# 2016 İLK ÇEYREK SONUÇLARI

## Zorlu geçen çeyrekte büyüme korundu

İstanbul, 3 Mayıs 2016 – Coca-Cola İçecek (BIST: CCOLA.IS) 2016 yılı ilk çeyrek sonuçlarını açıkladı:

### İlk Çeyrek Özet

- **Net satış gelirleri,** Türkiye operasyonlarının etkisi ile %8 arttı
- **FAVÖK** %4 gerilerken , FAVÖK marjı %11,9 olarak gerçekleşti
- **Net kar,** geçen yılın ilk çeyreğindeki 91 mn TL zarara karşın, 29 mn TL oldu

## CEO Burak Başarır'ın Yorumları…

*"Sezonsal olarak en küçük dönemimiz olan birinci çeyrekte gelişmekte olan piyasalarda ve coğrafyamızda jeopolitik ve makroekonomik zorluklar devam ederken, hacim ve net gelir büyümesi sağladığımızı paylaşmaktan mutluluk duyuyorum.*

*2016'nın ilk üç ayında Türkiye operasyonumuz düşük tek haneli hacim büyümesi kaydederken, satılan paket sayısı %10 artış ile hacimden daha hızlı büyüdü. Tüketici güveni bu dönemde zayıf kalsa da, başarılı tüketici kampanyaları ve küçük paketlerin toplam paketler içindeki payının artışı ünite kasa başına net gelir büyümesini destekledi.*

*Pakistan operasyonlarının hacmi çift haneli büyürken, rekabet baskısına rağmen, rasyonel iskonto oranları sayesinde kar marjı arttı. Yeni portföy ve paket geliştirmeye, satış noktalarında bulunurluğu artırmaya ve tüm gazlı portföyünde marka değerimizi güçlendirmek için çalışmaya devam edeceğiz.*

*Orta Asya'da 2015 sonunda kurlarda art arda meydana gelen keskin değer kayıpları, 2016'nın ilk çeyreğinde ekonomik aktiviteyi daha da olumsuz etkiledi. Kurlardaki değer kaybının etkilerini azaltmak amacıyla kademeli fiyat artışları yapmaya ve brüt kardaki düşüşü telafi etmek amacıyla faaliyet giderlerimizi etkin bir biçimde yönetmeye devam edeceğiz.*

*Irak'ta petrol fiyatlarındaki düşüşün ardından birinci çeyrekte makroekonomik durum daha da zorlu hale geldi. Bu durum özel tüketimi olumsuz etkilerken hacim rakamlarına hafif daralma olarak yansıdı. Öte yandan Kuzey Irak'ta yaşanan güvenlik sorunları halen geniş bir bölgeye dağıtımı olumsuz etkilemektedir.*

*Yılın geri kalanında en büyük pazarlarımız olan Türkiye'de ve Pakistan'da pozitif ivmeye ve Orta Asya'da makroekonomik göstergelerin beklenenden iyi gerçekleşmesi beklentilerine paralel olarak sağlam sonuçlar açıklamayı bekliyoruz. Bunu ticari uygulamalarımızdaki iyileşme, maliyet ve faaliyet giderlerinde verimli yönetim, güçlü marka değerimizle odaklanarak sağlamayı bekliyoruz. Önemli kapasite yatırımlarını tamamladığımız için, görece düşük yatırım harcamaları ile 2016'da önemli miktarda serbest nakit artışı sağlamayı hedefliyoruz. Her zaman olduğu gibi hissedarlarımız için sürdürülebilir ve karlı büyüme sağlamak için kararlılığımız sürüyor."*

## Önemli Gelir Tablosu Rakamları ve Marjlar

| Konsolide (Milyon TL) | 1Ç16 | 1Ç15 | % Değişim |
|---|---|---|---|
| Satış Hacmi (Milyon Ünite Kasa) | 222 | 218 | %1,5 |
| Hasılat | 1301 | 1203 | %8,2 |
| Brüt Kar | 417 | 411 | %1,7 |
| Faaliyet Karı | 44 | 75 | (%40,5) |
| Faaliyet Karı (Diğer gelir/gider hariç) | 45 | 76 | (%41,4) |
| FAVÖK | 155 | 162 | (%4,1) |
| FAVÖK (Diğer gelir/gider hariç) | 153 | 160 | (%4,7) |
| Vergi Öncesi Faaliyet Karı / (Zararı) | 23 | (112) | (%120,8) |
| Net Dönem Karı / (Zararı) | 29 | (91) | (%132,5) |
| Brüt Kar Marjı | %32,1 | %34,1 | |
| Faaliyet Kar Marjı | %3,4 | %6,2 | |
| Faaliyet Karı Marjı (Diğer gelir/gider hariç) | %3,4 | %6,3 | |
| FAVÖK Marjı | %11,9 | %13,4 | |
| FAVÖK Marjı (Diğer gelir/gider hariç) | %11,7 | %13,3 | |
| Net Kar / (Zarar) Marjı | %2,3 | (%7,5) | |

