

ANADOLU EFES 1Y2016 SATIŞ HACMİ GELİŞİMİ

İstanbul, Temmuz 13, 2016 – Anadolu Efes (BIST: AEFES.IS):

	2Ç2015	2Ç2016	% değişim	1Y2015	1Y2016	% değişim
Bira Grubu (mhl)	6,2	5,8	-%7,8	10,9	9,7	-%11,2
Türkiye	1,9	1,7	-%9,9	3,4	2,9	-%13,7
Uluslararası	4,4	4,1	-%6,9	7,6	6,8	-%10,1
Coca-Cola İçecek (m ü/k)	343,2	360,1	%4,9	561,6	581,9	%3,6
Türkiye	170,3	176,4	%3,6	284,8	292,2	%2,6
Uluslararası	172,9	183,8	%6,3	276,8	289,7	%4,7
Anadolu Efes Konsolide (mhl)	25,7	26,2	%1,9	42,8	42,7	-%0,2

ANADOLU EFES KONSOLİDE

Anadolu Efes konsolide satış hacimleri yılın ilk yarısında yatay kalarak 42,7 mhl seviyesinde gerçekleşmiştir. Alkollü ve alkolsüz içecek segmentlerinde faaliyet göstermemizin bir sonucu olarak bira hacimlerindeki düşüş meşrubat hacimlerindeki büyüme ile telafi edilirken, meşrubat hacimlerimiz ikinci çeyrekte %4,9 gibi güçlü bir büyüme göstermiştir. Ukrayna hariç tutulduğunda, ilk yarı konsolide satış hacimleri %0,4 büyümüştür.

BİRA GRUBU

Toplam bira satış hacimleri yılın ilk yarısında 9,7 mhl ve ikinci çeyrekte 5,8 mhl seviyesinde gerçekleşmiş olup, geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre, sırasıyla, %11,2 ve %7,8 düşüş göstermiştir. Rusya bira operasyonlarının ikinci çeyrekteki performansı beklentilerimizin üzerinde olmayı sürdürerek yılın ilk çeyreğine kıyasla daha iyi gerçekleşirken, Türkiye bira operasyonlarının ikinci çeyrekteki satış hacmi birinci çeyreğe göre daha hafif bir düşüş göstermiştir.

TÜRKİYE BİRA OPERASYONLARI

Türkiye bira operasyonlarımızın yurtiçi satış hacmi yılın ilk yarısında, geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre %14,5 düşüşle 2,7 mhl seviyesinde gerçekleşmiştir. Devam eden zorluklara ve Ramazan ayının erken başlamasının yol açtığı etkiye rağmen ikinci çeyrek içindeki hacim performansımız ilk çeyreğe göre daha iyi gerçekleşmiştir. Jepolitik gelişmeler ve terör saldırıları sonucunda Türkiye’de tüketici güveni kötüleşmeye devam etmiştir. Buna ek olarak, yabancı ziyaretçi sayısı yılın ilk beş ayında geçen yıla kıyasla %20’nin üzerinde düşüş göstermiş, en fazla gerileme ise Rus turist sayısında yaşanmıştır. Bununla beraber, Rusya ve İsrail ile hızla normalleşmeye başlayan ilişkiler turizmin ülkedeki geleceği açısından umut verici olmuştur. 2016 Ocak ayında enflasyonun üzerinde artış gösteren vergiler sebebi ile bira fiyatlarındaki yükseliş de tüketicinin satın alım gücünü etkilemiştir.

Türkiye’den yapılan ihracatlar yılın ikinci çeyreğinde %6,7 yükselirken, yılın ilk yarısında %4,5 azalmıştır. Dolayısıyla, Türkiye bira operasyonlarımızın toplam satış hacmi ikinci çeyrekte 1,7 mhl ve ilk yarıda 2,9 mhl seviyesinde gerçekleşmiştir.

Markalarımıza yatırım yapma stratejimizin bir parçası olarak, yüksek sezon yeni lansmanlar ve relansmanlar ile karşılanmıştır. Bomonti’nin relansmanı ile birlikte sınırlı raf ömrüne sahip pastörize edilmemiş bir lager olan “Efes Pastörsüz”, ve Türkiye’de yeni bir kraft bira olan “Efes Brewmaster Serisi”nin lansmanları yapılmıştır.

ULUSLARARASI BİRA OPERASYONLARI

EBI’nin konsolide satış hacimleri yılın ilk yarısında geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre %10,1lik düşüşle 6,8 mhl seviyesinde beklentilerimizin üstünde gerçekleşmiştir. İkinci çeyrek, ilk çeyreğe kıyasla çok daha güçlü olurken, hacim düşüşü ilk çeyrekteki %14,4 seviyesinden yavaşlayarak ikinci çeyrekte %6,9 seviyesine gerilemiştir. Ukrayna hariç tutulduğunda, ikinci çeyrek ve ilk yarıdaki düşüş sırasıyla %5,7 ve %7,2 seviyesinde olmuştur.

