

Arçelik

2016 1Y Finansal Sonuçları

- Türkiye pazarında ana ürün kategorilerinde, pazar ortalamasının üzerinde büyüme
- Uluslararası pazarlarda devam eden organik büyüme, pazar payı ve fiyat endeksi artışı
- €:\$ paritesinde ve hammadde fiyatlarındaki olumlu trend, iyileştirilen ürün miksi sayesinde yükselen brüt ve FVAÖK marjı
- Alacaklar ve stok yönetimi konularında devam eden yapısal tedbirler sayesinde işletme sermayesinde iyileşen ve sürdürülebilir performans
- Net işletme sermayesinde sağlanan iyileşme ve KFS satışı sonucu iyileşen borçluluk oranı
- Tamamı dövizden oluşan güçlü nakit pozisyonu

2016 1Y Pazar Performansı - Türkiye

Pazar

- Beyaz eşya ve klima pazarlarında yaşanan büyüme
 - İkinci çeyrekte yavaşlamakla birlikte, beyaz eşya toptan satışlarında %6 artış
 - Klima satışlarının ikinci çeyrekte hızlanmasıyla toptan seviyede %18 artış
- İthal markalar ve satış kanalıyla ilgili gelişmelerden dolayı yaklaşık %10 daralan TV pazarı

* Beyaz eşya ve klima pazar verileri BESD,
TV verisi ise perakende paneli kaynaklıdır.

Arçelik A.Ş.

- Tüm ana ürün gruplarında pazar ortalamasının üzerinde büyüme
 - Hem Arçelik hem de Beko satış teşkilatı için Haziran ayında tüm zamanların en yüksek aylık cirosu
 - Daralan TV pazarında yaklaşık %5 adetsel büyüme (son 5 yılın en yüksek pazar payı)
 - Özellikle Haziran ayındaki yüksek performans ile klimada yaklaşık %50 adetsel artış
 - Yeni nesil yazarkasa satışlarındaki yüksek satış performansı (2015 1Y: ~%100)

* Şirket toptan satış
verileri baz alınmıştır.

2016 1Y Pazar Performansı - Uluslararası

Pazar

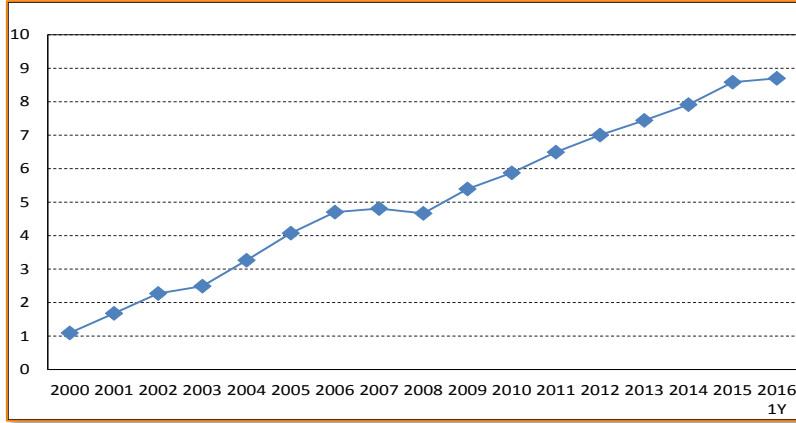
- Avrupa beyaz eşya pazarlarında genelde pozitif performans
 - Batı Avrupa'da tüm büyük pazarlarda büyüme
 - Rusya pazarında yaşanan iyileşme (2015 1Y: %5 artış)
 - Romanya'da %30'lara ulaşan adetsel artış
 - Azalma trendi gerilemekle beraber Ukrayna'da devam eden küçülme
- Makroekonomik gelişmelere paralel G. Afrika'da zayıf talep (2015 1Y: %7 azalış)

Arçelik A.Ş.

