

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 47 16 - 0 216 510 70 10
Tarih : 9 Ocak 2020
Konu : 2019 Satış Hacmi

BORSA İSTANBUL BAŞKANLIĞI'NA,

Açıklanacak Özel durum:

2019 Satış Hacmi

Zorlu Koşullara Rağmen Güçlü Performans

Şirketimizin 2019 yılına ait satış hacmi rakamları geçen yılın aynı dönemiyle karşılaştırmalı şekilde aşağıda sunulmuştur.

Satış Hacmi (milyon Ünite Kasa)	2018	2019	2019/2018 Δ	4Ç18	4Ç19	4Ç19/4Ç18 Δ
Konsolide	1.315	1.316	%0,1	229	230	%0,8
Ana Kategoriler	1.200	1.207	%0,6	198	203	%2,4
Türkiye	650	662	%1,8	120	126	%4,9
Ana Kategoriler	536	554	%3,2	90	99	%9,7
Uluslararası	664	654	-%1,5	108	104	-%3,6

Konsolide Satış Hacmi

2019 yılında, konsolide satış hacmi, 'hafif düşüş' yönündeki beklentimizin üzerinde gerçekleşerek %0,1 artışla 1.316 milyon ünite kasa oldu. Ana kategorilerdeki büyüme ise geçen yıla göre %0,6 arttı (Ana kategoriler, bu bilgi notu boyunca CCI'nın dağıtımı yapılan Çay haricindeki kategorilerini ifade etmektedir). Pakistan'daki yavaşlama ve Türkmenistan'da üretimin durmasına rağmen, satış hacmimiz Kazakistan, Türkiye ve Azerbaycan operasyonlarımızın katkısıyla büyümeye devam etti. Türkmenistan hariç olarak bakıldığında, konsolide ana kategoriler satış hacmi 2019 yılında %1,4 oranında arttı. Gazlı içecekler kategorisi (%0,3 artış) ve gazsız içecekler kategorisi (%5,1 artış) 2019 yılındaki büyümenin temel etkenleri olurken, su ve çay kategorilerindeki küçülme sırasıyla %0,1 ve %4,9 olarak gerçekleşti. Buzlu çay segmenti satıldığı bütün pazarlarda büyüme kaydederken, gazlı içecekler kategorisi Pakistan, Ürdün ve Türkmenistan haricindeki tüm pazarlarımızda artış

gösterdi. 2018 yılında %49 olan Türkiye operasyonunun toplam satış hacmi içerisindeki payı, 2019 yılında %50 olarak gerçekleşti.

4Ç19'da, konsolide satış hacmi, %0,8 artışla 230 milyon ünite kasa oldu. Gazlı içecekler kategorisi %4,9 ve gazsız içecekler kategorisi %14,5 artış kaydederken, su ve çay kategorilerindeki azalma sırasıyla %13,0 ve %9,2 olarak gerçekleşti. Aynı dönemde, ana kategorilerin satış hacmindeki büyüme %2,4 oldu.

Türkiye

2019 yılında, Türkiye operasyonunun satış hacmi %1,8 büyüme kaydederken, toplam satış hacmi 662 milyon ünite kasa oldu. Aynı dönemde çay ve meyve suyu haricinde tüm kategoriler büyüme kaydederken, ana kategorilerdeki büyüme %3,2 oldu.

Gazlı içecekler kategorisi 2018 yılında %5,7 büyümenin ardından 2019 yılında %3,8 artarak en yüksek satış hacmi seviyesine ulaştı. 2018 yılında %23 olan küçük paketlerin gazlı içecekler kategorisi içerisindeki payı artış trendini koruyarak 2019 yılında %25'e ulaştı. Satılan paket sayısı ise %9 artışla hacim büyümesinin üzerinde gerçekleşti. 2019 yılındaki büyüme temel olarak yeni müşteriler ile birlikte büyümeye devam eden yerinde tüketim kanalının etkisiyle gerçekleşti. Soğutucu yerleştirmeleri, devam eden medya yatırımları ve başarılı pazar uygulamaları da hacim büyümesini destekledi. Şekersiz/Düşük kalorili segment %5,9 büyüme kaydederken, Şekersiz/Düşük kalorili segmentin gazlı içecekler içerisindeki payı artmaya devam etti. 2018 yılında %20 büyümenin ardından 2019'da %11,5 büyüyen buzlu çayın katkısı ile gazsız içecekler kategorisi 2019'da %3,1 artış gösterdi. Su kategorisi ise 2019 yılında küçük paketlerin toplam satış içerisindeki artan payının katkısıyla %1,6 arttı. Çay kategorisinin hacmi ise aynı dönemde %5 azaldı.

