

ANADOLU EFES 1Y2017 SATIŞ HACMİ GELİŞİMİ

İstanbul, Temmuz 14, 2017 – Anadolu Efes (BIST: AEFES.IS):

	2Ç2016	2Ç2017	% değişim	1Y2016	1Y2017	% değişim
Bira Grubu (mhl)	5.7	5.9	2.7%	9.7	10.2	5.3%
Türkiye	1.7	1.5	-12.2%	2.9	2.6	-8.6%
Uluslararası	4.1	4.4	8.7%	6.8	7.6	11.1%
Coca-Cola İçecek (m ü/k)	360.1	372.6	3.5%	581.9	605.6	4.1%
Türkiye	176.4	181.4	2.9%	292.2	300.4	2.8%
Uluslararası	183.8	191.2	4.1%	289.7	305.3	5.4%
Anadolu Efes Konsolide (mhl)	26.2	27.1	3.3%	42.7	44.6	4.4%

ANADOLU EFES KONSOLİDE

Anadolu Efes 2017 yılının ikinci çeyreğinde meşrubat ve uluslararası bira operasyonlarının güçlü sonuçları sayesinde yıllık %3,3 hacim büyümesi gerçekleştirerek güçlü bir çeyrek daha kaydetmiştir. Konsolide satış hacmi yılın ilk yarısında %4,4 oranında artarak 44,6 mhl seviyesine ulaşmış, düşük-orta tek haneli büyüme beklentimiz doğrultusunda gerçekleşmiştir.

BİRA GRUBU

Toplam bira satış hacimleri 2017 yılının ikinci çeyreğinde yıllık %2,7 oranında artarak 5,9 mhl seviyesinde gerçekleşmiştir. Sonuç olarak, 2017 yılının ilk yarısında hacimler %5,3 oranında yükselerek 10,2 mhl seviyesinde kaydedilmiş, düşük-tek haneli büyüme beklentimizin üzerinde gerçekleşmiştir. İkinci çeyrekteki büyüme esas olarak uluslararası bira operasyonlarının özellikle de Rusya'nın sene başından bu yana beklentilerin üzerinde performans göstermesi sayesinde gerçekleşmiştir.

TÜRKİYE BİRA OPERASYONLARI

Türkiye bira operasyonlarımızın yurtiçi satış hacmi 2017 yılının ikinci çeyreğinde 1,4 mhl ve ilk yarısında ise 2,4 mhl seviyesinde gerçekleşmiştir. Yılın ilk çeyreğinde bira pazarını olumsuz etkileyen faktörler ikinci çeyreğe de yansımıştır. Bu etkenlerin dışında, Ramazan ayının tümünün ikinci çeyreğe denk gelmesi ve olumsuz hava koşulları hacimleri kaçınılmaz olarak etkilerken rekabetçi ortam da zorlu olmaya devam etmiştir.

Türkiye'den yapılan ihracatlar yılın ilk yarısında %1,1 oranında artmıştır. Böylece, Türkiye bira operasyonlarının toplam satış hacmi yılın ikinci çeyreğinde 1,5 mhl ve ilk yarısında ise 2,6 mhl seviyesinde kaydedilmiştir.

Yüksek sezon yılın geri kalanında portföy stratejimizin temel direğini oluşturacak olan Efes markasının relansmanı ile karşılanmıştır. Daha önce olduğu gibi, markalar odağımızın merkezinde yer almaya devam edecek ve satış ve pazarlama ağıımız ve uygulamalardaki mükemmellik sürdürülecektir. Olumlu hava koşulları ve artan turist sayıları da ikinci yarıda hacimleri destekleyecektir.

ULUSLARARASI BİRA OPERASYONLARI

EBI'nin konsolide satış hacmi yıla güçlü bir başlangıç yapmasının ardından ikinci çeyrekte %8,7 oranında büyümüştür. Böylece, uluslararası bira operasyonları yılın ilk yarısında %11,1 seviyesinde büyüme kaydederek özellikle güçlü Rusya bira hacimleri sayesinde beklentilerin üzerinde performans göstermeye devam etmiştir.

Rusya bira pazarının yılın ilk yarısında düşük-orta tek haneli daraldığı tahmin edilmektedir. PET ambalajların boyutlarına yönelik kısıtlamaların ve paket boyutlarında gerçekleşen küçülmelerin devam eden etkilerine ek olarak, Rusya'daki zayıf tüketici güveni ve mevsim normallerinin altında seyreden hava koşulları da pazar hacmini baskılamıştır. Bununla birlikte, markalarımıza ve pazar uygulamalarına sürekli odaklanma, düzenlemelerdeki değişikliklere hızlıca uyum sağlama, büyüyen modern ticaret kanalında ve DIOT segmentinde payımızı artırmamız sonucunda pazardan daha iyi bir performans gösterilmesi başarılmıştır. Ayrıca dönem içinde rekabet de yoğun geçmiştir.

