

## 2015 SONUÇLARI

### Zorlu bir yılda hacim, satış geliri ve FAVÖK büyümesi

İstanbul, 2 Mart 2016 – Coca-Cola İçecek (BIST: COLA.IS) 2015 yılına ilişkin sonuçlarını açıkladı:

#### Dördüncü Çeyrek Özet

- **Net satış gelirleri**, Türkiye operasyonlarının etkisi ile %18 arttı
- **FAVÖK** %37 artarken, FAVÖK marjı %7,6 olarak gerçekleşti
- **Net kar**, geçen yılın aynı çeyreğindeki 37 mn TL zarara karşın, 4 mn TL oldu

#### 2015 Özet

- **Net satış gelirleri**, Türkiye'deki güçlü fiyatlandırmanın etkisiyle %12 arttı
- **FAVÖK**, Türkiye'nin iyileşen karlılığıyla birlikte %9 yükseldi
- **Net kar** 2014'te 315mn TL iken, kur farkı zararlarının etkisiyle 2015'te 117mn TL oldu

### CEO Burak Başarır'ın Yorumları...

"Zor bir yılı geride bırakırken, tüm zorluklara rağmen, yılın ikinci yarısındaki finansal performansın yardımıyla hacim, ciro ve FAVÖK bazında büyüme sağladığımız için mutluluk duyuyorum. Bu sonuçlar, Orta Asya'da ekonomik kriz, Irak'ta güvenlik problemleri, Pakistan'da zorlu rekabet ve Türkiye'de düşük tüketici güveni koşulları altında elde edilmiştir. Tüm bu olumsuzluklara rağmen, başarılı fiyatlama stratejileri ve sürekli gelişen pazar uygulamaları sonucu çift haneli net satış geliri büyümesi sağladık. Ayrıca, hammadde fiyatlarını ve maliyetlerin kur riskini efektif olarak hedge ettik ve faaliyet verimliliğine odaklanarak konsolide bazda faaliyet karı marjındaki daralmayı sınırlandırdık.

Türkiye operasyonları yılın ikinci yarısında beklentilerimize paralel olarak daha iyi performans gösterdi. Yılın büyük bölümünde düşük seyreden tüketici güvenine rağmen, satılan paket sayısındaki artış ve başarılı tüketici promosyonları sayesinde güçlü bir gelir büyümesi sağlandı. Bununla birlikte, Türkiye operasyonlarının faaliyet karı marjı, güçlü fiyatlama, efektif maliyet ve faaliyet gideri yönetimi sayesinde yıllık bazda iyileşme gösterdi.

2014 yılında hızlanan pazar payı kazanımının ardından, 2015 yılında Pakistan'da rekabet daha yoğun oldu. Rakibimiz ile aramızdaki ticari iskontoların farkının yansımaları olarak, hacim büyümesi çeyrekler bazında oldukça dalgalı bir seyir izledi. Pakistan'da pazarın yüksek potansiyelinden faydalanmak için marka değerimize ve pazar uygulamalarına odaklanmaya devam edeceğiz.

Orta Asya ülkelerinde düşen petrol fiyatları ve kurlardaki yüksek devalüasyonlar genel ekonomiyi olumsuz etkiledi. Başarılı tüketici kampanyaları ve yeni ürün sunumları ile tüm Orta Asya'da pazar payımızı artırdığımız için mutluluk duyuyorum. Bu zorlu ortamda, satın alınabilir ürünlerle tüketici bazımızı korumaya ve tüketici ortamı iyileştirmede mevcut potansiyeli yakalamaya odaklanacağız.

Irak'ta 2014 yılına göre değişen bazdan dolayı hacim artışı gerçekleşmezken, Kuzey Irak'ta devam eden güvenlik sorunlarına rağmen iş planımızdan daha iyi performans gösterdik; Güney Irak'ta Coca-Cola markasında sağlanan çift haneli büyüme ile pazar payımızı artırdık. Bu pazarda potansiyeli değerlendirmek için yetenek gelişimine yoğunlaşmaya devam edeceğiz.

Kritik kapasite yatırımlarının tamamlanmış olmasından dolayı, yakın gelecekte uluslararası piyasalarda talebi karşılayacak yeterli kapasitemiz bulunmakta. Böylece, bu yıl yatırımlarımızı dikkatli şekilde önceliklendirerek önemli miktarda serbest nakit akımı yaratmayı bekliyoruz. Ayrıca, daha fazla verimlilik sağlamak için çalışmaya devam ediyoruz.

2016 yılında, petrol fiyatlarının öngörülebilir vadede düşük seyredeceği beklentisiyle, Orta Asya hariç tüm faaliyetlerimizin büyüme göstereceğini tahmin ediyoruz. Uzun vadede ise elverişli demografik yapı ve büyüme beklentilerine sahip pazarlarımızın yüksek büyüme potansiyelinde bir değişim öngörmüyoruz."

## Önemli Gelir Tablosu Rakamları ve Marjlar

Konsolide (Milyon TL)	2015	2014	% Değişim	4Ç15	4Ç14	% Değişim
Satış Hacmi (Milyon Ünite Kasa)	1.152	1.131	%1,9	213	198	%7,7
Hasılat	6.724	5.985	%12,3	1.273	1.083	%17,6
Brüt Kar	2.334	2.181	%7,0	385	363	%5,9
Faaliyet Karı	632	629	%0,5	(17)	(8)	%114,6
Faaliyet Karı (Diğer gelir/gider hariç)	668	636	%5,1	(1)	(6)	(%82,5)
FAVÖK	1.051	962	%9,3	97	71	%37,4
FAVÖK (Diğer gelir/gider hariç)	1.041	953	%9,1	100	70	%43,0
Vergi Öncesi Faaliyet Karı / (Zararı)	204	433	(%52,9)	32	(48)	(%167,2)
Net Dönem Karı / (Zararı)	117	315	(%62,9)	4	(37)	(%111,6)
Brüt Kar Marjı	%34,7	%36,4		%30,2	%33,6	
Faaliyet Kar Marjı	%9,4	%10,5		(%1,3)	(%0,7)	
Faaliyet Karı Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	%9,9	%10,6		(%0,1)	(%0,6)	
FAVÖK Marjı	%15,6	%16,1		%7,6	%6,5	
FAVÖK Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	%15,5	%15,9		%7,8	%6,4	
Net Kar / (Zarar) Marjı	%1,7	%5,3		%0,3	(%3,4)	