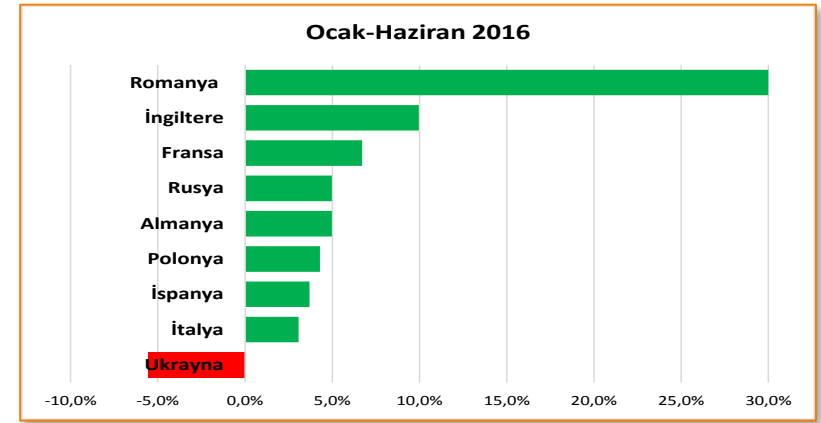
- Uluslararası pazardaki konumunu güçlendirmeye devam eden Arçelik A.Ş.
 - Avrupa beyaz eşya pazarında toplamda ikinci, solo segmentinde lider konumunu koruyan Beko
 - Yeni ülkelere ve kanallara giren Grundig markası
 - Uzak ara lider konumlarını daha da pekiştiren güçlü yerel markalarımız (Arctic & Defy)

2016 1Y Pazar Gelişimleri

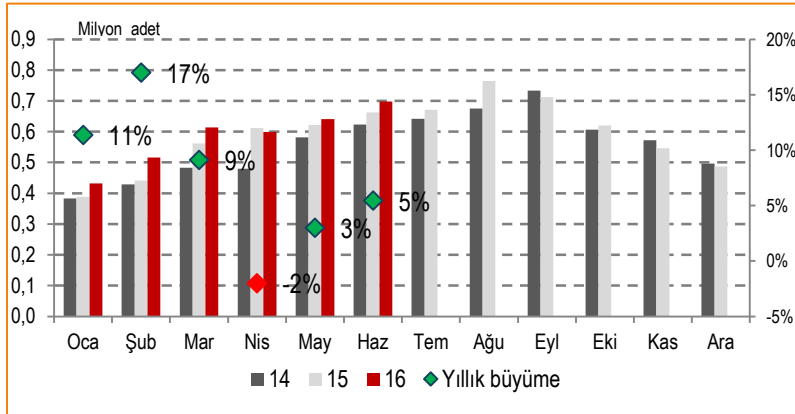
**Avrupa Pazarında Beko Adet Pazar Payı (%)
(6 Ana Ürün)**



**Avrupa Pazarındaki Değişimler
(6 Ana Ürün)**



**Türkiye Beyaz Eşya Pazarı – Aylık Değişim
(6 Ana Ürün)**



**Ürün Grubu Bazında Türkiye Pazarı
(6 Ana Ürün)**

000 adet	1Y16	1Y15	Yıllık
Buzdolabı	945	885	7%
Derin dondurucu	287	244	18%
Çamaşır makinası	1,022	977	5%
Kurutucu	38	32	17%
Bulaşık makinası	769	695	11%
Fırın	439	455	-3%
Toplam	3,500	3,288	6%

2016 1Y Satış Performansı

Ciroyu etkileyen kritik faktörler

Türkiye Pazarı

Ana ürün grubu satışlarında çift haneli büyüme, ortalamanın çok üzerinde artış yaşanan yeni nesil yazar kasa ve klima satışları

Uluslararası Büyüme

Büyüyen Avrupa beyaz eşya pazarında devam eden pazar payı kazanımı, Çin pazarının ciroya artan katkısı, HD* yayın geçişi yaşayan Fransa'da artan TV satışları

Uluslararası Satışlardaki Kur Etkisi

2016 yılının ilk yarısında konsolide ciroya yaklaşık %6 pozitif etki (2015'in aynı döneminde kur etkisi görülmedi.)

* Daha fazla HD kanal izleme imkanı veren DVB-T2 MPEG4 geçişi

Marjları etkileyen kritik faktörler

Hammadde Fiyatları

Hammadde ve panel fiyatları her iki çeyrekte de, beyaz eşya ve TV marjlarını olumlu desteklemeye devam etmiştir.

Parite Etkisi

2016 yılı ikinci çeyreğinde, USD karşısında kısmen değer kazanan EUR kar marjlarını olumlu etkilemiştir.
(2016 Q2: 1,13, 2015 Q2: 1,11)

