

2015 DOKUZ AYLIK SONUÇLARI

Hacim artışı üçüncü çeyrekte hızlandı

İstanbul, 4 Kasım 2015 – Coca-Cola İçecek (BIST: COLA.IS) 2015 yılı ilk dokuz aylık sonuçlarını açıkladı:

Üçüncü Çeyrek Özet

- **Net satış gelirleri**, Türkiye operasyonlarının etkisi ile %15 arttı
- **FAVÖK** %13 artarken, FAVÖK marjı %19,2 olarak gerçekleşti
- **Net kar** 3Ç14'te 128 mn TL iken, bu yılın üçüncü çeyreğinde 54 mn TL oldu

İlk Dokuz Aylık Özet

- **Net satış gelirleri**, Türkiye'deki güçlü fiyatlandırma ve USD/TL çevrim farkının etkisiyle %11 arttı
- **FAVÖK**, Türkiye'nin iyileşen karlılığıyla birlikte %7 yükseldi
- **Net kar** 9A14'te 352mn TL iken 9A15'te 113mn TL oldu

	3Ç15	3Ç14	Yıllık Değişim	9A15	9A14	Yıllık Değişim	Dağılım	
							9A15	9A14
Satış Hacmi (mn ük)	377	365	%3,4	939	933	%0,6		
Türkiye	192	183	%5,1	477	480	(%0,6)	%51	%51
Uluslararası	185	182	%1,6	462	453	%2,0	%49	%49
Net Satışlar (mn TL)	2.205	1.925	%14,6	5.450	4.903	%11,2		
Türkiye (TL ml)	1.059	989	%7,1	2.697	2.531	%6,6	%49	%52
Uluslararası (mn dolar)	409	434	(%5,7)	1.037	1.099	(%5,6)	%51	%48
FAVÖK (mn TL)	424	374	%13,4	954	891	%7,1		
Türkiye (TL ml)	199	166	%19,4	498	401	%24,3	%52	%45
Uluslararası (mn dolar)	86	101	(%14,8)	192	240	(%19,7)	%48	%55
Net Kar / (zarar) (mn TL)	54	128	(%57,4)	113	352	(%67,9)		

CEO Burak Başarır'ın Yorumları...

"CCİ'nin net satış gelirleri, yılın üçüncü çeyreğinde, %15 ile, %3 büyüyen satış hacminin üzerinde artarak ivme kazanmaya devam etti.

Büyüme, tüketici güveninin çok zayıf olmasına rağmen, 2014 yılındaki düşük bazın etkisiyle, özellikle Türkiye'de güçlü seyretti. Üçüncü çeyrekte gazlı içeceklerdeki toplam satılan paket sayısı yüksek tek haneli artarken, bu artış hacim büyümesinin üzerinde seyretti. Bununla birlikte, Türkiye operasyonlarının faaliyet karı marjı, güçlü fiyatlama, efektif maliyet ve faaliyet gideri yönetiminin sayesinde yıllık bazda iyileşme gösterdi.

Pakistan operasyonları başarılı piyasa uygulamaları ve iskonto yönetiminin desteği ile üçüncü çeyrekte çift haneli satış hacmi büyümesi gösterdi. Ayrıca, küçük paketlerin payındaki artış daha dengeli bir kar performansına destek verdi.

Orta Asya ülkelerindeki performansımız kurlardaki yüksek devalüasyonların etkisi ile baskı altında kaldı. Buna karşın, devalüasyonların getirdiği olumsuz etkileri azaltmak için maliyetleri ve faaliyet giderlerini rasyonalize ve kontrol etmeye, seçici fiyatlama girişimlerinde bulunmaya devam ediyoruz.

Zorlu koşulların yakın gelecekte devam etme ihtimaline karşın, markalarımızın gücüne inanıyoruz ve pazar uygulamalarımıza odaklanmaya devam edeceğiz. Yılın devamında daha fazla verimlilik kazancı elde etmeye büyük önem veriyoruz. Kritik kapasite yatırımlarının tamamlanmış olmasından dolayı, yakın gelecekte satış hacmi ivmemizi etkilemeden, yatırım harcamalarımızı azaltmak için kayda değer bir esnekliğimiz var.

2015 yılının ötesine baktığımızda, CCİ'nin uzun vadeli hissedar değerini artırmak için pazarlarındaki büyüme potansiyelinden yararlanacak, sağlam bir iş modeli bulunmaktadır."

