευρεία βάση, με ισχυρή αύξηση του όγκου πωλήσεων σε όλες τις χώρες αυτού του τομέα δραστηριοποίησης. Η Πολωνία, διατηρώντας τη δυναμική ανάπτυξης, συνεισέφερε σημαντικά σε αυτό το αποτέλεσμα.
  - Οι όγκοι πωλήσεων στις αναδυόμενες αγορές αυξήθηκαν κατά 4,1%, με καλές συνεισφορές από όλες τις αγορές, συμπεριλαμβανομένης της Νιγηρίας και της Ρωσίας. Όπως αναμενόταν, διαπιστώσαμε μια επιβράδυνση του πολύ ισχυρού ρυθμού ανάπτυξης από τη Ρουμανία, την Ουκρανία και τη Σερβία, έναντι των πολύ υψηλών ποσοστών ανάπτυξης το αντίστοιχο διάστημα πέρυσι.
- Τα έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση βελτιώθηκαν κατά 0,3% στο τρίμηνο, σημειώνοντας επιβράδυνση σε σύγκριση με τις πρόσφατες τάσεις, αντικατοπτρίζοντας τη χρονική συγκυρία των ενεργειών αύξησης των τιμών και το αρνητικό μείγμα καναλιών διανομής.
  - Στις αναπτυσσόμενες αγορές τα έσοδα από τις πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση υποχώρησαν κατά 0,4%, καθώς οι ισχυροί όγκοι πωλήσεων στην κατηγορία των εμφιαλωμένων νερών επηρέασαν αρνητικά το μείγμα κατηγορίας προϊόντων και οι ανταγωνιστικές πιέσεις οδήγησαν σε πιο έντονες προωθητικές ενέργειες στο τρίμηνο.
  - Στις αναπτυσσόμενες αγορές τα έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση αυξήθηκαν κατά 2,5%. Αυτό συνιστά βελτίωση σε σχέση με το πρώτο εξάμηνο και αντανακλά τη στρατηγική μας για μεγαλύτερη αύξηση των εσόδων σε αυτόν τον τομέα μέσω του μείγματος τιμών και κατηγορίας προϊόντων στο δεύτερο εξάμηνο.
  - Στις αναδυόμενες αγορές τα έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση αυξήθηκαν κατά 0,7%, μια επιβράδυνση σε σύγκριση με το πρώτο εξάμηνο, εν μέρει λόγω της χρονικής συγκυρίας των αυξήσεων των τιμών. Η πτώση του όγκου πωλήσεων premium σημάτων οιοπνευματωδών ποτών στη Ρωσία, είχε σημαντικό αρνητικό αντίκτυπο στο μείγμα κατηγορίας προϊόντων, ενώ το μείγμα καναλιών διανομής συνέχισε να είναι αρνητικό.

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

*«Είμαστε ικανοποιημένοι από τις ενέργειές μας, οι οποίες επιτρέπουν στον Όμιλο να αξιοποιεί με επιτυχία τις ευκαιρίες ανάπτυξης στις αγορές όπου δραστηριοποιούμαστε. Το χαρτοφυλάκιο προϊόντων μας εξελίσσεται προκειμένου να ανταποκρίνεται στις μεταβαλλόμενες προτιμήσεις των καταναλωτών και, μέσω της συνεργασίας με τους πελάτες μας, ενισχύουμε την πρόσβασή μας στην αγορά.»*

*Είχαμε ένα τρίμηνο σταθερής ανάπτυξης που χαρακτηρίστηκε από τις διαρκώς καλές επιδόσεις των όγκων πωλήσεων έναντι της υψηλής συγκριτικής βάσης. Όπως αναμενόταν, η επιβράδυνση στο ρυθμό αύξησης του μείγματος προϊόντων και τιμών αντικατοπτρίζει κυρίως τη χρονική συγκυρία της προγραμματισμένης αύξησης των τιμών των προϊόντων μας και αναμένουμε επιτάχυνση στο τέταρτο τρίμηνο. Το εμπορικό περιβάλλον για το μήνα Οκτώβριο ήταν ευνοϊκό, και είμαστε πεπεισμένοι ότι το 2018 θα αποτελέσει άλλη μια χρονιά ισχυρής ανάπτυξης τόσο ως προς τα έσοδα όσο και ως προς το περιθώριο κέρδους».*

Μεταβολή (%)	Καθαρά έσοδα από πωλήσεις		Όγκος πωλήσεων	Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο	
	σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση <sup>1</sup>	σε δημοσιευμένη βάση		σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση <sup>1</sup>	σε δημοσιευμένη βάση
<b>Γ' τρίμηνο 2018 με Γ' τρίμηνο 2017</b>					
<b>Σύνολο Ομίλου</b>	<b>4,5</b>	<b>2,6</b>	<b>4,2</b>	<b>0,3</b>	<b>-1,6</b>
Αναπτυγμένες αγορές	-0,5	-0,7	-0,1	-0,4	-0,6
Αναπτυσσόμενες αγορές	14,1	12,4	11,3	2,5	0,9
Αναδυόμενες αγορές	4,8	1,1	4,1	0,7	-2,9

<sup>1</sup> Για λεπτομέρειες επί των Εναλλακτικών Δεικτών Μέτρησης Απόδοσης («ΕΔΜΑ»), ανατρέξτε στις ενότητες «Εναλλακτικοί Δείκτες Μέτρησης Απόδοσης» και «Ορισμοί και συμφωνίες Εναλλακτικών Δεικτών Μέτρησης Απόδοσης («ΕΔΜΑ»)».

