

СОСА-COLA İÇESEK
ИНТЕГРИРОВАННЫЙ
ГОДОВОЙ ОТЧЕТ 2021

#МыТакиеКакиеЕсть





ОБЩИЙ ОБЗОР ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ССИ

10.000

Сотрудников

870.000

Торговых точек

430

Миллионов потребителей

Будучи ответственными корпоративными гражданами, мы создаем ценности для различных групп заинтересованных сторон на каждом этапе всей нашей цепочки ценностей. Мы стремимся стать лучшей компанией по производству потребительских товаров повседневного спроса на всех рынках, ориентируясь в своей деятельности на устойчивое развитие.

GRI: 102-45; 102-46; 102-49; 102-50

ОБ ОТЧЕТЕ

Компания ССИ рассмотрела годовые отчеты и отчет по устойчивому развитию, которые были опубликованы нами ранее, а также текущие результаты нашей деятельности в рамках наших планов и задач на будущее, и нашего подхода к устойчивому развитию.

В отчетном периоде 2021 года мы представляем на обозрение нашим партнерам второй интегрированный годовой отчет, в котором представляем целостную оценку наших финансовых и нефинансовых показателей и нашей будущей стратегии.

В этом отчете мы отображаем сведения о наших инвестициях, целях, методах и результатах деятельности за период с 1 января по 31 декабря 2021 года в 10-ти из 11 стран (Турция, Иордания, Азербайджан, Казахстан, Пакистан, Кыргызстан, Таджикистан, Туркменистан, Ирак и Узбекистан), в которых мы осуществляем нашу деятельность.

Интегрированный годовой отчет в 2021 году охватил 100% всего объема производства компании ССИ².

СТАНДАРТЫ ОТЧЕТНОСТИ

Настоящий отчет подготовлен в соответствии со Стандартами GRI: их базовым вариантом и Международной системой интегрированной отчетности. Связь между приоритетными вопросами, бизнес-стратегией и показателями за 2021 год была установлена в рамках Системы интегрированной отчетности, опубликованной Международным советом по интегрированной отчетности (International Integrated Reporting Council - IIRC).

В отчете также отражены наши заявления о прогрессе в отношении Глобального договора Организации Объединенных Наций о достигнутом прогрессе (COP), Принципов Организации Объединенных Наций по расширению прав и возможностей женщин (WEP) и Системы соблюдения принципов устойчивого развития, опубликованной Советом по рынкам капитала. В процессе разработки содержания отчета мы руководствовались принципами важности, инклюзивности и чувствительности Стандарта Гарантии качества AA1000, а в финансовой отчетности – принципами Международных стандартов финансовой отчетности (International Financial Reporting Standards - IFRS). Мы проводим измерения и сообщаем о наших социальных, экологических и этических показателях, опираясь на Протокол по парниковым газам (Greenhouse Gas Protocol), разработанный CDP, Международной организацией труда (ILO), Конвенцией Организации Объединенных Наций против коррупции (UNCAC) и Институтом мировых ресурсов (WRI), а также на международно признанные ведущие принципы и стандарты.

ВЕРИФИКАЦИЯ

Как и в наших отчетах об устойчивом развитии, публикуемых с 2009 года, в нашем втором интегрированном годовом отчете отдельные данные прошли независимую проверку.

В 2021 году предприятия ССИ в Турции были проверены и верифицированы сторонней организацией в соответствии со стандартом ISO 14064-1:2018 в отношении выбросов парниковых газов категории 1, 2 и 3. Проведенный независимый финансовый аудит был выполнен

в соответствии с Независимым стандартом аудита и государственного надзора, выпущенным Советом по рынкам капитала, и со Стандартами проведения аудита Турции для независимых аудиторов, которые являются частью Стандартов независимого аудита Турции (BDS), выпущенных Органом государственного надзора и стандартов бухгалтерского учета и аудита (KGK). Деятельность «ССИ Турция» успешно прошла аудит.

В соответствии со статьями 514 и 516 Торгового кодекса Турции (ТТК) № 6102 и «Коммюнике о принципах финансовой отчетности на рынках капитала» (Коммюнике) № II-14.1 Совета по рынкам капитала (SPK) в отношении интегрированного годового отчета, Руководство группы ССИ отвечает за подготовку интегрированного годового отчета в течение первых трех месяцев после отчетной даты и за его представление общему собранию, а также за подготовку отчета таким образом, чтобы он отражал ход деятельности группы за отчетный год и ее консолидированное финансовое состояние во всех аспектах наиболее точно, полно, прозрачно, достоверно и честно. Независимая аудиторская компания, с которой мы работали, соблюдала этические нормы и правила, а также другие этические обязанности в соответствии с законодательством. Независимый аудит высказывает свое мнение о том, соответствует ли консолидированная финансовая информация, включенная в годовой отчет, рамкам положений ТТК и требованиям Коммюнике, а также проверяет работу Совета директоров,

консолидированную финансовую отчетность группы и финансовую отчетность, изучает информацию, полученную в ходе независимого аудита, и ее соответствие действительности, готовит интегрированный отчет, содержащий заключения независимого аудитора.

В данном отчете консолидированная финансовая ситуация оценивается в соответствии с консолидированной финансовой отчетностью. В отчете также четко указывается на развитие группы и возможные риски, с которыми она может столкнуться. При подготовке отчета

Совет директоров также принимает во внимание подзаконные акты, принятые Министерством торговли и соответствующими учреждениями. Оценка Совета директоров по этим вопросам также включена в отчет.

Независимый аудит был проведен в соответствии со Стандартами независимого аудита, опубликованными Советом по рынкам капитала. Эти стандарты требуют, чтобы независимый аудит был запланирован и проведен таким образом, чтобы получить разумную уверенность в том, что консолидированная финансовая информация, включенная в годовой отчет, и анализ, проведенный Советом директоров, соответствуют консолидированной финансовой отчетности и информации, полученной в ходе аудита, и, что они соответствуют действительности в соответствии с этическими нормами.

В соответствии с определением, представленным в «Независимом отчете об Ограниченной гарантии» в разделе «Показатели эффективности устойчивого развития» настоящего отчета, использование собранных данных позволило получить Ограниченную гарантию для нашей деятельности в Турции, Пакистане и Туркменистане. Собранная информация включает в себя данные об общих объемах энергии, потреблении энергии на единицу продукции, данные об общем заборе и потреблении воды, использовании воды на единицу продукции и данные об отходах в Турции, Пакистане и Туркменистане.

В контексте этого аудита оценке подверглись данные за 2021 год с объектов ССИ в Турции, Пакистане, Туркменистане, по итогам которой получена Ограниченная гарантия в соответствии с пересмотренным ISAE 3000 (Международный стандарт договоров о подтверждении достоверности), за исключением аудитов или обзоров исторической финансовой отчетности.

¹ ССИ в настоящее время не ведет операций в Сирии и не осуществляет продажу напитков с 2017 года.

² Узбекистан присоединился к деятельности ССИ в

4-м квартале 2021 года. В объем отчета включена только финансовая оценка.

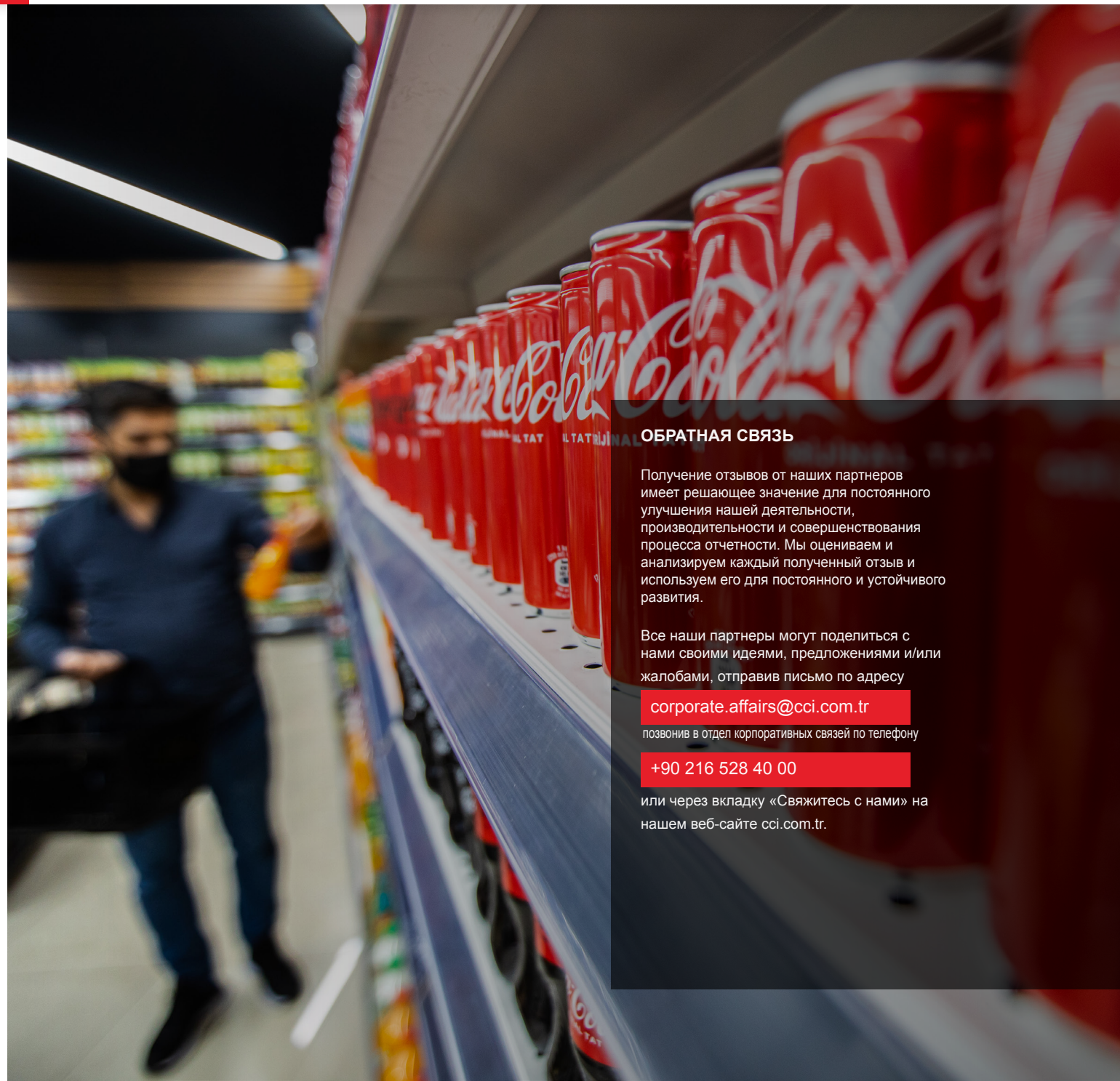
GRI: 102-46

В нашем отчете мы обсуждаем ценность, которую мы создаем для всех наших заинтересованных сторон по шести статьям капитала (финансовый, производственный, интеллектуальный, человеческий, социальный, природный). При этом нашим приоритетом всегда было понять и оправдать ожидания наших партнеров. Первый раздел нашего отчета, состоящего из пяти частей, называется

*Вы можете получить доступ к Руководству по отчетности ССИ в разделе «Приложения» нашего отчета..

СТРУКТУРА ОТЧЕТА

«Общий обзор деятельности ССИ» и включает в себя общую информацию, а также информацию о важных событиях, нашем взаимодействии с партнерами и нашем комплексном подходе к управлению. Во втором разделе, «Взгляд в будущее», мы описываем наши стратегические приоритеты, которые мы сформировали в результате нашего взаимодействия с заинтересованными сторонами и наши комплексные оценки рисков, а в третьем разделе, под названием «Наш подход к созданию ценностей», мы резюмируем наши программы и усилия по созданию ценностей для наших партнеров. В разделе «Корпоративное управление» мы даем подробную информацию о членах совета директоров и высшем руководстве, а также дополнительную информацию о нашей деятельности и корпоративном управлении, и наконец, в последнем разделе «Приложения», мы предоставляем подробную информацию о нашей деятельности, операционных и финансовых показателях, а также техническую и количественную информацию для соответствующих заинтересованных сторон.



ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ

Получение отзывов от наших партнеров имеет решающее значение для постоянного улучшения нашей деятельности, производительности и совершенствования процесса отчетности. Мы оцениваем и анализируем каждый полученный отзыв и используем его для постоянного и устойчивого развития.

Все наши партнеры могут поделиться с нами своими идеями, предложениями и/или жалобами, отправив письмо по адресу

corporate.affairs@cci.com.tr

позвонив в отдел корпоративных связей по телефону

+90 216 528 40 00

или через вкладку «Свяжитесь с нами» на нашем веб-сайте cci.com.tr.

GRI: 102-14

ОБРАЩЕНИЕ ПРЕДСЕДАТЕЛЯ СОВЕТА ДИРЕКТОРОВ



Тунджай Озильхан

Дорогие партнеры,

Опубликовав в прошлом году наш первый интегрированный годовой отчет, мы открыли новые горизонты в секторе товаров повседневного спроса в Турции. Объединив наши финансовые и нефинансовые показатели с нашим бизнес-планом, мы проложили путь, где мы можем не только делиться достижениями, но и строить совместное будущее. И сейчас, в нашем втором интегрированном годовом отчете я рад поделиться с вами информацией о ценности, которую мы создали для всех наших партнеров в 2021 году.

