

2015 İLK ÇEYREK SONUÇLARI

Zorlu koşullara rağmen net satış geliri ve FAVÖK büyümesi gerçekleşti

İstanbul, 5 Mayıs 2015 – Coca-Cola İçecek (BIST: COLA.IS) 2015 yılı ilk çeyrek sonuçlarını açıkladı:

İlk Çeyrek Özet

- **Satış hacmi**, güçlü baz etkisi ve zorlu piyasa koşullarıyla birlikte %2 daraldı
- **Net satış gelirleri**, uluslararası operasyonlardan kaynaklanan olumlu kur etkisi ve Türkiye satış gelirlerindeki artışla birlikte %5 yükseldi
- **FAVÖK** %7 artarken, FAVÖK marjı %13,4'e yükseldi
- **Net zarar**, yüksek kur farkı giderlerinin etkisiyle 91 mn TL oldu

	1Ç15	1Ç14	Yıllık Değişim	Dağılım	
				1Ç15	1Ç14
Satış Hacmi (mn ük)	218	224	(%2,3)		
Türkiye	115	124	(%8,0)	%52	%56
Uluslararası	104	99	%4,8	%48	%44
Net Satışlar (mn TL)	1.203	1.148	%4,8		
Türkiye (TL ml)	626	614	%2,1	%52	%53
Uluslararası (mn dolar)	235	242	(%2,8)	%48	%47
FAVÖK (mn TL)	162	151	%7,0		
Türkiye (TL ml)*	122	120	%1,5	%59	%56
Uluslararası (mn dolar)	27	30	(%11,1)	%41	%44
Net Kar / (zarar) (mn TL)	(91)	22	a.d.		

*Dağılım eliminasyon etkilerini içermektedir.

CEO Burak Başarır'ın Yorumları...

"Yılın ilk çeyreğindeki zorlu koşullara karşın, başarılı gelir yönetimi stratejimiz ile maliyet ve gider yönetimine odaklanmamız sayesinde satış gelirleri ve FAVÖK'te artış sağladık. Yerel kurlardaki değer kayıpları ve gelişmekte olan piyasalarda özel tüketim harcamalarında görülen zayıflamaya rağmen bu sonuçlar elde edildi.

Düşük sezondan dolayı en küçük olan bu çeyrekte, satış hacmi geçen yılki yüksek bazın da etkisiyle geriledi. Buna karşın, konsolide FAVÖK marjı, Türkiye'deki güçlü fiyatların da etkisiyle artış kaydetti. Orta Asya operasyonlarının satış hacmi, ekonomik yavaşlama ve piyasa koşullarını zorlaştıran devalüasyonlara bağlı olarak yatay bir seyir izledi. Pakistan'da rekabet artarken, pazar payı kazanımlarıyla birlikte güçlü hacim artışı devam etti.

Yılın ikinci yarısındaki düşük bazın da etkisiyle, hacim artışı sağlayacak inisiyatiflere odaklanmaya devam ediyoruz. Ayrıca, pazarlarımızdaki zorlu koşulların etkilerini azaltmak için önlemler alıyoruz. 2015 yılına yönelik beklentilerimizi korumakla birlikte, yılın geri kalanı için zorlu piyasa koşulları ve süregelen riskler nedeniyle temkinliyiz.

Uzun vadede önceliğimiz, hacim artışının üzerinde satış geliri artışı, satış geliri artışı üzerinde FAVÖK artışı olurken, yüksek potansiyele sahip pazarlara yatırım yapıyoruz. Sürdürülebilir ve karlı büyüme için coğrafyamızdaki önemli fırsatlara odaklanmaya devam ediyoruz."

İleriye Dönük Beyanlara İlişkin Açıklama

Bu bilgilendirme notu Coca-Cola İçecek'in (CCI) ileriye dönük planlarına, amaçlarına, beklentilerine ve niyetlerine (bunları içeren ancak sadece bunlara sınırlı olmayan) dair ve tarihi vaka olmayan beyanlar içermektedir. İleriye dönük beyanlar genellikle "olabilmek", "olabilecek", "beklemek", "tasarlamak", "öngörmek", "planlamak", "hedeflemek", "inanmak" ve aynı anlama gelebilecek diğer sözcüklerin kullanımıyla tarif edilebilir. Geleceğe yönelik bu beyanlar yönetimin görüş ve varsayımlarını yansıtmaktadır ve niteliği gereği önemli ticari, ekonomik ve diğer riskler ve belirsizliklere konu olabilir. Belirli zaman zarfında yönetim yansıtılan ileriye dönük beyanların o zaman için makul beklentiler olduğuna inansa da, bu ileriye dönük beyanlara güvenilmemelidir. CCI'nin beklentilerinin gerçek sonuçlardan büyük ölçüde farklı olmasına neden olacak önemli etkenler, bunlarla sınırlı olmamak üzere: CCI'nin The Coca-Cola Company ile olan ilişkisindeki ve şişeleme anlaşmasıyla belirlenen haklarını icra etmesindeki değişiklikler, CCI'nin piyasadaki rekabetçi konumunu sürdürme ve iyileştirme yeteneği, CCI'nin hammadde ve ambalaj malzemelerini uygun fiyatlarla tedarik edebilmesi, CCI'nin belli pay sahipleriyle olan ilişkisinde değişiklik, piyasalardaki CCI ürünlerine olan talep seviyesi, Türk Lirası ve CCI'nin diğer pazarlarındaki kurların değerinde yaşanan dalgalanmalar, Türkiye'deki ve CCI'nin diğer pazarlarındaki enflasyon seviyesi, Türkiye ve CCI'nin diğer pazarlarında politik ve ekonomik ortamdaki değişiklikler, yaz aylarında yaşanabilecek kötü hava koşulları, Türkiye'deki turizm seviyesinde değişiklikler, CCI'nin stratejisini başarılı bir şekilde uygulama kabiliyeti ve diğer faktörler. Bu risk ve belirsizliklerin gerçekleşmesi ya da yönetimin esas teşkil eden varsayımlarının doğru olmaması durumunda, CCI'nin gerçek sonuçları ve finansal durumu önemli bir şekilde burada umulan, inanılan, hesaplanan ve beklenenden farklı gelişebilir. İleriye dönük beyanlar sadece bu bilgi notunun yayımlandığı tarihten bahsetmektedir ve CCI'nin bu tarihten sonra oluşabilecek değişiklikler için bu beyanları güncelleme zorunluluğu yoktur.

