



## Coca-Cola European Partners anuncia sus resultados del tercer trimestre de 2016

**MADRID, 10 de noviembre de 2016.** Coca-Cola European Partners plc (CCEP) ha anunciado hoy sus resultados correspondientes al tercer trimestre de 2016 y confirma su previsión de beneficios para el ejercicio completo. Estas son las principales cifras:

- El beneficio contable por acción diluido del tercer trimestre de 2016 fue de 0,67 euros o, en base proforma comparable<sup>1</sup>, de 0,66 euros, que incluye el impacto negativo del tipo de cambio (0,03 euros).
- Los ingresos contables del tercer trimestre de 2016 fueron de 3.000 millones de euros. Los ingresos en base proforma comparable fueron de 3.000 millones de euros, lo que representa una evolución plana respecto al mismo período del año anterior, o un incremento del 3,5 por ciento en base proforma comparable y a tipo de cambio constante. El volumen de producto vendido aumentó un 3,5 por ciento en base proforma comparable.
- El beneficio operativo contable del tercer trimestre fue de 405 millones de euros; mientras que el beneficio operativo en base proforma comparable fue de 459 millones de euros, lo que supone un incremento del 2 por ciento respecto al mismo período del ejercicio 2015, o un incremento del 7 por ciento en base proforma comparable y a tipo de cambio constante.
- CCEP mantiene sus perspectivas para todo el ejercicio 2016, que incluyen, en base proforma comparable y a tipo de cambio constante, unos ingresos estables, un crecimiento modesto del beneficio operativo de en torno al 5 por ciento y un crecimiento del beneficio por acción diluido de alrededor del 15 por ciento. Después de incluir un impacto negativo estimado del tipo de cambio de, aproximadamente, el 4,5 por ciento, se prevé que el beneficio por acción se sitúen en un rango de entre 1,86 euros y 1,90 euros.

<sup>1</sup> Proforma comparable representa los resultados proforma excluyendo las partidas que afectan a la comparabilidad durante los periodos presentados por CCE, Alemania e Iberia.

Proforma incluye los resultados de CCE, Alemania e Iberia, así como el impacto de los costes adicionales de deuda financiera incurridos por CCEP como consecuencia de la integración para todos los periodos presentados, como si la integración se hubiera producido al comienzo del periodo presentado.



- CCEP continúa trabajando para alcanzar su objetivo de lograr un ahorro anual por sinergias de entre 315 y 340 millones de euros antes de impuestos a mediados de 2019.
- Adicionalmente, CCEP anuncia hoy el nombramiento de Damian Gammel como su nuevo consejero delegado en sustitución de John F. Brock.

"Estos resultados marcan el primer trimestre completo de operación de Coca-Cola European Partners desde nuestra fusión y ciertamente nos sentimos motivados por el retorno a la senda del crecimiento que presentan nuestros resultados del tercer trimestre", ha dicho John F. Brock, CEO de Coca-Cola European Partners. "Estos resultados respaldan nuestra visión sobre las oportunidades de crecimiento y nuestras perspectivas a largo plazo para CCEP".

"Continuamos centrados en integrar de manera exitosa los territorios de Coca-Cola European Partners, mejorando el servicio al cliente, obteniendo las sinergias que hemos comunicado y asegurándonos de que captamos las oportunidades de crecimiento del mercado", ha dicho Brock. "Esto nos permitirá satisfacer mejor las necesidades de nuestros clientes, servir a nuestras comunidades de manera efectiva e impulsar el valor para nuestros accionistas".

