

**Zorlu Koşullarda Kaliteli Büyüme ve Karlılıkta İstikrarlı İlerleme Kaydediyoruz
Coca-Cola İçecek (CCI) CEO'su Karim Yahî'nin Değerlendirmesi:****2Ç25 ÖZETİ**

- Satış Hacmi: **+%4,7**

TMS 29 uygulanmış:

- Net Satış Gelirleri (NSG): **-%2,6**
- FVÖK: **-%22,2**
- FVÖK Marjı: **%15,1, -378 bp**
- Net Kar: **5,1 milyar TL**

TMS 29 uygulanmamış:

- NSG: **+%30,8**
- Kur etkisinden arındırılmış NSG: **+%20,8**
- FVÖK: **+%8,3**
 - FVÖK Marjı: **%16,9, -350 bp**
 - Net Kar: **4,4 milyar TL**

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

İlk çeyrekte önemli bir hacim ivmesini yeniden yarattıktan sonra, ikinci çeyrek daha dengeli bir hacim büyümesi ve değer yaratımı ile geçti. Hacimde karlılığa odaklanarak büyümeyi sürdürdük ve bu sayede karlılıkta da önemli ilerleme kaydettik. İkinci çeyrekte, makroekonomik ve jeopolitik zorlukların devam etmesi, Türkiye'de enflasyonun dirençli seyri ve Orta Doğu'daki savaşın süregelen etkileri nedeniyle koşullar zorlu olmaya devam etti. Bu zorluklara rağmen, çeşitlendirilmiş ülke portföyümüzün de katkısıyla konsolide bazda orta-tek haneli büyüme elde etmeyi başardık. Bu performans, sürdürülebilir hacim büyümesi ve kalıcı değer yaratma konusundaki kararlılığımızı sürdürürken, pazarlarımızdaki dalgalanmalara uyum sağlama ve bunlarla başa çıkma becerimizi bir kez daha yansıttı.

2025 yılının ikinci çeyreğinde, konsolide satış hacmimizde yıllık bazda %4,7 artış kaydederek 473 milyon ünite kasa seviyesine ulaştık. Bu büyüme, özellikle Özbekistan, Kazakistan ve Irak'taki güçlü performanslardan kaynaklandı. En büyük iki pazarımız olan Türkiye ve Pakistan'daki hacimler sırasıyla %5,0 ve %1,5 oranında daralsa da, konsolide hacimdeki artış, çeşitlendirilmiş ülke portföyümüzün stratejik değerini ortaya koydu. Uluslararası operasyonlar Orta Asya'nın %25,2'lik çok güçlü katkısıyla %10,6 oranında büyüdü. Özbekistan %44,8 ile en yüksek büyümeyi kaydederken, onu %16,7 ile Kazakistan ve %10,6 ile Irak izledi. Hacimdeki yavaşlama, NSG/ük'nin hızlanmasıyla birlikte hacim büyümesini değer odaklı yaklaşımla dengeleme planımızı ortaya koyuyor.

Enflasyon muhasebesi düzeltmelerinin etkisini hariç tutarsak, ikinci çeyrekte (geçen senenin aynı çeyreğine göre) brüt kar ve FVÖK marjlarında bir önceki çeyreğin yıllık gelişimine kıyasla güçlü bir artış kaydettik.

Yarı yıl performansımız, satış hacmindeki %8,5 büyüme ve %11,9'luk FVÖK marjı ile kaliteli büyüme ve değer yaratma konusundaki kararlılığımızı ortaya koyuyor. Daha önce de vurguladığımız gibi, geçen yılın avantajlı maliyet yapısına ilişkin baz etkileri ve bazı dönemsel kaymalar nedeniyle çeyrek bazlı dalgalanmalar yaşanabilir ancak yılın ikinci yarısında etkisinin azalmasını bekliyoruz. Değer yaratımına olan odağımızın artması ve çeşitlendirilmiş ülke portföyümüzün gücüyle yıl sonu beklentilerimize doğru istikrarlı bir şekilde ilerliyoruz.

Faaliyet gösterdiğimiz pazarların uzun vadeli büyüme potansiyelini desteklemek için organik yatırım gündemimizi istikrarlı bir şekilde ilerletiyoruz. 2025 yılının ikinci çeyreğinde Azerbaycan'da yeni bir tesisin açılışını yaptık ve Temmuz ayında Irak'ta dördüncü tesisimizde üretime başladık. Pazardaki talepten önce üretim kapasitemizi artıracak proaktif yaklaşımımızın bir parçası olarak, hem yeni fabrika projeleri hem de yeni hat yatırımları konusunda ilerleme kaydediyoruz. Bu girişimler, geleceğe olan güvenimizi ve farklı coğrafyalardaki tüketicilerin değişen ihtiyaçlarını karşılamaya olan bağlılığımızı yansıttıyor.

2025 yılının Haziran ayında, Fitch Ratings, CCI'ın Yabancı Para Cinsinden Uzun Vadeli Temerrüt Derecelendirmesi Notunu 'BBB' olarak teyit etti ve bu sayede, küresel çapta ihraççı ile ülke notu arasındaki en yüksek farklardan birini korudu. Bu teyit, ana pazarlarımızda devam eden makroekonomik zorluklara rağmen, coğrafi çeşitlilikle desteklenen finansal ve operasyonel performansımızın devam eden gücü ve dayanıklılığını yansıttıyor.

Uzun vadede, stratejik yol haritamıza, faaliyet gösterdiğimiz coğrafyaların sağlam temellerine, yetenekli ve özverili çalışanlarımıza ve değişen pazar dinamiklerine hızlı tepki verme kabiliyetimize güveniyoruz. Proaktif riskten korunma (hedge) stratejimiz, dalgalı piyasa koşullarında maliyet öngörülebilirliği sağlayarak marjları korumaya devam ediyor ve gelir artırıcı inisiyatiflere daha etkin bir şekilde odaklanmamıza olanak tanıyor. Bu güçlü yönlerimiz, CCI'nın orta ve uzun vadede karlı büyümesini sürdürmesini sağlayacak bir konumda olmamızı sağlıyor.