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)	9A15	9A14	% Değişim	3Ç15	3Ç14	% Değişim
Satış Hacmi (Milyon Ünite Kasa)	939	933	%0,6	377	365	%3,4
Hasılat	5.450	4.903	%11,2	2.205	1.925	%14,6
Brüt Kar	1.949	1.818	%7,2	765	701	%9,1
Faaliyet Karı	649	636	%1,9	302	290	%4,2
Faaliyet Karı (Diğer gelir/gider hariç)	670	642	%4,2	321	290	%10,6
FAVÖK	954	891	%7,1	424	374	%13,4
FAVÖK (Diğer gelir/gider hariç)	941	884	%6,5	418	372	%12,4
Vergi Öncesi Faaliyet Karı / (Zararı)	172	481	(%64,3)	90	173	(%48,1)
Net Dönem Karı / (Zararı)	113	352	(%67,9)	54	128	(%57,4)
Brüt Kar Marjı	%35,8	%37,1		%34,7	%36,4	
Faaliyet Kar Marjı	%11,9	%13,0		%13,7	%15,0	
Faaliyet Karı Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	%12,3	%13,1		%14,6	%15,1	
FAVÖK Marjı	%17,5	%18,2		%19,2	%19,4	
FAVÖK Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	%17,3	%18,0		%18,9	%19,3	
Net Kar / (Zarar) Marjı	%2,1	%7,2		%2,5	%6,6	
Türkiye Operasyonları (Milyon TL)	9A15	9A14	% Değişim	3Ç15	3Ç14	% Değişim
Satış Hacmi (Milyon Ünite Kasa)	477	480	(%0,6)	192	183	%5,1
Hasılat	2.697	2.531	%6,6	1.059	989	%7,1
Brüt Kar	1.076	1.025	%5,0	400	390	%2,4
Faaliyet Karı	400	307	%30,2	168	138	%21,7
Faaliyet Karı (Diğer gelir/gider hariç)	317	270	%17,7	142	121	%16,7
FAVÖK	498	401	%24,3	199	166	%19,4
FAVÖK (Diğer gelir/gider hariç)	419	364	%15,2	175	152	%15,0
Net Dönem Karı / (Zararı)	5	179	(%97,0)	(20)	42	(%146,5)
Brüt Kar Marjı	%39,9	%40,5		%37,8	%39,5	
Faaliyet Kar Marjı	%14,8	%12,1		%15,8	%13,9	
Faaliyet Karı Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	%11,8	%10,7		%13,4	%12,3	
FAVÖK Marjı	%18,5	%15,8		%18,8	%16,8	
FAVÖK Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	%15,5	%14,4		%16,5	%15,4	
Net Kar / (Zarar) Marjı	%0,2	%7,1		(%1,9)	%4,3	
Uluslararası Operasyonlar (Milyon ABD Doları)	9A15	9A14	% Değişim	3Ç15	3Ç14	% Değişim
Satış Hacmi (Milyon Ünite Kasa)	462	453	%2,0	185	182	%1,6
Hasılat	1.037	1.099	(%5,6)	409	434	(%5,7)
Brüt Kar	329	367	(%10,4)	130	144	(%9,4)
Faaliyet Karı	114	164	(%30,5)	54	75	(%28,6)
Faaliyet Karı (Diğer gelir/gider hariç)	124	166	(%25,5)	62	76	(%18,2)
FAVÖK	192	240	(%19,7)	86	101	(%14,8)
FAVÖK (Diğer gelir/gider hariç)	188	234	(%19,9)	85	99	(%15,0)
Net Dönem Karı / (Zararı)	63	95	(%33,5)	33	46	(%27,6)
Brüt Kar Marjı	%31,7	%33,4		%31,9	%33,2	
Faaliyet Kar Marjı	%11,0	%15,0		%13,2	%17,4	
Faaliyet Karı Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	%11,9	%15,1		%15,2	%17,5	
FAVÖK Marjı	%18,6	%21,8		%21,1	%23,4	
FAVÖK Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	%18,1	%21,3		%20,7	%22,9	
Net Kar / (Zarar) Marjı	%6,1	%8,6		%8,2	%10,6	

Faaliyet Bölümlerinin İncelenmesi

Konsolide

Yılın üçüncü çeyreğinde konsolide satış hacmi, geçen yılın aynı dönemine göre %3,4 artışla 377 milyon ünite kasa olurken, ilk dokuz aylık satış hacmi 939 milyon ünite kasa olarak gerçekleşti. 2015'in üçüncü çeyreğinde satış hacmi, 2014'ün aynı dönemindeki %8,2'lik hacim artışının üzerine, beklentilere paralel olarak hem Türkiye hem de uluslararası operasyonlarda ivme kazandı.

Türkiye operasyonlarının satış hacmi, 2015'in üçüncü çeyreğinde, tüketici güvenindeki bozulmaya rağmen geçen yılın aynı dönemindeki düşük bazın da etkisiyle büyüme kaydetti. Söz konusu dönemde hava sıcaklıklarının ortalamanın üzerinde seyretmesi de hacim artışını destekledi.

Uluslararası operasyonlar da 2015'in üçüncü çeyreğinde, yılın ikinci çeyreğindeki yavaşlamanın ardından geçen yılın aynı dönemine göre daha hızlı bir büyüme gösterdi. Orta Asya operasyonları zayıf kurlardan ve oynak makroekonomik çevreden etkilenmeye devam ederken, Pakistan yüksek sezonda çift haneli büyümeye dönüş yaptı. Uluslararası operasyonların toplam satış hacmindeki payı 2015'in ilk dokuz ayında %49 ile geçen seneye göre aynı seviyede kaldı.

