

ETKİN GELİR YÖNETİMİ VE FİNANSAL DİSİPLİNLE GELEN DEĞER YARATIMI

Coca-Cola İçecek (CCI) CEO'su Burak Başarır'ın Değerlendirmesi:

2023 İkinci Çeyrek Özeti

- Satış Hacmi - %8,9
- Net Satış Gelirleri + %58,4
- Kur etkisinden arındırılmış Net Satış Geliri + %42,8
- FVÖK + %90,5
- FVÖK Marjı % 20,0
- FAVÖK Marjı % 21,8
- Net Kar 2.4 milyar TL

Ana operasyonlarımızda olağanüstü zorlukların belirleyici olduğu faaliyet ortamında, 2023 ikinci çeyrek finansal performansımız iş modelimizin esnekliğinin ve dayanıklılığının kanıtı oldu. Net satış geliri organik olarak %56 artış ile 23 milyar TL'ye ulaşırken kur etkisinden arındırılmış net satış geliri %41 arttı. Anadolu Etap İçecek'in Mayıs ve Haziran 2023 operasyonel sonuçlarını da içerecek şekilde baktığımızda ise net satış geliri artışı ve kur etkisinden arındırılmış net satış geliri artışı sırasıyla %58 ve %43 olarak gerçekleşti. Faaliyet karı (FVÖK), zamanlı fiyat ayarlamaları, gelişen kaliteli paket karması ve ihtiyatlı operasyonel gider yönetimi ile %90,5 artarak 4,7 milyar TL'ye yükseldi. FVÖK Marjı geçen senenin aynı dönemine göre 3,4 puan artarak %20,0'e ulaştı ve CCI tarihinin en yüksek ikinci çeyrek operasyonel kar marjı elde edilmiş oldu.

İkinci çeyrekte faaliyet ortamımızda, bir kısmı iş planlarımızda öngörülen, bir kısmı ise beklenenden daha büyük etki yaratan çeşitli zorluklarla karşılaştık. Bu çerçevede satış hacmimiz, Türkiye'de %9,4, uluslararası operasyonlarımızda %8,6'lık düşüş kaydetti. Türkiye'de satış hacimleri, geçen yıl kaydedilen %20 büyümenin yarattığı yüksek baz, son 5 yılda kaydedilen en düşük hava sıcaklıkları, tüketicilerin satın alım gücünde yaşanan kırılma ve devalüasyon ile enflasyonun maliyetlerimiz üzerinde yarattığı baskıyı karşılamak için aldığımız fiyat artışları neticesinde zayıf bir performans gösterdi.

Pakistan'da süregelen makroekonomik zorluklar, hane halkı üzerinde önemli etki yaratarak tüketim alışkanlıklarında değişime yol açtı. Buna ek olarak, özel tüketim vergisinin beklenmeyen şekilde artışı, planlanan seviyeden daha fazla fiyat artışını zorunlu kılarken bu durum satış hacmini de olumsuz etkiledi. Türkiye ve Pakistan'ın kaydettiği hacim düşüşü, Orta Asya'da kaydedilen çift haneli hacim büyümesi ile kısmi olarak dengelendi.

Buna göre konsolide satış hacmi, bir önceki yıl kaydedilen %25'lik büyümenin üzerine %8,9 azaldı. Bununla birlikte, proaktif gelir artış yönetimi girişimlerimiz ve ihtiyatlı operasyonel harcamalar odağımız sayesinde güçlü net satış geliri ve operasyonel kar performansı kaydettik.

CCI, gerçek değer yaratımı odağına uygun olarak, zorlu faaliyet ortamı ve makroekonomik koşullara rağmen sırasıyla 2,5 ABD Doları ve 0,5 ABD Doları ile son on yılın en yüksek ünite kasa başı net satış geliri ve ünite kasa başı operasyonel kar seviyesine ulaştı. Bu alanda yaratılan tarihi iyileşmeyi gurur verici bulmakla beraber, CCI'nın verimlilik metriklerini daha da geliştirme anlamında engin bir potansiyeli olduğuna inanıyoruz.

2023'ün geri kalanında, hızla değişen dış etkenleri ve gelişen tüketici tercihlerini yakından takip ederek, onların ihtiyaçlarını farklılaştırılmış marka portföyümüzle karşılamaya ve inovasyon odağımızı sürdürmeye devam edeceğiz. 2Ç23'te karşılaşılan zorluklara rağmen icra kabiliyetimiz ve dinamik pazarlama girişimlerimize dayanarak 2023 öngörülerimizi değiştirmiyoruz. Hacim büyümesinin, öngörülerimizin alt sınırına yakın gerçekleşebileceğini tahmin etmekle beraber, ciro büyümesinin ve FVÖK marjınınsa sene başındaki öngörümüze paralel kalmasını bekliyoruz.

Mevcut pazarlarımızda organik büyüme fırsatlarını değerlendirirken, faaliyet gösterdiğimiz çevre coğrafyalarda değer artırıcı inorganik genişleme fırsatlarını da yakından takip ediyoruz. Bu doğrultuda, Coca-Cola Bangladesh Beverages'ın potansiyel satın alımına ilişkin olarak TCCC ile ön görüşmelere başladık. Çevik iş modeli, güçlü insan kaynağı ve yetenek havuzu, sağlam nakit akış üretimi ve güçlü bilançosu sayesinde CCI'nın bilgi birikimini ve ayak izini yeni coğrafyalara taşıyabileceğine inanıyoruz.

Ek olarak, Fitch Ratings, CCI'nın Uzun Vadeli Temerrüt Derecelendirmesi Notunu bir kademe artırarak 'BBB'ye yükseltti. Bu not, ana pazarlarımızda süregelen sıkıntılara ve zorlu makroekonomik ortama rağmen sağlam finansal ve operasyonel performansımızın bir kanıtı olurken aynı zamanda global olarak ülke notuna olan en yüksek farklardan biri olarak kaydedildi.

