



ÖZEL DURUM AÇIKLAMASI
12 Ocak 2026

2025 Satış Hacmi

Sürdürülebilir Hacim Artışı ve Uzun Vadeli Değer Yaratma

2025 Dördüncü Çeyrek Özeti

- Konsolide satış hacmi yıllık bazda **%5,4** arttı
- Türkiye satış hacmi yıllık bazda **%3,6** azaldı
- Uluslararası operasyonların satış hacmi bir önceki yıla göre **%11,0** arttı
- Gazlı içecekler kategorisinin satış hacmi yıllık bazda **%7,0** arttı
- Gazsız içecekler kategorisinin satış hacmi yıllık bazda **%19,2** arttı
- Fusetea, 4Ç24'te elde ettiği **%29,8**'lik büyümenin üzerine bu yıl **%23,3** arttı
- Uluslararası operasyonlarda küçük paketlerin payı yıllık bazda **155** baz puan artarak **%31,6**'ya ulaştı
- Gazlı içecekler portföyündeki "şekersiz" payı yıllık **66** puan artarak konsolide bazda **%4,4**'e ulaştı

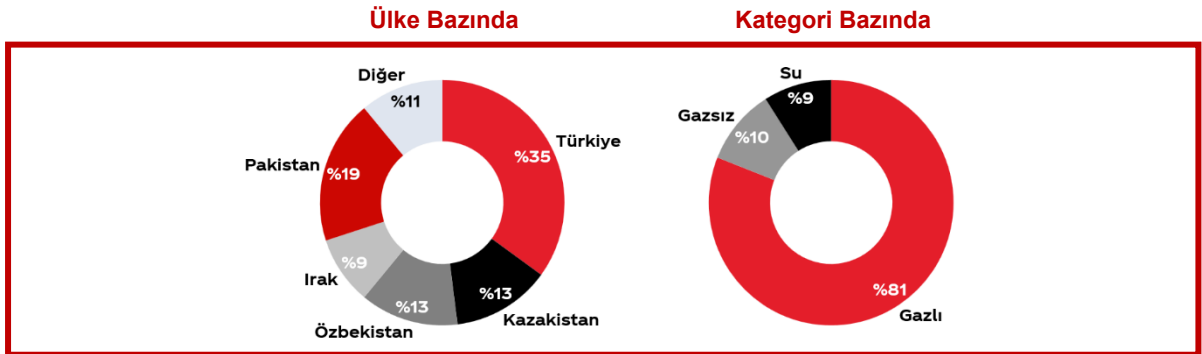
2025 Yılı Özeti

- Konsolide satış hacmi yıllık **%8,0** artış gösterdi
- Türkiye satış hacmi yıllık bazda **%1,0** azaldı
- Uluslararası satış hacmi bir önceki yıla göre **%13,5** arttı
- Gazlı içecekler kategorisinin satış hacmi yıllık bazda **%9,2** arttı
- Gazsız içecekler kategorisinin satış hacmi bir önceki yıla göre **%19,2** arttı
- Fusetea, 2024 yılında elde ettiği **%19,7**'lik büyümenin üzerine, **%30,9**'luk dikkat çekici bir hacim artışı sağladı
- Küçük paketlerin payı yıllık **92** baz puan azalarak konsolide bazda **%28,3** oldu
- Gazlı içecekler portföyündeki "şekersiz" payı yıllık **12** puan iyileşerek konsolide bazda **%3,3**'e ulaştı

Uzun Vadeli 2020-25 Performansı

- %6 bileşik yıllık büyüme oranı** ile sürdürülebilir konsolide satış hacmi artışı

2025 Yılı Satış Hacmi Kırılımı:





Konsolide Satış Hacmi:

2025 yılını, coğrafi ayak izimizin ve portföyümüzün çeşitliliği sayesinde mümkün olan, beklentilerin üzerinde, güçlü bir hacim büyümesiyle kapattık. Süregelen makroekonomik dalgalanmalar ve Orta Doğu'daki devam eden çatışma dahil olmak üzere jeopolitik gerilimler ile birçok pazarımızda hissedilen satın alma gücü üzerindeki baskıların şekillendirdiği zorlu bir ortama rağmen, ekiplerimizin çevikliği performansımızı destekledi.