Настоящий отчет в то же время является документом, полностью отражающим ценности компании Coca-Cola İçecek. Все результаты нашей работы, которую мы с воодушевлением выполняем, применяя командный подход и принцип достоверности данных, воплощены в этом отчете. Наша стратегия устойчивого развития, основанная на «Создании ценности», является нашим руководством на каждом шагу к нашему видению, которое заключается в том, чтобы «стать лучшей компанией по производству потребительских товаров повседневного спроса». Мы регулярно информируем каждую группу заинтересованных сторон на каждом этапе всей нашей цепочки ценностей о наших достижениях в сфере отчетности в области устойчивого развития, а также наиболее прозрачным образом оповещаем обо всех шагах, которые мы предприняли для развития нашего бизнеса, начиная с 2002 года, когда мы опубликовали нашу первую экологическую политику, и с 2009 года, когда мы опубликовали наш первый отчет об устойчивом развитии. Мы всегда ставим своей целью приносить пользу и создавать ценность для наших партнеров, независимо от того, в каком секторе, под какой торговой маркой мы работаем и какой

деятельностью занимаемся. Наша главная цель — оставить свой след, сохранить корпоративную культуру и ценности, которые привели нас туда, где мы есть сегодня, и сделали нас теми, кто мы есть. Прежде чем рассматривать достижения и приобретенный опыт ССИ в 2021 году, необходимо вспомнить, что происходило в этот период в мире в целом. В прошлом году наложили свой отпечаток пандемия Covid-19, мероприятия по вакцинации, проблемы в глобальной цепочке поставок, рост стоимости энергии и товаров,

проблемы с логистикой, рост инфляции во всем мире и восстановление экономического роста.

В свете этих проблем мы видим, что ССИ в 2021 году добилась многих успехов как в финансовом, так и в производственном плане. Эти достижения — исторические шаги, которые сделают нас сильнее в будущем. Например, включив Узбекистан в число стран нашего присутствия, мы увеличили географию деятельности до 11 стран, а количество потребителей — до 430 миллионов человек. В рамках приватизации мы купили контрольный пакет акций, а затем увеличили нашу долю владения до 100%, купив и миноритарный пакет акций «Coca-Cola Bottlers Узбекистан» у «The Coca-Cola Company». Мы сразу же начали процесс интеграции и уже добились значительного прогресса. Это приобретение укрепляет наши позиции в регионе и свидетельствует об успешном сотрудничестве с компанией «The Coca-Cola Company». В качестве важного буттлера и партнера системы Coca-Cola, мы продолжим укреплять наше тесное сотрудничество в рамках системы и в предстоящий период.

GRI: 102-14

Сразу же после восстановления сильной финансовой структуры и получения обнадеживающей оценки нашей компании международными институтами, мы начали 2022 год с еще одного большого шага. В январе мы выпустили первую индексированную облигацию устойчивого развития индустрии напитков в регионе Европы, Ближнего Востока и Африки (EMEA). В рамках заимствований, осуществленных в этот период, когда готовность к риску в отношении развивающихся стран ослабла, мы выпустили облигации на сумму 500 миллионов долларов со сроком погашения 7 лет и процентной ставкой 4,75 процента. Мы осуществили крупнейший в Турции выпуск облигаций устойчивого развития, индексированных на темпы инфляции, по цене на 300 базисных пунктов ниже, чем ориентировочная ставка правительства по займам на иностранных рынках. Выпуском этих облигаций мы также продемонстрировали тесную связь между нашей финансовой стратегией и нашими приоритетными направлениями в области устойчивого развития.

Мы гордимся тем, что благодаря совместным усилиям и нашей сплоченности мы успешно завершили прошедший нелегкий год. Несмотря на то, что этот сложный период привел к изменению наших бизнес-планов, у нас был успешный год благодаря нашему дисциплинированному управлению финансами, прибыльным операциям и бизнес-стратегии, ориентированной на устойчивое развитие. 2022 год станет годом, когда будут представлены новые и эффективные решения для устойчивого роста, особенно интенсивными станут инновационные технологии и научно-исследовательские разработки. Мы искренне желаем, чтобы наступил период, когда экономика возобновит свой рост, и чтобы это был год, когда в нашей стране воцарится стабильность и предсказуемость.

Нам всем необходимо лучше осознавать требования будущего и сосредоточиться на наших стратегиях повышения ценности и создания преимуществ. Для того, чтобы двигаться вперед с уверенностью в завтрашнем дне, достичь

стабильности во всех областях и сделать рост устойчивым, нужно производить и быть продуктивными. Я хотел бы выразить благодарность нашим квалифицированным сотрудникам, которые являются строителями нашего успеха благодаря их энтузиазму и самоотверженности. Вклад наших деловых партнеров, клиентов, дилеров и дистрибьюторов, с которыми мы работаем для совместной победы, и поддержка всех партнеров сделали эти достижения возможными. Я хотел бы поблагодарить вас, наши уважаемые партнеры, за вашу веру в ССИ и вашу поддержку. Пусть знакомство с нашим вторым интегрированным годовым отчетом будет для вас полезным и приятным!

С уважением,

Тунджай Озильхан
Председатель Совета директоров

GRI: 102-14

ОБРАЩЕНИЕ ГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА



Бурак

Дорогие партнеры,

За последние два года весь мир подвергся большому испытанию. В этот период все мы глубоко прочувствовали, что наша путеводная звезда – это наша цель, указывающая нам путь в свете науки. Сила, необходимая нам для того, чтобы с надеждой смотреть в будущее и предпринимать шаги к благополучию нашей планеты, всегда сопровождалась этой целью. Что делает особенным ССИ, так это самоотверженная командная работа наших сотрудников, а также наша вера в нашу цель — создавать ценность. Мы еще раз вспомнили, что величайшая ценность, которая делает нас людьми, — это возможность делиться информацией. В 2020 году наше решение объединить наши финансовые и нефинансовые показатели в одном отчете состояло в том, чтобы представить нашим партнерам созданную нами ценность со всей прозрачностью во всех аспектах. Наш отчет за прошлый год был первым интегрированным годовым отчетом по товарам повседневного спроса в Турции. Положительные отзывы, которые поступали к нам от всех наших партнеров в течение года, подтвердили правильность нашего решения. ССИ всегда стремилась создавать ценность для наших партнеров, сохранять устойчивое развитие во всех наших проектах и открыто делиться этой информацией. С этой точки зрения мы сформировали наш отчет за 2021 год, руководствуясь принципом **«Мы такие какие есть»**, вдохновившись словами известного мыслителя Мевланы. Мы хотели представить вам наши финансовые и нефинансовые показатели в наиболее понятной, простой и прозрачной форме. Мы рады поделиться с вами как нашими достижениями, так и нашими направлениями развития, как нашими нововведениями, так и областями, в которых мы намерены продвигаться дальше, под лозунгом **«Мы такие какие есть»**.

Отправной точкой при определении темы **«Мы такие какие есть»** был наш манифест об инклюзивности и многообразии, который вышел на первый план в 2021 году. ССИ стремится быть инклюзивной компанией, обогащенной открытой, всеобъемлющей, основанной на доверии корпоративной культурой и многообразием, где каждый **«сам по себе»** может создавать определенную ценность. Мы продемонстрировали это с помощью опубликованного нами манифеста. Мы призвали наших сотрудников создавать ценность для всех наших партнеров – будьте такими, **«какие вы есть»** вне гендерных, культурных и возрастных стереотипов. На протяжении 2021 года мы предприняли множество шагов, чтобы усилить наш подход к инклюзивности и многообразию. Следуя нашему манифесту, мы опубликовали руководство по культуре речи и деловому общению с учетом гендерных аспектов, помня, что слова меняют мир. Мы распространили руководство посредством тренингов во всех странах нашего присутствия и начали работу по речевой адаптации. С другой стороны, мы откликнулись на кампанию **«Организации Объединенных Наций – женщины»** по борьбе с насилием в отношении женщин и продемонстрировали нашу нетерпимость к насилию.

Мы принимаем на себя ответственность за развитие не только нашей компании, но и всей нашей экосистемы. Мы следим за тем, чтобы осведомленность, которую мы создаем внутри компании по каждому вопросу, превращалась в совместный вклад для наших партнеров во всех странах нашего присутствия. Это не случайно, что мы попали в группу лидеров с оценкой **«А»** в рейтинге отношений с поставщиками в рамках проекта по раскрытию информации об выбросах углерода (Carbon Disclosure Project – CDP) в 2021 году и получили более высокую оценку, чем **«В-»** в среднем по Европейскому региону и сектору FMCG (потребительских товаров повседневного спроса), все это – результат наших усилий.

GRI: 102-14

2021 год стал периодом, когда мы пожинаем плоды культуры многообразия и инклюзивности, вызванной нашим присутствием в разных регионах. В эти трудные времена, которые переживает мир, мы еще раз убедились, насколько продуктивно многообразие – вне культуры, поколений и гендерных стереотипов. В то время как мозаика, обеспечиваемая многообразием, вдохновила нас на новые шаги, мы внедрили множество нововведений в нашем секторе. Наш опыт работы в различных культурах и наш ориентированный на решение подход на местном уровне, а также успех, которого мы достигли за эти годы, воодушевили нас. Наконец, добавив к нашей географии деятельности Узбекистан, единственную страну в Центральной Азии, в которой мы в течение долгого времени не предоставляли свои услуги, мы достигли высоких показателей охвата всего региона. Этот исторический шаг увеличил географию нашей деятельности до 11 стран, а потребительская база выросла до 430 миллионов человек. Мы уверены, что добавим ценность и рынку Узбекистана, который имеет большой потенциал в сфере потребительских товаров повседневного спроса, благодаря опыту и знаниям, накопленным за 30 лет работы в регионе.

В дополнение к нашему вкладу в экономику стран благодаря нашим успешным результатам в бизнесе, в эти трудные времена мы продолжили поддерживать страны, в которых мы осуществляем нашу деятельность. Мы мобилизовали все наши средства во время лесных пожаров и наводнений в Турции в летние месяцы. Мы с нашей командой поддерживали спасательные бригады во всех районах бедствия продуктами, рефрижераторами и грузовыми рефрижераторами. Мы внедрили проект Мемориальные леса Coca-Cola в Турции с 50 тысячами саженцев в сотрудничестве с Фондом Эгейского леса, чтобы восстановить утраченный зеленый покров нашей страны.

Еще в одной точке, где наш социальный вклад пересекается с нашим воздействием на окружающую среду, наши усилия также были оценены международными организациями.

Наша оценка в рамках Проекта раскрытия информации о выбросах углекислого газа (CDP), в котором мы с 2014 года с наибольшей прозрачностью сообщаем о наших усилиях по «безопасности воды», повысилась до оценки «А-». Мы стали единственной компанией с оценкой «А-» в категории FMCG (потребительских товаров повседневного спроса) в рейтинге «Безопасность воды» среди турецких компаний. В рамках «Программы по вопросам изменения климата» мы сохранили нашу прошлогоднюю оценку «В» и превзошли как мировые, так и глобальные средние показатели по отрасли. Мы считаем, что устойчивость развития нашей деятельности тесно связана с устойчивостью развития обществ и природных ресурсов в странах, в которых мы осуществляем нашу деятельность. Мы стремимся свести к минимуму наше воздействие на окружающую среду с помощью проектов и усовершенствования процессов, направленных на повторное использование воды и предотвращение выбросов углерода во всех регионах, где мы работаем. Мы заботимся о том, чтобы все шаги, которые мы предпринимаем в области устойчивого развития, служили примером в этом направлении и обращались в преимущества для всех наших партнеров. Мы снизили норму водопотребления с 1,69 л/л в 2020 году до 1,65 л/л в 2021 году. В результате применения передовой практики по всей цепочке создания ценности в 2021 году мы предотвратили выбросы CO₂ в объеме 485 тысяч тонн. Мы сэкономили 128 тонн биологических смол, применяя материалы, облегчающие упаковку. Мы переработали для второстепенных целей 8% объема воды, используемой на наших предприятиях в Турции, и 6% объема воды, которую мы используем в CCI.

С другой стороны, под лозунгом «Мы такие, какие есть» мы со всей открытостью продолжаем делиться информацией о наших финансовых показателях. Как показывают данные, представленные в этом отчете, мы в течение многих лет успешно продолжаем нашу деятельность, фокусируясь на качественном росте и придерживаясь строгой финансовой политики и передовой практики корпоративного управления. В 2021 году наша чистая выручка от продаж увеличилась на 52,4% до 21,9 млрд турецких лир, а показатель EBITDA увеличился

на 49% до 4,7 млрд турецких лир. Наш консолидированный объем продаж увеличился на 16,2% и составил 1,4 млрд упаковок. Наш широкий портфель продуктов, долгосрочные

показатели прибыльного роста и лидирующие позиции на развивающихся рынках также были подтверждены рейтинговыми агентствами финансовой кредитоспособности. Международное рейтинговое агентство Standard & Poor's в своем первоначальном кредитном рейтинге определило наш долгосрочный корпоративный кредитный рейтинг как «инвестиционный уровень» на уровне «BBB-». Таким образом, мы стали одной из двух компаний в Турции, которым агентство S&P присвоило кредитный рейтинг инвестиционного уровня. Кроме того, рейтинговое агентство Fitch объявило долгосрочный кредитный рейтинг нашей компании на уровне «BBB-», что является «инвестиционным уровнем».

В свете всех этих событий компании CCI, рад снова поделиться с вами всеми приобретенными в 2021 году знаниями, опытом и успехами, которые являются предметом нашей гордости. Я хотел бы поблагодарить крепкую семью CCI за результаты, которые вы найдете в этом отчете, и желаю вам с удовольствием ознакомиться с нашим интегрированным годовым отчетом, который мы составили под лозунгом «Мы такие, какие есть».

С уважением,



Бурак Башарып
Генеральный директор

GRI: 102-16

ВКРАТЦЕ О ССИ

ВИДЕНИЕ

«Быть лучшей компанией в сфере потребительских товаров повседневного спроса во всех странах, где мы работаем».