CCI'ı yaptığı her işte değer yaratma amacını takip eden, müşteri odaklı bir ekosistem olarak tanımlıyoruz. Coğrafyalarımızın içinde bulunduğu zorlukları kabul ederken, değer yaratıcı fırsatlarının daha da fazla olduğuna inanıyoruz. Dijital olarak etkinleştirdiğimiz çok kanallı stratejimizin, güçlü icra yeteneklerimizin ve yenilikçi ürün portföyümüzün önümüzdeki dönemlerde de kalite büyümemizi hızlandırmaya devam edeceğinden eminim. Bulduğumuz coğrafyalarda en iyi hızlı tüketim ürünleri uygulayıcısı olma vizyonumuzu gerçekleştirmeye çalışırken, bu yolculukta beraber yol aldığımız yüksek motivasyonlu ve çevik zihniyete sahip çalışanlarımıza bir kez daha içtenlikle teşekkür ediyorum.

2Ç23 sonuçlarına ilişkin 8 Ağustos'da gerçekleşecek telekonferans sunumu;

16:00 İstanbul

14:00 Londra

09:00 New York

[Link için tıklayın](#)

Önemli Gelir Tablosu Rakamları ve Marjlar

Konsolide (Milyon TL)	2Ç23	2Ç22	% Değişim	1Y23	1Y22	% Değişim
Satış Hacmi (Milyon Ünite Kasa)	448	492	(8,9%)	801	824	(2,8%)
Hasılat	23.273	14.694	58,4%	38.828	23.359	66,2%
Brüt Kar	8.134	4.662	74,5%	13.294	7.506	77,1%
Faaliyet Karı	4.660	2.446	90,5%	7.003	3.774	85,6%
Faaliyet Karı (Diğer gelir/gider hariç)	4.438	2.367	87,5%	6.760	3.694	83,0%
FAVÖK	5.064	2.969	70,6%	7.971	4.763	67,4%
FAVÖK (Diğer gelir/gider hariç)	5.079	2.846	78,4%	7.975	4.596	73,5%
Vergi Öncesi Faaliyet Karı / (Zararı)	4.131	2.289	80,5%	6.017	3.445	74,7%
Net Dönem Karı / (Zararı)	2.388	1.233	93,7%	3.423	1.863	83,7%
Brüt Kar Marjı	34,9%	31,7%		34,2%	32,1%	
Faaliyet Kar Marjı	20,0%	16,6%		18,0%	16,2%	
Faaliyet Karı Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	19,1%	16,1%		17,4%	15,8%	
FAVÖK Marjı	21,8%	20,2%		20,5%	20,4%	
FAVÖK Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	21,8%	19,4%		20,5%	19,7%	
Net Kar / (Zarar) Marjı	10,3%	8,4%		8,8%	8,0%	
Türkiye Operasyonları (Milyon TL)	2Ç23	2Ç22	% Değişim	1Y23	1Y22	% Değişim
Satış Hacmi (Milyon Ünite Kasa)	166	184	(9,4%)	278	306	(9,0%)
Hasılat	9.511	5.221	82,2%	15.162	8.170	85,6%
Brüt Kar	3.203	1.787	79,3%	4.968	2.881	72,5%
Faaliyet Karı	3.791	909	317,0%	1.203	2.305	(47,8%)
Faaliyet Karı (Diğer gelir/gider hariç)	1.185	597	98,4%	1.470	945	55,5%
FAVÖK	3.900	1.076	262,6%	1.490	2.577	(42,2%)
FAVÖK (Diğer gelir/gider hariç)	1.376	694	98,1%	1.833	1.134	61,7%
Net Dönem Karı / (Zararı)	-1.200	-879	36,5%	-4.579	-410	1016,8%
Brüt Kar Marjı	33,7%	34,2%		32,8%	35,3%	
Faaliyet Kar Marjı	39,9%	17,4%		7,9%	28,2%	
Faaliyet Karı Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	12,5%	11,4%		9,7%	11,6%	
FAVÖK Marjı	41,0%	20,6%		9,8%	31,5%	
FAVÖK Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	14,5%	13,3%		12,1%	13,9%	
Net Kar / (Zarar) Marjı	(12,6%)	(16,8%)		-30,2%	-5,0%	
Uluslararası Operasyonlar (Milyon TL)	2Ç23	2Ç22	% Değişim	1Y23	1Y22	% Değişim
Satış Hacmi (Milyon Ünite Kasa)	282	308	(8,6%)	522	518	0,8%
Hasılat	13.762	9.523	44,5%	23.684	15.259	55,2%
Brüt Kar	4.934	2.877	71,5%	8.339	4.626	80,3%
Faaliyet Karı	3.361	1.804	86,3%	9.340	2.713	244,3%
Faaliyet Karı (Diğer gelir/gider hariç)	3.092	1.677	84,3%	4.988	2.580	93,3%
FAVÖK	3.732	2.176	71,5%	10.108	3.448	193,1%
FAVÖK (Diğer gelir/gider hariç)	3.542	2.059	72,1%	5.840	3.293	77,3%
Net Dönem Karı / (Zararı)	2.547	1.231	107,0%	7.845	1.784	339,7%
Brüt Kar Marjı	35,9%	30,2%		35,2%	30,3%	
Faaliyet Kar Marjı	24,4%	18,9%		39,4%	17,8%	
Faaliyet Karı Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	22,5%	17,6%		21,1%	16,9%	
FAVÖK Marjı	27,1%	22,8%		42,7%	22,6%	
FAVÖK Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	25,7%	21,6%		24,7%	21,6%	
Net Kar / (Zarar) Marjı	18,5%	12,9%		33,1%	11,7%	

Operasyonel Performans

Anadolu Etap İçecek'in %80'inin satın alınması 19 Nisan 2023 tarihinde tamamlanmış olup, Anadolu Etap İçecek finansal sonuçları Mayıs ayı itibarıyla 2Ç23 ve 1Y23 konsolide gelir tablolarımızda konsolide edilmeye başlanmıştır. Dolayısıyla, konsolide bilançomuz 30.06.2023 tarihi itibarıyla Anadolu Etap İçecek rakamlarını içermektedir. Bu nedenle, bu duyuruda sunulan tüm operasyonel performans ölçütleri, aksi belirtilmedikçe (Anadolu Etap İçecek dahil) raporlama esasına dayalıdır.