| Türkiye Operasyonları (Milyon TL) | 1Ç16 | 1Ç15 | % Değişim |
|---|---|---|---|
| Satış Hacmi (Milyon Ünite Kasa) | 116 | 115 | %1,1 |
| Hasılat | 683 | 626 | %9,1 |
| Brüt Kar | 273 | 251 | %9,0 |
| Faaliyet Karı | 118 | 90 | %31,9 |
| Faaliyet Karı (Diğer gelir/gider hariç) | 54 | 58 | (%5,7) |
| FAVÖK | 157 | 122 | %28,7 |
| FAVÖK (Diğer gelir/gider hariç) | 92 | 92 | %0,6 |
| Net Dönem Karı / (Zararı) | 122 | (49) | (%350,0) |
| Brüt Kar Marjı | %40,0 | %40,0 | |
| Faaliyet Kar Marjı | %17,3 | %14,3 | |
| Faaliyet Karı Marjı (Diğer gelir/gider hariç) | %8,0 | %9,2 | |
| FAVÖK Marjı | %23,0 | %19,5 | |
| FAVÖK Marjı (Diğer gelir/gider hariç) | %13,5 | %14,7 | |
| Net Kar / (Zarar) Marjı | %17,8 | (%7,8) | |

| Uluslararası Operasyonlar (Milyon ABD Doları) | 1Ç16 | 1Ç15 | % Değişim |
|---|---|---|---|
| Satış Hacmi (Milyon Ünite Kasa) | 106 | 104 | %2,0 |
| Hasılat | 210 | 235 | (%10,5) |
| Brüt Kar | 49 | 65 | (%24,7) |
| Faaliyet Karı | (6) | 5 | (%226,5) |
| Faaliyet Karı (Diğer gelir/gider hariç) | (6) | 5 | (%220,4) |
| FAVÖK | 19 | 27 | (%31,4) |
| FAVÖK (Diğer gelir/gider hariç) | 18 | 26 | (%31,9) |
| Net Dönem Karı / (Zararı) | (12) | (6) | %90,1 |
| Brüt Kar Marjı | %23,3 | %27,7 | |
| Faaliyet Kar Marjı | (%2,8) | %2,0 | |
| Faaliyet Karı Marjı (Diğer gelir/gider hariç) | (%3,0) | %2,3 | |
| FAVÖK Marjı | %8,8 | %11,5 | |
| FAVÖK Marjı (Diğer gelir/gider hariç) | %8,3 | %10,9 | |
| Net Kar / (Zarar) Marjı | (%5,6) | (%2,6) | |

# Faaliyet Bölümlerinin İncelenmesi

## Konsolide

Yılın ilk çeyreğinde konsolide satış hacmi, geçen yılın aynı dönemine göre %1,5 artışla 222 milyon ünite kasa oldu. Türkiye satış hacmi pozitif gerçekleşirken, Orta Asya ve Irak'ta devam eden olumsuz koşullar Pakistan'daki çift haneli büyümeye rağmen uluslararası operasyonların satış hacmini yavaşlattı.

Gazlı içecekler kategorisi yılın ilk çeyreğinde uluslararası operasyonlardaki %2,0'lik kategori büyümesine rağmen %2,9 daraldı. Aynı dönemde, gazsız içecekler kategorisi, özellikle Türkiye operasyonlarında su kategorisindeki güçlü büyümeyle %17,3 hacim artışı kaydetti. Gazlı içecek kategorisinin toplam satış hacmindeki payı 2015'nın ilk çeyreğinde %69 iken bu yılın ilk çeyreğinde %66 oldu.

## Türkiye

Türkiye operasyonunun satış hacmi, 2016 yılının ilk çeyreğinde %1,1 artışla 116 mn ünite kasa oldu. Ocak ayındaki olumsuz hava koşulları ile Şubat ve Mart ayında zayıf seyreden tüketici güveni satış hacmindeki ivmeyi olumsuz etkiledi. Diğer yandan, satılan paket sayısındaki artış, %9,5 ile ünite kasa satış hacim artışının üzerinde gerçekleşmeye devam etti. İlk çeyrekte, satış hacmi ve satılan paket sayısındaki artış, 'Takımınla Kol Kola' ve 'Tadını Çıkar' gibi başarılı tüketici kampanyalarıyla desteklendi.

Gazlı içecek kategorisinin satış hacmi büyük ölçüde büyük paketlerdeki daralmaya bağlı olarak %10,0 gerilerken, satılan paket sayısı yatay seyretti. Markalar arasında, Coca-Cola Zero ve Sprite sırasıyla %10,0 ve %10,8 hacim artışıyla kategori genelinin üzerinde performans sergiledi. Gazlı içecek kategorisinde yerinde tüketime yönelik küçük paketlerin payı geçen yılın aynı dönemine göre 2 puan artarak %20'yi geçti.

