

Zorluklara Rağmen Güçlü Hacim Büyümesini Sürdürürken Değer Yaratmayı Hızlandırdık**3Ç25 ÖZETİ**

- Satış Hacmi: +%8,9

TMS 29 uygulanmış:

- Net Satış Gelirleri (NSG): +%6,7
- FVÖK: +%14,3
- FVÖK Marjı: %18,8, +125 bp
- Net Kar: 7,2 milyar TL

TMS 29 uygulanmamış:

- NSG: +%39,6
- Kur etkisinden arındırılmış NSG: +%27,5
- FVÖK: +%46,1
- FVÖK Marjı: %20,4, +91 bp
- Net Kar: 6,9 milyar TL

FVÖK: Faiz ve Vergi Öncesi Faaliyet Karı
FAVÖK: Faiz, Vergi, Amortisman ve İtfa
Öncesi Faaliyet Karı

Coca-Cola İçecek (CCI) CEO'su Karim Yahi'nin Değerlendirmesi:

2025'in ilk dokuz ayını geride bırakırken, yılın başında belirlediğimiz stratejik önceliklerimiz doğrultusunda hareket etmeye devam ediyoruz. Bu süreçte odağımızı satın alınabilirliğe, dengeli hacim ve değer odaklı büyümeye net bir şekilde yönelttik. Makroekonomik ve jeopolitik zorlukların yanı sıra, bazı pazarlarımızda enflasyonun kalıcılığını korumasına rağmen, çeşitlendirilmiş ürün ve ülke portföyümüz bir kez daha dayanıklılığını, çevikliğini ve gelişmekte olan pazarlardaki kompleks zorlukları başarıyla yönetme kabiliyetimizi ortaya koydu.

Tüm zorluklara rağmen, konsolide düzeyde yüksek tek-haneli satış hacmi artışı ile güçlü sonuçlar elde ettik. Bu sonuçlar, güçlü operasyonel yetkinliklerimizin ve geniş coğrafi ayak izimizin bir sonucu olmakla birlikte, üçüncü çeyrekte önceki çeyreklere kıyasla daha güçlü bir operasyonel karlılık gelişimi ile değer yaratmayı başardık.

3Ç25'te, konsolide satış hacminde yıllık bazda %8,9 artış sağlayarak 477 milyon ünite kasaya ("ük") ulaştık. Tüm uluslararası pazarlar olumlu katkı sağlarken, Özbekistan ve Kazakistan önceki çeyrekteki güçlü ivmelerini sürdürdü. Orta Asya operasyonları %27,0'lık büyümeyle çok güçlü bir performans sergiledi. Sel felaketinin etkisine rağmen, Pakistan operasyonları da olumlu katkı sağladı. Öte yandan, Türkiye operasyonları, katma değerli kategorilere odaklanma stratejimizin bir parçası olarak, su kategorisindeki çift haneli düşüşün etkisiyle satış hacmi %1,7 geriledi. Türkiye'de Coca-Cola™ %1 büyüdü ve gazsız içecekler kategorisi, su satışlarındaki düşüşü kısmen telafi ederek çift haneli güçlü bir büyüme kaydetti. Bu performans, gelir büyümesi yönetimi kapsamında yürüttüğümüz ürün portföyü optimizasyonu gibi girişimlerle desteklenen sürdürülebilir değer yaratma odağımızın bir yansımasıdır.

Önceki finansal sonuçlarımızda da belirttiğimiz gibi, yılın ilk yarısı hacim odaklı geçerken, ikinci yarıda odak noktası, disiplinli uygulama ve gelir büyümesi yönetimi aksiyonları ile desteklenerek değer yaratmak oldu. Bu değişim, üçüncü çeyrek sonuçlarımızda açıkça görülürken işimizin çevikliğinin de ispatı oldu. Üçüncü çeyrekte, enflasyon muhasebesi dahil ve hariç olmak üzere kaliteli bir büyüme gerçekleştirdik. Enflasyon muhasebesi etkisi dahil, faaliyet kar marjımız yıllık bazda 125 baz puan artış gösterdi. Enflasyon muhasebesi etkileri hariç tutulduğunda, brüt kar ve FVÖK'te yıllık bazda güçlü bir marj artışı elde ettik. 3Ç25'te enflasyon öncesi FVÖK marjımız %20,4 ile son on yılın en yüksek üçüncü çeyrek marjları arasında yer aldı.

İlk dokuz ayda, güçlü hacim artışı ve FVÖK performansı kombinasyonu, CCI'nın uluslararası rakipleri arasında en üst sıralardaki konumunu pekiştirdi. Enflasyon muhasebesi hariç, 2,72 ABD Doları NSG/ük ve 606 milyon ABD Doları FVÖK elde ederek son beş yıldaki istikrarlı performansımızı sürdürdük. Bu dönemde, ABD Doları bazında NSG ve FVÖK'te %17, hacimde ise %7 oranında bileşik yıllık büyüme sağlayarak, sürdürülebilir değer yaratmaya odaklanan uzun vadeli yaklaşımımızı güçlendirdik.

Ekim 2025'te S&P Global Ratings, CCI'ın uzun vadeli ihraççı kredi notunu BB+ olarak teyit etti ve görünümünü 'Negatif'ten 'Durağan'a yükseltti. Türkiye'deki zorlu makroekonomik koşullar ve yüksek borçlanma maliyetleri göz önüne alındığında, S&P'nin görünüm revizyonu, CCI'nın çeşitlendirilmiş operasyonel ayak izini etkin bir şekilde kullanma ve güçlü bilanço disiplini sürdürme becerisinin bir sonucudur. CCI'nın notu, ülke notunun iki basamak üzerinde yer almakta ve S&P'nin Türkiye'de verdiği en yüksek notlardan biri olmaya devam ediyor.

Yılın son aylarına yaklaşıırken, volatilitiyi yönetmeye ve karlı büyümeyi sürdürmeye odaklanmaya devam ediyoruz. Yıl sonu FVÖK beklentilerimizi gerçekleştirme konusunda güvenimiz tam. NSG/ük sene başındaki beklentilerimizin bir miktar altında kalsa da satış hacmimiz beklentilerimizin üzerinde seyrediyor. Geçen yıla kıyasla FVÖK marjımızdaki düşüş, yıl başında "hafif baskı" olarak nitelendirdiğimiz kabul edilebilir aralıkta kalacaktır. Bizi gerçekten farklı kılan yalnızca elde ettiğimiz sonuçlar değil, çalışanlarımızın tutkusu ve amacı. Bu da ilerlemeye devam ederken en büyük güç kaynağımız olmaya devam ediyor.

3Ç25 sonuçlarına ilişkin Yönetim sunumu – 5 Kasım 2025:

17:00 İstanbul

14:00 Londra

09:00 New York

[Link için tıklayınız](#)