2Ç25 sonuçlarına ilişkin Yönetim sunumu – 12 Ağustos 2025:

16:00 İstanbul

14:00 Londra

09:00 New York

[Link için tıklayız](#)

Önemli Gelir Tablosu Rakamları ve Marjlar

TMS 29 (Yüksek Enflasyonlu Ekonomilerde Finansal Raporlama) uygulanmıştır

Konsolide (Milyon TL)	2Ç25	2Ç24	% Değişim	1Y25	1Y24	% Değişim
Satış Hacmi (Milyon Ünite Kasa)	473	451	%4,7	860	793	%8,5
Hasılat	48.142	49.428	-%2,6	86.472	89.293	-%3,2
Brüt Kar	17.046	18.857	-%9,6	28.705	32.106	-%10,6
Faaliyet Karı	7.249	9.313	-%22,2	10.295	14.015	-%26,5
Faaliyet Karı (Diğer gelir/gider hariç)	7.215	9.170	-%21,3	9.988	13.798	-%27,6
FAVÖK	9.137	11.234	-%18,7	14.094	17.769	-%20,7
FAVÖK (Diğer gelir/gider hariç)	9.066	10.950	-%17,2	13.784	17.534	-%21,4
Vergi Öncesi Faaliyet Karı / (Zararı)	5.863	9.147	-%35,9	8.642	15.859	-%45,5
Net Dönem Karı / (Zararı)	5.051	7.304	-%30,8	6.403	11.280	-%43,2
Brüt Kar Marjı	%35,4	%38,2		%33,2	%36,0	
Faaliyet Kar Marjı	%15,1	%18,8		%11,9	%15,7	
Faaliyet Karı Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	%15,0	%18,6		%11,6	%15,5	
FAVÖK Marjı	%19,0	%22,7		%16,3	%19,9	
FAVÖK Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	%18,8	%22,2		%15,9	%19,6	
Net Kar / (Zarar) Marjı	%10,5	%14,8		%7,4	%12,6	
Türkiye (Milyon TL)	2Ç25	2Ç24	% Değişim	1Y25	1Y24	% Değişim
Satış Hacmi (Milyon Ünite Kasa)	161	169	-%5,0	288	287	%0,5
Hasılat	20.363	21.231	-%4,1	35.595	36.875	-%3,5
Brüt Kar	7.148	8.913	-%19,8	11.189	14.106	-%20,7
Faaliyet Karı	5.627	4.568	%23,2	7.273	8.150	-%10,8
Faaliyet Karı (Diğer gelir/gider hariç)	1.080	3.128	-%65,5	-201	3.132	a.d.
FAVÖK	6.439	5.413	%18,9	8.954	9.773	-%8,4
FAVÖK (Diğer gelir/gider hariç)	1.931	3.936	-%51,0	1.565	4.814	-%67,5
Net Dönem Karı / (Zararı)	3.862	4.094	-%5,7	4.488	6.536	-%31,3
Brüt Kar Marjı	%35,1	%42,0		%31,4	%38,3	
Faaliyet Kar Marjı	%27,6	%21,5		%20,4	%22,1	
Faaliyet Karı Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	%5,3	%14,7		a.d.	%8,5	
FAVÖK Marjı	%31,6	%25,5		%25,2	%26,5	
FAVÖK Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	%9,5	%18,5		%4,4	%13,1	
Net Kar / (Zarar) Marjı	%19,0	%19,3		%12,6	%17,7	
Uluslararası Operasyonlar (Milyon TL)	2Ç25	2Ç24	% Değişim	1Y25	1Y24	% Değişim
Satış Hacmi (Milyon Ünite Kasa)	312	282	%10,6	571	506	%13,0
Hasılat	27.779	28.259	-%1,7	50.877	52.552	-%3,2
Brüt Kar	9.884	9.996	-%1,1	17.523	18.101	-%3,2
Faaliyet Karı	5.645	5.630	%0,3	9.497	9.674	-%1,8
Faaliyet Karı (Diğer gelir/gider hariç)	5.722	5.656	%1,2	9.379	9.820	-%4,5
FAVÖK	6.762	6.814	-%0,8	11.703	12.003	-%2,5
FAVÖK (Diğer gelir/gider hariç)	6.721	6.628	%1,4	11.408	11.874	-%3,9
Net Dönem Karı / (Zararı)	4.342	3.766	%15,3	6.621	6.435	%2,9
Brüt Kar Marjı	%35,6	%35,4		%34,4	%34,4	
Faaliyet Kar Marjı	%20,3	%19,9		%18,7	%18,4	
Faaliyet Karı Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	%20,6	%20,0		%18,4	%18,7	
FAVÖK Marjı	%24,3	%24,1		%23,0	%22,8	
FAVÖK Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	%24,2	%23,5		%22,4	%22,6	
Net Kar / (Zarar) Marjı	%15,6	%13,3		%13,0	%12,2	

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'nin **konsolide satış hacmi**, 2Ç25'te geçen yılın aynı dönemine göre %4,7 artışla 473 milyon ünite kasa ("ük") olarak gerçekleşerek ilk altı aylık kümülatif satış hacmini yıllık bazda %8,5 artışla 860 milyon ünite kasaya ulaştırdı. 2Ç25'te Türkiye'de satış hacimleri yıllık bazda %5,0, Pakistan'da ise %1,5 daralmasına rağmen, Özbekistan'da %44,8, Kazakistan'da %16,7 ve Irak'ta %10,6'lık güçlü hacim büyümeleri bu daralmaları telafi ederek toplam hacim büyümesine olumlu katkı sağladı. Pazar performanslarındaki farklılıklar, toplam hacmi artırmada ülke düzeyindeki dinamiklerin önemini vurgulamaktadır. Sonuç olarak, özellikle Orta Asya pazarlarındaki güçlü büyümenin etkisiyle, uluslararası operasyonların toplam hacimdeki payı 2Ç25'te geçen yılın aynı dönemine göre 349 baz puanlık bir artış kaydederek %66,0'ya yükseldi.

Gazlı içecekler kategorisi, sırasıyla %16,7 ve %7,2 artış gösteren Sprite ve Fanta'nın güçlü büyümesi öncülüğünde 2Ç25'te %4,9 büyüdü. Coca-Cola™ %2,3'lük daha mütevazı bir artış kaydederek kategorinin genel performansına olumlu katkı sağlamaya devam etti. 2Ç25'te gazsız içecek kategorisi, ilk çeyrekte kaydedilen %8,7'lik büyümenin üzerine %20,6 oranında büyüdü. Fusetea'nın %33,2'lik etkileyici artışı ve enerji içecekleri kategorisindeki yıllık %26,6'lık büyüme, kategoriye güçlendirdi. Buna karşılık, su kategorisi düşük katma değerli segmentleri kademeli olarak azaltma yönündeki uzun vadeli stratejimizle uyumlu olarak yıllık bazda %10,7 düşüş kaydetti.

