

## 2023 Satış Hacmi

**Zorlu koşulların satış hacmine olumsuz etkisine rağmen kaliteli portföy karmamız verimli bir şekilde devam etti**

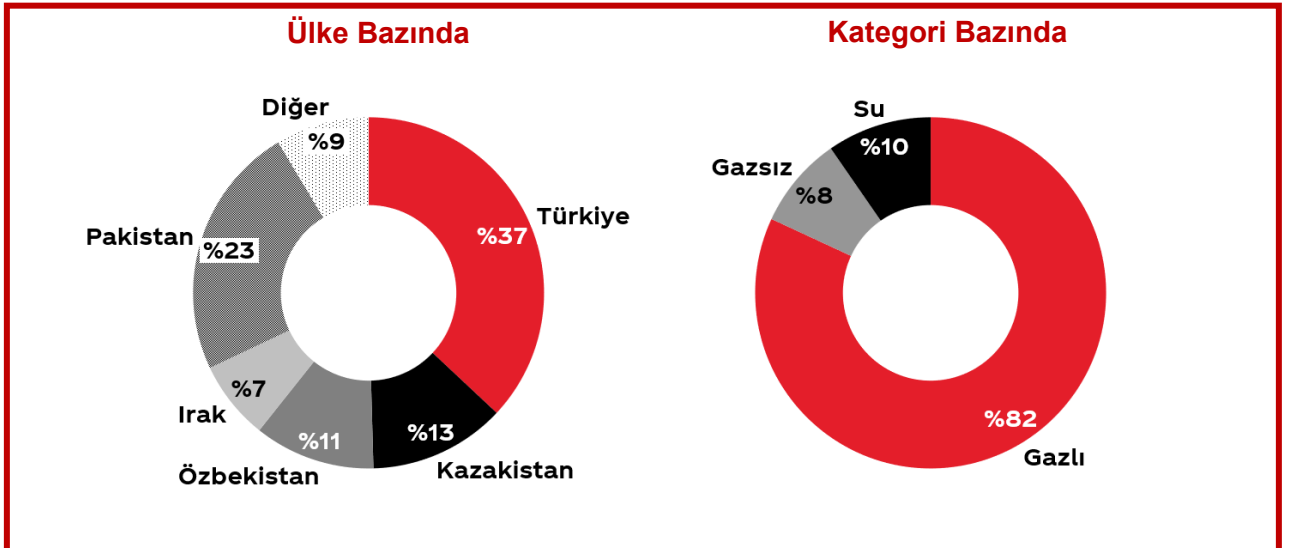
### 2023 Dördüncü Çeyrek Özeti

- Konsolide satış hacmi yıllık bazda %11,5 azaldı
- Türkiye satış hacmi yıllık bazda %21,8 düştü
- Uluslararası operasyonların satış hacmi bir önceki yıla göre %4,7 azaldı
- Gazlı içecek kategorisinin satış hacmi yıllık bazda %16,5 azaldı
- Gazsız içecek kategorisinin satış hacmi %12,7 arttı
- Küçük paketlerin payı yıllık bazda **889** baz puan artarak Türkiye'de %41'e ulaştı
- Konsolide bazda, küçük paketlerin payı bir önceki yıla göre **388** baz puan iyileşerek %31'e yükseldi

### 2023 Yılı Özeti

- Konsolide satış hacmi yıllık %2,6 düşüş gösterdi
- Türkiye satış hacmi yıllık bazda %5,1 geriledi
- Uluslararası satış hacmi bir önceki yıla göre %1,1 azaldı
- Gazlı içecek kategorisinin satış hacmi yıllık bazda %3,3 azaldı
- Gazsız içecek kategorisinin satış hacmi bir önceki yıla göre %6,2 arttı
- Enerji alt kategorisinin satış hacmi bir önceki yıla göre %4,6 büyüdü
- Yetişkin premium alt kategorisinin satış hacmi yıllık bazda %10,9 arttı
- Küçük paketlerin payı yıllık **129** baz puan artarak konsolide bazda %27,3'e ulaştı
- Gazlı içecek portföyündeki Az Şekerli/Şekersiz payı Türkiye'de yıllık **20** puan ve CCI konsolide de ise yıllık olarak **5** puan iyileşti

### 2023 yılı Satış Hacmi Kırılımı:



## Konsolide Satış Hacmi:

2023 yılında, doğal afetler, makroekonomik olumsuzluklar ve komşu bölgelerdeki siyasi huzursuzlukların tüketicilerin satın alım gücünü, harcama isteğini ve dolayısıyla iş üretimini etkilemesiyle faaliyet ortamımızdaki zorluklar devam etmiştir. Buna bağlı olarak, daha önceki üç aylık sonuçlarımıza ilişkin bilgi notlarında belirttiğimiz gibi, CCI'nın satış hacmi de bu dış faktörlerden olumsuz etkilenmiştir.

