

Zorluklara Rağmen, Yüksek Bir Hacim Artışıyla Uzun Vadeli Değer Yaratma Hedefimizi Destekledik**Coca-Cola İçecek (CCI) CEO'su Karim Yahî'nin Değerlendirmesi:****1Ç25 ÖZETİ**

- Satış Hacmi: +%13,4

TMS 29 uygulanmış:

- Net Satış Gelirleri (NSG): -%3,8
- FVÖK: -%35,2
- FVÖK Marjı: %7,9, -385 bp
- Net Kar: 1,3 milyar TL

TMS 29 uygulanmamış:

- NSG: +%33,2
- Kur etkisinden arındırılmış NSG: +%24,6
- FVÖK: -%12,5
 - FVÖK Marjı: %10,6, -552 bp
 - Net Kar: 85 milyon TL

FVÖK: Faiz ve Vergi Öncesi Faaliyet Karı
FAVÖK: Faiz, Vergi, Amortisman ve İtfa Öncesi Faaliyet Karı

2024'ün son çeyreğindeki pozitif satış hacmi trendini 2025'in ilk çeyreğine başarıyla taşıyarak yıla güçlü bir ivmeyle başladık. Tüketicilerin satın alma gücündeki düşüş ve Orta Doğu'daki gelişmelerin neden olduğu bölgesel istikrarsızlık gibi süregelen makroekonomik zorluklara rağmen, 1Ç25'te tüm pazarlarımızda güçlü bir hacim performansı sergiledik. Bu, çeşitlendirilmiş marka portföyümüzün, işletme modelimizin ve kompleks bir ortamda disiplin ve çeviklikle çalışmaya devam eden ekiplerimizin kalitesinin açık bir göstergesidir.

Satın alınabilirliğe öncelik vererek, Ramazan öncesinde ticari promosyonları ve tüketici pazarlama faaliyetlerini hızlandırarak ve portföyümüzün kalitesini sürekli artırarak, dış baskıları dengeli ve odaklı bir yaklaşımla yönetmeyi başardık. Bu stratejik adımlar, iyileşmeye başlayan piyasa koşullarının ilk işaretleriyle birleşerek hacim performansında güçlü bir toparlanmayı destekledi.

Yılın ilk çeyreğinde konsolide satış hacmimiz yıllık bazda %13,4 artarak 387 milyon ünite kasaya ("ük") ulaştı. Bu büyüme, tüm pazarlarımızdaki güçlü performanslarla desteklendi. Türkiye %8,4'lük bir artış kaydederken, uluslararası operasyonlarımız %16,1 oranında büyüdü. Başlıca pazarlarımızdan Pakistan %17,2, Kazakistan %11,7, Özbekistan %8,4, Azerbaycan %13,3 ve Irak %11,2 oranında büyüdü.

Bu sene Ramazan ayının tamamının ilk çeyreğe denk gelmesi nedeniyle, aile etkinliklerini desteklemek için büyük paketlerin satışları hız kazandı. Bu durum 1Ç25'te küçük paketlerin toplamdaki payının 199 baz puanlık bir düşüşle %24,4'e gerilemesine neden oldu. Kaliteli portföy karması stratejimiz geçerliliğini korurken, yıl boyunca daha küçük ve değer yaratan paketlerin büyümesine odaklanmayı sürdüreceğiz. Düşük şekerli/şekersiz portföye odaklanmaya devam etmemiz de olumlu sonuçlar verdi. Toplam gazlı içecek satışları içindeki düşük şekerli/şekersiz portföyün payı 1Ç25'te bir önceki yılın aynı dönemine göre 171 baz puan artarak %15,5'e yükseldi.

Bu çeyrekte, satın alınabilirliğe öncelik verirken ticari iskontoları optimize ettik. Bu sayede hacimleri destekleyip ölçek verimliliği yaratarak Gelir Büyümesi Yönetimi aksiyonlarını etkin bir şekilde uygulamaya devam ettik. Yılın başında da belirttiğimiz gibi, maliyet bazımız geçen yıla kıyasla net satış gelirlerinden (NSG) daha hızlı büyüyor. Ancak, bu etkinin ilk çeyrekte daha belirgin olmasının nedeni, geçen yıl aynı dönemde oldukça avantajlı emtia maliyetleriyle karşılaştırıyor olmamızdır. Yılın geri kalanında NSG büyümesinin hız kazanmasıyla birlikte maliyet tabanımızın kademeli olarak dengelenmesini bekliyoruz.

İleriye dönük olarak, özellikle küresel ticaret dinamiklerindeki değişimlerin etkisiyle artan volatilité ve belirsizliğin devam etmesini bekliyoruz. Ayrıca, birçok pazarda tüketici güveninin zayıf seyretmeye devam edebileceğini öngörüyoruz. Buna ek olarak Orta Doğu'daki çatışmaların etkileri de devam edebilir. Ticari gelişmelerin potansiyel etkileri, çeşitlendirilmiş tedarik zincirimiz ve hammadde riskinden korunma stratejilerimiz sayesinde halihazırda yönetmekte olduğumuz risklerdir. Diğer belirsizlikler için ise kontrol edebileceğimiz alanlara odaklanarak tüketicilere kaliteli portföyümüzü sunmaya, mükemmel saha uygulamalarımıza ve Gelir Büyüme Yönetimimizle desteklediğimiz karlı büyümeye odaklanmaya devam edeceğiz.

Pazarlarımızda satın alınabilirliği koruyacak doğru fiyatlama, disiplinli günlük uygulama ve değer yaratımını destekleyecek etkin ürün karması yönetimiyle, uzun vadede nitelikli büyümeyi sürdürmeye kararlıyız. İyi tanımlanmış stratejik çerçevemiz, zorlu ortamlarda güvenle yol almamızı sağlarken işimizin gücüne ve ekiplerimizin dayanıklılığına olan güvenimiz tamdır. İşimizin mevsimselliğe bağlı olması göz önünde bulundurulduğunda, uzun vadede sürdürülebilir değer yaratmak için kaydettiğimiz ilerlemeye güveniyoruz ve sene başında paylaştığımız 2025 yılı öngörülerimizi aynı şekilde koruyoruz.