#### Principales indicadores financieros\*

<i>Datos no auditados</i>	<b>Contable (T3 2016)</b>	<b>Contable (T3 2015)</b>	<b>Comparable (T3 2016)</b>	<b>Pro Forma Comparable (T3 2015)</b>
<b>Ingresos</b>	2.986	1.638	2.986	2.988
<b>Coste de ventas</b>	1.825	1.013	1.826	1.828
<b>Gastos operativos</b>	756	397	701	710
<b>Beneficio operativo</b>	405	228	459	450
<b>Beneficio después de impuestos</b>	327	146	321	283
<b>Beneficio por acción diluido</b>	0,67	0,63	0,66	0,58

\* Millones de euros



Ingresos del tercer trimestre por área geográfica (proforma y comparable)	30 Sept 2016 % sobre el Total	2 Oct 2015 % sobre el Total	% de Cambio
Iberia	27,0%	25,5%	6,5%
Alemania	20,0%	20,0%	(1,0)%
Gran Bretaña	18,0%	20,5%	(13,0)%
Francia	15,5%	15,5%	1,0%
Bélgica / Luxemburgo	8,5%	8,0%	5,0%
Países Bajos	4,5%	4,0%	8,5%
Noruega	3,5%	3,5%	4,5%
Suecia	3,0%	3,0%	3,5%
Total	100%	100%	-

### Evolución del negocio

"Nuestro retorno a la senda del crecimiento refleja el impacto de las innovaciones de la marca y del envasado, una sólida ejecución en el mercado, una mejora de la eficiencia operativa y unas condiciones climatológicas favorables", ha dicho Damian Gammell, COO de Coca-Cola European Partners. "De cara al futuro, creemos que el entorno de consumo débil que ha afectado a nuestro negocio sigue todavía presente".

"En este entorno, estamos centrados en tres áreas de actuación: cumplir con nuestros objetivos para 2016, mantener nuestra asociación con The Coca-Cola Company para impulsar el crecimiento a largo plazo y lograr nuestros objetivos de sinergias, con la finalidad de alcanzar ahorros anuales antes de impuestos de entre 315 y 340 millones de euros a mediados de 2019".

"En última instancia, estamos trabajando para recuperar el tipo de crecimiento constante, que crea valor y que genera beneficios para nuestros grupos de interés, así como valor para los accionistas", añadió Gammell.

### Ingresos

Los ingresos contables del tercer trimestre de 2016 ascendieron a 3.000 millones de euros, un 82,5 por ciento más que en el mismo período de 2015, impulsados por la incorporación de Alemania e Iberia.

Los ingresos en base proforma comparable presentaron una evolución plana respecto al mismo período del año anterior, o un aumento del 3,5 por ciento en base



proforma comparable y a tipo de cambio constante. Los ingresos por caja unidad disminuyeron un 0,5 por ciento en base proforma comparable y a tipo de cambio constante. El volumen de producto vendido en base proforma creció un 3,5 por ciento. Estos resultados reflejan unas condiciones climatológicas favorables, los beneficios derivados de las iniciativas de publicidad y de marca de CCEP, así como la ejecución y el enfoque de la empresa, centrado en generar el crecimiento de ingresos.

Por áreas geográficas en relación con el tercer trimestre, los ingresos de Iberia aumentaron un 6,5 por ciento gracias a un clima favorable y a una ejecución sólida, puesto que aumentaron tanto los ingresos por caja unidad como el volumen de producto vendido.

Los ingresos en Alemania disminuyeron un 1 por ciento, reflejando el impacto de la transición del PET retornable al PET reciclable, los planes promocionales y un mix ligeramente negativo, compensado en parte por un crecimiento de volumen de producto vendido positivo.

Los ingresos de Gran Bretaña disminuyeron un 13 por ciento, debido principalmente a la caída, del 16%, de la libra británica frente al euro, si bien se vieron compensados en parte por unas condiciones climatológicas favorables y los planes promocionales.

Los ingresos en Francia crecieron un 1 por ciento, gracias a unas condiciones climatológicas favorables, si bien se vieron parcialmente impactados por un precio y un mix ligeramente negativos impulsados por las promociones.

Los ingresos en los territorios del norte de Europa (Bélgica, Países Bajos, Noruega y Suecia) crecieron aproximadamente un 5,5 por ciento, gracias a los planes promocionales, unas condiciones meteorológicas favorables y precios y mix favorables.

