

COCA-COLA İÇECEK 2012 DOKUZ AYLIK SONUÇLARI

12 Kasım 2012, Pazartesi

Konsolide satış hacmi %9 artarak 677 milyon ünite kasaya ulaştı

Türkiye satış hacmi %2 artarak 460 milyon ünite kasaya ulaştı

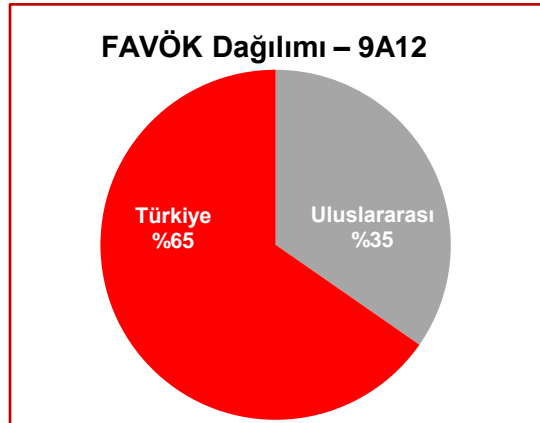
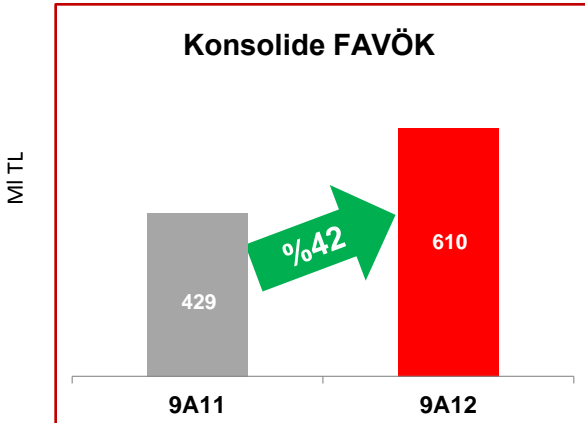
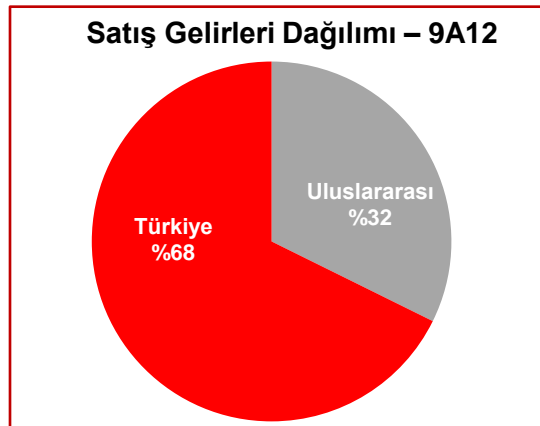
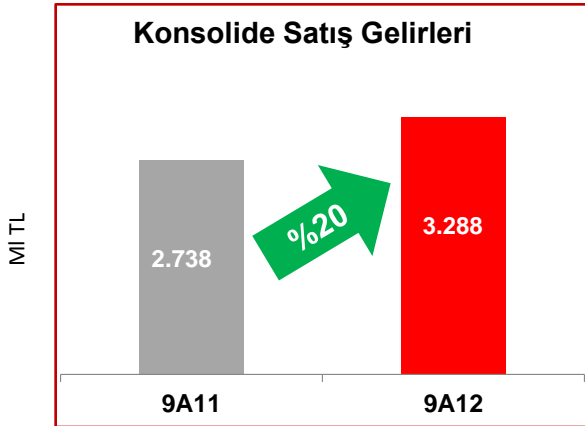
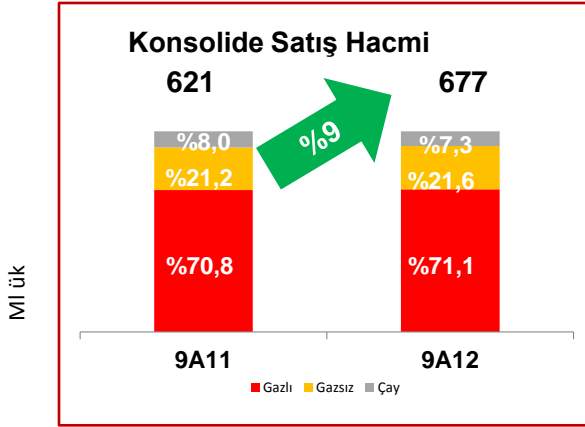
Uluslararası satış hacmi %27 artarak 217 milyon ünite kasaya ulaştı

Konsolide net satışlar %20 artarak 3,3 milyar TL'ye ulaştı

Konsolide faaliyet karı %46 artarak 457 milyon TL'ye ulaştı

Konsolide FAVÖK %42 artarak 610 milyon TL, FAVÖK marjı ise %19 oldu

Konsolide net kar %159 artarak 379 milyon TL'ye ulaştı



Murahhas Aza Damian P. Gammell'in Yorumları

«Coca-Cola İçecek'in (CCI), 3. çeyrekte, istikrarlı döviz kuru ortamında güçlü hacim büyümesi, uygun fiyatlandırma ve düşen girdi maliyetlerinin yardımıyla sağlıklı performansını sürdürdüğünü açıklamaktan memnuniyet duyuyorum. Böylece, 2012 yılının ilk dokuz ayında da başarılı sonuçlar elde edilmeye devam edilmiş, satış hacminde %9, satış gelirlerinde %20 ve FAVÖK'te %42 yükseliş sağlanmıştır.

2011 yılının 3. çeyreğindeki kuvvetli baz üzerine, Türkiye'nin 3. çeyrek satış hacmi sabit kalmıştır. Bu, toplam ürün kompozisyonu içerisinde gazlı ve gazsız içeceklerin payının çaya göre arttığı bir değişimden kaynaklanmaktadır. İlk dokuz ayda ise satış hacmi, etkin iskonto ve fiyatlama yönetiminin yanı sıra, paket ve ürün kategorilerindeki olumlu değişimin de etkisiyle %2 artış göstermiş, ünite kasa başına net satışlar ise %7,3 artmıştır.