1Ç25 sonuçlarına ilişkin Yönetim sunumu – 7 Mayıs 2025:

16:00 İstanbul

14:00 Londra

09:00 New York

[Link için tıklayız](#)

Önemli Gelir Tablosu Rakamları ve Marjlar

TMS 29 (Yüksek Enflasyonlu Ekonomilerde Finansal Raporlama) uygulanmıştır

Konsolide (Milyon TL)	1Ç25	1Ç24	Değişim %
Satış Hacmi (Milyon Ünite Kasa)	387	341	%13,4
Hasılat	36.158	37.606	-%3,8
Brüt Kar	10.998	12.498	-%12,0
Faaliyet Karı	2.873	4.435	-%35,2
Faaliyet Karı (Diğer gelir/gider hariç)	2.616	4.366	-%40,1
FAVÖK	4.676	6.165	-%24,1
FAVÖK (Diğer gelir/gider hariç)	4.451	6.211	-%28,3
Vergi Öncesi Faaliyet Karı / (Zararı)	2.621	6.332	-%58,6
Net Dönem Karı / (Zararı)	1.275	3.751	-%66,0
Brüt Kar Marjı	%30,4	%33,2	
Faaliyet Kar Marjı	%7,9	%11,8	
Faaliyet Karı Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	%7,2	%11,6	
FAVÖK Marjı	%12,9	%16,4	
FAVÖK Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	%12,3	%16,5	
Net Kar / (Zarar) Marjı	%3,5	%10,0	
Türkiye (Milyon TL)	1Ç25	1Ç24	Değişim %
Satış Hacmi (Milyon Ünite Kasa)	128	118	%8,4
Hasılat	14.369	14.758	-%2,6
Brüt Kar	3.812	4.899	-%22,2
Faaliyet Karı	1.553	3.380	-%54,1
Faaliyet Karı (Diğer gelir/gider hariç)	-1.209	3	a.d.
FAVÖK	2.373	4.112	-%42,3
FAVÖK (Diğer gelir/gider hariç)	-345	828	a.d.
Net Dönem Karı / (Zararı)	591	2.304	-%74,4
Brüt Kar Marjı	%26,5	%33,2	
Faaliyet Kar Marjı	%10,8	%22,9	
Faaliyet Karı Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	a.d.	%0,0	
FAVÖK Marjı	%16,5	%27,9	
FAVÖK Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	a.d.	%5,6	
Net Kar / (Zarar) Marjı	%4,1	%15,6	
Uluslararası Operasyonlar (Milyon TL)	1Ç25	1Ç24	Değişim %
Satış Hacmi (Milyon Ünite Kasa)	259	223	%16,1
Hasılat	21.789	22.917	-%4,9
Brüt Kar	7.206	7.645	-%5,7
Faaliyet Karı	3.634	3.815	-%4,7
Faaliyet Karı (Diğer gelir/gider hariç)	3.450	3.928	-%12,2
FAVÖK	4.662	4.895	-%4,8
FAVÖK (Diğer gelir/gider hariç)	4.422	4.949	-%10,6
Net Dönem Karı / (Zararı)	2.150	2.518	-%14,6
Brüt Kar Marjı	%33,1	%33,4	
Faaliyet Kar Marjı	%16,7	%16,6	
Faaliyet Karı Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	%15,8	%17,1	
FAVÖK Marjı	%21,4	%21,4	
FAVÖK Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	%20,3	%21,6	
Net Kar / (Zarar) Marjı	%9,9	%11,0	

Operasyonel Performans

Coca-Cola Bangladesh Beverages Limited'in ("CCBB") %100'ünün satın alınması 20 Şubat 2024 tarihinde tamamlanmış olup, CCBB finansal sonuçları 1 Mart 2024 itibarıyla finansal tablolarımızda konsolide edilmeye başlanmıştır. Bu nedenle, bu duyuruda sunulan tüm operasyonel performans ölçütleri, aksi belirtilmedikçe CCBB dahil raporlanan şekildedir. Ünite kasa verileri bağımsız denetim kapsamında değildir.

Satış Hacmi

CCI'nın **konsolide satış hacmi** 1Ç25'te bir önceki yıla kıyasla %13,4 artarak 387 milyon ünite kasa ("ük") olarak gerçekleşti. Hacim artışını desteklemek için satın alınabilirliğe odaklanma stratejimizin bir parçası olarak, tüm ana pazarlarımız genel büyümeye olumlu katkıda bulundu. Türkiye'deki satış hacmi yıllık bazda %8,4 artarken Pakistan %17,2'lik artışla büyümeye öncülük etti ve onu %11,7 ile Kazakistan, %11,2 ile Irak ve %8,4 ile Özbekistan takip etti. Sonuç olarak, uluslararası operasyonların toplam hacimdeki payı geçen yılın aynı dönemine kıyasla 153 baz puan artarak %67,0'ye ulaştı.

Gazlı içecekler kategorisi, özellikle %18,6'lık güçlü bir büyüme kaydeden ve kategori performansının temel itici gücü olmaya devam eden Coca-Cola™'nin etkisiyle %16,9 oranında büyüdü. Gazsız içecekler kategorisi, 1Ç24'te kaydedilen %11,0'lik büyümenin üzerine %8,7 oranında büyürken, Fusetea %13,2'lik güçlü bir artışla segmente liderlik etti. Öte yandan, su kategorisi, daha düşük katma değerli hacmi zaman içinde azaltmaya yönelik uzun vadeli stratejimizle uyumlu olarak yıllık %9,2'lik bir düşüş kaydetti.