Gazlı içecekler kategorisi yılın ilk dokuz ayında %1 artış kaydederken, satılan paket sayısı yatay seyretti. Su hariç gazsız içecekler kategorisi, Türkiye'deki buzlu çay ve meyve suyu segmentlerindeki hacim artışının katkısıyla %0,2 büyüme gösterdi. Su kategorisi ise özellikle Türkiye'de paketli su kategorisinin çift haneli büyümesi ile yılın ilk dokuz ayında %3 satış hacmi artışı kaydetti.

Türkiye

Türkiye operasyonunun satış hacmi, 2015 yılının üçüncü çeyreğinde %5,1 artarken yılbaşından bu yana görülen daralma %0,6'ya geriledi. Satış hacmi performansı, yüksek baz etkisi azalırken, yılın üçüncü çeyreğinde iyileşti. Tüketici güveni bu çeyrekte tarihsel olarak en düşük seviyelere gerilerken, hava sıcaklıklarının ortalamanın üzerinde seyretmesi, yeni paketler ve hacim yaratan paketler için yapılan yaz kampanyaları satış hacmi büyümesine katkı sağladı.

2015 yılının üçüncü çeyreğinde hem küçük paketler (IC) hem de büyük paketler (FC) satış hacmi ve satılan paket sayısı bakımından büyüme sağlarken, bu dönemde satılan paket sayısındaki artış satış hacmi büyümesini geride bıraktı. Satılan paketlerdeki dağılımda küçük paketler lehine değişim üçüncü çeyrekte devam etti. Küçük paketler hem satış hacmi hem de satılan paket sayısı olarak çift haneli olarak büyüdü.

2015 yılının üçüncü çeyreğinde gazlı içecek kategorisi neredeyse aynı kalırken yılın ilk dokuz ayında %3,4 geriledi. Diğer taraftan, üçüncü çeyrekte gazlı içecek kategorisindeki satılan paket sayısı yüksek tek haneli artarken küçük paketlerin payı %20'yi geçti. Aynı dönemde, light segmentindeki Coca-Cola Zero ve Coca-Cola Light markaları toplamda %35 artarak tüm gazlı içecek kategorisinin üzerinde performans gösterdi.

Su hariç, gazsız içecek kategorisi, yılın ilk dokuz ayında, meyve suyu kategorisindeki düşük tek haneli artışın ve buzlu çaydaki çift haneli büyümenin etkisi ile %3,9 büyüdü. Aynı dönemde, su kategorisinde, üçüncü çeyrekteki paketli su segmenti büyümesinin etkisiyle %12,4 hacim artışı oldu. Damacana segmenti bu dönemde tek haneli artış gösterirken, su segmentindeki paket dağılımı, daha karlı olan küçük paketler lehine gelişmeye devam etti.

Paket çay kategorisi de üçüncü çeyrekte büyüme gösterdi, ancak, yılın ilk yarısındaki daralmadan dolayı, ilk dokuz ayda bu kategoride %5,4'lük hacim gerilemesi oldu.

Faaliyet Bölümlerinin İncelenmesi

Uluslararası Operasyonlar

Uluslararası operasyonların satış hacmi 2015 yılının üçüncü çeyreğinde ve ilk dokuz ayında sırasıyla %1,6 ve %2,0 artış kaydetti. Üçüncü çeyrekte, Pakistan satış hacmi, ikinci çeyrekteki yavaşlamanın ardından çift haneli büyümeye dönerken, Orta Asya ve Irak pazarlarında hacim daralması oldu.

Pakistan'da satış hacmi, üçüncü çeyrekte %11,2 artarak çift haneli rakamlara geri dönerken bu artış, yılın ilk dokuz ayındaki büyümeyi %8,2'ye getirdi. İkinci ve üçüncü çeyrekteki, Kontur 100 ve Ramazan kampanyalarına ek olarak, Coca-Cola 2lt paketinin piyasaya sürülmüş olması hacim artışını destekledi. Zorlu rekabet koşulları devam ederken, CCI pazar uygulamalarına yoğunlaşırıp değişik fiyat seviyelerinde ve tüketim fırsatlarında tüketicilerle buluşmak için piyasaya yeni paketler sunarak daha avantajlı bir paket dağılımına ulaşmaya çalışmaktadır.

Orta Asya satış hacmi, üçüncü çeyrekte, yüksek kur devalüasyonları nedeniyle %7,1 düştü. Bölgedeki en büyük pazar olan Kazakistan'ın satış hacmi, üçüncü çeyrekte %6,4 düşüş gösterirken, yılın ilk dokuz ayında %2,1 düşüş kaydetti. Buna karşın, hemen hemen tüm bölge ülkelerindeki faaliyetlerimiz pazar payı artışı gösterdi. Yılın ilk dokuz ayında, Orta Asya satış hacmi %2,8 düştü.

