

## ANADOLU EFES 2016 SATIŞ HACMİ GELİŞİMİ

İstanbul, Ocak 13, 2017 – Anadolu Efes (BIST: AEFES.IS):

	4Ç2015	4Ç2016	% değişim	2015	2016	% değişim
<b>Bira Grubu (mhl)</b>	<b>4.2</b>	<b>4.3</b>	<b>3.0%</b>	<b>20.7</b>	<b>19.9</b>	<b>-3.8%</b>
Türkiye	1.5	1.4	-6.8%	6.6	6.0	-9.9%
Uluslararası	2.7	2.9	8.1%	14.1	13.9	-0.9%
<b>Coca-Cola İçecek (m ü/k)</b>	<b>213.4</b>	<b>224.0</b>	<b>5.0%</b>	<b>1,151.9</b>	<b>1,189.1</b>	<b>3.2%</b>
Türkiye	116.1	118.1	1.8%	593.0	601.1	1.4%
Uluslararası	97.4	105.9	8.7%	558.9	588.0	5.2%
<b>Anadolu Efes Konsolide (mhl)</b>	<b>16.3</b>	<b>17.0</b>	<b>4.5%</b>	<b>86.1</b>	<b>87.5</b>	<b>1.5%</b>

## ANADOLU EFES KONSOLİDE

Meşrubat ve uluslararası bira operasyonlarının önemli katkılarıyla Anadolu Efes 2016 yılının son çeyreğinde geçtiğimiz yıla göre %4,5 gibi güçlü bir konsolide satış hacmi büyümesi elde etmeyi başarmıştır. Böylece, konsolide satış hacmi 2016 yılında beklentilerimiz doğrultusunda %1,5 oranında artarak 87,5 mhl seviyesine ulaşmıştır.

## BİRA GRUBU

Toplam bira satış hacimleri bir önceki çeyrekte gerçekleşen güçlü büyümenin ardından dördüncü çeyrekte de %3,0 büyüyerek 2016 yılındaki hacim düşüşünü daha da yavaşlatarak %3,8 seviyesine getirmiştir. Bu sonucun elde edilmesinde esas olarak uluslararası bira operasyonlarının, özellikle de Rusya'nın, sene başında paylaşılan beklentilerin üzerinde performans göstermesi etkili olmuştur. Ukrayna hariç tutulduğunda, toplam bira satış hacimleri düşük tek haneli düşüş beklentimizle uyumlu olarak %2,6 seviyesinde küçülmüştür.

## TÜRKİYE BİRA OPERASYONLARI

Türkiye bira operasyonlarımızın satış hacmi geçtiğimiz yıla göre %9,9 azalışla 6,0 mhl seviyesinde gerçekleşmiştir. Planlanandan erken uygulanan %10 oranındaki enflasyonun üzerindeki ÖTV artışı Aralık ayı satışlarının yavaşlamasına neden olmuş ve 2016 yılı hacimleri beklentilerimizin altında kalmıştır.

2016 yılında Türkiye bira pazarının düşük tek haneli daraldığı tahmin edilmektedir.

Önceki çeyreklerde bahsetmiş olduğumuz zorlu pazar koşulları yılın son çeyreğinde artan politik ve makroekonomik zorluklarla devam ederek tüketici güveninin zayıflamasına neden olmuştur. Buna ek olarak, sonuncusu 2017 yılının Ocak ayında beklenmesine karşılık 2016 yılının Aralık ayında uygulanan, gerek Ocak gerekse Aralık döneminde enflasyonun üzerinde gelen ÖTV artışları ile biranın satın alınabilirliği de olumsuz etkilenmiştir. Yeni lansmanlar ve relansmanlarla optimize edilen bir portföyle tüketicileri yeni tatlarla buluştururken aynı zamanda satın alınabilirliği de ele alan marka stratejimiz sayesinde son üç çeyrekte düşüş hızında yaşanan yavaşlama 2016 yılının son çeyreğine de yansımıştır. Böylece, Türkiye bira operasyonlarımızın yurtiçi satış hacmi 2016 yılının dördüncü çeyreğinde geçtiğimiz yıla kıyasla %5,9 düşüşle 1,3 mhl seviyesinde gerçekleşmiştir.

## ULUSLARARASI BİRA OPERASYONLARI

---

Uluslararası bira operasyonlarımızın konsolide satış hacimleri ülkelerde devam eden tüm makroekonomik ve jeopolitik zorluklara rağmen beklentilerimizin önemli derecede üzerinde bir performans göstererek 2016 yılının dördüncü çeyreğinde %8,1 oranında dikkat çekici bir büyüme göstermiştir. Dolayısıyla, EBI'nın konsolide satışları 2016 yılında %0,9 oranında düşüşle 13,9 mhl seviyesinde gerçekleşerek 2015 yılına göre yataya yakın bir performans göstermiştir. Bununla birlikte, Ukrayna hariç bakıldığında ise uluslararası bira operasyonlarımızın hacmi 2016 yılında %0,8 oranında büyüme göstermeyi başarmıştır.