- ◆ Организация, ориентированная на клиента
- ◆ Решения для клиентов, создающие дополнительную ценность
- ◆ Менталитет предоставления конкурентоспособных услуг

- ◆ Холистическая компания по производству напитков
- ◆ Коммерческое превосходство

- ◆ Корпоративное управление
- ◆ Экологический след
- ◆ Права на рабочем месте
- ◆ Общественное одобрение

- ◆ Компетентность и лидерство
- ◆ Обязательность, многообразие и инклюзивность
- ◆ Высокая производительность
- ◆ Культура единой команды



ВООДУШЕВЛЕННОСТЬ

Мы вкладываем разум и сердце во все, что делаем.



КОМАНДНАЯ РАБОТА

Мы работаем вместе для достижения общего успеха.



ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

Мы ведем деятельность и предоставляем отчетность с большим чувством ответственности.



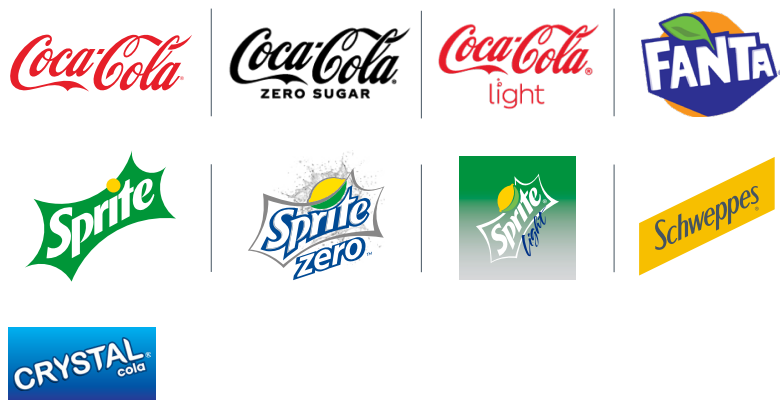
ЧЕСТНОСТЬ

Мы открыты и честны, руководствуемся этическими ценностями, доверяем и уважаем друг друга.

GRI: 102-2

ТОРГОВЫЕ МАРКИ

ГАЗИРОВАННЫЕ НАПИТКИ



СОКИ, ХОЛОДНЫЙ ЧАЙ И КОФЕ



ВОДА И МИНЕРАЛЬНАЯ ВОДА



ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЕ НАПИТКИ



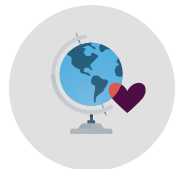


GRI: 102-2; 102-4; 102-6; 102-7

ГЕОГРАФИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ



430
миллионов потребителей



в

11
странах



30

Производственных
объектов



Около

10 000

сотрудников



870.000
торговых точек

Страны, в которых ведется деятельность*

Азербайджан, Ирак, Казахстан,
Кыргызстан, Пакистан,
Сирия, Таджикистан, Турция,
Туркменистан, Иордания и
Узбекистан**

*Заводы ССИ по состоянию на 31 декабря 2021 г.

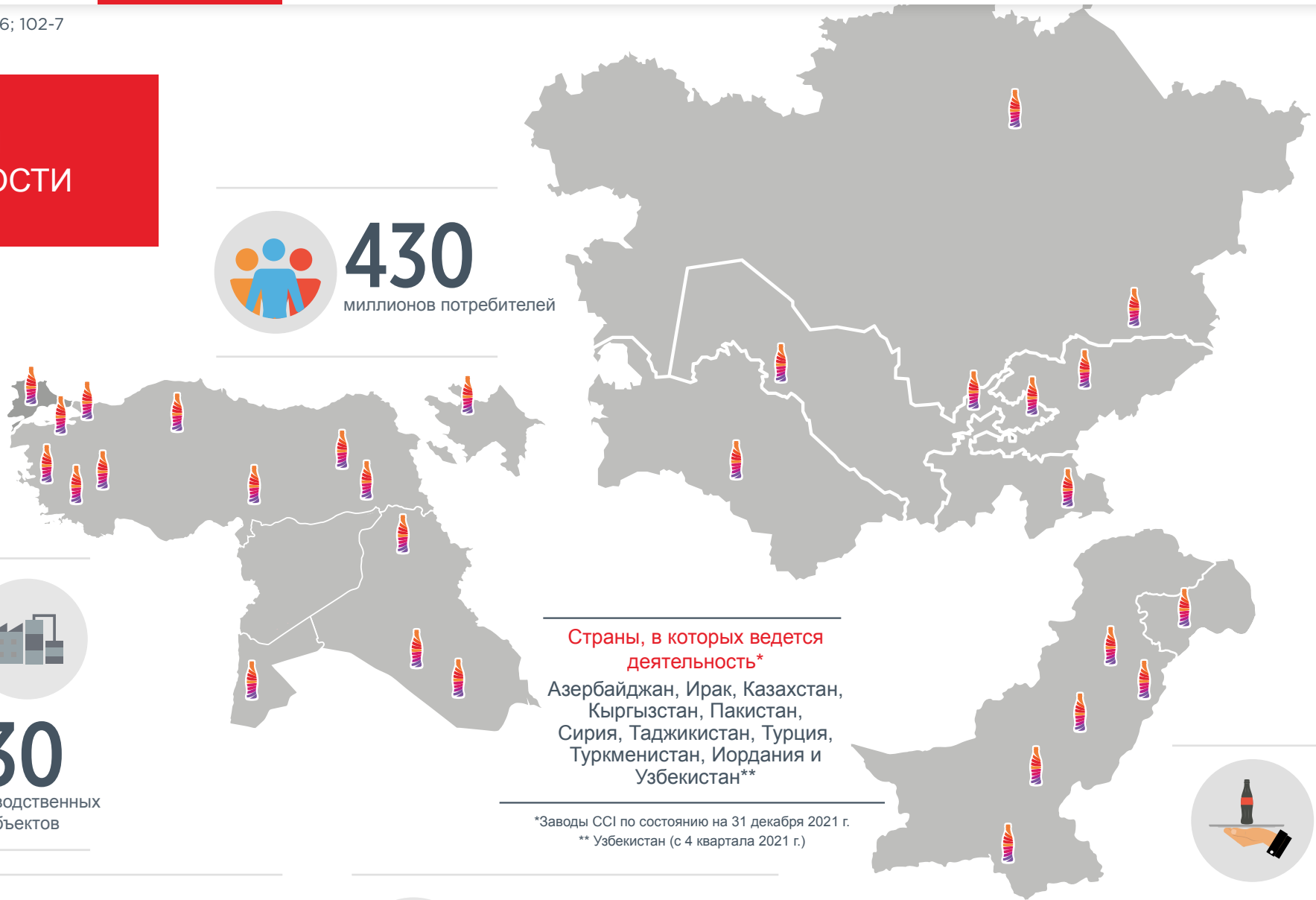
** Узбекистан (с 4 квартала 2021 г.)



Более

23

торговых марок,
предлагаемых нами рынку



GRI: 102-2

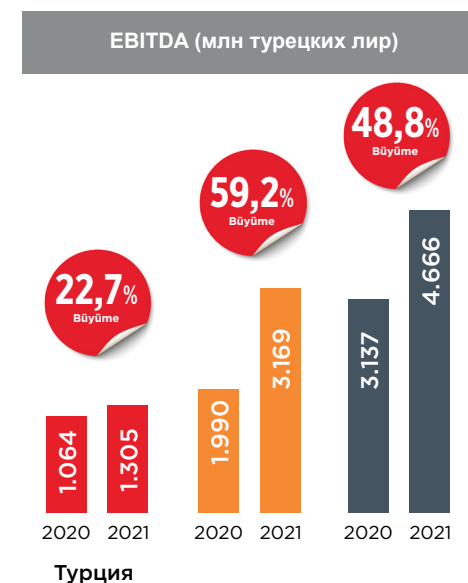
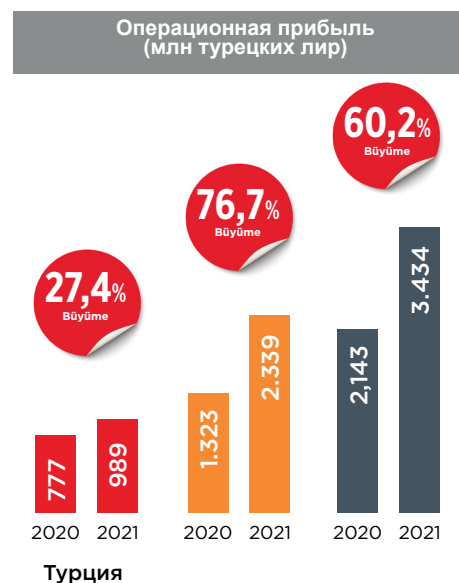
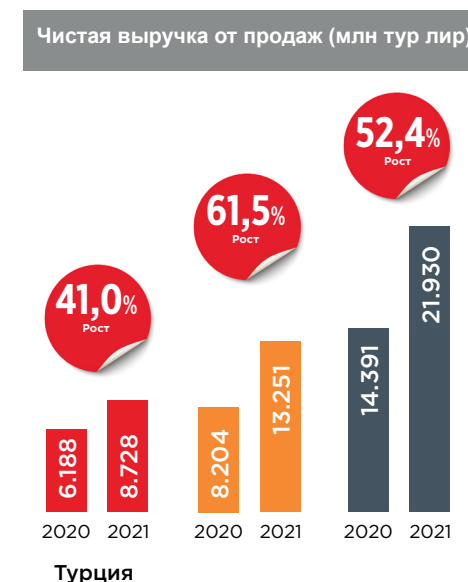
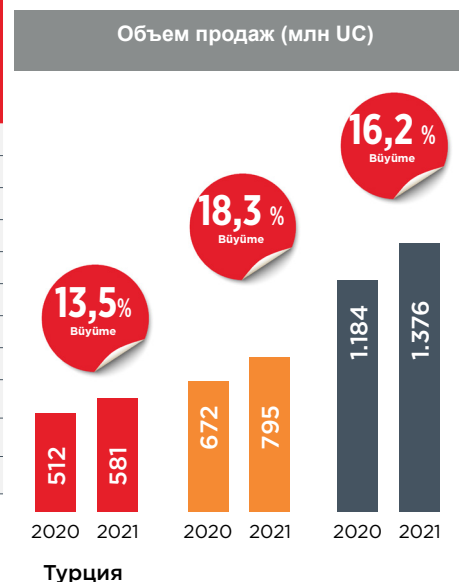
Страны, в которых ведется деятельность*	Население (млн) ⁽¹⁾	ВВП на душу населения по ППС(тысяч\$) ⁽²⁾	Потребление безалкогольных готовых напитков на душу населения, л ⁽³⁾	Доля ССИ на рынке газированных напитков ⁽⁴⁾	Рейтинг ССИ по газированным напиткам ⁽⁵⁾
Турция	85,0	29,3	112,6	65,5%	1
Пакистан	225,2	4,6	28	49,5%	1
Казахстан	19,0	26,8	131,7	51,2%	1
Ирак	41,2	9,5	137,7	38,2%	2
Узбекистан	33,9	7,2	58,9	51,6%	1
Азербайджан	10,2	17,3	80,2	73,8%	1
Кыргызстан	6,6	4,4	70,8	65,1%	1
Иордания	11,0	9,2	85,6	19,1%	2
Таджикистан	9,7	3,5	35,6	54,3%	1
Туркменистан	6,1	14,9	55,7	49,2%	1
Сирия	18,3	3,7	-	-	-

Источник: *Страны расположены в соответствии с объемом производства (внутренние объемы ССИ за 2021 финансовый год).

(1) и (2) IHS Markit, (3) отраслевые оценки GlobalData и IHS Markit, (4) и (5) * Nielsen / GlobalData / Внутренняя система ССИ • Детали источника данных для (4) и (5); EN/KAZ: Nielsen Retail Panel, финансовый год

2021; PAK/IQ/UZB/AZE/KYR/JOR/TAJ/TUM Отраслевые оценки GlobalData и внутренний объем ССИ, 2021 финансовый год

Консолидированные данные (млн тур. лир)	2020	2021
Консолидированные данные (млн тур. лир)	1 184	1 376
Объем продаж (млн US)	14 391	21 930
Чистая выручка от продаж	2 143	3 434
Операционная прибыль	14,9%	15,7%
Маржа операционной прибыли	3 137	4 666
EBITDA	21,8%	21,3%
Маржа EBITDA	1 233	2 271
Чистая прибыль	8,6%	10,4%
Маржа чистой прибыли	8 737	14 970
Итого собственный капитал	19 147	32 786
Итого активы	1 477	5 176



*Показатели операционной прибыли и EBITDA операций в Турции и за рубежом показаны без учета прочих доходов/расходов.

Компания ССИ является лидером рынка в большинстве стран, где она осуществляет

В странах, где ССИ осуществляет свою деятельность, примерно

60%

населения составляют люди в возрасте до 30 лет.

Сотрудники ССИ по местонахождению	2021	2021 (%)
Операции в Турции*	2 097	27%
ОфисгруппывТурции**	252	3%
Иордания	317	4%
Казахстан	733	10%
Азербайджан	349	5%
Пакистан	2412	29%
Ирак	857	11%
NIQ HC	260	3%
SIQ HQ	597	%7
Туркменистан	194	3%
Таджикистан	101	1%
Кыргызстан	318	4%
Сирия	1	0
Узбекистан		

* Операционная деятельность в Турции включает в себя работу заводов и офисов продаж.