## Περιληπτική Ενημέρωση

Πετύχαμε σταθερή πρόοδο στο τρίμηνο, αξιοποιώντας τις ισχυρές επιδόσεις στο πρώτο εξάμηνο του έτους.

Είμαστε ιδιαίτερα ικανοποιημένοι από το γεγονός ότι, παρά τις ευμετάβλητες καιρικές συνθήκες και την υψηλή συγκριτική βάση έναντι του αντίστοιχου τριμήνου πέρυσι, τα προϊόντα μας που κυκλοφόρησαν πρόσφατα συνεχίζουν να ενισχύουν την ανάπτυξη των δραστηριοτήτων μας, ιδίως στην κατηγορία των ανθρακούχων αναψυκτικών. Συνολικά, πετύχαμε 4,2% αύξηση του όγκου πωλήσεων, κυρίως στους τομείς των αναπτυσσόμενων και αναδυόμενων αγορών όπου καταγράφηκε αύξηση σε κάθε αγορά. Συγκεκριμένα, η Πολωνία διατήρησε την ισχυρή δυναμική ανάπτυξης, ενώ η Ρωσία και η Νιγηρία βελτίωσαν τις τάσεις ανάπτυξης που είχαμε διαπιστώσει στο πρώτο εξάμηνο. Στη Ρουμανία, στην Ουκρανία και στη Σερβία επιβραδύνθηκε ο ισχυρός ρυθμός ανάπτυξης, όπως αναμενόταν, σε συνέχεια των υψηλών ρυθμών ανάπτυξης το αντίστοιχο διάστημα πέρυσι.

Σύμφωνα με τη στρατηγική μας για τη βελτίωση της αξίας που λαμβάνουμε από κάθε κιβώτιο που πουλάμε, προχωρήσαμε σε αλλαγές στα μεγέθη των συσκευασιών μας, που οδήγησαν σε βελτίωση του μείγματος συσκευασιών άμεσης κατανάλωσης κατά 220 μονάδες βάσης σε σχέση με το αντίστοιχο τρίμηνο πέρυσι. Το γεγονός αυτό αντικατοπτρίζεται επίσης στην αύξηση του αριθμού των συναλλαγών, οι οποίες αυξήθηκαν ταχύτερα από τον όγκο πωλήσεων και στους τρεις τομείς δραστηριοποίησης.

Η αύξηση των εσόδων από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση κατά 0,3% ήταν χαμηλότερη από τις βελτιώσεις που έχουμε αναφέρει τα τελευταία τρίμηνα. Αυτό οφείλεται σε πολλούς παράγοντες που σχετίζονται πρωτίστως με τις αναδυόμενες και τις αναπτυγμένες αγορές. Στις αναδυόμενες αγορές, το όφελος από τις σημαντικές αυξήσεις των τιμών του 2017 ήταν αισθητό έως και το δεύτερο τρίμηνο του 2018, ενώ στο τρίτο τρίμηνο, η βάση ήταν συγκρίσιμη. Επιπλέον, διαπιστώσαμε ταχύτερη ανάπτυξη στο οργανωμένο εμπόριο στη Ρωσία και προσαρμοστήκαμε στις έντονες ανταγωνιστικές πιέσεις σε ορισμένες χώρες. Η διακοπή της διανομής των premium σημάτων οινόπνευματων ποτών της Brown-Forman στη Ρωσία επηρέασε επίσης αρνητικά τον τομέα, με δεδομένη την ιδιαίτερα υψηλότερη τιμή ανά κιβώτιο αυτής της κατηγορίας σε σύγκριση με την κατηγορία των έτοιμων προς κατανάλωση μη αλκοολούχων αναψυκτικών (NARTD). Στις αναπτυγμένες αγορές, οι υψηλότεροι όγκοι πωλήσεων στην κατηγορία των εμφιαλωμένων νερών και οι πιο εντατικές προωθητικές ενέργειες οδήγησαν σε χαμηλότερα έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση. Στις αναπτυσσόμενες αγορές από την άλλη, βελτιώσαμε την αύξηση του μείγματος προϊόντων και τιμών από 0,9% στο πρώτο εξάμηνο σε 2,5% στο τρίτο τρίμηνο, καθώς επωφεληθήκαμε από τις αυξήσεις τιμών σε ορισμένες αγορές και το καλύτερο μείγμα κατηγορίας προϊόντων. Για το τέταρτο τρίμηνο αναμένουμε αύξηση των εσόδων από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση μετά την υλοποίηση των προγραμματισμένων ενεργειών αύξησης των τιμών των προϊόντων μας τον Οκτώβριο.

Η αύξηση των καθαρών εσόδων από πωλήσεις ανήλθε σε 4,5% σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση και σε 2,6% σε δημοσιευμένη βάση, σε σύγκριση με το αντίστοιχο τρίμηνο πέρυσι.

## Αναπτυσσόμενες αγορές

Στη διάρκεια του τριμήνου, οι όγκοι πωλήσεων στις αναπτυσσόμενες αγορές παρέμειναν κατά βάση στα ίδια επίπεδα, μετά την αύξηση κατά 2,2% το αντίστοιχο διάστημα πέρυσι. Η αύξηση των όγκων πωλήσεων στις κατηγορίες των εμφιαλωμένων νερών, του έτοιμου προς κατανάλωση τσαγιού και των ποτών ενέργειας αντισταθμίστηκε από τη μείωση των όγκων πωλήσεων στις κατηγορίες των ανθρακούχων αναψυκτικών και των χυμών.