Önemli Gelir Tablosu Rakamları ve Marjlar

TMS 29 (Yüksek Enflasyonlu Ekonomilerde Finansal Raporlama) uygulanmıştır

Konsolide (Milyon TL)	3Ç25	3Ç24	% Değişim	9A25	9A24	% Değişim
Satış Hacmi (Milyon Ünite Kasa)	477	438	%8,9	1.337	1.231	%8,6
Hasılat	52.201	48.934	%6,7	145.162	144.927	%0,2
Brüt Kar	19.897	17.838	%11,5	50.756	52.352	-%3,0
Faaliyet Karı	9.815	8.591	%14,3	20.883	23.657	-%11,7
Faaliyet Karı (Diğer gelir/gider hariç)	9.979	8.135	%22,7	20.716	22.969	-%9,8
FAVÖK	11.654	10.457	%11,4	26.805	29.559	-%9,3
FAVÖK (Diğer gelir/gider hariç)	11.774	9.922	%18,7	26.592	28.771	-%7,6
Vergi Öncesi Faaliyet Karı / (Zararı)	9.061	8.365	%8,3	18.351	25.414	-%27,8
Net Dönem Karı / (Zararı)	7.181	6.895	%4,2	14.065	19.021	-%26,1
Brüt Kar Marjı	%38,1	%36,5		%35,0	%36,1	
Faaliyet Kar Marjı	%18,8	%17,6		%14,4	%16,3	
Faaliyet Karı Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	%19,1	%16,6		%14,3	%15,8	
FAVÖK Marjı	%22,3	%21,4		%18,5	%20,4	
FAVÖK Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	%22,6	%20,3		%18,3	%19,9	
Net Kar / (Zarar) Marjı	%13,8	%14,1		%9,7	%13,1	
Türkiye (Milyon TL)	3Ç25	3Ç24	% Değişim	9A25	9A24	% Değişim
Satış Hacmi (Milyon Ünite Kasa)	173	176	-%1,7	462	464	-%0,4
Hasılat	24.373	24.587	-%0,9	62.639	64.229	-%2,5
Brüt Kar	10.166	10.147	%0,2	22.195	25.312	-%12,3
Faaliyet Karı	15.487	10.255	%51,0	23.305	19.017	%22,6
Faaliyet Karı (Diğer gelir/gider hariç)	3.906	3.738	%4,5	3.690	7.105	-%48,1
FAVÖK	16.427	11.248	%46,0	26.053	21.754	%19,8
FAVÖK (Diğer gelir/gider hariç)	4.756	4.598	%3,4	6.438	9.773	-%34,1
Net Dönem Karı / (Zararı)	13.510	9.059	%49,1	18.335	16.086	%14,0
Brüt Kar Marjı	%41,7	%41,3		%35,4	%39,4	
Faaliyet Kar Marjı	%63,5	%41,7		%37,2	%29,6	
Faaliyet Karı Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	%16,0	%15,2		%5,9	%11,1	
FAVÖK Marjı	%67,4	%45,7		%41,6	%33,9	
FAVÖK Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	%19,5	%18,7		%10,3	%15,2	
Net Kar / (Zarar) Marjı	%55,4	%36,8		%29,3	%25,0	
Uluslararası Operasyonlar (Milyon TL)	3Ç25	3Ç24	% Değişim	9A25	9A24	% Değişim
Satış Hacmi (Milyon Ünite Kasa)	304	262	%16,1	875	767	%14,1
Hasılat	27.828	24.449	%13,8	82.523	80.944	%2,0
Brüt Kar	9.730	7.789	%24,9	28.569	27.249	%4,8
Faaliyet Karı	4.686	4.425	%5,9	14.896	14.824	%0,5
Faaliyet Karı (Diğer gelir/gider hariç)	5.688	4.126	%37,9	15.771	14.683	%7,4
FAVÖK	6.476	5.521	%17,3	19.058	18.425	%3,4
FAVÖK (Diğer gelir/gider hariç)	6.635	5.052	%31,3	18.899	17.817	%6,1
Net Dönem Karı / (Zararı)	3.261	3.046	%7,1	10.379	9.963	%4,2
Brüt Kar Marjı	%35,0	%31,9		%34,6	%33,7	
Faaliyet Kar Marjı	%16,8	%18,1		%18,1	%18,3	
Faaliyet Karı Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	%20,4	%16,9		%19,1	%18,1	
FAVÖK Marjı	%23,3	%22,6		%23,1	%22,8	
FAVÖK Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	%23,8	%20,7		%22,9	%22,0	
Net Kar / (Zarar) Marjı	%11,7	%12,5		%12,6	%12,3	

Operasyonel Performans

Coca-Cola Bangladesh Beverages Limited'in ("CCBB") %100'ünün satın alınması 20 Şubat 2024 tarihinde tamamlanmış olup, CCBB finansal sonuçları 1 Mart 2024 itibarıyla finansal tablolarımızda konsolide edilmeye başlanmıştır. Bu nedenle, bu duyuruda sunulan tüm operasyonel performans ölçütleri, aksi belirtilmedikçe CCBB dahil raporlanan şekildedir. Ünite kasa verileri bağımsız denetim kapsamında değildir.

Satış Hacmi

CCI'nın **konsolide satış hacmi**, 3Ç25'te geçen yılın aynı dönemine göre %8,9 artışla 477 milyon ünite kasa ("ük") olarak gerçekleşerek, dokuz aylık kümülatif satış hacmini yıllık bazda %8,6 artışla 1,3 milyar ünite kasaya yükseltti. 3Ç25'te Türkiye'deki satış hacmi yıllık bazda %1,7 azalırken, Pakistan'da %0,7'lik sınırlı bir artış görüldü. Özbekistan ve Kazakistan önceki çeyrekteki güçlü büyüme ivmesini sürdürerek satış hacimlerini sırasıyla %36,5 ve %24,2 arttırdı. Orta Asya'daki devam eden güçlü performansın öncülüğünde, tüm uluslararası pazarlar 3Ç25'teki hacim artışına katkı sağladı. Irak ve Azerbaycan satış hacimleri sırasıyla %7,8 ve %10,2 artarak güçlü performans gösterdi. En büyük iki pazarımız satış hacmi açısından daha yavaş bir seyir izlese de güçlü konsolide satış hacmi büyümesi ülke düzeyindeki dinamiklerin genel performans üzerindeki önemli etkisini yansıtıyor. Sonuç olarak, uluslararası operasyonların toplam satış hacmi içindeki payı 3Ç25'te yıllık bazda 393 baz puan artışla %63,7'ye yükseldi.

Gazlı içecekler kategorisi 3Ç25'te %8,9 büyürken, Coca-Cola™ performansı kategori trendiyle benzer bir seyir izledi. Gazsız içecekler kategorisi bir önceki çeyrekteki %20,6'lık artışın üzerine, 3Ç25'te %26,0 oranında büyüdü. Fusetea'nın %47,9'luk etkileyici büyümesi ve enerji içecekleri segmentindeki %42,6'lık güçlü artış kategoriyi destekledi. Buna karşılık, su kategorisi düşük katma değerli segmentleri kademeli olarak azaltma stratejimizle uyumlu olarak yıllık bazda %6,3 daraldı.

Ürün portföyümüzün kalitesini yükseltme yönündeki uzun vadeli stratejimiz doğrultusunda, küçük paketlere, yerinde tüketim kanalına ve şekersiz ürün portföyümüze odaklanmaya devam ediyoruz. Bu alanlar, değişen tüketici tercihlerine cevap vermek ve yüksek değerli segmentlerdeki etki alanımızı büyütmek açısından büyük önem taşıyor.

Küçük paketlerin payı, 3Ç25'te yıllık bazda 6 baz puanlık sınırlı bir artışla %29,4'e ulaştı. Bu artış, 3Ç24'teki güçlü büyümenin ardından daha dengeli bir büyüme eğilimini yansıtıyor. En yüksek küçük paket payına sahip pazarlarımızdan biri olan Türkiye'deki yavaş büyüme, toplam küçük paketlerin payındaki coğrafi dağılımın hafif negatif seyretmesine neden oldu. Yerinde tüketim kanalındaki hacim payımız, neredeyse tüm pazarlarda devam eden ivmenin desteğiyle yıllık bazda 62 baz puan artışla %30,5'e yükseldi. Hem küçük paketler hem de yerinde tüketim kanalı, kaliteli ürün portföyünü genişletmek ve artan tüketim fırsatlarını yakalamak için önemli stratejik itici güçler olmaya devam ediyor.