4Ç19'da, olumlu hava koşullarının katkısı ile satış hacmi %4,9 artışla 126 milyon ünite kasa oldu. Ana kategorilerin hacim yıllık bazda %9,7 arttı. Gazlı içecekler kategorisi %15,8 büyüme kaydederken, Şekersiz/Düşük kalorili segment büyümesi %31,1 oldu. Gazsız içecekler kategorisindeki hacim artışı 4Ç19'da %12,9 oldu. Buzlu Çay %49,9 artış ile büyümeye en büyük katkıyı yaparken, Su ve Çay kategorileri sırasıyla %7,2 ve %9,4 oranında küçüldü.

Uluslararası

2019 yılında, uluslararası operasyonların satış hacmi başta Pakistan'daki satışların yavaşlaması ve Türkmenistan'da devam eden üretim durmasından kaynaklı %1,5 azalarak 654 milyon ünite kasa oldu.

Pakistan satış hacmi, 2018 yılındaki %7,3 büyümenin ardından 2019'da %7,8 daraldı. Zayıf makroekonomik koşullar ve zorlu rekabet ortamı yıl boyunca satış performansını olumsuz etkiledi. Gazlı içecekler kategorisi 2019 yılında %7,4 daralarak sektördeki genel düşüşü yansıttı. 'Cola-Cola' markası yüksek marka sevgisi ile kategori genelinden daha iyi performans gösterirken, portföyümüzdeki tüm gazlı içecek markaları düşmeye devam etti.

Orta Doğu operasyonlarımızda, satış hacmi %1,7 daraldı. Irak satış hacmi %3,7 büyüyen gazlı içecekler kategorisinin katkısı ile 2019 yılında %0,8 artarken, su kategorisi %7,4 daraldı.

Orta Asya satış hacmi %9,0 artarken, Türkmenistan haricindeki tüm operasyonlarımız çift haneli büyüme kaydetti. Kazakistan tüm kategorilerde pazar payı kazanırken satış hacmi %13,9 arttı. Başarılı tüketici aktivasyonları, soğutucu yerleştirmeleri ve etkili pazar uygulamaları 2019 yılı boyunca büyümeyi destekledi. Azerbaycan %20,5 büyürken, 'Coca-Cola' markası %34 büyüme kaydetti. Devam eden konvertibilite sorunun yol açtığı üretimde yaşanan aksamalardan dolayı 2019 yılı başında üretimi duran Türkmenistan'ın satış hacmine önemli bir katkısı olmadı. Türkmenistan hariç, Orta Asya satış hacmi %14,4 arttı.

4Ç19'da, uluslararası operasyonların satış hacmi geçen yılın aynı dönemine kıyasla %3,6 oranında daralarak 104 milyon ünite kasa olarak gerçekleşti.

Pakistan operasyonumuzun satış hacmi, sektörde devam eden yavaşlama, üçüncü çeyrekte yapmış olduğumuz fiyat artışları ve yıl sonunda stok seviyelerinin eritilmesi sebebiyle 4Ç19'da %15,2 daraldı.

Orta Doğu operasyonlarımızın satış hacmi %3,3 azaldı. Irak'taki siyasi huzursuzluk satış hacmi performansına yansıdı ve hacim %4,8 düştü. Ancak, Gazlı içecekler kategorisi %5,7 büyüdü. Ürdün yeni soğutucu yerleştirmelerinin katkısı ile %7,3 büyüme kaydetti.

Orta Asya operasyonlarımızın satış hacmi Kazakistan, Azerbaycan ve Tacikistan'daki çift haneli büyümenin katkısı ile %11,1 arttı. 4Ç18'de %6,7 büyüyen Kazakistan satış hacmi, bu yılın aynı döneminde %16,2 arttı. Yeni Yıl tüketici promosyonları ve başarılı tüketici aktiviteleri bölgede büyümeye katkı sağlayan ana unsurlar oldu.

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.