

## COCA-COLA İÇECEK 2011 DOKUZ AYLIK SONUÇLARI

### 2 KASIM 2011

Konsolide satış hacmi %16 artarak 621 milyon ünite kasaya ulaştı

Türkiye satış hacmi %13 artarak 450 milyon ünite kasaya ulaştı

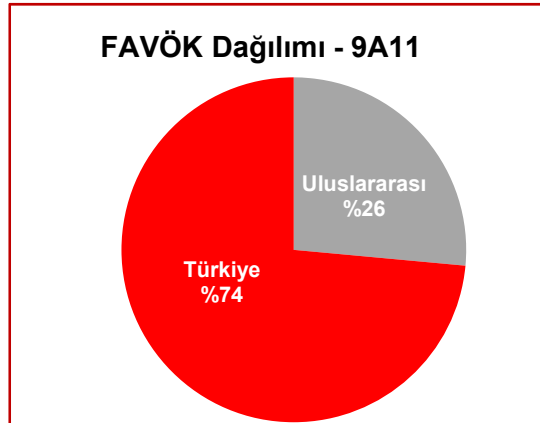
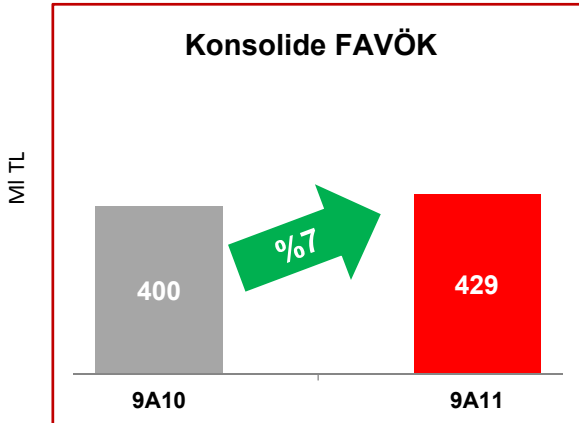
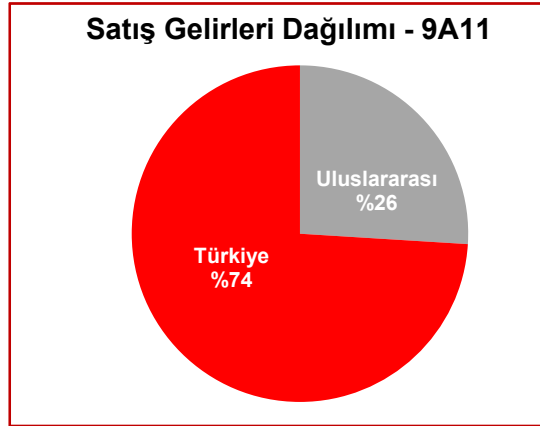
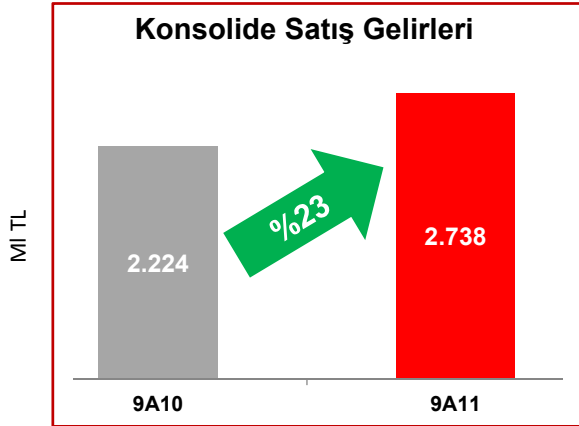
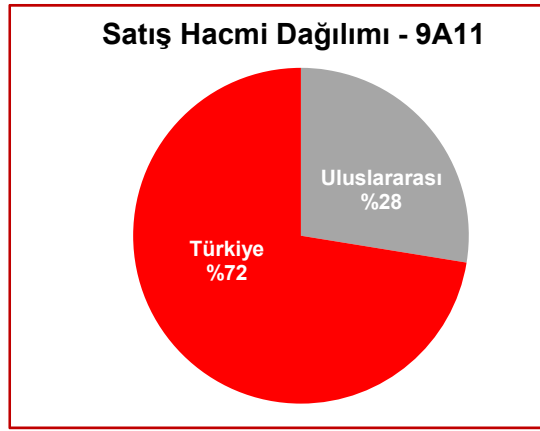
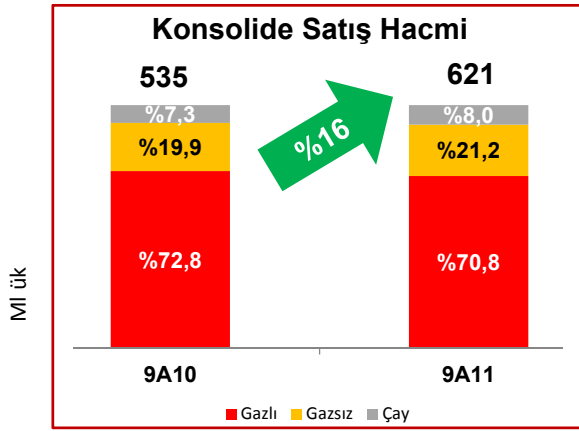
Uluslararası satış hacmi %26 artarak 171 milyon ünite kasaya ulaştı

Konsolide net satışlar %23 artarak 2,7 milyar TL'ye ulaştı

Konsolide faaliyet karı %9 artarak 312 milyon TL'ye ulaştı

Konsolide FAVÖK %7 artarak 429 milyon TL, FAVÖK marjı ise %16 oldu

Konsolide net kar 146 milyon TL olarak gerçekleşti



---

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

---

«CCİ'nin konsolide satış hacminin, yılın ilk iki çeyreğinde olduğu gibi, hem Türkiye hem de uluslararası operasyonlarda çift haneli büyüme göstererek, %14 artış gösterdiğini söylemekten büyük memnuniyet duyuyorum.

Türkiye satış hacmi, geçen yılın üçüncü çeyreğindeki yüksek büyüme oranından kaynaklanan baz etkisine rağmen, bu çeyrekte %10 büyüdü. Satış ve dağıtım sistemimizi iyileştirmek için gösterdiğimiz sürekli gayretin ve özellikle Kazakistan'da tüketici beklentilerinin pozitif yönde olmasının desteği ile, uluslararası operasyonlar %26 satış hacmi büyümesi kaydetti. Bununla birlikte, üçüncü çeyrek satış gelirleri büyümesi beklentilerimiz dahilindeyken yüksek girdi maliyetleri brüt marjları etkilemeye devam etti. Buna ilaveten, kurlardaki dalgalanmalar karlılığı olumsuz yönde etkiledi.

