

## COCA-COLA İÇECEK 2009 ÜÇÜNCÜ ÇEYREK SONUÇLARI

### 3Ç 2009'a Ait Önemli Gelişmeler

- Grubun satış hacmi bu çeyrekte %8,2 artarak 201,1 milyon ünite kasaya ulaşmıştır. Uluslararası satış hacminin toplam satış hacmi içerisindeki payı, Pakistan'ın eklenmesi ve ilk çeyrekte başlayarak Türkmenistan'ın tam konsolide edilmesi sonucunda %20,5'den %23,9'a yükselmiştir.
- Grubun bu çeyrekteki net satışları %3,5 artışla 799,4 milyon TL'ye ulaşmıştır. Uluslararası operasyonlardan elde edilen satışlar toplam satışların %20,9'unu oluşturmaktadır.
- Grubun bu çeyrekteki net kar rakamı 88,4 milyon TL olarak gerçekleşmiştir.

### 2009'un İlk 9 Ayına İlişkin Önemli Gelişmeler

- 2009'un ilk dokuz ayında Grubun satış hacmi %11,3 artarak 476,7 milyon ünite kasaya ulaşmıştır. Uluslararası operasyonların toplam satış hacmindeki payı %20,1'den %25,1'e yükselmiştir.
- Grubun satış gelirleri %8,5 artışla 1.983,7 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. 2009'un ilk 9 ayında uluslararası operasyonların toplam satış gelirlerinin içerisindeki payı %16,1'den %22,3'e yükselmiştir.
- Grubun 2009 yılı ilk dokuz ayındaki net kar rakamı 176,5 milyon TL olarak gerçekleşmiştir.

### Murahhas Aza Michael A. O'Neill'in Yorumları

*"Üçüncü çeyrekte 200 milyon ünite kasanın üzerinde satış gerçekleştiren Coca-Cola İçecek'in satış hacmi 2009'un ilk 9 ayında %11 artmıştır. Bu büyüme coğrafyamızdaki zorlu ve bazı durumlarda kötüleşen ekonomik şartlara rağmen elde edilmiştir. Harcama gücü düşen tüketiciler daha düşük fiyatlı ürünlere yönelmişlerdir.*

*Değişen tüketici ihtiyaçlarını karşılamak ve ulaşılabilirliği artırmak için hem Türkiye'de hem de Uluslararası pazarlarımızda içecek ürün portföyümüzü daha da genişlettik. Pazarın tüketici promosyonlarımıza ve ürün lansmanlarımıza olumlu tepki vermesinden bilhassa memnunuz.*

*Ekonomik görünüm belirsiz olmaya devam ederken ekonomiler kendilerini toparlamaya başladıkça, alınan maliyet azaltıcı önlemler ve markalarımızın gücünün bize fayda sağlayacağına inanıyoruz. Faaliyet gösterdiğimiz bölgelerdeki genç nüfus bize gazlı içecek tüketimini büyötmek için yeni fırsatlar sunmaktadır."*

<b>Konsolide (milyon TL)</b>	<b>3Ç09</b>	<b>3Ç08</b>	<b>%Değişim</b>	<b>2009 İlk 9 Ay</b>	<b>2008 İlk 9 Ay</b>	<b>%Değişim</b>
Satış Hacmi (milyon uc)	201,1	185,9	%8,2	476,7	428,1	%11,3
Satış Gelirleri	799,4	772,4	%3,5	1.983,7	1.827,9	%8,5
Faaliyet Karı	103,7	135,4	(%23,4)	236,5	271,1	(%12,8)
FAVÖK	139,6	162,3	(%14,0)	344,0	354,8	(%3,0)
Net Dönem Karı/(Zararı)	88,4	107,1	(%17,5)	176,5	184,0	(%4,1)

### Marjlar

Brüt Kar Marjı	%35,8	%41,1		%36,9	%41,8	
Faaliyet Kar Marjı	%13,0	%17,5		%11,9	%14,8	
FAVÖK Marjı	%17,5	%21,0		%17,3	%19,4	
Net Kar Marjı	%11,1	%13,9		%8,9	%10,1	

<b>Türkiye (milyon TL)</b>	<b>3Ç09</b>	<b>3Ç08</b>	<b>%Değişim</b>	<b>2009 İlk 9 Ay</b>	<b>2008 İlk 9 Ay</b>	<b>%Değişim</b>
Satış Hacmi (milyon uc)	153,0	147,9	%3,4	357,3	342,6	%4,3
Satış Gelirleri	632,4	646,6	(%2,2)	1.542,9	1.536,8	%0,4
Faaliyet Karı	83,1	116,6	(%28,7)	204,4	238,3	(%14,2)
FAVÖK	107,7	138,0	(%22,0)	277,4	306,1	(%9,4)
Net Dönem Karı/(Zararı)	77,5	93,4	(%17,1)	168,2	166,2	%1,2