Orta Doğu operasyonlarının satış hacmi, 2015 yılının üçüncü çeyreğinde ve ilk dokuz ayında sırasıyla %2,5 ve %2,6 düşerken, Irak satış hacmi aynı dönemlerde %4,9 ve %4,6 daralma kaydetti. Üçüncü çeyrekte, Güney Irak satış hacmi, su kategorisinin geçen seneki yüksek bazından kaynaklanan daralmadan dolayı %9,8 düştü. Diğer yandan, Kuzey Irak, Coca-Cola markasının ve su kategorisinin güçlü büyümesi sayesinde beklenenden daha iyi performans göstererek %4,3 büyüdü. Ürdün pazarı ise, yüksek sezon öncesi başarılı yeni paket sunumlarının etkisiyle üçüncü çeyrekte %14,1 hacim artışı kaydetti.

Finansal Performans

Net Satışlar

Konsolide: Konsolide net satışlar 2015 yılının üçüncü çeyreğinde %14,6 artarken, yılın ilk dokuz ayında 5,5 milyar TL'ye ulaştı. Ünite kasa başına net satışlar büyük ölçüde Türkiye'deki fiyatlandırmaya bağlı olarak yılın ilk dokuz ayında %10,5 artış göstererek 5,81 TL oldu.

Türkiye: Net satışlar yılın üçüncü çeyreğinde %7,1 artarken yılın ilk dokuz ayında 2,7 milyar TL'ye ulaştı. Ünite kasa başına net satışlar ise, yılın ilk yarındaki fiyat artışlarının ve küçük paketlerin payındaki artışın olumlu etkisine bağlı olarak yılın ilk dokuz ayında %7,3 artış gösterdi.

Uluslararası Operasyonlar: Net satışlar yılın üçüncü çeyreğinde %5,7 azalarak yılın ilk dokuz ayında 1 milyar ABD doları oldu. Ünite kasa başına net satışlar ise, Orta Asya ve Pakistan'daki gerileyen ortalama fiyatların etkisiyle ilk dokuz ayda %7,5 geriledi.

Faaliyet Karlılığı

Konsolide: Brüt kar marjı yılın üçüncü çeyreğinde, uluslararası operasyonlardaki marj daralmasını ve TL'nin değer kaybının Türkiye operasyonlarının brüt marj üzerindeki olumsuz etkisini yansıtarak 1,7 puan düşüşle %34,7 oldu. Konsolide brüt kar marjı, yılın ilk dokuz ayında geçen yılın aynı dönemine göre 1,3 puan azalarak %35,8 olarak gerçekleşti.

Diğer gelir/giderler hariç faaliyet karı, yılın üçüncü çeyreğinde %10,6 artarken, faaliyet kar marjı geçen yıla göre 0,5 puan düşüşle %14,6 oldu. Türkiye operasyonlarındaki faaliyet kar marjı artışına rağmen, uluslararası operasyonların zayıf faaliyet karlılığı konsolide bazda faaliyet kar marjının gerilemesine sebep oldu.

Diğer gelir/giderler hariç FAVÖK, üçüncü çeyrekte %12,4 artarken, FAVÖK marjı geçen yılın aynı dönemine göre 0,4 puan azalarak %18,9 oldu. Buna bağlı olarak, yılın ilk dokuz ayında FAVÖK marjı geçen yılın aynı dönemine göre 0,7 puan daralarak %17,3 oldu.

Türkiye: Üçüncü çeyrekte, Türkiye operasyonlarındaki brüt kar marjı 1,7 puan gerileyerek %37,8 oldu. Ünite kasa başına satılan malın maliyeti, özellikle ambalaj maliyetleri üzerindeki olumsuz kur etkisi ile ünite kasa başına satışlarındaki büyümenin üzerinde seyretti. Brüt kar marjı yılın ilk dokuz ayında 0,6 puan azalarak %39,9 olarak gerçekleşti.

Diğer gelir/giderler hariç faaliyet giderleri, üçüncü çeyrekte daha düşük satış, pazarlama ve dağıtım harcamalarının etkisiyle %4,0 düşüş kaydederek karlılığa olumlu etki etti.

Diğer gelir/giderler hariç faaliyet karı, üçüncü çeyrekte %16,7 artarken, faaliyet kar marjı 1,1 puan yükselerek %13,4 oldu. Sonuç olarak, yılın üçüncü çeyreğinde diğer gelir/giderler hariç FAVÖK %15,0 artarken, FAVÖK marjı 1,1 puan artışla %16,5 oldu. FAVÖK marjı yılın ilk dokuz ayında ise 1,1 puan artışla %15,5 olarak gerçekleşti.

Finansal Performans

Uluslararası Operasyonlar: Yılın üçüncü çeyreğinde brüt kar marjı 1,3 puan düşüyle %31,9 oldu. Ünite kasa başına satılan malın maliyeti, olumlu hammadde fiyatlarının etkisiyle bir önceki yılın aynı dönemine göre %5,4 gerilemesine rağmen, daha düşük ünite kasa başına gelir brüt kar marjında daralmaya sebep oldu. 2015 yılının ilk dokuz ayında, brüt kar marjı 1,7 puan gerileyerek %31,7 olarak gerçekleşti.

Diğer gelir/giderler hariç faaliyet giderleri, üçüncü çeyrekte geçen yılın aynı dönemine göre neredeyse aynı kaldı.