Uluslararası operasyonlarımızın satış hacmi büyümesi 2012 yılının 3. çeyreğinde %23 ve ilk dokuz ayında %27 olmuştur. Bu dikkate değer performans, Pakistan, Kazakistan, Azerbaycan ve Irak gibi önemli pazarlarımızdaki çift haneli satış hacmi büyümesi sayesinde sağlanmıştır. Böylece yılın ilk dokuz ayında uluslararası operasyonlardaki ünite kasa başına net satışlar %3,5 yükselmiştir.

Kuvvetli satış hacmi büyümesi sağlamaya devam ettiğimiz bu dönemde önemli ölçüde karlılığa da ulaşmış olmamızdan özellikle memnuniyet duyuyorum. Sonuç olarak, tüm yıl için konsolide bazda düşük çift haneli hacim büyümesi, net satış gelirlerinin satış hacminden daha hızlı büyümesi ve FAVÖK marjı artışı beklentimizi koruyoruz.

Eylül ortasında başarılı bir şekilde Güney Irak'taki satın almamızı tamamladık. %68'i 30 yaşın altında olan 33 milyonluk nüfusu ve görece düşük gazlı içecek tüketim oranları ile Irak operasyonlarının gelecekte de işimize kuvvetli bir ivme katacağına inanıyorum.

2012'nin geri kalanında da sizlerle iyi sonuçlar paylaşmayı umuyorum.»

Konsolide (milyon TL)	3Ç12	3Ç11	% Değişim	9A12	9A11	% Değişim
Satış Hacmi (milyon ük)	282,0	264,6	%6,6	676,7	621,1	%8,9
Satış Gelirleri	1.376,5	1.183,3	%16,3	3.287,5	2.738,0	%20,1
Faaliyet Karı / (Zararı)	233,3	164,7	%41,6	457,1	312,4	%46,3
Faaliyet Karı / (Zararı) (Diğer gelir/gider hariç)	233,1	164,3	%41,8	454,8	307,1	%48,1
FAVÖK	285,0	204,8	%39,2	610,5	428,5	%42,4
FAVÖK (Diğer gelir/gider hariç)	283,9	203,8	%39,3	606,2	425,2	%42,6
Net Dönem Karı / (Zararı)	193,6	64,8	%199,0	379,2	146,3	%159,2

Brüt Kar Marjı	%39,2	%37,3		%39,0	%36,8	
Faaliyet Kar Marjı	%16,9	%13,9		%13,9	%11,4	
Faaliyet Karı Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	%16,9	%13,9		%13,8	%11,2	
FAVÖK Marjı	%20,7	%17,3		%18,6	%15,7	
FAVÖK Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	%20,6	%17,2		%18,4	%15,5	
Net Kar Marjı	%14,1	%5,5		%11,5	%5,3	

Türkiye (milyon TL)	3Ç12	3Ç11	% Değişim	9A12	9A11	% Değişim
Satış Hacmi (milyon ük)	191,3	191,0	%0,2	459,6	449,9	%2,1
Satış Gelirleri	927,7	845,3	%9,8	2.221,8	2.026,5	%9,6
Faaliyet Karı / (Zararı)	148,2	116,9	%26,8	307,4	242,7	%26,6
Faaliyet Karı / (Zararı) (Diğer gelir/gider hariç)	146,2	115,6	%26,4	294,6	238,1	%23,7
FAVÖK	178,4	139,4	%28,0	398,8	315,1	%26,5
FAVÖK (Diğer gelir/gider hariç)	176,4	138,2	%27,7	386,1	310,6	%24,3
Net Dönem Karı / (Zararı)	127,1	29,4	%331,8	278,3	100,0	%178,3

Brüt Kar Marjı	%41,5	%40,0		%42,1	%39,2	
Faaliyet Kar Marjı	%16,0	%13,8		%13,8	%12,0	
Faaliyet Karı Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	%15,8	%13,7		%13,3	%11,8	
FAVÖK Marjı	%19,2	%16,5		%17,9	%15,6	
FAVÖK Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	%19,0	%16,3		%17,4	%15,3	
Net Kar Marjı	%13,7	%3,5		%12,5	%4,9	

Uluslararası (milyon ABD Doları)	3Ç12	3Ç11	% Değişim	9A12	9A11	% Değişim
Satış Hacmi (milyon ük)	90,7	73,7	%23,1	217,1	171,3	%26,8
Satış Gelirleri	250,6	201,4	%24,4	597,4	455,3	%31,2
Faaliyet Karı / (Zararı)	47,6	28,8	%65,1	86,4	43,2	%100,1
Faaliyet Karı / (Zararı) (Diğer gelir/gider hariç)	46,8	28,9	%62,1	85,0	40,1	%112,3
FAVÖK	59,7	39,1	%52,6	121,3	70,6	%71,9
FAVÖK (Diğer gelir/gider hariç)	58,4	38,8	%50,4	118,7	68,6	%72,9
Net Dönem Karı / (Zararı)	37,6	21,2	%77,2	60,2	26,9	%123,9

Brüt Kar Marjı	%34,2	%30,5		%32,4	%28,8	
Faaliyet Kar Marjı	%19,0	%14,3		%14,5	%9,5	
Faaliyet Karı Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	%18,7	%14,3		%14,2	%8,8	
FAVÖK Marjı	%23,8	%19,4		%20,3	%15,5	
FAVÖK Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	%23,3	%19,3		%19,9	%15,1	
Net Kar Marjı	%15,0	%10,5		%10,1	%5,9	

Not 1: FAVÖK = Faaliyet Karı + İtfa Payları & Amortisman + Çalışanlara Sağlanan Faydalara İlişkin Karşılıkları da İçeren Diğer Nakdi Olmayan Giderler - Negatif Şerefiyeyi de İçeren Diğer Nakdi Olmayan Gelirler

Not 2: Diğer gelir/gider hariç Faaliyet Karı / FAVÖK = Net Diğer Faaliyet Gelirleri/Giderleri Hariç Faaliyet Karı / FAVÖK

Üçüncü Çeyrek Konsolide Sonuçlar

Konsolide satış hacmi 2012 yılının üçüncü çeyreğinde, geçen yılın aynı dönemindeki %13,9'luk güçlü büyümenin üzerine %6,6 artarak 282 milyon ünite kasaya ulaşmıştır. Gazlı ve gazsız içecek kategorileri yüksek tek haneli seviyede güçlü büyüme göstermiştir.

