**ACTUALIZAREA REZULTATELOR FINANCIARE PENTRU PRIMUL TRIMESTRU AL ANULUI 2022**

12 mai 2022

**Rezultate solide în ciuda mediului turbulent**

Coca-Cola HBC AG, una dintre companiile cu o creștere accelerată din segmentul bunurilor de consum și partener strategic al companiei Coca-Cola, a anunțat rezultatele financiare pentru primul trimestru al anului 2022.

**Rezultate cheie în primul trimestru**

* Concentrarea pe implementarea strategiei și ridicarea restricțiilor au avut ca rezultat o evoluție semnificativ pozitivă , cu o creștere organică de 24.2% în primul trimestru¹.
* creșterea organică a veniturilor din primul trimestru, excluzând Rusia și Ucraina, a fost de +25.9%;
* țările din segmentul piețelor emergente continuă să crească susținut, chiar și în condiții dificile;
* creștere accelerată a cotelor de piață în valoare, cu segmentul Băuturi Răcoritoare Carbonatate la +240 bps și NARTD (băuturi non-alcoolice ready-to-drink) la +190 bps. Cota de piață în volum a continuat, de asemenea, să crească.
* Continuăm să oferim ajutor de urgență și sprijin financiar colegilor noștri și familiilor lor, afectați de conflictul și tragedia umanitară din Ucraina. În plus, împreună cu compania Coca-Cola, Fundația Coca-Cola și ceilalți îmbuteliatori, ne-am angajat să susținem cu 15 milioane de dolari eforturile de sprijin umanitar din regiune.
* Creșterea organică a volumelor continuă să fie preponderent influențată de categoriile prioritare din portofoliul nostru 24/7: băuturile răcoritoare carbonatate +10.0%, variantele cu conținut redus / zero zahăr +45.3%; băuturile carbonatate destinate ocaziilor de consum pentru adulți +22.9% și energizantele +31.7%.
* Creșterea prețurilor și alte acțiuni din zona de Revenue Growth Management au determinat o creștere organică a veniturilui/unitate de 11.6%, , cu îmbunătățirea mixului de categorie, ambalaje și canale. Toate cele trei segmente au vizat planificarea prețurilor pentru a gestiona presiunile inflaționiste crescute, fără impact negativ asupra volumelor.
* Prin achiziția companiei îmbuteliatoare din Egipt, am adăugat aproape 12 puncte procentuale la creșterea volumului raportat și 7 puncte procentuale la veniturile nete raportate din vânzări în T1. Integrarea afacerii progresează peste nivelul așteptărilor.
* După cum am anunțat anterior, lucrăm în strânsă legătură cu compania Coca-Cola la punerea în aplicare a deciziei de suspendare a activității din Rusia. Putem confirma că începând cu 8 martie am încetat să mai plasăm comenzi pentru concentrate în Rusia și am încetat investițiile pe piață. Conform anunțului nostru din 3 martie, așteptările pentru exercițiul financiar curent rămân în proces de revizuire.

**Zoran Bogdanovic, Chief Executive Officer Coca-Cola HBC AG, a declarat:**

”*Suntem profund afectați de tragedia de nedescris și de suferința umană continuă din Ucraina. Suntem alături de colegii noștri și toți cei afectați. Prioritatea noastră o constituie siguranța colegilor noștri și a familiilor acestora și le oferim sprijin și ajutor financiar și continuăm totodată donațiile pentru sprijinirea ajutorului umanitar din regiunea afectată.*

*În același timp, echipele din Coca-Cola HBC au continuat să implementeze strategia noastră de dezvoltare, asigurând o creștere a veniturilor echilibrată între volume și încasări.*

*Mediul inflaționist s-a intensificat de la ultima noastră raportare și de aceea sunt atât de încântat să constant cât de eficient am utilizat abilitățile de Revenue Growth Management, inclusiv în privința prețurilor, lucru reflectat în performanţa noastră. Au fost și alte câteva momente importante în trimestru, printre care primirea Egiptului în grup, evoluția solidă a segmentului de băuturi răcoritoare carbonatate și a energizantelor, cu o cotă de piață foarte puternică, care a continuat creșterea accelerată în T1.*

*Avem o mare încredere în portofoliul nostru, în strategia comercială orientată către client, potențialul diverselor noastre piețe și, mai presus de toate, în abilitățile colegilor noștri. Rămânem, în continuare, agili, prioritizăm investițiile, organizat, pe tot restul piețelor noastre pentru a continua să creștem sustenabil în ciuda mediului incert*”.

\_

¹ Performanța, dacă nu se specifică altfel, se referă la măsurile de creștere organică. Pentru detalii despre Măsurile alternative de performanță („APM”), consultați secțiunile „Măsuri alternative de performanță” și „Definiții și reconcilieri ale APM”.

**Rezumat pe segmente de piață**

* **Piețe consacrate**: Operațiuni specifice în canalul out of home ne-au permis să beneficiem din plin de redeschiderea economiei, care a continuat să se accelereze în primul trimestru.
* **Piețe în curs de dezvoltare**: Creșteri puternice ale volumelor pe toate piețele și o revenire puternică în Polonia, comparativ cu impactul produs de implementarea taxei pe zahăr anul trecut.
* **Piețe emergente**: Creșterea continuă, în ciuda conditiilor mai puțin favorabile vs. anul trecut și a conflictului din Ucraina.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **T1 2022 vs T1 2021**  **creștere (%)** | **Venituri nete din vânzări** | | **Volume** | | **Venituri nete din vânzări per unitate** | |
| Organică¹ | Raportată | Organică ¹ | Raportată | Organică ¹ | Raportată |
| **Grup** | **24.2** | **31.0** | **11.3** | **23.4** | **11.6** | **6.2** |
| Piețe consacrate | 18.2 | 19.5 | 9.6 | 9.6 | 7.9 | 9.1 |
| Piețe în curs de dezvoltare | 40.5 | 40.2 | 24.0 | 24.0 | 13.3 | 13.1 |
| Piețe emergente | 22.7 | 36.2 | 8.5 | 28.8 | 13.1 | 5.8 |

*¹Pentru detalii despre metodele de măsurare a performanței consulați secțiunile ´Metode Alternative de Măsurare a Performanței'* și *‘Definiții și reconcilieri ale Metodelor de Măsurare a Performanței.*

**Despre Coca-Cola HBC**

Coca-Cola HBC este unul dintre cei mai mari îmbuteliatori ai companiei Coca-Cola. Împreună cu clienții noștri, deservim 715 milioane de oameni, acoperind o vastă arie geografică, în 29 de țări și 3 continente. Portofoliul nostru este unul dintre cele mai puternice, complexe și flexibile din industria băuturilor, oferindu-le consumatorilor branduri de prestigiu din categoriile băuturi carbogazoase, sucuri, apă, energizante, ceaiuri, cafea și băuturi alcoolice premium. Generăm valoare pentru toți partenerii noștri prin susținerea dezvoltării socio-economice a comunităților unde ne desfășurăm activitatea și credem că a avea un impact pozitiv asupra mediului este vital pentru dezvoltarea viitoare a afacerii.