Üçüncü çeyrekte, diğer gelir/giderler hariç faaliyet karı %18,2 azalırken, faaliyet kar marjı geçen yılın aynı dönemine göre 2,3 puan daralarak %15,2 oldu. Sonuç olarak, üçüncü çeyrekte diğer gelir/giderler hariç FAVÖK %15,0 azalırken, FAVÖK marjı %20,7 oldu. Geçen yılın ilk dokuz ayında %21,3 seviyesinde olan FAVÖK marjı bu yılın aynı döneminde %18,1 oldu.

Finansal Giderler

Net finansal giderler 2014 yılının ilk dokuz ayında 155 milyon TL seviyesinde iken, 2015'in ilk dokuz ayında 479 milyon TL olarak gerçekleşti. Bu tutarın büyük bir kısmı, Türk Lirası'ndaki değer kaybına bağlı olarak, nakdi olmayan kur farkından kaynaklandı.

2014 yılının ilk dokuz ayında 77 milyon TL seviyesinde olan net kur farkı gideri*, 2015'in ilk dokuz ayında 369 milyon TL oldu.

Finansal Gelirler / (Giderler) (milyon TL)	30 Eylül 2015	30 Eylül 2014
Faiz geliri	25	31
Faiz gideri (-)	(135)	(112)
Kur farkı geliri / (gideri)	267	65
Gerçekleşen kur farklı geliri / (gideri) - Krediler	(10)	(26)
Gerçekleşmeyen kur farklı geliri / (gideri)	(626)	(116)
Türev işlemlerinden elde edilen gelir	(1)	3
Finansal Gelirler / (Giderler) Net	(479)	(155)

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

Net Kar

Coca-Cola İçecek, 2014'ün üçüncü çeyreğindeki 128 milyon TL net kara karşın, 2015 yılı üçüncü çeyreğinde nakdi olmayan kur farkı giderlerini içeren finansal giderlerin etkisiyle 54 milyon TL kar kaydetti. Yılın ilk dokuz ayında ise geçen yılın aynı dönemindeki 352 milyon TL'ye karşın 113 milyon TL kar elde edildi.

Finansal Detaylar

Yatırım Harcamaları

Yatırım harcamaları ağırlıklı olarak arazi, bina, makine ve soğutucu yatırımlarından oluşmaktadır. Yatırım harcamalarının son on iki aylık satışlara oranı 2014 ilk dokuz ayında %7,1 iken, 2015 ilk dokuz ayında %9,8 oldu. Artış, büyük ölçüde Pakistan, Kazakistan ve Tacikistan'da yapılan ve üretime başlayan fabrika yatırımları ve devam etmekte olan kapasite yatırımı harcamalarından kaynaklandı.

Yatırım Harcamaları (milyon TL)	30 Eylül 2015	30 Eylül 2014
Maddi ve maddi olmayan varlık yatırımları	643	419
Birleşme ve satın almalar	0	0
Toplam	643	419

Yılın ilk dokuz ayında, yatırım harcamalarının yaklaşık %16'sı Türkiye operasyonlarına ayrılırken, kalan yaklaşık %84'lük 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 dokuz ayında 607 milyon TL iken, 2015 yılının ilk dokuz ayında 729 milyon TL olarak gerçekleşti. Serbest nakit akımı, özellikle faaliyetlerden sağlanan nakit akımının yavaşlamasının yanısıra devam etmekte olan yatırım harcamalarının etkisiyle de yılın ilk dokuz ayında geçen seneye göre azaldı.

Serbest Nakit Akımı (milyon TL)	30 Eylül 2015	30 Eylül 2014
Esas faaliyetlerinden sağlanan net nakit	729	607
Maddi ve maddi olmayan varlık yatırımları	(643)	(419)
Serbest Nakit Akımı	86	188

Finansal Detaylar

Borç Yapısı

Konsolide borç 30 Eylül 2015 itibariyle 2014 yıl sonuna göre önemli bir değişim göstermeyerek 1,168 milyar ABD doları seviyesinde kaldı. Konsolide nakit aynı dönemde 9 milyon dolar artarak 337 milyon ABD dolarına yükseldi.

Finansal borçların %83'ü ABD Doları, %12'si Euro, %3'ü Pakistan Rupisi, %2'si ise TL, Ürdün Dinarı ve Kazak Tengesi cinsindedir.

30 Eylül 2015 itibariyle konsolide ortalama borç vadesi 3,2 yıldır. Toplam borç portföyümüzün vadesi 2015 Eylül sonu itibariyle aşağıdaki gibidir:

Vade Tarihi	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2023
Borcun %'si	%8,7	%8,0	%4,4	%56,6	%3,2	%8,9	%10,3

31 Aralık 2014 itibariyle 812 milyon ABD doları olan konsolide net borçlar, 30 Eylül 2015 itibariyle 832 milyon ABD doları oldu. 30 Eylül 2015 itibariyle Net Borç/FAVÖK oranı 2,47'dir.