### Marjlar

Brüt Kar Marjı	%36,3	%42,5		%38,3	%43,6	
Faaliyet Kar Marjı	%13,1	%18,0		%13,2	%15,5	
FAVÖK Marjı	%17,0	%21,3		%18,0	%19,9	
Net Kar Marjı	%12,2	%14,4		%10,9	%10,8	

<b>Uluslararası (milyon US\$)</b>	<b>3Ç09</b>	<b>3Ç08</b>	<b>%Değişim</b>	<b>2009 İlk 9 Ay</b>	<b>2008 İlk 9 Ay</b>	<b>%Değişim</b>
Satış Hacmi (milyon uc)	48,1	38,1	%26,3	119,4	86,0	%38,8
Satış Gelirleri	111,0	104,6	%6,1	282,0	241,0	%17,0
Faaliyet Karı	12,7	15,1	(%15,5)	19,2	26,1	(%26,3)
FAVÖK	20,6	19,8	%4,0	41,6	39,6	%5,2
Net Dönem Karı/(Zararı)	6,4	10,9	(%41,2)	3,9	13,7	(%71,2)

### Marjlar

Brüt Kar Marjı	%33,6	%33,5		%32,0	%31,8	
Faaliyet Kar Marjı	%11,5	%14,4		%6,8	%10,8	
FAVÖK Marjı	%18,6	%18,9		%14,8	%16,4	
Net Kar Marjı	%5,8	%10,4		%1,4	%5,7	

## Faaliyet Bölümlerinin İncelenmesi

### Türkiye

**nc eyrek:** Gazsıız içecekler ve iime hazır olmayan çay satışlarının katkısıyla 2009'un üçüncü çeyreğindeki satış hacmi %3,4 artmıştır. Gazlı içecekler kategorisindeki daralma geçen çeyreğe göre yavaşlamıştır. Satış hacminin en yüksek olduğu üçüncü çeyrekte Ramazanın Ağustos ayında başlayıp Eylül ayında bitmesi yerinde tketicim kanalındaki satışları olumsuz etkilemiştir.

Cappy ve Nestea'nin sergilediği güçlü performans sayesinde gazsıız içecekler kategorisinde çift haneli büyüme görülmüştür.

nc çeyrekte yeni ürün lansmanlarına hız verilmiştir. Temmuz ayında, geleneksel gazoz kategorisindeki portföyümüzü genişletmek amacıyla Schweppes gazoz piyasaya çıkarılmıştır. Gazsıız içecekler kategorisinde ise Nestea Cool 1 Litre ve Doğadan Earl Grey lansmanları yapılmıştır. Su kategorisinde satış hacmini ve pazar payını artırmak için Damla 10 Litre piyasaya sunulmuştur. Kapak altı promosyonlarının yanı sıra Rock'N Coke ve Fanta Gençlik Festivali gibi başarılı tketicim promosyonları tketicim talebinin canlandırılmasına katkıda bulunmuştur.

Cappy'nin satış hacmine katkıda bulunmak ve artan tketicim talebini karşılamak için Temmuz ayında Cappy Limonata 1 Litre ve PET 330 ml lansmanları yapılmıştır. Türkiye'deki limonata pazarı özellikle 2009'un üçüncü çeyreğinde geçen yıla oranla neredeyse altı kat büyüme göstermiştir. Temmuz ayının ortasında lansmanı yapılan Cappy Limonata ift haneli pazar payına ulaşarak üçüncü sırada yer almıştır.

Zorlu ticari koşullar ve ürün portföyü içindeki dağılımın değişiminden dolayı net satışlar bu dönemde %2,2 gerilemiştir. nite kasa başına satış geliri 2009'un 3'nc çeyreğinde yapılan satış iskontoları ve iime hazır olmayan çay kategorisinin etkisiyle %5,4 azalarak 4,13 TL olarak gerçekleşmiştir.

2009'un üçüncü çeyreğinde satılan malın maliyeti şeker ve kutu fiyatlarındaki artışa bağlı olarak %8,4 artmıştır. Devlet tarafından kontrol edilen şeker fiyatlarına Temmuz ayında %6 zam yapılmış olmakla birlikte, rezin fiyatlarındaki düşüş, şeker ve kutu fiyatlarındaki artışı kısmen telafi etmiştir.

Faaliyet giderleri pazarlama ve dağıtım giderlerindeki düşüşe bağlı olarak %8,1 azalmıştır.

Bu çeyrekte faaliyet karı büyük oranda, ürün portföyü içindeki dağılımın değişimi, daha yüksek iskontolar ve artan hammadde fiyatlarına bağlı olarak %28,7 azalmıştır.

FAVÖK bu çeyrekte %22,0 azalmıştır. FAVÖK marjı ise 430 baz puan azalışla %17,0 olarak gerçekleşmiştir.