2011'de güçlü satış hacmi ve satış geliri artışı kaydetmeye devam edeceğimize inanıyoruz. Beklentilerimize paralel olarak, satış hacmini; Türkiye'de yüksek tek haneli seviye ve düşük çift haneli seviye arasında artırma beklentimizi gerçekleştireceğimize, uluslararası operasyonlarda ise orta ve yüksek onlu seviyelerde artırma beklentimizi aşacağımıza inanıyoruz. Net satış artışının da satış hacmi artışının üzerinde olmaya devam etmesini bekliyoruz. Hammadde maliyetlerindeki artış nedeniyle FAVÖK büyümesinin satış geliri büyümesinin üzerinde olmayacağı tahminimizi daha evvel paylaşmıştık. Mutlak FAVÖK büyümesi beklentimizi sürdürmemize rağmen, hammadde maliyetlerindeki artış seviyesine bakıldığında, FAVÖK marjında tüm yıl için 150-200 puanla sınırlı olmak üzere daralma bekliyoruz.

2020 için rotamızı belirledik. Bu yolculuk sırasında bazı zorluklar ve dalgalanmalarla karşılaşmamız mümkün olmakla birlikte CCİ'nin önümüzdeki yıllarda da güçlü büyüme ivmesini sürdüreceğimize istek ve kapasiteleri geliştirmiş olduğuna güvenim tamdır.»

<b>Konsolide (milyon TL)</b>	<b>3Ç11</b>	<b>3Ç10</b>	<b>% Değişim</b>	<b>9A11</b>	<b>9A10</b>	<b>% Değişim</b>
Satış Hacmi (milyon ük)	264,6	232,4	%13,9	621,1	535,3	%16,0
Satış Gelirleri	1.183,3	967,7	%22,3	2.738,0	2.224,0	%23,1
Faaliyet Karı / (Zararı)	164,7	160,1	%2,9	312,4	286,2	%9,2
Faaliyet Karı / (Zararı) (Diğer gelir/gider hariç)	164,3	164,2	%0,1	307,1	293,1	%4,8
FAVÖK	204,8	196,9	%4,0	428,5	399,8	%7,2
FAVÖK (Diğer gelir/gider hariç)	203,8	200,9	%1,4	425,2	406,7	%4,6
Net Dönem Karı / (Zararı)	64,8	156,7	(%58,7)	146,3	239,3	(%38,9)
Brüt Kar Marjı	%37,3	%39,5		%36,8	%38,3	
Faaliyet Kar Marjı	%13,9	%16,5		%11,4	%12,9	
Faaliyet Karı Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	%13,9	%17,0		%11,2	%13,2	
FAVÖK Marjı	%17,3	%20,3		%15,7	%18,0	
FAVÖK Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	%17,2	%20,8		%15,5	%18,3	
Net Kar Marjı	%5,5	%16,2		%5,3	%10,8	
<b>Türkiye (milyon TL)</b>	<b>3Ç11</b>	<b>3Ç10</b>	<b>% Değişim</b>	<b>9A11</b>	<b>9A10</b>	<b>% Değişim</b>
Satış Hacmi (milyon ük)	191,0	173,7	%10,0	449,9	398,9	%12,8
Satış Gelirleri	845,3	751,6	%12,5	2.026,5	1.721,6	%17,7
Faaliyet Karı / (Zararı)	116,9	138,1	(%15,3)	242,7	243,9	(%0,5)
Faaliyet Karı / (Zararı) (Diğer gelir/gider hariç)	115,6	130,0	(%11,1)	238,1	237,5	%0,3
FAVÖK	139,4	161,9	(%13,9)	315,1	319,9	(%1,5)
FAVÖK (Diğer gelir/gider hariç)	138,1	153,9	(%10,3)	310,5	313,6	(%1,0)
Net Dönem Karı / (Zararı)	29,4	143,5	(%79,5)	100,0	216,9	(%53,9)
Brüt Kar Marjı	%40,0	%41,2		%39,2	%40,1	
Faaliyet Kar Marjı	%13,8	%18,4		%12,0	%14,2	
Faaliyet Karı Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	%13,7	%17,3		%11,8	%13,8	
FAVÖK Marjı	%16,5	%21,5		%15,6	%18,6	
FAVÖK Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	%16,3	%20,5		%15,3	%18,2	
Net Kar Marjı	%3,5	%19,1		%4,9	%12,6	
<b>Uluslararası (milyon ABD Doları)</b>	<b>3Ç11</b>	<b>3Ç10</b>	<b>% Değişim</b>	<b>9A11</b>	<b>9A10</b>	<b>% Değişim</b>
Satış Hacmi (milyon ük)	73,7	58,7	%25,5	171,3	136,4	%25,5
Satış Gelirleri	201,4	143,6	%40,2	455,3	332,9	%36,8
Faaliyet Karı / (Zararı)	28,8	21,4	%34,7	43,2	34,6	%24,8
Faaliyet Karı / (Zararı) (Diğer gelir/gider hariç)	28,9	22,2	%30,0	40,1	35,5	%12,8
FAVÖK	39,1	29,9	%31,0	70,6	59,1	%19,4
FAVÖK (Diğer gelir/gider hariç)	38,8	30,6	%26,7	68,7	60,0	%14,5
Net Dönem Karı / (Zararı)	21,2	15,7	%35,3	26,9	20,9	%28,9
Brüt Kar Marjı	%30,5	%33,4		%28,8	%32,2	
Faaliyet Kar Marjı	%14,3	%14,9		%9,5	%10,4	
Faaliyet Karı Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	%14,3	%15,5		%8,8	%10,7	
FAVÖK Marjı	%19,4	%20,8		%15,5	%17,8	
FAVÖK Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	%19,3	%21,3		%15,1	%18,0	
Net Kar Marjı	%10,5	%10,9		%5,9	%6,3	

Not 1: FAVÖK = Faaliyet Karı + İtfa Payları & Amortisman + Çalışanlara Sağlanan Faydalara İlişkin Karşılıkları da İçeren Diğer Nakdi Olmayan Giderler - Negatif Şerefiyeyi de İçeren Diğer Nakdi Olmayan Gelirler

Not 2: Diğer gelir/gider hariç Faaliyet Karı / FAVÖK = Net Diğer Faaliyet Gelirleri/Giderleri Hariç Faaliyet Karı / FAVÖK

### Üçüncü eyrek Konsolide Sonuçlar

Konsolide satış hacmi 2011 yılının üçüncü çeyreğinde, bir önceki yılın aynı dönemindeki çift haneli büyümenin üzerine, %13,9 artarak 264,6 milyon ünite kasaya ulaşmıştır. Başarılı pazarlama kampanyaları, promosyonlar ve satış dağıtım uygulamaları sayesinde tüm kategorilerde güçlü satış hacmi büyümesi sağlanmıştır.

Konsolide net satış gelirleri bu çeyrekte satış hacmindeki büyümenin üzerinde bir artışla %22,3 artarak 1,2 milyar TL'ye ulaşmıştır. Ünite kasa başına net satış geliri Türkiye ve uluslararası operasyonlardaki artan ortalama fiyatlar sonucunda %7,4 yükselerek 4,47 TL olmuştur. Uluslararası operasyonların toplam net satış geliri içerisindeki payı bir önceki yılın aynı dönemindeki %22,3'e kıyasla 2011 yılının üçüncü çeyreğinde %28,6'ya yükselmiştir.