Doğru fiyatlandırma konusundaki istikrarlı odağımız, disiplinli kaliteli portföy karması yönetimimiz ve mükemmel saha uygulamalarımız sayesinde bu zorlukları başarıyla yönettik. Bu dengeli yaklaşımın bir yansıması olarak yılın ilk yarısında hacim büyümesini önceliklendirdik, ikinci yarısında ise bilinçli şekilde değer odaklı büyümeye yöneldik.

Sonuç olarak, **konsolide satış hacmimiz** 2025 yılında yıllık bazda %8,0 artarak 1,6 milyar ünite kasaya ("ük") ulaştı. Uluslararası operasyonlarımız genelinde satış hacmi büyümesine; Kazakistan, Özbekistan, Pakistan, Irak ve Azerbaycan yıllık bazda sırasıyla %15,5, %33,7, %1,3, %12,0 ve %8,1 oranlarında büyüme kaydederek olumlu katkı sağladı. Orta Asya ise, Özbekistan ve Kazakistan'ın öncülüğünde, büyümenin ana itici gücü oldu. Türkiye'de, toplam satış hacmi yıllık bazda %1,0'lık sınırlı bir düşüş gösterdi. Görece daha düşük değerli olması nedeniyle önceliklendirmedeğimiz su kategorisi hariç tutulduğunda ise toplam satış hacmi artış kaydetti. Bu artış, ana kategorilerimizin dayanıklılığını ve satın alınabilirlik ile değer yaratma arasındaki dengeli yaklaşımımızı ortaya koydu. Genel olarak, uluslararası operasyonların satış hacmindeki payı yıllık bazda 315 baz puan artışla %65,3 olarak gerçekleşti.

2025 yılında, gazlı içecekler kategorisi yıllık bazda %9,2'lik güçlü bir büyüme kaydetti ve Coca-Cola™ genel kategori performansını yakından takip etti. Gazsız içecekler kategorisi, 2024 yılında elde edilen %9,4'lük artışın üzerine, Fusetea'nın %30,9'luk olağanüstü büyümesi öncülüğünde %19,2'lik güçlü bir büyüme kaydetti. Buna karşılık, su kategorisi düşük değerli kategorilerin payını azaltmaya yönelik bilinçli stratejik bir kararın yansıması olarak yıllık bazda %10,7'lik bir düşüş kaydetti.

Küçük paketlerin payını artırmak temel bir stratejik öncelik olmaya devam etse de, satın alma üzerindeki baskı tüketicileri büyük paketleri tercih etmeye yönlendirdiği için küçük paketlerin portföydeki payı 2025 yılında 92 baz puan düşüşle %28,3'e geriledi. Öte yandan, yerinde tüketim kanalı güçlenmeye devam etti ve payı 62 baz puan artışla %32,3'e yükseldi. Bununla birlikte küçük paketlere, yerinde tüketim kanalına ve şekersiz ürün portföyüne yönelik stratejik odağımız aynı şekilde sürerken sürdürülebilir uzun vadeli değer yaratmanın temel dayanaklarından biri olmaya devam edecektir. Toplam gazlı içecekler içinde "şekersiz" payı, 2025 yılında yıllık bazda 12 baz puan artışla %3,3'e yükseldi.

2025 yılında, **Türkiye'deki** satış hacimleri, su kategorisindeki optimizasyona yönelik bilinçli tercihimizin etkisiyle, yıllık bazda %1,0'lık hafif bir düşüşle 562 milyon ünite kasaya geriledi. Su hariç tutulduğunda, Türkiye yıllık bazda %3,8'lik sağlam bir hacim artışı kaydederek yüksek değerli kategorilerdeki büyümeyi yansıttı. Doğru fiyatlandırma ve etkili iskonto yönetimi güçlü günlük saha uygulamalarıyla desteklenerek hem marjların korunması hem de hacim artışının sağlanması açısından kritik önem taşıyor.