** В офис Группы входят сотрудники, отвечающие за все 10 компаний.

*** ССИ в настоящее время не ведет свою деятельность в Сирии и не осуществляет продажу напитков с 2017года.



ПРИМЕЧАТЕЛЬНЫЕ СОБЫТИЯ

«Руководствуясь видением устойчиво расширять нашу деятельность, мы создаем устойчивую ценность для всех заинтересованных сторон в нашей цепочке создания ценности, стремясь стать лучшей компанией в своем секторе и на рынках, которые мы обслуживаем». В центре нашей деятельности находится наша цель

«Создание ценности»

для «Сотрудников»,

«Общества»,

«Клиентов и потребителей».

Мы представляем на рассмотрение нашим партнерам ценность, которую мы создаем, под 6 основными заголовками: здоровье потребителей, потребительская ценность, права человека, человеческий капитал, развитие общества и экологический след.

ДОБРО ПОЖАЛОВАТЬ, УЗБЕКИСТАН

В 2021 году к географии нашей деятельности мы добавили Узбекистан, единственную страну в Центральной Азии, в которой мы не работали уже много лет. Мы гордимся тем, что имеем возможность предоставлять свои услуги во всех странах Центральной Азии, включая Узбекистан, который имеет большой потенциал в сфере потребительских товаров повседневного спроса.

Этот исторический шаг в то же время стал одним из первых примеров участия в приватизационном процессе в Узбекистане. Договор купли-продажи был подписан на Экономическом форуме Узбекистана 2021 председателем Совета директоров ССИ и группы «Анадолу» Тунджаем Озилханом, генеральным директором ССИ Бураком Башарыром, заместителем премьер-министра Республики Узбекистан Джамшидом Кучкаровым и директором Агентства по управлению государственными активами Республики Узбекистан (UzSAMA) Акмалхоном Ортиковым.

Благодаря нашим трем заводам в Узбекистане, которые находятся в Ташкенте, Намангане и Ургенче, нашим компетентным сотрудникам и более чем 30-летнему опыту работы в регионе, мы продолжаем создавать ценность для всех наших партнеров.



3

Завода

1.500

Более
сотрудников

35

МИЛЛИОНОВ

населения

Производственная мощность
около

120 МЛН. US

ПРИМЕЧАТЕЛЬНЫЕ СОБЫТИЯ

ПРАВА ЧЕЛОВЕКА – ПРЕЖДЕ ВСЕГО



Нами был опубликован Манифест ССИ о многообразии и инклюзивности.



Мы опубликовали Руководство по культуре речи и деловому общению с учетом гендерных аспектов на турецком и английском языках.



Высшее руководство ССИ и более 90 руководителей прошли тренинг «От предвзятости к инклюзивности», состоящий из трех модулей.



В 2021 году мы провели для наших сотрудников тренинги по охране труда и технике безопасности в общей сложности 78.261 часов.



Мы запустили программу ССИ Care для создания «культуры благополучия», благодаря которой наши сотрудники могут улучшить свое физическое и ментальное здоровье.

В 2021 году мы увеличили индекс подготовки талантов (TRI) с 62% до 66%..



Мы получили награду LinkedIn за лучший бренд работодателя в 2021 году.



Наши сотрудники прошли в общей сложности 88 453 часа аудиторного и онлайн-обучения.



Мы внедрили частную медицинскую страховку, охватывающую наших сотрудников в Ираке и Таджикистане.



В Иордании мы расширили

УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ И ОТВЕТСТВЕННОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ

В 2021 году наш бренд Damla Minera Sade был признан достойным Премии вкуса Международного института вкуса и качества.



В Иордании на упаковку Cola-Cola и Coca-Cola Zero был добавлен знак "вторичной переработки".



В сотрудничестве с Coca-Cola İçecek компания Migros внедрила пилотный проект, поддерживающий переработку металлических, стеклянных и пластиковых отходов упаковки напитков.



Совместно с Министерством здравоохранения и Федерацией турецких ассоциаций производителей продуктов питания и напитков, членом которой является Coca-Cola Турция, было подписано Руководство по сокращению потребления / использования сахара в Турции.



Мы были среди подписантов UNSTEREOTYPE ALLIANCE, который был создан для продвижения позитивного гендерного представительства и разнообразия в маркетинге в Турции.



ЗАРАБАТЫВАТЬ ВМЕСТЕ С НАШИМИ КЛИЕНТАМИ

В 2021 году платформу «Это интересно» посетили 236.336 пользователей.



В рамках услуг Центра взаимодействия с клиентами ССИ был запущен корпоративный сервис Whatsapp, где услуги также начали предоставляться на английском и арабском языках.



ОТВЕТСТВЕННОЕ СНАБЖЕНИЕ И ПРОИЗВОДСТВО



Были проведены аудиты заводов на соответствие Руководящим принципам для поставщиков (SGP). В 2021 году мы добились успеха в 98% аудитов SGP на заводах.



В 2021 году мы сэкономили 12,5 млн МДж энергии, 5 тыс. тонн CO₂-эквивалента и 185 тыс. м³ воды благодаря проектам ССИ по



Благодаря Проекту оптимизации планирования междугородных перевозок, мы обеспечили повышение эффективности грузовых автомобилей и оптимизацию маршрутов в рамках наших проектов по оцифровке и сэкономили 143,153 литра топлива.



В 2021 году мы использовали 8,3% переработанного пластика (r-PET) в Турции.



В 2021 году мы предотвратили выброс 67 302 тонн CO₂-эквивалента, что равно количеству, абсорбируемому из атмосферы 5,6 миллионами деревьев, благодаря использованию многоразовых стеклянных бутылок в Турции.

В наших пластиковых ящиках мы использовали 25% переработанного ПЭВП (полиэтилена высокой плотности).



Благодаря использованию более легкой упаковки мы сэкономили 128 тонн смолы.



Мы переработали и повторно использовали 8% от воды, используемой на наших производствах в Турции, и 6% от воды, которую мы используем в ССИ.



Использование электрических вилочных погрузчиков позволило нам сократить выбросы двуокиси углерода на 68% и предотвратить попадание в атмосферу 521 тонны двуокиси углерода.



В результате применения новаторской практики по всей цепочке создания ценности в 2021 году мы предотвратили выбросы CO₂ в объеме 485 тысяч тонн.



КОРПОРАТИВНАЯ ГРАЖДАНСКАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ



Благодаря сотрудничеству с Ability Pool программа волонтерства ССИ стала управляться через цифровую платформу.



Посадив 50 тысяч саженцев в мемориальных лесах Coca-Cola Турция, мы предотвратили выбросы CO₂, эквивалентные 20 570 тоннам.



В рамках проекта «Под тегом Доброта», осуществляемого совместно с ассоциацией «Dem», были покрыты годовые расходы на техническое обслуживание слуховых аппаратов 4



Проект «3.2.1 Старт!» начал успешно внедряться в Казахстане и Кыргызстане.



Благодаря проекту «Моя сестра» с 2015 года мы оказали поддержку в плане прав и возможностей более чем 350 000 женщинам по всей Турции.



В сотрудничестве с Министерством окружающей среды Пакистана компания ССИ Пакистан посадила 50 000 саженцев.



В Кыргызстане реализован проект WasteNet целью которого является повышение эффективности системы сбора и переработки отходов (ПЭТ-упаковки) путем налаживания сотрудничества между предприятиями по сбору и переработке отходов и субъектами сегмента HoReCa.



В рамках проекта PAANI мы установили еще 2 фильтровальные установки, обеспечив доступ к чистой воде примерно 1,1 миллиона человек с помощью 30 водоочистных установок.



Благодаря проектам в Конье и Харране в 2021 году было сэкономлено примерно 4 миллиарда литров воды.



Совместно с компанией ССИ Азербайджан, Министерством экологии и природных ресурсов и волонтерами ASAN на берегу Каспийского моря с участием более 1000 волонтеров было собрано в общей сложности 6,5 тонны отходов.

+1000

ПРЕМИИ 2021

Наш генеральный директор Бурак Башарыр был удостоен награды **«Лучший генеральный директор»** Турции 2021 года в категории BIST «All Index Companies» в рамках церемонии вручения наград в области отношений с инвесторами, организованной «Institutional Investor».

Согласно опросу, проведенному «Institutional Investor»

Бурак Башарыр также вошел в число руководителей высшего звена с самым высоким рейтингом по результатам голосования более 1500 инвесторов и экспертов группы управления регионами Европы, Ближнего Востока и Африки (EMEA).



Institutional Investor

Команда ССИ по связям с инвесторами также заняла 3-е место по результатам исследования группы управления EMEA.

Директор отдела кадров нашей группы Эбру Озген вошла в число **«50 самых успешных руководителей отдела кадров»**

по результатам исследования журнала «Economist» за 2020 год.

Economist



Директор отдела кадров нашей группы Эбру Озген вошла в число **«50 самых влиятельных руководителей отдела кадров в Турции»**

по версии журнала «Fortune Турция».

FORTUNE TÜRKİYE

Наш директор по информационным технологиям Лейла Делич была признана одним из

150 самых влиятельных руководителей

в мире по версии «Constellation Business Transformation 150» (BT150).



Мы получили награду **«Worldstar Global Packaging»** за вторичную переработку ПЭТ-бутылок и оберточных этикеток в категории «Упаковочные материалы и компоненты».



**WORLDSTAR
GLOBAL
PACKAGING
AWARDS**

По результатам CDP за 2021 год мы стали единственной компанией с оценкой **«A-»**

в категории FMCG (потребительских товаров повседневного спроса) в рейтинге «Безопасность воды» среди турецких компаний. В рамках «Программы по изменению климата» мы сохранили нашу прошлогоднюю оценку «B» и улучшили как мировые, так и глобальные средние показатели по отрасли.

Our CDP water security score upgraded from B to



По версии журнала «Fast Company»
мы вошли в число

100 лучших компаний

Турции в категории «Корпоративная
культура 100».

FAST COMPANY

Мы получили премию LinkedIn за
таланты в категории

«Лучший бренд работодателя»

в 2021 году.



Компания ССИ Казахстан награждена премией Министерства иностранных дел
Казахстана -

«Долгосрочный деловой партнер» за вклад в социально-экономическое развитие
страны.



Наш генеральный директор Бурак
Башарыр и Директор отдела кадров
нашей группы Эбру Озген были
удостоены наградами

**«Лучший генеральный директор» и
«Лучший специалист по кадрам»**

на церемонии вручения наград «Золотые
лидеры» по результатам голосования
более чем 35 тысяч сотрудников.



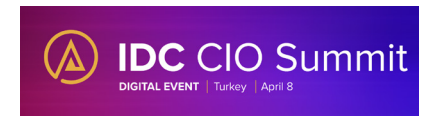
Компания ССИ получила премию за
**лучшую организацию командной
работы** на церемонии вручения
наград «Horizon», организованной
компанией «Zycus», ведущим
мировым партнером в области
технологий закупок.

Мы были удостоены 5 наградами в 5
категориях на саммите IDC CIO Summit.

В то время как программа OneCCI
получила награду

**«Лучший проект управления
изменениями»,**

мы получили награды за третье
место за проекты CCINext - ASA-
интеллектуальный полевой помощник
и Digital Link — объединенная команда
по планированию и цифровым
технологиям.



Компания ССИ Таджикистан
получила награду «Лучший
налогоплательщик Республики»
по итогам 2019 и 2020 годов.

Налоговый комитет при
Правительстве Республики
Таджикистан выбрал компанию
ССИ Таджикистан

**«Лучшим налогоплательщиком
Республики»** по итогам 2020 года.

ПРОЙДЕННЫЕ ЭТАПЫ

2002

- » Мы опубликовали первую «Экологическую политику»

2009

- » Мы заняли первое место в Рейтинге оценок отчетности по Турции.
- » Мы подписали Глобальный договор Организации Объединенных Наций (UNGC).
- » Мы опубликовали первый отчет об устойчивом развитии.

2011

- » Мы (впервые) прошли независимую аудиторскую проверку ISAE3000.
- » Мы стали одним из основателей Группы лидеров по вопросам изменения климата.
- » Мы стали компанией номер один в Турции по производству продуктов питания и напитков среди лидеров CDP Глобальной прозрачности.
- » Было подписано «Коммюнике 2°C».

2014

- » Компания завоевала второе место в категории «Прозрачность награды» в программе CDP «Климатическое лидерство в Турции»
- » Мы стали первой компанией из Турции, принявшей участие в Глобальной водной программе CDP.
- » Мы повысили рейтинг корпоративного управления с 8,8 до 9,25.

2013

- » Компания ССИ стала первой многонациональной компанией среди всех разнородных предприятий, выполнивших «Программу 10 основных целей по энергосбережению» в системе TCCS.
- » Мы стали первой компанией из Турции в системе TCCS, вошедшей в индекс UNGC 100.
- » Был внедрен новый «Этический кодекс», «Политика прав в сфере труда» и «Служба этики».
- » Мы получили первую сертификацию ISO 14064-3 по инвентаризации GHG.
- » Мы вошли в 100 лидеров Турции по раскрытию информации о выбросах углерода и эффективности в отчете CDP об изменении климата.
- » Мы получили «Сертификат гендерного равенства» от KAGIDER в Турции.

2012

- » Мы вошли в топ-2 лидеров по Турции в рейтинге показателей выбросов углерода CDP.
- » На заводах в Измире и Мерсине в Турции совместно с TCCC и WWF (Всемирный фонд дикой природы) мы выполнили «10 лучших целевых программ по энергосбережению».
- » Мы представляли Турцию на саммите Рио+20 с лучшими проектами по «зеленой» экономике.
- » По итогам работы в области гендерного равенства Всемирного экономического форума мы подписали обязательство «Равенство на рабочем месте» и приняли участие в турецкой платформе.
- » Мы стали участником форума «Модели равных возможностей», совместном предприятии KAGIDER (Ассоциация женщин-предпринимателей Турции) и Всемирного банка, на котором оценивались корпоративные системы и практики управления персоналом и вопросы гендерного равенства с точки зрения карьерного роста.

