

Arcelik A.Ş.

2017 3 Aylık
Finansal Sonuçlar

24 Nisan 2017

2017 1Ç Özet

- ÖTV indirimi dolayısıyla Türkiye beyaz eşya pazarında hızlanan büyüme
- Perakende seviyede Avrupa beyaz eşya pazarında düşük tek haneli büyüme
- Artan çelik, plastik ve büyük ekran panel maliyetlerinin karlılık üzerinde olumsuz etkisi
- Yüksek marjlı Dawlance şirketinin tam konsolidasyonu
- Artan ölçek ekonomisi ile birlikte faaliyet gideri/ciro oranında iyileşme
- Türkiye'nin satışları içindeki payının artması sonucu işletme sermayesi/ciro oranında yaşanan dönemsel artış
- İşletme sermayesi finansmanı amacıyla artan net borç
- TRY'de gerek ana para birimleri gerekse diğer gelişmekte olan ülke para birimleri karşısında yaşanan değer kaybı

Ciro
TL 4,6 mlyr.

FVAÖK Marjı
10,5%

Kaldıraç
2,1X

İşl.Ser./Ciro
32%

2017 1Ç Satış Performansı

Ciroyu Etkileyen Kritik Faktörler



Türkiye Pazarında ÖTV İndirimi

Beyaz eşyada, ÖTV'nin geçici olarak (Eylül sonuna kadar) kaldırılması sonucu toptan ve perakende satışlarda yaşanan sıçrama



POS Yazarkasa

Yasal sürenin 2017 sonuna uzatılmasından dolayı zayıf talep



Uluslararası Büyüme*

Batı Avrupa'da yavaşlayan talep, G. Afrika'da devam eden daralma, Rusya'da yatay talep



Kur Etkisi

Ana para birimleri (€, \$, £) ve gelişmekte olan bazı para birimleri (PLN, ZAR, RUB) karşısında TRY'nin değer kaybetmesi



Dawlance Konsolidasyonu

Pakistan'daki Dawlance şirketinin konsolide edilmesi

* Ocak-Şubat 2017 perakende satış verileri baz alınmaktadır.

2017 1Ç Kar Marjları

Karlılığı Etkileyen Kritik Faktörler



Hammadde Maliyeti

Çelik, plastik türevleri ve büyük ekran panel (49-55 inch) maliyetlerinde yaşanan artış



Kur Etkisi

USD'ın hem ana para birimleri (€, £) hem de önemli pazarlarımızın para birimleri (PLN, ZAR, RUB, RON) karşısında değer kazanması



Teşvikler

Turququality teşvik programındaki değişiklikten dolayı yaşanan gelir kaybı



Faaliyet Giderleri

Ciro artışından daha az artan faaliyet giderleri sayesinde, faaliyet giderlerinin ciroya oranında yaşanan 110 bps iyileşme



Dawlance Konsolidasyonu

Kar marjı yüksek Pakistan Pakistan operasyonları



Fiyat Ayarlamaları

Ana pazarlarımızda (TR, UK) gerçekleştirilen fiyat artışları

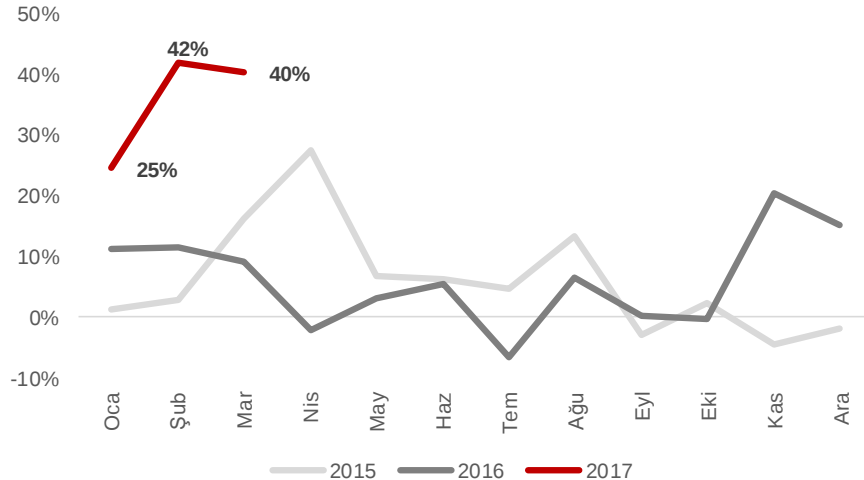
2017 1Ç Pazar Performansı - Türkiye

Pazar

- ÖTV indirimi ile birlikte beyaz eşya pazarında güçlü büyüme (ağırlıklı öne çekilen talep)
- Klima pazarında görece düşük (+9%) büyüme
- 2A17'de yatay TV pazarı (-0,5%) ve ithalatçı firmaların azalan pazar payı