3Ç25'te **Türkiye'deki** satış hacmi yıllık bazda %1,7 düşüş göstererek 173 milyon ünite kasaya gerilerken dokuz aylık kümülatif satış hacmi geçen yılın aynı dönemine göre %0,4'lük hafif bir düşüşle 462 milyon ünite kasa olarak gerçekleşti. Temmuz ve Ağustos aylarında elverişli hava

koşullarının desteğiyle satış hacimleri pozitif seyrete de Eylül ayında hava koşullarının kötüleşmesi ve tüketicilerin satın alma gücünün zayıflaması nedeniyle satış hacminde düşüş kaydedildi. 3Ç25'te, gazlı içecekler kategorisi sabit kalırken, Coca-Cola™ %0,7 büyüdü. Gazsız içecekler kategorisi ise %12,0'lık güçlü bir büyüme kaydetti. Toplam hacimdeki düşüş, katma değer yaratmak için bilinçli olarak geri plana aldığımız su kategorisindeki %19,2'lik azalıştan kaynaklandı. Yıl sonuna doğru, tüketicilerin satın alma gücü zayıflarken asgari ücrette ara artış olmaması genel tüketime yönelik bir zorluk teşkil ediyor.

Türkiye'de, kaliteli portföy karmasına odaklanmaya devam ediyoruz. Küçük paketlerin payı, 3Ç24'te gerçekleşen yıllık bazdaki 181 baz puan artış üzerine 3Ç25'te %33,4 olarak yatay seyretti. Türkiye'de yerinde tüketim kanalının payı 48 baz puan artarak 3Ç25'te %32,4'e ulaşırken geleneksel kanalın payı 112 baz puan düşüşle 3Ç25'te %38,1 olarak gerçekleşti. Bu durum, özellikle kanal yapısının nispeten doymuş olduğu Türkiye'de, devam eden satın alınabilirlik zorluklarının büyüme potansiyelini sınırladığını yansıtıyor. Şekersiz ürün portföyü de öncelikli alanlarımız arasında yer almaya devam etti. Toplam gazlı içecekler içindeki payı 3Ç25'te 60 baz puan artarak %7,2'ye ulaştı. Fusetea'nın %29,3'lük güçlü artışla devam eden büyüme ivmesi sayesinde, gazsız içecekler kategorisi 3Ç25'te güçlü kaldı. Enerji içecekleri, portföyün daha küçük bir bölümünü oluşturmaya rağmen, yıllık %35,4'lük etkileyici bir büyüme göstererek kategorinin genel performansına katkı sağladı.

Uluslararası operasyonlar, yıl boyunca sergilediği güçlü satış hacmi performansını sürdürerek, 3Ç25'te %16,1'lik güçlü bir büyüme ile 304 milyon ünite kasaya ulaştı. Bu performansla, dokuz aylık kümülatif satış hacmi yıllık bazda %14,1 artışla 875 milyon ünite kasa olarak gerçekleşti. 3Ç25'te uluslararası operasyonların gösterdiği sağlam performans, özellikle Orta Asya ve Irak'ın güçlü katkılarıyla desteklendi. Orta Doğu'da devam eden jeopolitik hassasiyetlerin Ürdün, Pakistan ve Bangladeş üzerinde baskı yaratmaya devam etmesine rağmen, tüm bu pazarlarda pozitif hacim artışı kaydedildi. Bu pazarlarda, değişen talep modellerine proaktif olarak uyum sağlayıp yerelliğimizi vurgulayarak, çevik ve tüketici odaklı bir yaklaşım sergiledik. Stratejik önceliklerimizle uyumlu olarak, yerinde tüketim kanalının payı 3Ç25'te yıllık bazda 91 baz puan artarak %29,4'e ulaştı. Benzer şekilde, küçük paketlerin payı 52 baz puan artarak %27,2'ye yükseldi. Bu büyümeler, önemli tüketim formatları ve kanalları aracılığıyla kaliteli ürün portföyü odağımıza devam ettiğimizi yansıtıyor.

	% Yıllık Değişim		Toplam Hacimdeki Pay	% Yıllık Değişim		Toplam Hacimdeki Pay
	3Ç25	3Ç24	3Ç25	9A25	9A24	9A25
Gazlı İçecekler	%8,9	-%12,0	%79,5	%9,6	-%6,4	%81,4
Gazsız İçecekler	%26,0	%6,8	%11,1	%19,3	%9,6	%10,0
Su	-%6,3	%0,3	%9,4	-%8,6	%5,0	%8,6
Toplam	%8,9	-%9,2	%100	%8,6	-%4,1	%100

Yuvarlama sebebiyle toplamlar farklılık gösterebilir.

Temmuz ayı en yoğun sezon olmasına rağmen, **Pakistan'daki** operasyonlarımız şiddetli sel felaketlerinden geçici olarak etkilendi ve bu durum yaklaşık bir hafta boyunca dağıtımda aksaklıklara neden oldu. Buna karşılık, hacimdeki düşüşü telafi etmek için ticari promosyonlara yaptığımız yatırımları önemli ölçüde artırdık. Bu durum, halihazırda satın alınabilirlik zorlukları yaşayan bir pazarda, kısa vadeli etkilerin hafifletilmesine imkan sağladı. Pakistan'daki satış hacmimiz 3Ç25'te yıllık bazda %0,7 artarak 76 milyon ünite kasaya ulaştı. Yıl boyunca yaşanan doğal afetlere ve artan siyasi gerilimlere rağmen, dokuz aylık toplam satış hacmi yıllık bazda %5,1 artışla 280 milyon ünite kasaya ulaştı. Orta Doğu'da devam eden jeopolitik gerilimler nedeniyle genel faaliyet ortamı büyük ölçüde kırılganlığını koruyor. Aynı zamanda, yerel markalar pazara yoğun bir şekilde yatırım yaparak rekabeti yoğunlaştırdı. Gazlı içecekler kategorisinde, Coca-Cola™ satış hacmi 3Ç25'te yıllık bazda %5,1 arttı. İnovasyon, bu pazarda önemli bir farklılaştırıcı unsur olmaya devam ederken, Sprite Lemon Mint'in güçlü performansı tüm kategoriye olumlu etiledi. Özellikle, şekersiz ürünler Coca-Cola Zero ve Sprite Zero, sırasıyla yıllık bazda %40,8 ve %32,2'lik satış hacmi artışı ile güçlü performans gösterdi.

Kazakistan'da satış hacmi 3Ç25'te yıllık bazda %24,2'lik etkileyici bir büyümeyle 60 milyon ünite kasaya ulaştı. Güçlü çeyrek performansı, dokuz aylık toplam satış hacmini 174 milyon ünite kasaya çıkararak geçen yılın aynı dönemine göre %17,4'lük kuvvetli bir artışa işaret etti. Gazsız içecekler kategorisi büyümenin itici gücü olmaya devam ederken, yerinde tüketim kanalındaki müşteri tabanımızın sürekli genişlemesi de satış hacminin ivmesine katkıda bulundu. Ticari promosyonlarda bilinçli bir azalma olmasına rağmen, pazar payımızı artırmayı başardık. Üçüncü çeyrekte, Kazakistan'da gazlı içecekler kategorisi %18,2 büyürken, gazsız içecekler kategorisi Fusetea'nın desteğiyle %38,2'lik güçlü bir performans sergiledi. Fusetea'nın satış hacmi yıllık bazda %54,0 artarak gazsız içecekler kategorisindeki genel büyümeye önemli katkı sağladı. İlk yarıda sunulan yeni aromalar gibi yenilikler, üçüncü çeyrekte de büyümeyi desteklemeye devam etti. Ayrıca, toplam satışlarda küçük paketlerin payı yıllık bazda 162 baz puan artarak %12,8'e ulaştı. Bu durum, tüketici kazanımını artırırken marj iyileşmesine de katkı sağladı.