2015

- » Мы объявили «Наше видение устойчивого развития и его стратегические рамки до 2025 года».
- » Компания была включена в «Индекс стабильности BIST 50».
- » Компания вошла в «Индекс развития Euronext Vigeo 70».
- » Мы подписали «Принципы расширения прав и возможностей женщин ООН».
- » Мы повысили рейтинг корпоративного управления с 9,25 до 9,40.

2016

- » Мы приняли участие в «Индексе устойчивого развития BIST 100».
- » Компания была включена в Глобальный индекс стабильности MSCI».
- » Компания вошла в «Индекс развития FTSE4Good».
- » Компания заняла почетное место среди лидеров в программе CDP «Изменение климата»

2017

- » Компания была включена в фондовый индекс ESG развивающихся рынков ECPI
- » Мы приняли участие в «Рейтинге лучших показателей развивающихся рынков Vigeo Eiris».
- » В рамках проекта «Независимые женщины-руководители» мы приняли участие в «Совете Клуба 30% Турции», инициированном Форумом корпоративного управления Университета Сабанджи и Советом по рынкам капитала.

2018

- » Мы достигли 9,45 баллов по корпоративному управлению.
- » Был получен отчет о независимой проверке данных об отходах операционной деятельности в Турции.
- » «Политика прав на рабочем месте» подверглась обновлению в редакции «Политика прав человека».

2021

- » Из состава TCCS и Турции мы единственная компания, которая участвует в рейтинге UNGC 100 (с 2013 года).
- » Мы были приглашены на оценку корпоративной устойчивости S&P Global за 2021 год и повысили нашу оценку на 19 баллов по сравнению с предыдущим отчетным периодом.
- » Мы повысили рейтинг корпоративного управления с 9,46 до 9,47.
- » Мы присоединились к Целевой группе финансовых директоров Глобального договора Организации Объединенных Наций по целям в области устойчивого развития.

2020

- » Мы стали одним из соучредителей альянса CORE (Collect and Recycle Alliance) в Пакистане.
- » Мы подписали обязательство генерального директора сети LEAD.
- » Мы стали участником программы «Покупатели, поддерживающие VIVE (Buyers Supporting VIVE)».
- » Мы опубликовали политику ССИ в отношении домашнего насилия в Турции в рамках проекта «Против насилия в деловом мире» BADV, поддерживаемого Фондом Сабанджи и Фондом ООН в области народонаселения (UNFPA), который осуществляется Форумом корпоративного управления Университета Сабанджи в сотрудничестве с TÜSIAD.

2019

- » Мы стали членами ERTA (Сеть интегрированной отчетности Турции).
- » Мы приняли участие в «Инициативе пластикового бизнеса» в Турции.
- » Мы получили 9,46 баллов по корпоративному управлению.

GRI: 102-12; 102-13

ПРИЗНАНИЕ ДОСТИЖЕНИЙ В СФЕРЕ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

Компания ССИ занимает видное место в национальных и глобальных индексах устойчивого развития благодаря нашей устойчивой деловой практике и прозрачному представлению нашего видения устойчивого развития.



С начала действия Глобального договора Организации Объединенных Наций (ГД ООН) в 2013 году и до настоящего момента ССИ по-прежнему остается единственной компанией в Турции, включенной в Индекс ГД ООН 100. Компании, включенные в индекс, выбираются из числа членов ГД ООН со всего мира, которые соответствуют требуемым критериям.

Члены, которые соответствуют требуемым критериям, должны продемонстрировать свою приверженность 10 принципам ГД ООН, постоянно улучшать и раскрывать свои показатели устойчивого развития и поддерживать стабильную базовую прибыльность.

ССИ является первой и до сих пор единственной турецкой компанией в индексе UNGC 100.



Согласно оценке нашей практики устойчивого развития и результатов деятельности за период 2020–2021 годов, ССИ вошла в Индекс стабильности Стамбульской биржи (BIST) в период с декабря 2020 года по июнь 2022 года. ССИ стала одной из первых 29 компаний, включенных в индекс устойчивого развития BIST в 2015 году.

Компания ССИ вошла в индекс стабильности BIST.



После оценки организацией Morgan Stanley Capital International результатов нашего экологического, социального и корпоративного управления за период 2018–2019 годов, ССИ вошла в индекс лидеров MSCI ESG 2020 года с рейтингом BBB. 19 ноября 2021 года рейтинг MSCI ESG подтвержден на уровне BBB. Компания ССИ была включена в глобальный индекс устойчивого развития MSCI в 2016 году.

Компания ССИ вошла в рейтинг лидеров MSCI ESG.

GRI: 102-12; 102-13



ССИ добровольно участвует в программах CDP по изменению климата и водным ресурсам. ССИ была трижды награждена премиями CDP Climate Leadership в Турции в категориях «Производительность» и «Прозрачность». В 2021 году ССИ повысила оценку программы по водным ресурсам до A-, сохранив при этом оценку программы по изменению климата на уровне B.

В 2021 году ССИ повысила оценку программы безопасности воды до A-.



В июле 2020 года ССИ снова вошла в рейтинг «Vigeo Eiris- компании с лучшими показателями развития» как одна из 100 самых передовых компаний в области устойчивого развития на развивающихся рынках. В рейтинг вошли 813 компаний из 31 страны. Компании в этом рейтинге получают наивысшие оценки, определенные VigeoEiris в результате обзора, основанного на 38 критериях, разделенных на шесть основных областей в сфере корпоративной среды, общества и управления.

Компания была включена в рейтинг лучших развивающихся рынков Vigeo Eiris.



FTSE4Good

В 2016 году компания ССИ была включена в индекс развития FTSE4Good благодаря своим высоким показателям в области экологического, социального и корпоративного управления и продолжила удерживать свое место в списке 2020 года. Индекс развития FTSE4Good был подготовлен в 2016 году компанией FTSE Russell, мировым лидером в области индексов и данных, используемых инвесторами во всем мире.

Компания ССИ вошла в индекс FTSE4Good Rising Index



По состоянию на декабрь 2017 года компания ССИ была включена в фондовый индекс ESG развивающихся рынков (ECPI). ECPI- ведущая рейтинговая и индексная компания, занимающаяся исследованиями экологических, социальных и управленческих показателей.

Компания ССИ вошла в «Фондовый индекс рынка ESG развивающихся рынков ECPI».

GRI: 102-18

КОМПЛЕКСНЫЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ

Совет директоров ССИ рассматривает устойчивое развитие как часть своей бизнес-стратегии и придерживается подхода, направленного на создание ценности для всех заинтересованных сторон. Во всей своей деятельности компания фокусируется на наиболее эффективном использовании финансовых, природных, реляционных, производственных, человеческих и интеллектуальных ресурсов и постоянном повышении эффективности. Для этого входящие затраты- средства и ресурсы в рамках каждой статьи капитала, деятельность, осуществляемая в соответствии с желаемым результатом, и ценность, созданная для каждой группы заинтересованных сторон в результате этого, регулярно пересматриваются и обновляются в соответствии с потребностями. ССИ стремится постоянно развивать свой целостный подход к оценке рисков и возможностей, разработке стратегий и определению краткосрочных, среднесрочных и долгосрочных целей на будущее.

Компания ССИ осуществляет всю свою деятельность в соответствии с местными

нормативными актами стран, в которых она работает, а также Принципами корпоративного управления, которые регламентируются Советом по рынкам капитала Турции. Мы ежегодно публикуем Отчет о соблюдении принципов корпоративного управления, чтобы предоставлять нашим партнерам прозрачную информацию о нашей деятельности. Эффективность корпоративного управления контролируется Советом директоров ССИ во взаимодействии с корпоративными комитетами Совета директоров. Комитет по корпоративному управлению также выполняет обязанности Комитета по кадрам и вознаграждениям.

Сильная структура корпоративного управления ССИ играет жизненно важную роль в достижении наших стратегических целей. Комитет по корпоративному управлению несет полную ответственность за определение и реализацию бизнес-стратегии с учетом приоритетов устойчивого развития. Эту ответственность берет на себя Исполнительный комитет ССИ, в который входят представители высшего руководства и который возглавляется генеральным директором. Общие вопросы устойчивого развития, находящиеся в зоне внимания генерального директора, решаются под руководством отдела устойчивого развития группы ССИ. Ответственными за экологическую устойчивость являются директор по корпоративным связям

группы, директор по цепочке поставок группы, главный операционный директор и региональные директора по стране. Отдельные целевые группы работают с комплексным мышлением по трем нашим основным направлениям: изменение климата, лидерство в области водных ресурсов и устойчивое управление упаковкой и отходами. Программы преобразования, которые мы планируем реализовать в наших офисных зданиях, и программа «Рука об руку с окружающей средой», реализуемая на наших производственных объектах, являются взаимодополняющими элементами. Целевые группы встречаются 2-4 раза в месяц с участием соответствующих функциональных подразделений. Каждые 3 месяца они подают отчет Руководящему комитету.

Директор по кадрам Группы обеспечивает реализацию программы социальной устойчивости. Осуществляют свою деятельность Руководящий комитет по охране труда и технике безопасности и Консультативный комитет по многообразию и инклюзивности. Локальные комитеты по охране труда собираются ежемесячно и ежеквартально отчитываются перед комитетами по охране труда и технике безопасности страны. В сотрудничестве с комитетами во всех странах деятельности ССИ команда Группы по охране труда координирует вопросы, связанные с охраной труда, и отчитывается перед Руководящим комитетом по

охране труда и технике безопасности, который собирается раз в полгода. Консультативный совет по многообразию и инклюзивности занимается 3 областями: гендерное равенство, межпоколенческое разнообразие, культура и опыт.

Комитет по инвестициям, Комитет по рискам, Комитет по этике и соблюдению требований, Руководящий комитет по информационной безопасности и Комитет по обеспечению непрерывной деятельности бизнеса работают отдельно по шести основным пунктам, используя комплексный системный подход, для достижения поставленных целей в каждом из определенных стратегических вопросов, создавая отдельные рабочие группы; решения принимаются на уровне группы, а отчетность осуществляется перед Исполнительным комитетом. Эти комитеты собираются через регулярные промежутки времени в течение года и дополнительно по мере необходимости. Инвестиционный комитет, состоящий из генерального директора, главного операционного директора, директора по финансовым вопросам и директора по цепочке поставок Группы, собирается по мере необходимости перед принятием важных инвестиционных решений. IT-директор также посещает заседания Инвестиционного комитета, прежде чем принимать решения об инвестициях в цифровые технологии.

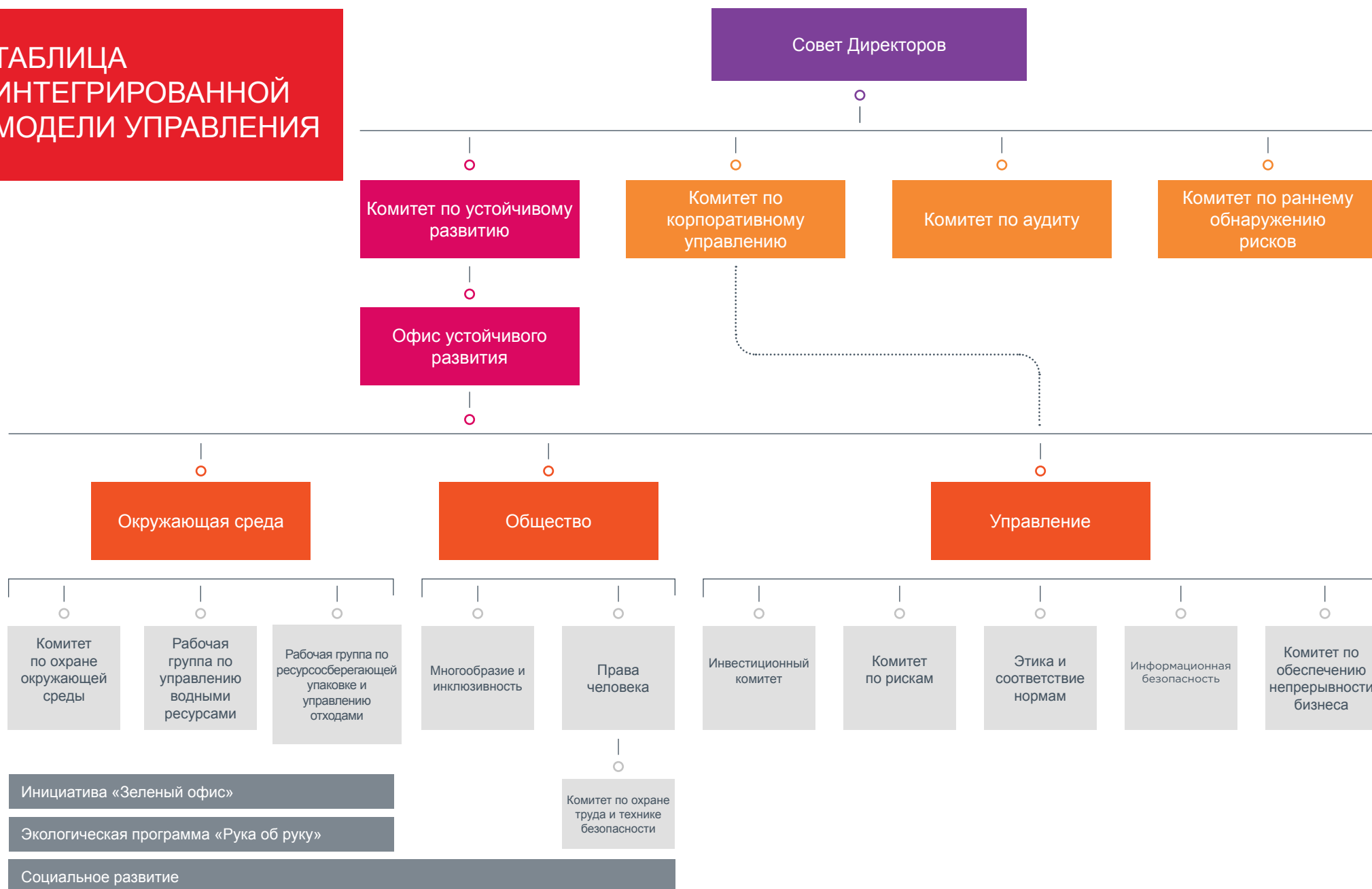
ДЛЯ ПОЛУЧЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ О
КОМИТЕТАХ НАЖМИТЕ НА ССЫЛКУ:
[HTTPS://WWW.CCI.COM.TR/YATIRIMCI-
ILISKILERI/KURUMSALY%C3%B6NETIM-
Y%C3%B6NETIMVE-Y%C3%B6NETIM-
KURULU/ KOMITELER](https://www.cci.com.tr/yatirimci-iliskileri/kurumsal-y%C3%B6netim-y%C3%B6netim-ve-y%C3%B6netim-kurulu/komiteler)





GRI: 102-18

ТАБЛИЦА ИНТЕГРИРОВАННОЙ МОДЕЛИ УПРАВЛЕНИЯ



GRI: 102-47

АНАЛИЗ ПРИОРИТЕТОВ

Анализ приоритетов имеет для нас большое значение с точки зрения непрерывного анализа нашей деятельности по важным для нас вопросам, особенно наших приоритетов в области устойчивого развития и ежегодной оценки результатов.

