

ANADOLU EFES BİRACILIK VE MALT SANAYİİ A.Ş.

Özel Durum Açıklaması (Genel)

Özet Bilgi

2018 yılı Satış Hacimlerine ilişkin açıklama

Özel Durum Açıklaması (Genel)

İlgili Şirketler

İlgili Fonlar

Özel Durum Açıklaması (Genel)	
Yapılan Açıklama Güncelleme mi?	Hayır (No)
Yapılan Açıklama Düzeltme mi?	Hayır (No)
Konuya İlişkin Daha Önce Yapılan Açıklamanın Tarihi	-
Yapılan Açıklama Ertelenmiş Bir Açıklama mı?	Hayır (No)
Bildirim İçeriği	
Açıklamalar	

Anadolu Efes Konsolide

Anadolu Efes'in konsolide satış hacmi, bira ve meşrubat operasyonlarından gelen büyümeyle 2018 yılının dördüncü çeyreğinde yıllık %1,9 oranında artış kaydetmiştir. Çeyrekssel büyümeye esas olarak uluslararası bira operasyonları katkı sağlamıştır. Sonuç olarak, Anadolu Efes'in konsolide satış hacmi 2018 yılında düşük-tek orta haneli büyüme beklentimize paralel olarak yıllık %4,7 seviyesinde büyüyerek 106,5 mhl seviyesine ulaşmıştır.

Bira Grubu

2018 yılının dördüncü çeyreğinde bira grubu satış hacmi proforma bazda yıllık %3,9 büyüyerek 8,2 mhl seviyesinde gerçekleşmiştir. Bu büyümeye en büyük katkısı Rusya sağlarken diğer uluslararası operasyonlarımız da çeyrek içinde güçlü hacim performansı göstermiştir. 2018 yılında, toplam bira grubu satış hacmi, yılın tamamı için açıkladığımız düşük-tek haneli daralma beklentilerinin çok üzerinde performans göstererek proforma bazda %1,2 oranında büyümüş ve 31,8 mhl seviyesinde kaydedilmiştir.

Türkiye Bira Operasyonları

Türkiye bira operasyonlarımızın yurtiçi satış hacmi, geçtiğimiz yılın aynı çeyreğindeki yıllık %5,6 oranındaki güçlü büyümenin ardından, 2018 yılının dördüncü çeyreğinde yıllık %4,2 oranında düşüş göstermiştir. Dördüncü çeyrekte ihracat hacimlerinde gerçekleşen çift haneli büyüme yurtiçi operasyonlardaki düşüşü hafifletmiş, ve sonuç olarak Türkiye operasyonlarımızın satış hacmindeki düşüş %2,6 seviyesinde sınırlı olmuştur.

Türkiye operasyonlarımızın toplam satış hacmi 2018 yılında %2,0 oranında düşüşle 5,7 mhl seviyesinde kaydedilmiştir.

Dördüncü çeyrekte tüketici güveninde oluşan bozulma nedeniyle talepte bir yavaşlama görülmeye başlanmıştır. Ekim ayında yapılan ara dönem fiyat artışlarının da dördüncü çeyrekte pazar üzerinde olumsuz etkisi olmuştur. 2018 yılında da portföyümüzü genişletmeye yönelik stratejimiz odağımızda yer almaya devam etmiştir.

Her ortamda tüketicilerin taleplerini karşılamaya yönelik geniş çeşitlilikte bir ürün portföyüne sahip olma stratejimize paralel olarak 1 Ocak 2019 tarihinden itibaren dünyanın en büyük 10 bira markasından biri olan "**Corona Extra**",

neredeyse sekiz yüzyıllık kadim Belçika bira markası "**Leffe**" ile birlikte yine dünyaca ünlü buğday birası "**Hoegaarden**" portföyümüze eklenmiştir.

Uluslararası Bira Operasyonları

EBI'nin konsolide satış hacmi Rusya, Kazakistan ve Moldova'nın iyi hacim performanslarının pozitif katkılarıyla 2018 yılının dördüncü çeyreğinde proforma bazda yıllık %5,3 oranında artışla 6,8 mhl seviyesinde kaydedilmiştir. Böylelikle, 2018 yılının tamamında EBI'nin satış hacmi proforma bazda %2,0 oranında artışla 26,1 mhl seviyesinde gerçekleşmiştir.