Gazsız içecek kategorisi, ilk çeyrekte, hem su hem de gazsız içecek kategorilerindeki çift haneli artışın etkisi ile %24,6 büyüdü. İlk çeyrekte, gazsız içecekler içindeki tüm alt kategoriler büyüme kaydederken, buzlu çay ve su kategorileri %30'un üzerinde hacim artışı gösterdi.

Çay kategorisi ise, yılın ilk çeyreğinde hafif bir daralma kaydetti. Yılın ilk çeyreğinde çay hariç, Türkiye operasyonlarının satış hacmi %1,4 artış gösterdi.

## Uluslararası Operasyonlar

Uluslararası operasyonların satış hacmi, geçen yılın ilk çeyreğindeki %4,8 büyümenin ardından, bu yılın ilk çeyreğinde %2,0 artışla 106 milyon ünite kasa oldu. Pakistan satış hacmi güçlü çift haneli büyüme kaydederken, Orta Asya pazarlarındaki zayıflık ve Irak'taki yavaşlama, ilk çeyrekteki hacim artışını sınırladı.

Pakistan satış hacmi, ilk çeyrekte 'Share a Coke' ve 'Sprite & Spicy gibi başarılı pazarlama aktiviteleriyle %12,7 artış kaydetti. Etkin iskonto stratejisiyle birlikte, hem Coca-Cola hem Sprite markaları güçlü büyüme gösterdi.

Orta Asya operasyonlarının satış hacmi, 2015 sonunda Kazakistan ve Azerbaycan'daki sert devalüasyonların ardından zayıf seyreden tüketici güveni ve makroekonomik ortama bağlı olarak 2016'nın ilk çeyreğinde %11,5 daraldı. Türkmenistan ve Kırgızistan pazarlarında satış hacimleri, ilk çeyrekte gazlı içecek kategorisine bağlı olarak artmaya başlarken, Kazakistan ve Azerbaycan gibi büyük pazarlardaki daralma, Orta Asya genelinde satış hacmini olumsuz etkiledi.

Orta Doğu operasyonlarının satış hacmi ise ilk çeyrekte %2,0 arttı. Irak operasyonlarının satış hacmi, bölgedeki jeopolitik koşullar, makroekonomik görünümdeki bozulma ve Kuzey Irak'taki artan güvenlik sorunları nedeniyle %1,6 daraldı. Ürdün ise, başarılı tüketici kampanyaları ve Coca-Cola 2 litrelik paketin lansmanına bağlı olarak %32,3 hacim artışı kaydetti.

# Finansal Performans

## Net Satışlar

**Konsolide:** Konsolide net satışlar 2016 yılının ilk çeyreğinde %8,2 artarak 1,3 milyar TL oldu. Ünite kasa başına net satışlar büyük ölçüde Türkiye operasyonlarına ve uluslararası operasyonların çevrim farkına bağlı olarak ilk çeyrekte %6,5 artış göstererek 5,87 TL oldu.

**Türkiye:** Net satışlar 2016 yılının ilk çeyreğinde %9,1 artarak 683 milyon TL oldu. Ünite kasa başına net satışlar ise, küçük paketlerin payındaki artışın olumlu etkisi ve Coca-Cola 1lt paketteki fiyat artışıyla beraber %7,9 artarak 5,90 TL oldu.

**Uluslararası Operasyonlar:** Net satışlar ilk çeyrekte %10,5 azalarak 210 milyon ABD doları oldu. Ünite kasa başına net satışlar ise, büyük ölçüde Orta Asya'daki ortalama fiyatların dolar bazında daha düşük olmasına bağlı olarak %12,3 gerileyerek 1,98 ABD doları oldu.

## Faaliyet Karlılığı

Yılın ilk çeyreğinde, konsolide brüt kar marjı büyük ölçüde uluslararası operasyonlardaki marj daralmasına bağlı olarak 2,0 puan gerileyerek %32,1 oldu. Kurlardaki sert devalüasyonların ardından, Orta Asya'da tüketim beklentilere paralel olarak halen kırılgan bir seyir izlerken, bu durum fiyatlandırma üzerinde baskı yaratarak daha düşük brüt kar marjlarına yol açmaktadır. Pakistan'da etkin iskonto stratejisiyle desteklenen brüt karlılık artışına rağmen, Orta Asya operasyonlarının brüt karlılığındaki önemli azalma, uluslararası operasyonlar genelinde brüt kar marjını 2015'in ilk çeyreğindeki %27,7 seviyesinden 2016'nın ilk çeyreğinde%23,3 seviyesine çekti. Diğer yandan, Türkiye operasyonlarında ünite kasa başına gelirdeki artış, Türk Lirası'nın Dolar karşısındaki değer kaybından kaynaklanan maliyet artışını büyük ölçüde telafi ederek brüt kar marjının yatay seyretmesini sağladı.