Satış Hacmi

Konsolide

CCI satış hacmi 2Ç23'te %8,9 azalarak 448 milyon ünite kasa olarak gerçekleşti. Değer yaratma stratejimiz doğrultusunda gazlı içecek kategorisinin toplam içindeki ağırlığı, su kategorisinden aldığı pay ile %84'e ulaştı. Gazsız içecek kategorisinin payı ise, değer yaratma amaçlı odaklı portföy genişlemesi stratejimiz doğrultusunda Fuse Tea ve Enerji içeceği markalarımızın güçlü büyümesiyle 2Ç23'te geçen yıla göre 1 puan artarak %8'e yükseldi. Türkiye operasyonları, Şubat'taki yıkıcı depremin ikinci çeyreğe sarkan etkileri, geçen yılın aynı döneminin yarattığı çok güçlü baz etkisi ve son beş yılın en düşük ikinci çeyrek hava sıcaklıkları nedeniyle %9,4'lük bir hacim gerilemesi kaydetti. Uluslararası operasyonlarda, bu dönemde Orta Asya çift haneli güçlü büyüme kaydederken, Orta Doğu orta tek haneli büyüme gerçekleştirdi. Pakistan'da tüketicilerin yüksek enflasyon, yerel para birimindeki ciddi değer kaybı ve dalgalı makroekonomik koşullar nedeniyle değişen tüketim alışkanlıkları, satış hacmimizi önemli ölçüde etkiledi. Dolayısıyla, uluslararası operasyonlarda 2022'nin aynı dönemindeki %28,5'lik bir büyümeye karşın 2023'ün ikinci çeyreğinde %8,6 yıllık hacim düşüşü kaydedildi.

Gazlı içecek kategorisi, Fanta ve Sprite markalarının satış hacmindeki daralma nedeniyle %9,0 gerilerken, Coca-Cola markası görece daha iyi performans ile %5,9 düşüş kaydetti. İlk yarıyılıda ise %1,9'luk büyüme ile Coca-Cola markası gazlı içecek kategorisinde büyüme kaydeden tek marka oldu. Gazsız içecek kategorisi 2. Çeyrekte geçen yıla göre yatay bir seyir izlerken ilk altı ayda %2,3 büyüdü. Buzlu çay ve enerji kategorilerinin hem 2. çeyrek hem de ilk altı ayda kaydettiği güçlü performans sayesinde meyve suyundaki yavaş performans çoğunlukla telafi edilmiş oldu. Monster Enerji 2Ç22'de kaydettiği üç haneli artışın üzerine %100'ler mertebesinde büyüme ile güçlü ivmesini sürdürdü. Su kategorisinde ise geçen senenin yüksek baz etkisi oluşturmasının da etkisiyle 2Ç23'de %15,2, 1Y23'te ise %15,0 hacim düşüşü kaydedildi. Bununla birlikte, su kategorisinde değer odağımız doğrultusunda büyük ambalajların payı azaldı.

Küçük paketlerin payı 1Ç23'te 80 baz puan artışla %26,3 oldu. Çoklu küçük paketlerin önceliklendirilmesi, güçlü yerinde tüketim kanalı aktiviteleri ve etkin ürün karması

yönetim stratejileri neticesinde CCI'nın tüm coğrafyalarında küçük paketlerin payında iyileşme görülürken, en pozitif ivmelenme Türkiye ve Orta Doğu ülkelerimizde kaydedildi.

	Büyüme (Yıllık)		Hacimdeki Payı		Büyüme (Yıllık)		Hacimdeki Payı	
	2Ç23	2Ç22	2Ç23	2Ç22	1Y23	1Y23	1Y23	1Y23
Gazlı	-%9,0	%25,4	%84	%84	-%1,8		%83	
Gazsız	-%0,2	%24,6	%8	%7	%2,3		%8	
Su	-%15,2	%23,2	%8	%9	-%15,0		%9	
Toplam	-%8,9	%25,1	%100	%100	-%2,8		%100	

Yuvarlama sebebiyle toplamlar farklılık gösterebilir.

Türkiye:

Şubat ayında yaşanan yıkıcı depremin ekonomi üzerindeki etkileri umulandan daha hızlı bir toparlanma göstermiş olsa da, 2. çeyrek ortasında gerçekleşen seçimlerin yaratmış olduğu zayıf öngörü ortamı tüketim iştahını zayıflattı. Buna ek olarak, gıda ve içecek enflasyonunun yüksek seyrine devam etmesi ile son beş yılın en düşük Mayıs ve Haziran sıcaklık değerleri neticesinde Türkiye satış hacimleri yılın ikinci çeyreğinde zayıf bir performans seyretti. Son 2 yıldır kaydedilen güçlü büyümenin de baz etkisi oluşturması ile Türkiye'de ikinci çeyrekte %9,4 oranında satış hacmi gerilemesi gerçekleşti.

Tüm bu zorluklara karşın, alışverişçi aktivasyon programları, etkin ticari promosyon yönetimi, yeni ürün listelemeleri ve yerinde tüketim kanalındaki güçlü büyüme operasyonlarımızda itici güç oldular.

Gazlı içecek kategorisi hacmi bir önceki yıla göre %8,1 daraldı. Aromalı gazlı içecek markalarımızda daha zayıf bir performans seyri olsa da, yetişkinlere yönelik lüks gazlı içecekler kategorisinde yer alan Schweppes ve Coca-Cola markalarımızda kaliteli büyüme odağımız doğrultusunda nispeten daha güçlü bir performans kaydedildi.

Enerji kategorisinde Monster Enerji ve Predator markalarının sağlam performansı neticesinde geçen senenin aynı dönemine göre satış hacimleri iki katına çıkarken, meyve suyu kategorisi zayıf seyretti ve gazsız içecekler kategorisinde %3,8'lik hacim gerilemesi gerçekleşti.

Su kategorisi, değer yaratma odağımız doğrultusunda daha kârlı küçük paketlerin kaydettiği sağlam büyümeye karşın %18,8 daraldı.

2Ç23'te küçük paketlerinin payı, güçlü yerinde tüketim kanalı performansı ve ev tüketimi kanallarında küçük paket tekliflerinin artan payı ile pandemi öncesi seviyelerin üzerine çıkarak 41 baz puan genişleme ile %31,4 olarak gerçekleşti.