Önemli Gelir Tablosu Rakamları ve Marjlar

Konsolide (Milyon TL)	1Ç15	1Ç14	% Değişim
Satış Hacmi (Milyon Ünite Kasa)	218	224	(%2,3)
Hasılat	1.203	1.148	%4,8
Brüt Kar	411	395	%3,9
Faaliyet Karı	75	67	%11,2
Faaliyet Karı (Diğer gelir/gider hariç)	76	69	%11,2
FAVÖK	162	151	%7,0
FAVÖK (Diğer gelir/gider hariç)	160	149	%7,6
Vergi Öncesi Faaliyet Karı / Zararı	(112)	21	a.d.
Net Dönem Karı / Zararı	(91)	22	a.d.
Brüt Kar Marjı	%34,1	%34,4	
Faaliyet Kar Marjı	%6,2	%5,8	
Faaliyet Karı Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	%6,3	%6,0	
FAVÖK Marjı	%13,4	%13,2	
FAVÖK Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	%13,3	%13,0	
Net Kar / Zarar Marjı	(%7,5)	%1,9	
Türkiye Operasyonları (Milyon TL)	1Ç15	1Ç14	% Değişim
Satış Hacmi (Milyon Ünite Kasa)	115	124	(%8,0)
Hasılat	626	614	%2,1
Brüt Kar	251	248	%0,9
Faaliyet Karı	90	89	%1,1
Faaliyet Karı (Diğer gelir/gider hariç)	58	48	%20,4
FAVÖK	122	120	%1,5
FAVÖK (Diğer gelir/gider hariç)	92	81	%14,0
Net Dönem Karı / Zararı	(49)	53	a.d.
Brüt Kar Marjı	%40,0	%40,5	
Faaliyet Kar Marjı	%14,3	%14,5	
Faaliyet Karı Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	%9,2	%7,8	
FAVÖK Marjı	%19,5	%19,6	
FAVÖK Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	%14,7	%13,1	
Net Kar / Zarar Marjı	(%7,8)	%8,7	
Uluslararası Operasyonlar (Milyon ABD Doları)	1Ç15	1Ç14	% Değişim
Satış Hacmi (Milyon Ünite Kasa)	104	99	%4,8
Hasılat	235	242	(%2,8)
Brüt Kar	65	67	(%2,4)
Faaliyet Karı	5	7	(%30,4)
Faaliyet Karı (Diğer gelir/gider hariç)	5	8	(%29,2)
FAVÖK	27	30	(%11,1)
FAVÖK (Diğer gelir/gider hariç)	26	29	(%10,6)
Net Dönem Karı / Zararı	(6)	2	a.d.
Brüt Kar Marjı	%27,7	%27,6	
Faaliyet Kar Marjı	%2,0	%2,8	
Faaliyet Karı Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	%2,3	%3,1	
FAVÖK Marjı	%11,5	%12,6	
FAVÖK Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	%10,9	%11,9	
Net Kar / Zarar Marjı	(%2,6)	%0,8	

Faaliyet Bölümlerinin İncelenmesi

Konsolide

Konsolide satış hacmi, 2014'ün aynı çeyreğindeki %13,1 artışın üzerine, Türkiye'deki daralmanın etkisiyle %2,3 geriledi.

Uluslararası operasyonların toplam hacimdeki payı, 2014'ün ilk çeyreğindeki %44 seviyesinden %48'e yükseldi.

Gazlı içecekler kategorisi, özellikle Türkiye'deki düşük satış hacmi nedeniyle %0,9 daraldı. Su hariç gazsız içecekler kategorisi, buzlu çay segmentindeki hacim artışının katkısıyla %1,3 büyüme gösterdi. Su kategorisi ise %2,2 satış hacmi artışı kaydetti.

Türkiye

2015 yılının ilk çeyreğinde Türkiye operasyonu satış hacmi, gazlı içecek ve çay kategorilerindeki daralmanın etkisiyle, %8,0 azalarak 115 milyon ünite kasaya geriledi. Çay hariç bakıldığında, hacimdeki küçülme %5,4 olarak gerçekleşti.

Geçen yılın son çeyreğinde, gazlı içecek kategorisinde büyük hacimli paketlere yapılan fiyat artışını takiben, 2015 yılının ilk çeyreğinde küçük paketlerin fiyatlarında da ayarlama yapıldı. Fiyat ayarlaması, 2015 yılı için güçlü bir fiyat bazı sağlarken, düşük sezondaki satış hacmini olumsuz etkiledi.