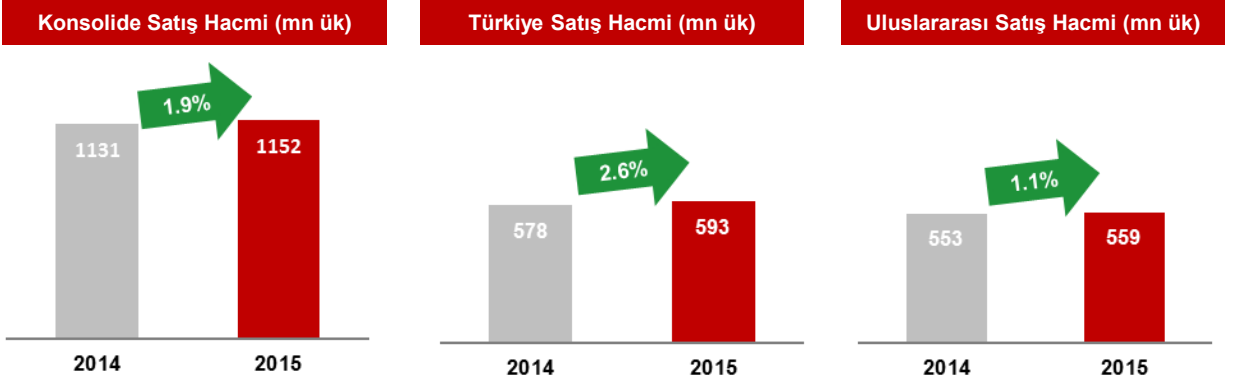
Türkiye Operasyonları (Milyon TL)	2015	2014	% Değişim	4Ç15	4Ç14	% Değişim
Satış Hacmi (Milyon Ünite Kasa)	593	578	%2,6	116	98	%18,6
Hasılat	3.367	3.061	%10,0	669	531	%26,2
Brüt Kar	1.321	1.220	%8,2	244	195	%25,4
Faaliyet Karı	393	288	%36,7	(7)	(20)	(%62,6)
Faaliyet Karı (Diğer gelir/gider hariç)	300	242	%23,6	(18)	(27)	(%35,2)
FAVÖK	524	413	%26,7	25	13	%102,5
FAVÖK (Diğer gelir/gider hariç)	436	369	%18,4	17	5	%276,7
Net Dönem Karı / (Zararı)	49	144	(%65,7)	44	(35)	(%226,7)
Brüt Kar Marjı	%39,2	%39,8		%36,5	%36,7	
Faaliyet Kar Marjı	%11,7	%9,4		(%1,1)	(%3,7)	
Faaliyet Karı Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	%8,9	%7,9		(%2,6)	(%5,2)	
FAVÖK Marjı	%15,6	%13,5		%3,8	%2,4	
FAVÖK Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	%13,0	%12,0		%2,6	%0,9	
Net Kar / (Zarar) Marjı	%1,5	%4,7		%6,6	(%6,6)	

Uluslararası Operasyonlar (Milyon ABD Doları)	2015	2014	% Değişim	4Ç15	4Ç14	% Değişim
Satış Hacmi (Milyon Ünite Kasa)	559	553	%1,1	97	100	(%2,8)
Hasılat	1.235	1.339	(%7,8)	198	240	(%17,5)
Brüt Kar	373	440	(%15,2)	44	73	(%39,5)
Faaliyet Karı	109	169	(%35,7)	(5)	5	(%201,5)
Faaliyet Karı (Diğer gelir/gider hariç)	123	171	(%28,1)	(1)	4	(%123,4)
FAVÖK	216	265	(%18,7)	23	25	(%9,1)
FAVÖK (Diğer gelir/gider hariç)	209	258	(%18,9)	22	24	(%9,1)
Net Dönem Karı / (Zararı)	48	95	(%49,3)	(15)	0	a.d.
Brüt Kar Marjı	%30,2	%32,8		%22,3	%30,4	
Faaliyet Kar Marjı	%8,8	%12,7		(%2,6)	%2,1	
Faaliyet Karı Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	%9,9	%12,7		(%0,5)	%1,9	
FAVÖK Marjı	%17,4	%19,8		%11,7	%10,6	
FAVÖK Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	%17,0	%19,3		%11,0	%10,0	
Net Kar / (Zarar) Marjı	%3,9	%7,1		(%7,5)	%0,1	

## Faaliyet Bölümlerinin İncelenmesi

## Konsolide

Yılın dördüncü çeyreğinde konsolide satış hacmi, geçen yılın aynı dönemine göre %7,7 artışla 213 milyon ünite kasa olurken, yılın tamamında satış hacmi 1.152 milyon ünite kasa olarak gerçekleşti. 2015'in dördüncü çeyreğinde satış hacmi, Türkiye'de ivme kazanırken, uluslararası operasyonlar Pakistan ve Orta Asya'daki yavaşlama ile hız kesti.