Οι όγκοι πωλήσεων στην Ιταλία υποχώρησαν κατά χαμηλό μονοψήφιο ποσοστό, κυρίως εξαιτίας των ανθρακούχων αναψυκτικών. Αυτό αντικατοπτρίζει κατά κύριο λόγο τη πτώση στην αγορά των μη αλκοολούχων έτοιμων προς κατανάλωση αναψυκτικών στο τρίτο τρίμηνο, ιδιαίτερα στην κατηγορία των ανθρακούχων αναψυκτικών. Ενώ σε γενικές γραμμές ο καιρός ήταν παρόμοιος με εκείνον του αντίστοιχου τριμήνου πέρυσι, ο κατεξοχήν μήνας των διακοπών, ο Αύγουστος, ήταν αρκετά πιο δροσερός και ασυνήθιστα βροχερός, περιορίζοντας τον όγκο πωλήσεων για αυτόν τον κρίσιμο μήνα. Η κυκλοφορία του τσαγιού FUZE ήταν ιδιαίτερα επιτυχημένη ενώ οι κατηγορίες των ποτών ενέργειας, των εμφιαλωμένων νερών και των ποτών βασισμένων σε φυτά σημείωσαν καλές επιδόσεις. Στην κατηγορία των ανθρακούχων αναψυκτικών, οι όγκοι πωλήσεων προϊόντων χωρίς θερμίδες, όπως η Coca-Cola Zero, η Coca-Cola χωρίς θερμίδες και με στέβια και η Fanta Zero, αυξήθηκαν ενώ οι όγκοι πωλήσεων στα προϊόντα πλήρους ζάχαρης υποχώρησαν.

Οι όγκοι πωλήσεων στην Ελλάδα συνέχισαν να καταγράφουν καλή πρόοδο και αυξήθηκαν κατά μεσαίο μονοψήφιο ποσοστό, σημειώνοντας το έβδομο συνεχόμενο τρίμηνο ανάπτυξης εν μέσω του συνεχιζόμενου δυσμενούς μακροοικονομικού περιβάλλοντος και με τις καιρικές συνθήκες να παραμένουν σταθερές. Σε όλες τις κατηγορίες καταγράφηκε αύξηση των πωλήσεων, εκτός από την κατηγορία των χυμών. Η κατηγορία των εμφιαλωμένων νερών συνεισέφερε περισσότερο στην αύξηση του όγκου πωλήσεων, υποβοηθούμενη από την καλή τουριστική σεζόν. Στην κατηγορία των ανθρακούχων αναψυκτικών, οι θετικές επιδόσεις αποδίδονται στις πωλήσεις της Coca-Cola Zero, στις επιλογές χωρίς θερμίδες των σημάτων Fanta και Sprite, αλλά και στις καινοτομίες γεύσεων όπως η γεύση μέντα-μαστίχα και η γεύση λεμόνι του σήματος Schwerkpes.

Οι όγκοι πωλήσεων στην Αυστρία υποχώρησαν κατά χαμηλό μονοψήφιο ποσοστό στο τρίμηνο, λόγω της πτώσης των όγκων πωλήσεων στις κατηγορίες των εμφιαλωμένων νερών και των χυμών, παρά την αύξηση των πωλήσεων στις κατηγορίες των ανθρακούχων αναψυκτικών, του έτοιμου προς κατανάλωση τσαγιού και των ποτών ενέργειας. Η στροφή των καταναλωτών προς τα προϊόντα με χαμηλές θερμίδες είναι ιδιαίτερα εμφανής στην Αυστρία, με την ανάπτυξη στην κατηγορία των ανθρακούχων αναψυκτικών να οφείλεται εξολοκλήρου στην Coca-Cola Zero, τη Fanta Zero και την πρόσφατη κυκλοφορία της Sprite Zero.

Στο δεύτερο τρίμηνο του έτους, στη Βόρεια Ιρλανδία και τη Δημοκρατία της Ιρλανδίας επιβλήθηκε φόρος στα αναψυκτικά με ζάχαρη. Μέχρι στιγμής, οι αντιδράσεις των πελατών και των καταναλωτών μας είναι οι αναμενόμενες, καθώς πραγματοποιείται μια στροφή του όγκου πωλήσεων από τα προϊόντα πλήρους ζάχαρης στα προϊόντα με λίγη και καθόλου ζάχαρη. Η κατηγορία των ανθρακούχων αναψυκτικών ήταν ο κύριος παράγοντας της αύξησης του όγκου πωλήσεων κατά 0,7%, ακολουθούμενη από την κατηγορία των ποτών ενέργειας, ενώ στις κατηγορίες των χυμών και των εμφιαλωμένων νερών οι όγκοι πωλήσεων κατέγραψαν μείωση.

Στην Ελβετία, οι καλές επιδόσεις στις κατηγορίες των εμφιαλωμένων νερών και των ποτών ενέργειας συγκράτησαν την πτώση του όγκου πωλήσεων, εξαιτίας των κατηγοριών του έτοιμου προς κατανάλωση τσαγιού και των ανθρακούχων αναψυκτικών, σε χαμηλό μονοψήφιο ποσοστό.

Τα καθαρά έσοδα από πωλήσεις στις αναπτυσσόμενες αγορές υποχώρησαν κατά 0,7% στη διάρκεια του τριμήνου. Το όφελος από τον ευνοϊκό αντίκτυπο του μείγματος, κυρίως λόγω του μείγματος συσκευασίας στην Ιρλανδία ως αποτέλεσμα της νέας αρχιτεκτονικής τιμών και συσκευασιών για να αντιμετωπίσουμε το φόρο επί των προϊόντων ζάχαρης, υπεραντισταθμίστηκε από το αρνητικό μείγμα καναλιών διανομής και τη δυσμενή μεταβολή του Ελβετικού Φράγκου. Τα καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση υποχώρησαν κατά 0,4% στη διάρκεια του τριμήνου.