Özbekistan, 3Ç25'te %36,5'lik etkileyici bir satış hacmi artışı kaydederek, ikinci çeyrekte kaydedilen %44,8'lik güçlü büyümeyi daha da ileriye taşıdı. Bu ivmeyle, toplam satış hacmi üçüncü çeyrekte 73 milyon ünite kasaya ulaştı. Güçlü performans, iki temel faktör tarafından desteklendi: tüm önemli göstergelerin bir önceki yıla göre iyileşme gösterdiği destekleyici makroekonomik ortam ve sektörün üzerinde büyüme kaydetmemizi sağlayan güçlü uygulamalarımız. Tüm kategoriler satış hacmi artışına katkıda bulunurken, farklı tatlardaki başarılı lansmanlar ile desteklenen Fusetea, geçen yılın aynı dönemine kıyasla 3Ç25'te satış hacmini neredeyse üç katına çıkararak dikkat çekici bir performans sergiledi. Rekabet avantajı sağladığımız geri dönüşümlü cam şişelere yoğun yatırım yapmamızın sonucunda, küçük paketlerin payı 296 baz puan artarak %18,0'a ulaşarak önemli bir iyileşme kaydetti.

Irak, 3Ç25'te bir kez daha güçlü bir hacim artışı kaydetti ve yıllık bazda %7,8 büyüyerek 42 milyon ünite kasaya ulaştı. Böylece, pazarda üst üste on çeyrek hacim artışı sağlayarak performansımızın istikrarlılığını bir kez daha ortaya koydu. 3Ç'deki bu güçlü performansın başlıca nedeni, %42,4 artış kaydederek gazlı içecekler kategorisinde büyümeye önemli katkı sağlayan Sprite Lemon Mint'in başarısı oldu. Ayrıca, toplam satış hacmindeki küçük paketlerin payının 194 baz puan artarak %71,4'e ulaşmasına da destek oldu. Irak şu anda tüm pazarlarımız arasında en yüksek küçük paket payına sahip ülke konumundadır.

Finansal Performans

SPK'nın 28 Aralık 2023 tarih ve 81/1820 sayılı kararı ile KGK tarafından 23 Kasım 2023 tarihinde yapılan duyuru ve yayınlanan "Yüksek Enflasyonlu Ekonomilerde Finansal Raporlama Hakkında Uygulama Rehberi"ne istinaden, Türkiye Muhasebe/Finansal Raporlama Standartlarını uygulayan finansal raporlama düzenlemelerine tabi ihraççılar ile sermaye piyasası kurumlarının, 31 Aralık 2023 tarihi itibarıyla sona eren hesap dönemlerine ait yıllık finansal raporlarından başlamak üzere TMS 29 hükümlerini uygulamak suretiyle enflasyon muhasebesi uygulamasına karar verilmiştir.

30 Eylül 2025 tarihi itibarıyla Türk Lirası'nın genel satın alma gücündeki değişikliklerle ilgili olarak TMS 29 ("Yüksek Enflasyonlu Ekonomilerde Mali Raporlama") şartlarına göre düzeltme yapılmıştır. TMS 29 şartları, yüksek enflasyonun bulunduğu ekonomide tedavülde bulunan para birimi cinsinden hazırlanan mali tabloların bu para biriminin bilanço tarihinde geçerli olan alım gücünden sunulmasını ve daha önceki dönemlerdeki oluşan tutarların da aynı şekilde yeniden düzenlenmesini gerektirmektedir. Endeksleme işlemi Türkiye İstatistik Kurumu ("TÜİK") tarafından yayınlanan Türkiye'deki Tüketici Fiyat Endeksi'nden elde edilen katsayı kullanılarak yapılmıştır.

Önceki raporlama dönemine ait ilgili rakamlar, karşılaştırmalı mali tabloların raporlama dönemi sonunda geçerli olan ölçüm birimi cinsinden sunulması için genel fiyat endeksi uygulanarak yeniden düzenlenir. Daha önceki dönemlere ilişkin olarak açıklanan bilgiler de raporlama dönemi sonunda geçerli olan ölçüm birimi cinsinden sunulur.

Bununla birlikte, yıl başında açıkladığımız ve enflasyon düzeltmesi yapılmayan finansallara dayandığını belirttiğimiz 2025 öngörülerimize göre performansımız hakkında fikir vermek için, finansallarımızdan bazı kalemler bilgi amaçlı olarak enflasyon düzeltmesi yapılmadan da sunulmaktadır. Bağımsız denetimden geçmemiş bu rakamlar ilgili yerlerinde açıkça belirtilmiştir. Bu tür bir açıklama içermeyen tüm finansal rakamlar TMS29'a uygun olarak raporlanmıştır.

3Ç25'te:

- **Net satış geliri ("NSG")**, bir önceki yıla göre %6,7 artarak 52,2 milyar TL olarak gerçekleşirken, NSG/ük dönem içinde %2,1 azaldı. Enflasyon muhasebesinin etkileri hariç tutulduğunda, NSG yıllık bazda %39,6 artarak 55,3 milyar TL'ye ulaştı. Satın alınabilirliğe ve doğru fiyatlandırmaya odaklanmaya devam etmemiz, disiplinli ticari promosyon ve ürün portföyü yönetimi ile desteklenerek 3Ç25'te de performansa önemli katkı sağlamaya devam etti. Ayrıca, enflasyon muhasebesi hariç NSG/ük, 3Ç25'te yıllık %5,4 artışla 2,85 ABD Dolarına ulaşarak son on yılın üçüncü çeyrekleri arasında en yüksek seviyeye ulaştı.
- **Türkiye'de NSG** %0,9 düşüş kaydederken, NSG/ük %0,9 artış göstererek yıl başından bu yana NSG/ük'nin aylık bazda kademeli olarak iyileşmesini yansıttı. Enflasyon muhasebesinin etkileri hariç tutulduğunda, Türkiye'deki NSG 3Ç25'te %32,3 artış gösterirken, NSG/ük 136,2 TL'ye ulaşarak yıllık bazda %34,6'lık güçlü bir artış kaydetti. NSG/ük %10,7 artarak 3,35 ABD Dolarına ulaşarak son on yılın zirve seviyesi oldu. Bu performans, satın alma gücünü yakından takip ederek satın alınabilirliği sürdürmek ve aynı zamanda maliyet enflasyonu dinamiklerini yakından izleyerek rekabet gücünü devam ettirmek için optimize edilmiş ticari promosyonlar ile desteklenen, ürün portföyü yönetimi dahil olmak üzere verimli gelir büyümesi yönetimine yönelik girişimlere odaklanmamızın bir sonucu olarak elde edildi.
- **Uluslararası operasyonlarda NSG**, yıllık bazda %13,8 artarak 27,8 milyar TL olarak gerçekleşirken, NSG/ük yıllık bazda %2,0 düşüş kaydetti. Enflasyon muhasebesinin etkileri hariç tutulduğunda, NSG yıllık bazda %45,1 artış gösterirken, NSG/ük yıllık bazda %25,0 iyileşme kaydetti. Devam eden makroekonomik zorluklar ve Orta Doğu'daki çatışmanın olumsuz etkisinin sürmesi nedeniyle, uluslararası pazarlarımızda fiyat artışları sınırlı tutuldu

veya ihtiyatlı bir şekilde uygulandı. Bu yaklaşım, satın alınabilirliği ve hacim artışını destekleme odağımızla uyumlu olarak gerçekleşti.