Gazlı içecek kategorisi yılın ilk çeyreğinde, geçen yılın aynı dönemindeki %4,7 artışın üzerine %8,3 daraldı. Bu daralmada, yukarıda değinilen fiyat ayarlamasının yanı sıra, zayıf tüketici talebi, düşük hava sıcaklıkları ve geçen yıla kıyasla artan yağışlı günler etkili oldu. Coca-Cola Zero toplam gazlı içecek kategorisinin üzerinde performans göstermeye devam ederken, Sprite markası yaklaşık %50 büyüme kaydetti.

Su hariç gazsız içecek kategorisi yılın ilk çeyreğinde buzlu çay kategorisindeki güçlü artış sayesinde %3,4 büyüme kaydetti. Su kategorisinin satış hacmi ise değişmedi.

2014 yılı ilk çeyreğinde %30'a yakın büyüme kaydeden çay kategorisi, bu yılın ilk çeyreğinde %17,6 daraldı. Satış portföyümüzün optimizasyonu ve toplam portföy karlılığını artırmaya yönelik inisiyatlara paralel olarak, çay kategorisinin büyüme hızını normalize etmeye devam ediyoruz.

Faaliyet Bölümlerinin İncelenmesi

Uluslararası Operasyonlar

Uluslararası operasyonların satış hacmi, yılın ilk çeyreğinde %4,8 artarak 104 milyon ünite kasa oldu. Satış hacmi büyümesi, Orta Asya bölgesindeki zorlu ekonomik koşullar ve Irak operasyonlarındaki yavaşlama ile birlikte bir miktar hız kesti.

Pakistan ve Orta Doğu operasyonları toplamda %7,9 hacim artışı kaydetti. Pakistan satış hacmi yılın ilk çeyreğinde güçlü yerel pazarlama kampanyalarıyla birlikte %12,7 artış kaydetti. Gazlı içecek kategorisi, Coca-Cola ve Sprite markalarındaki büyümeyle beraber, geçen senenin ilk çeyreğindeki %20'nin üzerindeki büyümenin ardından, orta-onlu büyüme kaydetti. CCI, yılın ilk çeyreği boyunca Pakistan'daki pazar payını artırmaya devam etti. Irak satış hacmi, Güney Irak'taki büyümenin Kuzey Irak'taki daralmayı bir miktar telafi etmesiyle birlikte %1,4 daraldı.

Orta Asya operasyonlarının satış hacmi, 2014'ün ilk çeyreğindeki güçlü bazla (geçen yılın ilk çeyreğinde %26 büyüme) birlikte %0,7 daralma kaydetti. Zorlu makroekonomik koşullar ve olumsuz piyasa ortamına bağlı olarak, bölgedeki iki büyük pazar olan Kazakistan (-%2,3) ve Azerbaycan'da (-%7,6) görülen daralma, satış hacmindeki performansı olumsuz etkiledi. Ayrıca, olası bir devalüasyonun etkilerini azaltmak amacıyla 2015 başında Kazakistan pazarında yapılan fiyat artışları da ülkedeki satış hacmini olumsuz etkiledi. Satış hacmindeki daralmaya rağmen, CCI bu ülkelerdeki pazar payını artırmaya devam etti.

Finansal Performans

Net Satışlar

Konsolide: Konsolide net satışlar 2015 yılının ilk çeyreğinde satış hacminin üzerinde %4,8 artışla 1,2 milyar TL oldu. Ünite kasa başına net satışlar büyük ölçüde Türkiye'deki fiyatlandırmaya bağlı olarak %7,3 artış göstererek 5,51 TL oldu.

Türkiye: Net satışlar yılın ilk çeyreğinde %2,1 artışla 626 milyon TL'ye ulaştı. Ünite kasa başına net satışlar ise güçlü fiyatlandırmayla beraber %10,9 artış gösterdi.

Uluslararası Operasyonlar: Net satışlar yılın ilk çeyreğinde %2,8 azalarak 235 milyon ABD doları oldu. Ünite kasa başına net satışlar ise, Orta Asya ülkelerindeki devalüasyonlar ve zayıf piyasa ortamının etkisiyle ilk çeyrekte %7,2 geriledi. Pakistan pazarındaki iskontolar da ünite kasa başına satış fiyatını baskılamakta, pazar payı kazanımlarını desteklemeye devam etti.

Faaliyet Karlılığı

Konsolide: Brüt kar marjı yılın ilk çeyreğinde büyük ölçüde Türkiye'deki hafif marj daralmasının etkisiyle 0,3 puan azalarak %34,1 olurken, uluslararası operasyonların marjı önemli bir değişim göstermedi.

Diğer gelir/giderler hariç faaliyet karı, %11,2 artarken, faaliyet kar marjı geçen yıla göre 0,3 puan artışla %6,3 oldu. Daha düşük brüt karlılığa rağmen, Türkiye operasyonları, faaliyet giderlerindeki düşüş sayesinde faaliyet karlılığına önemli katkı sağladı.

Sonuç olarak, diğer gelir/giderler hariç FAVÖK, ilk çeyrekte %7,6 artış kaydederken, FAVÖK marjı geçen yılın aynı dönemine göre 0,3 puan artarak %13,3 oldu.

Türkiye: Ünite kasa başına satılan malın maliyeti, ünite kasa başına satışların biraz üzerinde, %11,8 artış kaydetti. Görece düşük resin ve alüminyum fiyatlarıyla birlikte olumlu bir maliyet ortamına karşın, kur artışının ambalaj maliyetleri üzerindeki etkisi ve yüksek şeker fiyatları, satışların maliyetini bir miktar olumsuz etkiledi. Buna bağlı olarak, brüt kar marjı 0,5 puan daralarak %40,0 oldu.

Diğer gelir/giderler hariç faaliyet giderleri, satış, pazarlama ve dağıtım harcamalarındaki gerilemeyle birlikte ilk çeyrekte %3,7 azaldı.