Bu sene Ramazan ayının tamamının ilk çeyrekte gerçekleşmesi nedeniyle, aile etkinliklerini desteklemek için büyük paketlerin satışları hız kazandı. Bu durum 1Ç25'te küçük paketlerin toplamdaki payının 199 baz puanlık bir düşüşle %24,4'e gerilemesine neden oldu. Kaliteli portföy karması stratejimiz geçerliliğini korurken, yıl boyunca daha küçük ve değer yaratan paketlerin büyümesine odaklanacağız. Modern kanal ve indirim zincir marketlerinin payı sırasıyla %0,1 ve %0,4 oranında artarken, geleneksel kanal ve yerinde tüketimde Ramazan ayının da etkisiyle sırasıyla %1,8 ve %1,5 oranında düşüş kaydedildi. Düşük şekerli/şekersiz portföye odaklanmaya devam etmemiz de olumlu sonuçlar verdi. Toplam gazlı içecek satışları içindeki düşük şekerli/şekersiz portföyün payı 1Ç25'te bir önceki yılın aynı dönemine göre 171 baz puan artarak %15,5'e yükseldi.

Türkiye'de satış hacmi 1Ç24'te kaydedilen %5,4'lük büyümenin ardından 1Ç25'te yıllık bazda %8,4 artarak 128 milyon ünite kasaya ulaştı. Hacim artışı, Ramazan ayı öncesinde ticari promosyonların ve tüketici aktivasyonlarının hızlandırılması ve doğru fiyatlandırma stratejileri ile desteklenerek güçlü tüketici talebine katkıda bulundu.

Temel olarak, tüketimi büyük paketlere kaydıran Ramazan ayının etkisiyle küçük paketlerin payı 1Ç25'te 442 baz puan azalarak %28,7'ye geriledi. Benzer şekilde, Türkiye'de yerinde tüketim kanalının payı 307 baz puanlık düşüşle %28,0'a gerilerken, geleneksel kanalın payı 99 baz puanlık artışla %36,8'e ulaştı. Şekersiz portföyün genişletilmesi 1Ç25'te stratejik bir öncelik olmaya devam etti. Toplam gazlı içecekler içindeki payı geçen yılın aynı dönemine paralel olarak %6,5 seviyesinde kalmış olsa da gelişen ürün portföyümüzün önemli bir parçası olmaya devam edecektir.

Uluslararası operasyonlar 1Ç25'te yıllık bazda %16,1'lik güçlü bir büyüme kaydederek 259 milyon ünite kasaya ulaştı ve faaliyet gösterdiğimiz tüm pazarlarımızda gerçekleşen güçlü hacim artışlarıyla desteklendi. Kaliteli portföy karması odağımız 1Ç25'te de uluslararası operasyonlarımızda değişmedi. Küçük paketlerin payı %22,3, yerinde tüketimin kanalının payı ise %12,7 olarak sabit kaldı.

	% Yıllık Değişim		Toplam Hacimdeki Pay	
	1Ç25	1Ç24	1Ç25	1Ç24
Gazlı İçecekler	%16,9	-%5,1	%83,0	%80,5
Gazsız İçecekler	%8,7	%11,0	%8,8	%9,2
Su	-%9,2	%1,3	%8,2	%10,2
Toplam	%13,4	-%3,2	%100	%100

Yuvarlama sebebiyle toplamlar farklılık gösterebilir

Pakistan'ın makroekonomik ortamı 1Ç25'te stabilize olmaya devam etti ve enflasyon Mart ayında son yılların en düşük seviyesi olan %0,7'ye geriledi. Bu düşüş hem tüketici hem de iş dünyası güveninde kayda değer bir toparlanmayı desteklese de genel ortam kırılganlığını koruyor. Bu ortamda, Pakistan geçen yıl kaydettiği %22,8'lik düşüşün de desteğini alarak 1Ç25'te yıllık bazda %17,2 büyümeye 100 milyon ünite kasaya ulaştı. Gazlı içecekler, özellikle de büyük paket segmenti, bu büyümeye en büyük katkıyı sağlayan ürün oldu. İlk çeyrekte, Uluslararası Kriket Konseyi Şampiyonlar Kupası ile ilgili kampanyaların yanı sıra küçük paketlere yönelik talebi artırmaya yardımcı olan Ramazan aktivasyonları da dahil olmak üzere etkili tüketici ve ticari faaliyetler gerçekleştirildi.

Kazakistan'ın satış hacimleri 1Ç25'te yıllık bazda %11,7 artarak 56 milyon ünite kasaya ulaştı. Büyüme kısmen bir önceki yılın düşük bazını yansıtırken, etkili ticari promosyonlar ve yeni ürün lansmanlarının başarılı bir şekilde pazara sunulmasıyla da desteklendi. İlk çeyrekte Kazakistan'ın gazlı içecekler kategorisi %10,5 büyürken, gazsız içecekler kategorisi aynı dönemde %24,0 artışla daha güçlü bir performans sergiledi.

Özbekistan 1Ç24'teki %22,5'lik kuvvetli bazın üzerine 1Ç25'te %8,4'lük bir hacim artışı kaydederek 35 milyon ünite kasaya ulaştı. Birinci çeyrek sağlıklı bir büyüme ile başlarken, ülkedeki tüketicilerin kültürel olarak ev yapımı ürünleri tercih etme eğiliminde olduğu Ramazan ayının mevsimsel etkisi nedeniyle çeyrek sonuna doğru performans yumuşadı.

Azerbaycan, 1Ç24'teki %15,4'lük güçlü artışın ardından 1Ç25'te yıllık bazda %13,3'lük güçlü bir hacim büyümesi kaydederek 15 milyon ünite kasaya ulaştı. Bu performans temel olarak etkili kapak altı promosyonları ve pazarlama kampanyalarından kaynaklandı. Mayıs ayında faaliyete geçmesi beklenen İsmayılı'daki yeni fabrika küçük paketlerin satışını daha da destekleyecek ve gelecekteki büyümeyi güçlendirecektir.