	Net Satışlar (milyon TL)		Ünitede Kasa Başına Gelir (TL)	
	3Ç25	% Yıllık Değişim	3Ç25	% Yıllık Değişim
Türkiye	24.373	-%0,9	140,5	%0,9
Uluslararası	27.828	%13,8	91,6	-%2,0
Konsolide	52.201	%6,7	109,4	-%2,1

- Konsolide bazda **brüt kar marjı** 3Ç25'te 166 baz puan artarak %38,1'e yükseldi. Uluslararası operasyonlarımızın brüt kar marjı yıllık bazda 311 baz puanlık dikkat çekici bir artış kaydederken, **Türkiye** operasyonlarının brüt kar marjı da doğru fiyatlama, normalleşen maliyet bazı ve etkili ürün portföyü yönetimi uygulamalarının etkisiyle yıllık bazda 44 baz puan arttı. Enflasyon muhasebesinin etkisi hariç tutulduğunda, Türkiye'nin brüt kar marjı %44,2 seviyesinde yatay seyrederken dokuz aylık kümülatif brüt marjı %38,8 olarak gerçekleşti. **Uluslararası operasyonlarda** enflasyon muhasebesi hariç brüt kar marjı, neredeyse tüm önemli pazarlarımızda görülen sağlam hacim artışı ve disiplinli maliyet kontrolü önlemlerinin desteğiyle 264 baz puan artarak %34,9'a ulaştı.
- Konsolide FVÖK marjımız** 3Ç25'te 125 baz puanlık bir artışla %18,8 olarak gerçekleşti. Enflasyon muhasebesi hariç tutulduğunda, FVÖK marjı yıllık bazda 91 baz puanlık kayda değer bir artış ile %20,4'e ulaştı.
- FAVÖK marjı** 3Ç25'te 96 baz puan artarak %22,3'e ulaştı. Enflasyon muhasebesi hariç FAVÖK marjı ise 3Ç25'te geçen yıla göre 73 baz puan artarak %23,1 olarak gerçekleşti.
- TFRS 16 ile ilgili kira borçları dahil **net finansman gideri**, 3Ç24'teki (2.887) milyon TL'ye kıyasla 3Ç25'te (2.325) milyon TL olarak gerçekleşti.

Finansal Gelirler / (Giderler) (milyon TL)	3Ç25	3Ç24	9A25	9A24
Faiz geliri	609	732	1.519	1.722
Faiz gideri (-)	-3.139	-2.954	-9.625	-8.948
Kur farkı gelir / (gideri) – Krediler	49	-635	-945	-1.838
Diğer	156	-31	760	635
Finansal Gelir / (Giderler), Net	-2.325	-2.887	-8.291	-8.430

- Kontrol gücü olmayan paylar** (azınlık payları) 3Ç24'teki (28) milyon TL'ye kıyasla 3Ç25'te (46) milyon TL olarak gerçekleşti.
- Net kar**, geçen yılın aynı dönemindeki 6,9 milyar TL'ye kıyasla, 3Ç25'te yıllık bazda %4,2 artışla 7,2 milyar TL olarak gerçekleşti. Enflasyon seviyeleri önceki yıla kıyasla önemli ölçüde düşük olduğundan, parasal kazançlar önceki yılın aynı çeyreğine göre %44,9 daha düşük olup

net karın büyümesini sınırladı. Bu sonuç, iyileşen operasyonel kârlılık ve sıkı finansal gider yönetimi ile desteklendi. Enflasyon muhasebesi hariç tutulduğunda, net kar geçen yıla göre %55,7 artışla 6,9 milyar TL olarak gerçekleşti.

- **Serbest nakit akımı** ("FCF") 9A24'te (2,6) milyar TL iken 9A25'te 4,8 milyar TL olarak gerçekleşti. Fabrika yatırımları ve ilave hat genişletmeleri planlandığı gibi devam etmektedir. Azerbaycan'daki yeni fabrikamız yılın ilk yarısında faaliyete geçmiş olup, Irak fabrikamızda üretim 3Ç25'te başlayarak gelecekte bölgedeki büyüme fırsatlarını yakalama kabiliyetimizi artırdı. Enflasyon muhasebesi hariç tutulduğunda, FCF 7,9 milyar TL olarak gerçekleşti.
- 9A25 itibarıyla **yatırım harcamaları** 10,4 milyar TL olarak gerçekleşti. Toplam yatırım harcamalarının %30'i Türkiye, %70'si uluslararası operasyonlar olarak gerçekleşti. Yatırım harcamaları/Satışlar geçen yılın aynı döneminde %8,7 iken bu dönem %7,2 olarak gerçekleşti.
- **Konsolide borç** 30 Eylül 2025 itibarıyla 56,3 milyar TL (1,35 milyar ABD Doları) ve konsolide nakit 32,2 milyar TL (775 milyon ABD Doları) olarak gerçekleşirken, konsolide net borç 24,2 milyar TL'ye (580 milyon ABD Doları) ulaştı. Net borcun konsolide FAVÖK'e oranı 30 Eylül 2025 itibarıyla 0,8x olarak gerçekleşirken bir önceki çeyrekteki 1,4x seviyesinden iyileşme gösterdi.

Finansal Kaldıraç Oranları	9A25	2024
Net Borç / FAVÖK	0,83	1,02
Borç Oranı (Toplam Fin. Borç/Toplam Varlıklar)	%29	%33
Finansal Borç / Özkaynak Toplamı	%68	%80

- 30 Haziran 2025 tarihi itibarıyla, konsolide finansal borcumuzun %54'ü ABD Doları, %5'i Avro, %23'si TL ve kalan %18'i diğer para birimlerinden oluşmaktadır. ABD Doları ve Avro payları 2022'deki %87'den 30 Eylül 2025 itibarıyla %59'a düşmüştür.
- Konsolide borç portföyünün ortalama vadesi 2,3 yıl olup, vade profili aşağıdaki gibi gerçekleşti:

Vade Tarihi	2025	2026	2027	2028	2029-30
Borcun %'si	%18	26%	6%	5%	45%

TMS 29 Etkisi Olmadan Raporlanan, Bağımsız Denetimden Geçmemiş Önemli Kalemler

Aşağıdaki bölüm ise, daha önce sunulan önemli beklenti/varsayımların değerlendirilmesine imkan sunmak amacıyla, TMS 29 etkisi yer almaksızın sunulmuştur ve bağımsız denetimden geçmemiştir.

- 3Ç25'te konsolide NSG yıllık bazda %39,6 artışla 55,3 milyar TL olarak gerçekleşirken, NSG/ük yıllık bazda %28,1 artış gösterdi.
- 3Ç25'te konsolide brüt kar marjı yıllık bazda 136 baz puan artarak %38,9 olurken, faaliyet kar marjı 91 baz puan artarak %20,4'e ulaştı.
- Net kar 3Ç25'te yıllık bazda %55,7 artışla 6,9 milyar TL olarak gerçekleşti.

Konsolide (Milyon TL)	3Ç25	3Ç24	% Değişim	9A25	9A24	% Değişim
Satış Hacmi (Milyon Ünite Kasa)	477	438	%8,9	1.337	1.231	%8,6
Hasılat	55.263	39.596	%39,6	140.302	104.116	%34,8
Brüt Kar	21.491	14.858	%44,6	50.989	39.361	%29,5
Faaliyet Karı	11.266	7.710	%46,1	23.347	19.698	%18,5
FAVÖK	12.757	8.849	%44,2	27.568	22.861	%20,6
Net Dönem Karı / (Zararı)	6.880	4.419	%55,7	11.330	9.905	%14,4
Brüt Kar Marjı	%38,9	%37,5		%36,3	%37,8	
Faaliyet Karı Marjı	%20,4	%19,5		%16,6	%18,9	
FAVÖK Marjı	%23,1	%22,3		%19,6	%22,0	
Net Kar / (Zarar) Marjı	%12,5	%11,2		%8,1	%9,5	

Türkiye (Milyon TL)	3Ç25	3Ç24	% Değişim	9A25	9A24	% Değişim
Satış Hacmi (Milyon Ünite Kasa)	173	176	-%1,7	462	464	-%0,4
Hasılat	23.618	17.856	%32,3	57.779	43.556	%32,7
Brüt Kar	10.446	7.887	%32,4	22.428	19.055	%17,7
Faaliyet Karı (Diğer gelir/gider hariç)	4.611	3.396	%35,8	6.245	7.331	-%14,8
FAVÖK (Diğer gelir/gider hariç)	4.945	3.634	%36,1	7.269	8.047	-%9,7
Net Dönem Karı / (Zararı)	12.404	5.654	%119,4	14.895	7.594	%96,2
Brüt Kar Marjı	%44,2	%44,2		%38,8	%43,7	
Faaliyet Karı Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	%19,5	%19,0		%10,8	%16,8	
FAVÖK Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	%20,9	%20,4		%12,6	%18,5	
Net Kar / (Zarar) Marjı	%52,5	%31,7		%25,8	%17,4	