CCI'nın konsolide satış hacmi **2023 yılında** geçen yıla kıyasla %2,6 azalarak 1,5 milyar ünite kasa ("ü.k.") olmuştur. Orta Asya ve Irak operasyonları sırasıyla %11,9 ve %10,7 artışla hacim büyümesine oldukça olumlu katkı sağlarken, Türkiye ve Pakistan operasyonları, konsolide hacim performansını aşağı çekmiştir. Genel olarak, uluslararası operasyonların hacim payı yıllık 95 baz puan artışla %63,1'e ulaşmıştır.

**2023** yılında gazlı içecek kategorisi yıllık bazda %3,3 oranında gerilerken, Coca-Cola™ performansı görece daha güçlü olmuştur. Gazsız içecekler kategorisi 2022 yılında gerçekleşen %18,7'lik büyümenin üzerine %6,2 oranında artmıştır. Son olarak, su kategorisi kaliteli büyümeye odaklanma stratejimiz doğrultusunda %3,5 oranında gerilemiştir. 2023 yılında Enerji kategorisinde %4,6 ve Yetişkin Premium Kategorisinde (Schweppes markası ile) ise %10,9 büyüme sağladık.

Küçük paketlere ve yerinde tüketim kanalına öncelik vererek değer üretimi odağımıza devam ettik. Bu doğrultuda, küçük paketlerin toplamdaki payı 2023 yılının tamamında 129 baz puan artışla %27,3'e yükselirken, Yerinde Tüketim kanalının payı 101 baz puan artışla %19,0'a ulaştı. Küçük paketlerin toplamdaki payı da 4Ç23'te 388 baz puanlık önemli bir iyileşme göstererek %31,3'e ulaşırken, Yerinde Tüketim kanalının payı 120 baz puanlık artışla %20,8'e yükselmiştir. Az şekerli/Şekersiz portföye odaklanmaya devam edilmesi de olumlu sonuç verdi ve az şekerli/Şekersiz portföyün toplam gazlı içecek satışları içindeki payı yıllık bazda 5 puan artarak 2023 itibarıyla %13,3'e ulaştı.

**2023** yılında **Türkiye**, ülke tarihinin en yıkıcı depremiyle sarsıldı. Felaket, Türkiye'nin 11 ilinde 14 milyondan fazla insanı etkiledi. Yıkıcı depremin ilk anlarından itibaren Coca-Cola Sistemi olarak bölgedeki insanlara yardım etmek için seferber olduk. Depremin yansımalarının yanı sıra, ikinci çeyrekte gerçekleşen seçimler ve tüm yıl boyunca devam eden yüksek enflasyon tüketicilerin harcama iştahını da etkiledi.

Sonuç olarak, Türkiye'de yıllık bazda %5,1; dördüncü çeyrekte ise %21,8 hacim düşüşü kaydettik. 4Ç23'te bir önceki yıla göre yaşanan hacim gerilemesi, çoğunlukla maaş artışları öncesindeki düşük satın alım gücünden ve Orta Doğu'daki siyasi huzursuzluğa yönelik hassasiyetler nedeniyle tüketicilerin harcama iştahının azalması ve buna mukabil hususi olarak seyrelttiğimiz pazarlama kampanyalarından kaynaklanmaktadır.

Küçük paketlerin toplamdaki payı 187 baz puan artarak 2023'de %33,6'ya yükselirken, Yerinde Tüketim kanalının payı 265 baz puan iyileşme ile %30,1'e ulaşmıştır. Az şekerli/Şekersiz portföye odaklanmaya devam edilmesi de sonuç vermiştir ve Az şekerli/Şekersiz portföyün toplam gazlı içecek satışları içindeki payı yıllık bazda 20 puan artışla 2023 itibarıyla %38,8'e ulaşmıştır.

**Uluslararası operasyonlar**, çoğunlukla Pakistan'daki düşük hacim üretimi nedeniyle **2023** mali yılında yıllık %1,1'lik hafif bir gerileme kaydetmiştir. **4Ç23**'te toplam uluslararası satış hacmi yıllık bazda %4,7 azalırken, gazlı içeceklerdeki düşüş yıllık bazda %6,3 ile biraz daha yüksek olmuştur.