Diğer EBI ülkelerindeki hacim performansı beklenenden iyi olmakla beraber bu ülkelerdeki bira pazarları dönem boyunca baskı altında kalmaya devam etmiştir. Ukrayna haricinde tüm pazarlarda lider konum korunmuştur.

MEŞRUBAT GRUBU

Konsolide satış hacmi 2017 yılının ikinci çeyreğinde yıllık %3,5 artışla 373 milyon ünite kasa olurken, yılın ilk yarısında %4,1 artış göstererek 605,6 milyon ünite kasa olmuştur. Türkiye operasyonlarının toplam satış hacmindeki payı, 2017 yılının ilk yarısında önceki yılın aynı dönemine göre önemli bir değişim göstermeyerek %50 seviyesinde gerçekleşmiştir. Yılın ikinci çeyreğinde, gazlı içecek kategorisinin satış hacmi, uluslararası operasyonlardaki büyümenin Türkiye'deki daralmayı telafi etmesiyle geçen yılın aynı dönemine göre yatay seyretmiştir. Gazsız içecek kategorisi (su hariç), uluslararası operasyonlardaki güçlü büyümenin katkısıyla, ikinci çeyrekte %5,5 hacim artışı göstermiştir. Su kategorisi ise, Türkiye operasyonlarındaki düşük satış hacmine bağlı olarak %4,7 gerilemiştir. 2016'nın ilk yarısında toplam satış hacminin %71'ini oluşturan gazlı içecek kategorisi, bu yılın aynı döneminde hacmin %70'ini oluşturmuştur.

Türkiye operasyonunun satış hacmi, yılın ikinci çeyreğinde %2,9 artışla 181,4 milyon ünite kasa olurken, yılın ilk yarısında buzlu çay ve çay kategorilerindeki büyümenin katkısıyla %2,8 artış göstererek 300 milyon ünite kasa olarak gerçekleşmiştir. Türkiye'de gelir artışına yönelik ticari uygulamalarımızla olumlu sonuçlar elde ediyoruz. İkinci çeyrekte, gazlı içecek kategorisinin satış hacmindeki daralmaya karşın, satılan paket sayısı küçük paketlerdeki artışa bağlı olarak %3 artış göstermiştir. Gazlı içecek kategorisi, Mart ayının sonunda yapılan fiyat artışı öncesinde, büyük paketlerdeki büyümeyle ilk çeyreği %7,1 artışla tamamlamıştır. İkinci çeyrekte ise büyük paketlerin hacmindeki daralma ve dönemin büyük bölümünde ortalamanın altında kalan hava sıcaklığının etkisiyle %5,0 daralmıştır. Böylece, kategorinin satış hacmi yılın ilk yarısında %0,8 daralma kaydetmiştir. Gazsız içecekler kategorisinin satış hacmi yılın ikinci çeyreğinde buzlu çaydaki %18,7'lik büyümenin etkisiyle %2,8 artarken, su ve meyve suyu hacimleri gerilemiştir. Su kategorisindeki toplam karlılığı artırma stratejimize paralel olarak küçük paketlerin satış hacmi büyük paketlerin üzerinde performans göstermiştir. Meyve suyu kategorisinin genelindeki daralmaya rağmen, bu kategoride yüksek kar marjına sahip ürünler çift haneli büyüme kaydetmiştir. Gazsız içecekler kategorisinin hacmi, yılın ilk yarısında, su ve meyve suyu hacimlerindeki daralmaya bağlı olarak %5,1 gerilemiştir. Diğer yandan, çay kategorisi, yılın ikinci çeyreği ve ilk yarısında sırasıyla %52,3 ve %39,3 hacim artışı kaydetmiştir. Kategorideki yüksek büyüme önemli ölçüde önde gelen bir indirim marketleri zincirinde satışa başlanmasına bağlı olarak gerçekleşmiştir. 2017'nin ikinci çeyreği ve sonrasında, etkin iskonto yönetimi, güçlü fiyatlandırma ve paket dağılımının ünite kasa başına geliri olumlu etkilemesini bekliyoruz. Ayrıca, 2016'nın ikinci yarısındaki düşük baz ve 2017'de turizm

faaliyetlerinde görülen iyileşmenin, yılın ikinci yarısında satış hacimlerine katkı sağlamasını bekliyoruz.