### Αναπτυσσόμενες αγορές

Οι αναπτυσσόμενες αγορές κατέγραψαν ακόμη ένα τρίμηνο διψήφιας αύξησης του όγκου πωλήσεων, κατά 11,3%, ενώ το αντίστοιχο διάστημα πέρυσι είχαν καταγράψει αύξηση 5,1%. Σε όλες τις χώρες σημειώθηκε αύξηση του όγκου πωλήσεων, με κύρια συνεισφορά από την Πολωνία. Η καλοκαιρία που επικράτησε στις περισσότερες χώρες τους θερινούς μήνες και το συνεχιζόμενο ευνοϊκό οικονομικό περιβάλλον ενίσχυσαν τις θετικές επιδόσεις στον τομέα.

Ο όγκος πωλήσεων στην Πολωνία αυξήθηκε στο μεσαίο επίπεδο του εύρους 10-20%, διατηρώντας τη θετική πορεία του πρώτου εξαμήνου του έτους. Οι ενέργειές μας για τη συνεχή βελτίωση της αποτελεσματικότητάς μας στην ενεργοποίηση της αγοράς, σε συνδυασμό με την καλοκαιρία, και το ευνοϊκό μακροοικονομικό περιβάλλον που επικράτησε στη χώρα, συνέβαλαν στην επίτευξη αυτού του θετικού αποτελέσματος. Οι επιδόσεις μας οφείλονται κυρίως στις πωλήσεις ανθρακούχων αναψυκτικών, με διψήφια αύξηση σε όλα τα σήματα, καθώς και στην κατηγορία των εμφιαλωμένων νερών, που ενισχύθηκε από την καλοκαιρία. Στην κατηγορία των ποτών ενέργειας και των χυμών καταγράφηκαν καλά ποσοστά ανάπτυξης, με πτώση στον όγκο πωλήσεων μόνο στην κατηγορία του έτοιμου προς κατανάλωση τσαγιού.

Στην Ουγγαρία, ο όγκος πωλήσεων αυξήθηκε κατά μεσαίο μονοψήφιο ποσοστό, ενώ καταγράφηκε αύξηση σε όλες τις κατηγορίες εκτός των εμφιαλωμένων νερών. Η διψήφια αύξηση των πωλήσεων στην κατηγορία των ανθρακούχων αναψυκτικών αποδίδεται στην Coca-Cola Regular, αλλά και στις κυκλοφορίες νέων γεύσεων της Coca-Cola Zero και της Fanta. Οι πωλήσεις στην κατηγορία του έτοιμου προς κατανάλωση τσαγιού αυξήθηκαν επίσης, όπως και στην κατηγορία των ποτών ενέργειας, με τα σήματα Monster και Burn να καταγράφουν ισχυρές επιδόσεις.

Στην Τσεχική Δημοκρατία, οι εξαιρετικά καλές καιρικές συνθήκες σε συνδυασμό με την αναπτυσσόμενη αγορά των έτοιμων προς κατανάλωση μη αλκοολούχων αναψυκτικών (NARTD) συνεισέφεραν στην αύξηση των όγκων πωλήσεων κατά διψήφιο ποσοστό. Σε όλες τις κατηγορίες καταγράφηκε αύξηση των πωλήσεων εκτός από την κατηγορία του έτοιμου προς κατανάλωση τσαγιού. Οι κατηγορίες των ανθρακούχων αναψυκτικών, των εμφιαλωμένων νερών και των χυμών συνέβαλαν περισσότερο στις θετικές επιδόσεις.

Τα καθαρά έσοδα από τις πωλήσεις στις αναπτυσσόμενες αγορές αυξήθηκαν κατά 12,4% στη διάρκεια του τριμήνου, ως αποτέλεσμα της σημαντικής αύξησης του όγκου πωλήσεων και της ευνοϊκής επίδρασης του μείγματος κατηγορίας προϊόντων και τιμών. Η αύξηση αυτή αντιστάθμισε τις δυσμενείς συναλλαγματικές μεταβολές από το Ουγγρικό Φιορίνι και το Πολωνικό Ζλότι. Τα καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση αυξήθηκαν κατά 2,5%.

### Αναδυόμενες αγορές

Οι όγκοι πωλήσεων στις αναδυόμενες αγορές αυξήθηκαν κατά 4,1%, με θετικές επιδόσεις σε κάθε αγορά του τομέα. Η αύξηση αυτή αποδίδεται κυρίως στη μεσαία μονοψήφια αύξηση των πωλήσεων στην κατηγορία των ανθρακούχων αναψυκτικών και στη διψήφια αύξηση των πωλήσεων στην κατηγορία των ποτών ενέργειας.