Осознавая важность участия заинтересованных сторон при проведении анализа приоритетов, мы регулярно поддерживаем связь с каждой из групп наших партнеров, принимая во внимание их мнения и отзывы.

Приоритетные вопросы;

- Глобальные и отраслевые риски и возможности,
- Стратегические приоритеты ССИ и ТССС,
- Деятельность ССИ и ее социальное, экономическое и экологическое воздействие на цепочку создания ценности,
- Обеспокоенность и ожидания партнеров.

Которые мы анализируем по 4 важным направлениям. Наша текущая матрица приоритетов, которую мы создали в результате наших исследований и анализа, подлежит оценке и утверждению Исполнительным комитетом.

В 2020 году мы провели ряд совещаний с нашими внешними партнерами в Турции, Пакистане и Казахстане, организовали встречи, на которых обсуждались поставленные цели и взятые нами обязательства до 2030 года, а также приняли во внимание их мнения и отзывы. Параллельно с меняющимися и трансформирующимися мировыми условиями, в этот отчетный период приоритетными стали вопросы влияния наших партнеров на процессы оценки и принятия решений, а также вопросы, имеющие растущее воздействие на деятельность ССИ. Мы рассмотрели вопросы в рамках наших целей и обязательств на период до 2030 года, и в конце 2021 года вместе с нашим консультантом по отчетности мы провели онлайн-опрос по существенным вопросам, которые будут включены в наш интегрированный отчет о деятельности. После того, как анкеты были заполнены и получены, мы проанализировали их результаты и составили список приоритетных вопросов. В нашем исследовании и анализе мы разделили все важные вопросы на три группы как приоритетные, высокоприоритетные и самые приоритетные и разместили их в матрице по возрастающей, принимая во внимание процентное распределение уровня приоритета для ключевых заинтересованных сторон и ССИ.

- | | | |
|--|--|---|
| 1 Безопасность качества продукции | 7 Информационная безопасность и цифровизация | 13 Социальные инвестиции |
| 2 Здоровье, безопасность и благополучие | 8 Вовлеченность сотрудников | 14 Богатый и инновационный портфель продуктов |
| 3 Ресурсосберегающая упаковка | 9 Превосходство в цепочке поставок | 15 Превосходное управление поставщиками |
| 4 Управление водными ресурсами | 10 Управление новым персоналом и талантами | 16 Устойчивое сельское хозяйство |
| 5 Энергетический менеджмент и климатический кризис | 11 Многообразие и инклюзивность | 17 Биоразнообразие |
| 6 Права человека в цепочке создания ценности | 12 Экономическое влияние | 18 Добровольность |

МАТРИЦА ПРИОРИТЕТОВ ССИ 2021 ГОДА



ВАЖНЫЕ ТЕМЫ, КАСАЮЩИЕСЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ



ЗДОРОВЬЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Мы предлагаем нашим потребителям выбор из широкого ассортимента напитков с высоким качеством продукции и стандартами безопасности, которые имеют жизненно важное значение в нашей бизнес-модели.



ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ ЦЕННОСТЬ

Мы стремимся постоянно повышать уровень удовлетворенности клиентов в наших регионах для достижения совершенства в работе с помощью нашей ориентированной на клиента бизнес-модели и передового подхода к управлению поставщиками.



ПРАВА ЧЕЛОВЕКА

Благодаря нашей инноваторской политике и практике мы стремимся быть отличным, безопасным, многообразным рабочим местом, которое предлагает равные возможности и оказывает положительное влияние на сотрудников во всей нашей операционной цепочке создания ценности.



ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ

Мы учитываем ожидания наших сотрудников с помощью различных платформ взаимодействия, стремимся создать рабочее место, полностью соответствующее их ожиданиям, и инвестируем в их развитие с помощью программ развития талантов.



СОЦИАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ

Мы стремимся быть ответственными корпоративными гражданами, которые с гордостью служат обществу, внедряя наши проекты, ориентированные на занятость молодежи, расширение прав и возможностей женщин, управление водными ресурсами и стремление к нулевым отходам через социальное развитие, при поддержке волонтерской деятельности сотрудников, а также на создание положительного экономического эффекта благодаря нашим инвестициям.



ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ СЛЕД

Мы стремимся свести к минимуму наше воздействие на окружающую среду, используя меньше природных ресурсов, проводя эффективную деятельность и производя меньше отходов, уделяя особое внимание Практикам «управления водными и энергетическими ресурсами», «изменения климата» и «ресурсосберегающей упаковки».

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПРИОРИТЕТЫ НА 2021- 2023 ГОДЫ

Мы определили наши стратегические приоритеты на 2021 - 2023 годы как цель двигаться вперед в соответствии с нашим видением «быть лучшей компанией в секторе потребительских товаров высокого спроса во всех странах, в которых мы осуществляем нашу деятельность». Стратегические приоритеты создают для нас путевую карту в пяти основных областях при принятии бизнес-решений, создающих ценность для всех наших партнеров.

УСКОРЕНИЕ КАЧЕСТВЕННОГО РОСТА

Мы обеспечиваем устойчивый прибыльный рост, предоставляя нашим потребителям высококачественные услуги благодаря нашему богатому и инновационному портфелю продуктов, обновляющемуся день ото дня.



- Мы поощряем рост в стратегических категориях
- Мы применяем стратегию сбалансированного портфеля и возможностей, бренда, упаковки, цены и канала (ОВРРС)
- Мы превышаем показатели предыдущего года за счет улучшения шкалы объемов
- Мы управляем себестоимостью продукции и операционными расходами
- Мы делаем ставку на создание прибыльного спроса на наши инвестиции и оптимизируем использование базы активов

БЫТЬ ЛУЧШИМИ В СЕКТОРЕ УПРАВЛЕНИЯ ОТРЕБИТЕЛЬСКИМИ ТОВАРАМИ ПОВСЕДНЕВНОГО СПРОСА

Для того чтобы обеспечить совместный рост, мы внедряем лучшие практики управления клиентами и поставщиками и развития бизнеса с помощью наших специализированных групп, взаимодействующих с нашими клиентами.



- Мы воспринимаем, направляем и удовлетворяем спрос
- Мы повышаем цифровой опыт клиентов и цифровой опыт сотрудников, используя новые методы выхода на рынок. Мы продвигаем культуру единой команды
- Мы разрабатываем долгосрочную стратегию управления ростом прибыли, проводим детальный анализ и расширяем возможности для роста доходов по всей компании

ЗАРАБАТЫВАТЬ ВМЕСТЕ С НАШИМИ СОТРУДНИКАМИ

Мы создаем многообразную и инклюзивную рабочую среду, в которой все наши сотрудники одинаково ценятся и имеют равные возможности для саморазвития.



- Мы продолжаем практику управления талантами с развитием талантов и профориентацией для наших сотрудников, ориентируясь на «Соответствие цели» и «Готовность к будущему»
- Мы поддерживаем развитие лидерских качеств с помощью программ развития и планирования преемственности для ключевых должностей
- Мы применяем наши основные ценности и политику ко всем нашим сотрудникам, продвигаем культуру ССИ и придаем большое значение многообразию и инклюзивности
- Мы внедряем процессы, системы и политики для повышения эффективности работы команды; мы создаем подходящую рабочую среду и налаживаем тесную связь с сотрудниками

ЦИФРОВИЗАЦИЯ ДЛЯ ДОСТИЖЕНИЯ ОТРАСЛЕВОГО ЛИДЕРСТВА

Чтобы сохранить отраслевое лидерство, мы переходим на цифровые технологии и внедряем инновационные методы в наш бизнес с целью повышения эффективности и расширения нашей деятельности.



- Мы создаем цифрового двойника компании, моделирующего внутренние процессы
- Мы следим за потребностями наших клиентов и взаимодействуем с ними через бизнес-платформу (B2B) для обеспечения наилучшего обслуживания
- Мы оптимизируем наши активы с помощью цифровых технологий
- Мы облегчаем жизнь нашим сотрудникам, развивая их навыки и опыт

ЗАРАБАТЫВАТЬ ВМЕСТЕ С НАШИМИ ПАРТНЕРАМИ

Мы стремимся зарабатывать вместе со всеми заинтересованными сторонами в нашей цепочке создания ценности и создаем ценность для общества и планеты.



- Мы создаем цифрового двойника компании, моделирующего внутренние процессы
- Мы следим за потребностями наших клиентов и взаимодействуем с ними через бизнес-платформу (B2B) для обеспечения наилучшего обслуживания
- Мы оптимизируем наши активы с помощью цифровых технологий
- Мы облегчаем жизнь нашим сотрудникам, развивая их навыки и опыт

НАШИ ОЖИДАНИЯ НА 2022 ГОД

Компания ССИ успешно подытожила 2021 год, добившись результатов, которые превосходили ожидания в начале года. В 2021 году все страны в портфеле ССИ внесли свой вклад в рост компании. Хотя фундамент нашей деятельности прочен, мы полагаем, что в краткосрочной перспективе сложные условия все же продолжают давать о себе знать. А поэтому мы сохраняем наш осторожный позитивный настрой в отношении предстоящего года.

Новые варианты вируса Covid-19 создают неопределенность для операционной среды, в то время как макроэкономическая волатильность и проблемы в цепочках поставок сокращают прибыль.

В соответствии с нашей целью создания ценности для наших партнеров, мы намерены продолжать наш рост благодаря нашей отличной исполнительской способности, эффективному управлению ростом доходов, разумному подходу к управлению затратами и строгому управлению финансами.

Ожидания нашей компании на 2022 год следующие: (все цифры приведены на основе отчетности, если не указано иное).

Объем продаж:

Рост объема продаж в диапазоне от высоких однозначных до низких двузначных значений; средний рост объемов с однозначными значениями на предварительной основе (В случае, если объем продаж ССВУ рассчитывается путем включения 100% объема продаж в 2021 и 2022 годах).

- Показатели производительности, параллельные с 2021 годом в Турции.
- Высокий рост на десятки процентов в международных операциях; Высокие однозначные темпы роста на предварительной основе.

Чистая выручка от продаж:

Рост чистой выручки от продаж с поправкой на влияние курсов валют в диапазоне от низкого до среднего 40 процентилля.

Маржа EBITDA:

Включая влияние относительно низкого ССВУ и давления цен на сырьевые товары, - в пределах снижения на 100 базисных пунктов в соответствии с 2021 годом.

Инвестиционные расходы/продажи:

До 8-10% от консолидированной чистой выручки от продаж.

Оборотный капитал и свободный денежный поток:

Низкий однозначный оборотный капитал/продажи.

Увеличение свободного денежного потока в абсолютном выражении по сравнению с 2021 годом, несмотря на увеличение инвестиционных расходов.



GRI: 102-9

ЦЕПОЧКА СОЗДАНИЯ ЦЕННОСТИ

Мы выполняем свою работу с большим энтузиазмом, чтобы предоставить нашим потребителям широкий ассортимент безопасной и качественной продукции. Мы подбираем лучших бизнес-партнеров для совместной работы и ведем деятельность согласно принципам доверия. Мы уделяем приоритетное внимание прозрачности отчетности на каждом этапе нашей цепочки создания ценности.



ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РЕСУРСОВ

Мы стремимся к достижению наилучшего качества по всей цепочке создания ценности. Мы сотрудничаем с ТССС и другими поставщиками, чтобы обеспечить устойчивые источники концентратов, сырья и упаковочных материалов для производства высококачественных и обладающих отличным вкусом напитков. Мы требуем от наших поставщиков соблюдения Руководящих принципов для поставщиков (SGP), устанавливающих минимальные экологические, социальные, экономические и этические условия, соблюдения которых мы ожидаем от них, и проводим проверки на предмет их соответствия SGP.



НАШЕ ПАРТНЕРСТВО С КОМПАНИЕЙ THE COCA-COLA COMPANY (ТССС)

Мы являемся одним из самых важных партнеров ТССС по бутилированию напитков в сфере производства, продажи и распространения напитков в 10 странах, где мы работаем. ТССС владеет брендами, разрабатывает марки и осуществляет их продажу конечному потребителю.