**İlk Dokuz Ay:** Gazsıız içeceklerdeki büyümenin devam etmesi ve ürün portföyümüze iime hazır olmayan çayın eklenmesi sayesinde Türkiye'de 2009'un ilk dokuz ayında satış hacmi %4,3 artmıştır. Kişi başı GSYİH'daki daralma, artan kentsel işsizlik ve fiyat hassasiyetinin yarattığı baskı, Türkiye satış hacmini olumsuz etkilemiştir.

2009'un ilk dokuz ayında net satışlar %0,4 artmıştır. nite kasa başına satış geliri yapılan daha yüksek satış iskontolarının ve iime hazır olmayan çay kategorisinin etkisiyle 2009'un ilk 9 ayında %3,8 azalarak 4,32 TL olarak gerçekleşmiştir.

Hammadde fiyatlarındaki artış ve ünite kasa başına satış gelirlerindeki azalışa bağlı olarak brüt kar %11,9 azalmıştır. Brüt karlılıktaki azalışı pazarlama ve dağıtım giderlerindeki azalış telafi etmiştir. Sonuç olarak, faaliyet karı %14,2 azalmıştır. 2009'un ilk dokuz ayında, faaliyet marjı 230 baz puan düşüşle %13,2'ye gerilemiştir. FAVÖK %9,4 azalmış, FAVÖK marjı ise 190 baz puan azalışla %18,0 olarak gerçekleşmiştir.

### Uluslararası Operasyonlar

**Üçüncü Çeyrek:** Uluslararası operasyonların satış hacmi Pakistan'ın güçlü katkısıyla %26,3 artmıştır.

Kötüleşen ekonomik koşullar Orta Asya operasyonlarını olumsuz etkilemeye devam etmektedir. Alım gücündeki kötüleşme ve soğuk giden hava koşulları tüketici harcamaları üzerinde olumsuz bir baskı oluşturmuştur. Kazakistan'da lansmanları yapılan Coca-Cola 200 ml ve Piko PET 0,5 Litre ile zorlaşan ekonomik koşullara karşın tüketici ulaşılabilirliğini artırmak hedeflenmiştir. Azerbaycan'da lansmanları yapılan Fanta Elma ve Nestea büyüyen pazardaki mevcut konumumuzu güçlendirmeyi amaçlamaktadır.

Ürdün'deki satış hacmimiz ekonomik yavaşlamanın devam etmesi ve pazar koşullarının zorlaşması sonucunda gerileme göstermiştir. Artırılan promosyonlar ve piyasaya nüfuzun artması Irak'daki güçlü satış hacmi artışına katkıda bulunmuştur. Gazlı içecekler kategorisinde Pakistan satış hacimdeki güçlü büyümesini devam ettirmiştir. Yaz ve Ramazan tüketici promosyonları Orta Doğu ve Pakistan'daki konumumuzu güçlendirmeyi hedeflemiştir.

Net satışlar %6,1 oranında artmıştır. Ünite kasa başına net satışlar %16,0 azalarak 2,31 ABD dolarına gerilemiştir. Bunda tüketicilerin satın alma gücündeki düşüş ve Orta Doğu ve Pakistan operasyonlarının Grup içindeki payının artması etkili olmuştur.

Satılan malın maliyeti bu çeyrekte %5,8 artmıştır. Pakistan'ın oransal olarak konsolide edilmesi sonucunda faaliyet giderleri % 21,0 oranında artmıştır. Zorlu ekonomik koşullar nedeniyle faaliyet karı %15,5 oranında azalmıştır. FAVÖK %4,0 oranında artış göstermiş ve FAVÖK marjı %18,6 olarak neredeyse aynı kalmıştır.

**İlk Dokuz Ay:** 2008'in dördüncü çeyreğinden itibaren ilk kez konsolide edilmeye başlanan Pakistan'ın etkisiyle satış hacmi %38,8 oranında artış göstermiştir.

Zorlu ekonomik koşulların devam etmesi sonucunda Orta Asya ve Orta Doğu'daki satış hacmi daralmaya devam etmiştir. Politik zorluklara rağmen Pakistan'da çift haneli büyüme devam etmiştir.

Geçen yılın aynı dönemine oranla net satışlar %17,0 artmıştır. Kazakistan ve Kırgızistan'da meydana gelen devalüasyon ve Orta Doğu ve Pakistan operasyonlarının toplamdaki payının artmasıyla ünite kasa başına net satışlar %15,7 oranında gerileyerek 2,36 ABD doları olmuştur. Geçen yılın aynı dönemine göre satılan malın maliyeti %16,8 artmıştır. Faaliyet giderleri, Pakistan'ın oransal olarak konsolide edilmesiyle %35,0 oranında artmıştır. FAVÖK %5,2 artarken FAVÖK marjı 160 baz puan düşüşle 2009'un ilk 9 ayında %14,8 olarak gerçekleşmiştir.