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

Türkiye Beyaz Eşya Pazarı Yıllık Değişim



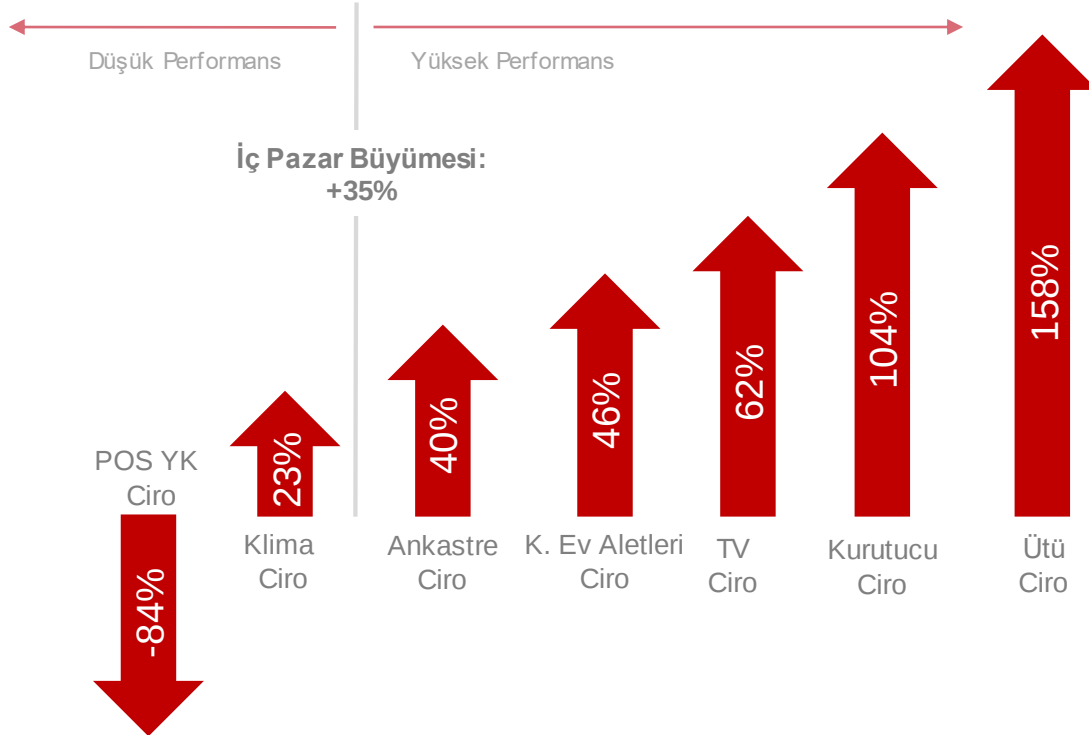
Türkiye Beyaz Eşya Pazarı (6 Ana Ürün)

('000 Adet)	1Ç17	1Ç16	Y/Y
Buzdolabı	468	410	14%
Dondurucu	247	81	204%
Çamaşır M.	608	472	29%
Kurutucu	37	27	35%
Bulaşık M	486	371	31%
Fırın	253	176	44%
Toplam	2.099	1.538	36%

2017 1Ç Pazar Performansı - Türkiye

Arçelik A.Ş.