Hem Türkiye hem de uluslararası operasyonlardaki artan ortalama fiyatların yardımıyla, konsolide net satış gelirleri bu çeyrekte, satış hacmindeki büyümenin üzerinde büyüyerek, %16,3 artışla 1,4 milyar TL'ye ulaşmıştır. Ünite kasa başına net satış geliri iyileşen iskonto yönetimi ve etkin fiyatlama ile birlikte gazlı içecek kategorisi ve yerinde tüketim ürünlerinin toplam satışlar içerisindeki payının artması sonucunda %9,2 yükselerek 4,88 TL olmuştur. Bir önceki yılın aynı döneminde %29 olan uluslararası operasyonların toplam net satış geliri içerisindeki payı, 2012 yılının üçüncü çeyreğinde %33'e yükselmiştir.

Hem Türkiye hem de uluslararası operasyonlardaki artan ortalama fiyatlar ve hammadde fiyatlarının olumlu seyretmesi nedeniyle brüt kar marjı 1,9 puan artarak %39,2'ye yükselmiştir.

Konsolide faaliyet karı, güçlü brüt kar marjı iyileşmesi ve faaliyet giderlerinin net satışlara oranının azalması sayesinde %41,6 oranında büyümüştür. Dolayısıyla, faaliyet karı marjı 3,0 puan iyileşmeyle %16,9 olurken, FAVÖK marjı da 3,4 puan iyileşerek %20,7 olarak gerçekleşmiştir.

Türk Lirası bu raporlama döneminde dolar karşısında %1,2 değerlenmiştir. Buna göre, geçen yılın aynı döneminde 85,5 milyon TL'lik net finansal gidere karşın, bu çeyrekte yabancı para cinsinden finansal borçlardan kaynaklanan nakdi olmayan kur farkı gelirleri sayesinde 3,4 milyon TL net finansal gelir kaydedilmiştir. Artan karlılık ve net finansal gelirin etkisiyle net dönem karı, bir önceki yılın aynı dönemine göre neredeyse üç katına çıkarak 193,6 milyon TL'ye yükselmiştir.

Dokuz Aylık Konsolide Sonuçlar

Konsolide satış hacmi 2012 yılının ilk dokuz ayında, geçen yılın aynı dönemindeki %16,0'lık güçlü büyümenin üzerine %8,9 artmıştır. Uluslararası operasyonların toplam satış hacmi içerisindeki payı bir önceki yılın aynı döneminde %28 iken 2012 yılının ilk dokuz ayında %32'ye yükselmiştir. Gazlı ve gazsız içecek kategorileri, sırasıyla yüksek tek haneli ve düşük çift haneli seviyede güçlü büyüme göstermiştir.

Konsolide net satışlar 2012 yılının ilk dokuz ayında %20,1 artışla 3,3 milyar TL olmuştur. Ünite kasa başına net satış geliri %10,2 artışla 4,86 TL'ye ulaşmıştır. 2012'nin ilk dokuz ayında uluslararası operasyonların toplam satış gelirlerinin içerisindeki payı 2011 yılının ilk dokuz ayındaki %26 seviyesinden %32'ye yükselmiştir.

Güçlü satış hacmi büyümesi, uygun girdi maliyetleri ve ürün portföyündeki olumlu değişim sayesinde brüt kar marjı bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla 2,2 puan artarak %39,0'a yükselmiştir. Brüt karlılıktaki iyileşme ve faaliyet giderlerinin net satışlara oranının bir miktar azalması sayesinde faaliyet karı %46,3 artmıştır. Bunun sonucunda, faaliyet kar marjı 2,5 puan artarak %13,9 olurken, FAVÖK marjı 2,9 puan artışla %18,6'ya yükselmiştir.

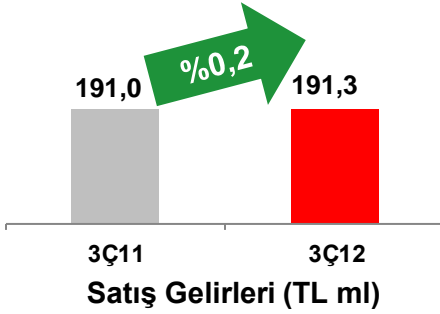
CCİ, 2012'nin ilk dokuz ayında, TL'nin değerinin göreceli olarak güçlü seyretmesi nedeniyle yabancı para cinsinden finansal borçlardan kaynaklanan ve nakdi olmayan kur farkı gelirleri sonucunda, 14,6 milyon TL net finansal gelir kaydetmiştir. Geçen yılın aynı döneminde ise TL'nin önemli değer kaybı ile beraber CCİ 125,9 milyon TL net finansal gider kaydetmişti.

Sonuç olarak, güçlü faaliyet performansı ve net finansal gelirler sayesinde net dönem karı bir önceki yılın aynı dönemine göre %159 artarak 379,2 milyon TL'ye yükselmiştir.

Faaliyet Bölümlerinin İncelenmesi

Türkiye

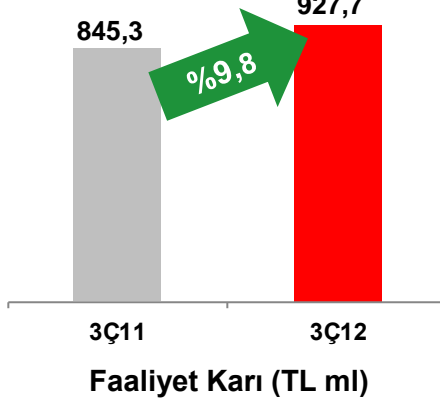
Satış Hacmi (ml ük)



Üçüncü Çeyrek: Türkiye satış hacmi 2012 yılının üçüncü çeyreğinde, geçen yılın aynı çeyreğindeki %10 büyümenin üzerine %0,2 artmıştır.

Kategori yönetimindeki iyileşmeler ve portföy optimizasyonuna odaklanılması Türkiye satış hacmi üzerinde etkili olmuştur. Küçük paket lansmanlarıyla desteklenen gazlı ve gazsız içecek kategorileri bu çeyrekte, sırasıyla, düşük tek haneli ve orta tek haneli seviyede büyüme göstermiştir. Su kategorisinin büyüme oranı orta tek haneli seviyelerde gerçekleşmiştir. Sonuç olarak, gazlı ve gazsız içecek kategorilerinin toplam portföy içindeki payı artarken, çayın payı düşmüştür.