Tüketici trendlerini yakından takip etmeye devam ediyoruz. Uzun vadeli stratejimiz doğrultusunda, kaliteli portföy karmasına odaklanarak küçük paketlere, yerinde tüketim kanalına ve şekersiz ürün portföyümüze ağırlık veriyoruz ve büyümeyi kademeli olarak güçlendiriyoruz.

Küçük paketlerin payı, 2Ç25'te yıllık bazda 110 baz puan düşüşle %28,0 olarak gerçekleşti. Bu düşüş, 2024 yılının ikinci çeyreğinde kaydedilen 289 baz puanlık güçlü performansın ardından normalleşme eğilimi gösterdi. Kanal tarafında, yerinde tüketim kanalındaki hacim payımız yıllık bazda 215 baz puan artışla 2Ç25'te %31'e ulaştı ve neredeyse tüm coğrafyalarımızda büyüme ivmesini yansıtmaya devam etti.

2Ç25'te **Türkiye'deki** hacimler yıllık bazda %5,0 düşüşle 161 milyon ünite kasaya geriledi ve altı aylık kümülatif hacim, geçen yılın aynı dönemine göre %0,5'lik hafif bir artışla 288 milyon ünite kasaya ulaştı. İkinci çeyrekteki satış hacimleri, bayram tatilinin ilk çeyreğe kayması, tüketicilerin satın alma gücündeki düşüş, daha sıkı ticari promosyonlar ve fiyat düzenlemeleri ile olumsuz hava koşullarından etkilendi.

Türkiye'de kaliteli ürün portföyüne öncelik vermeye devam ettik. Buna bağlı olarak, küçük paketlerin payı 2Ç24'teki 155 baz puanlık artışın ardından, 2Ç25'te 84 baz puan artarak %33,8'e ulaştı. Benzer şekilde, Türkiye'deki yerinde tüketim kanalının payı 169 baz puan artarak 2Ç25'te %32,2'ye ulaştı. Bu arada, geleneksel kanal 274 baz puanlık bir düşüş yaşayarak %35,9'a geriledi. Bu durum satın alım gücündeki zorlukların bir başka göstergesi oldu. Şekersiz ürün portföyünü genişletmek öncelikli hedefimiz olmaya devam etti. Şekersiz ürünlerin toplam gazlı içecekler içindeki payı 2Ç25'te 69 baz puan artarak %7,4'e ulaştı.

Toplam içindeki payı görece düşük olmasına rağmen, enerji içecekleri 2025'in ikinci çeyreğinde %63 büyümeye kaydetti.

1Ç25'te elde edilen güçlü %16,1'lik büyümenin üzerine inşa edilen **uluslararası operasyonlar**, 2Ç25'te yıllık bazda %10,6'lık sağlam bir artış kaydederek 312 milyon ünite kasa seviyesine ulaştı. Bangladeş hariç tutulduğunda, uluslararası operasyonlar yıllık bazda %12,9'luk bir büyümeye kaydetti. Bangladeş'te tüketici güvenini olumsuz etkileyen makroekonomik ve siyasi istikrarsızlıklar operasyonlarda zorluklar yaratmaya devam ediyor. Orta Doğu'daki çatışmaya ilişkin tüketici duyarlılığı Bangladeş'te belirginlik gösterdiği için talebi daha da baskı altına aldı. Pazara olan bağlılığımızı sürdürürken, gelişmeleri yakından takip ediyor ve bu geçiş dönemini atlattmak için planlarımızı yapıyoruz. Uluslararası operasyonların sağlam performansı, özellikle Orta Asya operasyonlarının ve Irak'ın güçlü katkısından kaynaklandı. 2025 yılının 2. çeyreğinde, uluslararası operasyonlarda kaliteli ürün portföyüne odaklanmaya devam ettik. Stratejik önceliklerimiz doğrultusunda, yerinde tüketim kanalı payı yıllık bazda 254 baz puan artarak %30,3'e ulaştı. Öte yandan, küçük paketlerin payı 2Ç25'te 178 baz puan düşüşle %25,1'e geriledi. Bu düşüş, küçük paketlerin payının 365 baz puanlık önemli bir artış kaydettiği 2Ç24'ün yüksek baz etkisinden kaynaklandı.

	% Yıllık Değişim		Toplam Hacimdeki Pay	% Yıllık Değişim		Toplam Hacimdeki Pay
	2Ç25	2Ç24	2Ç25	1Y25	1Y24	1H25
Gazlı İçecekler	%4,9	-%1,6	%82,2	%10,0	-%3,1	%82,5
Gazsız İçecekler	%20,6	%11,6	%9,7	%15,2	%11,3	%9,3
Su	-%10,7	%14,3	%8,1	-%10,0	%8,0	%8,1
Toplam	%4,7	%0,7	%100	%8,5	-%1,0	%100

Yuvarlama sebebiyle toplamlar farklılık gösterebilir.

İkinci çeyrekteki jeopolitik gerilimlere rağmen, **Pakistan'ın** makroekonomik ortamı istikrar sinyalleri vermeye devam etti. Yıllık enflasyon Haziran ayında %3,2'ye gerileyerek bir önceki yılın aynı dönemine göre önemli ölçüde düştü ve bu durum tüketici güveninde potansiyel bir toparlanmayı destekledi. Pakistan'daki satış hacmimiz 2025 yılının ikinci çeyreğinde yıllık bazda %1,5 azalarak 104 milyon ünite kasaya ulaştı. Türkiye'ye benzer şekilde, bayramın ilk çeyreğe kayması ikinci çeyrekteki zayıflığı destekledi. Ancak daha da önemlisi, Mayıs ayında Pakistan ve Hindistan arasında kısa süreli ancak etkili olan gerginlik genel tüketici güvenini olumsuz yönde etkiledi. Bu zayıflığa rağmen, yılın ilk yarısındaki kümülatif hacim yıllık bazda %6,9'luk sağlam bir büyümeye 204 milyon ünite kasaya ulaştı. Genel faaliyet ortamı, büyük ölçüde Orta Doğu'da devam eden çatışmalar nedeniyle kırılganlığını koruyor. Bu arada, yerel markalar ticari inisiyatifler ve kapasite artırımı dahil olmak üzere çeşitli alanlarda aktif olarak yatırım yapmaya devam ederek rekabet ortamını daha da yoğunlaştırdı. Gazlı içecekler kategorisinde, Coca-Cola™ satış hacimleri ikinci çeyrekte yıllık bazda %14,8 azalırken, Sprite ve Fanta sırasıyla %31,4 ve %19,1 oranında güçlü bir büyümeye sergileyerek çeşitlendirilmiş marka portföyümüzün önemini ortaya koydu.