Finansal Kaldıraç Oranları	9A15	2014
Net Borç / FAVÖK	2.47	1.96
Borç Oranı (Toplam Fin. Borç / Toplam Varlıklar)	%37	%37
Fin. Borç / Sermaye Toplamı	%83	%78

*Son 12 Aylık FAVÖK

Geleceğe Yönelik Beklentiler

2015 yılına ilişkin beklentilerimizde en son yapılan açıklamadan bu yana bir değişiklik olmamıştır. Buna göre, 2015 yılında Türkiye'deki satış hacminin düşük tek haneli büyüme göstereceğini, uluslararası operasyonların orta tek haneli, konsolide satış hacminin ise orta tek haneli büyüme kaydetmesini bekliyoruz.

Net satış gelirlerindeki artışın hacim artışının üzerinde olmasını öngörüyoruz. Türkiye operasyonlarının net satış gelirlerinin fiyat artışları ve küçük paketlerin payındaki artıştan olumlu etkilenmesini bekliyoruz. Diğer yandan, Orta Asya ülkelerinde kurlarda gerçekleşen ve gerçekleşmesi muhtemel devalüasyonlar ile genel ekonomik yavaşlama ve Pakistan'da artan rekabetle birlikte fiyatların gevşek seyretmesine bağlı olarak, konsolide FAVÖK marjının 2014 yılına göre yatay ya da sınırlı bir daralma göstermesini öngörüyoruz.

2015 yılında, daha önce duyurduğumuz gibi Duşanbe (Tacikistan), Astana (Kazakistan) ve Multan (Pakistan) fabrikaları üretime geçmiştir.

Beklentilerimize yönelik riskler:

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

Tüketimde hızlı yavaşlama: Satış gelirlerinin 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 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 ve ekonomik büyümede yavaşlama: 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 2015 yılında önemli ölçüde yavaşlaması 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/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.

30 Eylül 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. 30 Eylül 2015 ve 30 Eylül 2014 tarihleri itibariyle, Finansman geliri / gideri öncesi faaliyet karı ve FAVÖK arasındaki mutabakat aşağıdaki gibidir:

FAVÖK (milyon TL)	30 Eylül 2015	30 Eylül 2014
Finansman gelir gideri öncesi faaliyet karı	651	636
Amortisman ve itfa giderleri	262	232
Kıdem tazminatı ve ücretli izin karşılığı	9	10
Maddi duran varlık değer düşüklüğü karşılığı/ (iptali), net	3	5
Esas faaliyetlerden diğer gelir / gider hesapları içerisindeki kur farkı gelir / gideri	28	7
Özkaynak yöntemiyle değerlendirilen yatırımların kar / zararındaki paylar	1	1
FAVÖK	954	891

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					
	1 Ocak - 30 Eylül			1 Temmuz - 30 Eylül		
	2015	2014	Değişim (%)	2015	2014	Değişim (%)
Satış Hacmi (Milyon Ünite Kasa)	939	933	%0,6	377	365	%3,4
Hasılat	5.450	4.903	%11,2	2.205	1.925	%14,6
Satışların Maliyeti	(3.501)	(3.085)	%13,5	(1.440)	(1.224)	%17,7
Brüt Kar	1.949	1.818	%7,2	765	701	%9,1
Pazarlama, Satış, Dağıtım Giderleri	(1.029)	(972)	%5,9	(360)	(343)	%5,0
Genel Yönetim Giderleri	(250)	(204)	%22,8	(84)	(68)	%23,4
Diğer Faaliyet Gelirleri	87	37	%134,6	33	13	%151,4
Diğer Faaliyet Giderleri	(108)	(43)	%150,7	(53)	(14)	%274,7
Faaliyet Karı / (zararı)	649	636	%1,9	302	290	%4,2
Yatırım Faaliyetlerinden Gelir / (Giderler)	3	0	a.d.	1	1	a.d.
Özkaynak Yöntemiyle Değerlenen Yatırımlardaki Paylar	(1)	(1)	(%4,7)	(0)	(0)	%58,6
Finansman Geliri / Gideri Öncesi Faaliyet Karı / (zararı)	651	636	%2,3	303	290	%4,4
Finansal Gelirler	347	413	(%16,1)	170	66	%156,0
Finansal Giderler	(826)	(568)	%45,3	(382)	(183)	%109,4
Vergi Öncesi Faaliyet Karı / (zararı)	172	481	(%64,3)	90	173	(%48,1)
Ertelenmiş Vergi Geliri / (Gideri)	32	6	a.d.	13	(3)	a.d.
Dönem Vergi Gideri	(79)	(97)	(%18,7)	(31)	(27)	%16,6
Dönem Karı / (zararı)	124	390	(%68,1)	71	143	(%50,2)
Kontrol Gücü Olmayan Paylar	(11)	(38)	(%69,5)	(17)	(16)	%7,6
Net Dönem Karı / (zararı)	113	352	(%67,9)	54	128	(%57,4)
FAVÖK	954	891	%7,1	424	374	%13,4