Diğer gelir/giderler hariç faaliyet karı, ilk çeyrekte %20,4 artarken, faaliyet kar marjı 1,4 puan yükselerek %9,2 oldu. Sonuç olarak, yılın ilk çeyreğinde diğer gelir/giderler hariç FAVÖK %14,0 artarken, FAVÖK marjı 1,6 puan artışla %14,7 oldu.

Finansal Performans

Uluslararası Operasyonlar: Ünite kasa başına satılan malın maliyeti ambalaj malzemeleri ve şeker fiyatındaki gerilemenin etkisiyle ilk çeyrekte geçen yılın aynı dönemine göre %7,4 azaldı. Hammadde fiyatındaki gerileme, ünite kasa başına net satışlardaki gerilemeyi büyük ölçüde telafi ederken, brüt kar marjı 0,1 puan artarak %27,7 oldu.

Diğer gelir/giderler hariç faaliyet giderleri, geçen yılın ilk çeyreğine göre ABD doları bazında yatay bir seyir izledi.

Diğer gelir/giderler hariç faaliyet karı %29,2 azalırken, faaliyet kar marjı geçen yılın ilk çeyreğine göre %0,8 daralarak %2,3 oldu. Sonuç olarak, ilk çeyrekte diğer gelir/giderler hariç FAVÖK %10,6 azalırken, FAVÖK marjı 1,0 puan daralarak %10,9 oldu.

Finansal Giderler

Net finansal giderler 2014 yılının ilk çeyreğinde 46 milyon TL seviyesinde iken, 2015'in ilk çeyreğinde 187 milyon TL olarak gerçekleşti. Bu tutarın büyük bir kısmı, Türk Lirası'ndaki değer kaybına bağlı olarak, nakdi olmayan kur farkından kaynaklandı.

Net kur farkı zararı* 2014 yılının ilk çeyreğinde 22 milyon TL seviyesinde iken, 2015'in ilk çeyreğinde 155 milyon TL oldu.

Finansal Gelirler / (Giderler) (milyon TL)	1Ç15	1Ç14
Faiz geliri	11	14
Faiz gideri (-)	(43)	(38)
Kur farkı geliri, net	102	32
Kur farkı gideri krediler, net	(256)	(54)
Finansal Gelirler / (Giderler) Net	(187)	(46)

*Net Kur Farkı zararı= [Kur farkı geliri, net] + [Kur farkı gideri krediler, net]

Net Kar

Coca-Cola İçecek, 2014'ün ilk çeyreğindeki 21,6 milyon TL net kara karşın, 2015 yılı ilk çeyreğinde nakdi olmayan kur farkına bağlı finansal giderlerin etkisiyle 90,7 milyon TL zarar kaydetti.

Finansal Detaylar

Yatırım Harcamaları

Yatırım harcamaları ağırlıklı olarak arazi, bina, makine ve soğutucu yatırımlarından oluşmaktadır. Yatırım harcamalarının satışlara oranı 2014 ilk çeyreğinde %12,1 iken, 2015 ilk çeyreğinde, devam etmekte olan kapasite yatırımı harcamalarının etkisiyle %18,9 olarak gerçekleşti.

Yatırım Harcamaları (milyon TL)	1Ç15	1Ç14
Maddi ve maddi olmayan varlık yatırımları	227	138
Birleşme ve satın almalar	-	-
Toplam	227	138

Yılın ilk çeyreğinde, yatırım harcamalarının yaklaşık %10'u Türkiye operasyonlarına ayrılırken, kalan yaklaşık %90'lık kısmı özellikle Pakistan, Kazakistan ve Tacikistan'daki kapasite yatırımlarına bağlı olarak uluslararası operasyonlarda kullanıldı.

Serbest Nakit Akımı

Esas faaliyetlerden sağlanan net nakit 2014 yılının ilk çeyreğinde 50 milyon TL iken, 2015 yılının ilk çeyreğinde negatif olarak gerçekleşti. Serbest nakit akımı, devam etmekte olan yatırım harcamalarının yanı sıra, uluslararası operasyonlardaki yatırım harcamaları ve net işletme sermayesinden kaynaklanan kur etkisiyle negatif oldu.

Serbest Nakit Akımı (milyon TL)	1Ç15	1Ç14
Esas faaliyetlerinden sağlanan net nakit	(19)	50
Maddi ve maddi olmayan varlık yatırımları	(227)	(138)
Serbest Nakit Akımı	(246)	(88)

Finansal Detaylar

Borç Yapısı

Konsolide borç 31 Mart 2015 itibariyle 2014 yıl sonuna göre önemli bir değişim göstermeyerek 1,143 milyar ABD doları seviyesinde kaldı. Konsolide nakit aynı dönemde 96 milyon dolar azalarak 328 milyon ABD doları seviyesinden 231 milyon ABD dolarına geriledi.

Finansal borçların %87'si ABD Doları, %12'si PKR ve %1'i TL ve Ürdün Dinarı cinsindedir.

31 Mart 2015 itibariyle konsolide ortalama borç vadesi 3,5 yıldır. Toplam borç portföyümüzün vadesi 2015 Mart sonu itibariyle aşağıdaki gibidir:

Vade Tarihi	2015	2016	2017	2018	2020	2023
Borcun %'si	18,8%	7,5%	1,8%	54,4%	7,0%	10,5%

31 Aralık 2014 itibariyle 812 milyon ABD doları olan konsolide net borçlar, 31 Mart 2015 itibariyle 911 milyon ABD doları oldu. 31 Mart 2015 itibariyle Net Borç/FAVÖK oranı 2,45x'dir.