Irak, 1Ç25'te yıllık bazda %11,2'lik güçlü bir hacim artışı kaydederek 30 milyon ünite kasaya ulaştı. Bu performans, 1Ç24'te kaydedilen %24,3'lük güçlü büyümenin üzerine inşa edildi ve pozitif ivme 2025'te de devam edecek. Irak, pazarlarımız genelinde toplam satışlar içerisinde küçük paketlerin payının en yüksek olduğu ülkedir.

Finansal Performans

SPK'nın 28 Aralık 2023 tarih ve 81/1820 sayılı kararı ile KGK tarafından 23 Kasım 2023 tarihinde yapılan duyuru ve yayınlanan "Yüksek Enflasyonlu Ekonomilerde Finansal Raporlama Hakkında Uygulama Rehberi"ne istinaden, Türkiye Muhasebe/Finansal Raporlama Standartlarını uygulayan finansal raporlama düzenlemelerine tabi ihraççılar ile sermaye piyasası kurumlarının, 31 Aralık 2023 tarihi itibarıyla sona eren hesap dönemlerine ait yıllık finansal raporlarından başlamak üzere TMS 29 hükümlerini uygulamak suretiyle enflasyon muhasebesi uygulamasına karar verilmiştir.

31 Mart 2025 tarihi itibarıyla Türk Lirası'nın genel satın alma gücündeki değişikliklerle ilgili olarak TMS 29 ("Yüksek Enflasyonlu Ekonomilerde Mali Raporlama") şartlarına göre düzeltme yapılmıştır. TMS 29 şartları, yüksek enflasyonun bulunduğu ekonomide tedavülde bulunan para birimi cinsinden hazırlanan mali tabloların bu para biriminin bilanço tarihinde geçerli olan alım gücünden sunulmasını ve daha önceki dönemlerdeki oluşan tutarların da aynı şekilde yeniden düzenlenmesini gerektirmektedir. Endeksleme işlemi Türkiye İstatistik Kurumu ("TÜİK") tarafından yayınlanan Türkiye'deki Tüketici Fiyat Endeksi'nden elde edilen katsayı kullanılarak yapılmıştır.

Önceki raporlama dönemine ait ilgili rakamlar, karşılaştırmalı mali tabloların raporlama dönemi sonunda geçerli olan ölçüm birimi cinsinden sunulması için genel fiyat endeksi uygulanarak yeniden düzenlenir. Daha önceki dönemlere ilişkin olarak açıklanan bilgiler de raporlama dönemi sonunda geçerli olan ölçüm birimi cinsinden sunulur.

Bununla birlikte, yıl başında açıkladığımız ve enflasyon düzeltmesi yapılmayan finansallara dayandığını belirttiğimiz 2025 öngörülerimize göre performansımız hakkında fikir vermek için, finansallarımızdan bazı kalemler bilgi amaçlı olarak enflasyon düzeltmesi yapılmadan da sunulmaktadır. Bağımsız denetimden geçmemiş bu rakamlar ilgili yerlerinde açıkça belirtilmiştir. Bu tür bir açıklama içermeyen tüm finansal rakamlar TMS29'a uygun olarak raporlanmıştır.

1Ç25'te:

- Net satış geliri ("NSG")**, bir önceki yıla göre %3,8 oranında azalarak 36,2 milyar TL olarak gerçekleşirken, NSG/ük dönem içinde %15,2 oranında azalmıştır. Enflasyon muhasebesinin etkileri hariç tutulduğunda, satın alınabilirliğe odaklanmamız ve dolayısıyla sınırlı fiyat artışlarına rağmen, tüm ülkelerdeki yüksek satış hacimleri sayesinde net satış geliri %33,2 oranında artmıştır.
- Türkiye'de 1Ç25'te NSG ve NSG/ük sırasıyla %2,6 ve %10,2 düşüş kaydetti.** TMS 29 düzeltmeleri hariç tutulduğunda, Türkiye'de NSG %35,7 oranında artarken, NSG/ük yıllık %25,2 artışla 110,1 TL'ye ulaştı. Bu büyüme, satın alınabilirliği korumak amacıyla müşteri satın alma gücünün yakından izlenmesi ve etkin gelir yönetimi girişimlerine kesintisiz odağımız sayesinde desteklendi.
- Uluslararası operasyonlarda**, NSG yıllık %4,9 düşüşle 21,8 milyar TL'ye gerilerken, NSG/ük yıllık %18,1 düşüş kaydetti. TMS 29'un etkisi hariç tutulduğunda, NSG artışı yıllık %31,3 ve NSG/ük iyileşmesi yıllık %13,1 oldu. Süregelen makroekonomik zorluklar ve Orta Doğu'daki gelişmelerin devam eden olumsuz etkisi nedeniyle, satın alınabilirliği önceliklendirmek ve hacim büyümesini desteklemek için pazarların çoğunda fiyat artışları ya ertelendi ya da sınırlı tutuldu.