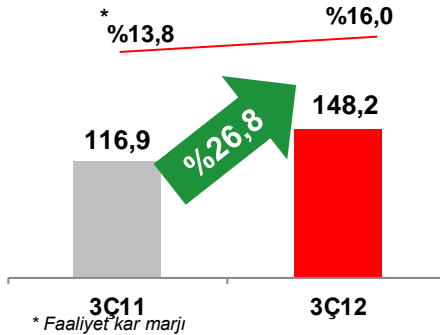
Satış Gelirleri (TL ml)



Net satışlar yılın üçüncü çeyreğinde %9,8 artmıştır. İskonto yönetimindeki iyileşme, etkin fiyatlandırma ve gazlı içecek kategorisi ile yerinde tüketim ürünlerinin toplam satışlar içerisindeki payının artması sonucunda ünite kasa başına net satış geliri %9,5 artışla 4,85 TL'ye yükselmiştir.

Satılan malın maliyeti, büyük oranda rezin ve kutu fiyatlarındaki düşüşün etkisiyle net satış gelirinin altında, %7,0 oranında artmıştır. Sonuç olarak, yılın üçüncü çeyreğinde brüt kar marjı 1,5 puan iyileşmeyle %41,5'e yükselmiştir.

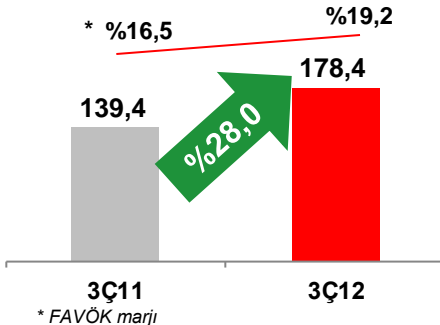
Faaliyet Karı (TL ml)



Diğer gelir/giderler hariç bakıldığında, faaliyet giderleri, net satış geliri büyümesinin altında, %7,5 artmıştır. Bunda, nispi olarak daha düşük dağıtım, satış ve pazarlama giderlerinin yanı sıra yoğun sezona hazırlık sebebi ile büyük bölümü ikinci çeyrekte hazırlanmış olan pazarlama giderlerindeki düşüş etkili olmuştur.

Artan brüt kar marjı ve faaliyet giderlerinin net satışlara oranının azalmasının yardımıyla, faaliyet kar marjı 2,1 puan iyileşmeyle %16,0'ya yükselirken FAVÖK marjı 2,7 puan artarak %19,2 olarak gerçekleşmiştir.

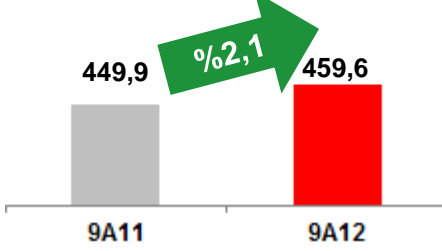
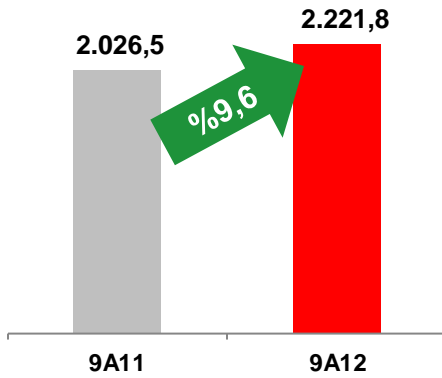
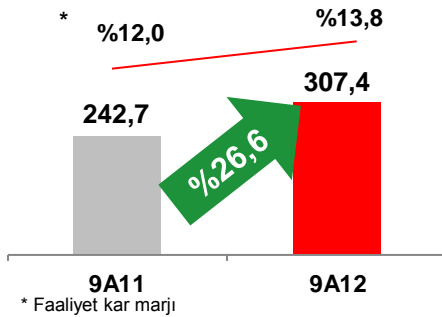
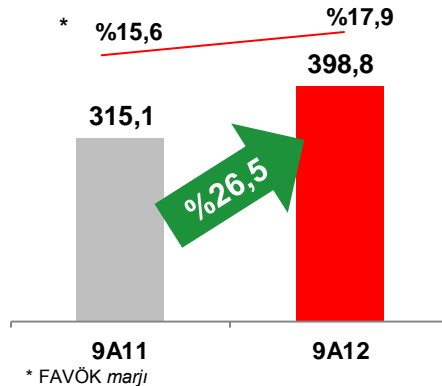
FAVÖK (TL ml)



* %16,5

%19,2

* FAVÖK marjı

Türkiye**Satış Hacmi (ml ük)****Satış Gelirleri (TL ml)****Faaliyet Karı (TL ml)****FAVÖK (TL ml)**

İlk Dokuz Ay: Türkiye satış hacmi 2012 yılının ilk dokuz ayında, geçen yılın aynı dönemindeki %12,8'lik güçlü büyümenin üzerine %2,1 artarak 459,6 milyon ünite kasaya ulaşmıştır.

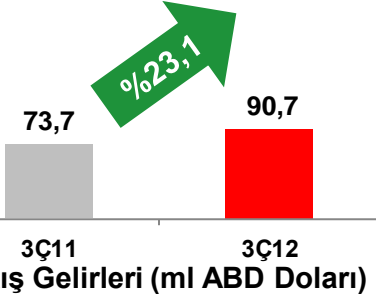
Gazlı ve gazsız içecek kategorileri düşük tek haneli ve yüksek tek haneli büyüme gösterirken, 2012 yılının ilk dokuz ayında çay kategorisi büyümesi sabit kalmıştır.

Yılın ilk yarısında gazlı içeceklerdeki yüksek baz etkisine rağmen, portföy optimizasyonu ile küçük paketlere ağırlık verilmesi ve portföy çeşitliliğine dikkat edilmesine daha fazla odaklanılması sonucunda, Türkiye'de satış hacmi büyümesi, tek haneli oranlarda da olsa, devam etmiştir.

Satış hacmi büyümesi %2,1 olarak gerçekleşirken net satış gelirleri %9,6 artarak 2,2 milyar TL'ye ulaşmıştır. Böylece, etkin fiyatlama, ürün kategorilerindeki olumlu değişim ve yerinde tüketim ürünlerinin toplam satışlar içerisindeki payının artması sonucunda ünite kasa başına net gelir %7,3 artışla 4,83 TL'ye ulaşmıştır.