Faaliyet karlılığı tarafında, Türkiye operasyonlarının faaliyet giderleri büyük ölçüde yerel 'Takımınla Kol Kola' ve global 'Tadını Çıkar' pazarlama kampanyalarına bağlı olarak ilk çeyrekte %13 arttı. Bununla beraber, Türkiye operasyonlarında FAVÖK %28,7 yükselirken, FAVÖK marjı 3,5 puan arttı. Artışa, Orta Asya operasyonlarından gelen temettü ödemelerinin tahakkuku da katkı sağladı.

Uluslararası operasyonların faaliyet giderleri ise, ilk çeyrekte geçen yılın aynı dönemine göre daha düşük gerçekleşti. Ancak, uluslararası operasyonların FAVÖK marjı, düşük brüt karlılığa bağlı olarak 2,7 puan geriledi.

Sonuç olarak konsolide FAVÖK marjı, yılın ilk çeyreğinde 1,5 puan daralarak %11,9 oldu.

# Finansal Performans

## Finansal Giderler

Finansal giderler 2015 yılının ilk çeyreğinde 187 milyon TL seviyesinde iken, 2016 yılının ilk çeyreğinde 20 milyon TL olarak gerçekleşti. Geçen yılın ilk çeyreğinde 155 mn TL nakdi olmayan kur farkı gideri kaydedilirken, bu yılın ilk çeyreğinde Türk Lirası'ndaki değer artışına bağlı olarak 18 mn TL kur farkı geliri oluşması, finansal giderlerin gerilemesini sağladı.

| **Finansal Gelirler / (Giderler) (milyon TL)** | **1Ç16** | **1Ç15** |
|---|---|---|
| Faiz geliri | 11 | 11 |
| Faiz gideri (-) | (40) | (43) |
| Kur farkı geliri / (gideri) | (26) | 102 |
| Gerçekleşen kur farklı geliri / (gideri) - Krediler | (0) | 0 |
| Gerçekleşmeyen kur farklı geliri / (gideri) | 44 | (256) |
| Türev işlemlerinden elde edilen gelir / (gider) | (9) | (0) |
| **Finansal Gelirler / (Giderler) Net** | **(20)** | **(187)** |

*Net Kur Farkı geliri / (gideri) = [Kur farkı geliri, net] + [Kur farkı gideri krediler, net]

## Net Kar

Coca-Cola İçecek, 2015'in ilk çeyreğindeki 91 milyon TL zarara kıyasla, bu yılın ilk çeyreğinde daha düşük finansal giderlerin de etkisiyle 29 milyon TL kar elde etti.

## Yatırım Harcamaları

Yatırım harcamaları ağırlıklı olarak arazi, bina, makine ve soğutucu yatırımlarından oluşmaktadır. 2015 yılında önemli kapasite yatırımlarının tamamlanmasının ardından, yatırım harcamalarının satışlara oranı, 2015 yılının ilk çeyreğindeki %18,9'a kıyasla bu yılın ilk çeyreğinde %10,7 oldu.

| **Yatırım Harcamaları (milyon TL)** | **1Ç16** | **1Ç15** |
|---|---|---|
| Maddi ve maddi olmayan varlık yatırımları | 140 | 227 |
| Birleşme ve satın almalar | 0 | 0 |
| **Toplam** | **140** | **227** |

2016'nın ilk çeyreğinde, yatırım harcamalarının %56'sı Türkiye operasyonlarında, %44'ü ise uluslararası operasyonlarda kullanıldı.

# Finansal Detaylar

## Serbest Nakit Akımı

Esas faaliyetlerden sağlanan net nakit, yılın ilk çeyreğinde işletme sermayesinde geçen yıla kıyasla görülen iyileşmenin de katkısıyla pozitife döndü. 2015'in ilk çeyreğine göre düşük kapasite yatırımları da bu yılın ilk çeyreğinde serbest nakit akımına katkı sağladı.

| Serbest Nakit Akımı (milyon TL) | 1Ç16 | 1Ç15 |
|---|---|---|
| Esas faaliyetlerinden sağlanan net nakit | 103 | (19) |
| Maddi ve maddi olmayan varlık yatırımları | (140) | (227) |
| **Serbest Nakit Akımı** | **(37)** | **(246)** |

## Borç Yapısı

Konsolide borç 31 Mart 2016 itibariyle 2015 yıl sonuna göre önemli bir değişim göstermeyerek 1,151 milyar ABD doları seviyesinde kaldı. Konsolide nakit aynı dönemde 39 milyon dolar azalarak 305 milyon ABD doları oldu.

Finansal borçların %77'si ABD Doları, %19'u Euro, %3'ü Pakistan Rupisi, %1'si ise TL, Ürdün Dinarı ve Kazak Tengesi cinsindendir.

