

ANADOLU EFES 2022 SATIŞ HACMİ

İstanbul, 9 Ocak, 2023 – Anadolu Efes (BIST: AEFES.IS):

	4Ç2021	4Ç2022	% değişim	2021	2022	% değişim
Bira Grubu (mhl)	8.7	7.1	-18.1%	37.9	34.0	-10.4%
Türkiye	1.2	1.4	9.6%	4.9	5.7	15.6%
Uluslararası	7.5	5.8	-22.7%	33.0	28.3	-14.2%
Coca-Cola İçecek (m ü/k)	267	285	6.8%	1,376	1,577	14.6%
Türkiye	114	113	-1.5%	581	597	2.8%
Uluslararası	153	172	13.0%	795	979	23.2%
Anadolu Efes Konsolide (mhl)	23.9	23.3	-2.3%	116.1	123.5	6.4%
	4Ç2021	4Ç2022	% değişim	2021	2022	% değişim
Bira Grubu (mhl) (Ukrayna hariç)	7.8	6.9	-11.0%	33.1	33.1	0.0%
Türkiye	1.2	1.4	9.6%	4.9	5.7	15.6%
Uluslararası (Ukrayna hariç)	6.6	5.6	-14.8%	28.2	27.4	-2.7%
	Organik*	Organik*	% değişim	Organik*	Organik*	Organik*
	4Ç2021	4Ç2022		2021	2022	% değişim
Coca-Cola İçecek (m ü/k)	242	254	4.8%	1,352	1,441	6.6%
Türkiye	114	113	-1.5%	581	597	2.8%
Uluslararası	128	141	10.4%	770	844	9.5%
Anadolu Efes Konsolide (mhl)	22.5	21.6	-4.1%	114.7	115.8	1.0%

* Organik satış hacmi, Özbekistan'ın etkisi hariç satış hacmini ifade etmektedir.

1 hektolitre (hl): 100 litre

1 ünite kasa (ü/k): 5.678 litre

ANADOLU EFES KONSOLİDE

Küresel ortamdaki zorluklara rağmen 2022 yılında elde ettiğimiz sağlam hacim ivmesi, güçlü iş portföyümüzün bir göstergesidir. Bölgedeki birçok şirket gibi, yıl boyunca jeopolitik gerilimler ve zorlu makroekonomik koşulların yaşandığı son derece değişken bir faaliyet ortamıyla karşı karşıya kaldık. Buna rağmen, güçlü bir performans elde ettik. Bu sağlam performans, başarılı marka portföyümüzle birlikte etkili pazarlama faaliyetlerimiz ve pazardaki operasyonel mükemmellik stratejimiz sayesinde elde edilmiştir.

Türkiye bira operasyonları, yüksek enflasyon ortamının etkisiyle azalan tüketici güvenine rağmen, son çeyrekte beklentilerin önemli ölçüde üzerinde gerçekleşerek olağanüstü bir performans göstermiştir. Uluslararası bira operasyonları, öngörülerimize paralel olarak özellikle Rusya operasyonlarının etkisiyle nispeten zayıf bir çeyrek geçirmiştir. Rusya bira pazarı, bu çeyrekte çift haneli daralma kaydetmiştir. Bununla beraber, üçüncü çeyreğin sonunda artmaya başlayan rekabet baskısı yılın son çeyreğinde de etkisini sürdürürken, Şirketimizin karlılık odaklı stratejisi devam etmiştir. Meşrubat operasyonlarında uluslararası operasyonlar güçlü ivmesini sürdürürken, son çeyrekte Pakistan, Özbekistan ve Kazakistan'da çok güçlü büyüme oranları kaydedilmiştir. Türkiye meşrubat operasyonlarının satış hacimlerinde ise bir miktar yavaşlama gözlemlenmiştir.