Uluslararası

Orta Asya ve Orta Doğu, 2Ç23'te de CCI'da büyümenin lokomotifi oldular. Özellikle, Özbekistan, Tacikistan ve Irak uygulama becerilerindeki önemli iyileşme sayesinde en hızlı büyümeyi kaydettiler. Öte yandan Pakistan, tarihinin en zorlu makroekonomik dönemlerinden birini yaşadığından alışverişçilerin tüketim iştahı oldukça zayıf seyretti. Dolayısıyla, Orta Asya'daki çift haneli büyümeye ve Orta Doğu'daki orta tek haneli büyümeye rağmen, uluslararası faaliyetlerimizin toplam satış hacmi 2. çeyrekte %8,6 daralarak 282 milyon ünite kasa olarak gerçekleşti.

Coca-Cola markası göreceli olarak daha az daralırken aromalı gazlı içecekler kategorisindeki zayıf seyir nedeniyle toplam gazlı içecekler %9,4'lük bir gerileme kaydetti. Gazsız içecekler kategorisinde ise geçen senenin 2. çeyreğindeki %21,3'lük büyümenin de üzerine %6,1'lik bir artış daha gerçekleştirildi. Bu performansta özellikle çift haneli artış gösteren enerji içecekleri etkili oldu. Su kategorisi ise 2. çeyrekte %6,2 oranında daraldı.

2Ç23'te küçük paketlerinin payı, 153 baz puan artışla %23,2'e yükseldi. Ev tüketim kanalında küçük paket tekliflerinin artışı ve de yerinde tüketim kanalının güçlü seyri bu ivmelenmede etkili oldu.

Pakistan'da iki yıl peş peşe güçlü satış hacim büyümeleri kaydedilirken 2023'ün ikinci çeyreğinde %27,5'lik düşüş kaydedildi. Makroekonomik dalgalanmalara ek olarak tüketim vergisindeki ani artış ve dolayısıyla planlanandan daha fazla fiyat artışlarının gerçekleşmiş olması satış hacimlerine negatif yansıdı. Bir önceki senenin aynı çeyreğindeki %18,5'lik büyümenin yarattığı bazın da etkisiyle gazlı içecek kategorisi %27,9 oranında daraldı. Gazsız içecekler %32,8 oranında daralırken, su kategorisi %11,8'lik büyüme kaydetti.

Kazakistan'da ise satış hacimleri %2,9 büyürken Coca-Cola markası %8,3, toplam gazlı içecekler kategorisi ise %6,7'lik artış kaydetti.

Özbekistan, en güçlü satış hacmi artışı kaydeden CCI ülkelerimizden biri olmaya devam etti. Geçen senenin ikinci çeyreğindeki %29,5'lik büyümenin üzerine bu yıl ikinci çeyrekte %25,3 daha artış kaydedildi. Gelişen icra kabiliyetleri, iyileşen distribütör ve bayi yapısı ile istikrarlı soğutucu yatırımları sayesinde büyümede ivme devam etti ve tüm kategorilerde güçlü artış sağlandı: Gazlı içecekler %24,6 büyürken, gazsız içecekler %67,1, su kategorisi ise %14,3 büyüdü.

Orta Doğu'da özellikle Irak operasyonumuzda gazlı içecekler kategorisindeki %6,1 büyüme sayesinde toplam satış hacmi %5,8 artarken; su kategorisinde %0,6'lık hafif büyüme kaydedildi.

Finansal Performans

2Ç23:

- **Net satış geliri** raporlanan bazda yıllık %58,4, Anadolu Etap İçecek hariç organik bazda ise %56,3 arttı. Fiyatlandırma büyümenin ana itici gücü olmaya devam ederken sıkı promosyon ve ürün karması yönetimi de büyümeye pozitif katkı sağladı. Böylelikle, konsolide ünite kasa başına net satış geliri, yerinde tüketim kanalı ve küçük paket paylarının iyileşmesiyle birlikte %73,9 yükseldi. Yabancı para çevrim farklarının olumlu etkisinden ayrı olarak, kur etkisinden arındırılmış bazda net satış geliri artışı %43 oldu ve 2,5 USD ile son 10 yılın en yüksek dolar bazlı ünite kasa başına net satış geliri kaydedildi.
- Türkiye'de, 2Ç23'de net satış geliri büyümesi %82,2, ünite kasa başı net satış geliri artışı ise %101,1 oldu. Tüketici satın alım gücünü yakından takip ederek yapılan zamanlı fiyat ayarlamaları, iyileşen kanal dağılımı, küçük paketlerin artan payı ve etkin iskonto yönetimi, ünite kasa başı net satış geliri büyümesine katkı sağlayan unsurlar oldu. Ayrıca, kaliteli büyüme zihniyetimiz doğrultusunda, indirim zincir marketlerin toplam satışlarımız içindeki payı azalırken yerinde tüketim kanalı, 2. çeyrek tarihinin en yüksek payına ulaştı.
- Yurt dışı operasyonlarımızda net satış geliri büyümesi %44,5 olarak gerçekleşirken, enflasyona paralel fiyat ayarlamaları sayesinde ünite kasa başına net satış büyümesi %58,2 arttı. Orta Asya ve Orta Doğu'da tüketim algısı güçlü olmaya devam ederken, Pakistan'da makroekonomik sorunların devam etmesi tüketim alışkanlıkları üzerinde baskılara neden oldu. Yabancı para çevrim farkları hariç tutulduğunda, kur etkisinden arındırılmış bazda net satış geliri artışı %20,5 oldu.

	Net Satışlar (Milyon TL)		Ünite Kasa Başına Gelir (TL)	
	2Ç23	Değişim	2Ç23	Değişim
Türkiye	9.511	%82,2	57,2	%101,1
Uluslararası	13.762	%44,5	48,8	%58,2
Uluslararası (Kur etkisinden arındırılmış) ⁽¹⁾	11.474	%20,5	40,7	%31,9
Konsolide	23.273	%58,4	51,9	%73,9
Konsolide (Kur etkisinden arındırılmış) ⁽¹⁾	20.985	%42,8	46,8	%56,8

(1) Kur etkisinden arındırılmış: Ülkelerin gelir tabloları Türk Lirası'na çevrilirken döviz kurları bir önceki yılın aynı dönemine göre sabit tutularak hesaplanmıştır,

- **Brüt kâr marjı**, 322 baz puan artarak hem raporlanmış hem de organik konsolide bazda %34,9'a ulaştı.