	Net Satışlar (milyon TL)		Ünite Kasa Başına Gelir (TL)	
	1Ç25	% Yıllık Değişim	1Ç25	% Yıllık Değişim
Türkiye	14.369	-%2,6	112,4	-%10,2
Uluslararası	21.789	-%4,9	84,0	-%18,1
Konsolide	36.158	-%3,8	93,4	-%15,2

- Konsolide bazda **brüt kar marjı** 282 baz puan azalarak %30,4'e geriledi. Uluslararası operasyonlarımızın brüt kar marjı nispeten sabit kalırken, Türkiye operasyonlarımızın brüt karlılığında bir önceki yıla göre düşüş yaşandı. **Türkiye'de** brüt kar marjındaki düşüş bekleniyordu. Ancak belirli hammaddelerin maliyet etkisinin dönemsel yansımaları ve daha zayıf NSG büyümesi nedeniyle bu etki ilk çeyrekte daha belirgin hissedildi. NSG büyümesinin önümüzdeki dönemde hız kazanması beklenmektedir. **Uluslararası operasyonlarda** nispeten sınırlı fiyatlamaya rağmen tüm pazarlarımızdaki güçlü hacim artışı ve disiplinli maliyet kontrol önlemleri sayesinde brüt kar düşüşü minimum seviyede gerçekleşti.
- Konsolide faaliyet giderlerimiz - NSG'nin yüzdesi olarak - 103 baz puan artışla %22,5 seviyesinde gerçekleşti. Faaliyet giderleri, Ramazan ayı nedeniyle öne alınan pazarlama giderlerine bağlı olarak mütevazı bir artış gösterdi. Buna bağlı olarak, **konsolide FVÖK marjımız** 385 baz puanlık düşüşle %7,9 olarak gerçekleşti. TMS 29 muhasebesi hariç tutulduğunda ise FVÖK marjı 552 baz puanlık daralma ile %10,6 olarak gerçekleşti.
- FAVÖK marjı** 1Ç25'te 346 baz puan azalarak %12,9'a geriledi. TMS 29 muhasebesi hariç FAVÖK marjı ise 1Ç25'te geçen yıla göre 527 baz puan azalarak %14,2 olarak gerçekleşti.
- TFRS 16 ile ilgili kira borçları dahil **net finansman gideri**, faiz oranlarındaki artış ve yüksek borçlanma seviyeleri nedeniyle 1Ç24'teki (1.581) milyon TL'ye kıyasla 1Ç25'te (2.473) milyon TL olarak gerçekleşti.

Finansal Gelirler / (Giderler) (milyon TL)	1Ç25	1Ç24
Faiz geliri	309	444
Faiz gideri (-)	-2.733	-2.559
Kur farkı gelir / (gideri) – Krediler	-376	-653
Diğer	327	1.186
Finansal Gelir / (Giderler), Net	-2.473	-1.581

- Kontrol gücü olmayan paylar** (azınlık payları) 1Ç24'teki 8 milyon TL'ye kıyasla 1Ç25'te (22) milyon TL olarak gerçekleşti.
- Net kar**, 1.275 milyon TL olarak kaydedildi. TMS 29 muhasebesi hariç tutulduğunda net kar 85 milyon TL olarak gerçekleşti.
- Serbest nakit akımı** ("FCF") 1Ç24'te (6,8) milyar TL iken 1Ç25'te (8,0) milyar TL olarak gerçekleşti. Talepten önce yatırım yapmaya devam ediyoruz. Bu strateji doğrultusunda, iki yeni yatırım projesi ve ilave hat yatırımlarının yıl içinde tamamlanması planlanıyor. TMS 29 muhasebeleştirilmesi hariç, serbest nakit akımı (7,4) milyar TL olarak gerçekleşti.
- 1Ç25 itibarıyla **yatırım harcamaları** 3,0 milyar TL olarak gerçekleşti. Toplam yatırım harcamalarının %21'i Türkiye, %79'u uluslararası operasyonlar olarak gerçekleşti. Yatırım

harcamaları/Satışlar geçen yılın aynı çeyreğinde %8,2 iken bu çeyrekte %8,4 olarak gerçekleşti.

- **Konsolide borç** 31 Mart 2025 itibarıyla 56,6 milyar TL (1,5 milyar ABD Doları) ve konsolide nakit 22,1 milyar TL (585 milyon ABD Doları) olarak gerçekleşirken, konsolide net borç 34,5 milyar TL'ye (912 milyon ABD Doları) ulaştı. Net borcun konsolide FAVÖK'e oranı 31 Mart 2025 itibarıyla 1,31x oldu.

Finansal Kaldıraç Oranları	1Ç25	2024
Net Borç / FAVÖK	1.31	1.02
Borç Oranı (Toplam Fin. Borç/Toplam Varlıklar)	%33	%33
Finansal Borç / Özkaynak Toplamı	%84	%80

- 31 Mart 2025 tarihi itibarıyla, konsolide finansal borcumuzun %50'si ABD Doları, %8'i Avro, %27'si TL ve kalan %15'i diğer para birimlerinden oluşmaktadır. Bu durum, yerel para birimi kredilerinin payının %20, ABD Doları ve Avro payının %70 olduğu bir önceki yıla kıyasla döviz pozisyonunda önemli bir düşüşe işaret etmektedir.
- Konsolide borç portföyünün ortalama vadesi 2,6 yıl olup, vade profili aşağıdaki gibi gerçekleşmiştir:

Vade Tarihi	2025	2026	2027	2028	2029-30
Borcun %'si	%38	%14	%4	%4	%40

TMS 29 Etkisi Olmadan Raporlanan, Bağımsız Denetimden Geçmemiş Önemli Kalemler

Aşağıdaki bölüm ise, daha önce sunulan önemli beklenti/varsayımların değerlendirilmesine imkan sunmak amacıyla, TMS 29 etkisi yer almaksızın sunulmuştur ve bağımsız denetimden geçmemiştir.

- 1Ç25'te konsolide NSG yıllık %33,2 artışla 35,9 milyar TL olarak gerçekleşirken, NSG/ük yıllık %17,4 artış gösterdi.
- 1Ç25'te konsolide brüt kar marjı yıllık bazda 451 baz puan azalarak %32,2 olurken, faaliyet kar marjı 552 baz puan azalarak %10,6'ya geriledi.
- Net kar 1Ç25'te 85 milyon TL olarak gerçekleşti.