Компания ССИ разделяет общее видение и ценности с ТССС, соблюдает стандарты ТССС, вносит свой вклад в глобальные цели ТССС и составляет совместные планы в отношении маркетинговых стратегий. ТССС обеспечивает наблюдение и контроль над ССИ.



ПРОИЗВОДСТВО

Чем больше мы производим, тем меньше мы расходует. Для создания еще более стабильного производства мы постоянно внедряем инновации на 30 заводах в 11 странах, чтобы повысить эффективность использования ресурсов и улучшить нашу упаковку. Мы достигаем уровня переработки до 99% и очень быстро продвигаемся к нашей цели — безотходному производству. Мы соблюдаем международные стандарты и работаем по утвержденным программам повышения квалификации. Наши заводы ежегодно проходят аудит на соответствие требованиям к операционной деятельности системы Coca-Cola (KORE).

ВТОРИЧНАЯ ПЕРЕРАБОТКА

В соответствии с видением ТССС «Мир без отходов», благодаря нашей практике возврата стеклянных бутылок и специальным усилиям по вторичной переработке мы перерабатываем упаковку, которую поставляем на рынок. Мы постоянно внедряем инновации, чтобы увеличить количество переработанного сырья в нашей упаковке. Для достижения наших целей мы сотрудничаем с общественными организациями, местными сообществами и ТССС.



ПРОДАЖИ И МАРКЕТИНГ

Наша организация фокусируется на получении прибыли совместно с нашими клиентами. Мы тесно сотрудничаем с нашими клиентами в более чем 870 000 торговых точках и разрабатываем совместные бизнес-планы для достижения устойчивого роста с помощью социальных и экологических методов. При реализации маркетинговой и рекламной стратегии мы соблюдаем Политику ответственного маркетинга ТССС.

ЛОГИСТИКА

Мы планируем операции по хранению в соответствии с запросами клиентов и дистрибьюторов и используем цифровые технологии. Мы растем вместе с нашими дистрибьюторами. Мы распространяем ценности ССИ по всей нашей цепочке создания ценности. Для оптимального выхода на рынок мы инвестируем в развитие талантов наших дистрибьюторов. Мы распространяем наши методы, которые способствуют созданию экологических и социальных ценностей среди наших дилеров.



ПОТРЕБЛЕНИЕ

Мы предоставляем услуги 430 миллионам потребителей с более чем 23 марками. В то время, как мы предлагаем нашим потребителям широкий ассортимент продукции, подходящей для любого образа жизни и ситуации, безопасность и качество продукции по-прежнему остаются нашим главным приоритетом.

НАША МОДЕЛЬ СОЗДАНИЯ ЦЕННОСТИ

ИСХОДНЫЕ ДАННЫЕ И		ДЕЛОВАЯ	РЕЗУЛЬТАТЫ				СОЗДАННАЯ	
ФИНАНСОВЫЙ	Инвестиции Выручка от продаж Финансовые доходы	Управление финансовыми рисками Управление оборотным капиталом Маркетинг Управление ростом доходов Ценообразование Продвижение					Достижение оптимальной корпоративной ценности Повышение прозрачности Отношения с инвесторами (двусторонние) Чистая выручка от продаж 21 930 млн турецких лир; Операционная прибыль 3,434 млн турецких лир	Повышение уровня корпоративного управления Репутация торговой марки Диверсификация базиса инвесторов
РЕЛЯЦИОННЫЙ КАПИТАЛ	Ожидания партнеров Принципы и ценности компании Положения и законы Внешние тенденции Изменения в рабочей среде Платформы Взаимодействия	Активное участие в неправительственных организациях, группах коммерческих интересов, собраниях отраслевых ассоциаций, конференциях, семинарах, панелях и проектах. Программы поддержки и развития для поставщиков, дистрибьюторов и клиентов Проверки и опросы поставщиков, дистрибьюторов и клиентов Программы здоровья, безопасности и благополучия Коммуникационные кампании Программы корпоративной социальной ответственности Взаимодействие с местными и национальными органами власти Туры для инвесторов					Повышение репутации бренда Повышение прозрачности Укрепление доверия Снижение юридических рисков Социальная лицензия на деятельность Проект «Моя сестра» * 2.44	Социальное развитие Ценность партнеров Осведомленность Надежное партнерство Косвенное воздействие на экономику В общей сложности 102 750 прямых и косвенных рабочих мест в Пакистане, Турции, Казахстане и Кыргызстане.
ПРИРОДНЫЙ КАПИТАЛ	Вода Энергия Концентрат и основа для напитков Сахар Упаковочное сырье Руководящие принципы поставщика Руководящие принципы	Программы энергоэффективности и водосбережения Инициативы в области экологичной упаковки Устойчивая практика закупок (оборудование для холодильных напитков, сельское хозяйство, вилочные погрузчики) Партнерство с НПО по экологическим вопросам Обучение поставщиков на основе Паритета покупательной способности Аудит политики компании Внутренние и внешние информационные кампании Оценка взаимосвязи природной воды (SVA) с привлечением сторонних компаний					Устойчивое управление ресурсами Социальная лицензия на деятельность Экономия ресурсов Повышение эффективности использования воды на 3 % Экономия воды в объеме 205 тыс. м3 Сокращение выбросов CO2 на 485 тыс. тонн	Экологическая осведомленность Сотрудничество с партнерами Устойчивость природных ресурсов и экосистемы
ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ	Здания Инфраструктура Оборудование	Покупка техники и оборудования Обслуживание и ремонт Управление качеством Логистика					Повышение производительности и эффективности Улучшение цепочки поставок Объем продаж 1,376 млн. USD	Безопасность труда Комфортная рабочая среда Эффективность работы
ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ	8378 сотрудников Системы и программы управления Принципы и ценности компании Добровольность Лидерская команда и Корпоративная культура	Управление талантами и производительностью Обучение и развитие Здоровье, безопасность, и благополучие Права человека, многообразие и инклюзивность Общение и взаимодействие сотрудников					Вовлеченность сотрудников Повышение производительности и эффективности Многообразие и инклюзивность Мотивация/удовлетворенность Самосовершенствование Повышение уровня знаний и навыков 8,15 часов обучения на одного сотрудника	Здоровье, безопасность и благополучие Равные возможности Карьерный рост сотрудников Повышение качества жизни общества
ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ	Инвестиции в НИОКР и инновации Системы управления и сертификаты Инфраструктура информационных технологий	Разработка проектов Установление партнерских отношений в сфере НИОКР и инноваций Защита интеллектуальной собственности					Вовлеченность сотрудников Повышение производительности и эффективности Улучшение цепочки поставок Повышение уровня знаний и навыков 1393 проекта по совершенствованию операционной деятельности в период с 2008 по 2021 год.	Опыт сотрудников Удовлетворенность заказчиков Удовлетворенность потребителей Построение доверия Инновации

ОПЕРАЦИОННАЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ

ОБЪЕМ ПРОДАЖ

Консолидированный

Несмотря на сложную рабочую обстановку, вызванную продолжающейся пандемией Covid-19, компания ССИ успешно начала 2021 год благодаря своей гибкости, адаптируемой бизнес-модели и широкому портфелю продуктов. В первой половине года пандемия вызвала закрытие местных каналов потребления и ограничение мобильности. По состоянию на второе полугодие на нашу деятельность на большинстве рынков, на которых мы осуществляем нашу деятельность, положительно повлияло ускорение вакцинации, повышение мобильности местных каналов потребления, благоприятные погодные условия и частичное восстановление туризма. В 2021 году мы зафиксировали значительный рост объемов продаж во всех наших операциях благодаря нашей быстрой адаптации к изменяющимся потребительским тенденциям, разнообразию нашего портфеля продукции и нашим усилиям по использованию возможностей.

4В четвертом квартале 2021 года (4К21) консолидированный объем продаж вырос на 17,7%, показав уверенный рост. В то время как объем продаж в Турции увеличился на 7,9%, согласно отчетности объем продаж в международных операциях вырос на 26,3%.

Если исключить влияние Узбекистана, наш объем продаж в органическом выражении вырос за год на 6,0%, помимо уверенного роста на 15,8% по сравнению с тем же кварталом предыдущего года. Продукты нашей основной категории – газированные напитки, сохранили свои высокие показатели, достигнув роста на 15,7%, при двузначном росте брендов Coca-Cola и Fanta. С другой стороны, показатели категории негазированных напитков увеличились на 30,2% за счет успешных результатов в категориях чая со льдом, энергетических напитков, спортивных напитков и фруктовых соков. Категория воды показала рост на 23,8% благодаря тому, что была ориентирована на небольшие упаковки. Низкая база предыдущего года также повлияла на рост показателей в категории воды. Восстановление уровня продаж в местных каналах потребления

увеличилось, и его доля в общем объеме продаж, составлявшая 17,8% год назад, в 4 квартале 2021 г. увеличилась до 22,9%. С сохранением высокого спроса в домашнем потреблении и улучшением уровня продаж в местных каналах потребления доля небольших упаковок в общем объеме продаж, составлявшая 26,1% год назад, в 4 квартале 2021 г. увеличилась до 31,4%. В 2021 году наш консолидированный объем продаж вырос на 16,2% и достиг 1 376 млн. ед. упаковок. Все страны, в которых мы работаем, все без исключения внесли свой вклад в этот рост. Несмотря на закрытие местных каналов потребления из-за пандемии в первой половине года, Турция сохранила успешные показатели роста. Объем продаж в 2021 году вырос на 13,5%. Объем наших продаж в международных операциях также вырос на 18,3%. В органическом выражении годовой рост нашей международной

деятельности составил 14,7%. В то время как бренд Coca-Cola добился увеличения объема продаж на 17,3% в 2021 году, обновленная версия бренда Coca-Cola Zero Sugar продемонстрировала значительный рост в размере 26,0%. В связи с чем категория газированных напитков в 2021 году выросла на 15,9%. С другой стороны, категория негазированных напитков, которая в 2020 году сократилась на 10,8%, в 2021 году продемонстрировала уверенный рост и выросла на 28,1%. По сравнению с предыдущим годом, категория воды также продемонстрировала улучшение показателей, зафиксировав рост на 11,4% в 2021 году. Консолидированный объем продаж в Узбекистане, который был добавлен в число наших операций в 4-м квартале, составил 25 миллионов ед. упаковок.

На основании отчетности:

Объем (млн ед. упаковок)	2021	2020	2021/2020 Δ	4Ç21	4Ç20	4Ç21/4Ç20 Δ
Консолидированные	1 376	1 184	16,2%	267	227	17,7%
Турция	581	512	13,5%	114	106	7,9%
Международные	795	672	18,3%	153	121	26,3%
Узбекистан	25	-	-	25	-	-

В органическом выражении:

Объем (млн ед. упаковок)	2021	2020	2021/2020 Δ	4Ç21	4Ç20	4Ç21/4Ç20 Δ
Консолидированные	1 352	1 184	14,2%	242	227	6,8%
Турция	581	512	13,5%	114	106	7,9%
Международные	770	672	14,7%	128	121	6,0%

Турция:

В 4 квартале 2021 г. в результате операций в Турции был зафиксирован годовой прирост объема продаж на 7,9%. Наряду со значительным восстановлением местных каналов потребления, успешные результаты были зафиксированы благодаря постоянному сосредоточению внимания на сегментных маркетинговых кампаниях и домашнем потреблении.

Вместе с относительным восстановлением местных каналов потребления, положительной динамикой в туристическом секторе, хорошими погодными условиями в течение лета, продолжающимся упором на домашнее потребление и увеличением доступности каналов электронной коммерции, в 2021 году общий объем продаж в Турции увеличился на 13,5% и достиг 581 млн ед. упаковок.

Категория газированных напитков в 4 квартале 2021 г. выросла на 1,0% в годовом исчислении, несмотря на высокую базу, созданную сильным ростом объема продаж на 18,1% в 4 квартале 2020 г. в дополнение к росту объемов продаж на 24,3% в 4 квартале 2020 года, среди газированных напитков объем продаж бренда Coca-Cola вырос в 4 квартале 2021 года на 3,2%. В годовом исчислении объем продаж бренда Coca-Cola вырос на 15,1%. Бренд Coca-Cola Zero Sugar, который был перезапущен с новым дизайном и формулой, и Sprite, который

показал очень хорошие результаты, также способствовали росту продаж в 2021 году в категории газированных напитков на 11,6%. Доля продуктов без сахара в газированных напитках составила 6,1%.

Категория негазированных напитков сохранила свои успешные результаты в 4 квартале 2021 г. и в годовом исчислении выросла на 19,2%. Фруктовые соки и чай со льдом поддержали рост в категории негазированных напитков, показав рост на 18,6% и 9,0%. Категория энергетических напитков также продолжила уверенный рост, удвоив объем продаж в 4 квартале 2021 г. по сравнению с предыдущим годом. По состоянию на конец 2021 года продажи негазированных напитков выросли на 22,3% по сравнению с предыдущим годом. Категория воды также выросла на 32,2% в 4 квартале 2021 года, тогда как ее рост в 2021 году составил 16,3%. Увеличение объема продаж в категории воды также было поддержано увеличением объема реализации воды в местных каналах потребления.

В 4 квартале 2021 г. продажи продукта в небольших упаковках продолжили демонстрировать значительный прогресс. Доля небольших упаковок, которая составляла 24,0% в аналогичном периоде предыдущего года, в 4 квартале 2021 г. увеличилась до 32,6%, в основном за счет роста продаж в местных каналах потребления и сохраняющегося спроса на небольшие упаковки в канале домашнего потребления. Доля местных каналов потребления увеличилась до 29,5%

по сравнению с прошлым годом, когда составляла 21,0%.

Международные продажи:

В соответствии с отчетностью в последнем квартале года международные операции выросли на 26,3%. Добавление в 4 квартале 2021 г. Узбекистана способствовало увеличению объема продаж на 25 млн ед. упаковок. Органический рост международных операций в 4 квартале 2021 года составил 6,0%. Доля небольших упаковок выросла до 30,3% по сравнению с предыдущим годом, когда составляла 28,0%.