2016 ilk çeyrek sonu itibariyle konsolide ortalama borç vadesi 2,7 yıl olup, toplam borç portföyümüzün vadesi aşağıdaki gibidir:

| Vade Tarihi | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2023 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Borcun %'si | %13,7 | %6,4 | %57,2 | %3,2 | %9,1 | %10,4 |

31 Aralık 2015 itibariyle 816 milyon ABD doları olan konsolide net borçlar 31 Mart 2016 itibariyle 846 milyon ABD doları oldu. 31 Mart 2016 itibariyle Net Borç/FAVÖK oranı 2,29x oldu.

| Finansal Kaldıraç Oranları | 1Ç16 | 2015 |
|---|---|---|
| Net Borç / FAVÖK | 2,29 | 2,26 |
| Borç Oranı (Toplam Fin. Borç / Toplam Varlıklar) | %37 | %38 |
| Fin. Borç / Sermaye Toplamı | %81 | %81 |

*Son 12 aylık FAVÖK

## Geleceğe Yönelik Beklentiler

İlk çeyreğin ardından, Türkiye'de düşük tek haneli, uluslararası operasyonlarda düşük-orta tek haneli, konsolide bazda ise düşük-orta tek haneli satış hacmi artışına yönelik 2016 beklentimizi koruyoruz. Net satış gelirlerindeki artışın hacim artışının üzerinde olmasını, konsolide FAVÖK marjının ise 2015 yılına göre yatay seyretmesini öngörüyoruz.

Bununla beraber, faaliyet coğrafyamızdaki makroekonomik ve jeopolitik riskleri göz önünde bulundurarak temkinli olmaya devam ediyoruz. Petrol fiyatlarında görülen bir miktar iyileşmeye karşın, kurlardaki devalüasyonların olumsuz etkileri Orta Asya'da tüketici güvenini ve ekonomik büyümeyi baskı altında tutmaya devam etmektedir. Gelişmekte olan piyasalarla ilgili kaygılar ve Çin'de öngörülenden daha büyük bir yavaşlama da bölgesel ihracatı olumsuz etkileyerek Orta Asya'daki ekonomik görünümü daha da zayıf hale getirebilir.

Irak'ta makroekonomik riskler daha fazla hissedilmekte olup, emtia fiyatlarındaki görünüme bağlı olarak kurda devalüasyon riski halen mevcuttur.

Diğer yandan, iki büyük pazarımız olan Türkiye ve Pakistan için temkinli ama iyimseriz. Türkiye'de küçük paketlerin payındaki artışın yıl boyunca karlılığı desteklemesini bekliyoruz. Bununla beraber, düşük tüketici güveni ve turizm aktivitesindeki azalma aşağı yönlü risk yaratabilir. Pakistan'da ise dengeli bir satış hacmi ve karlılık artışı öngörüyoruz.

**Beklentilerimize yönelik riskler:**

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

Politik ve ekonomik istikrarsızlık: Satış gelirlerinin tamamının gelişmekte olan ve öncü piyasalardan sağlanıyor olmasına bağlı olarak, politik ve ekonomik istikrarsızlık tüketici güvenini bozabilir, tüketimde hızlı yavaşlamaya neden olabilir.

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

Kurlardaki dalgalanma: Son dönemde döviz piyasalarında görülen yüksek dalgalanma, CCİ'nin pazarlarındaki büyümeyi ve kısa vadede şirketin finansal sonuçlarını olumsuz etkileyebilir. Düşen emtia fiyatlarıyla beraber, Orta Asya'daki ekonomik büyümenin 2016 yılında da baskı altında olması beklenmektedir.

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

## 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/TFRS") 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 2016 tarihi itibariyle CCİ'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 | Tükmenistan | Tam Konsolidasyon |
| (CC) Company for Beverages 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 değerlenen yatırımların kar / zararındaki paylar"ın etkisi FAVÖK hesaplamasından çıkarılmıştır. 31 Mart 2016 ve 31 Mart 2015 tarihleri itibariyle, Finansman geliri / gideri öncesi faaliyet karı ve FAVÖK arasındaki mutabakat aşağıdaki gibidir:

| FAVÖK (milyon TL) | 1Ç16 | 1Ç15 |
|---|---|---|
| Finansman gelir gideri öncesi faaliyet karı | 44 | 75 |
| Amortisman ve itfa giderleri | 103 | 80 |
| Kıdem tazminatı ve ücretli izin karşılığı | 5 | 4 |
| Maddi duran varlık değer düşüklüğü karşılığı/ (iptali), net | 0,5 | 0,5 |
| Esas faaliyetlerden diğer gelir / gider hesapları içerisindeki kur farkı gelir / gideri | 3 | 2 |
| Özkaynak yöntemiyle değerlenen yatırımların kar / zararındaki paylar | 0,3 | 0,3 |
| **FAVÖK** | **155** | **162** |