Finansal Kaldıraç Oranları	1Ç15	2014
Net Borç / FAVÖK*	2,45	1,96
Borç Oranı (Toplam Fin. Borç / Toplam Varlıklar)	%37	%37
Fin. Borç / Sermaye Toplamı	%82	%79

*Son 12 Aylık FAVÖK

Geleceğe Yönelik Beklentiler*

2015 yılında Türkiye'deki satış hacminin düşük tek haneli büyüme göstermesini beklerken, uluslararası operasyonların düşük-onlu, konsolide satış hacminin ise yüksek tek haneli büyüme kaydetmesini bekliyoruz.

Net satış gelirlerindeki artışın hacim artışının üzerinde, FAVÖK artışının ise net satış gelirlerindeki artışın üzerinde olmasını öngörüyoruz. Türkiye operasyonlarının net satış gelirlerinin fiyat artışları ve küçük paketlerin payındaki artıştan olumlu etkilenmesini bekliyoruz. Uluslararası operasyonlarda ise, ülkelerdeki satın alma gücünü de dikkate alarak, ürün fiyatlarını devalüasyonların etkisini azaltacak şekilde ayarlamayı öngörüyoruz. Diğer yandan, CCI tüm pazarlarında düşen hammadde fiyatlarından yarar sağlayabilecek konumdadır.

2015 yılında, önümüzdeki dönemdeki fırsatları yakalamak için önemli pazarlardaki yatırımlarımıza devam edeceğiz. Multan (Pakistan), Astana (Kazakistan) ve Duşanbe (Tacikistan) fabrikalarımızın bu yıl faaliyete geçmesini planlıyoruz. Diğer ülkelerdeki üretim kapasitemizi de artan talebe paralel olarak yeni hatlar ekleyerek artırmaya devam ediyoruz.

Beklentilerimize yönelik riskler:

Beklentilerimizin gerçekleşmesine engel oluşturabilecek, aşağıdaki unsurları içeren ancak bunlarla sınırlı olmayan bir takım riskler bulunmaktadır:

Tüketimde hızlı yavaşlama: Satışların tamamının gelişmekte olan ve öncü piyasalardan sağlanıyor olmasına bağlı olarak politik ve ekonomik istikrarsızlık tüketici güvenini bozabilir.

Çatışma ve kargaşa: CCI'nin pazarları ve bu pazarlara yakın ülkelerde özellikle son yıllarda politik ve güvenlik endişeleri söz konusudur. Suriye ve Irak'ta askeri ve sivil çatışmalar meydana gelmektedir. Suriye operasyonlarının CCI'nin konsolide sonuçlarına olan etkisi ihmal edilebilir seviyedeysen, Irak grubun toplam satış hacminin %9'unu oluşturmaktadır. Irak'ta bölgesel ve sivil gerilimin tırmanması şirketin sonuçlarını etkileyebilir.

Kurlardaki devalüasyon: Son dönemde döviz piyasalarında görülen yüksek dalgalanma, CCI'nin pazarlarındaki büyümeyi ve kısa vadede şirketin finansal sonuçlarını olumsuz etkileyebilir. Düşen emtia fiyatları, 2015 yılı için Orta Asya bölgesindeki büyümenin yavaşlamasına yönelik beklenti yaratmaktadır. Buna bağlı olarak, Türkmenistan Manat'ı Ocak 2015'te %19, Azerbaycan Manat'ı ise Şubat 2015'te %34 oranında değer kaybetmiştir. Türkmenistan ve Azerbaycan'daki devalüasyonların ardından bölgedeki mevcut makroekonomik koşullarla beraber, 2015 yılında kur tarafında gerçekleşebilecek negatif etkilerin boyutunu öngörmek zordur. Diğer yandan, CCI, dalgalanmanın yüksek olduğu piyasalarda başarılı bir faaliyet geçmişine sahiptir.

Hammadde fiyatlarında artış: Hammadde fiyatlarında mevcut görünümün aksine olumsuz değişimlerin gerçekleşmesi hammadde maliyetlerini artırma potansiyeline sahip olup, marjlara negatif etki edebilir.

*9 Mart 2015 tarihli Özel Durum Açıklaması ile duyurulan beklentiler.

Mali Tabloların Sunumuna İlişkin Esaslar

Finansal tablolar Seri II, 14.1 nolu "Sermaye Piyasasında Finansal Raporlamaya İlişkin Esaslar Tebliği" hükümlerine uygun olarak hazırlanmıştır. SPK mevzuatına göre raporlama yapan şirketler Tebliğin 5. Maddesine göre Kamu Gözetimi Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu ("KGK") tarafından yayımlanan Türkiye Muhasebe Standartları'nı / Türkiye Finansal Raporlama Standartları ile bunlara ilişkin ek ve yorumları ("TMS/FRS") uygularlar.

Şirket'in işlevsel ve sunum para birimi Türk Lirası (TL) olarak kabul edilmiştir. Yabancı ülkelerdeki bağlı ortaklıklar ve müşterek yönetime tabi teşebbüslerin uluslararası yapısı ve bu şirketlerin işlemlerini USD ağırlıklı gerçekleştirmeleri, Pakistan dışında bu şirketlerin işlevsel para birimini USD olarak belirlemelerine neden olmuştur.