Gazlı içecekler kategorisi yılın 2015 yılında büyük ölçüde Pakistan operasyonlarının katkısıyla %1,2 artış kaydetti. Aynı dönemde, su dahil gazsız içecekler kategorisi, özellikle Türkiye operasyonlarının katkısıyla %3,9 büyüme gösterdi. 2015 yılında gazlı içecek kategorisi toplam satış hacminin %71'ini oluşturdu.

## Türkiye

Türkiye operasyonunun satış hacmi, 2015 yılında çeyrekler bazında kademeli olarak yükselerek yılın tamamında 593 mn ünite kasa oldu. 2015 yılı, fiyat artışları ve yüksek baz etkisi ile görece yavaş başlarken, yılın ilerlemesi ile birlikte satış hacmi büyümeye pozitif döndü ve hızlandı.

Yılın son çeyreğinde, tüketici güvenindeki iyileşme, başarılı tüketici kampanyaları ve olumlu hava koşullarıyla beraber satış hacmi %18,6 artış gösterdi.

2015 yılında, yerinde tüketime yönelik paketlerin toplam portföydeki payı artmaya devam ederken, satılan paket sayısındaki artış %6,4 ile ünite kasa satış hacmindeki artışın üzerinde gerçekleşti. Yılın son çeyreğinde, hem ünite kasa satış hacmi hem de satılan paket sayısı artış gösterdi.

Gazlı içecek kategorisi, 2015 yılının son çeyreğindeki %13,7 büyümeye beraber, yılın tamamında yatay bir seyir izledi. Satılan paket sayısındaki artış, dördüncü çeyrekte ve yılın tamamında sırasıyla %25 ve %5 ile ünite kasa satış hacim artışının üzerinde gerçekleşti. Markalar arasında, Coca-Cola Zero yılın tamamında %17,0 hacim artışıyla kategori genelinin üzerinde performans sergiledi. 2015 yılında, gazlı içecek kategorisinde yerinde tüketime yönelik küçük paketlerin payı %20'yi aştı.

Su dahil gazsız içecek kategorisi, 2015 yılında, su kategorisindeki çift haneli artışın etkisi ile %10,4 büyüdü.

Çay kategorisi ise, 2014 yılındaki %11,8'lik büyümenin ardından, 2015 yılında %3,0 hacim artışı gösterdi.

## Faaliyet Bölümlerinin İncelenmesi

### Uluslararası Operasyonlar

Uluslararası operasyonların satış hacmi, 2014'teki %14,2 büyümenin ardından, 2015 yılında %1,1 artış göstererek 559 milyon ünite kasa oldu. Yılın son çeyreğindeki satış hacmi ise, Pakistan ve Orta Asya'daki düşük hacimler nedeniyle %2,8 daraldı.

Pakistan satış hacmi, 2014'teki %16,5 büyümenin ardından 2015 yılında %6,1 arttı. 2015 yılında tüm kategoriler hacim artışı kaydetti. Diğer yandan, 2015'in son çeyreğinde iskontoların karlılığı destekleyecek şekilde belirlenmesi, satış hacminde %3,4 daralmaya yol açtı.

Orta Asya operasyonlarının satış hacmi, 2014'teki %16,0 büyümenin ardından 2015 yılında %4,5 daraldı. Coca-Cola İçecek'in bölgedeki en büyük pazarı olan Kazakistan, döviz kurundaki devalüasyonun olumsuz etkilerine bağlı olarak 2015'in son çeyreğinde %12,4, yılın tamamında ise %4,0 daraldı. Hacimdeki payı görece düşük olan Azerbaycan pazarı da, devalüasyonun ciddi etkilerine bağlı olarak çift haneli daralma kaydederek Orta Asya satış hacmini olumsuz etkiledi. Diğer yandan, Coca-Cola İçecek, 2015 yılında gazlı içecek kategorisinde Orta Asya genelinde pazar payını arttırdı.

Orta Doğu operasyonlarının satış hacmi ise 2015 yılında yatay bir seyir izledi. Irak operasyonlarının satış hacmi, yılın son çeyreğinde %12,5 artarken, yılının tamamında, Güney Irak'ta su kategorisinin 2014 yılındaki yüksek bazı ve Kuzey Irak'taki güvenlik sorunları nedeniyle %1,5 daraldı. Coca-Cola İçecek için görece küçük bir pazar olan Ürdün ise, başarılı yeni paket lansmanları ve pazar payı kazanımları sayesinde 2015 yılını %11,8 hacim artışıyla tamamladı.

## Finansal Performans

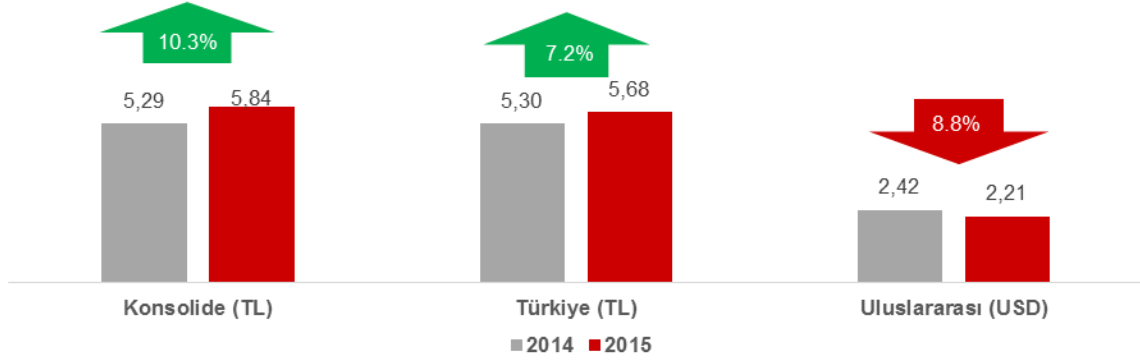
## Net Satışlar

**Konsolide:** Konsolide net satışlar 2015 yılının son çeyreğinde %17,6 artarken, 2015 yılında 6,7 milyar TL'ye ulaştı. Ünite kasa başına net satışlar büyük ölçüde Türkiye operasyonlarına ve uluslararası operasyonların çevrim farkına bağlı olarak 2015 yılında %10,3 artış göstererek 5,84 TL oldu.