Kazakistan, 2Ç25'te satış hacminde yıllık bazda %16,7'lik güçlü bir büyümeye kaydederek 58 milyon ünite kasa seviyesine ulaştı. Bu büyümenin bir kısmı önceki yılın düşük bazından kaynaklanmakla birlikte, 2Ç25'teki güçlü performansın temel nedenleri arasında soğutucu

yenileme çalışmaları, yeni ürün ve çeşitlerin piyasaya sürülmesi, kutu ürünlerin boyutunun büyütülmesi, hem hacim hem de küçük paketlerin büyümesine katkıda bulunan yerinde tüketim müşteri tabanının genişlemesi yer aldı. İkinci çeyrekte, Kazakistan'ın gazlı içecekler kategorisi %13,2 büyürken, gazsız içecekler kategorisi Fusetea'nın de etkisiyle %41,8'lik artış göstererek güçlü bir performans sergiledi. Fusetea'nın satış hacmi yıllık bazda %61,6 artarak gazsız içecekler segmentindeki genel büyümeye önemli katkı sağladı.

Özbekistan, 2025 yılının ikinci çeyreğinde %44,8'lik güçlü bir hacim artışı kaydederek 64 milyon ünite kasa satışa ulaştı. Bu performans, kısmen 1 Nisan 2024'ten itibaren yürürlüğe giren tüketim vergisi nedeniyle hacimlerin %6,6 daraldığı 2Ç24'teki düşük bazdan kaynaklandı. Buna ek olarak, enflasyonun azalması ve makroekonomik koşulların daha elverişli hale gelmesi, ülkedeki tüketici güvenini ve talebi destekledi. Büyük paketlerdeki 1.5lt Fusetea ve yeni Fanta tatlarının lansmanı büyümeyi destekleyip hacim artışı sağlarken toplam hacim içinde küçük paketlerin payını biraz düşürdü.

Irak, 2Ç25'te bir kez daha güçlü bir hacim artışıyla yıllık bazda %10,6 büyüme kaydederek 37 milyon ünite kasaya ulaştı. Bu performans, 2Ç24'te kaydedilen %15,1'lik çift haneli büyümenin üzerine inşa edildi. Irak, sağlam ve umut verici bir büyüme göstermeye devam ederken CCI, pazarın üzerinde performans sergiledi. Bu üstün performans, sağlam hacim artışının önünü açan saha uygulamaları ile tüketici odaklı marka planlarının birleşiminden kaynaklanıyor. Ayrıca, yeni ürünlerin başarılı bir şekilde piyasaya sürülmesi, CCI'nın konumunu daha da güçlendirerek hacim artışına katkıda bulundu. Irak, pazarlarımızdaki toplam satışlar içinde küçük paketlerin ağırlığının en yüksek olduğu 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 Haziran 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.

2Ç25'te:

- **Net satış geliri ("NSG")**, bir önceki yıla göre %2,6 oranında azalarak 48,1 milyar TL olarak gerçekleşirken, NSG/ük dönem içinde %7,0 oranında azaldı. Enflasyon muhasebesinin etkileri hariç tutulduğunda, NSG yıllık bazda %30,8 artarak 49,2 milyar TL'ye ulaştı. Satın alınabilirliğe ve doğru fiyatlandırmaya odaklanmaya devam etmemiz, disiplinli ticari promosyon ve ürün portföyü yönetimi ile desteklenerek 2Ç25'te de önemli bir büyüme faktörü olmaya devam etti. Ayrıca, enflasyon muhasebesi hariç NSG/ük, 2Ç25'te yıllık %4,3 artışla 2,69 ABD Dolarına ulaşarak son on yılın ikinci çeyrekleri arasında en yüksek seviyeye ulaştı.
- **Türkiye'de NSG** %4,1 düşüş kaydederken, NSG/ük %1,0 artış göstererek yıl başından bu yana NSG/ük'nin aylık bazda kademeli olarak iyileşmesini yansıttı. Enflasyon muhasebesinin etkileri hariç tutulduğunda, Türkiye'deki NSG 2Ç25'te %31,0 artış gösterirken, NSG/ük 125,1 TL'ye ulaşarak yıllık bazda %38,0'lık güçlü bir artış kaydetti. Bu performans, verimli gelir büyümesi yönetimi girişimlerine odaklanmamızın sonucunda, tüketicilerin satın alma gücünü yakından takip ederek satın alınabilirliğe odaklanmamız ve maliyet enflasyonu dinamiklerini de dikkatle takip etmemiz sayesinde elde edildi.
- **Uluslararası operasyonlarda NSG**, yıllık bazda %1,7 azalarak 27,8 milyar TL'ye gerilerken, NSG/ük yıllık bazda %11,1 düşüş kaydetti. Enflasyon muhasebesinin etkileri hariç tutulduğunda, NSG yıllık bazda %30,3 artış gösterirken, NSG/ük yıllık bazda %17,9 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)		Ünite Kasa Başına Gelir (TL)	
	2Ç25	% Yıllık Değişim	2Ç25	% Yıllık Değişim
Türkiye	20.363	-%4,1	126,8	%1,0
Uluslararası	27.779	-%1,7	89,0	-%11,1
Konsolide	48.142	-%2,6	101,9	-%7,0