## Grubun Finansal Detayları

**Üçüncü eyrek:** Grubun satış hacmi %8,2 oranında artarken, net satışlar %3,5 oranında artmıştır. Ünite kasa başına satışlar %4,1 gerileyerek 3,98 TL olmuştur. Uluslararası satışların toplam satış hacmindeki payı %23,9 iken net satışlardaki payı ise %20,9 olmuştur.

Satılan malın maliyeti bu çeyrekte %12,8 artmıştır. Faaliyet giderleri %0,4 azalmıştır. Faaliyet geliri marjı 450 baz puan düşüşle %13,0 olarak gerçekleşmiştir. FAVÖK %14,0 azalırken FAVÖK marjı 350 baz puan düşüşle %17,5 olarak gerçekleşmiştir. Geçen sene aynı dönem 107,1 milyon TL olan net kar rakamı 2009'un üçüncü çeyreğinde 88,4 milyon TL olarak gerçekleşmiştir.

**İlk Dokuz Ay:** Yılın ilk dokuz ayında satış hacmi %11,3 artarak 476,7 milyon ünite kasaya ulaşmıştır. Pakistan'ın oransal ve Türkmənistan'ın tam konsolidasyonu sonucunda uluslararası operasyonların toplam satışlar içerisindeki payı %20,1'den %25,1'e yükselmiştir.

Yılın ilk dokuz ayında net satışlar %8,5 artarak 1.983,7 milyon TL olmuştur. Ünite kasa başına satışlar %2,6 oranında azalarak 4,16 TL olmuştur. Satılan malın maliyeti %17,6 oranında artmıştır. Yılın ilk dokuz ayında faaliyet gider marjı alınan operasyonel verimlilik önlemlerine bağlı olarak geçen yılın aynı dönemine oranla %27,3'den %25,5'e gerilemiştir. Faaliyet karı %12,8 azalmıştır. Faaliyet kar marjı geçen yılın ilk dokuz ayında %14,8 iken bu yılın aynı döneminde %11,9 olarak gerçekleşmiştir. FAVÖK %3,0 azalırken FAVÖK marjı 210 baz puan azalışla %17,3 olmuştur.

Geçen yıl 184,0 milyon TL olan net kar rakamı bu yılın ilk dokuz ayında 176,5 milyon olarak gerçekleşmiştir.

## Borç Yapısı

31 Aralık 2008 tarihi itibarıyla 680 milyon ABD doları olan konsolide toplam finansal borç rakamı, 30 Eylül 2009 tarihi itibarıyla 767 milyon ABD dolarına yükselmiştir. Toplam borcun sadece %10'u kısa vadeli olup kalan kısmın vadesi 2010 - 2013 arasındadır.

30 Eylül 2009 itibarıyla mevcut borcun vade yapısı Őu şekildedir:

Vade Tarihi	2009	2010	2011	2012	2013
Borcun %'si	%10	%56	%27	%6	%1

30 Eylül 2009 itibarıyla toplam borcun %66'sı kısa vadeli olarak kaydedilmiştir. Bilanço tarihinden sonra, vadeleri 2009 yılına ait olan borçların vadeleri bir yıl ile üç yıl arasında olmak üzere ötelenmiştir.

Konsolide finansal borcun çoğunluğu yabancı para cinsinden olup %75'i ABD doları, %13'ü Euro, %10'u ise TL cinsindedir.

31 Aralık 2008 itibarıyla 512 milyon ABD doları olan konsolide net borç rakamı, 30 Eylül 2009 itibarıyla 525 milyon ABD dolarına yükselmiştir.

Finansal Kaldıraç Oranları	2009 İlk Dokuz Ay	2008
Borç Oranı (Toplam Fin. Borç /Toplam Varlıklar)	%41	%42
Fin. Borç /Sermaye Oranı	%91	%93

### Finansal Giderler Dağılımı

<b>Finansal Gelirler / (Giderler) (milyon TL)</b>	<b>2009 İlk 9 Ay</b>	<b>2008 İlk 9 Ay</b>
Faiz geliri	15,2	6,3
Faiz gideri (-)	(25,9)	(31,4)
Kur farkı geliri / (gideri)	(11,3)	(2,2)
Gerçekleşen kur farkı geliri / (gideri) - krediler	-	(2,2)
Gerçekleşmeyen kur farkı geliri / (gideri) - krediler	11,0	(14,1)
Türev işlemlerden kaynaklanan gelirler/ (giderler)	(1,4)	4,1
<b>Finansal Gelirler/ (Giderler) Net</b>	<b>(12,4)</b>	<b>(39,5)</b>

## **Mali Tabloların Sunumuna İlişkin Esaslar**

1 Ocak 2005 tarihinden geçerli olmak üzere, Lira'dan altı sıfır atılmasını izleyen zaman zarfında yeni para birimi Yeni Türk Lirası (YTL) olarak açıklanmıştır. Türkiye Cumhuriyeti Devleti 1 Ocak 2009'dan geçerli olmak üzere "Yeni" ifadesini yerel para biriminden kaldırma kararı almıştır. Bu karara bağılı olarak Şirket'in işlevsel ve raporlama para birimi 31 Aralık 2008 ve 30 Eylül 2009 tarihleri itibariyle Türk Lirası'dır (TL) ve geçmiş yıllara ait karşılaştırmalı rakamlar 1 YTL = 1 TL prensibine dayanarak hazırlanmıştır.