Hammadde fiyatlarındaki artış yılın üçüncü çeyreğinde de karlılık üzerinde etkili olmaya devam etmiştir. Hem Türkiye hem de uluslararası operasyonlarda hammadde fiyatlarındaki artışın yanı sıra Türkiye'de TL'nin değer kaybetmesinin de etkisiyle brüt kar marjı 2,2 puan azalarak %37,3'e gerilemiştir.

Üçüncü çeyrekteki konsolide faaliyet karı, Türkiye'de artan faaliyet giderleri nedeniyle net satış gelirindeki büyümenin altında artış göstererek %2,9 oranında büyümüştür. Böylece, 2010 yılının üçüncü çeyreğinde %16,5 olan faaliyet kar marjı 2011 yılının aynı döneminde %13,9'a gerilemiştir.

FAVÖK %4,0 artarak 204,8 milyon TL'ye yükselirken FAVÖK marjı ise geçen yılın aynı dönemindeki %20,3 seviyesinden %17,3 seviyesine gerilemiştir.

Geçen yılın aynı döneminde 35,1 milyon TL olan net finansal gelirler, özellikle üçüncü çeyrekte TL'nin ABD doları karşısında %13,2 gibi yüksek bir seviyede değer kaybetmesinin de etkisiyle 2011 yılının üçüncü çeyreğinde 85,5 milyon TL tutarında finansal gidere dönüşmüştür.

Yukarıda değinilen, yabancı para cinsinden finansal borçlardan kaynaklanan ve nakdi olmayan kur farkı giderlerindeki artış sonucunda net dönem karı 2011 yılının üçüncü çeyreğinde bir önceki yılın aynı döneminin gerisinde, 64,8 milyon TL olarak gerçekleşmiştir.

### Dokuz Aylık Konsolide Sonuçlar

Konsolide satış hacmi 2011 yılının ilk dokuz ayında, Türkiye ve uluslararası operasyonlardaki çift haneli büyümesini sürdürerek %16,0 artışla 621,1 milyon ünite kasaya ulaşmıştır.

Gazlı içecek kategorisi 2011'in ilk dokuz ayında düşük çift haneli seviyelerde büyümeye devam etmiştir. Bu büyümede etkinlik bazlı pazar faaliyetleri ve promosyonlar ile yeni ürün lansmanları etkili olmuştur.

Su, meyve suyu ve buzlu çay satışlarının hem Türkiye hem de uluslararası pazarlarda güçlü artışı sayesinde, gazsız içecek kategorisi 2011'in ilk dokuz ayında yaklaşık %25 oranında büyüme göstermiştir. Türkiye'de çay satışları 2011'in ilk dokuz ayında %25'in üzerinde büyümüştür.

Konsolide net satışlar 2011 yılının ilk dokuz ayında %23,1 artışla 2,7 milyar TL olmuştur. Ünite kasa başına satış geliri %6,1 artışla 4,41 TL'ye ulaşmıştır. Uluslararası operasyonların toplam satış gelirlerinin içerisindeki payı 2010 yılının ilk dokuz ayındaki %22,6 seviyesinden 2011'in ilk dokuz ayında %26,0'a yükselmiştir.

Bir önceki yılın aynı dönemine göre daha yüksek seyreden hammadde fiyatları nedeniyle brüt kar marjı 1,5 puan azalarak %36,8'e gerilemiştir. Faaliyet kar marjı benzer şekilde 1,5 puan azalarak %11,4 seviyesine gerilerken, mutlak faaliyet karı %9,2 oranında artmıştır. %7,2 oranındaki FAVÖK büyümesi ise amortisman giderlerindeki azalma nedeniyle faaliyet karı büyümesinin gerisinde kalmıştır. FAVÖK marjı ise geçen yılın aynı dönemindeki %18,0 seviyesinden %15,7'ye gerilemiştir.

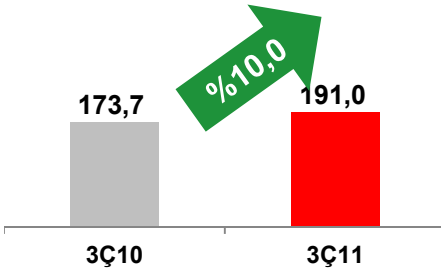
2010 yılının ilk dokuz aylık döneminde kaydedilen 16,6 milyon TL net finansal gelire karşılık, 2011 yılının ilk dokuz ayında, özellikle üçüncü çeyrekte, TL'nin ABD dolarına karşı değer kaybetmesinin de etkisiyle 125,9 milyon TL net finansal gider kaydedilmiştir

Nakdi olmayan kur farkı giderlerindeki artış sonucunda net dönem karı, 2010 yılının ilk dokuz aylık dönemindeki 239,3 milyon TL seviyesinden 2011 yılının ilk dokuz ayında 146,3 milyon TL'ye gerilemiştir.

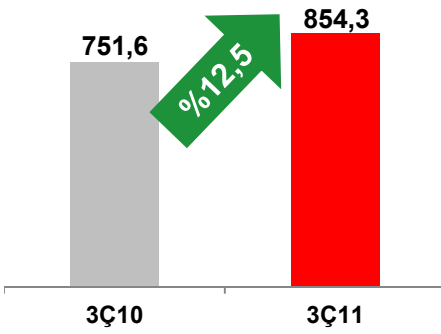
## Faaliyet Bölümlerinin İncelenmesi

## Türkiye

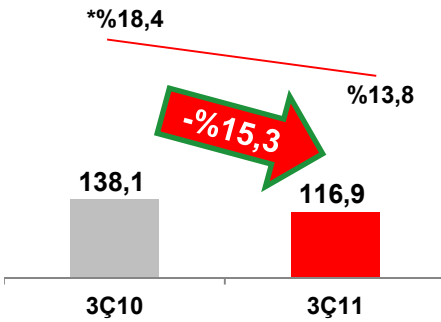
## Satış Hacmi (ml ük)



## Satış Gelirleri (TL ml)

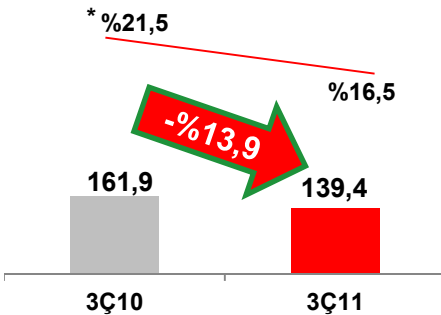


## Faaliyet Karı (TL ml)



\* Faaliyet kar marjı

## FAVÖK (TL ml)



\* FAVÖK marjı

**Üçüncü Çeyrek:** Tüm kategorilerdeki büyüme sayesinde, Türkiye satış hacmi 2011'in üçüncü çeyreğinde %10 artarak 191,0 milyon ünite kasaya ulaşmıştır.

Yaz dönemi sonrasındaki mevsimsel eğilimlere ek olarak, Türkiye'nin 2011 yılı üçüncü çeyrek satış hacmi performansı, mevsim normallerinin altında seyreden hava sıcaklıkları ile özellikle Eylül ayı içerisindeki yağışlı günlerin artmasının yanı sıra 2010 yılının üçüncü çeyreğine kıyasla 2011 yılının üçüncü çeyreğindeki ekonomik büyüme hızının yavaşlamasından etkilenmiştir. TL'nin değer kaybı da bu dönemde hız kazanmıştır.