- Konsolide bazda **brüt kar marjı** 2Ç25'te 274 baz puan azalarak %35,4'e geriledi. Uluslararası operasyonlarımızın brüt kar marjı sabit kalırken, **Türkiye** operasyonları hacim düşüşü ve baz etkisiyle brüt karlılıkta yıllık bazda düşüş yaşadı. Enflasyon muhasebesinin etkisi hariç tutulduğunda, Türkiye'nin brüt kar marjındaki yıllık düşüş, ilk çeyrekteki düşüşe kıyasla neredeyse yarı yarıya azaldı. **Uluslararası operasyonlarda** brüt kar, neredeyse tüm ana pazarlarımızda görülen sağlam hacim artışı, normalleşen baz etkisi ve disiplinli maliyet kontrol önlemlerinin desteğiyle %35,6 seviyesinde sabit kaldı.
- Konsolide faaliyet giderlerimiz - NSG'nin yüzdesi olarak - 104 baz puan artışla %20,4 seviyesinde gerçekleşti. Mutlak işletme giderlerindeki artış mütevazı olsa da, NSG'nin yüzdesi olarak artışın temel nedeni net satış gelirlerindeki düşüş oldu. Konsolide FVÖK marjımız 2Ç25'te 378 baz puanlık bir düşüşle %15,1 olarak gerçekleşti. Enflasyon muhasebesi hariç tutulduğunda, FVÖK marjı yıllık bazda 350 baz puanlık bir daralma ile %16,9 olarak gerçekleşti ve bir önceki çeyreğe kıyasla brüt marjda gözlenen eğilimle uyumlu olarak kayda değer bir iyileşme kaydetti.
- FAVÖK marjı** 2Ç25'te 375 baz puan azalarak %19,0'a geriledi. Enflasyon muhasebesi hariç FAVÖK marjı ise 2Ç25'te geçen yıla göre 356 baz puan azalarak %19,8 olarak gerçekleşti.
- TFRS 16 ile ilgili kira borçları dahil **net finansman gideri**, 2Ç24'teki (3.479) milyon TL'ye kıyasla 2Ç25'te (2.928) milyon TL olarak gerçekleşti.

Finansal Gelirler / (Giderler) (milyon TL)	2Ç25	2Ç24	1Y25	1Y24
Faiz geliri	519	449	846	920
Faiz gideri (-)	-3.136	-2.863	-6.033	-5.576
Kur farkı gelir / (gideri) – Krediler	-526	-427	-925	-1.119
Diğer	215	-638	562	619
Finansal Gelir / (Giderler), Net	-2.928	-3.479	-5.549	-5.155

- Kontrol gücü olmayan paylar** (azınlık payları) 2Ç24'teki (70) milyon TL'ye kıyasla 2Ç25'te (55) milyon TL olarak gerçekleşti.
- Net kar**, geçen yılın aynı dönemindeki 7,3 milyar TL'ye kıyasla, 2025 yılının ikinci çeyreğinde 5,1 milyar TL olarak kaydedildi. Net kardaki düşüşün temel nedeni, enflasyon seviyelerinin

önceki yıla göre önemli ölçüde düşük olması nedeniyle parasal kazançların azalmasına bağlanabilir. Enflasyon muhasebesi hariç tutulduğunda, net kar geçen yıla göre %11,9 artışla 4,4 milyar TL olarak gerçekleşti. 2Ç25'te efektif vergi oranı geçen yılın aynı dönemine göre daha düşük olmasına rağmen, net faiz giderlerindeki artış yerel para birimi cinsinden borçlanma payının artmasından kaynaklandı. Bu borçlanma yapısı kur değer kaybına daha az duyarlı olmakla birlikte, net yatırım riskinden korunma muhasebesi uygulaması nedeniyle döviz hareketlerinin finansman maliyetleri üzerindeki etkisi gelir tablosuna tam olarak yansımamakta ve karşılaştırmayı zorlaştırmaktadır.

- **Serbest nakit akımı** ("FCF") 1Y24'te (3,2) milyar TL iken 1Y25'te (5,6) milyar TL olarak gerçekleşti. Devam eden fabrika yatırımları ve yeni hat genişletmelerinin 2025 yılında tamamlanması planlanmaktadır. Azerbaycan'daki yeni tesis 2025 yılının ilk yarısında faaliyete geçti, Irak tesisindeki üretim ise Temmuz ayında başladı. Enflasyon muhasebesi hariç tutulduğunda, FCF (4,0) milyar TL olarak gerçekleşti.
- 1Y25 itibarıyla **yatırım harcamaları** 6,8 milyar TL olarak gerçekleşti. Toplam yatırım harcamalarının %28'i Türkiye, %72'si uluslararası operasyonlar olarak gerçekleşti. Yatırım harcamaları/Satışlar geçen yılın aynı döneminde %8,5 iken bu yarıda %7,8 olarak gerçekleşti.
- **Konsolide borç** 30 Haziran 2025 itibarıyla 58,1 milyar TL (1,46 milyar ABD Doları) ve konsolide nakit 22,8 milyar TL (573 milyon ABD Doları) olarak gerçekleşirken, konsolide net borç 35,2 milyar TL'ye (885 milyon ABD Doları) ulaştı. Net borcun konsolide FAVÖK'e oranı 30 Haziran 2025 itibarıyla 1,36x oldu.

Finansal Kaldıraç Oranları	1Y25	2024
Net Borç / FAVÖK	1.36	1.02
Borç Oranı (Toplam Fin. Borç/Toplam Varlıklar)	%32	%33
Finansal Borç / Özkaynak Toplamı	%81	%80

- 30 Haziran 2025 tarihi itibarıyla, konsolide finansal borcumuzun %53'ü ABD Doları, %5'i Avro, %27'si TL ve kalan %15'i diğer para birimlerinden oluşmaktadır. Bu durum, yerel para birimi kredilerinin payının %31, ABD Doları ve Avro payının %69 olduğu bir önceki yıla kıyasla döviz pozisyonunda önemli bir düşüşe işaret etti.
- Konsolide borç portföyünün ortalama vadesi 2,6 yıl olup, vade profili aşağıdaki gibi gerçekleşti:

Vade Tarihi	2025	2026	2027	2028	2029-30
Borcun %'si	%28	%21	%5	%4	%42

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.

- 2Ç25'te konsolide NSG yıllık %30,8 artışla 49,2 milyar TL olarak gerçekleşirken, NSG/ük yıllık %24,9 artış gösterdi.
- 2Ç25'te konsolide brüt kar marjı yıllık bazda 239 baz puan azalarak %36,5 olurken, faaliyet kar marjı 350 baz puan azalarak %16,9'ya geriledi.
- Net kar 2Ç25'te %11,9 artışla 4,4 milyar TL olarak gerçekleşti.