- Türkiye'nin brüt marjı ise 2Ç23'de, azalan hacimler, zayıflayan Türk Lirası ve yıl içinde normalleşmesi beklenen maliyet kalemlerinin ilk altı ayda yüksek ağırlığa sahip olması nedenleriyle 54 baz puan azalarak %33,7'e geriledi. Bu maliyet baskıları disiplinli fiyat artışları ve kaliteli kanal ve ürün karması yönetimi ile kısmen dengelendi.
- Uluslararası operasyonlarımızda, yıl içinde erken yapılan fiyat artışları ve proaktif maliyet yönetimi sayesinde geçen senenin aynı dönemine göre iyileşme kaydedildi. Buna göre uluslararası operasyonlarımızın brüt marjı, 565 baz puan artarak %35,9 seviyesine yükseldi.
- Konsolide operasyonel giderlerimizin net satış gelirine oranı ise 16 baz puan iyileşerek %14.9'a geriledi. Bununla birlikte FVÖK marjı yıllık bazda 338 baz puan artışla %20,0'a ulaştı ve tüm zamanların en yüksek ikinci çeyrek FVÖK marjı elde edilmiş oldu.
- **FAVÖK marjı** da 2Ç23'te 156 baz puan artarak %21,8'e yükseldi. Anadolu Etap İçecek marj büyümesine olumlu katkı yaptı. Organik bazda ise FAVÖK marjı yıllık bazda 145 baz puan artarak %21,6 olarak gerçekleşti.
- **Net finansal giderler**, TFRS 16'ya ilişkin kiralama giderleri dahil, 2Ç22'de (325) milyon TL iken 2Ç23'de (983) milyon TL olarak gerçekleşti. Net finansal giderlerde geçen senenin aynı dönemine göre gerçekleşen artış, bağlı ortaklıklardan gelen temettülerden kur farkı geliri elde edilmiş olsa da borçlanmalardan kaynaklı kur farkı giderinin görece yüksekliğinden kaynaklanmaktadır.

Finansal Gelirler / (Giderler) (milyon TL)	2Ç23	2Ç22	1Y23	1Y22
Faiz geliri	181	62	301	93
Faiz gideri (-)	(866)	(369)	(1.387)	(723)
Diğer finansal kur farkı gelir / (gideri)	926	248	1.125	733
Türev işlemlerden gelir / (gider)	0	(11)	(2)	(36)
Faiz geliri / (gideri) – Net Türev işlemler	190	27	315	103
Gerçekleşen kur farkı gelir / (gideri) – Krediler	(2.193)	(0)	(2.194)	(2.010)
Gerçekleşmeyen kur farkı gelir / (gideri) – Krediler	779	(280)	408	1.306
Finansal Gelir / (Giderler), Net	(983)	(325)	(1.433)	(534)

- **Kontrol gücü olmayan paylar**, 2Ç22'de (140) milyon TL iken, 2023'ün aynı döneminde, geçen yıla kıyasla Pakistan'daki daha düşük karlılık nedeniyle (126) milyon TL oldu.
- **Net kar**, 2Ç22'de 1.233 milyon TL iken, artan faaliyet kârlılığı sayesinde 2Ç23'te 2.388 milyon TL oldu.
- **Serbest nakit akışı**, bir önceki yıl (212) milyon TL iken bu yılın ikinci çeyreğinde 1.470 milyon TL ve ilk yarı yılda (648) milyon TL olarak gerçekleşti.
- **Yatırım harcamaları**, 2Ç23'te 2.602 milyon TL olarak gerçekleşti. Toplam yatırım harcamalarının %20'i Türkiye operasyonunda, %80'i uluslararası operasyonlarda

yapıldı. Yatırım harcamalarının satışlara oranı 2023'ün ikinci çeyreğinde %6,7 olarak gerçekleşti.

- **Konsolide borç** 2022'in sonunda 1,1 milyar ABD doları seviyesindeyken, 30.06.2023 itibariyle 1,2 milyar ABD doları oldu. 2Ç23 sonunda 715 milyon ABD doları konsolide nakit ile konsolide net borç 518 milyon ABD doları olarak kaydedildi. Net borçluluk oranı 2Ç23 itibariyle 0,75x seviyesinde gerçekleşti (TL-bazda 1.0x).

Finansal Kaldıraç Oranları	1Y23	2022	1Y22
Net Borç / FAVÖK	0,75	0,60	1,03
Borç Oranı (Toplam Fin. Borç/Toplam Varlıklar)	%35	%35	%36
Fin. Borç / Sermaye Toplamı	%101	%91	%99

- 30 Haziran 2023 itibariyle, 150 milyon dolarlık yapılandırılmış çapraz kur takası işlemi de dikkate alındığında, konsolide finansal borcun %63'i ABD doları, %12'si Avro, %16'sı TL ve kalan %9'u diğer para birimleri cinsinden oluşmuştur.
- Konsolide borcun ortalama vadesi 3,5 yıl olup toplam borç portföyünün vadesi aşağıdaki gibidir:

Vade Tarihi	2023	2024	2025	2026	2028	2029
Borcun %'si	%17	%36	%2	%2	%1	%42

Mali Tabloların Sunumuna İlişkin Esaslar

Finansal tablolar Seri II, 14,1 no'lu "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/IFRS") uygularlar.

30 Haziran 2023 tarihi itibarıyla CCI'nin bağlı ortaklıkları ve müşterek yönetime tabi teşebbüsü aşağıda sunulduğu gibidir:

İştirak ve Bağlı Ortaklıklar	Ülke	Konsolidasyon Metodu
Coca-Cola Satış ve Dağıtım A.Ş.	Türkiye	Tam Konsolidasyon
JV 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 BV.	Hollanda	Tam Konsolidasyon
The Coca-Cola Bottling Company of Jordan Ltd.	Ürdün	Tam Konsolidasyon
Turkmenistan Coca-Cola Bottlers	Türkmenistan	Tam Konsolidasyon
Sardkar for Beverage Industry Ltd	Irak	Tam Konsolidasyon
Waha Beverages BV.	Hollanda	Tam Konsolidasyon
Coca-Cola Beverages Tajikistan LLC	Tacikistan	Tam Konsolidasyon
Al Waha LLC	Irak	Tam Konsolidasyon
Coca-Cola Beverages Pakistan Ltd.	Pakistan	Tam Konsolidasyon
Coca-Cola Bottlers Uzbekistan Ltd	Özbekistan	Tam Konsolidasyon
CCI Samarkand Ltd LLC	Uzbekistan	Tam Konsolidasyon
Anadolu Etap Penkon Gıda & İçecek Ürünleri A.Ş	Türkiye	Tam Konsolidasyon
Syrian Soft Drink Sales and Distribution LLC	Suriye	Özkaynak Yöntemi