Uluslararası Operasyonlar (Milyon TL)	3Ç25	3Ç24	% Değişim	9A25	9A24	% Değişim
Satış Hacmi (Milyon Ünite Kasa)	304	262	%16,1	875	767	%14,1
Hasılat	31.646	21.813	%45,1	82.523	60.726	%35,9
Brüt Kar	11.045	7.038	%56,9	28.569	20.443	%39,8
Faaliyet Karı (Diğer gelir/gider hariç)	6.392	3.743	%70,8	15.771	11.015	%43,2
FAVÖK (Diğer gelir/gider hariç)	7.491	4.573	%63,8	18.899	13.367	%41,4
Net Dönem Karı / (Zararı)	3.758	2.706	%38,9	10.379	7.475	%38,9
Brüt Kar Marjı	%34,9	%32,3		%34,6	%33,7	
Faaliyet Karı Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	%20,2	%17,2		%19,1	%18,1	
FAVÖK Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	%23,7	%21,0		%22,9	%22,0	
Net Kar / (Zarar) Marjı	%11,9	%12,4		%12,6	%12,3	

Mali Tabloların Sunumuna İlişkin Esaslar

Finansal tablolar Seri II, 14,1 no'lu "Sermaye Piyasasında Finansal Raporlamaya İlişkin Esaslar Tebliği" hükümlerine uygun olarak hazırlanmıştır. SPK mevzuatına göre raporlama yapan şirketler Tebliğin 5. Maddesine göre Kamu Gözetimi Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu ("KGK") tarafından yayımlanan Türkiye Muhasebe Standartları'nı / Türkiye Finansal Raporlama Standartları ile bunlara ilişkin ek ve yorumları ("TMS/IFRS") uygularlar.

30 Eylül 2025 itibarıyla CCI'nın bağlı ortaklıkları ve müşterek yönetime tabi teşebbüsü aşağıda sunulduğu gibidir:

İştirak ve Bağlı Ortaklıklar	Ülke	Konsolidasyon Metodu
Coca-Cola Satış ve Dağıtım A.Ş.	Türkiye	Tam Konsolidasyon
JV Coca-Cola Almaty Bottlers LLP	Kazakistan	Tam Konsolidasyon
Azerbaijan Coca-Cola Bottlers LLC	Azerbaycan	Tam Konsolidasyon
Coca-Cola Bishkek Bottlers Closed J. S. Co.	Kırgızistan	Tam Konsolidasyon
CCI International Holland BV.	Hollanda	Tam Konsolidasyon
The Coca-Cola Bottling Company of Jordan Ltd	Ürdün	Tam Konsolidasyon
Turkmenistan Coca-Cola Bottlers	Türkmenistan	Tam Konsolidasyon
Sardkar for Beverage Industry Ltd	Irak	Tam Konsolidasyon
Waha Beverages BV.	Hollanda	Tam Konsolidasyon
Coca-Cola Beverages Tajikistan LLC	Tacikistan	Tam Konsolidasyon
Al Waha LLC	Irak	Tam Konsolidasyon
Coca-Cola Beverages Pakistan Ltd	Pakistan	Tam Konsolidasyon
Coca-Cola Bottlers Uzbekistan Ltd	Özbekistan	Tam Konsolidasyon
CCI Samarkand Ltd LLC	Özbekistan	Tam Konsolidasyon
CCI Namangan Ltd LLC	Özbekistan	Tam Konsolidasyon
Anadolu Etap Penkon Gıda ve İçecek Ürünleri A. Ş	Türkiye	Tam Konsolidasyon
Syrian Soft Drink Sales and Distribution LLC	Suriye	Özkaynak Yöntemi
Coca-Cola Bangladesh Beverages Ltd.	Bangladeş	Tam Konsolidasyon

FAVÖK Açıklama

Şirket'in "Faiz, Amortisman ve Vergi Öncesi Kar (FAVÖK)" hesaplaması "Esas faaliyet karı" kalemine, amortisman ve itfa giderleri, çalışanlara sağlanan faydalara ilişkin kıdem tazminatı ve izin ödemeleri gibi karşılıklar (yönetim primi karşılıkları hariç) ile negatif şerefiye, satın alınan bağlı ortaklık yoluyla değer artışı gibi diğer nakdi olmayan gelir/giderlerin eklenmesiyle yapılmaktadır. 30 Eylül 2025 ve 30 Eylül 2024 tarihleri itibarıyla, esas faaliyet karı ve FAVÖK arasındaki mutabakat aşağıdaki gibidir:

FAVÖK (Milyon TL)

TMS 29 (Yüksek Enflasyonlu Ekonomilerde Finansal Raporlama) uygulanmıştır

	3Ç25	3Ç24	9A25	9A24
Esas Faaliyet Karı	9.815	8.591	20.883	23.657
Amortisman ve itfa giderleri	1.681	1.633	5.289	5.195
Kıdem tazminatı ve ücretli izin karşılığı	33	85	360	387
Esas faaliyetlerden diğer (gelir) / gider hesapları içerisindeki kur farkı gelir / gideri	43	79	46	99
Varlık kullanım hakkı amortismanı	82	69	227	220
FAVÖK	11.654	10.457	26.805	29.559

Yuvarlama sebebiyle toplamlar farklılık gösterebilir

Yabancı Para Cinsinden İşlemler

Yabancı para cinsinden yapılan işlemlerin çevrimi yapılırken, işlem tarihinde geçerli olan ilgili kurlar esas alınır. Oluşan kur farkı gider ya da gelirleri ilgili dönemde konsolide kar veya zarar tablosuna yansıtılır. Grup'un Türkiye'de yerleşik şirketlerinde yabancı para cinsinden finansal durum tablosunda varlık kalemlerinin TL'ye çevrilmesinde bilanço tarihinde geçerli Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası'nın açıkladığı resmi döviz alış kuru olan, 1 USD = 41,5068 TL (31 Aralık 2024; 1 USD = 35,2803 TL) kuru, yükümlülük kalemlerinin TL'ye çevrilmesinde bilanço tarihinde geçerli Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası'nın açıkladığı resmi döviz satış kuru olan, 1 USD = 41,5816 TL (31 Aralık 2024; 1 USD = 35,3438 TL) kuru, gelir tablosunun çevriminde ise dönem içinde oluşan ortalama kur, 1 USD = 38,5442 TL (1 Ocak - 30 Eylül 2024; 1 USD = 32,2299 TL) esas alınmıştır.

Döviz Kurları	9A25	9A24
Ortalama USD/TL	38,5442	32,2299
Dönem Sonu USD/TL (alış)	41,5068	34,1210
Dönem Sonu USD/TL (satış)	41,5816	34,1825

Yabancı ülkelerde faaliyet gösteren bağlı ortaklıkların ve müşterek yönetime tabi teşebbüsün finansal durum tablosu kalemlerinin çevrilmesinde, bilanço tarihinde geçerli olan döviz kurları, kar veya zarar tablosu çevriminde ise ilgili dönemin ortalama döviz kurları esas alınır. Kapanış ve ortalama kur kullanımı sonucu ortaya çıkan kur farkları özkaynaklar içerisindeki yabancı para çevrim farkları kalemi altında takip edilmektedir.