Türkiye'de küçük paketlerin payı 2025 yılında %32,3 olarak gerçekleşti. Yerinde tüketim kanalının payı geçen yıla göre neredeyse aynı kalarak %31,7 olurken, geleneksel kanalın payı





112 baz puan düşüşle %36,1'e geriledi. "Şekersiz" portföye odağın devam etmesi olumlu katkı sağlayarak 2025 yılında toplam gazlı içecekler içindeki payını yıllık bazda 49 baz puan artırıp %7,6'ya yükseltti.

Uluslararası operasyonlar, tüm operasyonlara yayılan büyümenin etkisiyle 2025 yılında yıllık bazda %13,5 artış kaydetti. Tek istisna, en son satın aldığımız pazarımız -Bangladeş- oldu. Bu pazarda, piyasadaki dalgalanmalar nedeniyle hacimler daha düşük kaldı. 2025'in 4. çeyreğinde, uluslararası operasyonlar başta Orta Asya, ardından Irak ve Azerbaycan'ın desteğiyle yıllık bazda %11,0 büyüme kaydetti.

Kaliteli portföy karmasına odaklanmaya devam etmemiz, uluslararası operasyonlarımızda olumlu sonuçlar verdi. Bu sonuçlar, 2025 yılında 233 baz puan artışla %30,9'a yükselen yerinde tüketim kanalının payının artmasıyla desteklenirken küçük paketlerin payının 27 baz puanlık hafif düşüşle %26,1 olarak gerçekleşti.

Ülke bazında, **Pakistan'ın** ekonomik ortamı istikrarın devam ettiğine dair işaretler gösterdi. Enflasyon, sıkı para politikası ve iyileşen makroekonomik koşullar sayesinde daha normal seviyelere geriledi. Bununla birlikte, yüksek enerji fiyatları, vergi yükü ve devam eden satın alınabilirlik baskısı, tüketici güvenini olumsuz etkilemeye devam etti. Aynı zamanda, fiyat hassasiyeti yüksek segmentlerde yerel markaların artan rekabeti, kategori değer büyümesini baskılamaya devam etti. Bu zorluklara rağmen Pakistan, 2025 yılında hacim büyümesine geri dönerek, 2024'teki %14,2'lik hacim düşüşünün ardından, geçen yıla göre %1,3 artışla 314 milyon ünite kasaya ulaştı.

Özbekistan, tüm çeyreklerdeki istikrarlı güçlü performansın etkisiyle, 2025 yılında yıllık bazda %33,7'lik etkileyici bir hacim artışı kaydetti ve toplam hacim 220 milyon ünite kasaya ulaştı. Bu performans, iki temel faktör tarafından desteklendi: başlıca göstergelerdeki geniş tabanlı yıllık iyileşmelerle karakterize edilen makroekonomik ortamın iyileşmesi ve sektörün üzerinde performans göstermemizi sağlayan inovasyonlarla birlikte güçlü rekabetçi uygulamalar.

Kazakistan'ın satış hacmi 2025 yılında yıllık bazda %15,5 artarak 215 milyon ünite kasaya ulaştı. Bu performans başarılı inovasyonlarla desteklendi. Tüm kategorilerde sağlam bir büyüme gerçekleşirken, Fusetea'nın güçlü performansı sayesinde gazsız içecekler kategorisi öne çıktı. Gazlı içecekler kategorisi %11,7 büyürken, gazsız içeceklerin hacmi %32,1 arttı. Bu artışın başlıca nedeni, satış hacmi yıllık bazda %41,3 artan Fusetea oldu.

Irak, 2025 yılında yıllık bazda %12,0'lık sağlam hacim büyümesini sürdürdü ve toplam hacim 140 milyon ünite kasaya ulaştı. Bu performans önceki yıl kaydedilen %12,1'lik güçlü büyümenin üzerine gerçekleşerek pazardaki üst üste üçüncü yıl satış hacmi artışını gösteriyor.