Bölgemizdeki makroekonomik ve jeopolitik zorluklar ikinci çeyrekte de sürmesine rağmen, Rusya bira operasyonları beklentilerin üzerinde performans göstermeyi başarmıştır. Rusya pazarında gerçekleşen yeniden konumlandırmalara ve zorlu rekabete rağmen pazar pozisyonumuz korunmuştur. Sıcak hava koşulları ile beraber pazar oyuncularının yapmış olduğu promosyonel aktiviteler ikinci çeyrekte de tahminlerimizin altında kalmaya devam eden pazar düşüşünün yavaşlamasına yardımcı olmuştur. Ana markalarımızın bu dönemde göstermiş olduğu performans sayesinde olumlu satış kırılımı elde edilmiştir. Hali hazırda var olan girişimlerimiz belirli segment ve kanallarda daha rekabetçi olma stratejimiz bakımından sonuç getirmeye başlamıştır. Rusya dışındaki EBI ülkelerinde ise tüketici güveni ve fiyatlama pazarı şekillendiren esas başlıca konular olmaya devam etmiş ve başarılı inovasyon ve uygulamalar neticesinde Ukrayna dışındaki tüm pazarlarımızda lider konum sürdürülmüştür.

MEŞRUBAT GRUBU

2016 yılının ikinci çeyreğinde konsolide satış hacmi yıllık %4,9 artışla 360,1 milyon ünite kasa olurken, yılın ilk yarısındaki satış hacmi %3,6 artışla 581,9 milyon ünite kasa olarak gerçekleşmiştir. 2015 yılının ilk yarısında, toplam satış hacminin %50,7’sini oluşturan Türkiye operasyonları, 2016 yılının aynı döneminde toplam satış hacminin %50,2’sini oluşturmuştur.

Türkiye operasyonunun satış hacmi, 2016’nın ikinci çeyreğinde %3,6 artarken, yılın ilk yarısında %2,6 artışla 292,2 milyon ünite kasa olmuştur. Gazlı içecek kategorisi, 2016 yılının ikinci çeyreğinde %2,7 hacim artışı kaydederken, satılan paket sayısındaki artış, büyük paketleri destekleyen Ramazan kampanyalarının etkisiyle, hacim artışının bir miktar gerisinde kalmıştır. Yılın ilk yarısında ünite kasa satış hacmi ilk çeyrekteki daralmayla birlikte %2,1 azalmıştır. Bununla birlikte, yılın ilk yarısında satılan paket sayısındaki artış hacim artışının üzerinde gerçekleşmiştir. Gazsız içecekler kategorisi (su dahil), yılın ikinci çeyreğinde buzlu çay kategorisindeki çift haneli büyüme ve su kategorisindeki yüksek tek haneli büyüme ile birlikte %4,5 hacim artışı kaydetmiştir. Gazsız içecekler kategorisi, yılın ilk yarısında da, su ve buzlu çay kategorilerindeki büyümeyle birlikte %12,6 hacim artışı göstermiştir. Çay kategorisi ise, 2016 yılının ikinci çeyreği ve ilk yarısında sırasıyla, %5,8 ve %2,9 hacim artışı kaydetmiştir.

Uluslararası operasyonların satış hacmi, yılın ikinci çeyreğinde büyük ölçüde Pakistan operasyonlarındaki büyümeye bağlı olarak %6,3 artarken, yılın ilk yarısında %4,7 artışla 289,7 milyon ünite kasa olarak gerçekleşmiştir. Pakistan satış hacmi, 2016’nın ikinci çeyreğinde %28,1 artış

gösterirken, yılın ilk yarısındaki hacim artışı %22,6 olmuştur. Pakistan’da etkin iskonto yönetimi hem satış hacmini hem de karlılığı desteklemeye devam etmiştir. Orta Asya operasyonlarının satış hacmi, 2016’nın ikinci çeyreğinde %16,8 daralırken, yılın ilk yarısında, özellikle Kazakistan’ın 2015’teki yüksek bazına bağlı olarak %14,8 azalmıştır. Orta Asya operasyonlarının satış hacmi, beklentilerin üzerinde seyreden petrol fiyatlarının ekonomi üzerindeki olumlu etkisi sayesinde planlanandan iyi bir performans sergilemiştir. Diğer yandan, satış hacmi, 2015 sonlarındaki ciddi döviz kuru devalüasyonlarına bağlı olarak daralmaya devam etmiştir. Orta Doğu operasyonlarının satış hacmi ise 2016 yılının ikinci çeyreğinde %7,9, ilk yarısında ise %3,8 daralmıştır.

ANADOLU EFES HAKKINDA

Anadolu Efes Biracılık ve Malt Sanayii A.Ş. (Anadolu Efes), iştirakleri ve bağlı ortaklıklarıyla birlikte Türkiye, Rusya, Bağımsız Devletler Topluluğu, Orta Asya ve Orta Doğu’yu kapsayan bir coğrafyada, bira ve meşrubat operasyonları dahil toplam 15,878* 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 2016 itibarıyla