Satılan malın maliyeti, resin ve kutu fiyatlarındaki düşüş nedeniyle net satış geliri büyümesinin altında, %4,5 oranında artmıştır. Dolayısıyla, brüt kar marjı, ortalama fiyat seviyelerindeki iyileşme ve uygun hammadde fiyatlarının etkisiyle 2,8 puan artışla %42,1'e yükselmiştir.

Diğer gelir/giderler hariç bakıldığında faaliyet giderleri, özellikle yılın ilk yarısında nispi olarak artan dağıtım, satış ve pazarlama giderleri nedeniyle net satış gelirlerindeki artışın üzerinde büyüyerek %14,9 artmıştır. Sonuç olarak, brüt kar marjındaki iyileşmeye bağlı olarak faaliyet kar marjı 1,9 puan iyileşerek %13,8'e yükselirken FAVÖK marjı ise 2,4 puan artışla %17,9 olarak gerçekleşmiştir.

Uluslararası Operasyonlar**Satış Hacmi (ml ük)**

Üçüncü Çeyrek: Uluslararası operasyonların satış hacmi bu çeyrekte güçlü büyümesine devam ederek %23,1 artmıştır.

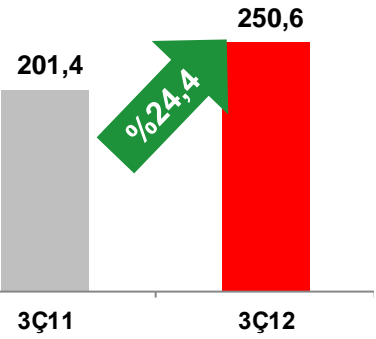
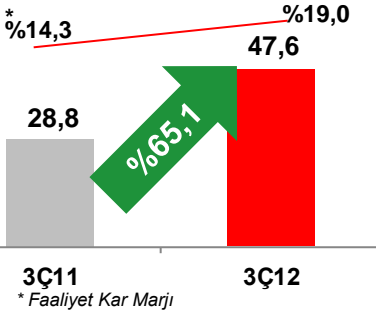
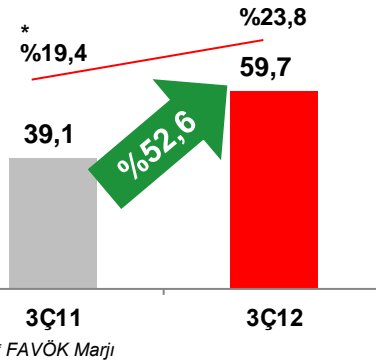
Üçüncü çeyrekte tüm önemli pazarlarda, pazar uygulamalarında devam eden iyileştirmeler, soğutucu yatırımları, yeni ürün lansmanları, Ramazan etkinlikleri ve pazar payı kazanımlarının etkisiyle çift haneli satış hacim büyümesi kaydedilmiştir.

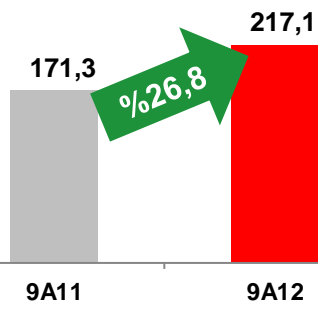
Net satışlar yılın üçüncü çeyreğinde %24,4 artarken, ünite kasa başına net satışlar önemli pazarlarda ortalama fiyat seviyelerindeki iyileşme sonucu %1,1 artış ile 2,76 ABD Dolarına yükselmiştir.

Satılan malın maliyeti, özellikle rezin ve şeker fiyatlarındaki düşüşün etkisiyle, satış gelirlerindeki artışın altında, %17,8 büyümüştür. Bunun sonucunda, brüt kar marjı 3,7 puan artarak %34,2'ye yükselmiştir.

Net diğer faaliyet gelir/giderleri hariç tutulduğunda, faaliyet giderleri, dağıtım satış ve pazarlama giderlerinin net satışlara oranının nispi olarak azalması sayesinde satış gelirlerindeki büyümenin altında, %19,5 artmıştır. Bu gelişme, satış ve dağıtım sistemlerindeki iyileşme ve artan satış hacmi performansı ile desteklenen faaliyet kaldırıcı sayesinde gerçekleşmiştir.

Bunun sonucunda, faaliyet karı marjı 4,7 puan yükselerek %19,0 ve FAVÖK marjı, iyileşen brüt kar marjı ve daha düşük faaliyet giderlerinin etkisiyle 4,4 puan artarak %23,8'ye yükselmiştir.

Satış Gelirleri (ml ABD Doları)**Faaliyet Karı (ml ABD Doları)****FAVÖK (ml ABD Doları)**

Uluslararası Operasyonlar**Satış Hacmi (ml ük)**

İlk dokuz ay: Uluslararası operasyonların satış hacmi 2012'nin ilk dokuz ayında, yıl boyunca devam eden güçlü satış hacmi ivmesi sayesinde %26,8 artmıştır.

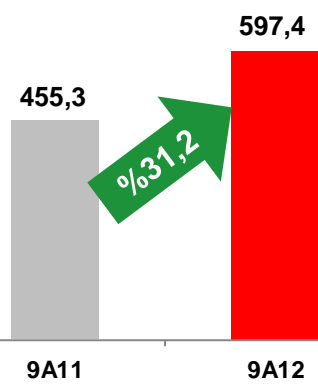
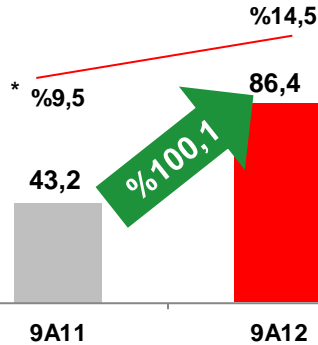
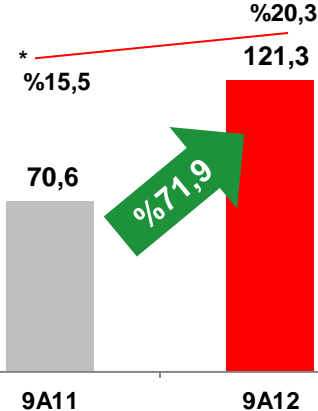
Kazakistan ve Azerbaycan'ın satış hacmi, yeni ürün ve paket lansmanları ve pazar paylarındaki iyileşmenin yardımıyla, sırasıyla %30 ve %17 oranlarında artmıştır. Pakistan'da satış hacmi büyümesi, tüketici aktiviteleri ve promosyonlarının yanı sıra, dağıtım sistemindeki iyileştirmelerin etkisiyle %24 olmuştur. Irak'ta ise, genişleyen tüketici bazı ve iyileşen satış ağı sayesinde satış hacmi %50 artış göstermiştir.

