

İÇSEL BİLGİLERE İLİŞKİN ÖZEL DURUM AÇIKLAMA FORMU

Ortaklığın Unvanı : Coca-Cola İçecek A.Ş.
Adresi : Esenkent Mah. Deniz Feneri Sokak No:4
34776 Ümraniye İstanbul
Tel ve Faks No : 0 216 528 40 00 - 0 216 365 84 57
Yatırımcı İlişkileri Tel. ve Faks No: 0 216 528 44 80 - 0 216 365 84 57
Tarih : 12 Ocak 2012
Konu : 2011 Satış Hacmi

İSTANBUL MENKUL KIYMETLER BORSASI BAŞKANLIĞI'NA,

Açıklanacak Özel durum:

2011 Satış Hacmi

Şirketimizin 2011 yılına ait satış hacmi rakamları geçen yılın aynı dönemiyle karşılaştırmalı şekilde aşağıda sunulmuştur.

Konsolide Satış Hacmi

Konsolide satış hacmi 2011 yılında %14,5 yükselerek 761,7 milyon ünite kasaya ulaştı. 2010 yılında toplam satış hacminde %25,7 olan uluslararası faaliyetlerin payı, bu yıl %28,2'ye yükseldi. Tüm kategoriler hem Türkiye'de hem de uluslararası operasyonlardaki başarılı pazarlama kampanyaları, promosyonlar ve satış ve dağıtım sistemindeki iyileştirmelerin yardımıyla, 2. yarıdaki yüksek baz etkisine rağmen, güçlü büyüme kaydetti.

Gazlı içecekler kategorisi, bütün önemli pazarlarda sağlanan büyüme sayesinde konsolide olarak 2011 yılında düşük onlu seviyelerde gelişme kaydetti. Bu büyümede yeni paket ve ürün lansmanlarıyla genişleyen portföy, pazarlama ve etkinlik bazlı pazar faaliyetleri, promosyonlar ile satış ve dağıtım sistemlerindeki iyileştirmelerin etkisi oldu.

Su, meyve suyu ve buzlu çay kategorilerinin hem Türkiye hem de uluslararası pazarlarda güçlü büyümesi sayesinde, gazsız içecek kategorisi 2011'de %20'nin üzerinde büyümeye devam etti. Türkiye'de çay satışları 2011'de çift haneli seviyede büyümesini sürdürdü.

Dördüncü çeyrekte konsolide satış hacmi, hava sıcaklıklarının mevsim normallerinin altında seyretmesine rağmen, %8,0 artarak 140,6 milyon ünite kasaya ulaştı. Son çeyrekte gazlı içecek kategorisi, orta tek haneli seviyelerde artış kaydederken, gazsız içecekler %15'in üzerinde büyüdü. Çay kategorisi dördüncü çeyrekte orta tek haneli seviyeler civarında artış gösterdi.

Türkiye Operasyonu

Tüm kategorilerdeki büyümenin sayesinde, Türkiye operasyonlarının satış hacmi 2011 yılında %10,6 artarak 546,8 milyon ünite kasaya ulaştı. Kanal ve kategori bazlı pazarlama faaliyetleri, artan soğuk bulunabilirlik ve başarılı müşteri segmentasyonu büyüme destekledi.

2011 yılında gazlı içecek kategorisi kapak altı ve Ramazan promosyonları, "Fanta Gençlik Festivali" gibi aktiviteler sayesinde orta tek haneli seviyede büyüdü. Gazlı içecek kategorisinde hızlı tüketime yönelik uygun fiyatlı paket lansmanları pazar payında artış getirdi.

Gazsız içecek kategorisinde 2011 yılında, su kategorisindeki yaklaşık %30 ve meyve suyu kategorisindeki yaklaşık %20 büyüme sayesinde, %20'nin üzerinde büyüme sağlandı. Meyve suyu kategorisindeki büyümede Ramazan döneminde yeniden lanse edilen ve yoğun tüketici talebi ile karşılanan "Ramazan Şerbeti" ile Cappy Pulpy'nın piyasaya sunulması etkili oldu.