**Türkiye:** Net satışlar yılın son çeyreğinde %26,2 artarken 2015 yılında 3,4 milyar TL'ye ulaştı. Ünite kasa başına net satışlar ise, yılın ilk yarısındaki fiyat artışlarının ve küçük paketlerin payındaki artışın olumlu etkisiyle beraber %7,2 artışla 5,68 TL oldu.

**Uluslararası Operasyonlar:** Net satışlar yılın son çeyreğinde %17,5 azalarak 2015 yılında 1,2 milyar ABD doları oldu. Ünite kasa başına net satışlar ise, 2015 yılında Orta Asya ve Pakistan'daki gerileyen ortalama fiyatların etkisiyle %8,8 gerileyerek 2,21 ABD doları oldu.

Ünite kasa başına net satışlar



## Faaliyet Karlılığı

Yılın son çeyreğinde konsolide brüt kar marjı büyük ölçüde uluslararası operasyonlardaki marj daralmasına bağlı olarak 3,4 puan gerileyerek %30,2 oldu. Türkiye operasyonunda, fiyat artışları ve döviz kurunun hedge edilmesi maliyetlerdeki artışının etkisini önemli ölçüde telafi ederken, brüt kar marjı yılın son çeyreği ve tamamında önceki yıla göre yatay seyretti. Diğer yandan, uluslararası operasyonlardaki fiyatlar, Orta Asya'daki yüksek devalüasyonlar ve Pakistan'daki yoğun rekabet ortamından kaynaklanan görece yüksek iskontolar nedeniyle zayıf seyretti. Buna bağlı olarak, satış gelirleri, hammadde fiyatlarındaki olumlu seyre rağmen maliyetlerden daha fazla geriledi. 2015 yılında konsolide brüt kar marjı 1,7 puan azalarak %34,7 oldu.

Konsolide faaliyet giderlerindeki artış ise, başarılı gider yönetimi sayesinde hem yılın son çeyreğinde hem de yılın tamamında satış gelirlerindeki artışın gerisinde kaldı. Türkiye operasyonunda faaliyet giderleri, son çeyrekte pazarlama giderlerine bağlı olarak %17 artış göstermesine rağmen, FAVÖK marjı son çeyrekte 1,4, yılın tamamında ise 2,1 puan artış kaydetti. Diğer yandan, uluslararası operasyonlarda faaliyet giderleri hem son çeyrekte hem de 2015'in tamamında önceki yıla göre geriledi. Yılın son çeyreğinde, uluslararası operasyonların FAVÖK marjı 1,1 puan artarak %11,7 oldu. Marjdaki artış büyük ölçüde Pakistan'da faaliyet karlılığında görülen iyileşmeden kaynaklandı. Bununla birlikte, 2015 yılında brüt kar marjındaki daralma faaliyet karında zayıflamaya neden olurken, uluslararası operasyonların FAVÖK marjı %17,4'e geriledi.

Sonuç olarak konsolide FAVÖK marjı, 2015 yılında uluslararası operasyonların FAVÖK marjındaki daralmaya bağlı olarak 0,5 puan azalışla %15,6 oldu.

## Finansal Performans

### Finansal Giderler

Net finansal giderler 2014 yılında 194 milyon TL seviyesinde iken, 2015 yılında 427 milyon TL olarak gerçekleşti. Net kur farkı gideri\*, 2014 yılında 93 milyon TL iken, 2015 yılında 292 milyon TL oldu. Kur farkı giderinin önemli bir kısmı, Türk Lirası'ndaki değer kaybına bağlı olarak, nakdi olmayan kur farkı giderinden kaynaklandı.

Finansal Gelirler / (Giderler) (milyon TL)	2015	2014
Faiz geliri	39	42
Faiz gideri (-)	(173)	(146)
Kur farkı geliri / (gideri)	212	75
Gerçekleşen kur farklı geliri / (gideri) - Krediler	(40)	(19)
Gerçekleşmeyen kur farklı geliri / (gideri)	(464)	(149)
Türev işlemlerinden elde edilen gelir/ (gider)	(1)	3
<b>Finansal Gelirler / (Giderler) Net</b>	<b>(427)</b>	<b>(194)</b>

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

### Net Kar

Coca-Cola İçecek, 2014'ün son çeyreğindeki 37 milyon TL zarara kıyasla, 2015 yılının son çeyreğinde 4 milyon TL kar kaydetti. 2015 yılında ise, nakdi olmayan kur farkı giderlerine bağlı olarak 2014 yılındaki 315 milyon TL'ye karşın 117 milyon TL kar elde edildi.

### Yatırım Harcamaları

Yatırım harcamaları ağırlıklı olarak arazi, bina, makine ve soğutucu yatırımlarından oluşmaktadır. Yatırım harcamalarının son on iki aylık satışlara oranı 2015 yılında 2014'e kıyasla yatay seyrederek %12,3 olarak gerçekleşti. Yatırım harcamaları, büyük ölçüde Pakistan, Kazakistan ve Tacikistan'da yapılan ve üretime başlayan fabrika yatırımları ve devam etmekte olan kapasite yatırımlarından kaynaklandı.

Yatırım Harcamaları (milyon TL)	2015	2014
Maddi ve maddi olmayan varlık yatırımları	829	738
Birleşme ve satın almalar	0	0
<b>Toplam</b>	<b>829</b>	<b>738</b>

2015 yılında, yatırım harcamalarının %19'u Türkiye operasyonlarına ayrılırken, kalan %81'lik kısmı özellikle Pakistan, Kazakistan ve Tacikistan'daki kapasite yatırımlarına bağlı olarak uluslararası operasyonlarda kullanıldı.