Gazlı içecekler kategorisi üçüncü çeyrekte düşük tek haneli seviyede büyümesini sürdürmüştür. Ramazan promosyonlarını içeren başarılı yerel pazarlama faaliyetleri, «Fanta Gençlik Festivali» ve ürün portföyünü genişletmeye yönelik uygun fiyatlı ürün lansmanı gazlı içecek kategorisinin özellikle Eylül ayı içerisinde pazar payı kazanmasında etkili olmuştur.

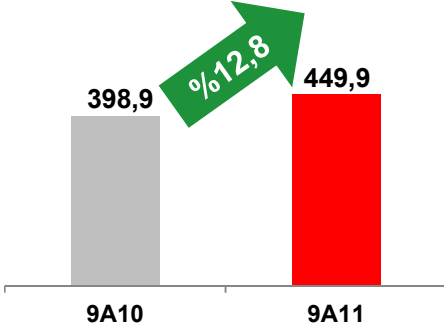
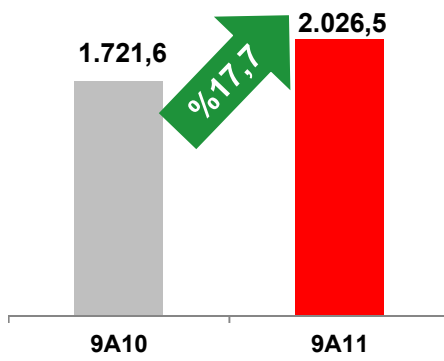
2011'in üçüncü çeyreğinde gazsız içecekler yaklaşık %30 büyümüştür. Gazsız içecek kategorisindeki bu büyümede; Ramazan dönemi için tekrar lansmanı yapılan Ramazan Şerbeti'ne tüketicilerin büyük ilgi göstermesi, yeni Cappy Pulpy portakalın aynı dönemde piyasaya sürülmesi ve su kategorisinin %30'un üzerinde büyümesi etkili olmuştur. Yeni ürün lansmanları ve mevsim normallerinin altında seyreden hava sıcaklıkları nedeniyle çay kategorisi de %30'un üzerinde güçlü bir büyüme göstermiştir.

Net satışlar bu çeyrekte %12,5 artmıştır. Ürün portföyü içerisindeki su ve çayın da içerisinde bulunduğu gazsız içecek kategorisine doğru kayış ve zorlu piyasa koşullarına rağmen; promosyon yönetimi ve yerinde tüketim paketlerinin toplam gazlı içecek satışları içerisindeki payının artması sonucunda ünite kasa başına net satış geliri %2,3 artarak 4,43 TL'ye yükselmiştir.

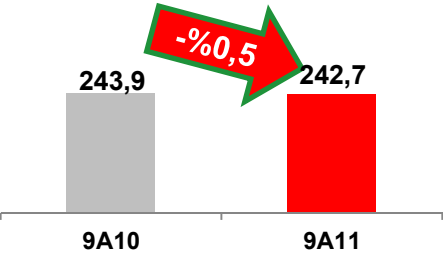
Satılan malın maliyeti, resin ve kutu fiyatlarındaki artışın yanı sıra TL'nin hızlı değer kaybetmesinin de etkisiyle net satış geliri artışının üstünde, %14,8 oranında artmıştır. Sonuç olarak, brüt kar marjı %41,2'den %40,0'a gerilemiştir.

Diğer gelir/giderler hariç bakıldığında, faaliyet giderleri, yoğun pazarlama kampanyaları ve artan petrol fiyatları nedeniyle yükselen satış, dağıtım ve pazarlama giderlerinin etkisiyle %23,7 artmıştır.

Faaliyet karı %15,3 gerilerken faaliyet kar marjı ise bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla 4,5 puan azalmıştır. Bunun sonucunda, FAVÖK %13,9 oranında azalmış, FAVÖK marjı ise daha düşük seviyede gerçekleşen faaliyet karlılığı ve amortisman giderlerinin de etkisiyle 5,1 puan gerilemiştir.

**Türkiye****Satış Hacmi (ml ük)****Satış Gelirleri (TL ml)****Faaliyet Karı (TL ml)**

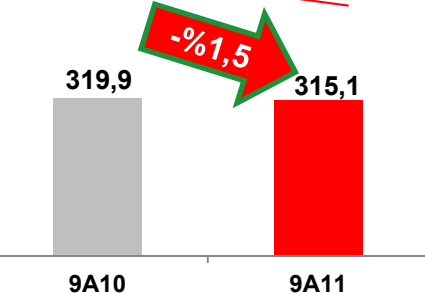
\*%14,2



\* Faaliyet kar marjı

**FAVÖK (TL ml)**

\*%18,6



\* FAVÖK marjı

**İlk Dokuz Ay:** 2011'in ilk dokuz ayında, Türkiye operasyonunun satış hacmi %12,8 artışla 449,9 milyon ünite kasaya ulaşmıştır.

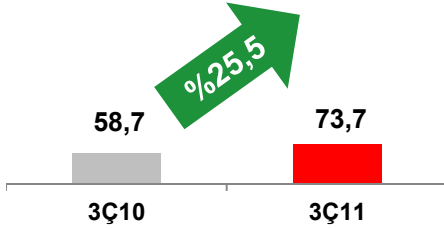
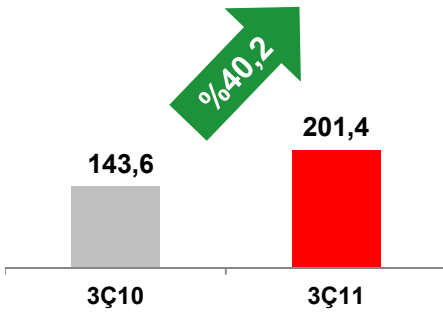
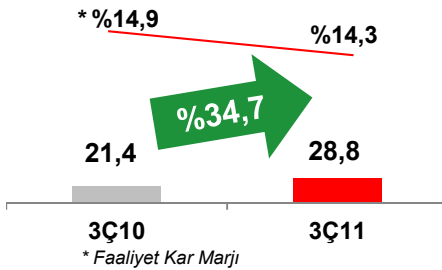
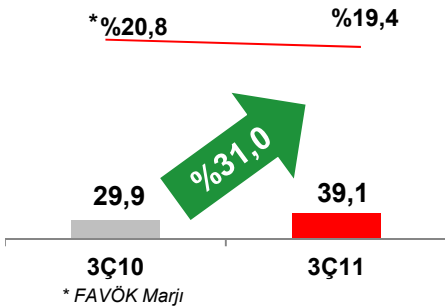
Etkinlik bazlı pazarlama faaliyetleri, promosyon kampanyaları ve yeni paket lansmanlarının da yardımıyla gazlı içecek kategorisinde büyüme orta-yüksek tek haneli seviyede gerçekleşmiştir.