En cuanto al volumen de producto vendido, aumentó un 3,5 por ciento en el tercer trimestre de 2016 respecto al mismo período del año anterior, en base proforma. Estos resultados reflejan un crecimiento en todas las categorías, incluyendo la marca Cola-Cola, un clima favorable y los beneficios derivados de las iniciativas de marca y publicidad. Las marcas de bebidas carbonatadas crecieron un 3 por ciento. Las marcas Coca-Cola aumentaron sus ventas aproximadamente un 2 por ciento, del que Coca-Cola original aportó un crecimiento del 1 por ciento. La marca Coca-Cola Zero incrementó sus ventas en torno al 15 por ciento, gracias a su crecimiento en Iberia y Gran Bretaña. La introducción de Coca-Cola Zero Azúcar en Gran Bretaña continúa teniendo éxito y se prevé que esté presente en todos los territorios de CCEP a principios de 2017.

Las bebidas carbonatadas de sabores y energéticas crecieron un 6,5 por ciento, combinando un crecimiento fuerte sostenido en las bebidas energéticas con un crecimiento sólido de Fanta y los beneficios de la expansión de la marca Vio. La categoría de bebidas energéticas se beneficia de la comparación interanual al no



haberse cumplido aún los primeros doce meses desde la reciente adquisición de la distribución de Monster en Iberia. Las marcas de bebidas sin gas crecieron un 4,5 por ciento, destacando las marcas de agua, cuyas ventas crecieron un 4 por ciento, impulsadas por smartwater y Vio.

### **Coste de ventas**

El coste de ventas contable del tercer trimestre de 2016 ascendió a 1.800 millones de euros, un 80 por ciento más que en 2015, como consecuencia de la inclusión de Alemania e Iberia. Los costes de ventas en base proforma comparable ascendieron a 1.800 millones de euros, mostrando una evolución plana respecto a 2015, o un crecimiento del 3 por ciento en base proforma comparable y a tipo de cambio constante.

El coste de ventas por caja unidad disminuyó un 0,5 por ciento en base proforma comparable y a tipo de cambio constante. Esto es resultado de la favorable evolución de los precios de algunas materias primas clave, principalmente el azúcar, compensado parcialmente por el aumento del coste de ventas en Alemania como consecuencia del cambio de envases retornables a reciclables.

### **Gastos Operativos**

Los gastos operativos contables ascendieron a 756 millones de euros en el tercer trimestre de 2016, es decir, un 90,5 por ciento más debido a la incorporación de Alemania e Iberia. Los gastos operativos en base proforma comparable fueron de 701 millones de euros, lo que representa un descenso del 1,5 por ciento, o un crecimiento del 1,5 por ciento en base proforma comparable y a tipo de cambio constante. Esto incluye los primeros efectos positivos de la transformación emprendida, el impacto del incremento del volumen de producto vendido y una diferente calendarización del gasto, en comparación con el año anterior].

### **Gastos de transformación**

Durante el tercer trimestre de 2016, la empresa registró unos gastos de transformación por importe de 53 millones de euros, principalmente relacionados con iniciativas de reestructuración en Alemania, que ya se encontraban en marcha en el momento de la fusión, y la transición de las funciones de sede central de Atlanta a Europa. Además, en octubre de 2016, la compañía anunció varias propuestas de transformación, incluyendo las relacionadas con mejoras adicionales en la cadena de suministro (incluida la optimización de la red), iniciativas de productividad, la racionalización de las instalaciones en Alemania y el diseño organizacional de la



cadena de suministro de principio a fin. Estos anuncios también incluían la transferencia de actividades relacionadas con transacciones de Alemania al centro de servicios compartidos de la Compañía en Bulgaria, y otras iniciativas relativas a funciones centrales. Todas estas propuestas están sujetas a la consulta y el acuerdo con los pertinentes órganos de representación de los trabajadores.