Στη Ρωσία, οι όγκοι πωλήσεων αυξήθηκαν κατά μεσαίο μονοψήφιο ποσοστό στο τρίμηνο, ιδιαίτερα στις κατηγορίες των ανθρακούχων αναψυκτικών, των ποτών ενέργειας και του έτοιμου προς κατανάλωση τσαγιού. Η βελτιούμενη υποκείμενη αγορά των έτοιμων προς κατανάλωση μη αλκοολούχων αναψυκτικών (NARTD), με σύμμαχο την καλοκαιρία, ενίσχυσαν την ανάπτυξη, σε ένα περιβάλλον που παραμένει έντονα ανταγωνιστικό. Η κατηγορία των ανθρακούχων αναψυκτικών σημείωσε ισχυρές επιδόσεις στο τρίμηνο, καθώς ευνοήθηκε από τις καινοτομίες γεύσεων όπως η Coke Zero με γεύση κεράσι και η Fanta με γεύση αχλάδι. Στην κατηγορία των ποτών ενέργειας καταγράφηκε άλλο ένα τρίμηνο διψήφιας αύξησης με ισχυρές επιδόσεις από τα σήματα Monster και Burn. Τα ισχυρά αποτελέσματα στην κατηγορία του έτοιμου προς κατανάλωση τσαγιού οφείλονται στην επιτυχημένη κυκλοφορία του FUZE με γεύση μάνγκο-χαμομήλι. Αυτές οι θετικές επιδόσεις αντισταθμίστηκαν από την κατηγορία των χυμών όπου καταγράφηκαν μειώσεις του όγκου πωλήσεων λόγω της εστίασής μας στα premium σήματα εν μέσω ανταγωνιστικών πιέσεων.

Στη Νιγηρία, ο όγκος πωλήσεων αυξήθηκε κατά μεσαίο μονοψήφιο ποσοστό, με διψήφια αύξηση του όγκου πωλήσεων στις κατηγορίες των εμφιαλωμένων νερών και των χυμών, που αντισταθμίστηκαν εν μέρει από την ήπια υποχώρηση του όγκου πωλήσεων στην κατηγορία των ανθρακούχων αναψυκτικών. Οι πιέσεις στο διαθέσιμο εισόδημα των καταναλωτών της χώρας συνεχίζονται εν μέσω ενός ασθενούς οικονομικού περιβάλλοντος. Υπό αυτές τις συνθήκες, η ευελιξία που έχουμε να προσαρμόσουμε την αρχιτεκτονική του

σήματος, της τιμής και της συσκευασίας μάς επιτρέπει να ανταποκρινόμαστε στις ανάγκες για προϊόντα σε προσιτές τιμές και να προσαρμοζόμαστε στις ισχυρές ανταγωνιστικές πιέσεις. Αυτό το τρίμηνο παρατηρήσαμε ισχυρούς ρυθμούς επιτάχυνσης του όγκου πωλήσεων της Coke Zero, η τιμή της οποίας είναι πιο προσιτή από την Coke Regular στη Νιγηρία, και επίσης διαπιστώσαμε αύξηση των πωλήσεων στη φιάλη PET «solo» των 35cl.

Στη Ρουμανία, οι όγκοι πωλήσεων αυξήθηκαν κατά μεσαίο μονοψήφιο ποσοστό, με ισχυρή ανάπτυξη να καταγράφεται στις κατηγορίες των ανθρακούχων αναψυκτικών και των ποτών ενέργειας. Το σήμα Coke κατέγραψε υψηλή μονοψήφια αύξηση, στην οποία συνέβαλαν τόσο οι πωλήσεις της Coke Regular όσο και οι πωλήσεις της Coke Zero. Οι πωλήσεις της Fanta κατέγραψαν επίσης καλές επιδόσεις, ενισχυόμενες από την Fanta Zero με γεύση γκρέιπφρουτ και με γεύση λεμόνι. Το σήμα Scherppes συνέχισε την εξαιρετική επίδοση στη χώρα, με σύμμαχο τη νέα γεύση ginger ale. Οι όγκοι πωλήσεων εμφιαλωμένων νερών υποχώρησαν αυτό το τρίμηνο, έχοντας δύσκολη συγκριτική βάση λόγω των πολύ καλών αποτελεσμάτων που είχαν σημειωθεί το αντίστοιχο διάστημα πέρυσι.

Τα καθαρά έσοδα από πωλήσεις αυξήθηκαν κατά 1,1%, με θετική επίδραση τόσο του όγκου πωλήσεων όσο και του μείγματος τιμών και συσκευασίας. Το μείγμα κατηγορίας προϊόντων ήταν θετικό για τα έτοιμα προς κατανάλωση μη αλκοολούχα αναψυκτικά, αλλά συνολικά αρνητικό για το τρίμηνο λόγω της πτώσης του όγκου πωλήσεων premium σημάτων οινοπνευματωδών ποτών στη Ρωσία μετά τη διακοπή της διανομής των premium σημάτων οινοπνευματωδών ποτών της Brown-Forman. Τα καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση αυξήθηκαν κατά 0,7%.