Dünya Kupası ve yaz döneminde iyi seyreden hava koşulları sayesinde Rusya'da bira pazarının, bizim yatay performans beklentimizin biraz üstünde gerçekleşerek, 2018 yılında düşük-tek haneli büyüdüğü tahmin edilmektedir. Rusya operasyonumuzda gerçekleşen entegrasyon sürecinde pazar uygulamalarımızdan güç alırken, sektördeki iyileşme de hacimlerimize katkı sağlamıştır. Sonuç olarak, Rusya'da satış hacmimiz dördüncü çeyrekte proforma bazda yüksek-tek haneli ve 2018 yılında ise düşük tek haneli büyümüştür.

Ukrayna operasyonumuz beklentilerin üzerinde performans göstererek 2018 yılında büyüme kaydetmiştir. Bu pazarda sahip olduğumuz güçlü ikincilik pozisyonu korunmuştur.

Kazakistan'da pazar tahminimize göre yataya yakın bir performans göstermiştir. Bizim hacim performansımız ise başarılı ürün portföyü ve pazar uygulamaları sayesinde yoğun rekabete rağmen pazarın üzerinde gerçekleşmiştir. Pazarın üzerinde performans gösterilmesi sonucunda pazar payı kazanılırken pazardaki lider konumumuz daha da pekişmiştir.

Diğer uluslararası bira operasyonlarımızda ise özellikle yaz aylarında seyreden elverişsiz hava koşulları nedeniyle pazarlar olumsuz etkilenmiştir.

Meşrubat Grubu

2018'in dördüncü çeyreğinde konsolide satış hacmi %0,6 artarak 228,5 milyon ünite kasa olmuştur. Söz konusu dönemde su ve çay kategorileri sırasıyla %7,0 ve %11,5 büyüme sergilerken, büyük ölçüde Türkiye operasyonuna bağlı olarak gazlı içecek ve gazsız içecek kategorileri %2,2 ve %4,9 daralmıştır.

2018 yılında konsolide satış hacmi %4-%6 aralığındaki beklentimizin üzerinde %6,3 artarak 1.314,9 milyon ünite kasaya ulaşmıştır. 77 milyon ünite kasa artışa denk gelen büyüme, gazlı içecekler (%6,8 artış), gazsız içecekler (%11,6 artış) ve su kategorisindeki (%6,0 artış) güçlü performansla desteklenirken, çay kategorisinin satış hacmi %1,2 gerilemiştir.

2018'in dördüncü çeyreğinde satış hacmi alkolsüz içecek sektöründeki daralmaya rağmen yatay bir seyirle 120,1 milyon ünite kasa olurken, tüketici güvenini olumsuz etkileyen makroekonomik koşullar ve Eylül ayındaki liste fiyat artışlarından etkilenmiştir. Söz konusu dönemde, gazlı içecek kategorisi %6,9 daralırken, Şekersiz segmenti büyümeye devam etmiştir. Gazsız içecek kategorisi, %10,4 daralma kaydederken, su kategorisinin satış hacmi %9,4 artmıştır. Çay kategorisi ise önceki yılın aynı dönemindeki düşük bazın da katkısıyla %11,9 hacim artışı kaydetmiştir.

2018 yılında Türkiye operasyonlarının satış hacmi %4,8 artışla 650,5 milyon ünite kasa olurken, 2012 yılından bu yana en yüksek büyüme oranına ulaşmıştır. 2018'de Çay hariç tüm kategoriler hacim artışı kaydederken, gazlı içecekler 2017 yılındaki %1,7'lik büyümenin ardından %5,7 hacim artışı göstermiştir. Küçük paketlerin gazlı içecek portföyündeki payı artmaya devam ederek 2017 yılındaki %22 seviyesinden %23'e yükselmiştir. Satılan paket sayısı ise, %11 artışla satış hacmindeki artışın üzerinde büyümüştür. 2018 yılında, artan soğutucu yatırımları, 'Coca-Cola Şekersiz' ve 'Fanta C' gibi inovasyonlar ve büyüyen artan portföy bulunurluğu gazlı içeceklerdeki hacim artışını desteklemiştir.

Şekersiz segmenti, 'Coca-Cola Şekersiz' odağımızla %26 büyürken, bu segmentin toplam gazlı içecek portföyündeki payı 1 puan artışla yaklaşık %7 olmuştur. Gazsız içecekler kategorisinin satış hacmi, buzlu çay segmentindeki yatırım artışı ve portföy bulunurluğunun da katkısıyla %5,8 artarken, su kategorisi küçük paketlerdeki çift-haneli büyümeyle yılı %7,6 hacim artışıyla tamamlamıştır. Çay hacmindeki düşüş ise genel olarak liste fiyat artışlarından kaynaklanmıştır.