%30'un üzerinde büyüyen su kategorisi ile yeni paket ve tat lansmanları sayesinde %20 civarında büyüyen meyve suyu kategorisi sayesinde gazsız içecekler 2011'in ilk yarısında %30'a yakın büyüme kaydetmiştir. 2011 yılının dokuz aylık döneminde çay kategorisi ise yaklaşık %30 oranında büyüyerek güçlü büyüme trendini sürdürmüştür.

2011 yılının dokuz aylık döneminde, net satış gelirleri %17,7 artarak 2,0 milyar TL'ye yükselmiştir. Ünite kasa başına net satış geliri ise %4,3 artmıştır.

Satılan malın maliyeti, hammadde fiyatlarındaki artış nedeniyle, net satış geliri büyümesinin biraz üzerinde, %19,3 oranında artmıştır. Dolayısıyla, brüt kar marjı %40,1'den %39,2'ye gerilerken ünite kasa başına brüt kar %2,2 artarak 1,77 TL'ye yükselmiştir.

Diğer gelir/giderler hariç bakıldığında, faaliyet giderleri artan satış ve dağıtım giderleri nedeniyle %23,2 artmıştır. Faaliyet karı 242,7 milyon TL seviyesinde sabit kalırken, faaliyet kar marjı 2,2 puanlık bir düşüşle %12,0'a gerilemiştir. FAVÖK %1,5 azalırken FAVÖK marjı daha düşük seviyede gerçekleşen faaliyet karlılığı ve amortisman giderleri nedeni ile 2010 yılının dokuz aylık dönemindeki %18,6 seviyesinden %15,6 seviyesine gerilemiştir.

**Uluslararası Operasyonlar****Satış Hacmi (ml ük)****Satış Gelirleri (ml ABD Doları)****Faaliyet Karı (ml ABD Doları)****FAVÖK (ml ABD Doları)**

**Üçüncü Çeyrek:** Uluslararası operasyonlar güçlü büyüme ivmesini sürdürmüş ve satış hacmi 2011'in üçüncü çeyreğinde 2010 yılının üçüncü çeyreğine kıyasla %25,5 artarak 73,7 milyon ünite kasaya ulaşmıştır.

Tüketici beklentilerindeki iyileşme, başarılı pazarlama stratejileri ve uygun hava şartları sayesinde, Orta Asya operasyonları %20'nin üzerinde büyüme kaydetmiştir. Yeni ürün lansmanları, başarılı satış ve dağıtım uygulamaları ve yerinde tüketim kanallarında noktaya özel uygulanan aktivasyonlar sayesinde Kazakistan satış hacmi 2011'in üçüncü çeyreğinde %20'ye yakın büyümüştür. Azerbaycan'ın satış hacmi, ekonomideki yavaşlama ve su kategorisindeki artan rekabet nedeniyle bir önceki senenin aynı dönemine göre aynı kalmıştır. Sel felaketinin etkisi ile düşük olan 2010 yılı üçüncü çeyreğinin bazı üzerine Pakistan'ın satış hacmi büyümesi bu yılın üçüncü çeyreğinde %20'nin üzerinde gerçekleşmiştir. Irak, pazarlama kampanyaları ve bölgesel satış ve dağıtım uygulamalarındaki gelişmeler sayesinde güçlü büyümesini sürdürerek %25'in üzerinde hacim artışı kaydetmiştir.

Net satışlar bu çeyrekte %40,2 artarak 201,4 milyon ABD dolarına ulaşırken ünite kasa başına net satışlar Kazakistan ve Pakistan'daki fiyat artışları ve ürün portföyünün olumlu yönde değişmesinin etkisiyle %11,7 artarak 2,73 ABD dolarına yükselmiştir.

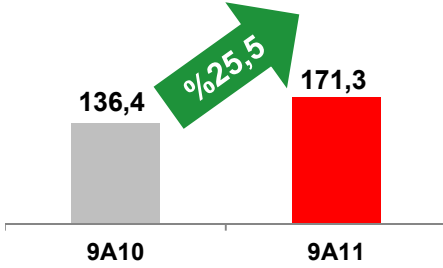
Satılan malın maliyetindeki %46,5 artış, hammadde fiyatlarındaki artış nedeniyle satış gelirlerindeki artışın üzerinde kalmıştır. Bunun sonucunda, brüt kar marjı 3,0 puan azalarak %30,5'e gerilemiştir.

Diğer gelir/giderler hariç tutulduğunda, faaliyet giderleri sadece %25,7 artmıştır. Faaliyet giderlerinin artışı, artan dağıtım, satış ve pazarlama giderlerine rağmen, önemli pazarlarda devam eden verimlilik artırıcı çalışmalar, faaliyet kaldırıcındaki artış ile satış ve dağıtım sistemindeki iyileşmeler sayesinde, satış gelirlerindeki büyümenin gerisinde kalmıştır.

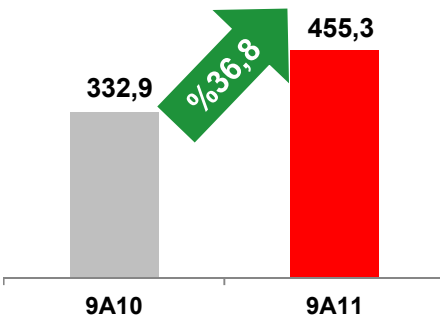
Faaliyet karı %34,7 artarken faaliyet kar marjı sıkı faaliyet gideri yönetimi sayesinde sadece 0,6 puan azalmıştır. Bunun sonucunda, FAVÖK %31,0 artarken, 2010 yılının üçüncü çeyreğinde %20,8 olan FAVÖK marjı 2011 yılının üçüncü çeyreğinde %19,4'e gerilemiştir.

### Uluslararası Operasyonlar

#### Satış Hacmi (ml ük)



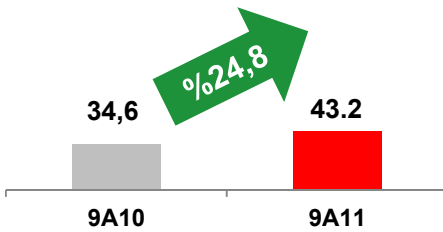
#### Satış Gelirleri (ml ABD doları)



#### Faaliyet Karı (ml ABD doları)

\* %10,4

%9,5

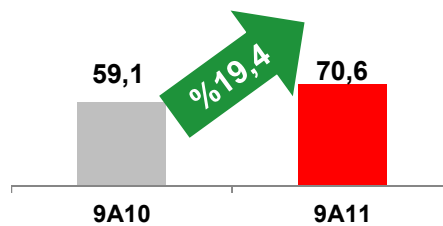


\* Faaliyet Kar Marjı

#### FAVÖK (ml ABD doları)

\* %17,8

%15,5



\* FAVÖK Marjı

**İlk Dokuz Ay:** Uluslararası operasyonların satış hacmi 2011'in ilk dokuz ayında %25,5 artarak 171,3 milyon ünite kasaya ulaşmıştır. Artan pazara nüfuz oranı ve promosyon aktiviteleriyle birlikte yeni lansmanlar ile satış ve dağıtım sistemindeki iyileşmeler belli başlı tüm uluslararası operasyonlarda güçlü satış hacmi büyümesine katkıda bulunmuştur.