31 Mart 2015 tarihi itibarıyla CCI'nin bağlı ortaklıkları ve müşterek yönetime tabi teşebbüsleri aşağıda sunulduğu gibidir:

İştirak ve Bağlı Ortaklıklar	Ülke	Konsolidasyon Metodu
Coca-Cola Satış ve Dağıtım A.Ş.	Türkiye	Tam Konsolidasyon
Mahmudiye Kaynak Suyu Limited Şirketi	Türkiye	Tam Konsolidasyon
J.V. Coca-Cola Almaty Bottlers LLP	Kazakistan	Tam Konsolidasyon
Azerbaijan Coca-Cola Bottlers LLC	Azerbaycan	Tam Konsolidasyon
Coca-Cola Bishkek Bottlers Closed J. S. Co.	Kırgızistan	Tam Konsolidasyon
CCI International Holland B.V.	Hollanda	Tam Konsolidasyon
Tonus Turkish-Kazakh Joint Venture LLP	Kazakistan	Tam Konsolidasyon
The Coca-Cola Bottling Company of Jordan Ltd.	Ürdün	Tam Konsolidasyon
Turkmenistan Coca-Cola Bottlers	Türkmenistan	Tam Konsolidasyon
(CC) Company for Beverage Industry/Ltd.	Irak	Tam Konsolidasyon
Waha Beverages B.V.	Hollanda	Tam Konsolidasyon
Coca-Cola Beverages Tajikistan LLC	Tacikistan	Tam Konsolidasyon
Al Waha for Soft Drinks, Juices, Min.Water, Plastics and Plastic Caps Prod. LLC	Irak	Tam Konsolidasyon
Coca-Cola Beverages Pakistan Ltd.	Pakistan	Tam Konsolidasyon
Syrian Soft Drink Sales and Distribution LLC	Suriye	Özkaynak Yöntemine göre Konsolidasyon

Mali Tabloların Sunumuna İlişkin Esaslar**FAVÖK Açıklama**

Önceki dönemler ile tutarlı şekilde raporlama açısından FAVÖK hesaplaması SPK'nın finansal tablo kullanım Rehberine göre yapılan sınıflama değişiklik etkilerinden arındırılmış; "Esas faaliyetlerden diğer gelir ve giderler" hesaplarına eklenen kur farkları ile, "Özkaynak yöntemiyle değerlendirilen yatırımların kar / zararındaki paylar"ın etkisi FAVÖK hesaplamasından çıkarılmıştır. 31 Mart 2014 ve 31 Mart 2015 tarihleri itibarıyla, Finansman geliri / gideri öncesi faaliyet karı ve FAVÖK arasındaki mutabakat aşağıdaki gibidir:

FAVÖK (milyon TL)	1Ç15	1Ç14
Finansman gelir gideri öncesi faaliyet karı	75	67
Amortisman ve itfa giderleri	80	74
Kıdem tazminatı ve ücretli izin karşılığı	4	6
Maddi duran varlık değer düşüklüğü karşılığı/ (iptali), net	1	1
Esas faaliyetlerden diğer gelir / gider hesapları içerisindeki kur farkı gelir / gideri	2	3
Özkaynak yöntemiyle değerlendirilen yatırımların kar / zararındaki paylar	0	0
Diğer	0	0
FAVÖK	162	151

Finansal Performansın İncelenmesi Hakkında Önemli Not

FAVÖK; "Finansman geliri / gideri öncesi faaliyet karı" kalemine, amortisman ve itfa giderleri, değer düşüklüğü karşılığı, çalışanlara sağlanan faydalara ilişkin kıdem tazminatı ve izin ödemeleri gibi karşılıklar (yönetim primi karşılıkları hariç) ve diğer nakdi olmayan giderler ile negatif şerefiye, satın alınan bağlı ortaklık yoluyla değer artışı ve duran varlık değer düşüklüğü karşılık iptalini içeren nakdi olmayan gelirlerin eklenmesiyle yapılmaktadır. Lütfen finansal raporun 3 no'lu dipnotuna bakınız.

CCİ Konsolide Gelir Tablosu

(Milyon TL)	Bağımsız İncelemeden Geçmemiş		
	1Ç15	1Ç14	Değişim (%)
Satış Hacmi (Milyon Ünite Kasa)	218	224	(%2,3)
Hasılat	1.203	1.148	%4,8
Satışların Maliyeti	(792)	(753)	%5,3
Brüt Kar	411	395	%3,9
Pazarlama, Satış, Dağıtım Giderleri	(258)	(259)	(%0,4)
Genel Yönetim Giderleri	(77)	(68)	%12,9
Diğer Faaliyet Gelirleri	35	15	%131,9
Diğer Faaliyet Giderleri	(37)	(17)	%120,0
Faaliyet Karı / (zararı)	75	67	%11,2
Yatırım Faaliyetlerinden Gelir / (Giderler)	1	0	%122,3
Özkaynak Yöntemiyle Değerlenen Yatırımlardaki Paylar	(0)	(0)	(%19,4)
Finansman Geliri / Gideri Öncesi Faaliyet Karı / (zararı)	75	67	%11,7
Finansal Gelirler	125	225	(%44,3)
Finansal Giderler	(312)	(271)	%14,9
Vergi Öncesi Faaliyet Karı / (zararı)	(112)	21	a.d.
Ertelenmiş Vergi Geliri / (Gideri)	8	8	(%4,3)
Dönem Vergi Gideri	(10)	(17)	(%38,6)
Dönem Karı / (zararı)	(114)	12	a.d.
Kontrol Gücü Olmayan Paylar	24	10	%148,5
Net Dönem Karı / (zararı)	(91)	22	a.d.
FAVÖK	162	151	%7,0