SPK, 9 Nisan 2008 tarihli Resmi Gazete'de yayımlanan Seri XI-29 no.lu "Sermaye Piyasasında Finansal Raporlamaya İlişkin Esaslar" tebliğinde, finansal tabloların hazırlanması ve sunumuna ilişkin muhasebe ve finansal raporlama ilkeleri setini yayımlamış ve Seri XI, 25 no.lu "Sermaye Piyasasında Muhasebe Standartları Hakkında Tebliğ"i yürürlükten kaldırmıştır. İlgili Seri XI-29 no.lu tebliğde, finansal tabloların hazırlanmasında esas olarak Uluslararası Muhasebe Standartları Kurulu ("IASB") ve Uluslararası Muhasebe Standartları Komitesi ("IASC") tarafından çıkarılmış olan Uluslararası Muhasebe / Finansal Raporlama Standartlarının ("UMS/UFRS") uygulanmasının gerektiği belirtilmiştir. Ara dönem UFRS konsolide finansal tablolar, SPK'nın Seri XI-29 no.lu "Sermaye Piyasasında Finansal Raporlamaya İlişkin Esaslar Tebliği"ne uygun olarak hazırlanmıştır.

İlişikteki denetimden geçmemiş ara dönem konsolide mali tablolar Coca-Cola İçecek A.Ş. (CCİ-Şirket) ile iştiraklerinin, bağılı ortaklıklarının ve müşterek yönetime tabi teşebbüslerinin finansal tablolarını kapsamaktadır. Bağılı ortaklıklar, kontrolün CCİ'ye transfer olduğu tarihten itibaren konsolide edilmektedir.

Şirket'in 25 Aralık 2007 tarihli Yönetim Kurulu toplantısında TCCEC'nin sahibi bulunduğu Almaty CC hisselerinin %12,04'ünün, Bishkek CC hisselerinin %10'unun, Azerbaycan CC hisselerinin %9,96'sının, Turkmenistan CC hisselerinin %13,75'inin toplam 30,4 milyon USD karşılığında satın alınmasına karar verilmiştir. Şirket'in 27 Mayıs 2008 tarihli Yönetim Kurulu toplantısında, Day Investments Ltd'in %25 sermaye payına sahip olduğu Turkmenistan CC hisselerinin, %12,50'sine isabet eden payın 2 milyon USD karşılığında satın alınmasına karar verilmiş olup hisse devir tescil işlemleri Ocak 2009'da tamamlanmıştır. Söz konusu satın alımı müteakiben, 2007 yılı sonunda onaylanan TCCEC'nin Turkmenistan CC'de sahip olduğu hisselerin %13,75'nin alım işlemleri de Ocak 2009'da gerçekleşmiş ve CCİ'nin Turkmenistan CC'deki payı Ocak 2009'da %59,5'e yükselmiş ve 30 Eylül 2009 tarihi itibariyle tam konsolidasyon yöntemiyle konsolide edilmiştir.

Yukarıda bahsedilen Yönetim Kurulu kararı çerçevesinde Almaty CC, Bishkek CC ve Azerbaycan CC'nin hisse devir tescil işlemleri sırasıyla Nisan 2008, Aralık 2008 ve Mayıs 2009'da tamamlanmış olup CCİ'nin Almaty CC, Bishkek CC ve Azerbaycan CC'deki nihai hisse oranları sırasıyla %99,65, %100 ve %99,86'ya yükselmiştir.

Haziran 2009 içerisinde CCİ ve %94,18 bağılı ortaklığı Tonus arasında, %0,07 oranında ve 406 bin USD bedel karşılığında Almaty CC hisse transferi gerçekleşmiş olup CCİ'nin Almaty CC'deki payı %99,65'ten %99,72'ye yükselmiştir.

Şirket, 25 Eylül 2008 tarihi itibariyle Coca-Cola Beverages Pakistan Ltd, ("CCBPL")'in %48,99 oranında hissesini 76,9 milyon USD bedel karşılığında satın almak üzere TCCC ile hisse devir sözleşmesi imzalamıştır. Söz konusu hisse devir işleminin tescili neticesinde Şirket'in müşterek yönetime tabi ortaklığı konumuna gelen CCBPL, konsolide finansal tablolarda oransal konsolidasyon yöntemi kullanılarak konsolide edilmiştir. Haziran 2009'da CCBPL'de yapılan sermaye artışına TCCC ile birlikte katılan CCİ'nin, sermaye artışı sonrası CCBPL'deki payı %49,22'ye yükselmiştir.