Satış & Pazarlama Giderleri

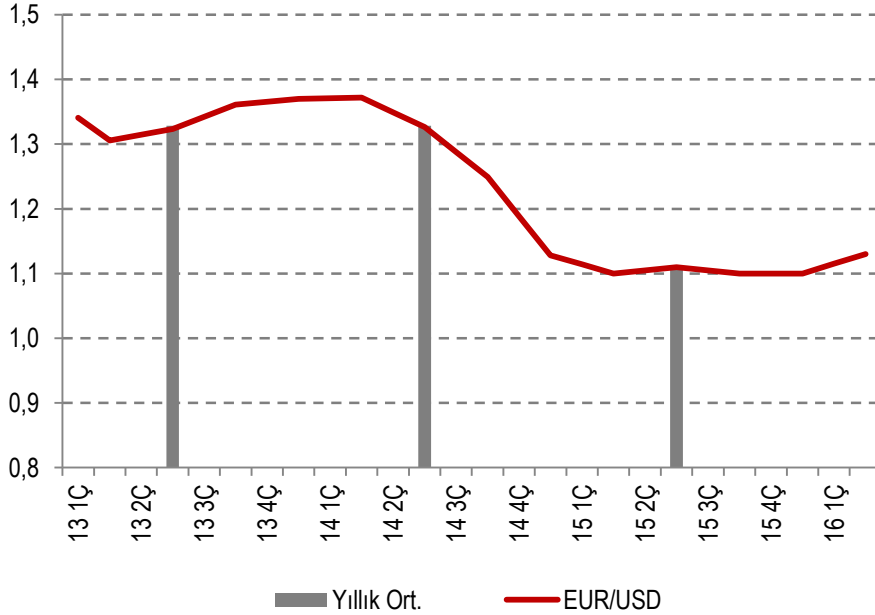
Global pazarlarda, uzun dönemli markalı büyüme stratejimizi destekleyecek yatırımların dönemsel kısmi negatif etkisi olmuştur.

Diğer Gelirler

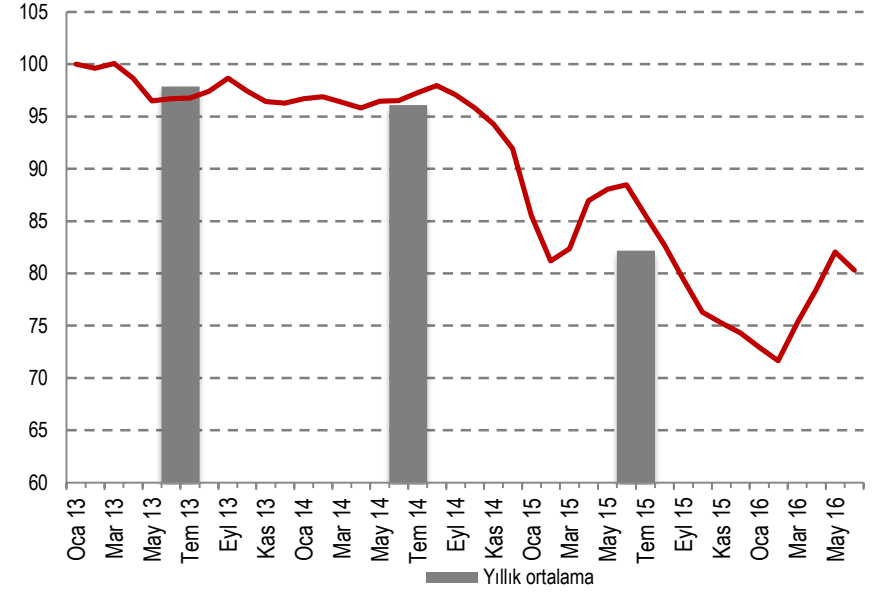
Turquality teşvik programı gelirlerindeki artış ve KFS hisselerinin satışı kar marjlarına olumlu yansımıştır.

Parite ve Hammadde Endeksi Değişimleri

EUR/USD Gelişimi



Hammadde Piyasa Endeksi*



* Beyaz eşya kategorisi için

- İngiltere pazarı, satışlarımızın yaklaşık %10'unu oluşturmaktadır.
- Yılın ilk yarısında, adetsel bazda %10 büyüyen İngiltere pazarında, Arçelik Grubu, hem pazar payını hem de fiyat endeksini artırmıştır.
- İthalatçı konumda olduklarından, pazardaki tüm ana oyuncular, Brexit sonrası oluşan kur hareketlerinden etkilenmektedirler.
- Gerek parite gerekse pazardaki talep değışimleri için farklı senaryolar çalışılmış olup, pazardaki aksiyonlar dikkatle takip edilmektedir.

2016 2Ç Diğer Gelişmeler: Dawlance

- Pakistan'ın lider beyaz eşya ve ev aletleri üreticisi Dawlance'ı toplam 258 milyon dolar hisse bedeli üzerinden satın almak üzere anlaşma imzalanmıştır. (EV: 6.4X EBITDA)
- İki Karachi, biri Haydarabad'da olmak üzere üç üretim tesisine sahip şirket, buzdolabı, mikrodalga, dondurucu, çamaşır makinesi ve klima pazarında öncü oyuncular arasında yer almaktadır.
- Ülke çapında 16 bölge ofisi aracılığıyla yaklaşık 2.000 satış noktasında bulunan Dawlance, yaygın satış ve servis ağına sahiptir.
- Şirketin toplam satışları 2015 yılında 221 milyon dolar, FVAÖK'ü 45 milyon dolar olarak gerçekleşti.
- Hisse devriyle ilgili işlemlerin, düzenleyici kuruluşların onayının alınması ve kapanış koşullarının gerçekleşmesinin ardından 2016 yılı sonuna kadar tamamlanması öngörülmektedir.