### **Perspectivas**

Para 2016, CCEP estima unos ingresos estables con un crecimiento modesto del beneficio operativo de en torno al 5 por ciento y un crecimiento del beneficio por acción diluido de alrededor del 15 por ciento, todo ello en base proforma comparable y a tipo de cambio constante. Se prevé que el beneficio por acción, en base proforma comparable, se sitúe en un rango de entre 1,86 euros y 1,90 euros, que incluye un impacto negativo del tipo de cambio estimado de, aproximadamente, el 4,5 por ciento. Además del crecimiento del beneficio operativo, el beneficio por acción diluido para todo el año 2016 se beneficia de las diferencias positivas de tipos de interés y de tipos impositivos entre las cifras de 2015 en base proforma comparable y las previsiones de la compañía para 2016.

Se prevé que el coste medio ponderado de la deuda sea de aproximadamente el 2 por ciento y que la tasa efectiva de impuestos para 2016 en base proforma comparable esté en torno al 25 por ciento. CCEP no espera recomprar acciones en 2016.

### **Conferencia con inversores y analistas**

CCEP llevará a cabo una conferencia telefónica con inversores y analistas hoy a las 16:00 horas CET. Se puede acceder a la llamada a través del sitio web de la compañía [www.ccep.com](http://www.ccep.com)

### **Información financiera**

La información financiera detallada se encuentra en nuestro informe financiero trimestral del tercer trimestre de 2016, disponible durante las próximas 24 horas en [www.morningstar.co.uk/uk/NSM](http://www.morningstar.co.uk/uk/NSM) (con fecha 30 de septiembre de 2016) y en nuestra página web, [www.ccep.com](http://www.ccep.com), bajo la pestaña de Inversores.



## **Sobre Coca-Cola European Partners**

**Coca-Cola European Partners plc (CCEP)** es una compañía líder en Europa en el sector de gran consumo que produce, distribuye y comercializa una amplia gama de bebidas no alcohólicas, y es el mayor embotellador independiente de Coca-Cola en el mundo por ingresos.

Coca-Cola European Partners da servicio a una población de más de 300 millones de personas en 13 países de Europa Occidental, que incluyen a España, Andorra, Portugal, Alemania, Bélgica, Francia continental, Gran Bretaña, Holanda, Luxemburgo, Mónaco, Noruega, Islandia y Suecia. La Compañía cotiza en las bolsas de Euronext Ámsterdam, Nueva York, Euronext Londres y en las bolsas de valores españolas con el ticker "CCE". Para más información sobre la compañía visite nuestra web [www.ccep.com](http://www.ccep.com) y siga a CCEP en Twitter en [@CocaColaEP](https://twitter.com/CocaColaEP).

### ***Para más información:***

Relaciones con los Inversores

Thor Erickson

+1 (678) 260-3110

Relaciones con los Medios

Ros Hunt

+44 (0) 7528 251 022

### ***Nota relativa a las proyecciones***

*La presente nota puede contener manifestaciones, estimaciones o previsiones que constituyen "proyecciones". Con carácter general, las palabras "creer", "esperar", "tener la intención", "estimar", "anticipar", "proyectar", "planear", "buscar", "puede", "podría", "haría", "debería", "hará", "previsión", "perspectiva", "estimación", "posible", "potencial", "predecir" y cualquier otra expresión similar identifican las proyecciones que, con carácter general, no se refieren al pasado. Las proyecciones están sujetas a ciertos factores de riesgo e incertidumbres que pueden ocasionar que los resultados sean sustancialmente diferentes de los obtenidos en la experiencia histórica y de las expectativas y proyecciones actuales de Coca-Cola European Partners plc ("CCEP"). Tales riesgos incluyen, sin carácter limitativo, las preocupaciones relativas a la obesidad; la escasez y la mala calidad del agua; los cambios en las preferencias de los consumidores; el incremento de la competencia y las posibilidades en el*