Konsolide (Milyon TL)	1Ç25	1Ç24	Değişim %
Satış Hacmi (Milyon Ünite Kasa)	387	341	%13,4
Hasılat	35.859	26.914	%33,2
Brüt Kar	11.549	9.881	%16,9
Faaliyet Karı	3.783	4.325	-%12,5
FAVÖK	5.080	5.231	-%2,9
Net Dönem Karı / (Zararı)	85	1.583	-%94,7
Brüt Kar Marjı	%32,2	%36,7	
Faaliyet Karı Marjı	%10,6	%16,1	
FAVÖK Marjı	%14,2	%19,4	
Net Kar / (Zarar) Marjı	%0,2	%5,9	

Türkiye (Milyon TL)	1Ç25	1Ç24	Değişim %
Satış Hacmi (Milyon Ünite Kasa)	128	118	%8,4
Hasılat	14.070	10.368	%35,7
Brüt Kar	4.363	4.377	-%0,3
Faaliyet Karı (Diğer gelir/gider hariç)	-276	1.130	a.d.
FAVÖK (Diğer gelir/gider hariç)	81	1.377	-%94,1
Net Dönem Karı / (Zararı)	-583	582	a.d.
Brüt Kar Marjı	%31,0	%42,2	
Faaliyet Karı Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	a.d.	%10,9	
FAVÖK Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	%0,6	%13,3	
Net Kar / (Zarar) Marjı	a.d.	%5,6	

Uluslararası Operasyonlar (Milyon TL)	1Ç25	1Ç24	Değişim %
Satış Hacmi (Milyon Ünite Kasa)	259	223	%16,1
Hasılat	21.789	16.594	%31,3
Brüt Kar	7.206	5.536	%30,2
Faaliyet Karı (Diğer gelir/gider hariç)	3.450	2.844	%21,3
FAVÖK (Diğer gelir/gider hariç)	4.422	3.583	%23,4
Net Dönem Karı / (Zararı)	2.150	1.823	%17,9
Brüt Kar Marjı	%33,1	%33,4	
Faaliyet Karı Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	%15,8	%17,1	
FAVÖK Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	%20,3	%21,6	
Net Kar / (Zarar) Marjı	%9,9	%11,0	

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/TFRS”) uygularlar. 31 Mart 2025 itibarıyla CCI’nın 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	Özbekistan	Tam Konsolidasyon
CCI Namangan Ltd LLC	Özbekistan	Tam Konsolidasyon
Anadolu Etap Penkon Gıda ve İçecek Ürünleri A. Ş	Türkiye	Tam Konsolidasyon
Syrian Soft Drink Sales and Distribution LLC	Suriye	Özkaynak Yöntemi
Coca-Cola Bangladesh Beverages Ltd.	Bangladeş	Tam Konsolidasyon

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. 31 Mart 2025 ve 31 Mart 2024 tarihleri itibarıyla, esas faaliyet karı ve FAVÖK arasındaki mutabakat aşağıdaki gibidir:

FAVÖK (Milyon TL)

TMS 29 (Yüksek Enflasyonlu Ekonomilerde Finansal Raporlama) uygulanmıştır

1Ç25 1Ç24

Esas Faaliyet Karı	2.873	4.435
Amortisman ve itfa giderleri	1.600	1.607
Kıdem tazminatı ve ücretli izin karşılığı	168	167
Esas faaliyetlerden diğer (gelir) / gider hesapları içerisindeki kur farkı gelir / gideri	-32	-116
Varlık kullanım hakkı amortismanı	67	71
FAVÖK	4.676	6.165

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 bilanço tarihinde geçerli Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası'nın açıkladığı resmi döviz alış kuru olan, 1 USD = 37,7656 TL (31 Aralık 2024; 1 USD = 35,2803 TL) kuru, yükümlülük kalemlerinin TL'ye çevrilmesinde bilanço tarihinde geçerli Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası'nın açıkladığı resmi döviz satış kuru olan, 1 USD = 37,8337 TL (31 Aralık 2024; 1 USD = 35,4338 TL) kuru, gelir tablosunun çevriminde ise dönem içinde oluşan ortalama kur, 1 USD = 36,1994 TL (1 Ocak - 31 Mart 2024; 1 USD = 30,9035 TL) esas alınmıştır.

Döviz Kurları	1Ç25	1Ç24
Ortalama USD/TL	36,1994	30,9035
Dönem Sonu USD/TL (alış)	37,7656	32,2854
Dönem Sonu USD/TL (satış)	37,8337	32,3436

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

TMS 29 (Yüksek Enflasyonlu Ekonomilerde Finansal Raporlama) uygulanmıştır

(Milyon TL)	Bağımsız Denetimden Geçmemiş		
	1 Ocak – 31 Mart		
	1Ç25	1Ç24	(%) Değişim
Satış Hacmi (Milyon Ünite Kasa)	387	341	%13,4
Hasılat	36.158	37.606	-%3,8
Satışların Maliyeti	-25.160	-25.108	%0,2
Brüt Kar	10.998	12.498	-%12,0
Pazarlama, Satış, Dağıtım Giderleri	-6.378	-6.062	%5,2
Genel Yönetim Giderleri	-2.004	-2.071	-%3,2
Diğer Faaliyet Gelirleri	1.114	916	%21,5
Diğer Faaliyet Giderleri	-856	-846	%1,2
Faaliyet Karı/(Zararı)	2.873	4.435	-%35,2
Yatırım Faaliyetlerinden Gelir/(Giderler)	-32	-23	%41,0
Özkaynak Yöntemiyle Değerlenen Yatırımlardaki Paylar	3	-3	a.d.
Finansman Geliri/Gideri Öncesi Faaliyet Karı/(Zararı)	2.844	4.410	-%35,5
Finansal Gelirler	743	1.749	-%57,5
Finansal Giderler	-3.216	-3.330	-%3,4
Parasal Kazanç / (Kayıp)	2.250	3.504	-%35,8
Vergi Öncesi Faaliyet Karı/(Zararı)	2.621	6.332	-%58,6
Ertelenmiş Vergi Geliri/(Gideri)	-235	-202	%16,7
Dönem Vergi Gideri	-1.089	-2.388	-%54,4
Dönem Karı/(Zararı)	1.297	3.742	-%65,3
Kontrol Gücü Olmayan Paylar	-22	8	a.d.
Net Dönem Karı/(Zararı)	1.275	3.751	-%66,0
FAVÖK	4.676	6.165	-%24,1