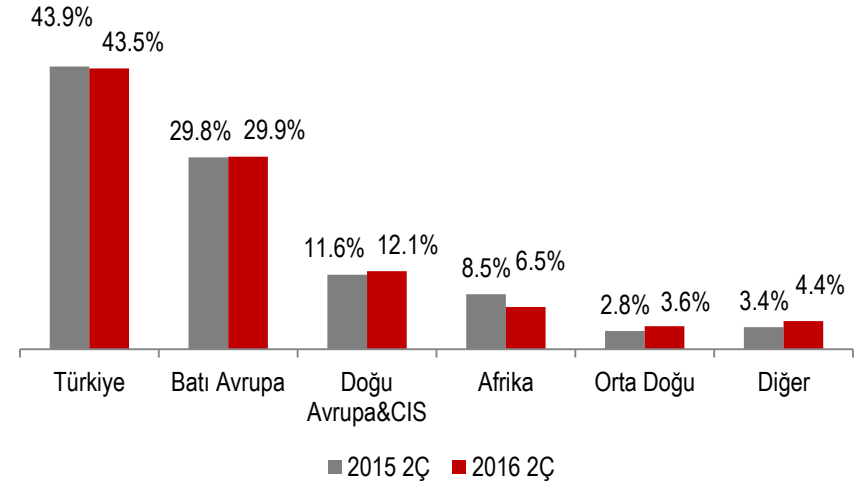
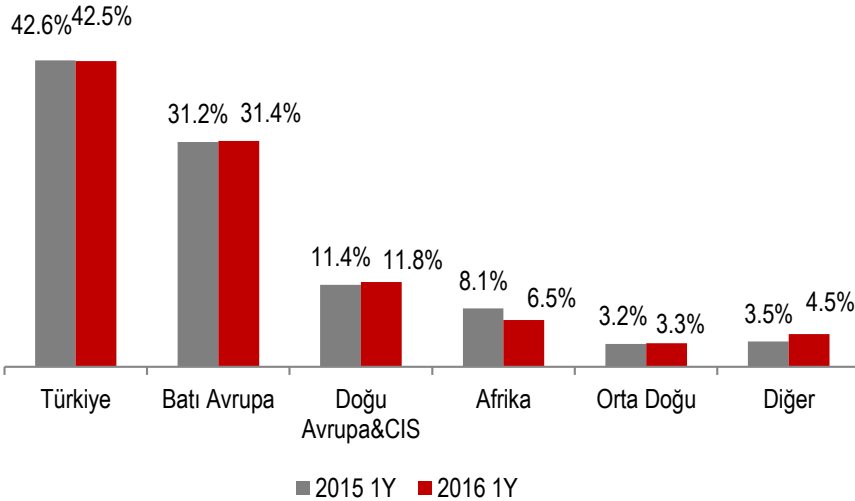
- Türkiye'de ilk kez beyaz eşya ürünlerinin entegre bir platformda; akıllı telefon, tablet veya akıllı TV'ler üzerinden kontrol edilmesini sağlayan **HomeWhiz** teknolojinin lansmanı gerçekleştirildi.
- Türkiye Patent Liginde birinciliğini koruyan Arçelik A.Ş., bu yıl da **en çok uluslararası patent başvurusu yapan şirket** oldu.
- Arçelik A.Ş., Milano'da 12-17 Nisan tarihleri arasında gerçekleştirilen, dünyanın en prestijli tasarım, mobilya ve mutfak fuarı Eurocucina'ya **Grundig ankastre** ürün serisiyle katıldı.
- Arçelik A.Ş., '**En Beğenilen Şirketler**' araştırmasında* Türkiye'nin en beğenilen üçüncü şirketi seçilirken, dayanıklı tüketim kategorisinde birinciliğe layık görüldü.

* Capital Dergisi tarafınca gerçekleştirilmektedir.