Uluslararası operasyonların satış hacmi, yılın ikinci çeyreğinde Pakistan ve Orta Asya operasyonlarının katkısıyla %4,1 artış kaydederek 191,2 milyon ünite kasa olurken, ilk yarıdaki satış hacmi %5,4 artışla 305,3 milyon ünite kasa olmuştur. Pakistan satış hacmi, yılın ilk çeyreğindeki %9,4 büyümenin ardından, ikinci çeyrekte, geçen yılın aynı dönemindeki %28,1'lik büyümenin üzerine %3,7 artış kaydetmiştir. Elverişli makroekonomik ortam ve başarılı tüketici aktiviteleri, 2016'nın ilk yarısındaki %22,6 büyümenin ardından, 2017 yılının ilk yarısındaki %5,6'lık hacim artışına katkı sağlamıştır. Coca-Cola markası, yılın ilk yarısında artan bulunurluk ve saha uygulamalarındaki iyileşmeyle birlikte %11,5 büyüme kaydetmiştir. Pakistan'da iskonto yönetimi ve disiplinli üretim uygulamalarına odaklanarak sürdürülebilir gelir artışı hedefliyoruz. Orta Asya operasyonlarının satış hacmi, yılın ikinci çeyreği ve ilk yarısında sırasıyla %6,0 ve %6,6 artış kaydetmiştir. Etkin tüketici promosyonları, güçlü pazar uygulamaları ve "Tek Marka Stratejisi"ne geçiş büyümeye katkı sağlayan başlıca unsurlar olmuştur. Bölgedeki en büyük pazarımız Kazakistan, ikinci çeyrekte tüketici eğilimdeki iyileşmeye paralel olarak %16,6 hacim artışı kaydetmiştir. Azerbaycan'da tüm kategorilerde büyüme kaydedilirken satış hacmi, 2016'nın ikinci çeyreğindeki düşük bazın da etkisiyle %21,8 yükselmiştir. Orta Doğu operasyonlarının satış hacmi ise, yılın ikinci çeyreği ve ilk yarısında sırasıyla %2,2 ve %2,9 artış kaydetmiştir. Kuzey Irak'taki %16,6 büyüme Güney Irak'taki %5,9 daralmayı büyük ölçüde telafi ederken, Irak operasyonlarının toplam satış hacmi ikinci çeyrekte %2,2 büyüme göstermiştir. Ürdün ise, yılın ikinci çeyreğini %2,1 hacim artışıyla tamamlamıştır.

ANADOLU EFES HAKKINDA

Anadolu Efes Biracılık ve Malt Sanayii A.Ş. (Anadolu Efes), iştirakleri ve bağılı ortaklıklarıyla birlikte Türkiye, Rusya, Bağımsız Devletler Topluluğu, Orta Asya ve Orta Doğu'yu kapsayan bir coğrafyada, bira ve meşrubat operasyonları dahil toplam 14,333* çalışanıyla bira, malt ve meşrubat üretimi ve pazarlaması faaliyetlerini gerçekleştirmektedir. Anadolu Efes Borsa İstanbul'da kote olup (AEFES.IS), Türkiye bira operasyonlarının altında yönetildiği kurum olmanın yanında yurtdışı bira operasyonlarını yürüten EBI'nin 100% sahibi olan bir holding kuruluşu ve Türkiye ve yurtdışı pazarlarda meşrubat operasyonlarını yürüten CCI'nin ise en büyük pay sahibi konumundadır.

İLERİYE DÖNÜK BEYANLARA İLİŞKİN AÇIKLAMA

Bu bilgilendirme notu gelecekteki performansımıza ilişkin ileriye dönük birtakım beyanlar içermekte olup Şirketin geleceğe dair iyi niyetli varsayımları olarak kabul edilmelidir. Geleceğe yönelik bu beyanlar yönetimin güncel verilerle dayanan beklentilerini yansıtmaktadır. Anadolu Efes'in gerçek sonuçları, Şirketin performansını önemli derecede etkileyebilecek olan gelecekte meydana gelecek olaylara ve belirsizliklere bağlıdır.

İLETİŞİM

Anadolu Efes'in finansal raporları ve ek bilgiler için <http://www.anadoluefes.com> websitemizi ziyaret edebilir veya aşağıdaki yetkililerimizle iletişim kurabilirsiniz;

Çiçek Uşaklıgil Özgüneş

(Yatırımcı İlişkileri ve Hazine Direktörü)

tel: +90 216 586 80 37

faks: +90 216 389 58 63

e-mail: cicek.usakligil@anadoluefes.com

Aslı Kılıç Demirel

(Yatırımcı İlişkileri Müdürü)

tel: +90 216 586 80 72

faks: +90 216 389 58 63

e-mail: asli.kilic@anadoluefes.com

* 31 Mart 2017 itibarıyla