Raporlanan Bazda:

Hacim (mln ünite kasa)	2025	2024	y/y	4Ç25	4Ç24	y/y
Konsolide	1,622	1,501	8.0%	285	271	5.4%
Türkiye	562	568	-1.0%	100	104	-3.6%
Uluslararası	1,060	934	13.5%	185	166	11.0%



Büyüme (y/y)					Kırılım	
	4Ç25	4Ç24	2025	2024	4Ç25	2025
Gazlı İçecekler	7.0%	6.8%	9.2%	-4.4%	78.5%	80.9%
Gazsız İçecekler	19.2%	8.8%	19.2%	9.4%	12.7%	10.4%
Su	-19.1%	9.6%	-10.7%	5.8%	8.8%	8.6%
Toplam	5.4%	7.3%	8.0%	-2.2%	100%	100%

Yuvarlama sebebiyle toplamlar farklılık gösterebilir



2026 Yılına Ait Hacim Beklentileri

2025 yılında, faaliyet gösterdiğimiz birçok pazarda tüketicilerin satın alma gücü üzerindeki baskı ve Orta Doğu'daki gelişmelerin etkileriyle şekillenen zorlu bir ortamda faaliyet gösterdik. 2026 yılında da faaliyet ortamının makroekonomik baskılar ve bölgesel gerilimler nedeniyle dalgalı olmasını bekliyoruz.

2026 yılına ilişkin stratejik önceliklerimiz büyük ölçüde değişmedi. Hacim büyümesini desteklemek için, çeşitlendirilmiş coğrafi varlığımızdan ve çeşitlendirilmiş ürün portföyümüzden yararlanmaya devam edeceğiz. Bu doğrultuda; disiplinli saha uygulamaları, doğru fiyatlandırma, optimize edilmiş ürün karması ve etkin iskonto yönetimi odağımız sayesinde satın alınabilirliği koruyarak sürdürülebilir değer yaratmayı hedefliyoruz.

Şirketimizin 2026 için hacim beklentileri aşağıdaki gibidir:

Satış Hacmi:

Konsolide bazda orta-tek haneli hacim büyümesi

- Türkiye'de düşük-orta-tek haneli büyüme
- Uluslararası operasyonlarda yüksek-tek haneli büyüme

Yukarıdaki açıklamalarımızın Sermaye Piyasası Kurulu'nun II-15.1 sayılı Tebliği'nde yer alan esaslara uygun olduğunu, bu konuda/konularda tarafımıza ulaşan bilgileri tam olarak yansıttığını; bilgilerin defter, kayıt ve belgelerimize uygun olduğunu, konuyla ilgili bilgileri tam ve doğru olarak elde etmek için gerekli tüm çabaları gösterdiğimizi ve yapılan bu açıklamalardan sorumlu olduğumuzu beyan ederiz.

Şirket Profili

CCI, Anadolu Grubu'nun bir parçası olarak; Türkiye, Pakistan, Kazakistan, Irak, Özbekistan, Azerbaycan, Kırgızistan, Bangladeş, Ürdün, Tacikistan, Türkmenistan ve Suriye'de faaliyet gösteren çok uluslu bir Türk 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, 36 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'nin hisseleri Borsa İstanbul 'da (BİST) "CCOLA.IS" sembolü ile işlem görmektedir.

İletişim Bilgileri

Çiçek Uşaklıgil Özgüneş
Grup Finans Direktörü
Tel: +90 216 528 4002
cicek.ozgunes@cci.com.tr

Tuğçe Tarhan
Yatırımcı İlişkileri Yöneticisi
Tel: +90 216 528 4119
tugce.tarhan@cci.com.tr

Burak Berki
Yatırımcı İlişkileri Müdürü
Tel: +90 216 528 33 04
burak.berki@cci.com.tr

Melih Turlin
Yatırımcı İlişkileri Analisti
Tel: +90 216 528 44 65
melih.turlin@cci.com.tr