### Βασικά στοιχεία ανά κατηγορία

Στα πρώτα δύο τρίμηνα κυκλοφορήσαμε αρκετές νέες κατηγορίες, σήματα, γεύσεις και συσκευασίες για να ανταποκριθούμε στις μεταβαλλόμενες ανάγκες και προτιμήσεις των καταναλωτών μας. Στο τρίτο τρίμηνο επικεντρώσαμε τις προσπάθειές μας στη βελτίωση της διανομής και στην αύξηση των πωλήσεων των καινοτομιών που έχουμε ήδη λανσάρει στην αγορά. Τα προϊόντα AdeZ, μια σειρά ποτών βασισμένων σε φυτά, το Smartwater και το τσάι Honest, τα οποία αποτελούν νέες κατηγορίες προϊόντων και σήματα, συνέχισαν την ανοδική τους πορεία από χαμηλή παρόλα αυτά βάση. Όσον αφορά τις νέες γεύσεις της Coke, επιταχύνθηκε η αύξηση των όγκων πωλήσεων της Coca-Cola Zero με κεράσι, εν μέρει εις βάρος των όγκων πωλήσεων της Coca-Cola Zero με λεμόνι. Οι εποχιακές μας γεύσεις της Fanta και Sprite, ιδιαίτερα της Fanta Zero με λεμόνι και με γκρέιπφρουτ, έδωσαν νέα ώθηση στις πωλήσεις αυτών των σημάτων. Συνολικά, πουλήσαμε 31,5 εκατ. κιβώτια νέων προϊόντων, γεύσεων και συσκευασιών, ποσότητα που αναλογεί στο 5,1% του όγκου πωλήσεών μας στο τρίμηνο. Επιπλέον, συνεχίζουμε να εξελίσσουμε τις συνταγές μας και να μειώνουμε το αποτύπωμα της ζάχαρης, τηρώντας τη δέσμευσή μας για μείωση της ποσότητας ζάχαρης στα 100 ml προϊόντος κατά 10% έως το 2020.

Είμαστε στην ευχάριστη θέση να αναφέρουμε ένα επιτυχημένο τρίμηνο για τις πωλήσεις ανθρακούχων αναψυκτικών, οι οποίες αυξήθηκαν κατά 4,7% παρά τη σημαντική αύξηση του όγκου πωλήσεων κατά 2,7% το αντίστοιχο διάστημα πέρυσι. Καταγράφηκαν καλές επιδόσεις σε όλες τις αγορές μας, εκτός της Ιταλίας, της Νιγηρίας και της Ελβετίας. Στην κατηγορία των ανθρακούχων αναψυκτικών, οι πωλήσεις προϊόντων με χαμηλές και μηδενικές θερμίδες ενισχύθηκαν κατά 25,9% στο τρίμηνο, σημειώνοντας πολύ ταχύτερους ρυθμούς σε σύγκριση με τα προϊόντα πλήρους ζάχαρης, ο όγκος πωλήσεων των οποίων αυξήθηκε κατά 2,1%.

Οι πωλήσεις στην κατηγορία των εμφιαλωμένων νερών αυξήθηκαν κατά 2,2%, έναντι 7,4% το αντίστοιχο διάστημα πέρυσι. Η επίδοση αυτή ήταν αποτέλεσμα της αύξησης κατά 10,0% στις αναπτυσσόμενες αγορές, κυρίως στην Πολωνία, λόγω των εντατικών εμπορικών ενεργειών και της καλοκαιρίας. Στις αναπτυσσόμενες αγορές, η κατηγορία των εμφιαλωμένων νερών αυξήθηκε κατά 2,2%, με αύξηση του όγκου πωλήσεων σε όλες τις χώρες εκτός από την Αυστρία και την Ιρλανδία.

Οι πωλήσεις στην κατηγορία των χυμών υποχώρησαν κατά 0,2% στο τρίμηνο, λόγω του χαμηλότερου όγκου πωλήσεων στις αναπτυσσόμενες και αναδυόμενες αγορές, ιδίως τη Ρωσία. Οι αναπτυσσόμενες αγορές από την άλλη μεριά σημείωσαν ισχυρή αύξηση κατά 8,1%, με θετικά αποτελέσματα να καταγράφονται σε όλες τις χώρες εκτός της Κροατίας και της Σλοβενίας.

Η κατηγορία των ποτών ενέργειας διατήρησε τη θετική δυναμική της με αύξηση κατά 31,7% στο τρίμηνο, έναντι αύξησης 24,1% το αντίστοιχο τρίμηνο πέρυσι. Οι πωλήσεις του Monster και του Burn αυξήθηκαν οργανικά κατά 47,2% και 17,3% αντίστοιχα.

Όσον αφορά την κατηγορία του έτοιμου προς κατανάλωση τσαγιού, συνεχίζουμε να αξιοποιούμε την κυκλοφορία του τσαγιού FUZE τον Ιανουάριο του 2018. Σε μόλις τρία τρίμηνα, το τσάι FUZE έδωσε νέα δυναμική στην κατηγορία και κατέγραψε αύξηση κατά 0,4% στο τρίτο τρίμηνο. Όσον αφορά τις επιδόσεις μέχρι στιγμής, είμαστε αισιόδοξοι πλέον ότι η κατηγορία του έτοιμου προς κατανάλωση τσαγιού μπορεί να επιτύχει ανάπτυξη στο πρώτο έτος της μετάβασής της από το Nestea στο τσάι FUZE.