FAVÖK Açıklama

Şirket'in "Faiz, Amortisman ve Vergi Öncesi Kar (FAVÖK)" hesaplaması "Esas faaliyet karı" kalemine, amortisman ve itfa giderleri, çalışanlara sağlanan faydalara ilişkin kıdem tazminatı ve izin ödemeleri gibi karşılıklar (yönetim primi karşılıkları hariç) ile negatif şerefiye, satın alınan bağlı ortaklık yoluyla değer artışı gibi diğer nakdi olmayan gelir/giderlerin eklenmesiyle yapılmaktadır. 30 Haziran 2023 ve 30 Haziran 2022 tarihleri itibarıyla, esas faaliyet karı ve FAVÖK arasındaki mutabakat aşağıdaki gibidir:

FAVÖK (Milyon TL)	2Ç23	2Ç22	1Y23	1Y22
Esas Faaliyet Karı	4.660	2.446	7.003	3.774
Amortisman ve itfa giderleri	534	440	1.018	814
Kıdem tazminatı ve ücretli izin karşılığı	67	17	123	45
Esas faaliyetlerden diğer gelir / gider hesapları içerisindeki kur farkı gelir / gideri	(237)	44	(247)	87
Varlık kullanım hakkı amortismanı	40	22	75	43
FAVÖK	5.064	2.969	7.971	4.763

Yuvarlama sebebiyle toplamlar farklılık gösterebilir

Yabancı Para Cinsinden İşlemler

Yabancı para cinsinden yapılan işlemlerin çevrimi yapılırken, işlem tarihinde geçerli olan ilgili kurlar esas alınır. Oluşan kur farkı gider ya da gelirleri ilgili dönemde konsolide kar veya zarar tablosuna yansıtılır. Grup'un Türkiye'de yerleşik şirketlerinde yabancı para cinsinden finansal durum tablosunda varlık kalemlerinin TL'ye çevrilmesinde 30 Haziran 2023 bilanço tarihinde geçerli Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası'nın açıkladığı resmi döviz alış kuru olan, 1 USD = 25,8231 TL (31 Aralık 2022; 1 USD = 18,6983 TL) kuru, yükümlülük kalemlerinin TL'ye çevrilmesinde bilanço tarihinde geçerli Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası'nın açıkladığı resmi döviz satış kuru olan, 1 USD = 25,8696 TL (31 Aralık 2022; 1 USD = 18,7320 TL) kuru, gelir tablosunun çevriminde ise dönem içinde oluşan ortalama kur, 1 USD = 19,8612 TL (1 Ocak - 30 Haziran 2022; 1 USD = 14,8517 TL) esas alınmıştır.

Döviz Kurları	1Y23	1Y22
Ortalama USD/TL	19.8612	14.8517
Dönem Sonu USD/TL (alış)	25.8231	16.6614
Dönem Sonu USD/TL (satış)	25.8696	16.6914

Yabancı ülkelerde faaliyet gösteren bağlı ortaklıkların ve müşterek yönetime tabi teşebbüsün finansal durum tablosu kalemlerinin çevrilmesinde, bilanço tarihinde geçerli olan döviz kurları, kar veya zarar tablosu çevriminde ise ilgili dönemin ortalama döviz kurları esas alınır. Kapanış ve ortalama kur kullanımı sonucu ortaya çıkan kur farkları özkaynaklar içerisindeki yabancı para çevrim farkları kalemi altında takip edilmektedir.

CCI Konsolide Gelir Tablosu

Sınırlı Denetimden Geçmiş

(Milyon TL)	1 Ocak-30 Haziran			1 Nisan-30 Haziran		
	2023	2022	(%) Değişim	2023	2022	(%) Değişim
Satış Hacmi (Milyon Ünite Kasa)	801	824	(2,8%)	448	492	(8,9%)
Hasılat	38.828	23.359	66,2%	23.273	14.694	58,4%
Satışların Maliyeti	(25.534)	(15.853)	61,1%	(15.139)	(10.032)	50,9%
Brüt Kar	13.294	7.506	77,1%	8.134	4.662	74,5%
Pazarlama, Satış, Dağıtım Giderleri	(5.124)	(3.003)	70,6%	(2.901)	(1.850)	56,8%
Genel Yönetim Giderleri	(1.410)	(809)	74,2%	(795)	(445)	78,7%
Diğer Faaliyet Gelirleri	1.185	634	86,9%	901	382	135,9%
Diğer Faaliyet Giderleri	(942)	(554)	70,1%	(679)	(303)	123,6%
Faaliyet Karı/(Zararı)	7.003	3.774	85,6%	4.660	2.446	90,5%
Yatırım Faaliyetlerinden Gelir/(Giderler)	458	207	121,6%	456	170	168,9%
Özkaynak Yöntemiyle Değerlenen Yatırımlardaki Paylar	(11)	(2)	(563,1%)	(2)	(1)	(11,5%)
Finansman Geliri/Gideri Öncesi Faaliyet Karı/(Zararı)	7.450	3.979	87,2%	5.114	2.614	95,7%
Finansal Gelirler	3.048	1.696	79,7%	1.919	561	242,2%
Finansal Giderler	(4.480)	(2.230)	100,9%	(2.902)	(886)	227,7%
Vergi Öncesi Faaliyet Karı/(Zararı)	6.017	3.445	74,7%	4.131	2.289	80,5%
Ertelenmiş Vergi Geliri/(Gideri)	(811)	(251)	222,9%	(854)	(195)	337,2%
Dönem Vergi Gideri	(1.618)	(1.120)	44,5%	(763)	(721)	5,8%
Dönem Karı/(Zararı)	3.588	2.074	73,0%	2.514	1.373	83,1%
Kontrol Gücü Olmayan Paylar	(165)	(211)	(21,5%)	(126)	(140)	(9,9%)
Net Dönem Karı/(Zararı)	3.423	1.863	83,7%	2.388	1.233	93,7%
FAVÖK	7.971	4.763	67,4%	5.064	2.969	70,6%