Konsolide (Milyon TL)	2Ç25	2Ç24	% Değişim	1Y25	1Y24	% Değişim
Satış Hacmi (Milyon Ünite Kasa)	473	451	%4,7	860	793	%8,5
Hasılat	49.179	37.606	%30,8	85.039	64.520	%31,8
Brüt Kar	17.949	14.622	%22,8	29.498	24.503	%20,4
Faaliyet Karı	8.298	7.663	%8,3	12.081	11.988	%0,8
FAVÖK	9.732	8.780	%10,8	14.811	14.012	%5,7
Net Dönem Karı / (Zararı)	4.365	3.902	%11,9	4.450	5.486	-%18,9
Brüt Kar Marjı	%36,5	%38,9		%34,7	%38,0	
Faaliyet Karı Marjı	%16,9	%20,4		%14,2	%18,6	
FAVÖK Marjı	%19,8	%23,3		%17,4	%21,7	
Net Kar / (Zarar) Marjı	%8,9	%10,4		%5,2	%8,5	

Türkiye (Milyon TL)	2Ç25	2Ç24	% Değişim	1Y25	1Y24	% Değişim
Satış Hacmi (Milyon Ünite Kasa)	161	169	-%5,0	288	287	%0,5
Hasılat	20.091	15.331	%31,0	34.162	25.699	%32,9
Brüt Kar	7.619	6.791	%12,2	11.982	11.168	%7,3
Faaliyet Karı (Diğer gelir/gider hariç)	1.910	2.805	-%31,9	1.634	3.935	-%58,5
FAVÖK (Diğer gelir/gider hariç)	2.244	3.036	-%26,1	2.325	4.413	-%47,3
Net Dönem Karı / (Zararı)	3.074	1.358	%126,4	2.491	1.940	%28,4
Brüt Kar Marjı	%37,9	%44,3		%35,1	%43,5	
Faaliyet Karı Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	%9,5	%18,3		%4,8	%15,3	
FAVÖK Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	%11,2	%19,8		%6,8	%17,2	
Net Kar / (Zarar) Marjı	%15,3	%8,9		%7,3	%7,5	

Uluslararası Operasyonlar (Milyon TL)	2Ç25	2Ç24	% Değişim	1Y25	1Y24	% Değişim
Satış Hacmi (Milyon Ünite Kasa)	312	282	%10,6	571	506	%13,0
Hasılat	29.088	22.319	%30,3	50.877	38.913	%30,7
Brüt Kar	10.317	7.868	%31,1	17.523	13.404	%30,7
Faaliyet Karı (Diğer gelir/gider hariç)	5.929	4.428	%33,9	9.379	7.273	%29,0
FAVÖK (Diğer gelir/gider hariç)	6.986	5.210	%34,1	11.408	8.793	%29,7
Net Dönem Karı / (Zararı)	4.471	2.945	%51,8	6.621	4.769	%38,8
Brüt Kar Marjı	%35,5	%35,3		%34,4	%34,4	
Faaliyet Karı Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	%20,4	%19,8		%18,4	%18,7	
FAVÖK Marjı (Diğer gelir/gider hariç)	%24,0	%23,3		%22,4	%22,6	
Net Kar / (Zarar) Marjı	%15,4	%13,2		%13,0	%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 Haziran 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 Haziran 2025 ve 30 Haziran 2024 tarihleri itibarıyla, esas faaliyet karı ve FAVÖK arasındaki mutabakat aşağıdaki gibidir:

FAVÖK (Milyon TL)

TMS 29 (Yüksek Enflasyonlu Ekonomilerde Finansal Raporlama) uygulanmıştır

	2Ç25	2Ç24	1Y25	1Y24
Esas Faaliyet Karı	7.249	9.313	10.295	14.015
Amortisman ve itfa giderleri	1.660	1.611	3.356	3.314
Kıdem tazminatı ve ücretli izin karşılığı	126	104	304	282
Esas faaliyetlerden diğer (gelir) / gider hesapları içerisindeki kur farkı gelir / gideri	37	141	3	19
Varlık kullanım hakkı amortismanı	64	65	135	140
FAVÖK	9.137	11.234	14.094	17.769

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 = 39,7408 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 = 39,8124 TL (31 Aralık 2024; 1 USD = 35,3438 TL) kuru, gelir tablosunun çevriminde ise dönem içinde oluşan ortalama kur, 1 USD = 37,4504 TL (1 Ocak - 30 Haziran 2024; 1 USD = 31,6040 TL) esas alınmıştır.

Döviz Kurları	1Y25	1Y24
Ortalama USD/TL	37,4504	31,6040
Dönem Sonu USD/TL (alış)	39,7408	32,8262
Dönem Sonu USD/TL (satış)	39,8124	32,8853