Pakistan hariç yabancı ülkelerdeki bağlı ortaklıkların işlevsel ve raporlama para birimi ABD doları olarak belirlenmiştir. CCBPL'nin işlevsel para birimi Pakistan Rupisi (PKR) raporlama para birimi ise ABD dolarıdır. Konsolide mali tablolar oluşturulurken, yurt dışında faaliyette bulunan bağlı ortaklıkların 30 Eylül 2009 ve 31 Aralık 2008 tarihli bilanço kalemlerinin Şirket'in işlevsel ve raporlama para birimi olan TL'ye çevrilmesinde 30 Eylül 2009 ve 31 Aralık 2008 tarihlerinde geçerli Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası'nın açıkladığı resmi döviz alış kuru, gelir tablosunun çevriminde ise ilgili dönemde oluşan ortalama kurlar esas alınmıştır. Aşağıda CCI'nin iştirak ve bağlı ortaklıklarının tabi olduğu konsolidasyon metodları özetlenmiştir:

<b>İştirak ve bağlı ortaklıklar</b>	<b>lke</b>	<b>Konsolidasyon Metodu</b>
Coca-Cola Satış ve Dağıtım A.Ő.	Türkiye	Tam Konsolidasyon
Mahmudiye Kaynak Suyu Limited Őirketi	Türkiye	Tam Konsolidasyon
J.V. Coca-Cola Almaty Bottlers LLP	Kazakistan	Tam Konsolidasyon
Azerbayjan 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
Tonus Joint Stock Co.	Kazakistan	Tam Konsolidasyon
The Coca-Cola Bottling Company of Jordan Ltd.	Ürdün	Tam Konsolidasyon
Efes Sınai Dış Ticaret A.Ő.	Türkiye	Tam Konsolidasyon
Turkmenistan Coca-Cola Bottlers Ltd.	Türkmenistan	Tam Konsolidasyon
The Coca-Cola Bottling of Iraq FZCO	B.A.E.	Oransal Konsolidasyon
Coca-Cola Beverages Pakistan Limited	Pakistan	Oransal Konsolidasyon
CC Beverage Limited	Irak	Oransal Konsolidasyon
Syrian Soft Drink Sales and Distribution L.L.C.	Suriye	Oransal Konsolidasyon

### Webcasting

Coca-Cola İçecek, 12 Kasım 2009 tarihinde, 17.30 itibarıyla (Londra 15.30 ve New York 10.30), 2009 nc çeyrek sonuçlarını açıklamak üzere webcasting düzenlemektedir. Webcast sunumunun bir kopyasına [www.cci.com.tr](http://www.cci.com.tr) adresinden ulaşabilirsiniz. Canlı dinlemek için aşağıda belirtilen linke tıklamak yeterlidir.

[Link için tıklayın](#)

Telefon Numaraları:

İngiltere için: +44 (0)20 8611 0014

ABD için: +1 866 432 7175

Türkiye için: +800 4463 2065

### Şirket Profili

Coca-Cola sisteminin önde gelen şişeleyicilerinden olan ve Coca-Cola sisteminde satış hacmine göre 6. sırada yer alan Coca-Cola İçecek A.Ő. (CCI) Türkiye, Pakistan, Orta Asya ve Orta Doğu'yu kapsayan bir coğrafyada faaliyet göstermektedir.

CCI, The Coca-Cola Company (TCCC) markalarından oluşan gazlı ve gazsız içeceklerin Türkiye, Pakistan, Kazakistan, Azerbaycan, Kırgızistan, Türkmenistan, Ürdün, Irak ve Suriye'de üretim, satış ve dağıtımını gerçekleştirmektedir.

CCI'nin 10 farklı ülkede, toplam 20 fabrikası ve 11 bine yaklaşan çalışanı bulunmaktadır.

CCİ, 335 milyonu aşan tüketic i kitlesine gazlı içecek kategorisinin yanı sıra aralarında meyve suyu, su, enerji ve sporcu içecekleri, buzlu çay ve çay kategorilerinin bulunduğu ve giderek genişleyen gazsız içecek kategorisinde de zengin bir ürün portföyü sunmaktadır.

CCİ'nin hisseleri İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda "CCOLA.IS" sembolü ile, depo sertifikaları ise "CICE.LI" sembolü ile Londra Borsası'nda işlem görmektedir.