Türkiye Operasyonu Gelir Tablosu

(Milyon TL)	Bağımsız İncelemeden Geçmemiş					
	1 Ocak - 30 Eylül			1 Temmuz - 30 Eylül		
	2015	2014	Değişim (%)	2015	2014	Değişim (%)
Satış Hacmi (Milyon Ünite Kasa)	477	480	(%0,6)	192	183	%5,1
Hasılat	2.697	2.531	%6,6	1.059	989	%7,1
Satışların Maliyeti	(1.621)	(1.506)	%7,7	(659)	(598)	%10,1
Brüt Kar	1.076	1.025	%5,0	400	390	%2,4
Pazarlama, Satış, Dağıtım Giderleri	(618)	(637)	(%2,9)	(214)	(230)	(%7,2)
Genel Yönetim Giderleri	(140)	(118)	%18,5	(44)	(39)	%14,5
Diğer Faaliyet Gelirleri	93	52	%78,9	30	20	%53,4
Diğer Faaliyet Giderleri	(10)	(15)	(%28,2)	(4)	(3)	%27,7
Faaliyet Karı / (zararı)	400	307	%30,2	168	138	%21,7
Yatırım Faaliyetlerinden Gelir / (Giderler)	1	(0)	a.d.	0	0	a.d.
Özkaynak Yöntemiyle Değerlenen Yatırımlardaki Paylar	0	0	a.d.	0	0	a.d.
Finansman Geliri / Gideri Öncesi Faaliyet Karı / (zararı)	401	307	%30,6	168	138	%21,6
Finansal Gelirler	351	425	(%17,5)	162	80	%103,4
Finansal Giderler	(752)	(523)	%43,6	(354)	(169)	%109,0
Vergi Öncesi Faaliyet Karı / (zararı)	0	209	(%99,8)	(24)	48	(%150,7)
Ertelenmiş Vergi Geliri / (Gideri)	28	11	%165,9	11	(3)	(%453,1)
Dönem Vergi Gideri	(23)	(41)	(%43,5)	(7)	(2)	%172,7
Dönem Karı / (zararı)	5	179	(%97,0)	(20)	42	(%146,5)
Kontrol Gücü Olmayan Paylar	0	0	a.d.	0	0	a.d.
Net Dönem Karı / (zararı)	5	179	(%97,0)	(20)	42	(%146,5)
FAVÖK	498	401	%24,3	199	166	%19,4

Ulusallararası Operasyonlar Gelir Tablosu

(Milyon ABD Doları)	Bağımsız İncelemeden Geçmemiş					
	1 Ocak - 30 Eylül			1 Temmuz - 30 Eylül		
	2015	2014	Değişim (%)	2015	2014	Değişim (%)
Satış Hacmi (Milyon Ünite Kasa)	462	453	%2,0	185	182	%1,6
Hasılat	1.037	1.099	(%5,6)	409	434	(%5,7)
Satışların Maliyeti	(708)	(732)	(%3,3)	(279)	(290)	(%3,9)
Brüt Kar	329	367	(%10,4)	130	144	(%9,4)
Pazarlama, Satış, Dağıtım Giderleri	(155)	(155)	(%0,2)	(51)	(52)	(%1,7)
Genel Yönetim Giderleri	(50)	(46)	%9,9	(17)	(16)	%7,7
Diğer Faaliyet Gelirleri	27	12	%134,6	9	4	%118,8
Diğer Faaliyet Giderleri	(37)	(13)	%175,6	(18)	(5)	%264,7
Faaliyet Karı / (zararı)	114	164	(%30,5)	54	75	(%28,6)
Yatırım Faaliyetlerinden Gelir / (Giderler)	1	0	%191,7	0	0	a.d.
Özkaynak Yöntemiyle Değerlenen Yatırımlardaki Paylar	(0)	(0)	a.d.	(0)	(0)	a.d.
Finansman Geliri / Gideri Öncesi Faaliyet Karı / (zararı)	115	164	(%30,1)	54	75	(%28,2)
Finansal Gelirler	7	2	%182,9	6	(4)	a.d.
Finansal Giderler	(36)	(29)	%25,5	(13)	(9)	%45,6
Vergi Öncesi Faaliyet Karı / (zararı)	85	138	(%38,1)	47	63	(%25,3)
Ertelenmiş Vergi Geliri / (Gideri)	1	(2)	(%168,3)	1	0	a.d.
Dönem Vergi Gideri	(20)	(25)	(%20,6)	(8)	(11)	(%21,8)
Dönem Karı / (zararı)	67	111	(%39,7)	39	52	(%24,9)
Kontrol Gücü Olmayan Paylar	(4)	(16)	(%77,1)	(6)	(6)	(%5,5)
Net Dönem Karı / (zararı)	63	95	(%33,5)	33	46	(%27,6)
FAVÖK	192	240	(%19,7)	86	101	(%14,8)