CCI Konsolide Gelir Tablosu

TMS 29 (Yüksek Enflasyonlu Ekonomilerde Finansal Raporlama) uygulanmıştır

Bağımsız Denetimden Geçmemiş

	1 Ocak- 30 Eylül			1 Temmuz – 30 Eylül		
(Milyon TL)	2025	2024	(%) Değişim	2025	2024	(%) Değişim
Satış Hacmi (Milyon Ünite Kasa)	1.337	1.231	%8,6	477	438	%8,9
Hasılat	145.162	144.927	%0,2	52.201	48.934	%6,7
Satışların Maliyeti	-94.406	-92.575	%2,0	-32.304	-31.096	%3,9
Brüt Kar	50.756	52.352	-%3,0	19.897	17.838	%11,5
Pazarlama, Satış, Dağıtım Giderleri	-22.926	-22.458	%2,1	-7.704	-7.593	%1,5
Genel Yönetim Giderleri	-7.114	-6.925	%2,7	-2.214	-2.109	%5,0
Diğer Faaliyet Gelirleri	2.536	2.948	-%14,0	706	744	-%5,1
Diğer Faaliyet Giderleri	-2.369	-2.259	%4,9	-869	-288	%201,5
Faaliyet Karı/(Zararı)	20.883	23.657	-%11,7	9.815	8.591	%14,3
Yatırım Faaliyetlerinden Gelir/(Giderler)	-84	-283	-%70,2	-30	-245	-%87,9
Özkaynak Yöntemiyle Değerlenen Yatırımlardaki Paylar	5	-5	a.d.	-1	-0	a.d.
Finansman Geliri/Gideri Öncesi Faaliyet Karı/(Zararı)	20.804	23.369	-%11,0	9.784	8.346	%17,2
Finansal Gelirler	3.344	4.208	-%20,5	1.292	1.481	-%12,8
Finansal Giderler	-11.635	-12.637	-%7,9	-3.617	-4.369	-%17,2
Parasal Kazanç / (Kayıp)	5.839	10.475	-%44,3	1.601	2.907	-%44,9
Vergi Öncesi Faaliyet Karı/(Zararı)	18.351	25.414	-%27,8	9.061	8.365	%8,3
Ertelenmiş Vergi Geliri/(Gideri)	-252	-759	-%66,9	8	-1.152	a.d.
Dönem Vergi Gideri	-3.905	-5.540	-%29,5	-1.841	-291	%533,5
Dönem Karı/(Zararı)	14.194	19.114	-%25,7	7.227	6.922	%4,4
Kontrol Gücü Olmayan Paylar	-130	-94	%38,5	-46	-28	%65,2
Net Dönem Karı/(Zararı)	14.065	19.021	-%26,1	7.181	6.895	%4,2
FAVÖK	26.805	29.559	-%9,3	11.654	10.457	%11,4

Yuvarlama sebebiyle toplamlar farklılık gösterebilir

Türkiye Operasyonu Gelir Tablosu

TMS 29 (Yüksek Enflasyonlu Ekonomilerde Finansal Raporlama) uygulanmıştır

Bağımsız Denetimden Geçmemiş

1 Ocak - 30 Eylül

1 Temmuz - 30 Eylül

(Milyon TL)	2025	2024	(%) Değişim	2025	2024	(%) Değişim
Satış Hacmi (Milyon Ünite Kasa)	462	464	-%0,4	173	176	-%1,7
Hasılat	62.639	64.229	-%2,5	24.373	24.587	-%0,9
Satışların Maliyeti	-40.444	-38.918	%3,9	-14.207	-14.440	-%1,6
Brüt Kar	22.195	25.312	-%12,3	10.166	10.147	%0,2
Pazarlama, Satış, Dağıtım Giderleri	-13.544	-13.407	%1,0	-4.704	-4.789	-%1,8
Genel Yönetim Giderleri	-4.961	-4.800	%3,4	-1.556	-1.620	-%4,0
Diğer Faaliyet Gelirleri	20.556	13.028	%57,8	11.838	6.618	%78,9
Diğer Faaliyet Giderleri	-941	-1.117	-%15,8	-258	-102	%152,1
Faaliyet Karı/(Zararı)	23.305	19.017	%22,6	15.487	10.255	%51,0
Yatırım Faaliyetlerinden Gelir/(Giderler)	-16	-114	-%85,8	1	-77	a.d.
Finansman Geliri/Gideri Öncesi Faaliyet Karı/(Zararı)	23.289	18.903	%23,2	15.487	10.178	%52,2
Finansal Gelirler	1.951	3.374	-%42,2	798	1.252	-%36,3
Finansal Giderler	-12.913	-14.726	-%12,3	-3.897	-4.785	-%18,6
Parasal Kazanç / (Kayıp)	5.839	10.475	-%44,3	1.601	2.907	-%44,9
Vergi Öncesi Faaliyet Karı/(Zararı)	18.165	18.025	%0,8	13.990	9.552	%46,5
Ertelenmiş Vergi Geliri/(Gideri)	765	187	%308,0	217	-919	a.d.
Dönem Vergi Gideri	-594	-2.126	-%72,0	-697	417	a.d.
Dönem Karı/(Zararı)	18.335	16.086	%14,0	13.510	9.050	%49,3
Kontrol Gücü Olmayan Paylar	0	0	a.d.	0	9	a.d.
Net Dönem Karı/(Zararı)	18.335	16.086	%14,0	13.510	9.059	%49,1
FAVÖK	26.053	21.754	%19,8	16.427	11.248	%46,0

Yuvarlama sebebiyle toplamlar farklılık gösterebilir

Uluslararası Operasyonlar Gelir Tablosu

TMS 29 (Yüksek Enflasyonlu Ekonomilerde Finansal Raporlama) uygulanmıştır

Bağımsız Denetimden Geçmemiş

1 Ocak- 30 Eylül

1 Temmuz - 30 Eylül

(Milyon TL)	2025	2024	(%) Değişim	2025	2024	(%) Değişim
Satış Hacmi (Milyon Ünite Kasa)	875	767	%14,1	304	262	%16,1
Hasılat	82.523	80.944	%2,0	27.828	24.449	%13,8
Satışların Maliyeti	-53.954	-53.695	%0,5	-18.097	-16.659	%8,6
Brüt Kar	28.569	27.249	%4,8	9.730	7.789	%24,9
Pazarlama, Satış, Dağıtım Giderleri	-9.382	-9.051	%3,7	-3.000	-2.805	%7,0
Genel Yönetim Giderleri	-3.416	-3.515	-%2,8	-1.042	-859	%21,3
Diğer Faaliyet Gelirleri	554	1.284	-%56,8	-391	487	a.d.
Diğer Faaliyet Giderleri	-1.429	-1.143	%25,0	-611	-188	%225,1
Faaliyet Karı/(Zararı)	14.896	14.824	%0,5	4.686	4.425	%5,9
Yatırım Faaliyetlerinden Gelir/(Giderler)	-68	-170	-%59,8	-30	-168	-%82,0
Özkaynak Yöntemiyle Değerlenen Yatırımlardaki Paylar	5	-5	a.d.	-1	-0	a.d.
Finansman Geliri/Gideri Öncesi Faaliyet Karı/(Zararı)	14.833	14.649	%1,3	4.654	4.256	%9,4
Finansal Gelirler	1.390	918	%51,5	466	237	%96,7
Finansal Giderler	-2.695	-2.658	%1,4	-746	-731	%2,1
Vergi Öncesi Faaliyet Karı/(Zararı)	13.529	12.909	%4,8	4.374	3.761	%16,3
Ertelenmiş Vergi Geliri/(Gideri)	-62	54	a.d.	-7	-30	-%77,7
Dönem Vergi Gideri	-2.958	-2.905	%1,8	-1.060	-649	%63,4
Dönem Karı/(Zararı)	10.509	10.057	%4,5	3.307	3.083	%7,3
Kontrol Gücü Olmayan Paylar	-130	-94	%38,5	-46	-37	%23,7
Net Dönem Karı/(Zararı)	10.379	9.963	%4,2	3.261	3.046	%7,1
FAVÖK	19.058	18.425	%3,4	6.476	5.521	%17,3