<b>Reuters</b>	<b>CCOLA.IS</b>
<b>Bloomberg</b>	<b>CCOLA TI</b>

### İletişim Bilgileri

#### Yatırımcı İlişkileri

Burak Başarır, Mali İşler Direktörü  
Deniz Can Yücel, Yatırımcı İlişkileri Müdürü  
Tel: +90 216 528 3386

#### Basın İlişkileri

Atilla Yerlikaya, Dış İlişkiler Direktörü  
Tel: +90 216 528 4194

### İleriye Dönük Beyanlara İlişkin Özel Durum Açıklamaları

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

## CCI – Konsolide SPK Gelir Tablosu

(milyon TL)	1 Ocak - 30 Eylül 2009 (bağımsız denetimden geçmemiş)	1 Ocak - 30 Eylül 2008 (bağımsız denetimden geçmemiş)	% Değişim	1 Temmuz - 30 Eylül 2009 (bağımsız denetimden geçmemiş)	1 Temmuz - 30 Eylül 2008 (bağımsız denetimden geçmemiş)	% Değişim
<b>Satış hacmi (milyon ünite kasa)</b>	<b>476,7</b>	<b>428,1</b>	<b>%11,3</b>	<b>201,1</b>	<b>185,9</b>	<b>%8,2</b>
Satış Gelirleri (net)	1.983,7	1.827,9	%8,5	799,4	772,4	%3,5
Satışların Maliyeti	(1.251,7)	(1.064,1)	%17,6	(513,0)	(454,8)	%12,8
<b>Ticari Faaliyetlerden Brüt Kar/(Zarar)</b>	<b>732,0</b>	<b>763,8</b>	<b>(%4,2)</b>	<b>286,4</b>	<b>317,6</b>	<b>(%9,8)</b>
Faaliyet Giderleri (net)	(506,1)	(498,8)	%1,5	(181,2)	(182,0)	(%0,4)
Diğer Faaliyet Gelirleri/(Giderleri) (net)	10,5	6,1	%73,8	(1,4)	(0,1)	%880,8
<b>Faaliyet Karı/(Zararı)</b>	<b>236,5</b>	<b>271,1</b>	<b>(%12,8)</b>	<b>103,7</b>	<b>135,4</b>	<b>(%23,4)</b>
İştirak Karı / (Zararı)	0,0	0,3	n.m	0,0	0,2	n.m
Finansman (Giderleri) / Gelirleri (net)	(12,4)	(39,5)	(%68,5)	9,8	(3,3)	%402,1
<b>Sürdürülen Faaliyetler Vergi Öncesi Karı/(Zararı)</b>	<b>224,0</b>	<b>231,8</b>	<b>(%3,4)</b>	<b>113,6</b>	<b>132,3</b>	<b>(%14,2)</b>
Vergiler	(47,9)	(46,2)	%3,6	(24,8)	(24,2)	%2,4
<b>Sürdürülen Faaliyetler Dönem Karı/(Zararı)</b>	<b>176,2</b>	<b>185,6</b>	<b>(%5,1)</b>	<b>88,8</b>	<b>108,2</b>	<b>(%17,9)</b>
Azınlık Payları	0,3	(1,6)	n.m	(0,4)	(1,1)	%61,4
<b>Net Dönem Karı / (Zararı)</b>	<b>176,5</b>	<b>184,0</b>	<b>(%4,1)</b>	<b>88,4</b>	<b>107,1</b>	<b>(%17,5)</b>
<b>FAVÖK</b>	<b>344,0</b>	<b>354,8</b>	<b>(%3,0)</b>	<b>139,6</b>	<b>162,3</b>	<b>(%14,0)</b>

## CCI – Konsolide SPK Bilanço

(milyon TL)	30 Eylül 2009 (bağımsız denetimden geçmemiş)	31 Aralık 2008 (bağımsız denetimden geçmiş)	(milyon TL)	30 Eylül 2009 (bağımsız denetimden geçmemiş)	31 Aralık 2008 (bağımsız denetimden geçmiş)
Nakit ve Nakit Benzerleri	359,7	254,3	Kısa Vadeli Finansal Borçlar	748,6	142,2
Ticari ve İlişkili Taraflardan Alacaklar, net	371,0	202,8	Ticari ve İlişkili Taraflara Borçlar, net	140,1	157,3
Stoklar	248,3	230,9	Diğer Borçlar ve Yümlülükler	164,0	93,3
Diğer Dönen Varlıklar	131,2	150,2	<b>Kısa Vadeli Yükümlülükler</b>	<b>1.052,7</b>	<b>392,8</b>
<b>Dönen Varlıklar</b>	<b>1.110,2</b>	<b>838,2</b>	Uzun Vadeli Finansal Borçlar	388,5	886,7
Özkaynak Yönetimiyle Değerlenen Yat,	0,0	3,9	Çalışanlara Sağlanan Faydalara İlişkin Karşılıklar	28,1	27,9
Maddi Duran Varlıklar	1.198,9	1.181,9	Ertelenen Vergi Yükümlülüğü	24,7	31,7
Maddi Olmayan Duran Varlıklar (Şerefiye Dahil)	412,4	399,9	Diğer Uzun Vadeli Yükümlülükler	3,5	-
Diğer Duran Varlıklar	23,4	23,4	<b>Uzun Vadeli Yükümlülükler</b>	<b>444,8</b>	<b>946,3</b>
<b>Duran Varlıklar</b>	<b>1.634,7</b>	<b>1.609,1</b>	<b>Özkaynaklar</b>	<b>1.247,4</b>	<b>1.108,2</b>
<b>TOPLAM VARLIKLAR</b>	<b>2.744,9</b>	<b>2.447,3</b>	<b>TOPLAM ÖZSERMAYE VE YÜKÜMLÜLÜKLER</b>	<b>2.744,9</b>	<b>2.447,3</b>