Türkiye Operasyonu Gelir Tablosu

(Milyon TL)	Bağımsız İncelemeden Geçmemiş		
	1Ç15	1Ç14	Değişim (%)
Satış Hacmi (Milyon Ünite Kasa)	115	124	(%8,0)
Hasılat	626	614	%2,1
Satışların Maliyeti	(376)	(365)	%2,8
Brüt Kar	251	248	%0,9
Pazarlama, Satış, Dağıtım Giderleri	(150)	(160)	(%6,4)
Genel Yönetim Giderleri	(43)	(40)	%6,9
Diğer Faaliyet Gelirleri	36	45	(%20,3)
Diğer Faaliyet Giderleri	(4)	(4)	(%9,1)
Faaliyet Karı / (zararı)	90	89	%1,1
Yatırım Faaliyetlerinden Gelir / (Giderler)	0	(0)	(%181,7)
Finansman Geliri / Gideri Öncesi Faaliyet Karı / (zararı)	90	89	%1,8
Finansal Gelirler	131	216	(%39,5)
Finansal Giderler	(287)	(253)	%13,3
Vergi Öncesi Faaliyet Karı / (zararı)	(66)	51	a.d.
Ertelenmiş Vergi Geliri / (Gideri)	18	9	%107,1
Dönem Vergi Gideri	(0)	(7)	(%94,5)
Dönem Karı / (zararı)	(49)	53	a.d.
Kontrol Gücü Olmayan Paylar	0	0	n/a
Net Dönem Karı / (zararı)	(49)	53	a.d.
FAVÖK	122	120	%1,5

Uluslararası Operasyonlar Gelir Tablosu

(Milyon USD)	Bağımsız İncelemeden Geçmemiş		
	1Ç15	1Ç14	Değişim (%)
Satış Hacmi (Milyon Ünite Kasa)	104	99	%4,8
Hasılat	235	242	(%2,8)
Satışların Maliyeti	(170)	(175)	(%2,9)
Brüt Kar	65	67	(%2,4)
Pazarlama, Satış, Dağıtım Giderleri	(44)	(44)	(%1,4)
Genel Yönetim Giderleri	(16)	(15)	%8,5
Diğer Faaliyet Gelirleri	13	5	%160,5
Diğer Faaliyet Giderleri	(13)	(6)	%137,0
Faaliyet Karı / (zararı)	5	7	(%30,4)
Yatırım Faaliyetlerinden Gelir / (Giderler)	0	0	(%38,8)
Özkaynak Yöntemiyle Değerlenen Yatırımlardaki Paylar	(0)	(0)	(%7,4)
Finansman Geliri / Gideri Öncesi Faaliyet Karı / (zararı)	5	7	(%31,4)
Finansal Gelirler	0	6	(%92,5)
Finansal Giderler	(13)	(11)	%21,0
Vergi Öncesi Faaliyet Karı / (zararı)	(8)	3	a.d.
Ertelenmiş Vergi Geliri / (Gideri)/ (zararı)	(4)	(0)	a.d.
Dönem Vergi Gideri	(4)	(5)	(%12,9)
Dönem Karı / (zararı)	(16)	(2)	a.d.
Kontrol Gücü Olmayan Paylar	10	4	%135,8
Net Dönem Karı / (zararı)	(6)	2	a.d.
FAVÖK	27	30	(%11,1)

CCİ Konsolide Bilanço

(Milyon TL)	Bağımsız	
	İncelemeden Geçmemiş	Bağımsız Denetimden Geçmiş
	31 Mart 15	31 Aralık 14
Dönen Varlıklar	2.456	2.249
Nakit ve Nakit Benzerleri	604	757
Finansal Yatırımlar	0	3
Türev Finansal Araçlar	6	2
Ticari Alacaklar	616	387
İlişkili taraflardan alacaklar	16	36
Diğer Alacaklar	45	35
Stoklar	704	576
Peşin Ödenmiş Giderler	194	202
Cari Dönem Vergisiyle İlgili Varlıklar	98	77
Diğer Dönen Varlıklar	171	175
Duran Varlıklar	5.537	4.953
Diğer Alacaklar	8	6
Maddi Duran Varlıklar	3.780	3.362
Maddi Olmayan Duran Varlıklar	1.037	925
Şerefiye	545	484
Peşin Ödenmiş Giderler	160	175
Ertelenmiş Vergi Varlığı	8	-
Toplam Varlıklar	7.993	7.202
Kısa Vadeli Yükümlülükler	1.682	1.443
Kısa Vadeli Finansal Borçlanmalar	563	515
Uzun Vadeli Borçlanmaların Kısa Vadeli Kısımları	157	113
Türev Finansal Araçlar	1	0
Ticari Borçlar	528	446
İlişkili taraflara borçlar	141	111
Çalışanlara Sağlanan Faydalar Kapsamında Borçlar	21	20
Diğer Borçlar	176	149
Dönem Karı Vergi Yükümlülüğü	1	2
Çalışanlara Sağlanan Faydalara İlişkin Karşılıklar	64	64
Diğer Kısa Vadeli Yükümlülükler	30	23
Uzun Vadeli Yükümlülükler	2.669	2.386
Uzun Vadeli Finansal Borçlanmalar	2.262	2.015
Ticari ve İlişkili Taraflara Borçlar	25	22
Çalışanlara Sağlanan Faydalara İlişkin Karşılıklar	49	51
Ertelenmiş Vergi Yükümlülüğü	236	212
Diğer Uzun Vadeli Yükümlülükler	97	86
Ana Ortaklığa Ait Özkaynaklar	3.224	3.025
Kontrol Gücü Olmayan Paylar	418	348
Toplam Kaynaklar	7.993	7.202