Yuvarlama sebebiyle toplamlar farklılık gösterebilir

Türkiye Operasyonu Gelir Tablosu

Sınırlı Denetimden Geçmiş

(Milyon TL)	1 Ocak-30 Haziran			1 Nisan-30 Haziran		
	2023	2022	(%) Değişim	2023	2022	(%) Değişim
Satış Hacmi (Milyon Ünite Kasa)	278	306	(9,0%)	166	184	(9,4%)
Hasılat	15.162	8.170	85,6%	9.511	5.221	82,2%
Satışların Maliyeti	(10.193)	(5.289)	92,7%	(6.308)	(3.435)	83,7%
Brüt Kar	4.968	2.881	72,5%	3.203	1.787	79,3%
Pazarlama, Satış, Dağıtım Giderleri	(2.589)	(1.485)	74,3%	(1.502)	(926)	62,2%
Genel Yönetim Giderleri	(910)	(450)	102,0%	(516)	(263)	96,1%
Diğer Faaliyet Gelirleri	4.347	1.747	148,9%	3.119	558	459,2%
Diğer Faaliyet Giderleri	(4.614)	(387)	1091,5%	(513)	(246)	108,8%
Faaliyet Karı/(Zararı)	1.203	2.305	(47,8%)	3.791	909	317,0%
Yatırım Faaliyetlerinden Gelir/(Giderler)	433	175	147,5%	431	161	167,3%
Özkaynak Yöntemiyle Değerlenen Yatırımlardaki Paylar	0	0	n/a	0	0	n/a
Finansman Geliri/Gideri Öncesi Faaliyet Karı/(Zararı)	1.636	2.479	(34,0%)	4.221	1.070	294,4%
Finansal Gelirler	1.579	1.410	12,0%	1.343	424	216,6%
Finansal Giderler	(7.672)	(4.071)	88,5%	(6.799)	(2.241)	203,4%
Vergi Öncesi Faaliyet Karı/(Zararı)	(4.457)	(181)	2361,8%	(1.235)	(747)	65,4%
Ertelenmiş Vergi Geliri/(Gideri)	268	197	36,3%	147	105	41,1%
Dönem Vergi Gideri	(405)	(426)	(4,8%)	(128)	(237)	(46,1%)
Dönem Karı/(Zararı)	(4.594)	(410)	1020,5%	(1.215)	(879)	38,3%
Kontrol Gücü Olmayan Paylar	15	0	n/a	15	0	n/a
Net Dönem Karı/(Zararı)	(4.579)	(410)	1016,8%	(1.200)	(879)	36,5%
FAVÖK	1.490	2.577	(42,2%)	3.900	1.076	262,6%

Yuvarlama sebebiyle toplamlar farklılık gösterebilir

Uluslararası Operasyonlar Gelir Tablosu

Sınırlı Denetimden Geçmiş

(Milyon TL)	1 Ocak-30 Haziran			1 Nisan-30 Haziran		
	2023	2022	(%) Değişim	2023	2022	(%) Değişim
Satış Hacmi (Milyon Ünite Kasa)	522	518	0,8%	282	308	(8,6%)
Hasılat	23.684	15.259	55,2%	13.762	9.523	44,5%
Satışların Maliyeti	(15.344)	(10.633)	44,3%	(8.828)	(6.647)	32,8%
Brüt Kar	8.339	4.626	80,3%	4.934	2.877	71,5%
Pazarlama, Satış, Dağıtım Giderleri	(2.536)	(1.518)	67,1%	(1.398)	(924)	51,4%
Genel Yönetim Giderleri	(816)	(529)	54,3%	(443)	(276)	60,8%
Diğer Faaliyet Gelirleri	4.700	298	1475,9%	435	184	136,3%
Diğer Faaliyet Giderleri	(348)	(166)	109,9%	(165)	(57)	188,8%
Faaliyet Karı/(Zararı)	9.340	2.713	244,3%	3.361	1.804	86,3%
Yatırım Faaliyetlerinden Gelir/(Giderler)	25	32	(20,2%)	25	8	200,7%
Özkaynak Yöntemiyle Değerlenen Yatırımlardaki Paylar	(11)	(2)	(563,1%)	(2)	(1)	(11,5%)
Finansman Geliri/Gideri Öncesi Faaliyet Karı/(Zararı)	9.354	2.743	241,0%	3.385	1.811	86,9%
Finansal Gelirler	1.492	300	396,8%	589	144	308,0%
Finansal Giderler	(1.708)	(409)	317,8%	(641)	(128)	400,6%
Vergi Öncesi Faaliyet Karı/(Zararı)	9.139	2.634	246,9%	3.334	1.827	82,4%
Ertelenmiş Vergi Geliri/(Gideri)	(94)	(5)	1823,2%	(93)	(7)	1261,8%
Dönem Vergi Gideri	(1.019)	(635)	60,5%	(553)	(450)	22,7%
Dönem Karı/(Zararı)	8.026	1.995	302,3%	2.688	1.370	96,2%
Kontrol Gücü Olmayan Paylar	(181)	(211)	(14,1%)	(141)	(140)	1,2%
Net Dönem Karı/(Zararı)	7.845	1.784	339,7%	2.547	1.231	107,0%
FAVÖK	10.108	3.448	193,1%	3.732	2.176	71,5%