## Finansal Detaylar

## Serbest Nakit Akımı

Esas faaliyetlerden sağlanan net nakit 2014 yılında 748 milyon TL iken, 2015 yılında 874 milyon TL olarak gerçekleşti. Serbest nakit akımı ise, 2014 yılında 10 milyon TL iken, 2015 yılında 46 milyon TL oldu.

Serbest Nakit Akımı (milyon TL)	2015	2014
Esas faaliyetlerinden sağlanan net nakit	874	748
Maddi ve maddi olmayan varlık yatırımları	(829)	(738)
<b>Serbest Nakit Akımı</b>	<b>46</b>	<b>10</b>

## Borç Yapısı

Konsolide borç 31 Aralık 2015 itibariyle 2014 yıl sonuna göre önemli bir değişim göstermeyerek 1,160 milyar ABD doları seviyesinde kaldı. Konsolide nakit aynı dönemde 17 milyon dolar artarak 345 milyon ABD dolarına yükseldi.

Finansal borçların %77'si ABD Doları, %16'sı Euro, %6'sı Pakistan Rupisi, %1'si ise TL, Ürdün Dinarı ve Kazak Tengesi cinsindedir.

2015 sonu itibariyle konsolide ortalama borç vadesi 2,9 yıl olup, toplam borç portföyümüzün vadesi aşağıdaki gibidir:

Vade Tarihi	2016	2017	2018	2019	2020	2023
Borcun %'si	%16,7	%4,5	%55,9	%3,1	%9,4	%10,4

31 Aralık 2014 itibariyle 812 milyon ABD doları olan konsolide net borçlar, 31 Aralık 2015 itibariyle 816 milyon ABD doları oldu. 31 Aralık 2015 itibariyle Net Borç/FAVÖK oranı 2,26x'dir.

Finansal Kaldıraç Oranları	2015	2014
Net Borç / FAVÖK	2,26	1,96
Borç Oranı (Toplam Fin. Borç / Toplam Varlıklar)	%38	%37
Fin. Borç / Sermaye Toplamı	%81	%78

## Geleceğe Yönelik Beklentiler

2015 yılı, CCI'nin faaliyet gösterdiği pazarların neredeyse tümünde önemli zorluklarla geçti. 2016 yılında, Orta Asya pazarlarındaki zorlu koşullar devam ederken, diğer pazarlarımızda olumsuz etkilerin daha az olmasını bekliyoruz. Buna göre, 2016 yılında Türkiye'deki satış hacminin düşük tek haneli büyüme göstereceğini, uluslararası operasyonların düşük-orta tek haneli, konsolide satış hacminin ise düşük-orta tek haneli büyüme kaydetmesini bekliyoruz.

Net satış gelirlerindeki artışın hacim artışının üzerinde olmasını, konsolide FAVÖK marjının ise 2015 yılına göre yatay seyretmesini öngörüyoruz.

Türkiye operasyonunda, küçük paketlerin payındaki artışın karlılığı olumlu etkilemesini bekliyoruz. Pakistan'da daha dengeli bir satış hacmi ve karlılık artışı öngörüyoruz; 2016 yılında Irak pazarının ürünlerimizi dağıttığımız bölgelere göre 2015 ile kıyaslanabilir bir baza sahip olmasını bekliyoruz.

Diğer yandan, petrol fiyatlarındaki sert düşüş ve kurların ABD doları karşısındaki değer kayıplarının, Orta Asya pazarlarında ekonomik büyüme ve tüketici güvenini baskı altında tutmaya devam edeceğini öngörmekteyiz.

2015 yılında tamamladığımız önemli kapasite yatırımlarının - Duşanbe (Tacikistan), Astana (Kazakistan) ve Multan (Pakistan) - ardından, orta vadede yeterli kapasiteye sahip olmamız nedeniyle yatırım harcamaları konusunda esnekliğe sahibiz. Bu bağlamda, 2016 yılında pozitif serbest nakit akışı elde etmeyi planlıyoruz.

### 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:** CCI'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 CCI'nin konsolide sonuçlarına olan etkisi ihmal edilebilir seviyedeysen, 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, CCI'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 Tebliđi” hükümlerine uygun olarak hazırlanmıştır. SPK mevzuatına göre raporlama yapan şirketler Tebliđin 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 Aralık 2015 tarihi itibarıyla CCI’nin bağlı ortaklıkları ve müşterek yönetime tabi teşebbüsleri aşağıda sunulduğu gibidir:

<b>İştirak ve Bağlı Ortaklıklar</b>	<b>Ülke</b>	<b>Konsolidasyon Metodu</b>
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 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 değerlendirilen yatırımların kar / zararındaki paylar"ın etkisi FAVÖK hesaplamasından çıkarılmıştır. 31 Aralık 2015 ve 31 Aralık 2014 tarihleri itibarıyla, Finansman geliri / gideri öncesi faaliyet karı ve FAVÖK arasındaki mutabakat aşağıdaki gibidir:

<b>FAVÖK (milyon TL)</b>	<b>2015</b>	<b>2014</b>
Finansman geliri gideri öncesi faaliyet karı	631	627
Amortisman ve itfa giderleri	362	307
Kıdem tazminatı ve ücretli izin karşılığı	10	11
Maddi duran varlık değer düşüklüğü karşılığı (iptali), net	8	6
Esas faaliyetlerden diğer gelir / gider hesapları içerisindeki kur farkı gelir / gideri	40	10
Özkaynak yöntemiyle değerlendirilen yatırımların kar / zararındaki paylar	1	1
<b>FAVÖK</b>	<b>1051</b>	<b>962</b>