**Συμπληρωματική πληροφόρηση**

	Γ' τρίμηνο 2018	Γ' τρίμηνο 2017	% Μεταβολή	Εννέα μήνες 2018	Εννέα μήνες 2017	% Μεταβολή
<b>Σύνολο Ομίλου</b>						
Όγκος πωλήσεων (εκατ. κιβώτια)	615,7	591,0	4,2%	1.683,1	1.611,9	4,4%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις (€ εκατ.)	1.868,5	1.822,0	2,6%	5.096,8	5.035,4	1,2%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο (€)	3,03	3,08	-1,6%	3,03	3,12	-3,1%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση <sup>1</sup> (€ εκατ.)	1.868,5	1.788,1	4,5%	5.096,8	4.821,1	5,7%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση <sup>1</sup> (€)	3,03	3,03	0,3%	3,03	2,99	1,2%
<b>Αναπτυγμένες αγορές</b>						
Όγκος πωλήσεων (εκατ. κιβώτια)	178,8	179,0	-0,1%	480,7	478,2	0,5%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις (€ εκατ.)	689,2	693,9	-0,7%	1.896,6	1.896,0	-
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο (€)	3,85	3,88	-0,6%	3,95	3,96	-0,5%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση <sup>1</sup> (€ εκατ.)	689,2	692,8	-0,5%	1.896,6	1.876,4	1,1%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση <sup>1</sup> (€)	3,85	3,87	-0,4%	3,95	3,92	0,6%
<b>Αναπτυσσόμενες αγορές</b>						
Όγκος πωλήσεων (εκατ. κιβώτια)	123,9	111,3	11,3%	329,3	299,9	9,8%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις (€ εκατ.)	387,8	345,1	12,4%	1.003,8	902,5	11,2%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο (€)	3,13	3,10	0,9%	3,05	3,01	1,3%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση <sup>1</sup> (€ εκατ.)	387,8	339,9	14,1%	1.003,8	900,6	11,5%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση <sup>1</sup> (€)	3,13	3,05	2,5%	3,05	3,00	1,5%
<b>Αναδυόμενες αγορές</b>						
Όγκος πωλήσεων (εκατ. κιβώτια)	313,0	300,7	4,1%	873,1	833,8	4,7%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις (€ εκατ.)	791,5	783,0	1,1%	2.196,4	2.236,9	-1,8%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο (€)	2,53	2,60	-2,9%	2,52	2,68	-6,2%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση <sup>1</sup> (€ εκατ.)	791,5	755,4	4,8%	2.196,4	2.044,1	7,5%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση <sup>1</sup> (€)	2,53	2,51	0,7%	2,52	2,45	2,6%

<sup>1</sup> Για λεπτομέρειες επί των ΕΔΜΑ, ανατρέξτε στις ενότητες «Εναλλακτικοί Δείκτες Μέτρησης Απόδοσης» και «Ορισμοί και συμφωνίες Εναλλακτικών Δεικτών Μέτρησης Απόδοσης («ΕΔΜΑ»)».

Ο όγκος πωλήσεων, τα καθαρά έσοδα από πωλήσεις και τα καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε δημοσιευμένη βάση αλλά και σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση αφορούν τα μη αλκοολούχα έτοιμα προς κατανάλωση αναψυκτικά και τα premium σήματα οινοπνευματωδών ποτών και έχουν ως ακολούθως:

<b>Μη αλκοολούχα έτοιμα προς κατανάλωση αναψυκτικά</b>	<b>Γ' τρίμηνο 2018</b>	<b>Γ' τρίμηνο 2017</b>	<b>% Μεταβολή</b>	<b>Εννέα μήνες 2018</b>	<b>Εννέα μήνες 2017</b>	<b>% Μεταβολή</b>
Όγκος πωλήσεων (εκατ. κιβώτια) <sup>1</sup>	<b>615,0</b>	590,3	4,2%	<b>1.681,4</b>	1.610,2	4,4%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις (€ εκατ.)	<b>1.823,2</b>	1.767,5	3,2%	<b>4.973,0</b>	4.891,6	1,7%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο (€)	<b>2,96</b>	2,99	-1,0%	<b>2,96</b>	3,04	-2,6%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση (€ εκατ.)	<b>1.823,2</b>	1.735,7	5,0%	<b>4.973,0</b>	4.684,6	6,2%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση ανά κιβώτιο (€)	<b>2,96</b>	2,94	0,8%	<b>2,96</b>	2,91	1,7%
<b>Premium σήματα οινοπνευματωδών ποτών</b>						
Όγκος πωλήσεων (εκατ. κιβώτια) <sup>1</sup>	<b>0,658</b>	0,687	-4,2%	<b>1,737</b>	1,739	-0,1%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις (€ εκατ.)	<b>45,3</b>	54,5	-16,9%	<b>123,8</b>	143,8	-13,9%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο (€)	<b>68,84</b>	79,33	-13,2%	<b>71,27</b>	82,69	-13,8%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση (€ εκατ.)	<b>45,3</b>	52,4	-13,5%	<b>123,8</b>	136,5	-9,3%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση ανά κιβώτιο (€)	<b>68,84</b>	76,27	-9,7%	<b>71,27</b>	78,49	-9,2%
<b>Σύνολο</b>						
Όγκος πωλήσεων (εκατ. κιβώτια) <sup>1</sup>	<b>615,7</b>	591,0	4,2%	<b>1.683,1</b>	1.611,9	4,4%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις (€ εκατ.)	<b>1.868,5</b>	1.822,0	2,6%	<b>5.096,8</b>	5.035,4	1,2%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο (€)	<b>3,03</b>	3,08	-1,6%	<b>3,03</b>	3,12	-3,1%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση (€ εκατ.)	<b>1.868,5</b>	1.788,1	4,5%	<b>5.096,8</b>	4.821,1	5,7%
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση ανά κιβώτιο (€)	<b>3,03</b>	3,03	0,3%	<b>3,03</b>	2,99	1,2%

<sup>1</sup> Για τον όγκο πωλήσεων των έτοιμων προς κατανάλωση μη αλκοολούχων αναψυκτικών, ένα κιβώτιο αντιστοιχεί περίπου σε 5,678 λίτρα ή 24 μερίδες και αποτελεί μια τυπική μονάδα μέτρησης όγκου. Για τον όγκο πωλήσεων των Premium σημάτων οινοπνευματωδών ποτών ένα κιβώτιο αντιστοιχεί επίσης σε 5,678 λίτρα.