Yuvarlama sebebiyle toplamlar farklılık gösterebilir

CCI Konsolide Bilanço

TMS 29 (Yüksek Enflasyonlu Ekonomilerde Finansal Raporlama) uygulanmıştır

(Milyon TL)	Bağımsız Denetimden Geçmemiş	Bağımsız Denetimden Geçmiş
	30 Eylül 2025	31 Aralık 2024
Dönen Varlıklar	83.231	76.208
Nakit ve Nakit Benzerleri	30.325	29.167
Finansal Yatırımlar	1.831	120
Ticari Alacaklar	26.091	16.217
Diğer Alacaklar	253	740
Türev Finansal Araçlar	34	47
Stoklar	16.683	19.293
Peşin Ödenmiş Giderler	4.117	4.606
Cari Dönem Vergisiyle İlgili Varlıklar	880	2.480
Diğer Dönen Varlıklar	3.017	3.538
Duran Varlıklar	111.230	109.839
Finansal Yatırımlar	1	0
Diğer Alacaklar	216	231
Maddi Duran Varlıklar	69.810	68.053
Şerefiye	6.659	6.920
Maddi Olmayan Duran Varlıklar	30.132	30.341
Kullanım Hakkı Varlığı	905	902
Peşin Ödenmiş Giderler	2.045	2.062
Ertelenmiş Vergi Varlığı	1.389	1.331
Türev Finansal araçlar	73	0
Diğer Duran Varlıklar	0	0
Toplam Varlıklar	194.460	186.047
Kısa Vadeli Yükümlülükler	72.182	66.463
Kısa Vadeli Finansal Borçlanmalar	15.783	19.004
Uzun Vadeli Borçlanmaların Kısa Vadeli Kısımları	7.962	7.845
Banka Kredileri	7.667	7.541
Kiralama İşlemlerinden Borçlar	295	304
Ticari Borçlar	37.703	32.133
İlişkili taraflara borçlar	10.196	9.126
İlişkili olmayan taraflara ticari borçlar	27.507	23.006
Çalışanlara Sağlanan Faydalar Kapsamında Borçlar	587	640
Diğer Borçlar	5.742	4.318
İlişkili taraflara diğer borçlar	321	302
İlişkili olmayan taraflara diğer borçlar	5.421	4.016
Türev Finansal Araçlar	203	4
Ertelenmiş Gelirler	806	528
Dönem Karı Vergi Yükümlülüğü	2.002	687
Kısa Vadeli Karşılıklar	1.204	1.030
Diğer Kısa Vadeli Yükümlülükler	190	274
Uzun Vadeli Yükümlülükler	39.172	42.252
Uzun Vadeli Finansal Borçlanmalar	31.976	34.009
Kiralama İşlemlerinden Borçlar	622	783
Ticari Borçlar	3	5
Uzun Vadeli Karşılıklar	1.147	1.111
Ertelenmiş Vergi Yükümlülüğü	5.425	6.344
Türev Finansal Araçlar	0	0
Ertelenmiş Gelirler	0	0
Ana Ortaklığa Ait Özkaynaklar	72.867	67.361
Kontrol Gücü Olmayan Paylar	10.240	9.970
Toplam Kaynaklar	194.460	186.047

Yuvarlama sebebiyle toplamlar farklılık gösterebilir

CCI Konsolide Nakit Akım Tablosu

TMS 29 (Yüksek Enflasyonlu Ekonomilerde Finansal Raporlama) uygulanmıştır

(Milyon TL)	Bağımsız Denetimden Geçmemiş	
	Dönem Sonu	
	30 Eylül 2025	30 Eylül 2024
Faaliyetlerden sağlanan nakit akımı		
İşletme sermayesindeki değişikliklerden önceki faaliyet karı	23.388	23.159
Vergi Varlık ve Yükümlülüklerindeki Değişiklikler	-1.257	-5.265
Kıdem tazminatı, yönetim primi ve uzun vadeli teşvik planı ödemeleri	-91	-424
İşletme sermayesindeki değişiklikler	1.968	-489
Diğer dönen ve duran varlık ve yükümlülüklerdeki değişim	-889	-405
Esas faaliyetlerinden sağlanan net nakit	23.119	16.575
Maddi ve maddi olmayan varlık yatırımları	-10.142	-11.998
Yatırım faaliyetlerinden kaynaklanan diğer değişimler	-1.711	-899
Başka işletmelerin edinimi için yapılan nakit çıkışları (girişleri)	0	-1.086
Yatırım faaliyetlerinde kullanılan diğer nakit	-11.854	-13.983
Kredilerden sağlanan değişim	761	-335
Ödenen Faiz	-9.453	-8.340
Alınan Faiz	1.479	1.535
Ödenen Temettüleri (Azınlık Payları Dahil)	-3.384	-3.123
Nakit akış riskinden korunma kazancı	-99	-1.105
Finansal kiralama	-197	-336
Diğer	0	-5.622
Finansman faaliyetlerinden sağlanan net nakit	-10.893	-17.326
Nakit ve nakit benzerleri üzerindeki çevrim farkı	1.584	921
Nakit ve nakit benzerlerindeki parasal kazanç / kayıp	-799	-1.475
Nakit ve nakit benzeri değerlerdeki net artış/(azalış)	1.158	-15.287
Dönem başı itibarıyla nakit ve nakit benzeri değerler	29.167	39.396
Nakit ve nakit eşdeğerleri, dönem sonu	30.325	24.109
Serbest Nakit Akım	4.806	-2.564

Yuvarlama sebebiyle toplamlar farklılık gösterebilir

Yatırımcı İlişkileri İletişim:**Burak Berki**

Yatırımcı İlişkileri Müdürü

Tel: +90 216 528 3304

E-mail: burak.berki@cci.com.tr**Tuğçe Tarhan**

Yatırımcı İlişkileri Yöneticisi

Tel: +90 216 528 4119

E-mail: tugce.tarhan@cci.com.tr**Melih Turlin**

Yatırımcı İlişkileri Analisti

Tel: +90 216 528 4465

E-mail: melih.turlin@cci.com.tr**Medya İletişim:****Ayşegül Şenalp**

İletişim Grup Müdürü

Tel: +90 532 611 5572

E-mail: aysegul.senalp@cci.com.tr**Şirket Profili**

CCI; Anadolu Grubu'nun bir parçası olarak; Türkiye, Pakistan, Kazakistan, Irak, Özbekistan, Azerbaycan, Kırgızistan, Bangladeş, Ürdün, Tacikistan, Türkmenistan ve Suriye'de faaliyet gösteren çok uluslu bir Türk içecek şirketidir. CCI, The Coca-Cola Company ve Monster Energy Beverage Corporation'ın gazlı ve gazsız içeceklerinin üretim, dağıtım ve satışının yanı sıra bağlı ortaklığı Anadolu Etap İçecek (Anadolu Etap Penkon Gıda ve İçecek Ürünleri Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi) aracılığıyla meyve suyu konsantresi üretimi gerçekleştirmektedir.

12 ülkede, 36 şişeleme fabrikası, 3 meyve işleme tesisi ve 10.000'den fazla çalışanı bulunan CCI, 600 milyondan fazla nüfusa geniş bir içecek yelpazesi sunar. Ürün portföyünde gazlı içeceklerin yanı sıra meyve suları, sular, spor içecekleri, enerji içecekleri, buzlu çaylar ve kahve yer almaktadır.

CCI'nin hisseleri Borsa İstanbul 'da (BİST) "CCOLA.IS" sembolü ile işlem görmektedir.

Reuters: CCOLA.IS

Bloomberg: CCOLA.TI

İleriye Dönük Beyanlara İlişkin Açıklama

Bu bilgilendirme notu Coca-Cola İçecek'in (CCI) 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 ve CCI'nin diğer pazarlarındaki kurların değerinde yaşanan dalgalanmalar, Türkiye'deki ve CCI'nin diğer pazarlarındaki 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.