**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 5 no'lu dipnotuna bakınız.

## CCİ Konsolide Gelir Tablosu

(Milyon TL)	Bağımsız Denetimden Geçmiş			1 Ekim - 31 Aralık		
	2015	2014	Değişim (%)	2015	2014	Değişim (%)
<b>Satış Hacmi (Milyon Ünite Kasa)</b>	<b>1.152</b>	<b>1.131</b>	<b>1,9%</b>	<b>213</b>	<b>198</b>	<b>7,7%</b>
Hasılat	6.724	5.985	12,3%	1.273	1.083	17,6%
Satışların Maliyeti	(4.389)	(3.804)	15,4%	(888)	(719)	23,5%
<b>Brüt Kar</b>	<b>2.334</b>	<b>2.181</b>	<b>7,0%</b>	<b>385</b>	<b>363</b>	<b>5,9%</b>
Pazarlama, Satış, Dağıtım Giderleri	(1.329)	(1.257)	5,7%	(299)	(285)	5,0%
Genel Yönetim Giderleri	(337)	(289)	16,8%	(87)	(85)	2,4%
Diğer Faaliyet Gelirleri	116	52	122,4%	30	15	93,3%
Diğer Faaliyet Giderleri	(153)	(60)	155,9%	(45)	(17)	169,1%
<b>Faaliyet Karı / (zararı)</b>	<b>632</b>	<b>629</b>	<b>0,5%</b>	<b>(17)</b>	<b>(8)</b>	<b>114,7%</b>
Yatırım Faaliyetlerinden Gelir / (Giderler)	(0)	(0)	a.d.	(3)	(1)	a.d.
Özkaynak Yöntemiyle Değerlenen Yatırımlardaki Paylar	(1)	(1)	3,5%	(0)	(0)	29,5%
<b>Finansman Geliri / Gideri Öncesi Faaliyet Karı / (zararı)</b>	<b>631</b>	<b>627</b>	<b>0,6%</b>	<b>(20)</b>	<b>(9)</b>	<b>126,4%</b>
Finansal Gelirler	355	450	(21,1%)	8	37	(77,4%)
Finansal Giderler	(782)	(644)	21,4%	44	(76)	(157,9%)
<b>Vergi Öncesi Faaliyet Karı / (zararı)</b>	<b>204</b>	<b>433</b>	<b>(52,9%)</b>	<b>32</b>	<b>(48)</b>	<b>(167,2%)</b>
Ertelenmiş Vergi Geliri / (Gideri)	(23)	(13)	81,9%	(55)	(19)	192,1%
Dönem Vergi Gideri	(54)	(73)	(25,9%)	25	24	2,8%
<b>Dönem Karı / (zararı)</b>	<b>127</b>	<b>347</b>	<b>(63,5%)</b>	<b>2</b>	<b>(43)</b>	<b>(105,3%)</b>
Kontrol Gücü Olmayan Paylar	(9)	(32)	(70,1%)	2	6	(65,9%)
<b>Net Dönem Karı / (zararı)</b>	<b>117</b>	<b>315</b>	<b>(62,9%)</b>	<b>4</b>	<b>(37)</b>	<b>(111,6%)</b>
<b>FAVÖK</b>	<b>1.051</b>	<b>962</b>	<b>9,3%</b>	<b>97</b>	<b>71</b>	<b>37,4%</b>

## Türkiye Operasyonu Gelir Tablosu

(Milyon TL)	Bağımsız Denetimden Geçmiş			1 Ekim - 31 Aralık		
	2015	2014	Değişim (%)	2015	2014	Değişim (%)
<b>Satış Hacmi (Milyon Ünite Kasa)</b>	<b>593</b>	<b>578</b>	<b>2,6%</b>	<b>116</b>	<b>98</b>	<b>18,6%</b>
Hasılat	3.367	3.061	10,0%	669	531	26,2%
Satışların Maliyeti	(2.046)	(1.841)	11,1%	(425)	(336)	26,6%
<b>Brüt Kar</b>	<b>1.321</b>	<b>1.220</b>	<b>8,2%</b>	<b>244</b>	<b>195</b>	<b>25,4%</b>
Pazarlama, Satış, Dağıtım Giderleri	(829)	(806)	2,9%	(211)	(169)	24,8%
Genel Yönetim Giderleri	(192)	(172)	11,6%	(51)	(53)	(3,8%)
Diğer Faaliyet Gelirleri	108	64	67,9%	15	12	20,7%
Diğer Faaliyet Giderleri	(15)	(19)	(22,6%)	(4)	(5)	(5,2%)
<b>Faaliyet Karı / (zararı)</b>	<b>393</b>	<b>288</b>	<b>36,7%</b>	<b>(7)</b>	<b>(20)</b>	<b>(62,6%)</b>
Yatırım Faaliyetlerinden Gelir / (Giderler)	(1)	0	a.d.	(2)	1	a.d.
Özkaynak Yöntemiyle Değerlenen Yatırımlardaki Paylar	0	0	a.d.	0	0	a.d.
<b>Finansman Geliri / Gideri Öncesi Faaliyet Karı / (zararı)</b>	<b>392</b>	<b>288</b>	<b>36,1%</b>	<b>(9)</b>	<b>(19)</b>	<b>(51,0%)</b>
Finansal Gelirler	352	463	(24,0%)	1	38	(96,9%)
Finansal Giderler	(695)	(588)	18,2%	57	(65)	(188,0%)
<b>Vergi Öncesi Faaliyet Karı / (zararı)</b>	<b>49</b>	<b>163</b>	<b>(70,0%)</b>	<b>49</b>	<b>(46)</b>	<b>(205,4%)</b>
Ertelenmiş Vergi Geliri / (Gideri)	3	(2)	a.d.	(25)	(12)	102,1%
Dönem Vergi Gideri	(3)	(17)	(85,4%)	21	24	(13,2%)
<b>Dönem Karı / (zararı)</b>	<b>49</b>	<b>144</b>	<b>(65,7%)</b>	<b>44</b>	<b>(35)</b>	<b>(226,7%)</b>
Kontrol Gücü Olmayan Paylar	0	0	0,0%	0	0	0,0%
<b>Net Dönem Karı / (zararı)</b>	<b>49</b>	<b>144</b>	<b>(65,7%)</b>	<b>44</b>	<b>(35)</b>	<b>(226,7%)</b>
<b>FAVÖK</b>	<b>524</b>	<b>413</b>	<b>26,7%</b>	<b>25</b>	<b>13</b>	<b>102,5%</b>