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

Sınırlı Denetimden Geçmiş

	1 Ocak- 30 Haziran			1 Nisan – 30 Haziran		
(Milyon TL)	2025	2024	(%) Değişim	2025	2024	(%) Değişim
Satış Hacmi (Milyon Ünite Kasa)	860	793	%8,5	473	451	%4,7
Hasılat	86.472	89.293	-%3,2	48.142	49.428	-%2,6
Satışların Maliyeti	-57.767	-57.187	%1,0	-31.096	-30.571	%1,7
Brüt Kar	28.705	32.106	-%10,6	17.046	18.857	-%9,6
Pazarlama, Satış, Dağıtım Giderleri	-14.159	-13.827	%2,4	-7.398	-7.402	-%0,1
Genel Yönetim Giderleri	-4.558	-4.480	%1,7	-2.433	-2.285	%6,5
Diğer Faaliyet Gelirleri	1.702	2.050	-%17,0	522	1.079	-%51,6
Diğer Faaliyet Giderleri	-1.396	-1.833	-%23,9	-488	-936	-%47,9
Faaliyet Karı/(Zararı)	10.295	14.015	-%26,5	7.249	9.313	-%22,2
Yatırım Faaliyetlerinden Gelir/(Giderler)	-51	-35	%43,8	-17	-11	%49,7
Özkaynak Yöntemiyle Değerlenen Yatırımlardaki Paylar	6	-5	a.d.	3	-1	a.d.
Finansman Geliri/Gideri Öncesi Faaliyet Karı/(Zararı)	10.250	13.975	-%26,7	7.235	9.300	-%22,2
Finansal Gelirler	1.909	2.536	-%24,7	1.121	682	%64,4
Finansal Giderler	-7.458	-7.691	-%3,0	-4.049	-4.161	-%2,7
Parasal Kazanç / (Kayıp)	3.941	7.040	-%44,0	1.556	3.326	-%53,2
Vergi Öncesi Faaliyet Karı/(Zararı)	8.642	15.859	-%45,5	5.863	9.147	-%35,9
Ertelenmiş Vergi Geliri/(Gideri)	-241	365	a.d.	8	579	-%98,6
Dönem Vergi Gideri	-1.920	-4.883	-%60,7	-766	-2.352	-%67,4
Dönem Karı/(Zararı)	6.481	11.341	-%42,9	5.106	7.374	-%30,8
Kontrol Gücü Olmayan Paylar	-78	-61	%27,4	-55	-70	-%22,1
Net Dönem Karı/(Zararı)	6.403	11.280	-%43,2	5.051	7.304	-%30,8
FAVÖK	14.094	17.769	-%20,7	9.137	11.234	-%18,7

Yuvarlama sebebiyle toplamlar farklılık gösterebilir

Türkiye Operasyonu Gelir Tablosu

TMS 29 (Yüksek Enflasyonlu Ekonomilerde Finansal Raporlama) uygulanmıştır

Sınırlı Denetimden Geçmiş

(Milyon TL)	1 Ocak - 30 Haziran			1 Nisan - 30 Haziran		
	2025	2024	(%) Değişim	2025	2024	(%) Değişim
Satış Hacmi (Milyon Ünite Kasa)	288	287	%0,5	161	169	-%5,0
Hasılat	35.595	36.875	-%3,5	20.363	21.231	-%4,1
Satışların Maliyeti	-24.406	-22.769	%7,2	-13.215	-12.318	%7,3
Brüt Kar	11.189	14.106	-%20,7	7.148	8.913	-%19,8
Pazarlama, Satış, Dağıtım Giderleri	-8.223	-8.017	%2,6	-4.345	-4.242	%2,4
Genel Yönetim Giderleri	-3.167	-2.958	%7,1	-1.723	-1.543	%11,6
Diğer Faaliyet Gelirleri	8.109	5.963	%36,0	4.828	1.957	%146,7
Diğer Faaliyet Giderleri	-635	-944	-%32,7	-282	-518	-%45,5
Faaliyet Karı/(Zararı)	7.273	8.150	-%10,8	5.627	4.568	%23,2
Yatırım Faaliyetlerinden Gelir/(Giderler)	-16	-34	-%54,2	6	-9	a.d.
Finansman Geliri/Gideri Öncesi Faaliyet Karı/(Zararı)	7.257	8.116	-%10,6	5.633	4.558	%23,6
Finansal Gelirler	1.072	1.973	-%45,7	644	418	%53,9
Finansal Giderler	-8.387	-9.248	-%9,3	-4.287	-3.601	%19,1
Parasal Kazanç / (Kayıp)	3.941	7.040	-%44,0	1.556	3.326	-%53,2
Vergi Öncesi Faaliyet Karı/(Zararı)	3.884	7.881	-%50,7	3.545	4.701	-%24,6
Ertelenmiş Vergi Geliri/(Gideri)	510	1.029	-%50,5	228	637	-%64,3
Dönem Vergi Gideri	95	-2.365	a.d.	89	-1.220	a.d.
Dönem Karı/(Zararı)	4.488	6.545	-%31,4	3.862	4.118	-%6,2
Kontrol Gücü Olmayan Paylar	0	-9	a.d.	0	-24	a.d.
Net Dönem Karı/(Zararı)	4.488	6.536	-%31,3	3.862	4.094	-%5,7
FAVÖK	8.954	9.773	-%8,4	6.439	5.413	%18,9

Yuvarlama sebebiyle toplamlar farklılık gösterebilir

Uluslararası Operasyonlar Gelir Tablosu

TMS 29 (Yüksek Enflasyonlu Ekonomilerde Finansal Raporlama) uygulanmıştır

(Milyon TL)	Sınırlı Denetimden Geçmiş					
	1 Ocak- 30 Haziran			1 Nisan - 30 Haziran		
	2025	2024	(%) Değişim	2025	2024	(%) Değişim
Satış Hacmi (Milyon Ünite Kasa)	571	506	%13,0	312	282	%10,6
Hasılat	50.877	52.552	-%3,2	27.779	28.259	-%1,7
Satışların Maliyeti	-33.354	-34.451	-%3,2	-17.895	-18.262	-%2,0
Brüt Kar	17.523	18.101	-%3,2	9.884	9.996	-%1,1
Pazarlama, Satış, Dağıtım Giderleri	-5.936	-5.811	%2,2	-3.053	-3.160	-%3,4
Genel Yönetim Giderleri	-2.208	-2.470	-%10,6	-1.110	-1.181	-%6,0
Diğer Faaliyet Gelirleri	879	742	%18,6	129	390	-%66,9
Diğer Faaliyet Giderleri	-761	-888	-%14,4	-206	-417	-%50,7
Faaliyet Karı/(Zararı)	9.497	9.674	-%1,8	5.645	5.630	%0,3
Yatırım Faaliyetlerinden Gelir/(Giderler)	-35	-1	%3228,7	-23	-2	%945,9
Özkaynak Yöntemiyle Değerlenen Yatırımlardaki Paylar	6	-5	a.d.	3	-1	a.d.
Finansman Geliri/Gideri Öncesi Faaliyet Karı/(Zararı)	9.469	9.668	-%2,1	5.625	5.626	-%0,0
Finansal Gelirler	860	633	%35,7	487	297	%63,8
Finansal Giderler	-1.812	-1.792	%1,1	-935	-1.068	-%12,4
Vergi Öncesi Faaliyet Karı/(Zararı)	8.516	8.509	%0,1	5.178	4.856	%6,6
Ertelenmiş Vergi Geliri/(Gideri)	-51	78	a.d.	47	16	%194,9
Dönem Vergi Gideri	-1.766	-2.099	-%15,9	-829	-1.060	-%21,8
Dönem Karı/(Zararı)	6.699	6.487	%3,3	4.396	3.812	%15,3
Kontrol Gücü Olmayan Paylar	-78	-53	%48,2	-55	-46	%18,6
Net Dönem Karı/(Zararı)	6.621	6.435	%2,9	4.342	3.766	%15,3
FAVÖK	11.703	12.003	-%2,5	6.762	6.814	-%0,8