Kaliteli portföy karması odağı, uluslararası operasyonlarımızda da olumlu sonuçlar vermeye devam etmiştir. Küçük paketlerin payı 2023'te 109 baz puan artışla %23,7'ye yükselirken, Yerinde Tüketim kanalının payı 29 baz puan artışla %12,7'ye ulaşmıştır.

Bu dönemde **Pakistan** da tarihinin en zorlu makroekonomik sıkıntılarını yaşadı. Buna bağlı olarak, tüketici güven endeksi yılın ikinci yarısında, son 11 yılın en düşük rakamlarına geriledi. Yerel para birimi Rupî, ABD Doları karşısında tarihinin en yüksek seviyelerini gördü ve yıllık bazda yaklaşık %25 oranında değer kaybetti. Enflasyon yıl boyunca son 50 yılın en yüksek seviyesine ulaşarak tüketicilerin alım gücünü olumsuz etkiledi. Buna bağlı olarak, CCI'nın satış hacmi **2023** yılının tamamında %16,4 (2022'deki %13,1 büyümenin üzerine), **4Ç23**'te ise %31,7 oranında gerilemiştir (4Ç22'deki %9,1'lik artışın üzerine). Pazarlama girişimleri ve uygulama kabiliyetlerine yönelik devam eden sistemsel çabalarımız yine olumlu bir etki yaratmış ve CCI yılbaşından bu yana pazar payını artırmayı başarmıştır (Kaynak: Nielsen, Kasım'23 itibariyle Kentsel Değer Payı).

**Özbekistan**, **2023** yılının tamamında yıllık %25,8 ve **4Ç23**'te yıllık %28,7 artışla tüm CCI ülkeleri arasında en hızlı büyümeyi kaydeden ülke olmuştur. CCI'nın başarılı iş kılavuzunu tüm unsurlarıyla dikkatli bir şekilde uygulayan ve bu sayede odaklanmış soğutucu yerleştirmeleriyle doğru RTM altyapısını kuran Özbekistan, güçlü operasyonel sonuçlar elde etmeye devam etmektedir.

**Kazakistan**'da hacim büyümesi, geçen seneki %16,0'lık artışın üzerine, yıllık %2,4 seviyesinde gerçekleşirken, **4Ç23**'te yıllık %5,8'lik gerileme kaydetmiştir. Savaş sonrası Rusya'dan Kazakistan'a geçici göç nedeniyle 4Ç22'de hacim büyümesi %32 olduğundan, 4Ç23'te satış hacmi oldukça güçlü bazın etkisiyle görece daha zayıf kalmıştır. Yılın tamamındaki büyümenin lokomotifi, 2022 yılında gerçekleşen %19,7'lik yıllık büyümenin üzerine %4,7'lik yıllık artış kaydeden gazlı içecek kategorisi olmuştur.

#### Raporlanan Bazda:

Hacim (mln ünite kasa)	2023	2022	Δ %	4Ç23	4Ç22	Δ %
Konsolide	1,535	1,577	-2.6%	252	285	-11.5%
Türkiye	567	597	-5.1%	88	113	-21.8%
Uluslararası	968	979	-1.1%	164	172	-4.7%

	Büyüme (y/y)				Kırılım	
	4Ç23	4Ç22	2023	2022	4Ç23	2023
Gazlı İçecekler	-16.5%	7.8%	-3.3%	15.5%	77.8%	81.9%
Gazsız İçecekler	12.7%	21.5%	6.2%	18.7%	11.1%	8.5%
Su	11.2%	-10.9%	-3.5%	4.5%	11.2%	9.6%
<b>Toplam</b>	<b>-11.5%</b>	<b>6.8%</b>	<b>-2.6%</b>	<b>14.6%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Yuvarlama sebebiyle toplamlar farklılık gösterebilir

## 2024 Yılına Ait Beklentiler

**Aşağıda yer alan geleceğe dönük değerlendirmeler organik bazda ve TMS 29'un (Yüksek Enflasyonlu Ekonomilerde Finansal Raporlama) uygulanmasından kaynaklanabilecek potansiyel etkiler dikkate alınmadan verilmiştir.**

**Yıldan yıla değişimler, enflasyon muhasebesi uygulanmayan 2023 finansallarına dayanmaktadır ve TMS 29 uyarınca değişebilir.**