Anadolu Efes'in konsolide satış hacimleri, 4Ç2021'de gerçekleşen %13,2'lik büyümenin yüksek bazı nedeniyle, 4Ç2022'de yıllık bazda %2,3 oranında azalarak 23,3 mhl seviyesinde gerçekleşmiştir. Buna göre, Anadolu Efes'in konsolide satış hacmi 2022 yılının tamamında, düşük-orta tek haneli büyüme hedefimizin üzerinde %6,4 oranında güçlü bir büyüme kaydederek 123,5 mhl'ye ulaşmıştır. Özbekistan'ın meşrubat operasyonlarımızdaki etkisi hariç tutulduğunda ise, 2022 yılında yıllık bazda organik büyüme ise %1,0 seviyesinde gerçekleşmiştir.

Bira Grubu'nun raporlanan bazda satış hacmi, esas olarak Ukrayna ve Rusya'daki hacim daralması nedeniyle yılın son çeyreğinde yıllık bazda %18,1 oranında düşüş göstermiştir. Ukrayna operasyonlarımız hariç tutulduğunda, Bira Grubu satış hacmi geçen yılın aynı döneminde kaydedilen %6,0'lık büyümenin etkisiyle, beklentilerimize paralel olarak, 4Ç2022'de %11,0 oranında düşüş göstermiştir. 2022 yılının tamamında ise raporlanan bazda bira grubu satış hacmi performansımız tüm yıl için beklentimizin oldukça üzerinde 33,1 mhl olarak gerçekleşirken, geçen seneye aynı seviye korunmuştur.

Uluslararası Bira Operasyonları'nın konsolide satış hacmi 4Ç2022'de yıllık bazda %22,7 oranında daralmıştır. Yılın tamamında ise satış hacmi geçen seneye göre yıllık %14,2 düşüş ile 28,3 mhl seviyesinde gerçekleşmiştir. Ukrayna'nın etkisi hariç tutulduğunda satış hacmindeki daralma, 2022 yılının tamamında yıllık bazda %2,7 oranıyla sınırlı kalmıştır.

Rusya bira hacimleri, 4Ç2022'de yüksek-onlu yüzdelerde daralma göstermiştir. Jeopolitik gerilimlere, tedarik zincirindeki kısıtlamalara ve satın alma gücündeki daralmaya rağmen, yılın tamamı için satış hacmi düşüşü düşük tek haneli seviyede gerçekleşmiştir. Son çeyrekte hacimlerdeki yavaşlamanın temel nedeni, hacimleri etkileyen ancak karlılığa katkı sağlayan ürün portföyüne ve satış kanalına ilişkin projelerimiz ile değer yaratma odağımızdan kaynaklanmıştır. Rekabet ortamı Eylül ayından bu yana fiyatlandırma ve promosyonlar açısından zorlu olmaya devam etmiştir. 4Ç2021'in yüksek bazı nedeniyle, Rusya bira pazarı bu çeyrekte beklentimiz doğrultusunda düşük-onlu seviyelerde daralma göstermiştir. Bira pazarı tüketici güven endeksindeki düşüşten de etkilenmiştir. Öte yandan, süper premium segment olarak sınıflandırılan ithal markaların pazarda olmamasına rağmen, premium segmentte genel olarak pazar payı artışı sağlanmıştır.

Ukrayna'da, Ekim ayında Çernigiv'deki bira fabrikamızda görece çok sınırlı sayıda bir ürün portföyü ile üretime başlanmış olup, kısa ve orta vadeli planlarımız açısından durum yakından takip edilmektedir.

Bağımsız Devletler Topluluğu (BDT) ülkelerindeki satış hacimleri, son çeyrekte ortalamada düşük onlu yüzdelerde büyüme kaydederken, yılın tamamında ortalamada orta-tek haneli yüzdelerde artış kaydetmiştir.

Kazakistan'da son çeyrekte hacimlerde orta-yüksek tek haneli büyüme gözlemlenmiştir. Yıla politik gerilimlerle başlayan Kazakistan'da yaşanan olayların sonucunda bira pazarı genelinde düşük tek haneli düşüş kaydedilmiştir. Buna rağmen, hacim performansımız düşük-orta tek haneli büyüme ile pazardan daha iyi performans sergilemiştir. Yeni marka ve ürün lansmanlarının başarısı sayesinde yıl boyunca pazar payı kazanımı sağlanmıştır.