CCİ Nakit Akım Tablosu

Bağımsız İncelemeden Geçmemiş

Dönem Sonu

(Milyon TL)	2014	2015
Faaliyetlerden sağlanan nakit akımı		
İşletme sermayesindeki değişikliklerden önceki faaliyet karı	165	177
Ödenen faiz	(15)	(11)
Alınan faiz	14	11
Ödenen vergiler	(16)	(10)
Kidem tazminatı, yönetim primi ve uzun vadeli teşvik planı ödemeleri	(23)	(25)
Faaliyetlerden sağlanan nakit	124	142
İşletme sermayesindeki değişiklikler	(73)	(161)
Esas faaliyetlerinden sağlanan net nakit	50	(19)
Maddi ve maddi olmayan varlık yatırımları	(138)	(227)
Serbest Nakit Akım	(88)	(246)
Yatırım faaliyetlerinde kullanılan diğer nakit	510	7
Kredilerden sağlanan değişim	(579)	(15)
Nakit akış riskinden korunma kazancı	0	1
Finansman faaliyetlerinden sağlanan net nakit	(579)	(14)
Nakit ve nakit benzerleri üzerindeki çevrim farkı	9	32
Grup içi kredilerden kaynaklanan çevrim farkı	7	70
Yabancı para çevrim farkları	(2)	(1)
Nakit ve nakit benzeri değerlerdeki net artış / (azalış)	(143)	(153)
Dönem başı itibarıyla nakit ve nakit benzeri değerler	917	757
Nakit ve nakit eş değerleri, dönem sonu	773	604

Ülke	İşlevsel Para Birimi
Türkiye	Türk Lirası
Pakistan	Pakistan Rupisi
Kazakistan	ABD Doları
Azerbaycan	ABD Doları
Irak	ABD Doları
Kırgızistan	ABD Doları
Türkmenistan	ABD Doları
Ürdün	ABD Doları
Suriye	ABD Doları
Tacikistan	ABD Doları

Ortalama Döviz Kurları						
	Çeyrek Bazında Kurlar (ABD Doları / Yerel Para Birimi)			Yıllık Bazda Kurlar (ABD Doları / Yerel Para Birimi)		
	1Ç15	1Ç14	Değişim %	2014	2013	Değişim %
Türkiye	2,46	2,21	11%	2,19	1,90	15%
Pakistan	101	104	(2%)	101	102	(1%)
Kazakistan	185	170	8%	179	151	19%
Irak	1200	1165	3%	1188	1165	2%

Dönem Sonu Döviz Kurları						
	(ABD Doları / Yerel Para Birimi)			(ABD Doları / Yerel Para Birimi)		
	1Ç15	2014	Değişim %	2014	2013	Değişim %
Türkiye	2,61	2,32	13%	2,32	2,13	9%
Pakistan	102	101	1%	101	105	(5%)
Kazakistan	186	182	2%	182	154	18%
Irak	1205	1195	1%	1195	1165	3%

Kaynak: TCMB, Bloomberg

Webcast

Coca-Cola İçecek, 6 Mayıs 2015 tarihinde, 16.00 itibarıyla (Londra 14.00 ve New York 9.00), 2015 yılı ilk çeyrek sonuçlarını açıklamak üzere webcasting düzenlemektedir. Webcast sunumunun bir kopyasına www.cci.com.tr adresinden ulaşabilirsiniz. Dinlemek için aşağıdaki linke tıklayabilirsiniz.

[Link için tıklayın](#)

Telefon Numaraları:

+00 800 448 829 508

Konfirmasyon kodu: 9272827

İletişim Bilgileri

Yatırımcı İletişim:

Dr. Deniz Can Yücel
Yatırımcı İlişkileri Müdürü

Tel:+90 216 528 3386
email: deniz.yucel@cci.com.tr

Dr. Nebahat Rodoplu
Yatırımcı İlişkileri Yöneticisi

Tel:+90 216 528 3392
email: nebahat.rodoplu@cci.com.tr

Özge Taşkeli
Yatırımcı İlişkileri Yöneticisi

Tel:+90 216 528 4382
email: ozge.taskeli@cci.com.tr

Medya İletişim:

Burçak Akçay Turkeri
Kurumsal İletişim Müdürü

Tel:+90 216 528 3351
email: burcak.turkeri@cci.com.tr

Şirket Profili

•Coca-Cola sisteminde satış hacmine göre altıncı sırada yer alan Coca-Cola İçecek A.Ş. (CCİ), The Coca-Cola Company (TCCC) markalarından oluşan gazlı ve gazsız içeceklerin üretim, satış ve dağıtımını gerçekleştirmektedir. CCİ Türkiye, Pakistan, Kazakistan, Azerbaycan, Kırgızistan, Türkmenistan, Ürdün, Irak, Suriye ve Tacikistan'da 10 bin çalışanı ile faaliyet göstermektedir.

•CCİ 23 fabrikası ile 370 milyonu aşan tüketici kitlesine gazlı içeceklerin yanı sıra meyve suyu, su, enerji ve sporcu içecekleri, buzlu çay ve çaydan oluşan gazsız içecekler kategorisinde de zengin bir ürün portföyü sunmaktadır.

•CCİ'nin hisseleri Borsa İstanbul'da (BIST) "COLA.IS", Amerikan depo sertifikaları (ADR) ABD'de tezgahüstü piyasalarda "COLAY", Eurobond'u İrlanda Borsası'nda "COLAT" sembolleriyle ile işlem görmektedir.

Reuters	COLA.IS
Bloomberg	COLA TI
ADR-OTC	COLAY
Eurobond – Irish Stock Exchange	COLAT