*mercado; las preocupaciones acerca de la seguridad y la calidad de los productos; los efectos perjudiciales sobre la salud de ciertos ingredientes, como los edulcorantes no nutritivos y las sustancias generadas mediante biotecnología, así como otras sustancias presentes en las bebidas y en los materiales de los envases; el incremento en la demanda de productos alimenticios y la reducción de la productividad agrícola; las modificaciones en el entorno de la venta minorista o la pérdida de clientes clave, ya sean clientes minoristas o del sector de hostelería y restauración; la incapacidad de expandir las operaciones en mercados emergentes y mercados en desarrollo; las fluctuaciones en el tipo de cambio de las divisas extranjeras; el incremento de los tipos de interés; la imposibilidad de mantener buenas relaciones con sus socios; el empeoramiento de la situación financiera de sus socios; el incremento de los tipos de gravamen del impuesto sobre sociedades; las modificaciones en la legislación sobre el impuesto sobre sociedades o las resoluciones fiscales desfavorables; el incremento o la aplicación de nuevos impuestos indirectos en las jurisdicciones en las que opera; el incremento de los costes, la interrupción del suministro o la escasez de energía o combustibles; el incremento en el coste, la interrupción del suministro o la escasez de los ingredientes, otras materias primas o materiales de los envases; las modificaciones legislativas y regulatorias en relación con los envases y embalaje de las bebidas; la introducción de requisitos adicionales sobre el etiquetado y advertencias a los consumidores o de restricciones a la disponibilidad de los productos; la imposibilidad de proteger los sistemas de información contra la interrupción del servicio, la apropiación indebida de datos y las violaciones de las medidas de seguridad; las condiciones económicas y políticas desfavorables en los Estados Unidos, Europa u otras regiones; los litigios o procedimientos legales; las condiciones climatológicas adversas; los cambios climatológicos; los daños a la imagen de la marca y la reputación corporativa a causa de publicidad negativa, justificada o no, relativa a la seguridad o calidad de los productos, a los derechos humanos y laborales, a la obesidad u otras materias; los cambios en, o el incumplimiento de, las leyes y reglamentos aplicables a sus productos y a sus actividades; los cambios en las normas contables; la imposibilidad de alcanzar los objetivos generales de crecimiento a largo plazo; el empeoramiento de las condiciones del mercado financiero mundial; el incumplimiento por parte de una o más de las respectivas entidades financieras de contrapartida; la imposibilidad de implementar en plazo las acciones previamente anunciadas destinadas a reactivar el crecimiento y a alcanzar los beneficios económicos esperados derivados de tales acciones; la imposibilidad de lograr una parte significativa de los objetivos esperados en virtud de las respectivas relaciones estratégicas de la compañía, incluyendo (sin carácter limitativo), la relación comercial entre The Coca-Cola Company y Monster Beverage Corporation; la imposibilidad de renovar los convenios colectivos en términos satisfactorios o, en el caso de que la compañía o uno de sus socios enfrenten huelgas, paralizaciones del trabajo o conflictos laborales; los cargos por deterioro futuros; la incapacidad de gestionar las posibles consecuencias negativas de las iniciativas de productividad; los eventos catastróficos de ámbito global o regional; y todos los factores adicionales que pueden*





*afectar las proyecciones de CCEP que se encuentran detallados en el folleto informativo de CCEP, aprobado por la "UK Listing Authority" y publicado el 25 de mayo de 2016, la declaración de registro en el Form F-4, que fue depositada por CCEP en la SEC y el informe financiero semestral correspondiente al primer semestre de 2016 publicado el 22 de septiembre de 2016. Les recomendamos que no depositen una confianza indebida en las proyecciones realizadas por CCEP, que se limitan a la fecha en la que son realizadas. CCEP no se compromete a actualizar ni revisar públicamente ninguna de las proyecciones, ya sea como consecuencia de nuevas informaciones, eventos futuros, u otras circunstancias. CCEP no se responsabiliza de la exactitud o integridad de las proyecciones. La totalidad o cualquier parte de las proyecciones incluidas en la presente nota o en cualquier de las declaraciones públicas de CCEP podría resultar incorrecta.*