Moldova'da satış hacmi 4Ç2022'de düşük onlu yüzdelerde daralma göstererek, yılın tamamı için satış hacmini düşük-orta tek haneli seviyeye getirmiştir. 2022 yılında bira pazarı, ülkedeki yüksek enflasyonun neden olduğu satın alma gücü sorunlarının yanı sıra bölgedeki çatışmayla ilgili bazı tedarik zinciri sorunları nedeniyle düşüş göstermiştir. Buna rağmen, satış hacmi performansımız bira pazarının üzerinde performans gösterirken, craft kategorisinde olduğu kadar premium ve süper premium segmentlerinde de liderlik elde edilmiştir.

Gürcistan'da satış hacmi son çeyrekte düşük otuzlu yüzdelerde büyüme ile yılın tamamında orta-yüksek onlu yüzdelerde büyümüştür. Bu büyüme, daha dengeli bir portföy stratejisinin bir sonucu olarak hem bira hem de meşrubat kategorilerinde sağlanan güçlü ivme ile son 10 yılda elde edilen en yüksek büyüme performansdır.

Türkiye bira satış hacmi son çeyrekte beklentilerimizin oldukça üzerinde bir performans göstererek %9,6'lık artış ile 1,4 mhl seviyesine ulaşmıştır. Türkiye bira operasyonları, en başarılı faaliyet yıllarından birini geçirmiş ve yılın tamamı için %15,6'lık büyüme ile 5,7 mhl satış hacmine ulaşmıştır. Satış hacmi, tüketici güven endeksindeki düşüşe rağmen pandemi öncesi seviyeleri aşmıştır. Yıl içerisinde pandeminin sonuna gelinmesi ile birlikte, açık nokta satışlarında hacim artışı sağlanmıştır. Bunlara ek olarak, turizmin olumlu etkisi ve nüfustaki geçici artış tüketici tabanımıza katkı sağlamıştır. Yıl içinde elde edilen güçlü satış hacmi performansına "Bremen 1827", "Efes Malt" ve "Efes Özel Seri" markalarımız en fazla katkıyı sağlamıştır.

MEŞRUBAT GRUBU

Meşrubat operasyonlarımız, bir önceki yılın aynı dönemindeki %6,8 organik büyümeye rağmen, konsolide bazda %6,8 satış hacmi büyümesi gerçekleştirmiştir. Türkiye'nin satış hacmi %1,5 daralmıştır. Büyümenin ana itici gücü olmaya devam eden uluslararası operasyonlar, %13,0'lık hacim artışı kaydetmiştir.

4Ç2022'de gazlı içecekler kategorisi bir önceki yıl kaydettiği %15,7 büyümenin yarattığı güçlü baz etkisine rağmen, %7,8 büyümüştür. Gazlı içecekler kategorisindeki büyüme, odaklı pazarlama faaliyetleri ile desteklenen Coca-Cola markasının %16,6 ve Fanta'nın %18,3'lik büyümesinden kaynaklanmıştır. Gazsız içecekler kategorisi, bir önceki yılda kaydedilen %30,2 artışa rağmen, buzlu çaylar ve enerji içeceklerinin sağlam performansı ile %21,5 büyüme kaydetmiştir. Yüksek baz etkisine rağmen, buzlu çaylar yıllık bazda %45,1, enerji içecekleri ise %191,7 büyüme kaydetmiştir. Su kategorisi, geçen yılın aynı döneminde kaydedilen %23,8 büyümenin etkisi ve değer yaratan küçük paket odağımız ile %10,9 küçülmüştür.