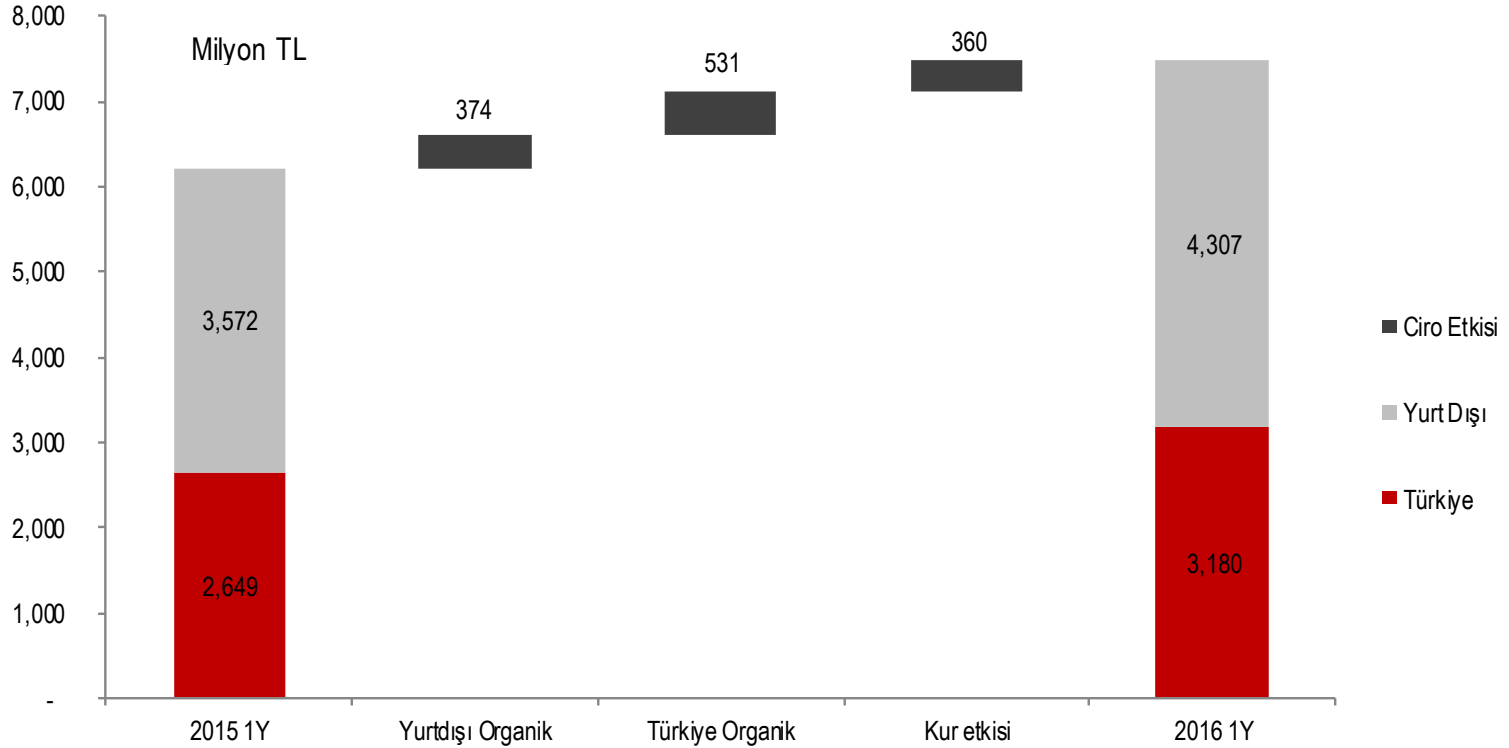
Satış Performansı

Cironun Bölgesel Dağılımı

Milyon TL	2016 2Ç	2015 2Ç	2016 1Ç	Yıllık % Δ	Çeyrek % Δ	2016 1Y	2015 1Y	Yıllık % Δ	2015	2014	Yıllık % Δ
Konsolide Ciro	3,960	3,355	3,527	18	12	7,487	6,222	20	14,166	12,514	13
Türkiye	1,724	1,471	1,456	17	18	3,180	2,649	20	5,724	4,850	18
Uluslararası	2,236	1,884	2,071	19	8	4,307	3,572	21	8,442	7,664	10



Satışlardaki Gelişimin Kırılımı



2016 1Y	Organik	Kur etkisi	Toplam
% Uluslararası büyüme	10.5%	10.1%	20.6%
% Konsolide büyüme	14.5%	5.8%	20.3%