2023 yılında faaliyet ortamımızda, bazıları zaten iş planlarımızda yer alan, bazıları ise beklenenden daha ciddi seviyede olan çeşitli zorluklarla karşılaştık. Daha önce bildirdiğimiz ve 2023 Yıl Sonu hacim duyurumuzda ayrıntılı olarak açıkladığımız üzere, Türkiye'deki yıkıcı deprem ve Pakistan'daki makroekonomik zorluklar yıl boyunca hacimlerin beklenenden daha düşük olmasına yol açtı. Bununla birlikte, değer yaratma konusundaki kararlılığımızı sürdürdük ve etkili Gelir Büyüme Yönetimi aksiyonları ve güçlü pazarlama girişimleri ile coğrafyalarımızdaki kişi başına tüketimi artırmak için özenle çalıştık.

2024 yılına baktığımızda, çeşitlendirilmiş marka portföyümüzden, uygulama kabiliyetlerimizden ve gelişmekte olan pazarlarda faaliyet gösterme uzmanlığımızdan yararlanmaya devam edeceğiz. Odak noktamız değişmemiştir: "Kaliteli Büyüme Algoritması sunarak değer yaratmak ve kişi başına düşen NARTD tüketimini artırmak."

Türkiye ve Pakistan'da enflasyonun bir miktar gevşeyeceğini ancak yine de yüksek kalmaya devam edeceğini beklerken, dinamik fiyatlandırma ve etkin ürün/kanal/kategori karması yönetimi girişimlerimiz ve de proaktif satın alma kabiliyetlerimiz sayesinde Kaliteli Büyüme Algoritması sunmaya - net satış gelirlerini hacim artışının üzerinde ve faaliyet karını da gelirlerin üzerinde büyütme - devam edeceğiz.

CCI'nin gelecek değerini en üst düzeye çıkarmak için talepten önce yatırım yapmaya devam ediyor olacağız. 2024'te, yeni hat eklemeleri ve çeşitli operasyonlarda dijitalleşmenin yanı sıra Özbekistan ve Kazakistan'da iki yeni fabrikamızı faaliyete geçirmeyi umuyoruz.

Şirketimizin 2024 yılı beklentileri aşağıdaki gibidir (organik bazda ve enflasyon muhasebesinin uygulanmasından kaynaklanabilecek herhangi bir potansiyel etki olmaksızın):

### **Satış Hacmi:**

Konsolide bazda orta tek haneli satış hacmi büyümesi;

- Hem Türkiye'de hem de Uluslararası operasyonlarda orta tek haneli büyüme

### **Net Satış Geliri:**

Düşük 40'lı yüzdelerde kur etkisinden arındırılmış net satış geliri büyümesi

### **Faiz Vergi Öncesi Kar (FVÖK) Marjı/Operasyonel Kar:**

2023 yılına paralel FVÖK marjı

---

## Firma Profili

---

CCI Türkiye, Pakistan, Kazakistan, Irak, Özbekistan, Azerbaycan, Kırgızistan, Ürdün, Tacikistan, Türkmenistan ve Suriye’de faaliyet gösteren çok uluslu bir içecek şirkettir. CCI, The Coca-Cola Company'nin gazlı ve gazsız içeceklerini üretir, dağıtır ve satar.

11 ülkede, 30 şişeleme, 3 meyve işleme fabrikası ve 10.000’den fazla çalışanı bulunan CCI, 430 milyonluk tüketici kitlesine 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 İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (BİST) "CCOLA.IS" sembolü ile işlem görmektedir.

---

## İletişim

---

Erdi Kurşunoğlu  
Grup Finans Direktörü  
Tel: +90 216 528 4410  
[erdi.kursunoglu@cci.com.tr](mailto:erdi.kursunoglu@cci.com.tr)

Melda Öztoprak  
Yatırımcı İlişkileri Kıdemli Müdürü  
Tel: +90 216 528 4367  
[melda.oztoprak@cci.com.tr](mailto:melda.oztoprak@cci.com.tr)

Çiçek Uşaklıgil Özgüneş  
Yatırımcı İlişkileri ve Hazine Direktörü  
Tel: +90 216 528 4002  
[cicek.ozgunes@cci.com.tr](mailto:cicek.ozgunes@cci.com.tr)

Neslihan Topaç  
Yatırımcı İlişkileri Yöneticisi  
Tel: +90 216 528 4309  
[neslihan.topac@cci.com.tr](mailto:neslihan.topac@cci.com.tr)