## 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 περιλαμβάνεται στους Δείκτες Βιωσιμότητας Dow Jones από το 2008 και βρίσκεται ανάμεσα στις κορυφαίες εταιρείες αναψυκτικών στους παγκόσμιους και ευρωπαϊκούς δείκτες τα τελευταία τέσσερα χρόνια. Η Coca-Cola HBC περιλαμβάνεται επίσης στον δείκτη FTSE4Good, έχει συγκεντρώσει βαθμολογία «AAA» στον δείκτη MSCI ESG και βαθμολογία «A» στο Carbon Disclosure Project για το κλίμα και το νερό, ενώ καταλαμβάνει θέση και στους οργανισμούς Sustainalytics και Vigeo.

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 οργανώσει τηλεδιάσκεψη μεταξύ αναλυτών και επενδυτών του χρηματοοικονομικού τομέα, στην οποία θα συζητηθούν τα αποτελέσματα του τρίτου τριμήνου του 2018 την Πέμπτη 8 Νοεμβρίου 2018 και ώρα Λονδίνου 09:00 π.μ. Κάθε ενδιαφερόμενος/-η μπορεί να παρακολουθήσει την ταυτόχρονη ηχητική μετάδοση της τηλεδιάσκεψης στην ιστοσελίδα της Coca-Cola HBC (<http://coca-colahellenic.com/en/investors/>).

**Επόμενη εκδήλωση**

14 Φεβρουαρίου 2019

Ετήσιες οικονομικές καταστάσεις για το 2018 και ανακοίνωση αποτελεσμάτων

**Πληροφόρηση επενδυτών****Όμιλος Coca-Cola HBC**

Basak Kotler

Investor Relations Director

Τηλ: +44 20 37 444 231

basak.kotler@cchellenic.com

Joanna Kennedy

Investor Relations Manager

Τηλ: +44 20 37 444 230

joanna.kennedy@cchellenic.com

Βάσω Αλιφέρη

Investor Relations Manager

Τηλ: +41 44 835 9274

vasso.aliferi@cchellenic.com

**Υπεύθυνος επικοινωνίας για διεθνή MME:****Teneo Blue Rubicon**

Rob Morgan

Shona Buchanan

Τηλ: +44 20 72 602 700

robert.morgan@teneobluerubicon.com

shona.buchanan@teneobluerubicon.com

**Υπεύθυνος επικοινωνίας για ελληνικά MME:****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, καθαρών 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 ουσιαστικό 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 εταιρείας. 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.

### **Εναλλακτικοί Δείκτες 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 Απόδοσης («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 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 σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση ανά κιβώτιο**  
*(αριθμοί σε εκατ. € πλην διαφορετικής μνείας)*

	Γ' τρίμηνο 2018			
	Αναπτυγμένες	Αναπτυσσόμενες	Αναδυόμενες	Ενοποιημένα
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις	689,2	387,8	791,5	1.868,5
Συναλλαγματική επίδραση	-	-	-	-
<b>Καθαρά έσοδα από πωλήσεις σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση</b>	<b>689,2</b>	<b>387,8</b>	<b>791,5</b>	<b>1.868,5</b>
Όγκος πωλήσεων (εκατ. κιβώτια)	178,8	123,9	313,0	615,7
<b>Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση (€)</b>	<b>3,85</b>	<b>3,13</b>	<b>2,53</b>	<b>3,03</b>

	Γ' τρίμηνο 2017			
	Αναπτυγμένες	Αναπτυσσόμενες	Αναδυόμενες	Ενοποιημένα
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις	693,9	345,1	783,0	1.822,0
Συναλλαγματική επίδραση	(1,1)	(5,2)	(27,6)	(33,9)
<b>Καθαρά έσοδα από πωλήσεις σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση</b>	<b>692,8</b>	<b>339,9</b>	<b>755,4</b>	<b>1.788,1</b>
Όγκος πωλήσεων (εκατ. κιβώτια)	179,0	111,3	300,7	591,0
<b>Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση (€)</b>	<b>3,87</b>	<b>3,05</b>	<b>2,51</b>	<b>3,03</b>

	Εννέα μήνες 2018			
	Αναπτυγμένες	Αναπτυσσόμενες	Αναδυόμενες	Ενοποιημένα
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις	1.896,6	1.003,8	2.196,4	5.096,8
Συναλλαγματική επίδραση	-	-	-	-
<b>Καθαρά έσοδα από πωλήσεις σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση</b>	<b>1.896,6</b>	<b>1.003,8</b>	<b>2.196,4</b>	<b>5.096,8</b>
Όγκος πωλήσεων (εκατ. κιβώτια)	480,7	329,3	873,1	1.683,1
<b>Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση (€)</b>	<b>3,95</b>	<b>3,05</b>	<b>2,52</b>	<b>3,03</b>

	Εννέα μήνες 2017			
	Αναπτυγμένες	Αναπτυσσόμενες	Αναδυόμενες	Ενοποιημένα
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις	1.896,0	902,5	2.236,9	5.035,4
Συναλλαγματική επίδραση	(19,6)	(1,9)	(192,8)	(214,3)
<b>Καθαρά έσοδα από πωλήσεις σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση</b>	<b>1.876,4</b>	<b>900,6</b>	<b>2.044,1</b>	<b>4.821,1</b>
Όγκος πωλήσεων (εκατ. κιβώτια)	478,2	299,9	833,8	1.611,9
<b>Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο σε ουδέτερη συναλλαγματική βάση (€)</b>	<b>3,92</b>	<b>3,00</b>	<b>2,45</b>	<b>2,99</b>