- Beyaz eşya pazarında ortalamanın (%36) üzerinde adetsel büyüme (%43)
- Klima satışlarında pazara paralel ~%9 büyüme
- TV pazarında yıllık bazda yatay pazar payı (~%25)
- Baz etkisi ve yasal sürenin uzatılması nedeniyle zayıf POS Yazarkasa satışlarının yanında servis ücretinin devam eden katkısı

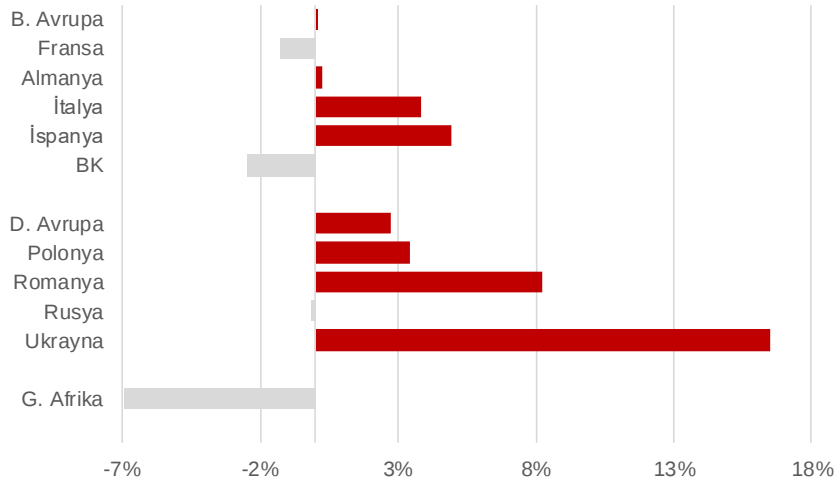


2017 1Ç Pazar Performansı - Uluslararası

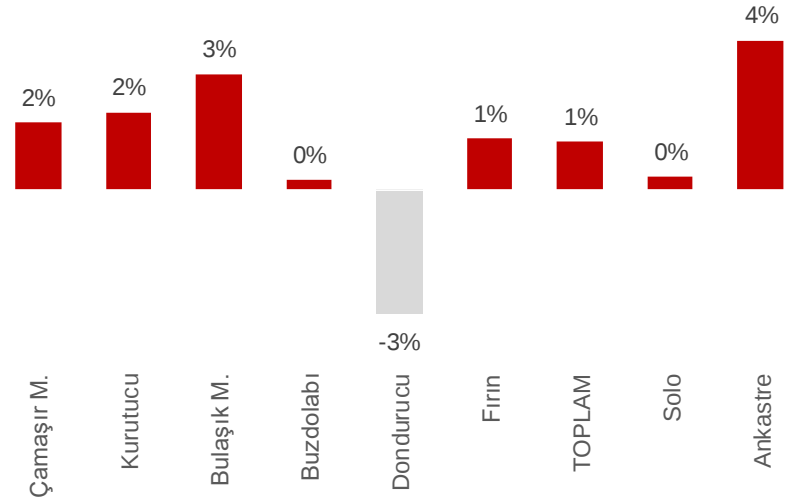
Market

- İtalya ve İspanya'daki güçlü büyümeye karşılık İngiltere ve Fransa'da yaşanan daralma
- Rusya hariç Doğu Avrupa pazarında büyüyen beyaz eşya pazarı
- Avrupa'da kanal markalarının pazar payında görülen artış (özellikle solo segmentinde)
- Yıllık bazda ~%7 daralan Güney Afrika pazarı