### 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 | | |
|---|---|---|---|
| | 1Ç16 | 1Ç15 | Değişim (%) |
| **Satış Hacmi (Milyon Ünite Kasa)** | **222** | **218** | **%1,5** |
| Hasılat | 1.301 | 1.203 | %8,2 |
| Satışların Maliyeti | (884) | (792) | %11,5 |
| **Brüt Kar** | **417** | **411** | **%1,7** |
| Pazarlama, Satış, Dağıtım Giderleri | (293) | (258) | %13,8 |
| Genel Yönetim Giderleri | (80) | (77) | %3,7 |
| Diğer Faaliyet Gelirleri | 29 | 35 | (%18,0) |
| Diğer Faaliyet Giderleri | (29) | (37) | (%21,0) |
| **Faaliyet Karı / (zararı)** | **44** | **75** | **(%40,5)** |
| Yatırım Faaliyetlerinden Gelir / (Giderler) | (1) | 1 | a.d. |
| Özkaynak Yöntemiyle Değerlenen Yatırımlardaki Paylar | 0 | 0 | %10,3 |
| **Finansman Geliri / Gideri Öncesi Faaliyet Karı / (zararı)** | **44** | **75** | **(%41,8)** |
| Finansal Gelirler | 94 | 125 | (%24,8) |
| Finansal Giderler | (114) | (312) | (%63,3) |
| **Vergi Öncesi Faaliyet Karı / (zararı)** | **23** | **(112)** | **(%120,8)** |
| Ertelenmiş Vergi Geliri / (Gideri) | (6) | 8 | (%172,8) |
| Dönem Vergi Gideri | (12) | (10) | %19,8 |
| **Dönem Karı / (zararı)** | **5** | **(114)** | **(%104,5)** |
| Kontrol Gücü Olmayan Paylar | 24 | 24 | %2,7 |
| **Net Dönem Karı / (zararı)** | **29** | **(91)** | **(%132,5)** |
| | | | |
| **FAVÖK** | **155** | **162** | **(%4,1)** |

## Türkiye Operasyonu Gelir Tablosu

| (Milyon TL) | Bağımsız İncelemeden Geçmemiş | | |
|---|---|---|---|
| | 1Ç16 | 1Ç15 | Değişim (%) |
| **Satış Hacmi (Milyon Ünite Kasa)** | **116** | **115** | **%1,1** |
| Hasılat | 683 | 626 | %9,1 |
| Satışların Maliyeti | (410) | (376) | %9,2 |
| **Brüt Kar** | **273** | **251** | **%9,0** |
| Pazarlama, Satış, Dağıtım Giderleri | (174) | (150) | %16,2 |
| Genel Yönetim Giderleri | (44) | (43) | %3,6 |
| Diğer Faaliyet Gelirleri | 67 | 36 | %86,5 |
| Diğer Faaliyet Giderleri | (3) | (4) | (%17,9) |
| **Faaliyet Karı / (zararı)** | **118** | **90** | **%31,9** |
| Yatırım Faaliyetlerinden Gelir / (Giderler) | 0 | 0 | a.d. |
| Özkaynak Yöntemiyle Değerlenen Yatırımlardaki Paylar | 0 | 0 | a.d. |
| **Finansman Geliri / Gideri Öncesi Faaliyet Karı / (zararı)** | **119** | **90** | **%31,9** |
| Finansal Gelirler | 98 | 131 | (%24,7) |
| Finansal Giderler | (86) | (287) | (%70,2) |
| **Vergi Öncesi Faaliyet Karı / (zararı)** | **132** | **(66)** | **(%298,3)** |
| Ertelenmiş Vergi Geliri / (Gideri) | (5) | 18 | (%126,4) |
| Dönem Vergi Gideri | (5) | 0 | %1333,9 |
| **Dönem Karı / (zararı)** | **122** | **(49)** | **(%350,0)** |
| Kontrol Gücü Olmayan Paylar | 0 | 0 | a.d. |
| **Net Dönem Karı / (zararı)** | **122** | **(49)** | **(%350,0)** |
| | | | |
| **FAVÖK** | **157** | **122** | **%28,7** |