Çay kategorisi, 2011 yılının ikinci yarısındaki düşük hava sıcaklıklarının yanı sıra yeni paket ve tat lansmanları sayesinde %20'nin üzerinde büyüyerek güçlü bir performans göstermeye devam etti.

Dördüncü çeyrekte Türkiye satış hacmi %1,4 büyüme kaydederek 96,9 milyon ünite kasaya ulaştı. Türkiye'de gazlı içecek satışları, çeyrek boyunca hava sıcaklıklarının tarihi ortalamalarının altında seyretmesi ve 2010 yılının son çeyreğindeki güçlü baz etkisi nedeniyle düşük tek haneli seviyede geriledi. Gazsız içecek satış hacmi, su ve meyve suyu segmentlerindeki güçlü büyüme sayesinde %20 civarında arttı.

Uluslararası Operasyonlar

Uluslararası operasyonlar, Orta Asya, Irak ve Pakistan'daki güçlü hacim büyümesinin etkisiyle %25,7 artarak 215,0 milyon ünite kasaya ulaştı.

2011'de Orta Asya bölgesinde %20'ye yakın büyüme kaydedildi.

Kazakistan'da satış hacmi, başarılı satış ve dağıtım uygulamaları ile yerinde tüketim kanallarında noktaya özel uygulanan aktivasyonlar sayesinde %25'in üzerinde büyüdü.

Azerbaycan satış hacmi 2011 yılında, ülkedeki yavaş ekonomik büyümeye ve 2010'daki yüksek baz etkisine rağmen, artan soğutucu yatırımları, güçlendirilmiş satış ve dağıtım sistemi ile iyileştirilmiş pazar uygulamaları sayesinde tek haneli de olsa büyüdü.

Pakistan satış hacmi, özellikle 2010 yılının 3. çeyreğindeki sel felaketinin etkisi sonucu oluşan düşük baz etkisinin yanı sıra ürün portföyünün bulabilirliğindeki artış ve pazara nüfuz oranındaki yükselme ile pre-sell siteminin genişlemesi sayesinde yüksek onlu seviyede büyüdü.

Irak'ta satış hacmi, pazarlama kampanyaları ile bölgesel satış ve dağıtım uygulamalarındaki gelişmeler sayesinde %25'in üzerinde büyüdü. Irak'ın uluslararası operasyonlardaki satış hacmi payı, Mart 2011'den itibaren tam olarak konsolide edilmeye başlanmasının etkisiyle %3,4'ten %10,9'a yükseldi.

Uluslararası operasyonların satış hacmi 2011'in dördüncü çeyreğinde %26,4 artışla 43,8 milyon ünite kasa olarak gerçekleşti. Tüm uluslararası operasyonlarda Yeni Yıl kampanyaları devam eden satış ve dağıtım sistemi iyileştirmeleri ve promosyon etkinlikleri büyümeye katkı sağladı.

Kazakistan operasyonları 4. çeyrekte de kanal aktivasyonları, iyileştirilmiş pazar uygulamaları, kapak altı promosyonlarını da kapsayan Yeni Yıl kampanyası sayesinde %20'ye yakın büyüme kaydederek hızlı büyüme eğilimini sürdürdü.

Coca-Cola İçecek

Azerbaycan'da satış hacmi, son 50 yılın en soğuk dönemi olarak geçen 2011 yılının 4. çeyreğindeki kötü hava şartlarının etkisiyle orta tek haneli seviyelerde geriledi.

Pakistan, 2010 yılının son çeyreğinde özellikle Ekim ayından kaynaklanan düşük baz etkisi, iyileşen distribütör sistemi ile soğutucu yatırımlarının artırdığı pazara nüfuz oranı sayesinde, 4. çeyrekte %25'e yakın büyümeye kaydetti.

Irak operasyonları başarılı promosyon etkinlikleri sayesinde son çeyrekte %25'in üzerinde büyüdü.

Yukarıdaki açıklamalarımızın Sermaye Piyasası Kurulu'nun Seri: VIII, No: 54 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.