2022 yılında, **konsolide satış hacmi** 2022 yılı öngörülerimizin üzerinde artış ile raporlanan bazda %14,6 büyümüş ve 1.577 milyon ünite kasaya ulaşmıştır. Proforma bazda konsolide hacim büyümesi %8,4 olmuştur. Orta Asya operasyonları, Pakistan ve Türkiye bu başarılı performansa katkı sağlamıştır. Uluslararası operasyonlarımız, raporlanan bazda %23,2 artış ile büyümenin ana itici gücü olmuştur. Uluslararası operasyonlarımızdaki büyüme fırsatlarını, iyileşen pazara erişim uygulamaları, yeni satış noktalarına erişim ve artan penetrasyon ile değerlendirirken uluslararası operasyonlarımızın proforma bazda büyümesi %12,2 olarak gerçekleşmiştir. Türkiye operasyonu yıllık satış hacmi, tüketicilerin harcanabilir gelirini baskılayan yüksek enflasyona rağmen, %2,8 büyüyerek, 2021 yılına paralel performans öngörümüzün üzerinde gerçekleşmiştir.

2022 yılında, raporlanan bazda, gazlı içecekler kategorisi, ana olarak Coca-Cola markasının %17,9'lük sağlam performansı ile %15,5 büyümüştür. Gazlı içecekler kategorisi proforma bazda, 2021 yılındaki %15,9 büyümenin yarattığı baz etkisine rağmen sağlıklı bir performans ile %8,3 artış göstermiştir. Raporlanan bazda gazsız içecekler kategorisi %18,7 büyüme kaydetmiştir. Bu büyüme ana olarak kuvvetli trendine devam eden buzlu çaylar ve yeni ürün lansmanları ve başarıyla uygulanan icra planları ile iki kattan fazla büyüyen enerji içeceklerinin yarattığı pozitif momentumdan kaynaklanmıştır. Su kategorisi, daha yüksek değer yaratan küçük paket odağımız ile %4,5 büyümüştür.

2022 yılında küçük paketlerin payı %26,4 olarak gerçekleşmiştir.

Türkiye operasyonu satış hacmi bir önceki yıl kaydedilen %7,9 büyümenin de baz etkisi ile 4Ç2022'de yıllık bazda %1,5 daralmıştır. Yerinde tüketim kanalındaki sağlam ivme devam etmiştir. Enerji ve buzlu çay alt kategorileri özellikle güçlü performans gösterirken, çift haneli büyüme oranlarına ulaşmışlardır.

Gazlı içecekler kategorisi, 4Ç2022’de %1,5 büyürken, Coca-Cola markası %1,4 büyümeye kaydetmiştir. Bir önceki yılın aynı döneminde gerçekleşen çift haneli büyümeye rağmen, Sprite satış hacmi 4Ç2022’de %6,1 artmıştır. Gazsız içecekler ve su kategorileri geçen yılın yarattığı yüksek baz etkisinden etkilenmiştir. Gazsız içecekler %19,2 oranındaki bazın etkisiyle %2,6; su kategorisi ise %32,2’lik bazın etkisiyle %11,8 daralmıştır.

Yılın başında ivmelenen enflasyon ve bunun hane halkı gelirlerindeki etkilerinden kaynaklanan muhafazakar görünüme rağmen, 2022’de Türkiye operasyonu, %2,8 satış hacmi büyümesi gerçekleştirmiştir. Gazlı içeceklerdeki dayanıklı, gazsız içeceklerdeki güçlü talep ile buzlu çaylar ve enerji içeceklerindeki başarılı icralar, beklentilerin üzerinde bir hacim performansı kaydedilmesine katkıda bulunmuştur. Yerinde tüketim kanalı 2022’de %20 büyümeye kaydetmiştir.

Gazlı içecekler, 2022’de 2021 yılına paralel bir performans sergilemiştir. Gazsız içecekler kategorisi yıl genelinde tecrübe edilen ürün portföyü normalleşmesine uygun olarak %13,8 artış kaydetmiştir. Buzlu çay alt kategorisi %36,1 büyümüştür. Enerji içecekleri, Monster Enerji yeni tatları ve Predator Energy markası lansmanı ile %60’ı aşan büyümeye performansı kaydetmiştir. Su kategorisi, geçen yılın çift haneli büyümesinin yarattığı yüksek baz etkisine rağmen, %8,8 büyümüştür.