Irak operasyonları Mart 2011'den itibaren tam olarak konsolide edilmeye başlanmıştır. Irak'ın uluslararası operasyonlardaki satış hacmi payı 2011'in aynı döneminde %11'den 2012'nin ilk dokuz ayında %12'ye yükselmiştir. 2011'in dokuz ayına proforma bazda (Irak tam konsolide edilerek) bakıldığında, uluslararası operasyonların satış hacmi 2012'nin aynı döneminde %25,8 artmıştır.

Net satışlar %31,2 artarken, ünite kasa başına net satışlar, özellikle Kazakistan ve Azerbaycan'da ortalama fiyat seviyelerindeki iyileşmenin yardımıyla %3,5 artarak 2,75 ABD dolarına yükselmiştir.

Satılan malın maliyetinin, uygun hammadde fiyatlarının etkisiyle sadece %24,6 oranında artmasının sonucunda, brüt kar marjı 3,6 puan yükselerek %32,4'e ulaşmıştır.

Bu dönemde net diğer faaliyet gelir/giderleri hariç tutulduğunda faaliyet giderleri, dağıtım satış ve pazarlama giderlerinin net satışlara oranının azalması sayesinde, satış geliri büyümesinden daha az bir oranda, %18,9 artmıştır. İyileşen brüt kar marjı ve daha düşük faaliyet harcamaları sayesinde, faaliyet karı marjı 5,0 puan yükselerek %14,5 FAVÖK marjı ise 4,8 puan artarak %20,3 olarak gerçekleşmiştir.

Satış Gelirleri (ml ABD doları)**Faaliyet Karı (ml ABD doları)****FAVÖK (ml ABD doları)**

Finansal Detaylar

Borç Yapısı

31 Aralık 2011 tarihi itibarıyla 1.634 milyon TL olan konsolide toplam finansal borç rakamı, 30 Eylül 2012 tarihi itibarıyla 1.645 milyon TL'ye yükselmiştir. 30 Eylül 2012 itibarıyla mevcut uzun vadeli borcun vade yapısı şu şekildedir:

Vade Tarihi	2012	2013	2014	2015	2016
Borcun %'si	%0,8	%4,7	%92,1	%2,1	%0,3

Konsolide finansal borcun çoğunluğu yabancı para cinsinden olup %89'u ABD doları, %7'si Euro ve %4'ü diğer para birimi cinsindedir. 31 Aralık 2011 itibarıyla konsolide net borç rakamı 587 milyon ABD doları iken bu rakam, 30 Eylül 2012 itibarıyla 571 milyon ABD dolarıdır

Finansal Kaldıraç Oranları	9A12	2011
Net Borç / FAVÖK *	1,5	2,3
Borç Oranı (Toplam Fin. Borç / Toplam Varlıklar)	%38	%43
Fin. Borç / Sermaye Toplamı	%82	%98

* Son 12 Aylık FAVÖK

Finansal Giderler Dağılımı

Finansal Gelirler / (Giderler) (milyon TL)	9A12	9A11
Faiz geliri	21,7	26,2
Faiz gideri (-)	(40,9)	(43,5)
Kur farkı geliri / (gideri)	(24,3)	20,0
Gerçekleşen kur farkı geliri / (gideri) - krediler	0,0	(0,3)
Gerçekleşmeyen kur farkı geliri / (gideri) - krediler	58,1	(128,2)
Türev işlemlerden kaynaklanan gelirler/ (giderler)	0,0	(0,1)
Finansal Gelirler / (Giderler) Net	14,6	(125,9)

Yatırım Harcamaları

Yatırım harcamaları (milyon TL)	9A12	9A11
Maddi ve maddi olmayan varlık yatırımları	225	381
Satın almalar	210	-
Toplam	435	381

Mali Tabloların Sunumuna İlişkin Esaslar

Şirket, Konsolide finansal tablolarını SPK'nın Seri: XI, No: 29, "Sermaye Piyasasında Finansal Raporlamaya İlişkin Esaslar Tebliği" uyarınca hazırlamaktadır. SPK'nın Seri: XI, No: 29 sayılı tebliği uyarınca işletmeler, ara dönem finansal tablolarını UMS 34 "Ara Dönem Finansal Raporlama" standardına uygun olarak tam set veya özet olarak hazırlamakta serbesttir. Şirket bu çerçevede, özet konsolide finansal tablo hazırlamayı tercih etmiştir. Söz konusu ara dönem özet konsolide finansal tablo ve dipnotlarını SPK Finansal Raporlama Standartları'na uygun olarak hazırlamıştır.

30 Eylül 2012 tarihi itibarıyla ara dönem özet konsolide finansal tablolar, 31 Aralık 2011 tarihinde sona eren yıla ait konsolide finansal tabloların hazırlanması sırasında uygulanan muhasebe politikalarıyla tutarlı olan muhasebe politikalarının uygulanması suretiyle hazırlanmıştır. Dolayısıyla, bu ara dönem özet konsolide finansal tablolar 31 Aralık 2011 tarihinde sona eren yıla ait konsolide finansal tablolar ile birlikte değerlendirilmelidir. Ek olarak Şirket'in Eylül 2012 içerisinde uygulamaya başladığı türev finansal araçlar ile riskten korunma muhasebesi ilgili dipnotlarda detaylarıyla açıklanmıştır.

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 Amerikan Doları (USD) ağırlıklı gerçekleştirmeleri, bu şirketlerin işlevsel para birimini USD olarak belirlemelerine neden olmuştur. Konsolide edilen yabancı bağlı ortaklıkların çoğu ve müşterek yönetime tabi teşebbüsler finansal, ekonomik ve organizasyon olarak bağımsız olduklarından yabancı kuruluşlar olarak nitelendirilmektedir.