Irak operasyonları Mart 2011'den itibaren tam olarak konsolide edilmeye başlanmış ve Irak'ın %3,2 olan uluslararası operasyonlardaki satış hacmi payı 2011 yılının ilk dokuz ayında %11'e yükselmiştir. Aynı bazda bakıldığında, uluslararası operasyonlardaki büyüme ilk dokuz ayına kıyasla, 2011 yılının ilk dokuz ayında %17,7 olarak gerçekleşmiştir.

Net satışlar 2011 yılının dokuz aylık döneminde %36,8 artarak 455,3 milyon ABD dolarına ulaşırken ünite kasa başına net satışlar önemli pazarlardaki ortalama fiyat seviyelerinin iyileşmesi ile beraber %8,9 artarak 2,66 ABD dolarına yükselmiştir.

Satılan malın maliyeti, başta şeker ve rezin olmak üzere hammadde fiyatlarının dönem içerisindeki yükselişleriyle birlikte %43,5 oranında artmıştır. Bunun sonucunda, brüt kar marjı 3,4 puan azalarak %28,8'e gerilemiştir.

Diğer gelir/giderler hariç tutulduğunda, faaliyet giderlerindeki büyüme yüksek satış hacmi ve petrol fiyatları nedeniyle artan satış ve dağıtım giderlerine rağmen, net satış geliri büyümesinden daha az artarak, %27,2 seviyesinde kalmıştır.

Faaliyet giderlerini azaltmaya yönelik çalışmaların devam etmesi ve yüksek satış hacminin pozitif yöndeki kaldıraç etkisi sayesinde faaliyet karı %24,8 artarak 43,2 milyon ABD dolarına yükselmiştir. Faaliyet kar marjı ise brüt kar marjı seviyesindeki 3,4 puanlık azalışa rağmen sadece 0,9 puan gerilemiştir.

Diğer yandan, FAVÖK %19,4 oranında artarken FAVÖK marjı ise 2010 yılının dokuz aylık dönemindeki %17,8 seviyesinden 2011 yılının dokuz aylık döneminde %15,5 seviyesine gerilemiştir. Bu düşüşte bir önceki yıla kıyasla azalan faaliyet karlılığı ve amortisman giderlerinin net satışlar içerisindeki yüzdesel oranındaki azalma etkili olmuştur.

## Finansal Detaylar

### Borç Yapısı

31 Aralık 2010 tarihi itibarıyla 1.246 milyon TL olan konsolide toplam finansal borç rakamı, 30 Eylül 2011 tarihi itibarıyla 145 milyon TL artarak 1.391 milyon TL'ye yükselmiştir. Toplam borcun %11'inin vadesi 2011'de olup geri kalan kısmın vadesi 2012 - 2016 arasındadır. 30 Eylül 2011 itibarıyla mevcut borcun vade yapısı şu şekildedir:

Vade Tarihi	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Borcun %'si	%11	%2	%2	%82	%2	%1

Konsolide finansal borcun çoğunluğu yabancı para cinsinden olup %84'ü ABD doları, %8'i Euro, %3'ü TL ve %5'i diğer para birimi cinsindedir. 31 Aralık 2010 itibarıyla konsolide net borç rakamı 418 milyon ABD doları iken bu rakam, 30 Eylül 2011 itibarıyla 652 milyon ABD dolarıdır.

Finansal Kaldıraç Oranları	9A11	2010
Borç Oranı (Toplam Fin. Borç / Toplam Varlıklar)	%39	%41
Fin. Borç / Sermaye Toplamı	%85	%88

### Finansal Giderler Dağılımı

Finansal Gelirler / (Giderler) (milyon TL)	9A11	9A10
Faiz geliri	26,2	28,5
Faiz gideri (-)	(43,5)	(36,3)
Kur farkı geliri / (gideri)	20,0	(2,7)
Gerçekleşen kur farkı geliri / (gideri) - krediler	(0,3)	(1,1)
Gerçekleşmeyen kur farkı geliri / (gideri) - krediler	(128,2)	28,7
Türev işlemlerden kaynaklanan gelirler/ (giderler)	(0,1)	(0,5)
<b>Finansal Gelirler / (Giderler) Net</b>	<b>(125,9)</b>	<b>16,6</b>

### Yatırım Harcamaları

Yatırım harcamaları (milyon TL)	9A11	9A10
Maddi ve maddi olmayan varlık yatırımları	381	132
Satın almalar	-	-
<b>Toplam</b>	<b>381</b>	<b>132</b>

## Mali Tabloların Sunumuna İlişkin Esaslar

Şirket, konsolide finansal tablolarını SPK'nın Seri: XI, No: 29, "Sermaye Piyasasında Finansal Raporlamaya İlişkin Esaslar Tebliği" uyarınca hazırlamaktadır. SPK'nın Seri: XI, No: 29 sayılı tebliği uyarınca işletmeler, ara dönem finansal tablolarını UMS 34 "Ara Dönem Finansal Raporlama" standardına uygun olarak tam set veya özet olarak hazırlamakta serbesttir. Şirket bu çerçevede, özet konsolide finansal tablo hazırlamayı tercih etmiştir. Söz konusu ara dönem özet konsolide finansal tablo ve dipnotlarını SPK Finansal Raporlama Standartları'na uygun olarak hazırlamıştır.

30 Eylül 2011 tarihi itibarıyla ara dönem özet konsolide finansal tablolar, finansal raporda özetlenen yeni standartlar ve UFRYK yorumları dışında, 31 Aralık 2010 tarihinde sona eren yıla ait konsolide finansal tabloların hazırlanması sırasında uygulanan muhasebe politikalarıyla tutarlı olan muhasebe politikalarının uygulanması suretiyle hazırlanmıştır. Dolayısıyla, bu ara dönem özet konsolide finansal tablolar 31 Aralık 2010 tarihinde sona eren yıla ait konsolide finansal tablolar ile birlikte değerlendirilmelidir.

Şirket'in işlevsel ve sunum para birimi Türk Lirası (TL) olarak kabul edilmiştir. Yabancı ülkelerdeki bağlı ortaklıklar ve müşterek yönetime tabi teşebbüslerin uluslararası yapısı ve bu şirketlerin işlemlerini Amerikan Doları (USD) ağırlıklı gerçekleştirmeleri, bu şirketlerin işlevsel para birimini USD olarak belirlemelerine neden olmuştur. Konsolide edilen yabancı bağlı ortaklıkların çoğu ve müşterek yönetime tabi teşebbüsler finansal, ekonomik ve organizasyon olarak bağımsız olduklarından yabancı kuruluşlar olarak nitelendirilmektedir.

Konsolide finansal tablolar oluşturulurken, işlevsel ve sunum para birimi USD olan yurt dışında faaliyette bulunan bağlı ortaklıkların bilanço kalemlerinin Şirket'in işlevsel ve sunum para birimi olan TL'ye çevrilmesinde bilanço tarihinde geçerli Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası'nın açıkladığı resmi döviz alış kuru olan, 1 USD = 1,8453TL (31 Aralık 2010; 1 USD = 1,5460 TL) kuru, gelir tablosunun çevriminde ise dönem içinde oluşan ortalama kur, 1 USD = 1,6181 TL (1 Ocak - 30 Eylül 2010; 1 USD = 1,5142 TL) esas alınmıştır.