Finansal Performans

Gelir Tablosu

Milyon TL	2016 2Ç	2015 2Ç	2016 1Ç	Yıllık % Δ	Çeyrek % Δ	2016 1Y	2015 1Y	Yıllık % Δ	2015	2014	Yıllık % Δ
Net Satışlar	3,960	3,355	3,527	18	12	7,487	6,222	20	14,166	12,514	13
Brüt Kar	1,353	1,082	1,194	25	13	2,547	1,953	30	4,536	3,979	14
<i>marjı %</i>	34.2	32.2	33.9			34.0	31.4		32.0	31.8	
Faaliyet Karı*	331	277	323	20	2	654	457	43	1,157	1,024	13
<i>marjı %</i>	8.4	8.2	9.2			8.7	7.3		8.2	8.2	
Vergi Öncesi Kar	656	180	154	264	324	810	302	169	785	732	7
<i>marjı %</i>	16.6	5.4	4.4			10.8	4.8		5.5	5.8	
Net Kar**	653	326	157	100	317	810	468	73	893	638	40
<i>marjı %</i>	16.5	9.7	4.4			10.8	7.5		6.3	5.1	
FVAÖK*	441	370	421	19	5	862	639	35	1,527	1,370	11
<i>marjı %</i>	11.1	11.0	11.9			11.5	10.3		10.8	11.0	

*Faaliyet karı, ticari alacak ve borclardan kaynaklanan kur farkı gelir ve giderleri, vade farkı gelir ve giderleri ve peşinat iskontosu etkisi düşülerek, sabit kıymet satışından gelir ve giderler eklenerek hesaplanmıştır.

** Azınlık öncesi net kar

Segment Bazlı Ciro ve Brüt Kar

Milyon TL	2016 2Ç	2015 2Ç	2016 1Ç	Yıllık % Δ	Çeyrek % Δ	2016 1Y	2015 1Y	Yıllık % Δ	2015	2014	Yıllık % Δ
Konsolide											
Ciro	3,960	3,355	3,527	18	12	7,487	6,222	20	14,166	12,514	13
Brüt Kar	1,353	1,082	1,194	25	13	2,547	1,953	30	4,536	3,979	14
Brüt Kar %	34.2	32.2	33.9			34.0	31.4		32.0	31.8	
Beyaz Eşya											
Ciro	2,747	2,406	2,463	14	12	5,210	4,437	17	10,299	9,069	14
Brüt Kar	1,070	846	889	27	20	1,959	1,517	29	3,578	3,080	16
Brüt Kar %	38.9	35.1	36.1			37.6	34.2		34.7	34.0	
Tüketici Elektronik											
Ciro	529	422	576	25	-8	1,105	852	30	1,966	1,829	7
Brüt Kar	119	84	171	42	-30	291	176	66	433	442	-2
Brüt Kar %	22.6	19.9	29.8			26.3	20.6		22.0	24.2	
Diğer											
Ciro	684	527	489	30	40	1,173	933	26	1,901	1,616	18
Brüt Kar	163	152	133	8	23	297	261	14	524	457	15
Brüt Kar %	23.9	28.9	27.3			25.3	28.0		27.6	28.3	

Bilanço

Milyon TL	30.06.2016	31.12.2015		30.06.2016	31.12.2015
Kısa Vadeli Aktifler	10,117	9,406	Kısa Vadeli Pasifler	5,540	5,236
Nakit	2,467	2,168	K.V. Krediler	2,078	1,036
Ticari Alacaklar	5,027	4,791	Ticari Borçlar	2,406	2,090
Stoklar	2,311	2,140	Karşılıklar	378	335
Diğer	312	308	Diğer	677	1,776
Uzun Vadeli Aktifler	3,958	4,332	Uzun Vadeli Pasifler	3,653	3,826
Maddi Duran Varlıklar	2,131	2,056	U.V. Krediler	3,078	3,269
Finansal Yatırımlar	211	749	Diğer	576	557
Diğer	1,616	1,528	Özkaynaklar	4,882	4,676
Toplam Aktifler	14,076	13,739	Toplam Pasifler	14,076	13,739