## Uluslararası Operasyonlar Gelir Tablosu

(Milyon ABD Doları)	Bağımsız Denetimden Geçmiş			1 Ekim - 31 Aralık		
	2015	2014	Değişim (%)	2015	2014	Değişim (%)
<b>Satış Hacmi (Milyon Ünite Kasa)</b>	<b>559</b>	<b>553</b>	<b>1,1%</b>	<b>97</b>	<b>100</b>	<b>(2,8%)</b>
Hasılat	1.235	1.339	(7,8%)	198	240	(17,5%)
Satışların Maliyeti	(862)	(900)	(4,1%)	(154)	(167)	(7,9%)
<b>Brüt Kar</b>	<b>373</b>	<b>440</b>	<b>(15,2%)</b>	<b>44</b>	<b>73</b>	<b>(39,5%)</b>
Pazarlama, Satış, Dağıtım Giderleri	(184)	(207)	(11,2%)	(29)	(52)	(44,2%)
Genel Yönetim Giderleri	(67)	(63)	6,6%	(16)	(17)	(2,4%)
Diğer Faaliyet Gelirleri	37	18	110,1%	10	6	63,7%
Diğer Faaliyet Giderleri	(51)	(19)	171,3%	(14)	(5)	160,8%
<b>Faaliyet Karı / (zararı)</b>	<b>109</b>	<b>169</b>	<b>(35,7%)</b>	<b>(5)</b>	<b>5</b>	<b>(201,5%)</b>
Yatırım Faaliyetlerinden Gelir / (Giderler)	0	(0)	a.d.	(0)	(1)	a.d.
Özkaynak Yöntemiyle Değerlenen Yatırımlardaki Paylar	(0)	(0)	a.d.	(0)	(0)	a.d.
<b>Finansman Geliri / Gideri Öncesi Faaliyet Karı / (zararı)</b>	<b>109</b>	<b>169</b>	<b>(35,3%)</b>	<b>(6)</b>	<b>4</b>	<b>(230,8%)</b>
Finansal Gelirler	12	5	158,8%	5	2	133,5%
Finansal Giderler	(43)	(36)	17,6%	(7)	(8)	(12,8%)
<b>Vergi Öncesi Faaliyet Karı / (zararı)</b>	<b>78</b>	<b>137</b>	<b>(42,9%)</b>	<b>(7)</b>	<b>(1)</b>	<b>695,2%</b>
Ertelenmiş Vergi Geliri / (Gideri)	(10)	(5)	94,7%	(11)	(3)	281,5%
Dönem Vergi Gideri	(18)	(24)	(27,6%)	2	1	223,3%
<b>Dönem Karı / (zararı)</b>	<b>51</b>	<b>108</b>	<b>(52,7%)</b>	<b>(16)</b>	<b>(3)</b>	<b>415,6%</b>
Kontrol Gücü Olmayan Paylar	(3)	(13)	(78,2%)	1	3	(72,9%)
<b>Net Dönem Karı / (zararı)</b>	<b>48</b>	<b>95</b>	<b>(49,3%)</b>	<b>(15)</b>	<b>0</b>	<b>a.d.</b>
<b>FAVÖK</b>	<b>216</b>	<b>265</b>	<b>(18,7%)</b>	<b>23</b>	<b>25</b>	<b>(9,1%)</b>

## CCİ Konsolide Bilanço

(Milyon TL)	Bağımsız Denetimden Geçmiş	
	31 Aralık 15	31 Aralık 14
<b>Dönen Varlıklar</b>	<b>2.658</b>	<b>2.249</b>
Nakit ve Nakit Benzerleri	1.002	757
Finansal Yatırımlar	0	3
Türev Finansal Araçlar	0	2
Ticari Alacaklar	448	387
İlişkili taraflardan alacaklar	110	36
Diğer Alacaklar	34	35
Stoklar	621	576
Peşin Ödenmiş Giderler	141	202
Cari Dönem Vergisiyle İlgili Varlıklar	70	77
Diğer Dönen Varlıklar	232	175
<b>Duran Varlıklar</b>	<b>6.288</b>	<b>4.953</b>
Diğer Alacaklar	17	6
Maddi Duran Varlıklar	4.367	3.362
Maddi Olmayan Duran Varlıklar	1.154	925
Şerefiye	607	484
Peşin Ödenmiş Giderler	141	175
Ertelenmiş Vergi Varlığı	2	0
<b>Toplam Varlıklar</b>	<b>8.946</b>	<b>7.202</b>
<b>Kısa Vadeli Yükümlülükler</b>	<b>1.522</b>	<b>1.443</b>
Kısa Vadeli Finansal Borçlanmalar	253	515
Uzun Vadeli Borçlanmaların Kısa Vadeli Kısımları	310	113
Türev Finansal Araçlar	11	0
Ticari Borçlar	517	446
İlişkili taraflara borçlar	156	111
Çalışanlara Sağlanan Faydalar Kapsamında Borçlar	22	20
Diğer Borçlar	174	149
Dönem Karı Vergi Yükümlülüğü	1	2
Çalışanlara Sağlanan Faydalara İlişkin Karşılıklar	48	64
Diğer Kısa Vadeli Yükümlülükler	30	23
<b>Uzun Vadeli Yükümlülükler</b>	<b>3.282</b>	<b>2.386</b>
Uzun Vadeli Finansal Borçlanmalar	2.811	2.015
Ticari ve İlişkili Taraflara Borçlar	21	22
Çalışanlara Sağlanan Faydalara İlişkin Karşılıklar	52	51
Ertelenmiş Vergi Yükümlülüğü	282	212
Diğer Uzun Vadeli Yükümlülükler	116	86
<b>Ana Ortaklığa Ait Özkaynaklar</b>	<b>3.609</b>	<b>3.025</b>
<b>Kontrol Gücü Olmayan Paylar</b>	<b>533</b>	<b>348</b>
<b>Toplam Kaynaklar</b>	<b>8.946</b>	<b>7.202</b>