Yuvarlama sebebiyle toplamlar farklılık gösterebilir

CCI Konsolide Bilanço

TMS 29 (Yüksek Enflasyonlu Ekonomilerde Finansal Raporlama) uygulanmıştır

(Milyon TL)	Sınırlı Denetimden Geçmiş	Bağımsız Denetimden Geçmiş
	30 Haziran 2025	31 Aralık 2024
Dönen Varlıklar	79.222	70.888
Nakit ve Nakit Benzerleri	22.465	27.131
Finansal Yatırımlar	325	112
Ticari Alacaklar	29.290	15.085
Diğer Alacaklar	513	688
Türev Finansal Araçlar	31	44
Stoklar	18.305	17.946
Peşin Ödenmiş Giderler	3.890	4.285
Cari Dönem Vergisiyle İlgili Varlıklar	813	2.307
Diğer Dönen Varlıklar	3.591	3.291
Duran Varlıklar	103.962	102.171
Finansal Yatırımlar	0	0
Diğer Alacaklar	206	215
Maddi Duran Varlıklar	64.793	63.302
Şerefiye	6.295	6.436
Maddi Olmayan Duran Varlıklar	28.196	28.223
Kullanım Hakkı Varlığı	682	839
Peşin Ödenmiş Giderler	2.624	1.918
Ertelenmiş Vergi Varlığı	1.108	1.238
Türev Finansal araçlar	55	0
Diğer Duran Varlıklar	0	0
Toplam Varlıklar	183.184	173.059
Kısa Vadeli Yükümlülükler	73.375	61.823
Kısa Vadeli Finansal Borçlanmalar	20.104	17.678
Uzun Vadeli Borçlanmaların Kısa Vadeli Kısımları	6.288	7.297
Banka Kredileri	6.063	7.015
Kiralama İşlemlerinden Borçlar	225	283
Ticari Borçlar	37.234	29.890
İlişkili taraflara borçlar	11.107	8.489
İlişkili olmayan taraflara ticari borçlar	26.127	21.400
Çalışanlara Sağlanan Faydalar Kapsamında Borçlar	484	595
Diğer Borçlar	6.252	4.017
İlişkili taraflara diğer borçlar	308	281
İlişkili olmayan taraflara diğer borçlar	5.944	3.736
Türev Finansal Araçlar	105	3
Ertelenmiş Gelirler	490	491
Dönem Karı Vergi Yükümlülüğü	1.169	639
Kısa Vadeli Karşılıklar	1.078	958
Diğer Kısa Vadeli Yükümlülükler	172	255
Uzun Vadeli Yükümlülükler	37.937	39.303
Uzun Vadeli Finansal Borçlanmalar	31.220	31.635
Kiralama İşlemlerinden Borçlar	462	729
Ticari Borçlar	4	4
Uzun Vadeli Karşılıklar	1.054	1.033
Ertelenmiş Vergi Yükümlülüğü	5.197	5.901
Türev Finansal Araçlar	0	0
Ertelenmiş Gelirler	0	0
Ana Ortaklığa Ait Özkaynaklar	62.445	62.659
Kontrol Gücü Olmayan Paylar	9.426	9.274
Toplam Kaynaklar	183.184	173.059

Yuvarlama sebebiyle toplamlar farklılık gösterebilir

CCI Konsolide Nakit Akım Tablosu

TMS 29 (Yüksek Enflasyonlu Ekonomilerde Finansal Raporlama) uygulanmıştır

(Milyon TL)	Sınırlı Denetimden Geçmiş Dönem Sonu	
	30 Haziran 2025	30 Haziran 2024
Faaliyetlerden sağlanan nakit akımı		
İşletme sermayesindeki değişikliklerden önceki faaliyet karı	12.263	14.310
Vergi Varlık ve Yükümlülüklerindeki Değişiklikler	-130	-2.778
Kıdem tazminatı, yönetim primi ve uzun vadeli teşvik planı ödemeleri	-76	-287
Diğer dönen ve duran varlık ve yükümlülüklerdeki değişim	-444	-91
İşletme sermayesindeki değişiklikler	-5.384	-2.875
Esas faaliyetlerinden sağlanan net nakit	6.229	8.279
Maddi ve maddi olmayan varlık yatırımları	-6.454	-7.183
Yatırım faaliyetlerinden kaynaklanan diğer değişimler	-214	-3.440
Başka işletmelerin edinimi için yapılan nakit çıkışları (girişleri)	0	-1.100
Yatırım faaliyetlerinde kullanılan diğer nakit	-6.668	-11.723
Kredilerden sağlanan değişim	4.092	5.415
Ödenen Faiz	-5.993	-4.960
Alınan Faiz	875	908
Ödenen Temettüleri (Azınlık Payları Dahil)	-3.152	-2.842
Nakit akış riskinden korunma kazancı	20	-329
Finansal kiralama	-233	-232
Finansman faaliyetlerinden sağlanan net nakit	-4.390	-2.039
Nakit ve nakit benzerleri üzerindeki çevrim farkı	635	567
Nakit ve nakit benzerlerindeki parasal kazanç / kayıp	-473	-1.004
Nakit ve nakit benzeri değerlerdeki net artış/(azalış)	-4.666	-5.921
Dönem başı itibarıyla nakit ve nakit benzeri değerler	27.131	36.646
Nakit ve nakit eşdeğerleri, dönem sonu	22.465	30.726
Serbest Nakit Akım	-5.575	-3.188

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:****Burçun İmir**

Kurumsal İletişim ve Sürdürülebilirlik İcra Kurulu Üyesi

Tel: +90 216 528 4209

E-mail: burcun.imir@cci.com.tr**Ayşegül Şenalp**

İletişim Grup Müdürü

Tel: +90 532 611 5572

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

CCI; Anadolu Grubu'nun bir iştiraki 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, 35 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.