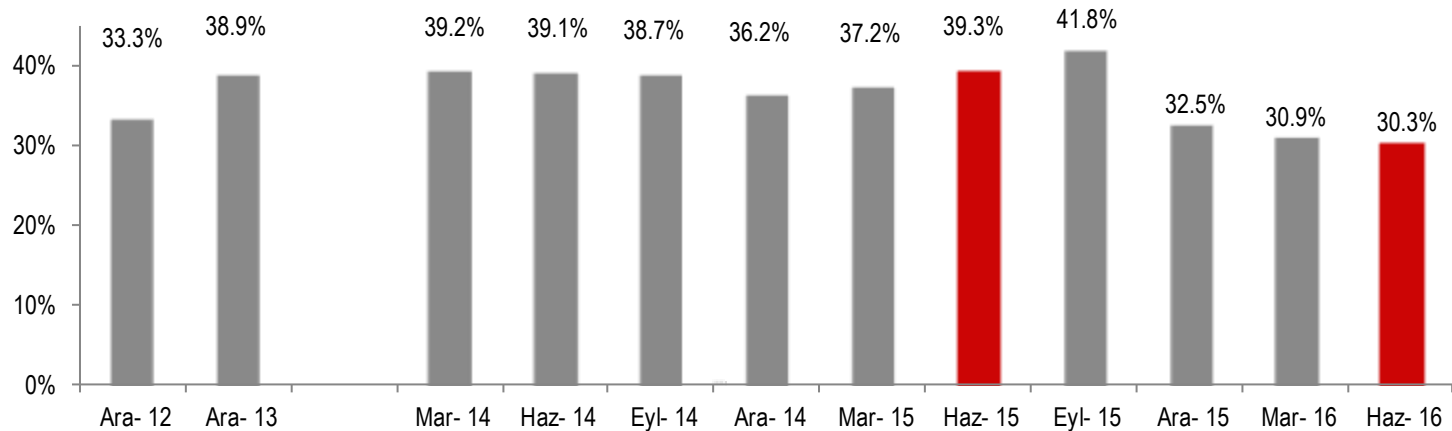
	30.06.2016	31.12.2015	31.12.2014	31.12.2013
Net Finansal Borç / Özkaynak	0.55	0.70	0.72	0.72
Toplam Yükümlülükler/ Aktifler	0.65	0.66	0.65	0.64

İşletme Sermayesi

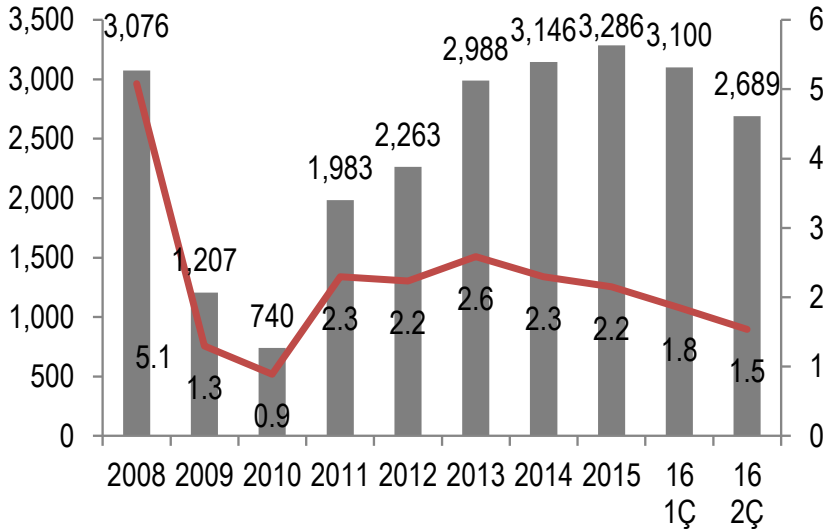
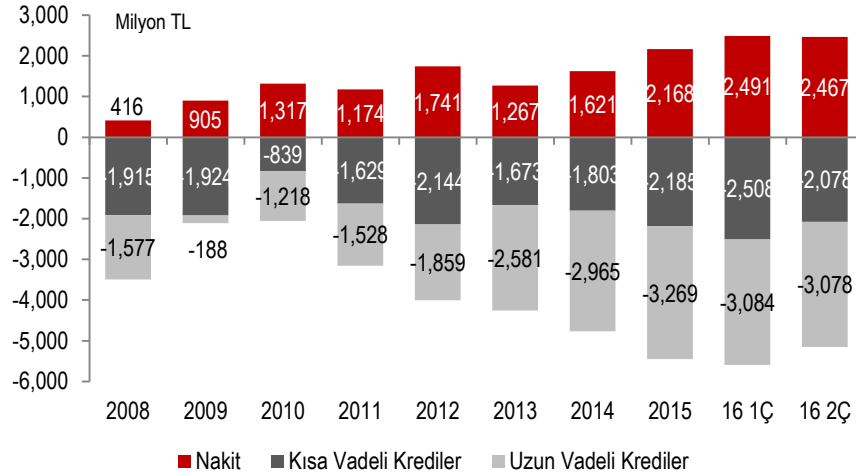
Milyon TL	Döviz Bazlı	TL Bazlı	30.06.2016	Milyon TL	Döviz Bazlı	TL Bazlı	Toplam
K/V Ticari Alacaklar	1,744	3,283	5,027	K/V Ticari Borçlar	954	1,452	2,406
Diğer Alacaklar	40	58	98	Diğer Borçlar	163	195	358
Stoklar	1,055	1,256	2,311	İşletme Sermayesi	1,722	2,950	4,672