Küçük paketlerin payı 2022’de artmaya devam ederken, toplam portföy içindeki oranı 280 baz puan artış ile %31,7’ye ulaşmıştır.

Uluslararası operasyonlar yılın son çeyreğinde %13,0 büyümüştür. Bu, genele yayılan bir büyümeye olurken, Irak ve Ürdün haricindeki tüm ülkeler bu performansa katkıda bulunmuştur. 2022’de, uluslararası operasyonların büyümesi, raporlanan bazda %23,2 olurken, proforma bazda %12,2 olarak gerçekleşmiştir.

Pakistan operasyonu, ülkedeki penetrasyonun yeni satış noktalarına erişim ile iyileşmeye devam etmesi ile 4Ç2022’de %9,1 büyümeye kaydetmiştir. 2022 yılı büyümesi, büyüyen alkolsüz içecekler pazarı, başarılı bölgesel planlar ve gelişen operasyonel icra kabiliyeti ile %13,1 olmuştur. Ana gazlı içecekler kategorisi, makroekonomik zorluklar, yıkıcı sel felaketi ve yüksek enflasyon ortamında yapılan fiyat ayarlamalarına rağmen Coca-Cola markasının %15,1 ve Fanta’nın %11,1’lik büyümeye performansı ile 2022 yılında %12,9 artış kaydetmiştir. Küçük bir ölçeğe sahip olmasına rağmen, Coca-Cola Zero, %58,2’lik sağlam bir büyümeye performansı gerçekleştirmiştir. Gazsız içecekler kategorisi bir önceki yıl gerçekleştirdiği %59,6’lık büyümeye performansının baz etkisine rağmen iki kattan fazla büyümüştür. Su kategorisi, 2021 yılındaki %17,0 büyümeye performansı üzerine %8,4 büyümeye kaydetmiştir.

Özbekistan operasyonu, 4Ç2022’de %26,4 büyümeye kaydetmiştir. Özbekistan, 2022 yılında %32,1 artış ile CCI Operasyonları içerisinde en hızlı büyüyen pazar olmuştur. Pazara erişim altyapısı ve yeni soğutucu yatırımları ile ürün erişilebilirliği ve görünürlüğünü desteklemiştir. Odaklı pazarlama kampanyaları, satış noktası aktivasyonları tüketici çekimini artırırken, yeni tüketici kazanımına olumlu katkı sağlamıştır.

Kazakistan operasyonu 4Ç2022’de %32,0 hacim büyümesi kaydetmiştir. 2022 yılı büyümesi bir önceki yılın %14,6 büyümesinin yarattığı baz etkisine rağmen %16,0 olmuştur. Gazlı içecekler kategorisi, Coca-Cola markasının %19,8’lik sağlam performansı ile %19,7 büyümeye kaydetmiştir. %27,5 büyümeye ile Fanta, yeni tat lansmanları ve covid sonrası dönemde artan aromalı gazlı içecekler talebi ile de gazlı içecekler kategorisinin en iyi performans gösteren markası olmuştur. Gazsız içecekler kategorisi 2021’de gerçekleştirdiği %38,1 büyümeye rağmen 2022’de %10,2 büyümeye kaydetmiştir. Buzlu çaylar %10,5’lik sağlam bir performans gösterirken enerji alt kategorisi, Predator markasının başarılı lansmanının da etkisi ile %160,6 büyümüştür. Su kategorisi, %6,9 küçülmüştür.

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 dâhil toplam 18,601* 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;

Aslı Kılıç Demirel

(Yatırımcı İlişkileri Direktörü)

tel: +90 216 586 80 72

faks: +90 216 389 58 63

e-mail: asli.kilic@anadoluefes.com

Sibel Turhan

(Yatırımcı İlişkileri Yöneticisi)

tel: +90 216 586 25 08

faks: +90 216 389 58 63

e-mail: sibel.turhan@anadoluefes.com

* 30 Eylül 2022 itibarıyla