Konsolide finansal tablolar oluşturulurken, işlevsel ve sunum para birimi USD olan yurt dışında faaliyette bulunan bağlı ortaklıkların ve müşterek yönetime tabi teşebbüslerin bilanço kalemlerinin Şirketin işlevsel ve sunum para birimi olan TL'ye çevrilmesinde bilanço tarihinde geçerli Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası'nın açıkladığı resmi döviz alış kuru olan, 1 USD = TL 1.7847 TL (31 Aralık 2011; 1 USD = 1.8889 TL) kuru, gelir tablosunun çevriminde ise dönem içinde oluşan ortalama kur, 1 USD = 1.7942 TL (1 Ocak - 30 Haziran 2011; 1 USD = 1.6181 TL) esas alınmıştır.

Al Waha'nın %85 hissesinin Waha B.V. tarafından 133,8 milyon ABD dolarının TL karşılığı olarak, 238.703 TL bedelle satın alınmasıyla CCI'nin Al Waha'daki dolaylı payı %64,9 olmuştur. Satın alma maliyetinin 28.333 TL tutarındaki kısmı Temmuz 2011'de avans olarak satıcılara ödenerek 2011 yılı mali tablolarında bilançoda diğer dönen varlıklar altında gösterildiğinden, 30 Eylül 2012 tarihi itibarıyla konsolide nakit akım tablosuna satın alma maliyeti olarak yansıtılan net nakit çıkışı 210.370 TL'dir. Satın alma işlemlerinin tamamlanmasıyla birlikte, 30 Eylül 2012 tarihi itibarıyla Al Waha tam konsolidasyon yöntemiyle konsolide edilmiştir.

SSG'nin %100 hisselerinin ve CCBI'nın %50 hisselerinin satın alınmasıyla, CCI'nin CCBL'deki %30 olan dolaylı ortaklık payı 2011 yılının Mart ayı içerisinde %100'e yükselmiştir. Satın alma işlemlerinin tamamlanmasıyla birlikte, SSG, CCBI ve CCBL tam konsolidasyon yöntemiyle konsolide edilmiştir. Söz konusu bağlı ortaklıkların konsolidasyonu için, UFRS 3 "İşletme Birleşmeleri" kapsamında, makul değer esasına göre hazırlanmış mali tablolarındaki net varlık değeri ile, CCI'nin alım maliyeti arasındaki fark olan 14.691 TL, satın alım tarihli konsolide bilançoda pozitif şerefiye olarak yansıtılmıştır.

Konsolidasyon kapsamındaki değişiklik neticesinde, CCBL'nin makul değer esasına göre hazırlanmış mali tablolarında oluşan ve CCI'nin CCBL'deki geçmişten taşınan %30 oranındaki payının karşılığı olarak kayıtlara yansıtılan 5.884 TL tutarındaki makul değer artışı, UFRS 3 "İşletme Birleşmeleri" kapsamında 30 Eylül 2011 tarihli konsolide gelir tablosunda, diğer gelirler altında gösterilmiştir.

Mali Tabloların Sunumuna İlişkin Esaslar

30 Eylül 2012 tarihi itibarıyla CCI'nin bağlı ortaklıkları ve müşterek yönetime tabi teşebbüsleri aşağıda sunulduğu gibidir:

İştirak ve Bağlı Ortaklıklar	Ülke	Konsolidasyon Methodu
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 Ltd.	Azerbaycan	Tam Konsolidasyon
Coca-Cola Bishkek Bottlers Closed J. S. Co.	Kırgızistan	Tam Konsolidasyon
CCI International Holland B.V.	Hollanda	Tam Konsolidasyon
Tonus Joint Stock Co.	Kazakistan	Tam Konsolidasyon
The Coca-Cola Bottling Company of Jordan Ltd.	Ürdün	Tam Konsolidasyon
Efes Sınai Dış Ticaret A.Ş.	Türkiye	Tam Konsolidasyon
Turkmenistan Coca-Cola Bottlers Ltd.	Türkmenistan	Tam Konsolidasyon
The Coca-Cola Bottling of Iraq FZCO	B.A.E.	Tam Konsolidasyon
CC for Beverage Industry Limited	Irak	Tam Konsolidasyon
Waha Beverages B.V.	Hollanda	Tam Konsolidasyon
Coca-Cola Beverages Tajikistan LLC	Tacikistan	Tam Konsolidasyon
Al Waha for Soft Drinks, Juices, Mineral Water, Plastics, and Plastic Caps Production LLC (Al Waha)	Irak	Tam Konsolidasyon
Syrian Soft Drink Sales and Distribution LLC	Suriye	Oransal Konsolidasyon
Coca-Cola Beverages Pakistan Ltd.	Pakistan	Oransal Konsolidasyon

Webcast

Coca-Cola İçecek, 13 Kasım 2012 tarihinde, 16.30 itibarıyla (Londra 14.30 ve New York 09.30), 2012 yılı üçüncü 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:

İngiltere için: +44 (0) 1452 555 566

ABD için: +1 631 510 7498

Konfirmasyon kodu: 17813257

Şirket Profili

Coca-Cola Sistemi'nde satış hacmine göre 6. 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 ve Suriye'de 9 bini aşan çalışanı ile faaliyet göstermektedir. CCİ ayrıca Tacikistan pazarına ihracat yapmaktadır.

CCİ 22 fabrikası ile 360 milyona yakın 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 İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda "CCOLA.IS" sembolü ile işlem görmektedir.

Reuters	CCOLA.IS
Bloomberg	CCOLA TI

İletişim Bilgileri

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

Orhun Köstem
Mali İşler Direktörü
Tel: +90 216 528 4432
orhun.kostem@cci.com.tr

İleriye Dönük Beyanlara İlişkin Açıklama

Bu bilgilendirme notu CCI'nin 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 şişeyici 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'nın değerinde yaşanan dalgalanmalar ya da Türkiye'deki 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.

