

## İÇSEL BİLGİLERE İLİŞKİN ÖZEL DURUM AÇIKLAMA FORMU

**Ortaklığın Unvanı** : Coca-Cola İçecek A.Ş.  
**Adresi** : Dudullu OSB Deniz Feneri Sokak No:4  
34776 Ümraniye İstanbul  
**Tel ve Faks No** : 0 216 528 40 00 - 0 216 510 70 10  
**Yatırımcı İlişkileri Tel. ve Faks No** : 0 216 528 33 92 - 0 216 510 70 10  
**Tarih** : 10 Ocak 2019  
**Konu** : 2018 Satış Hacmi

### BORSA İSTANBUL BAŞKANLIĞI'NA,

Açıklanacak Özel durum:

#### 2018 Satış Hacmi

Şirketimizin 2018 yılına ait satış hacmi rakamları geçen yılın aynı dönemiyle karşılaştırmalı şekilde aşağıda sunulmuştur.

| Satış Hacmi (mn Ünite Kasa) | 2017  | 2018  | 2018/2017 Δ | 4Q17 | 4Q18 | 4Q18/4Q17 Δ |
|-----------------------------|-------|-------|-------------|------|------|-------------|
| Konsolide                   | 1.237 | 1.315 | %6,3        | 227  | 229  | %0,6        |
| Türkiye                     | 621   | 650   | %4,8        | 120  | 120  | -%0,2       |
| Uluslararası                | 617   | 664   | %7,8        | 107  | 108  | %1,5        |

#### Konsolide Satış Hacmi

2018 yılında konsolide satış hacmi %4-%6 aralığındaki beklentimizin üzerinde %6,3 artarak 1.315 milyon ünite kasaya ulaştı. 77 milyon ünite kasa artışa denk gelen büyüme, gazlı içecekler (%6,8 artış), gazsız içecekler (%11,6 artış) ve su kategorisindeki (%6,0 artış) güçlü performansla desteklenirken, çay kategorisinin satış hacmi %1,2 geriledi.

2018'in dördüncü çeyreğinde konsolide satış hacmi %0,6 artarak 229 milyon ünite kasa oldu. Söz konusu dönemde su ve çay kategorileri sırasıyla %7,0 ve %11,5 büyüme sergilerken, büyük ölçüde Türkiye operasyonuna bağlı olarak gazlı içecek ve gazsız içecek kategorileri %2,2 ve %4,9 daraldı.

#### Türkiye Operasyonu

2018 yılında Türkiye operasyonlarının satış hacmi %4,8 artışla 650 milyon ünite kasa olurken, 2012 yılından bu yana en yüksek büyüme oranına ulaştı. 2018'de Çay hariç tüm kategoriler hacim artışı kaydederken, gazlı içecekler 2017 yılındaki %1,7'lik büyümenin ardından %5,7 hacim artışı gösterdi. Küçük paketlerin gazlı içecek portföyündeki payı artmaya devam ederek 2017 yılındaki %22 seviyesinden %23'e yükseldi. Satılan paket sayısı ise, %11 artışla satış hacmindeki artışın üzerinde büyüdü. 2018 yılında, artan soğutucu yatırımları, 'Coca-Cola Şekersiz' ve 'Fanta C' gibi inovasyonlar ve büyüyen artan portföy bulunurluğu gazlı içeceklerdeki hacim artışını destekledi.

Şekersiz <sup>(1)</sup> segmenti, 'Coca-Cola Şekersiz' odağımızla %26 büyürken, bu segmentin toplam gazlı içecek portföyündeki payı 1 puan artışla yaklaşık %7 oldu. Gazsız içecekler kategorisinin satış hacmi, buzlu çay segmentindeki yatırım artışı ve portföy bulunurluğunun da katkısıyla %5,8 artarken, su kategorisi küçük paketlerdeki çift-haneli büyümeye yılı %7,6 hacim artışıyla tamamladı. Çay hacmindeki düşüş ise genel olarak liste fiyat artışlarından kaynaklandı.

2018'in dördüncü çeyreğinde satış hacmi alkolsüz içecek sektöründeki daralmaya rağmen yatay bir seyirle 120 milyon ünite kasa olurken, tüketici güvenini olumsuz etkileyen makroekonomik koşullar ve Eylül ayındaki liste fiyat artışlarından etkilendi. Söz konusu dönemde, gazlı içecek kategorisi %6,9 daralırken, Şekersiz segmenti büyümeye devam etti. Gazsız içecek kategorisi, %10,4 daralma kaydederken, su kategorisinin satış hacmi %9,4 arttı. Çay kategorisi ise önceki yılın aynı dönemindeki düşük bazın da katkısıyla %11,9 hacim kaybetti.