## Türkiye Operasyonu - SPK Gelir Tablosu

(milyon TL)	1 Ocak - 30 Eylül 2009 (bağımsız denetimden geçmemiş)	1 Ocak - 30 Eylül 2008 (bağımsız denetimden geçmemiş)	% Değişim	1 Temmuz - 30 Eylül 2009 (bağımsız denetimden geçmemiş)	1 Temmuz - 30 Eylül 2008 (bağımsız denetimden geçmemiş)	% Değişim
<b>Satış Hacmi (milyon ünite kasa)</b>	<b>357,3</b>	<b>342,6</b>	<b>%4,3</b>	<b>153,0</b>	<b>147,9</b>	<b>%3,4</b>
Satış Gelirleri (net)	1.542,9	1.536,8	%0,4	632,4	646,6	(%2,2)
Satışların Maliyeti	(952,6)	(867,0)	%9,9	(402,7)	(371,6)	%8,4
<b>Brüt Esas Faaliyet Karı</b>	<b>590,3</b>	<b>669,8</b>	<b>(%11,9)</b>	<b>229,7</b>	<b>275,0</b>	<b>(%16,5)</b>
Faaliyet Giderleri (net)	(395,9)	(435,0)	(%9,0)	(145,0)	(157,7)	(%8,1)
Diğer Faaliyet Gelirleri/(Giderleri) (net)	9,9	3,5	%183,9	(1,6)	(0,7)	%136,7
<b>Net Esas Faaliyet Karı</b>	<b>204,4</b>	<b>238,3</b>	<b>(%14,2)</b>	<b>83,1</b>	<b>116,6</b>	<b>(%28,7)</b>
<b>FAVÖK</b>	<b>277,4</b>	<b>306,1</b>	<b>(%9,4)</b>	<b>107,7</b>	<b>138,0</b>	<b>(%22,0)</b>

## CCİ Uluslararası Operasyonlar - SPK Gelir Tablosu

(milyon US\$)	1 Ocak - 30 Eylül 2009 (bağımsız denetimden geçmemiş)	1 Ocak - 30 Eylül 2008 (bağımsız denetimden geçmemiş)	% Değişim	1 Temmuz - 30 Eylül 2009 (bağımsız denetimden geçmemiş)	1 Temmuz - 30 Eylül 2008 (bağımsız denetimden geçmemiş)	% Değişim
<b>Satış Hacmi (milyon ünite kasa)</b>	<b>119,4</b>	<b>86,0</b>	<b>%38,8</b>	<b>48,1</b>	<b>38,1</b>	<b>%26,3</b>
Satış Gelirleri (net)	282,0	241,0	%17,0	111,0	104,6	%6,1
Satışların Maliyeti	(191,8)	(164,3)	%16,8	(73,7)	(69,6)	%5,8
<b>Brüt Esas Faaliyet Karı</b>	<b>90,1</b>	<b>76,7</b>	<b>%17,5</b>	<b>37,3</b>	<b>35,0</b>	<b>%6,7</b>
Faaliyet Giderleri (net)	(71,2)	(52,7)	%35,0	(24,7)	(20,4)	%21,0
Diğer Faaliyet Gelirleri/(Giderleri) (net)	0,3	2,1	(%87,8)	0,0	0,4	(%85,3)
<b>Net Esas Faaliyet Karı</b>	<b>19,2</b>	<b>26,1</b>	<b>(%26,3)</b>	<b>12,7</b>	<b>15,1</b>	<b>(%15,5)</b>
<b>FAVÖK</b>	<b>41,6</b>	<b>39,6</b>	<b>%5,2</b>	<b>20,6</b>	<b>19,8</b>	<b>%4,0</b>

**Finansal tablolar ve dipnotlara aşağıdaki adresten ulaşabilirsiniz:**

<http://www.cci.com.tr/tr/investor-relations/financial-results.asp?cid=2&navld=13&navld2=39&navld3=41>