CCİ – Konsolide SPK Gelir Tablosu

(milyon TL)	1 Temmuz -	1 Temmuz -	% Değişim	1 Ocak -	1 Ocak -	% Değişim
	30 Eylül 2012	30 Eylül 2011		30 Eylül 2012	30 Eylül 2011	
	(Bağımsız incelemeden geçmemiş)			(Bağımsız incelemeden geçmemiş)		
Satış Hacmi (milyon ük)	282,0	264,6	%6,6	676,7	621,1	%8,9
Satış Gelirleri (net)	1.376,5	1.183,3	%16,3	3.287,5	2.738,0	%20,1
Satışların Maliyeti	(836,9)	(741,6)	%12,9	(2.005,1)	(1.730,3)	%15,9
Ticari Faaliyetlerden Brüt Kar / (Zarar)	539,6	441,7	%22,2	1.282,4	1.007,7	%27,3
Faaliyet Giderleri (net)	(306,5)	(277,4)	%10,5	(827,6)	(700,6)	%18,1
Diğer Faaliyet Gelirleri / (Giderleri) (net)	0,2	0,4	(%38,0)	2,3	5,4	(%57,6)
Faaliyet Karı / (Zararı)	233,3	164,7	%41,6	457,1	312,4	%46,3
Finansman (Giderleri) / Gelirleri (net)	3,4	(85,5)	a.d.	14,6	(125,9)	a.d.
Sürdürülen Faaliyetler Vergi Öncesi Karı/(Zararı)	236,7	79,3	%198,5	471,7	186,5	%152,9
Vergiler	(41,1)	(13,8)	%197,0	(88,0)	(39,8)	%120,9
Sürdürülen Faaliyetler Dönem Karı/(Zararı)	195,6	65,4	%198,9	383,7	146,7	%161,6
Azınlık Payları	(2,0)	(0,7)	%183,2	(4,5)	(0,4)	a.d.
Net Dönem Karı / (Zararı)	193,6	64,8	%199,0	379,2	146,3	%159,2
FAVÖK	285,0	204,8	%39,2	610,5	428,5	%42,4

CCİ – Konsolide SPK Bilanço

(milyon TL)	30.09.2012	31.12.2011	(milyon TL)	30.09.2012	31.12.2011
	(bağımsız incelemeden geçmemiş)	(bağımsız denetimden geçmiş)		(bağımsız incelemeden geçmemiş)	(bağımsız denetimden geçmiş)
Nakit ve Nakit Benzerleri	619,7	522,2	Kısa Vadeli Finansal Borçlar	227,5	125,4
Finansal Yatırımlar	5,4	3,8	Ticari Borçlar	241,3	185,9
Ticari Alacaklar	495,3	264,6	İlişkili Tarafalara Borçlar	82,8	89,4
İlişkili Tarafardan Alacaklar	12,9	19,6	Diğer Borçlar	132,2	92,5
Stoklar	313,9	298,6	Dönem Karı Vergi Yükümlülüğü	48,7	1,4
Diğer Alacaklar	13,2	13,2	Çalışanlara Sağlanan Faydalara İlişkin Karşılıklar	30,3	14,7
Diğer Dönen Varlıklar	274,7	328,3	Diğer Kısa Vadeli Yükümlülükler	62,7	16,9
Dönen Varlıklar	1.735,1	1.450,2	Kısa Vadeli Yükümlülükler	825,6	526,1
Maddi Duran Varlıklar	1.839,6	1.676,8	Uzun Vadeli Finansal Borçlar	1.417,0	1.508,6
Maddi Olmayan Duran Varlıklar (Şerefiye dahil)	683,4	593,7	Çalışanlara Sağlanan Faydalara İlişkin Karşılıklar	38,3	30,2
Ertelenmiş Vergi varlığı	10,1	1,9	Ertelenen Vergi Yükümlülüğü	38,6	52,6
Diğer Alacak ve Diğer Duran Varlıklar	63,0	65,0	Uzun Vadeli Yükümlülükler	1.493,9	1.591,4
Duran Varlıklar	2.596,1	2.337,4	Azınlık Payları	101,7	20,1
TOPLAM VARLIKLAR	4.331,1	3.787,6	Özkaynaklar	1.910,0	1.650,0
			TOPLAM ÖZSERMAYE VE YÜKÜMLÜLÜKLER	4.331,1	3.787,6

Türkiye Operasyonu – SPK Gelir Tablosu

(milyon TL)	1 Temmuz -	1 Temmuz -	% Değişim	1 Ocak-	1 Ocak-	% Değişim
	30 Eylül 2012	30 Eylül 2011		30 Eylül 2012	30 Eylül 2011	
	(Bağımsız incelemeden geçmemiş)			(Bağımsız incelemeden geçmemiş)		
Satış Hacmi (milyon ünite kasa)	191,3	191,0	%0,2	459,6	449,9	%2,1
Satış Gelirleri (net)	927,7	845,3	%9,8	2.221,8	2.026,5	%9,6
Satışların Maliyeti	(542,7)	(507,4)	%7,0	(1.287,1)	(1.231,1)	%4,5
Brüt Esas Faaliyet Karı	385,0	337,9	%14,0	934,7	795,4	%17,5
Faaliyet Giderleri (net)	(238,8)	(222,2)	%7,5	(640,2)	(557,2)	%14,9
Diğer Faaliyet Gelirleri/(Giderleri) (net)	2,0	1,2	%60,0	12,9	4,6	%179,7
Net Esas Faaliyet Karı	148,2	116,9	%26,8	307,4	242,7	%26,6
FAVÖK	178,4	139,4	%28,0	398,8	315,1	%26,5

Uluslararası Operasyonlar – SPK Gelir Tablosu

(milyon ABD doları)	1 Temmuz -	1 Temmuz -	% Değişim	1 Ocak-	1 Ocak-	% Değişim
	30 Eylül 2012	30 Eylül 2011		30 Eylül 2012	30 Eylül 2011	
	(Bağımsız incelemeden geçmemiş)			(Bağımsız incelemeden geçmemiş)		
Satış Hacmi (milyon ünite kasa)	90,7	73,7	%23,1	217,1	171,3	%26,8
Satış Gelirleri (net)	250,6	201,4	%24,4	597,4	455,3	%31,2
Satışların Maliyeti	(165,0)	(140,0)	%17,8	(403,9)	(324,1)	%24,6
Brüt Esas Faaliyet Karı	85,6	61,3	%39,5	193,5	131,3	%47,4
Faaliyet Giderleri (net)	(38,8)	(32,5)	%19,5	(108,4)	(91,2)	%18,9
Diğer Faaliyet Gelirleri/(Giderleri) (net)	0,8	(0,0)	a.d.	1,4	3,1	(%56,3)
Net Esas Faaliyet Karı	47,6	28,8	%65,1	86,4	43,2	%100,1
FAVÖK	59,7	39,1	%52,6	121,3	70,6	%71,9

Finansal tablolara ve dipnotlara aşağıdaki adresten ulaşabilirsiniz:

<http://www.cci.com.tr/tr/yatirimci-iliskileri/finansal-veriler/finansal-sonuclar/>