## Uluslararası Operasyonlar Gelir Tablosu

| (Milyon ABD Doları) | Bağımsız İncelemeden Geçmemiş | | |
|---|---|---|---|
| | 1Ç16 | 1Ç15 | Değişim (%) |
| **Satış Hacmi (Milyon Ünite Kasa)** | **106** | **104** | **%2,0** |
| Hasılat | 210 | 235 | (%10,5) |
| Satışların Maliyeti | (161) | (170) | (%5,1) |
| **Brüt Kar** | **49** | **65** | **(%24,7)** |
| Pazarlama, Satış, Dağıtım Giderleri | (40) | (44) | (%7,7) |
| Genel Yönetim Giderleri | (15) | (16) | (%5,8) |
| Diğer Faaliyet Gelirleri | 9 | 13 | (%27,3) |
| Diğer Faaliyet Giderleri | (9) | (13) | (%33,8) |
| **Faaliyet Karı / (zararı)** | **(6)** | **5** | **(%226,5)** |
| Yatırım Faaliyetlerinden Gelir / (Giderler) | 0 | 0 | a.d |
| Özkaynak Yöntemiyle Değerlenen Yatırımlardaki Paylar | 0 | 0 | a.d |
| **Finansman Geliri / Gideri Öncesi Faaliyet Karı / (zararı)** | **(6)** | **5** | **(%234,4)** |
| Finansal Gelirler | 1 | 0 | %122,6 |
| Finansal Giderler | (12) | (13) | (%4,3) |
| **Vergi Öncesi Faaliyet Karı / (zararı)** | **(18)** | **(8)** | **%131,8** |
| Ertelenmiş Vergi Geliri / (Gideri) | 0 | (4) | (%92,0) |
| Dönem Vergi Gideri | (2) | (4) | (%51,7) |
| **Dönem Karı / (zararı)** | **(20)** | **(16)** | **%26,1** |
| Kontrol Gücü Olmayan Paylar | 8 | 10 | (%14,9) |
| **Net Dönem Karı / (zararı)** | **(12)** | **(6)** | **%90,1** |
| | | | |
| **FAVÖK** | **19** | **27** | **(%31,4)** |

## CCİ Konsolide Bilanço

| (Milyon TL) | Bağımsız İncelemeden Geçmemiş 31 Mart 16 | Bağımsız Denetimden Geçmiş 31 Aralık 15 |
|---|---|---|
| **Dönen Varlıklar** | **2.715** | **2.658** |
| Nakit ve Nakit Benzerleri | 857 | 1.002 |
| Finansal Yatırımlar | 9 | 0 |
| Türev Finansal Araçlar | 0 | 0 |
| Ticari Alacaklar | 611 | 448 |
| İlişkili taraflardan alacaklar | 63 | 110 |
| Diğer Alacaklar | 35 | 34 |
| Stoklar | 672 | 621 |
| Peşin Ödenmiş Giderler | 176 | 141 |
| Cari Dönem Vergisiyle İlgili Varlıklar | 69 | 70 |
| Diğer Dönen Varlıklar | 223 | 232 |
| **Duran Varlıklar** | **6.194** | **6.288** |
| Diğer Alacaklar | 14 | 17 |
| Maddi Duran Varlıklar | 4.320 | 4.367 |
| Maddi Olmayan Duran Varlıklar | 1.124 | 1.154 |
| Şerefiye | 591 | 607 |
| Peşin Ödenmiş Giderler | 146 | 141 |
| Ertelenmiş Vergi Varlığı | 0 | 2 |
| **Toplam Varlıklar** | **8.909** | **8.946** |
| | | |
| **Kısa Vadeli Yükümlülükler** | **1.659** | **1.522** |
| Kısa Vadeli Finansal Borçlanmalar | 181 | 253 |
| Uzun Vadeli Borçlanmaların Kısa Vadeli Kısımları | 343 | 310 |
| Türev Finansal Araçlar | 6 | 11 |
| Ticari Borçlar | 655 | 517 |
| İlişkili taraflara borçlar | 171 | 156 |
| Çalışanlara Sağlanan Faydalar Kapsamında Borçlar | 20 | 22 |
| Diğer Borçlar | 193 | 174 |
| Dönem Karı Vergi Yükümlülüğü | 0 | 1 |
| Çalışanlara Sağlanan Faydalara İlişkin Karşılıklar | 56 | 48 |
| Diğer Kısa Vadeli Yükümlülükler | 34 | 30 |
| **Uzun Vadeli Yükümlülükler** | **3.205** | **3.282** |
| Uzun Vadeli Finansal Borçlanmalar | 2.738 | 2.811 |
| Ticari ve İlişkili Taraflara Borçlar | 21 | 21 |
| Çalışanlara Sağlanan Faydalara İlişkin Karşılıklar | 54 | 52 |
| Ertelenmiş Vergi Yükümlülüğü | 279 | 282 |
| Diğer Uzun Vadeli Yükümlülükler | 113 | 116 |
| **Ana Ortaklığa Ait Özkaynaklar** | **3.561** | **3.609** |
| Kontrol Gücü Olmayan Paylar | 485 | 533 |
| **Toplam Kaynaklar** | **8.909** | **8.946** |