Yuvarlama sebebiyle toplamlar farklılık gösterebilir

Türkiye Operasyonu Gelir Tablosu

TMS 29 (Yüksek Enflasyonlu Ekonomilerde Finansal Raporlama) uygulanmıştır

(Milyon TL)	Bağımsız Denetimden Geçmemiş		
	1 Ocak – 31 Mart		
	1Ç25	1Ç24	(%) Değişim
Satış Hacmi (Milyon Ünite Kasa)	128	118	%8,4
Hasılat	14.369	14.758	-%2,6
Satışların Maliyeti	-10.557	-9.859	%7,1
Brüt Kar	3.812	4.899	-%22,2
Pazarlama, Satış, Dağıtım Giderleri	-3.658	-3.561	%2,7
Genel Yönetim Giderleri	-1.363	-1.335	%2,1
Diğer Faaliyet Gelirleri	3.095	3.779	-%18,1
Diğer Faaliyet Giderleri	-333	-402	-%17,2
Faaliyet Karı/(Zararı)	1.553	3.380	-%54,1
Yatırım Faaliyetlerinden Gelir/(Giderler)	-21	-24	-%13,4
Finansman Geliri/Gideri Öncesi Faaliyet Karı/(Zararı)	1.532	3.356	-%54,3
Finansal Gelirler	404	1.467	-%72,4
Finansal Giderler	-3.867	-5.327	-%27,4
Parasal Kazanç / (Kayıp)	2.250	3.504	-%35,8
Vergi Öncesi Faaliyet Karı/(Zararı)	319	3.000	-%89,4
Ertelenmiş Vergi Geliri/(Gideri)	266	370	-%28,0
Dönem Vergi Gideri	6	-1.080	a.d.
Dönem Karı/(Zararı)	591	2.289	-%74,2
Kontrol Gücü Olmayan Paylar	0	15	a.d.
Net Dönem Karı/(Zararı)	591	2.304	-%74,4
FAVÖK	2.373	4.112	-%42,3

Yuvarlama sebebiyle toplamlar farklılık gösterebilir

Uluslararası Operasyonlar Gelir Tablosu

TMS 29 (Yüksek Enflasyonlu Ekonomilerde Finansal Raporlama) uygulanmıştır

(Milyon TL)	Bağımsız Denetimden Geçmemiş		
	1 Ocak – 31 Mart		
	1Ç25	1Ç24	(%) Değişim
Satış Hacmi (Milyon Ünite Kasa)	259	223	%16,1
Hasılat	21.789	22.917	-%4,9
Satışların Maliyeti	-14.582	-15.271	-%4,5
Brüt Kar	7.206	7.645	-%5,7
Pazarlama, Satış, Dağıtım Giderleri	-2.720	-2.501	%8,8
Genel Yönetim Giderleri	-1.036	-1.217	-%14,8
Diğer Faaliyet Gelirleri	707	331	%113,6
Diğer Faaliyet Giderleri	-524	-445	%17,7
Faaliyet Karı/(Zararı)	3.634	3.815	-%4,7
Yatırım Faaliyetlerinden Gelir/(Giderler)	-11	1	a.d.
Özkaynak Yöntemiyle Değerlenen Yatırımlardaki Paylar	3	-3	a.d.
Finansman Geliri/Gideri Öncesi Faaliyet Karı/(Zararı)	3.626	3.813	-%4,9
Finansal Gelirler	351	317	%10,8
Finansal Giderler	-828	-684	%21,1
Vergi Öncesi Faaliyet Karı/(Zararı)	3.149	3.446	-%8,6
Ertelenmiş Vergi Geliri/(Gideri)	-93	58	a.d.
Dönem Vergi Gideri	-884	-980	-%9,8
Dönem Karı/(Zararı)	2.172	2.524	-%13,9
Kontrol Gücü Olmayan Paylar	-22	-6	%255,7
Net Dönem Karı/(Zararı)	2.150	2.518	-%14,6
FAVÖK	4.662	4.895	-%4,8