2018'in son çeyreğinde, uluslararası operasyonların satış hacmi %1,5 artışla 108,4 milyon ünite kasa olmuştur.

Pakistan'da hacim artışı, tüketici güvenini olumsuz etkileyen makroekonomik koşullar ve Ekim ayı başındaki liste fiyat artışlarına bağlı olarak yavaşlayarak %1,4 olmuştur. Orta Doğu operasyonlarının satış hacmi %5,3 gerilemiştir. Irak'ta dini günler ve güvenlik önlemleri nedeniyle piyasanın yaklaşık on gün kapalı kalması ve politik ortamdan kaynaklanan zorlukların devam etmesi satışları olumsuz etkilerken hacim %2,2 gerilemiştir. Ürdün satış hacmi, zayıf makroekonomik ortama bağlı olarak %21,9 daralmıştır. Orta Asya operasyonları, Azerbaycan, Kırgızistan ve Tajikistan'daki %20'nin üzerindeki büyümeyle birlikte %7,2 hacim artışı kaydetmiştir. Yılın son çeyreğinde Kazakistan, önceki yılın aynı dönemindeki %13,4 hacim artışının üzerine %6,7 büyüme göstermiştir. Yeni yıl tüketici promosyonları ve başarılı tüketici aktivasyonları bölge genelinde gazlı içeceklerdeki hacim artışını desteklemiştir.

2018 yılında uluslararası operasyonların satış hacmi büyük ölçüde Pakistan ve Kazakistan pazarlarındaki büyümeyle %7,8 artış göstererek 664,5 milyon ünite kasaya ulaşmıştır.

Pakistan'da satış hacmi, 2017 yılındaki %3,5 büyümenin ardından 2018'de 7.3% artış kaydetmiştir. Dağıtım ve saha uygulamalarındaki iyileşme, yüksek sezon öncesinde faaliyete geçen Faysalabad fabrikası ve başarılı tüketici aktiviteleri hacim artışına katkı sağlayan başlıca unsurlar olmuştur. Gazlı içeceklerdeki hacim artışı %6,7 olurken, saha uygulamalarındaki iyileşme 2018 yılını pazarın üzerinde bir büyümeyle kapatmamızı sağlamıştır. Coca-Cola markası orta-tek haneli büyüme kaydederken, Sprite markası stratejiye paralel olarak düşük-onlu seviyelerde büyüme göstermiştir. Dasani markasının lansmanı da su kategorisindeki yaklaşık %35 büyümeyi destekleyerek hacim artışına katkı sağlamıştır. Orta Doğu operasyonlarının satış hacmi %2,0 artmıştır. Irak'ta gazlı içecek kategorisindeki yüksek tek haneli büyüme su kategorisindeki daralmayı büyük ölçüde telafi ederken, toplam hacim artışı %3,9 olmuştur. Ürdün'deki satış hacmi ise, tüketici harcamalarının genelini olumsuz etkileyen makroekonomik koşullar ve vergi artışlarına bağlı olarak %8,4 gerilemiştir. Orta Asya operasyonlarında, Türkmenistan hariç tüm pazarlarımız çift haneli büyüme kaydederken bölge genelindeki hacim artışı %12,7 olmuştur. Kazakistan, ciro pazar payındaki önemli artışlarla birlikte %14,1 hacim artışı kaydederek şimdiye kadarki en yüksek satış hacmine ulaşmıştır. Ülkedeki güçlü saha uygulamaları, etkin pazarlama kampanyaları ve makroekonomik ortamı destekleyen görece yüksek petrol fiyatlarına bağlı olarak tüm kategoriler çift haneli hacim artışı sergilemiştir. Azerbaycan ise, gazlı içecek kategorisindeki %30'un üzerinde büyümeyle birlikte %29,7 hacim artışı kaydederek şimdiye kadarki en yüksek satış hacmine ulaşmıştır. Diğer yandan, Türkmenistan'ın satış hacmi, konvertasyon sorunu nedeniyle operasyonlarımızda meydana gelen aksamalara bağlı olarak %34,9 gerilemiştir.

Yukarıdaki açıklamalarımızın, Sermaye Piyasası Kurulu'nun yürürlükteki Özel Durumlar Tebliğinde yer alan esaslara uygun olduğunu, bu konuda/konularda tarafımıza ulaşan bilgileri tam olarak yansıttığını, bilgilerin defter, kayıt ve belgelerimize uygun olduğunu, konuyla ilgili bilgileri tam ve doğru olarak elde etmek için gerekli tüm çabaları gösterdiğimizi ve yapılan bu açıklamalardan sorumlu olduğumuzu beyan ederiz.