Yuvarlama sebebiyle toplamlar farklılık gösterebilir

CCI Konsolide Bilanço

(TL milyon)	Bağımsız Denetimden Geçmemiş 30 Haziran 2023	Bağımsız Denetimden Geçmiş 31 Aralık 2022
Dönen Varlıklar	48.136	28.090
Nakit ve Nakit Benzerleri	17.014	14.009
Finansal Yatırımlar	1.460	760
Ticari Alacaklar	13.413	3.716
Diğer Alacaklar	91	81
Türev Finansal Araçlar	0	11
Stoklar	12.819	6.677
Peşin Ödenmiş Giderler	2.130	1.266
Cari Dönem Vergisiyle İlgili Varlıklar	74	466
Diğer Dönen Varlıklar	1.135	1.104
Duran Varlıklar	42.677	30.627
Diğer Alacaklar	115	106
Maddi Duran Varlıklar	23.237	16.433
Şerefiye	3.697	2.924
Maddi Olmayan Duran Varlıklar	13.406	9.912
Kullanım Hakkı Varlığı	510	397
Peşin Ödenmiş Giderler	592	275
Ertelenmiş Vergi Varlığı	1.021	565
Diğer Duran Varlıklar	98	15
Toplam Varlıklar	90.814	58.717
Kısa Vadeli Yükümlülükler	32.918	17.225
Kısa Vadeli Finansal Borçlanmalar	8.254	2.431
Uzun Vadeli Borçlanmaların Kısa Vadeli Kısımları	1.672	3.358
Banka Kredileri	1.507	3.242
Kiralama İşlemlerinden Borçlar	165	115
Ticari Borçlar	17.066	8.284
İlişkili taraflara borçlar	3.794	2.391
İlişkili olmayan taraflara ticari borçlar	13.272	5.893
Çalışanlara Sağlanan Faydalar Kapsamında Borçlar	200	170
Diğer Borçlar	3.516	1.713
İlişkili taraflara diğer borçlar	203	130
İlişkili olmayan taraflara diğer borçlar	3.313	1.583
Türev Finansal Araçlar	106	96
Ertelenmiş Gelirler	185	182
Dönem Karı Vergi Yükümlülüğü	749	166
Kısa Vadeli Karşılıklar	1.098	780
Diğer Kısa Vadeli Yükümlülükler	72	46
Uzun Vadeli Yükümlülükler	26.462	18.696
Uzun Vadeli Finansal Borçlanmalar	21.538	14.686
Kiralama İşlemlerinden Borçlar	439	370
Ticari Borçlar	1	2
Uzun Vadeli Karşılıklar	633	544
Ertelenmiş Vergi Yükümlülüğü	3.438	2.496
Türev Finansal Araçlar	372	543
Ertelenmiş Gelirler	41	56
Ana Ortaklığa Ait Özkaynaklar	27.892	20.171
Kontrol Gücü Olmayan Paylar	3.541	2.625
Toplam Kaynaklar	90.814	58.717

Yuvarlama sebebiyle toplamlar farklılık gösterebilir

CCI Konsolide Nakit Akım Tablosu

(TL milyon)	Bağımsız Denetimden Geçmemiş	
	Dönem Sonu	
	30 Haziran 2023	30 Haziran 2022
Faaliyetlerden sağlanan nakit akımı		
İşletme sermayesindeki değişikliklerden önceki faaliyet karı	8.436,8	4.711,8
Vergi Varlık ve Yükümlülüklerindeki Değişiklikler	(777,3)	(639,2)
Kıdem tazminatı, yönetim primi ve uzun vadeli teşvik planı ödemeleri	(101,4)	(67,8)
Diğer dönen ve duran varlık ve yükümlülüklerdeki değişim	(3.942,1)	(2.420,9)
İşletme sermayesindeki değişiklikler	(915,2)	420,5
Esas faaliyetlerinden sağlanan net nakit	2.700,7	2.004,4
Maddi ve maddi olmayan varlık yatırımları	(2.429,7)	(1.762,7)
Maddi ve maddi olmayan varlıklarda diğer değişimler	(699,2)	(649,2)
Başka işletmelerin edinimi için yapılan nakit çıkışları (girişleri)	(2.009,7)	0,0
Yatırım faaliyetlerinde kullanılan diğer nakit	(5.228,6)	(2.411,9)
Ödenen Faiz	(1.080,3)	(485,0)
Alınan Faiz	301,2	93,2
Kredilerden sağlanan değişim	2.717,4	5.752,7
Ödenen Temettüleri (Azınlık Payları Dahil)	(750,9)	(601,0)
Nakit akış riskinden korunma kazancı	128,5	(122,9)
Finansal kiralama	(139,6)	(62,0)
Diğer	0,0	(78,9)
Finansman faaliyetlerinden sağlanan net nakit	1.176,3	4.496,1
Nakit ve nakit benzerleri üzerindeki çevrim farkı	4.357,0	1.896,5
Nakit ve nakit benzeri değerlerdeki net artış/(azalış)	3.005,4	5.985,2
Dönem başı itibarıyla nakit ve nakit benzeri değerler	14.009,0	4.141,6
Nakit ve nakit eşdeğerleri, dönem sonu	17.014,4	10.126,8
Serbest Nakit Akım	(647,7)	(212,1)

Yuvarlama sebebiyle toplamlar farklılık gösterebilir

İletişim Bilgileri

Yatırımcı:

Çiçek Uşaklıgil Özgüneş; Yatırımcı İlişkileri ve Hazine Direktörü

Tel: +90 216 528 4002

E-mail: cicek.ozgunes@cci.com.tr

Melda Öztoprak; Yatırımcı İlişkileri Kıdemli Müdürü

Tel: +90 216 528 4367

E-mail: melda.oztoprak@cci.com.tr

Neslihan Topaç; Yatırımcı İlişkileri Yöneticisi

Tel: +90 216 528 4309

E-mail: neslihan.topac@cci.com.tr

Medya:

Burçun İmir; Grup Sürdürülebilirlik ve Kurumsal İletişim Lideri

Tel: +90 216 528 4209

E-mail: burcun.imir@cci.com.tr

Sevil Wittmann; Grup Kurumsal İletişim Müdürü

Tel: +90 216 528 4209

E-mail: sevil.wittmann@cci.com.tr

Şirket Profili

CCI Türkiye, Pakistan, Kazakistan, Irak, Özbekistan, Azerbaycan, Kırgızistan, Ürdün, Tacikistan, Türkmenistan ve Suriye'de faaliyet gösteren çok uluslu bir içecek şirkettir. CCI, The Coca-Cola Company'nin gazlı ve gazsız içeceklerini üretir, dağıtır ve satar.

11 ülkede, 30 şişeleme, 3 meyve işleme fabrikası ve 10.000'den fazla çalışanı bulunan CCI, 430 milyonluk tüketici kitlesine geniş bir içecek yelpazesi sunar. Ürün portföyünde gazlı içeceklerin yanı sıra meyve suları, sular, spor içecekleri, enerji içecekleri, buzlu çaylar ve kahve yer almaktadır.

CCI'nin hisseleri İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (BİST) "COLA.IS" sembolü ile işlem görmektedir.

Reuters: COLA.IS

Bloomberg: COLA.TI

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 şişelemeyle ilgili 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.