### Uluslararası Operasyonlar

2018 yılında uluslararası operasyonların satış hacmi büyük ölçüde Pakistan ve Kazakistan pazarlarındaki büyümeye %7,8 artış göstererek 664 milyon ünite kasaya ulaştı.

- Pakistan'da satış hacmi, 2017 yılındaki %3,5 büyümenin ardından 2018'de 7,3% artış kaydetti. Dağıtım ve saha uygulamalarındaki iyileşme, yüksek sezon öncesinde faaliyete geçen Faysalabad fabrikası ve başarılı tüketici aktiviteleri hacim artışına katkı sağlayan başlıca unsurlar oldu. Gazlı içeceklerdeki hacim artışı %6,7 olurken, saha uygulamalarındaki iyileşme 2018 yılını pazarın üzerinde bir büyümeye kapatmamızı sağladı. Coca-Cola markası orta-tek haneli büyüme kaydederken, Sprite markası stratejimize paralel olarak düşük-onlu seviyelerde büyüme gösterdi. Dasani markasının lansmanı da su kategorisindeki yaklaşık %35 büyümeyi destekleyerek hacim artışına katkı sağladı.
- Orta Doğu operasyonlarının satış hacmi %2,0 arttı. Irak'ta gazlı içecek kategorisindeki yüksek tek haneli büyüme su kategorisindeki daralmayı büyük ölçüde telafi ederken, toplam hacim artışı %3,9 oldu. Ürdün'deki satış hacmi ise, tüketici harcamalarının genelini olumsuz etkileyen makroekonomik koşullar ve vergi artışlarına bağlı olarak %8,4 geriledi.
- Orta Asya operasyonlarında, Türkmenistan hariç tüm pazarlarımız çift haneli büyüme kaydederken bölge genelindeki hacim artışı %12,7 oldu. Kazakistan, ciro pazar payındaki önemli artışlarla birlikte %14,1 hacim artışı kaydederek şimdiye kadarki en yüksek satış hacmine ulaştı. Ülkedeki güçlü saha uygulamaları, etkin pazarlama kampanyaları ve makroekonomik ortamı destekleyen görece yüksek petrol fiyatlarına bağlı olarak tüm kategoriler çift haneli hacim artışı sergiledi. Azerbaycan ise, gazlı içecek kategorisindeki %30'un üzerinde büyümeye birlikte %29,7 hacim artışı kaydederek şimdiye kadarki en yüksek satış hacmine ulaştı. Diğer yandan, Türkmenistan'ın satış hacmi, konvertasyon sorunu nedeniyle operasyonlarımızda meydana gelen aksamalara bağlı olarak %34,9 geriledi.

(1) Şekersiz segmenti kalorisiz ve düşük kalorili ürünleri kapsamaktadır.

2018'in son çeyreğinde, uluslararası operasyonların satış hacmi %1,5 artışla 108 milyon ünite kasa oldu.

- Pakistan'da hacim artışı, tüketici güvenini olumsuz etkileyen makroekonomik koşullar ve Ekim ayı başındaki liste fiyat artışlarına bağlı olarak yavaşlayarak %1,4 oldu.
- Orta Doğu operasyonlarının satış hacmi %5,3 geriledi. Irak'ta dini günler ve güvenlik önlemleri nedeniyle piyasanın yaklaşık on gün kapalı kalması ve politik ortamdan kaynaklanan zorlukların devam etmesi satışları olumsuz etkilerken hacim %2,2 geriledi. Ürdün satış hacmi, zayıf makroekonomik ortama bağlı olarak %21,9 daraldı.
- Orta Asya operasyonları, Azerbaycan, Kırgızistan ve Tacikistan'daki %20'nin üzerindeki büyümeyle birlikte %7,2 hacim artışı kaydetti. Yılın son çeyreğinde Kazakistan, önceki yılın aynı dönemindeki %13,4 hacim artışının üzerine %6,7 büyüme gösterdi. Yeni yıl tüketici promosyonları ve başarılı tüketici aktivasyonları bölge genelinde gazlı içeceklerdeki hacim artışını destekledi.

Yukarıdaki açıklamalarımızın Sermaye Piyasası Kurulu'nun II-15.1 sayılı Tebliği'nde yer alan esaslara uygun olduğunu, bu konuda/konularda tarafımıza ulaşan bilgileri tam olarak yansıttığını; bilgilerin defter, kayıt ve belgelerimize uygun olduğunu, konuyla ilgili bilgileri tam ve doğru olarak elde etmek için gerekli tüm çabaları gösterdiğimizi ve yapılan bu açıklamalardan sorumlu olduğumuzu beyan ederiz.