## CCİ Nakit Akım Tablosu

(Milyon TL)	Bağımsız Denetimden Geçmiş	
	Yıl Sonu	
	2014	2015
Faaliyetlerden sağlanan nakit akımı		
İşletme sermayesindeki değişikliklerden önceki faaliyet karı	998	1.061
Ödenen faiz	(146)	(167)
Alınan faiz	42	39
Vergi Varlık ve Yükümlülüklerindeki Değişiklikler	(82)	(2)
Kıdem tazminatı, yönetim primi ve uzun vadeli teşvik planı ödemeleri	(54)	(61)
<b>Faaliyetlerden sağlanan nakit</b>	<b>759</b>	<b>870</b>
İşletme sermayesindeki değişiklikler	(11)	4
<b>Esas faaliyetlerinden sağlanan net nakit</b>	<b>748</b>	<b>874</b>
Maddi ve maddi olmayan varlık yatırımları	(738)	(829)
<b>Serbest Nakit Akım</b>	<b>10</b>	<b>46</b>
Yatırım faaliyetlerinde kullanılan diğer nakit	518	125
Kredilerden sağlanan değişim	(654)	93
Ödenen temettüler	(85)	(100)
<b>Finansman faaliyetlerinden sağlanan net nakit</b>	<b>(739)</b>	<b>(7)</b>
Nakit ve nakit benzerleri üzerindeki çevrim farkı	25	63
Grup içi kredilerden kaynaklanan çevrim farkı	34	150
Yabancı para çevrim farkları	(8)	(131)
<b>Nakit ve nakit benzeri değerlerdeki net artış / (azalış)</b>	<b>(160)</b>	<b>245</b>
Dönem başı itibarıyla nakit ve nakit benzeri değerler	917	757
<b>Nakit ve nakit eşdeğerleri, dönem sonu</b>	<b>757</b>	<b>1.002</b>

## 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 diğere sözcüklerin kullanımıyla tarif edilebilir. Geleceğe yönelik bu beyanlar yönetimin görüş ve varsayımlarını yansıtmaktadır ve niteliği gereği önemli ticari, ekonomik ve diğere 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 şişeleyci 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 diğere pazarlarındaki kurların değerinde yaşanan dalgalanmalar, Türkiye'deki ve CCI'nin diğere pazarlarındaki enflasyon seviyesi, Türkiye ve CCI'nin diğere 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 diğere 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.



## Webcast

Coca-Cola İçecek, 3 Mart 2016 tarihinde, 16.00 itibarıyla (Londra 14:00 ve New York 9:00), 2015 yılı sonuçlarını açıklamak üzere webcasting düzenlemektedir. Webcast sunumunun bir kopyasına [www.cci.com.tr](http://www.cci.com.tr) adresinden ulaşabilirsiniz. Dinlemek için aşağıdaki linke tıklayabilirsiniz.

[Link için tıklayın](#)

Telefon Numaraları:

+00 800 448 829 508

Konfirmasyon kodu: 2350964

## İletişim Bilgileri

### Yatırımcı İletişim:

Çiğdem Güres Erden  
Hazine ve Yatırımcı İlişkileri Direktörü

Tel:+90 216 528 4490  
email: [cigdem.gures@cci.com.tr](mailto:cigdem.gures@cci.com.tr)

Dr. Deniz Can Yücel  
Yatırımcı İlişkileri Müdürü

Tel:+90 216 528 3386  
email: [deniz.yucel@cci.com.tr](mailto:deniz.yucel@cci.com.tr)

Dr. Nebahat Rodoplu  
Yatırımcı İlişkileri Yöneticisi

Tel:+90 216 528 3392  
email: [nebahat.rodoplu@cci.com.tr](mailto:nebahat.rodoplu@cci.com.tr)

Özge Taşkeli  
Yatırımcı İlişkileri Yöneticisi

Tel:+90 216 528 4382  
email: [ozge.taskeli@cci.com.tr](mailto:ozge.taskeli@cci.com.tr)

### Medya İletişim:

Burçak Akçay Turkeri  
Kurumsal İletişim Müdürü

Tel:+90 216 528 3351  
email: [burcak.turkeri@cci.com.tr](mailto: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) "COLLA.IS", Amerikan depo sertifikaları (ADR) ABD'de tezgahüstü piyasalarda "COLAY", Eurobond'u İrlanda Borsası'nda "COLLAT" sembolleriyle ile işlem görmektedir.

<b>Reuters</b>	<b>COLLA.IS</b>
<b>Bloomberg</b>	<b>COLLA TI</b>
<b>ADR-OTC</b>	<b>COLAY</b>
<b>Eurobond – Irish Stock Exchange</b>	<b>COLLAT</b>