Konsolidasyon kapsamındaki değişiklik neticesinde, CCBL'in makul değer esasına göre hazırlanmış mali tablolarında oluşan ve CCI'nin CCBL'deki geçmişten taşınan %30 oranındaki payının karşılığı olarak kayıtlara yansıtılan 5.884 TL tutarındaki makul değer artışı, UFRS 3 "İşletme Birleşmeleri" kapsamında 30 Eylül 2011 tarihli ara dönem konsolide gelir tablosunda, diğer gelirler altında gösterilmiştir.

30 Eylül 2011 tarihi itibarıyla CCI'nin bağlı ortaklıkları ve müşterek yönetime tabi teşebbüsleri ile, nihai hisse oranları aşağıda sunulduğu gibidir:

<b>İştirak ve Bağılı Ortaklıklar</b>	<b>Ülke</b>	<b>Konsolidasyon Methodu</b>
Coca-Cola Satış ve Dağıtım A.Ş.	Türkiye	Tam Konsolidasyon
Mahmudiye Kaynak Suyu Limited Şirketi	Türkiye	Tam Konsolidasyon
J.V. Coca-Cola Almaty Bottlers LLP	Kazakistan	Tam Konsolidasyon
Azerbaijan Coca-Cola Bottlers Ltd.	Azerbaycan	Tam Konsolidasyon
Coca-Cola Bishkek Bottlers Closed J. S. Co.	Kırgızistan	Tam Konsolidasyon
CCI International Holland B.V.	Hollanda	Tam Konsolidasyon
Tonus Joint Stock Co.	Kazakistan	Tam Konsolidasyon
The Coca-Cola Bottling Company of Jordan Ltd.	Ürdün	Tam Konsolidasyon
Efes Sinai Dış Ticaret A.Ş.	Türkiye	Tam Konsolidasyon
Turkmenistan Coca-Cola Bottlers Ltd.	Türkmenistan	Tam Konsolidasyon
The Coca-Cola Bottling of Iraq FZCO	B.A.E.	Tam Konsolidasyon
CC Beverage Limited	Irak	Tam Konsolidasyon
SSG Investment Limited	İngiliz V. Adaları	Tam Konsolidasyon
Waha Beverages B.V.	Hollanda	Tam Konsolidasyon
Syrian Soft Drink Sales and Distribution L.L.C.	Suriye	Oransal Konsolidasyon
Coca-Cola Beverages Pakistan Ltd.	Pakistan	Oransal Konsolidasyon

### Webcast

Coca-Cola İçecek, 3 Kasım 2011 tarihinde, 16.30 itibarıyla (Londra 14.30 ve New York 10.30), 2011 yılı üçüncü çeyrek sonuçlarını açıklamak üzere webcasting düzenlemektedir. Webcast sunumunun bir kopyasına [www.cci.com.tr](http://www.cci.com.tr) adresinden ulaşabilirsiniz. Dinlemek için aşağıdaki linke tıklayabilirsiniz.

[Link için tıklayın](#)

#### Telefon Numaraları:

İngiltere için: +44(0)20 3106 4822

ABD için: +1 646 254 3364

Konfirmasyon kodu: 7155464

### Şirket Profili

Coca-Cola Sistemi'nde satış hacmine göre 6. sırada yer alan Coca-Cola İçecek A.Ş. (CCİ), The Coca-Cola Company (TCCC) markalarından oluşan gazlı ve gazsız içeceklerin üretim, satış ve dağıtımını gerçekleştirmektedir. CCİ Türkiye, Pakistan, Kazakistan, Azerbaycan, Kırgızistan, Türkmenistan, Ürdün, Irak ve Suriye'de 9 bine yaklaşan çalışanı ile faaliyet göstermektedir. CCİ ayrıca Tacikistan pazarına ihracat yapmaktadır.

CCİ 20 fabrikası ile 360 milyonu aşkın tüketici kitlesine gazlı içeceklerin yanı sıra meyve suyu, su, enerji ve sporcu içecekleri, buzlu çay ve çaydan oluşan gazsız içecekler kategorisinde de zengin bir ürün portföyü sunmaktadır.

CCİ'nin hisseleri İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda "CCOLA.IS" sembolü ile işlem görmektedir.

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

### İletişim Bilgileri

Dr. Deniz Can Yücel  
Yatırımcı İlişkileri Müdürü  
Tel: +90 216 528 3386  
[deniz.yucel@cci.com.tr](mailto:deniz.yucel@cci.com.tr)

Orhun Köstem  
Mali İşler Direktörü  
Tel: +90 216 528 4432  
[orhun.kostem@cci.com.tr](mailto:orhun.kostem@cci.com.tr)

## İleriye Dönük Beyanlara İlişkin Açıklama

Bu bilgilendirme notu CCI'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. 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 şişeleme 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'nın değerinde yaşanan dalgalanmalar ya da Türkiye'deki 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.

**CCİ – Konsolide SPK Gelir Tablosu**

(milyon TL)	1 Temmuz -			1 Ocak -		
	30 Eylül 2011	30 Eylül 2010	% Değişim	30 Eylül 2011	30 Eylül 2010	% Değişim
	(Bağımsız incelemeden geçmemiş)			(Bağımsız incelemeden geçmemiş)		
<b>Satış Hacmi (milyon ük)</b>	<b>264,6</b>	<b>232,4</b>	<b>%13,9</b>	<b>621,1</b>	<b>535,3</b>	<b>%16,0</b>
<b>Satış Gelirleri (net)</b>	<b>1.183,3</b>	<b>967,7</b>	<b>%22,3</b>	<b>2.738,0</b>	<b>2.224,0</b>	<b>%23,1</b>
Satışların Maliyeti	(741,6)	(585,5)	%26,7	(1.730,3)	(1.371,7)	%26,1
<b>Ticari Faaliyetlerden Brüt Kar / (Zarar)</b>	<b>441,7</b>	<b>382,3</b>	<b>%15,5</b>	<b>1.007,7</b>	<b>852,3</b>	<b>%18,2</b>
Faaliyet Giderleri (net)	(277,4)	(218,1)	%27,2	(700,6)	(559,2)	%25,3
Diğer Faaliyet Gelirleri / (Giderleri) (net)	0,4	(4,1)	(%109,5)	5,4	(6,9)	(%177,5)
<b>Faaliyet Karı / (Zararı)</b>	<b>164,7</b>	<b>160,1</b>	<b>%2,9</b>	<b>312,4</b>	<b>286,2</b>	<b>%9,2</b>
Gain/(Loss) from Associates	-	-	-	-	-	-
Finansman (Giderleri) / Gelirleri (net)	(85,5)	35,1	a.d	(125,9)	16,6	a.d
<b>Sürdürülen Faaliyetler Vergi Öncesi Karı/(Zararı)</b>	<b>79,3</b>	<b>195,3</b>	<b>(%59,4)</b>	<b>186,5</b>	<b>302,8</b>	<b>(%38,4)</b>
Vergiler	(13,8)	(38,0)	(%63,6)	(39,8)	(62,6)	(%36,4)
<b>Sürdürülen Faaliyetler Dönem Karı/(Zararı)</b>	<b>65,4</b>	<b>157,3</b>	<b>(%58,4)</b>	<b>146,7</b>	<b>240,2</b>	<b>(%38,9)</b>
Azınlık Payları	(0,7)	(0,6)	%24,1	(0,4)	(0,9)	(%58,4)
<b>Net Dönem Karı / (Zararı)</b>	<b>64,8</b>	<b>156,7</b>	<b>(%58,7)</b>	<b>146,3</b>	<b>239,3</b>	<b>(%38,9)</b>