Yuvarlama sebebiyle toplamlar farklılık gösterebilir

CCI Konsolide Bilanço

TMS 29 (Yüksek Enflasyonlu Ekonomilerde Finansal Raporlama) uygulanmıştır

(Milyon TL)	Bağımsız Denetimden Geçmemiş	Bağımsız Denetimden Geçmiş
	31 Mart 2025	31 Aralık 2024
Dönen Varlıklar	73.009	66.871
Nakit ve Nakit Benzerleri	21.852	25.594
Finansal Yatırımlar	254	105
Ticari Alacaklar	24.180	14.230
Diğer Alacaklar	556	649
Türev Finansal Araçlar	67	41
Stoklar	17.019	16.929
Peşin Ödenmiş Giderler	4.284	4.042
Cari Dönem Vergisiyle İlgili Varlıklar	1.867	2.176
Diğer Dönen Varlıklar	2.930	3.104
Duran Varlıklar	96.775	96.382
Diğer Alacaklar	197	203
Maddi Duran Varlıklar	59.985	59.715
Şerefiye	5.998	6.072
Maddi Olmayan Duran Varlıklar	26.552	26.624
Kullanım Hakkı Varlığı	697	791
Peşin Ödenmiş Giderler	2.229	1.809
Ertelenmiş Vergi Varlığı	1.117	1.168
Türev Finansal araçlar	0	0
Diğer Duran Varlıklar	0	0
Toplam Varlıklar	169.784	163.253
Kısa Vadeli Yükümlülükler	66.623	58.320
Kısa Vadeli Finansal Borçlanmalar	20.168	16.676
Uzun Vadeli Borçlanmaların Kısa Vadeli Kısımları	6.643	6.884
Banka Kredileri	6.414	6.617
Kiralama İşlemlerinden Borçlar	230	267
Ticari Borçlar	31.515	28.196
İlişkili taraflara borçlar	9.409	8.008
İlişkili olmayan taraflara ticari borçlar	22.106	20.188
Çalışanlara Sağlanan Faydalar Kapsamında Borçlar	596	562
Diğer Borçlar	5.602	3.789
İlişkili taraflara diğer borçlar	258	265
İlişkili olmayan taraflara diğer borçlar	5.344	3.524
Türev Finansal Araçlar	23	3
Ertelenmiş Gelirler	357	463
Dönem Karı Vergi Yükümlülüğü	689	603
Kısa Vadeli Karşılıklar	832	904
Diğer Kısa Vadeli Yükümlülükler	198	240
Uzun Vadeli Yükümlülükler	36.082	37.076
Uzun Vadeli Finansal Borçlanmalar	29.344	29.843
Kiralama İşlemlerinden Borçlar	484	688
Ticari Borçlar	4	4
Uzun Vadeli Karşılıklar	970	975
Ertelenmiş Vergi Yükümlülüğü	5.280	5.567
Türev Finansal Araçlar	0	0
Ertelenmiş Gelirler	0	0
Ana Ortaklığa Ait Özkaynaklar	58.218	59.108
Kontrol Gücü Olmayan Paylar	8.861	8.749
Toplam Kaynaklar	169.784	163.253

Yuvarlama sebebiyle toplamlar farklılık gösterebilir

CCI Konsolide Nakit Akım Tablosu

TMS 29 (Yüksek Enflasyonlu Ekonomilerde Finansal Raporlama) uygulanmıştır

(Milyon TL)	Bağımsız Denetimden Geçmemiş	
	Dönem Sonu	
	31 Mart 2025	31 Mart 2024
Faaliyetlerden sağlanan nakit akımı		
İşletme sermayesindeki değişikliklerden önceki faaliyet karı	3.630	4.851
Vergi Varlık ve Yükümlülüklerindeki Değişiklikler	-855	-1.361
Kıdem tazminatı, yönetim primi ve uzun vadeli teşvik planı ödemeleri	-46	-208
Diğer dönen ve duran varlık ve yükümlülüklerdeki değişim	-5.090	-2.614
İşletme sermayesindeki değişiklikler	-461	-1.539
Esas faaliyetlerinden sağlanan net nakit	-2.822	-870
Maddi ve maddi olmayan varlık yatırımları	-2.821	-3.046
Yatırım faaliyetlerinden kaynaklanan diğer değişimler	-149	-137
Başka işletmelerin edinimi için yapılan nakit çıkışları (girişleri)	0	-1.125
Yatırım faaliyetlerinde kullanılan diğer nakit	-2.970	-4.308
Kredilerden sağlanan değişim	4.701	-951
Ödenen Faiz	-2.578	-3.217
Alınan Faiz	342	401
Ödenen Temettüleri (Azınlık Payları Dahil)	-2	-1
Nakit akış riskinden korunma kazancı	-33	-63
Finansal kiralama	-137	-116
Finansman faaliyetlerinden sağlanan net nakit	2.293	-3.948
Nakit ve nakit benzerleri üzerindeki çevrim farkı	70	1.122
Nakit ve nakit benzerlerindeki parasal kazanç / kayıp	-313	-628
Nakit ve nakit benzeri değerlerdeki net artış/(azalış)	-3.742	-8.632
Dönem başı itibarıyla nakit ve nakit benzeri değerler	25.594	34.570
Nakit ve nakit eşdeğerleri, dönem sonu	21.852	25.938
Serbest Nakit Akım	-8.017	-6.849

Yuvarlama sebebiyle toplamlar farklılık gösterebilir

Yatırımcı İlişkileri İletişim:**Burak Berki**

Yatırımcı İlişkileri Müdürü

Tel: +90 216 528 3304

E-mail: burak.berki@cci.com.tr**Tuğçe Tarhan**

Yatırımcı İlişkileri Yöneticisi

Tel: +90 216 528 4119

E-mail: tugce.tarhan@cci.com.tr**Melih Turlin**

Yatırımcı İlişkileri Analisti

Tel: +90 216 528 4465

E-mail: melih.turlin@cci.com.tr**Medya İletişim:****Burçun İmir**

Kurumsal İletişim ve Sürdürülebilirlik İcra Kurulu Üyesi

Tel: +90 216 528 4209

E-mail: burcun.imir@cci.com.tr**Ayşegül Şenalp**

İletişim Grup Müdürü

Tel: +90 532 611 5572

E-mail: aysegul.senalp@cci.com.tr**Şirket Profili**

CCI; Türkiye, Pakistan, Kazakistan, Irak, Özbekistan, Azerbaycan, Kırgızistan, Bangladeş, Ürdün, Tacikistan, Türkmenistan ve Suriye’de faaliyet gösteren çok uluslu bir içecek şirkettir. CCI, The Coca-Cola Company ve Monster Energy Beverage Corporation’ın gazlı ve gazsız içeceklerinin üretim, dağıtım ve satışının yanı sıra bağlı ortaklığı Anadolu Etap İçecek (Anadolu Etap Penkon Gıda ve İçecek Ürünleri Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi) aracılığıyla meyve suyu konsantresi üretimi gerçekleştirmektedir.

12 ülkede, 33 şişeleme fabrikası, 3 meyve işleme tesisi ve 10.000’den fazla çalışanı bulunan CCI, 600 milyondan fazla nüfusa 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’nın hisseleri Borsa İstanbul ‘da (BİST) "CCOLA.IS" sembolü ile işlem görmektedir.

Reuters: CCOLA.IS

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