# CCİ Nakit Akım Tablosu

| | Bağımsız İncelemeden Geçmemiş Dönem Sonu | |
|---|---|---|
| **(Milyon TL)** | **1Ç15** | **1Ç16** |
| Faaliyetlerden sağlanan nakit akımı | | |
| İşletme sermayesindeki değişikliklerden önceki faaliyet karı | 177 | 159 |
| Ödenen faiz | (11) | (11) |
| Alınan faiz | 11 | 11 |
| Vergi Varlık ve Yükümlülüklerindeki Değişiklikler | (10) | (18) |
| Kıdem tazminatı, yönetim primi ve uzun vadeli teşvik planı ödemeleri | (25) | (18) |
| **Faaliyetlerden sağlanan nakit** | **142** | **122** |
| İşletme sermayesindeki değişiklikler | (161) | (20) |
| **Esas faaliyetlerinden sağlanan net nakit** | **(19)** | **103** |
| Maddi ve maddi olmayan varlık yatırımları | (227) | (140) |
| **Serbest Nakit Akım** | **(246)** | **(37)** |
| Yatırım faaliyetlerinde kullanılan diğer nakit | 7 | (7) |
| Kredilerden sağlanan değişim | (15) | (77) |
| Ödenen temettüler | 0 | 0 |
| Nakit akış riskinden korunma kazancı | 1 | (5) |
| **Finansman faaliyetlerinden sağlanan net nakit** | **(14)** | **(82)** |
| Nakit ve nakit benzerleri üzerindeki çevrim farkı | 32 | (11) |
| Grup içi kredilerden kaynaklanan çevrim farkı | 70 | (14) |
| Yabancı para çevrim farkları | (1) | 6 |
| Nakit ve nakit benzeri değerlerdeki net artış / (azalış) | (153) | (146) |
| Dönem başı itibariyle nakit ve nakit benzeri değerler | 757 | 1.002 |
| **Nakit ve nakit eşdeğerleri, dönem sonu** | **604** | **857** |

## İleriye Dönük Beyanlara İlişkin Açıklama

Bu bilgilendirme notu Coca-Cola İçecek'in (CCİ) 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. CCİ'nin beklentilerinin gerçek sonuçlardan büyük ölçüde farklı olmasına neden olacak önemli etkenler, bunlarla sınırlı olmamak üzere: CCİ'nin The Coca-Cola Company ile olan ilişkisindeki ve şişeleyici anlaşmasıyla belirlenen haklarını icra etmesindeki değişiklikler, CCİ'nin piyasadaki rekabetçi konumunu sürdürme ve iyileştirme yeteneği, CCİ'nin hammadde ve ambalaj malzemelerini uygun fiyatlarla tedarik edebilmesi, CCİ'nin belli pay sahipleriyle olan ilişkisinde değişiklik, piyasalardaki CCİ ürünlerine olan talep seviyesi, Türk Lirası ve CCİ'nin diğer pazarlarındaki kurların değerinde yaşanan dalgalanmalar, Türkiye'deki ve CCİ'nin diğer pazarlarındaki enflasyon seviyesi, Türkiye ve CCİ'nin diğer pazarlarında politik ve ekonomik ortamdaki değişiklikler, yaz aylarında yaşanabilecek kötü hava koşulları, Türkiye'deki turizm seviyesinde değişiklikler, CCİ'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, CCİ'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 CCİ'nin bu tarihten sonra oluşabilecek değişiklikler için bu beyanları güncelleme zorunluluğu yoktur.

## Webcast

Coca-Cola İçecek, 4 Mayıs 2016 tarihinde, 15.00 itibarıyla (Londra 13:00 ve New York 8:00), 2016 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:
90212 375 5275
Konfirmasyon kodu: 9548276

## İletişim Bilgileri

**Yatırımcı İletişim:**

Çiğdem Güres Erden — Tel:+90 216 528 4490
Hazine ve Yatırımcı İlişkileri Direktörü — email: cigdem.gures@cci.com.tr

Dr. Deniz Can Yücel — Tel:+90 216 528 3386
Yatırımcı İlişkileri Müdürü — email: deniz.yucel@cci.com.tr

Dr. Nebahat Rodoplu — Tel:+90 216 528 3392
Yatırımcı İlişkileri Yöneticisi — email: nebahat.rodoplu@cci.com.tr

Özge Taşkeli — Tel:+90 216 528 4382
Yatırımcı İlişkileri Yöneticisi — email: ozge.taskeli@cci.com.tr

**Medya İletişim:**

Burçak Akçay Turkeri — Tel:+90 216 528 3351
Kurumsal İletişim Müdürü — email: burcak.turkeri@cci.com.tr

## Şirket Profili

•Coca-Cola sisteminde satış hacmine göre beşinci 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 binden fazla çalışanı ile faaliyet göstermektedir.

•CCİ 25 fabrikası ile yaklaşık 380 milyon 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) "CCOLA.IS", Amerikan depo sertifikaları (ADR) ABD'de tezgahüstü piyasalarda "COLAY", Eurobond'u İrlanda Borsası'nda "CCOLAT" sembolleriyle ile işlem görmektedir.

| | |
|---|---|
| **Reuters** | **CCOLA.IS** |
| **Bloomberg** | **CCOLA TI** |
| **ADR-OTC** | **COLAY** |
| **Eurobond – Irish Stock Exchange** | **CCOLAT** |