**CCİ – Konsolide SPK Bilanço**

(milyon TL)	30.09.2011		31.12.2010		(milyon TL)	30.09.2011		31.12.2010	
	(Bağımsız incelemeden geçmemiş)	(Bağımsız incelemeden geçmemiş)	(Bağımsız denetimden geçmiş)	(Bağımsız denetimden geçmiş)		(Bağımsız incelemeden geçmemiş)	(Bağımsız incelemeden geçmemiş)	(Bağımsız denetimden geçmiş)	(Bağımsız denetimden geçmiş)
Nakit ve Nakit Benzerleri	175,9	491,7	Kısa Vadeli Finansal Borçlar	178,1	627,7				
Finansal Yatırımlar	11,1	107,1	Ticari Borçlar	184,5	99,3				
Ticari ve İlişkili Taraflardan Alacaklar, net	460,7	300,0	İlişkili Taraflara Borçlar	75,5	45,0				
Stoklar	357,2	223,7	Diğer Borçlar	106,3	80,9				
Diğer Alacaklar	11,3	4,8	Dönem Karı Vergi Yükümlülüğü	14,1	1,0				
Diğer Dönen Varlıklar	316,8	166,6	Çalışanlara Sağlanan Faydalara İlişkin Karşılıklar	22,5	14,4				
<b>Dönen Varlıklar</b>	<b>1.333,0</b>	<b>1.293,8</b>	Diğer Kısa Vadeli Yükümlülükler	29,4	12,4				
Maddi Duran Varlıklar	1.596,7	1.203,0	<b>Kısa Vadeli Yükümlülükler</b>	<b>610,5</b>	<b>880,6</b>				
Maddi Olmayan (Şerefiye dahil)	579,6	459,4	Uzun Vadeli Finansal Borçlar	1.212,9	617,9				
Ertelenmiş Vergi varlığı	6,0	2,5	Çalışanlara Sağlanan Faydalara İlişkin Karşılıklar	33,3	35,7				
Diğer Alacaklar ve Diğer Duran Varlıklar	45,0	55,3	Diğer Uzun Vadeli Yükümlülükler	0,0	3,6				
<b>Duran Varlıklar</b>	<b>2.227,4</b>	<b>1.720,2</b>	Ertelenen Vergi Yükümlülüğü	43,4	41,1				
<b>TOPLAM VARLIKLAR</b>	<b>3.560,4</b>	<b>3.014,0</b>	<b>Uzun Vadeli Yükümlülükler</b>	<b>1.289,6</b>	<b>698,4</b>				
			Azınlık Payları	21,3	17,6				
			<b>Özkaynaklar</b>	<b>1.639,0</b>	<b>1.417,4</b>				
			<b>TOPLAM ÖZSERMAYE VE YÜKÜMLÜLÜKLER</b>	<b>3.560,4</b>	<b>3.014,0</b>				

**Türkiye Operasyonu – SPK Gelir Tablosu**

(milyon TL)	1 Temmuz- 30	1 Temmuz- 30	% Değişim	1 Ocak- 30 Eylül	1 Ocak- 30 Eylül	% Değişim
	Eylül 2011	Eylül 2010		2011	2010	
	(Bağımsız incelemeden geçmemiş)			(Bağımsız incelemeden geçmemiş)		
<b>Satış Hacmi (milyon ünite kasa)</b>	<b>191,0</b>	<b>173,7</b>	<b>%10,0</b>	<b>449,9</b>	<b>398,9</b>	<b>%12,8</b>
Satış Gelirleri (net)	845,3	751,6	%12,5	2.026,5	1.721,6	%17,7
Satışların Maliyeti	(507,4)	(441,9)	%14,8	(1.231,1)	(1.031,8)	%19,3
<b>Brüt Esas Faaliyet Karı</b>	<b>337,9</b>	<b>309,6</b>	<b>%9,1</b>	<b>795,4</b>	<b>689,8</b>	<b>%15,3</b>
Faaliyet Giderleri (net)	(222,2)	(179,6)	%23,7	(557,2)	(452,3)	%23,2
Diğer Faaliyet Gelirleri/(Giderleri) (net)	1,2	8,0	(%84,6)	4,6	6,4	(%27,7)
<b>Net Esas Faaliyet Karı</b>	<b>116,9</b>	<b>138,1</b>	<b>(%15,3)</b>	<b>242,7</b>	<b>243,9</b>	<b>(%0,5)</b>
<b>FAVÖK</b>	<b>139,4</b>	<b>161,9</b>	<b>(%13,9)</b>	<b>315,1</b>	<b>319,9</b>	<b>(%1,5)</b>

**Uluslararası Operasyonlar – SPK Gelir Tablosu**

(milyon ABD doları)	1 Temmuz- 30	1 Temmuz- 30	% Değişim	1 Ocak- 30 Eylül	1 Ocak- 30 Eylül	% Değişim
	Eylül 2011	Eylül 2010		2011	2010	
	(Bağımsız incelemeden geçmemiş)			(Bağımsız incelemeden geçmemiş)		
<b>Satış Hacmi (milyon ünite kasa)</b>	<b>73,7</b>	<b>58,7</b>	<b>%25,5</b>	<b>171,3</b>	<b>136,4</b>	<b>%25,5</b>
Satış Gelirleri (net)	201,4	143,6	%40,2	455,3	332,9	%36,8
Satışların Maliyeti	(140,0)	(95,6)	%46,5	(324,1)	(225,8)	%43,5
<b>Brüt Esas Faaliyet Karı</b>	<b>61,3</b>	<b>48,0</b>	<b>%27,7</b>	<b>131,3</b>	<b>107,2</b>	<b>%22,5</b>
Faaliyet Giderleri (net)	(32,5)	(25,8)	%25,7	(91,2)	(71,7)	%27,2
Diğer Faaliyet Gelirleri/(Giderleri) (net)	(0,0)	(0,8)	a.d	3,1	(0,9)	a.d
<b>Net Esas Faaliyet Karı</b>	<b>28,8</b>	<b>21,4</b>	<b>%34,7</b>	<b>43,2</b>	<b>34,6</b>	<b>%24,8</b>
<b>FAVÖK</b>	<b>39,1</b>	<b>29,9</b>	<b>%31,0</b>	<b>70,6</b>	<b>59,1</b>	<b>%19,4</b>

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

<http://www.cci.com.tr/tr/yatirimci-iliskileri/finansal-veriler/finansal-sonuclar/>