CCİ Konsolide Bilanço

(Milyon TL)	Bağımsız İncelemeden Geçmiş	Bağımsız Denetimden Geçmiş
	30 Eylül 15	31 Aralık 14
Dönen Varlıklar	3.021	2.249
Nakit ve Nakit Benzerleri	1.025	757
Finansal Yatırımlar	0	3
Türev Finansal Araçlar	2	2
Ticari Alacaklar	709	387
İlişkili taraflardan alacaklar	117	36
Diğer Alacaklar	47	35
Stoklar	728	576
Peşin Ödenmiş Giderler	173	202
Cari Dönem Vergisiyle İlgili Varlıklar	43	77
Diğer Dönen Varlıklar	177	175
Duran Varlıklar	6.474	4.953
Diğer Alacaklar	9	6
Maddi Duran Varlıklar	4.454	3.362
Maddi Olmayan Duran Varlıklar	1.203	925
Şerefiye	635	484
Peşin Ödenmiş Giderler	168	175
Ertelenmiş Vergi Varlığı	6	0
Toplam Varlıklar	9.495	7.202
Kısa Vadeli Yükümlülükler	1.775	1.443
Kısa Vadeli Finansal Borçlanmalar	347	515
Uzun Vadeli Borçlanmaların Kısa Vadeli Kısımları	216	113
Türev Finansal Araçlar	6	0
Ticari Borçlar	673	446
İlişkili taraflara borçlar	162	111
Çalışanlara Sağlanan Faydalara Kapsamında Borçlar	22	20
Diğer Borçlar	230	149
Dönem Karı Vergi Yükümlülüğü	20	2
Çalışanlara Sağlanan Faydalara İlişkin Karşılıklar	74	64
Diğer Kısa Vadeli Yükümlülükler	26	23
Uzun Vadeli Yükümlülükler	3.427	2.386
Uzun Vadeli Finansal Borçlanmalar	2.992	2.015
Ticari ve İlişkili Taraflara Borçlar	24	22
Çalışanlara Sağlanan Faydalara İlişkin Karşılıklar	57	51
Ertelenmiş Vergi Yükümlülüğü	240	212
Diğer Uzun Vadeli Yükümlülükler	113	86
Ana Ortaklığa Ait Özkaynaklar	3.774	3.025
Kontrol Gücü Olmayan Paylar	519	348
Toplam Kaynaklar	9.495	7.202

CCİ Nakit Akım Tablosu

(Milyon TL)	Bağımsız İncelemeden Geçmemiş	
	30 Eylül 2015	Dönem Sonu 30 Eylül 2014
Faaliyetlerden sağlanan nakit akımı		
İşletme sermayesindeki değişikliklerden önceki faaliyet karı	969	922
Ödenen faiz	(111)	(86)
Alınan faiz	25	31
Vergi Varlık ve Yükümlülüklerindeki Değişiklikler	29	(41)
Kıdem tazminatı, yönetim primi ve uzun vadeli teşvik planı ödemeleri	(33)	(28)
Faaliyetlerden sağlanan nakit	879	798
İşletme sermayesindeki değişiklikler	(150)	(191)
Esas faaliyetlerinden sağlanan net nakit	729	607
Maddi ve maddi olmayan varlık yatırımları	(643)	(419)
Serbest Nakit Akım	86	188
Yatırım faaliyetlerinde kullanılan diğer nakit	21	516
Kredilerden sağlanan değişim	59	(891)
Ödenen temettüleri	(100)	(85)
Nakit akış riskinden korunma kazancı	0	0
Finansman faaliyetlerinden sağlanan net nakit	(41)	(976)
Nakit ve nakit benzerleri üzerindeki çevrim farkı	90	13
Grup içi kredilerden kaynaklanan çevrim farkı	177	25
Yabancı para çevrim farkları	(64)	(15)
Nakit ve nakit benzeri değerlerdeki net artış / (azalış)	268	(249)
Dönem başı itibarıyla nakit ve nakit benzeri değerler	757	917
Nakit ve nakit eşdeğerleri, dönem sonu	1.025	668

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)		
	3Ç15	3Ç14	Değişim %	9A15	9A14	Değişim %
Türkiye	2,86	2,16	32%	2,66	2,16	23%
Pakistan	103	100	2%	102	101	1%
Kazakistan	219	183	20%	197	179	10%
Irak	1205	1194	1%	1205	1194	1%

Dönem Sonu Döviz Kurları						
	(ABD Doları / Yerel Para Birimi)			(ABD Doları / Yerel Para Birimi)		
	3Ç15	2Ç15	Değişim %	3Ç15	Ara.14	Değişim %
Türkiye	3,04	2,69	13%	3,04	2,32	31%
Pakistan	104	102	3%	104	101	4%
Kazakistan	272	186	46%	272	182	49%
Irak	1215	1208	1%	1215	1195	2%

Kaynak: TCMB, Bloomberg

Webcast

Coca-Cola İçecek, 5 Kasım 2015 tarihinde, 16.00 itibarıyla (Londra 13:00 ve New York 8:00), 2015 yılı ilk dokuz aylık 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:

+00 800 448 829 509

Konfirmasyon kodu: 4099966

İletişim Bilgileri

Yatırımcı İletişim:

Çiğdem Güres Erden
Hazine ve Yatırımcı İlişkileri Direktörü

Tel:+90 216 528 4490
email: cigdem.gures@cci.com.tr

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 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 bin çalışanı ile faaliyet göstermektedir.

•CCİ 26 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) "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