В 2021 году консолидированный объем продаж международных операций увеличился на 18,3% до 795 миллионов упаковок, при этом в категории газированных напитков наблюдался значительный рост на 18,6%. Органический рост составил 14,7%.

Несмотря на повышение цен, при помощи своего лидирующего положения в категории газированных напитков, в 4 квартале 2021 г. предприятие в Пакистане продолжило свою успешную деятельность и показало рост на 4,0%, несмотря на высокую базу, заложенную ростом на 32,1% в 4 квартале 2020 г. По состоянию на конец 2021 года рост объемов продаж в Пакистане составил 17,2%. Этот рост был обусловлен увеличением количества точек продаж, сопровождающийся размещением большего количества кулеров, увеличением доступности

продуктов в уже существующих точках продаж, более эффективной моделью работы и улучшенным управлением рекламными акциями. Категория газированных напитков в 2021 году выросла на 17,1%, чему способствовал рост бренда Coca-Cola на 19,8%. В тот же период продажи негазированных напитков и продажи воды выросли на 59,6% и 17,0%.

В 4 квартале 2021 г. операции в Ираке показали сильный рост на 10,8%, в том числе и благодаря росту бренда Coca-Cola на 16,1% по сравнению с предыдущим годом. В Ираке в 2021 году было зафиксировано общее увеличение объема продаж на 2,8%.

Предприятие в Узбекистане, который только недавно присоединился к числу стран нашей деятельности, в 4 квартале 2021 года достигло объема продаж в 25 миллионов упаковок. 97% его продаж пришлось на газированные напитки, в первую очередь марки Coca-Cola и Fanta.

Если предположить, что Узбекистан осуществлял свою деятельность в течение всего 2020 и 2021 годов, то на условной (сопоставимой) основе рост консолидированного объема продаж составил 15,3%.

ФИНАНСОВАЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ

- В 4 квартале 2021 года чистая выручка от продаж выросла на 74,8%. Положительное влияние на чистую выручку от продаж в этот период оказало влияние обменного курса международных операций. Однако и с поправкой на влияние курсов валют чистая выручка от продаж продемонстрировала высокие показатели и выросла на 46,6%.

Доход на единицу упаковки вырос на 48,5% благодаря улучшению распределения продуктов и каналов сбыта, своевременному повышению цен и другим инициативам по управлению повышением стоимости. В 2021 году чистая выручка от продаж увеличилась на 52,4% и составила 21 929,5 млн турецких лир.

- За исключением Узбекистана, в органическом выражении чистая выручка от продаж увеличилась на 59,7% и 49,1% в 4 квартале 2021 г. и в 2021 г. соответственно.
- В 4 квартале 2021 г. выручка от продаж на единицу упаковки в Турции увеличилась на 41,6%, а чистая выручка от продаж выросла на 52,7%. Увеличение доли

небольших пакетов в общем объеме продаж, своевременная корректировка цен, повышение мобильности и растущее число местных каналов потребления, хорошие погодные условия и положительная динамика в туристическом секторе позволили нам добиться значительного роста цен за упаковку в 2021 году. Вместе с увеличением чистой выручки от продаж на 24,3% на единицу упаковки, чистая выручка от продаж в 2021 году выросла на 41,0% и достигла 8 727,6 млн турецких лир.

- В 4 квартале 2021 года наш чистый доход от международных продаж увеличился на 92,5% при росте чистых продаж на 52,4% в расчете на единицу продукции. Столь значительный рост чистой выручки от продаж был частично

обусловлен разницей в курсах валют. С поправкой на влияние курсов валют рост чистой выручки от международных продаж составил 43,6%. Этот рост был в основном обусловлен стратегическими инициативами по управлению увеличением стоимости, более жестким управлением включая улучшенное распределение по каналам/небольшим упаковкам. В 2021 году рост чистой выручки от продаж на международном рынке составил 61,5%, при этом рост чистой выручки от продаж на единицу упаковки составил 36,5%.

- Органический рост чистой выручки от продаж международных операций составил 66,4% в 4 квартале 2021 года и 55,7% - в 2021 году.

Чистый объем продаж (миллионов)

Выручка на единицу упаковки

Объем (млн ед. упаковки)	4К21	Годовое изменение	4К21	Годовое изменение
Турция	2 062	52,7%	18,0	41,6%
Международные	3 532	92,5%	23,1	52,4%
Международные (Органические)	3 054	66,4%	23,8%	57,1%
Международные (с поправкой на разницу курса валют) ⁽¹⁾	2 635	43,6%	17,3	13,7%
Консолидированные	5 564	74,8%	20,9	48,5%
Консолидированные (органические)	5 087	59,7%	21,0	49,5%
Консолидированные (с поправкой на разницу курса валют) ⁽¹⁾	4 668	46,6%	17,5	24,6%
Международные	795	672	18,3%	153
Международные	795	672	18,3%	153

(1) С поправкой на разницу курса валют: В то время как данные таблицы доходов в трансконвертируются в турецкие лиры, обменные курсы рассчитываются таким образом, чтобы они оставались неизменными по сравнению с тем же периодом предыдущего года.

- За счет положительного разового эффекта от консолидации Узбекистана, маржа валовой прибыли на консолидированной основе снизилась на 94 базисных пункта до 34,7% по сравнению с предыдущим годом, когда составляла 35,7%. Рентабельность ССВУ в четвертом квартале

была выше средней из-за переноса учета некоторых расходов на разные кварталы, что положительно повлияло на консолидированные результаты в этом квартале. Валовая прибыль на органической основе сократилась на 237 базисных пунктов по сравнению с предыдущим годом.

Это сокращение произошло в основном из-за увеличения стоимости сырья вследствие внезапного роста цен на ПЭТ-смола и сахар в Турции и на международных рынках. Маржа валовой прибыли в 2021 году составила 35,2%. Несмотря на давление на маржу, вызванное высокими ценами на

сырье, рентабельность валовой прибыли была достигнута на уровне предыдущего года благодаря своевременному повышению цен, методам хеджирования и улучшению распределения пакетов.

- Маржа валовой прибыли в Турции в 4

квартале 2021 года снизилась на 149 базисных пунктов до 35,1%, главным образом из-за снижения обменного курса и роста цен на сырье. Несмотря на сохраняющиеся проблемы в связи с предложениями и сохраняющееся инфляционное давление, сокращение валовой прибыли в 4 квартале 2021 г. было ограниченным благодаря высоким показателям объемов и более высоким ценам реализации за единицу продукции. В 2021 году маржа валовой прибыли в Турции составила 36,3%.

- Маржа валовой прибыли в международных операциях в 4 квартале 2021 года снизилась на 72 базисных пункта до 34,3%. Как упоминалось выше, снижение валовой прибыли в органическом выражении составило 317 базисных пунктов, и основной причиной сокращения стал рост цен на сырье, особенно на упаковочные материалы. В 2021 году валовая прибыль от международных операций увеличилась на 211 базисных пунктов (152 базисных пункта в органическом исчислении) до 34,3% благодаря высоким показателям продаж, усилению вакцинации, улучшенному распределению по каналам и эффективному

управлению скидками.

- Соотношение операционных расходов к чистой выручке от продаж в 4 квартале 2021 года снизилось на 245 базисных пунктов до 25,4%. В международных операциях некоторые статьи амортизации были реклассифицированы из себестоимости проданных товаров в операционные расходы. Таким образом, операционные расходы международных операций увеличились по сравнению с предыдущим годом. Однако в связи с изменением методологии учета расходов на прямой маркетинг в Турции в 4 квартале 2021 года произошло значительное снижение операционных расходов. В предыдущие годы расходы на прямой маркетинг учитывались в том периоде, в котором они были понесены. С 2021 года они стали учитываться пропорционально объему продаж. Если сравнить показатели, то можно сказать, что бережливое управление операционными расходами продолжилось и был достигнут положительный масштаб в расходах на продажи и маркетинг. В результате в 4 квартале 2021 года операционная маржа увеличилась на 150 базисных пунктов до 9,3%. Операционная

маржа в 21 финансовом году составила 15,7%, увеличившись на 77 базисных пунктов.

- Маржа EBITDA в 4 квартале 2021 года увеличилась на 9 базисных пунктов до 16,3%. С другой стороны, маржа EBITDA за 2021 год сократилась всего на 52 базисных пункта (63 базисных пункта в органическом выражении) по сравнению с 2020 годом и составила 21,3% (21,2% в органическом выражении). Этот уровень маржи был достигнут благодаря сильной операционной динамике и продуманной архитектуре цен и пакетов, несмотря на более высокую, чем ожидалось, инфляционную обстановку в странах, в которых мы осуществляем нашу деятельность. Маржа EBITDA турецкого предприятия за вычетом прочих доходов/расходов в 4 квартале 2021 года увеличилась на 636 базисных пунктов до 11,0%, в основном за счет повышения операционной эффективности и изменения методологии учета расходов на прямой маркетинг, как было указано выше. Маржа EBITDA международных операций без учета прочих доходов/расходов в 4 квартале 2021 года снизилась на 495 базисных пунктов до 18,2%. В 2021 году маржа EBITDA без учета

прочих доходов/расходов составила 15,0% в Турции и 23,9% на международном уровне.

- Чистая финансовая прибыль в 4 квартале 2021 года составила 243 млн турецких лир, включая кредиторскую задолженность по аренде в соответствии с TFRS 16, в основном из-за более высоких разниц в курсах валют. Эта сумма за тот же период предыдущего года составляла (179) миллионов турецких лир. В то время как негативное влияние заимствований в иностранной валюте в основном покрывалось хеджированием чистых инвестиций, остатки денежных средств в иностранной валюте обеспечили значительный доход от разницы курсов валют, поскольку в 4 квартале 2021 года турецкая лира по отношению к доллару США обесценилась почти на 50%. Чистый финансовый доход, который в 2020 году составил (289) миллионов турецких лир, в 2021 году был зарегистрирован в размере 225 миллионов турецких лир. Чистые финансовые доходы увеличились, несмотря на увеличение процентной нагрузки по займам в национальной валюте.

Финансовые доходы / (расходы) (млн турецких лир)

	4K21	4K20	2021	2020
Процентный доход	51	66	157	149
Процентный расход (-)	(160)	(91)	(549)	(371)
Прочие доходы / (расходы) от курсовых разниц	645	(177)	1 144	424
Доход от операций с производными финансовыми инструментами	(96)	4	(79)	(26)
Реализованные доходы / (расходы) по курсовой разнице - кредиты	0	0	(56)	(92)
Нереализованные доходы / (расходы) по курсовой разнице - кредиты	(197)	20	(391)	(373)
Финансовые доходы / (расходы), нетто	243	(179)	225	(289)

- Неконтролирующие доли увеличились с 4 миллионов турецких лир в 4 квартале 2020 года до 51 миллиона турецких лир за тот же период этого года.
- Чистая прибыль в 4 квартале 2021 года составила 231 млн турецких лир по сравнению с (84) млн турецких лир в 4 квартале 2020 года благодаря сохранению динамики коммерческой деятельности, повышению операционной прибыльности и строгому управлению финансами. Кроме того, в 4 квартале 2021 года неденежный резерв на амортизацию запасных частей был установлен в размере 54 млн турецких лир (исключая налоговые последствия).

В 2021 году компания ССИ зафиксировала чистую прибыль в размере 2 271 млн турецких лир, увеличив чистую прибыль на 84,3% по сравнению с 2020 годом.

- Свободный денежный поток, который в 2020 году составлял 1 967 миллионов турецких лир, в 2021 году увеличился на 9,5% и достиг 2 154 миллиона турецких лир. Высокому свободному денежному потоку способствовали высокая рентабельность и разумное управление капитальными затратами, а также тщательное управление оборотным капиталом. На конец 2021 года соотношение оборотного капитала к чистой прибыли было зафиксировано на уровне

1,7%.

- Инвестиционные расходы в 2021 году составили 1 306 миллионов турецких лир. Из общих инвестиционных расходов 32% пришлось на операции в Турции и 68% — на международные операции. В то время, как соотношение инвестиционных расходов к чистой выручке от продаж в 2020 году составляло 4,6%, в 2021 году оно составило 6,0%.
- В то время, как Консолидированный долг на конец 2020 года составлял 839 миллионов долларов США, на конец 2021 года он составил 703 миллионов долларов США.

Консолидированные денежные средства, которые на конец 2020 года составляли 638 миллионов долларов США, на конец 2021 года составили 316 миллионов долларов США. Операция покупки в Узбекистане на сумму 342 миллиона долларов США была выполнена наличными, что привело к уменьшению общей суммы денежных средств, несмотря на значительный свободный денежный поток. Наш консолидированный чистый долг составил 387 миллионов долларов США, а соотношение чистого долга к EBITDA составило 1,1х.

Коэффициенты финансового рычага

	2021 ⁽¹⁾	2020 ⁽¹⁾
Чистый долг/EBITDA (2)	1,11	0,47
Соотношение долга (общий фин. долг / общие активы)	29%	32%
Финансовый долг / общий капитал	63%	71%
(1) Включает обязательства по аренде, относящиеся к TFRS 16.		
(2) За исключением задолженности в виде займов связанным сторонам		

- По состоянию на 31 декабря 2021 года 79% консолидированного финансового долга выражено в долларах США, 8% в евро, 5% в турецких лирах и оставшиеся 8% в других валютах.

- Средний срок погашения консолидированного долга составляет 2,3 года, а срок погашения всего портфеля долговых обязательств выглядит следующим образом:

Срок выплаты	2022	2023	2024
Задолженность в %	14	23	63