Rusya bira pazarının beklentilerin üzerinde bir performans kaydetmesinde iyileşen makroekonomik şartların tüketici güvenini desteklemesi kadar ikinci ve üçüncü çeyrekte mevsim ortalamalarının üzerinde seyreden hava sıcaklıkları da etkili olmuştur. Son olarak, PET ambalajların boyutlarına yönelik kısıtlamaların 2016 Haziran ortasından 2017 yılına ertelenmesi de pazarın beklentilerden daha iyi performans göstermesini sağlamıştır. Bununla birlikte, Rusya'da hacimlerimiz son çeyrekte çift haneli seviyelerde büyürken portföyümüzü pazarın daha premium bölümünde konumlandırma stratejimiz sonucunda değer yaratımından da taviz verilmemiştir. Premium segmentteki güçlü pozisyonumuz korunurken üst popüler segmentte ve büyüyen Modern Ticaret kanalında pazar payı kazanılmıştır. Diğer uluslararası operasyonlarımızda ise tüketici tercihlerindeki değişimlere hızlı uyum sağlama yeteneğimiz ve başarılı uygulamalarımız sayesinde pazarlardaki lider konum sürdürülmüştür.

## MEŞRUBAT GRUBU

---

Konsolide satış hacmi 2016 yılının dördüncü çeyreğinde yıllık %5,0 artışla 224,0 milyon ünite kasa olurken, 2016 yılının tamamında, şirket beklentilerine paralel olarak %3,2 artış göstererek 1,189,1 milyon ünite kasa olmuştur. Türkiye operasyonlarının toplam satış hacmindeki payı, 2016 yılında önceki yıla göre önemli bir değişim göstermeyerek %51 seviyesinde gerçekleşmiştir.

Türkiye operasyonunun satış hacmi, 2016'nın dördüncü çeyreğinde %1,8 artışla 118,1 milyon ünite kasa olurken, yılın tamamında %1,4 artışla 601,1 milyon ünite kasa olarak gerçekleşmiştir. 2016 yılı boyunca, "Tadını Çıkar" kampanyası, Ramazan kampanyaları, "Süper Lig Futbol" ve "Eurocup" tüketici aktiviteleri satış hacmini desteklemiştir. Gazlı içecek kategorisinin satış hacmi, 2015'in son çeyreğindeki %13,7'lik güçlü büyümenin üzerine 2016 yılının son çeyreğinde %5,9 daralmıştır. Satılan paket sayısındaki artış, büyük paketleri destekleyen promosyonların etkisiyle, son çeyrekte ve yılın tamamında hacim artışının gerisinde kalmıştır. 2016 yılında gazlı içecek kategorisinin satış hacmi, yılın büyük bölümündeki zayıf tüketici güveni ve yüksek sezon genelindeki zayıf turizm aktivitesiyle beraber %1,8 gerilemiştir. Gazsız içecekler kategorisinin satış hacmi yılın son çeyreğinde %2,3 daralmıştır. Bu dönemde meyve suyu ve su satış hacmi gerilerken, buzlu çay çift haneli büyümeye devam etmiştir. Diğer yandan, gazsız içecekler kategorisi, yılın tamamında su ve buzlu çay kategorilerindeki büyümeyle birlikte %6,9 hacim artışı göstermiştir. Çay kategorisi ise, 2016 yılının son çeyreği ve tamamında sırasıyla, %28,4 ve %3,5 hacim artışı kaydetmiştir.

Uluslararası operasyonların satış hacmi, yılın son çeyreğinde %8,7 artışla 105,9 milyon ünite kasa olmuştur. Son çeyrekte, Pakistan operasyonları çift haneli büyümeye devam ederken, Orta Asya operasyonları 2015'in son çeyreğindeki %12,2'lik daralmanın ardından pozitif dönüştür. Uluslararası operasyonların satış hacmi 2016 yılının tamamında %5,2 artarak 588 milyon ünite kasa olmuştur. Pakistan satış hacmi, 2016'nın son çeyreğinde %13,1 artış gösterirken, yılın tamamındaki hacim artışı %18,6 olmuştur. Başarılı kampanyalar, Coca-Cola Zero ve Fanta'nın yeni tatları gibi ürün lansmanları 2016 genelinde hacim artışına katkı sağlamıştır. Gazlı içecek kategorisinin satış hacmi son çeyrekte %14,3 artarken, yıl genelindeki satış hacmi artışı %19,3 olmuştur. Pakistan'da etkin iskonto yönetimi ve ciro yönetimi stratejisi satış hacmini ve karlılığı desteklemeye devam etmiştir. Orta Asya

operasyonlarının satış hacmi, beş çeyrektir devam eden daralmanın ardından 2016 yılının son çeyreğinde %7,6 artış kaydetmiştir. Petrol fiyatlarındaki düzelme ve 2015'in son çeyreğindeki düşük baz son çeyrekteki hacim artışını desteklerken, 2016'nın tamamında satış hacmi %9,6 gerilemiştir. CCI'nin bölgedeki en büyük pazarı olan Kazakistan'da satış hacmi son çeyrekte %14,3 artarken, yılın tamamında %6,6 daralmıştır. Diğer yandan, Azerbaycan satış hacmi, ülkedeki zayıf makroekonomik ortama bağlı olarak çift haneli daralmaya devam etmiştir. Orta Doğu operasyonlarının satış hacmi ise 2016 yılının son çeyreğinde %2,8 artış kaydetmiştir. Satış hacmi yılın tamamında ise büyük ölçüde Güney Irak'taki zayıf performansa bağlı olarak %0,6 gerilemiştir. Güney Irak'taki zorlu makroekonomik ve politik koşullar ile Kuzey Irak'ta devam eden güvenlik sorunlarına bağlı olarak, Irak operasyonlarının toplam satış hacmi, yılın tamamında %2,0 azalırken, son çeyrekte %3,0 artmıştır. Ürdün ise, son çeyrekte düşük tek haneli büyüme kaydederken, 2016 yılını %7,6'lık hacim artışıyla tamamlamıştır.

## 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 15,973\* 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](mailto: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](mailto:asli.kilic@anadoluefes.com)

\* 30 Eylül 2016 itibarıyla