Milyon TL	Döviz Bazlı	TL Bazlı	31.03.2016	Milyon TL	Döviz Bazlı	TL Bazlı	Toplam
K/V Ticari Alacaklar	1,680	2,811	4,491	K/V Ticari Borçlar	911	1,047	1,958
Diğer Alacaklar	39	48	87	Diğer Borçlar	161	125	287
Stoklar	1,084	1,171	2,255	İşletme Sermayesi	1,731	2,858	4,588

İşletme Sermayesi / Satışlar



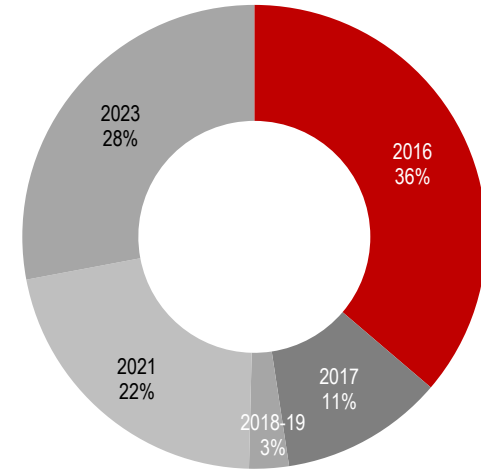
Borç Profili



Borç profili (30 Haz 2016)

	Efektif Faiz Oranı (%)	Orijinal Tutar (Milyon)	Milyon TL Tutar
TRY	11.9%	1,819	1,819
EUR	1.6%	157	502
ZAR	9.7%	750	145
RUB	8.9%	475	21
CNY	4.4%	110	48
GBP	1.3%	5	18
USD	1.4%	1	3
Other			0
Toplam Banka Kredileri			2,555
USD	5.1%	503	1,455
EUR	4.0%	358	1,146
Toplam UV Tahvil			2,601
Toplam			5,156

Borçların vadeye göre dağılımı



Nakit Akışı

Milyon TL	2016 1Y	2015 1Y
Dönem Başı Bakiyesi	2,166	1,621
Faaliyet Net Nakit Akışı	766	266
Yatırım Faaliyetleri	-289	-222
Kontrol gücü olmayan pay alımı	0	-282
Duran Varlık Satışı	4	10
Finansal Yatırım Satışı	559	0
Ödenen Temettü	-262	-350
Alınan temettü	13	24
Bankalardaki Borç Değişimi	-324	34
Diğer Finansman Faaliyetleri	-185	-145
Yabancı Para Çevrim Farkları	18	96
Dönem İçi Nakit Değişimi	300	-568
Dönem Sonu Bakiyesi	2,466	1,052

2016 Beklentiler

2016 Beklentiler

Beyaz Eşya Pazarı Adetsel Büyüme	Türkiye* : 3% - 5% Uluslararası : ~ 2%
Pazar Payı	Ana faaliyet bölgelerinde aynı kalan veya artan pazar payı
Ciro Artışı	>13% TL bazında
FVAÖK Marjı (2016)**	~ 11%
Uzun Vadeli FVAÖK Marjı**	~ 11%

* BESD verisi ile uyumlu şekilde 6 ana ürün

** FVAÖK marjı tarihsel hesaplamalarla uyumlu

www.arcelikas.com

Yatırımcı İlişkileri için İletişim Kurulabilecek Kişiler

Polat Şen

GMY – Finansman ve Mali İşler

Tel: (+90 212) 314 34 34

Hande Sarıdal

Finansman Direktörü

Tel: (+90 212) 314 31 85

Orkun İnanbil

Yatırımcı İlişkileri Yöneticisi

Tel: (+90 212) 314 31 14

investorrelations@arcelik.com

Bu sunuş, Şirket hakkında bilgi ve finansal tabloların analizinin yanı sıra, Şirket Yönetimi'nin gelecekte olmasını öngördüğü olaylar doğrultusunda, ileriye yönelik beklentilerini içeren görüşlerini de yansıtmaktadır. Verilen bilgilerin ve analizlerin doğruluğu ve beklentilerin gerçeğe uygun olduğuna inanılmasına rağmen, öngörülerin altında yatan faktörlerin değişmesine bağlı olarak, geleceğe yönelik sonuçlar burada verilen öngörülerden sapma gösterebilir.

Arçelik, Arçelik Yönetimi veya çalışanları veya diğer ilgili şahıslar, bu sunuştaki bilgilerin kullanımı nedeniyle doğabilecek zararlardan sorumlu tutulamazlar.