**Ana Pazarlarda Büyüme Oranları (2A17)
(6 Ana Ürün)**



**Avrupa Pazarı Ürün Bazlı Büyüme
(2A17)**

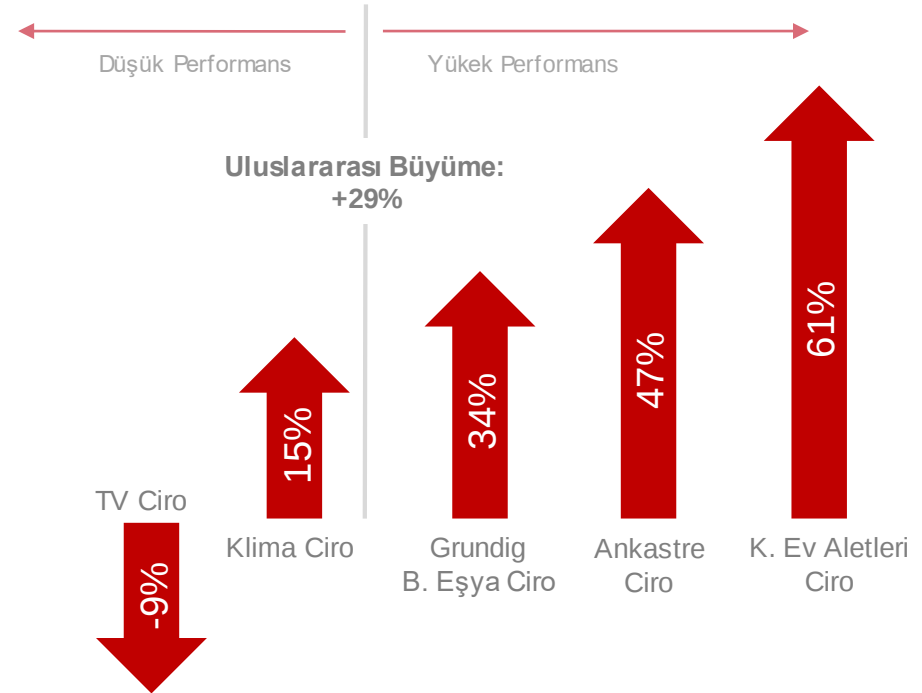
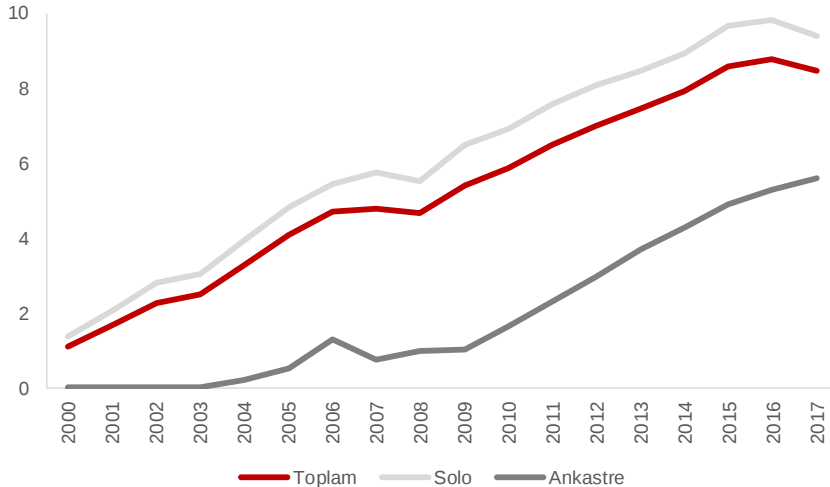


2017 1Ç Pazar Performansı - Uluslararası

Arçelik A.Ş.

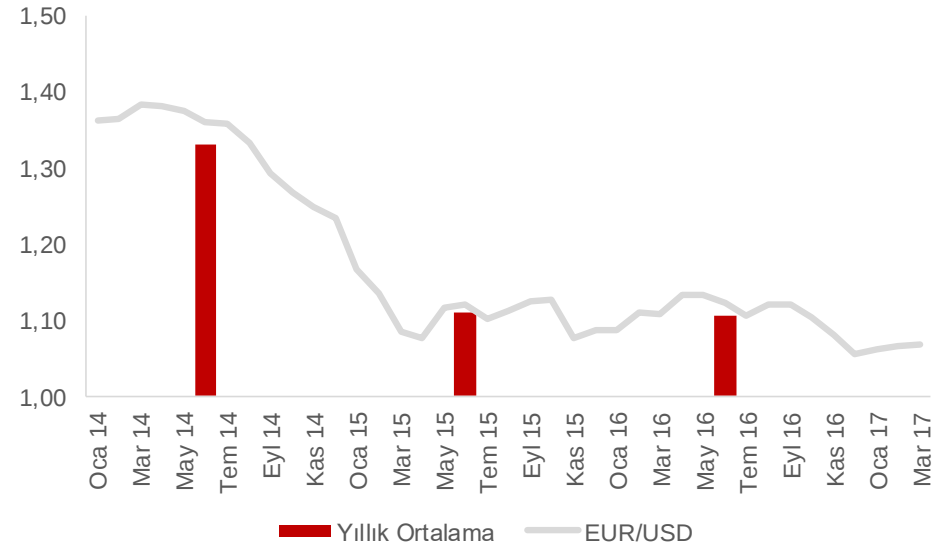
- Uluslararası beyaz eşya pazarındaki konumunu güçlendirmeye devam eden Arçelik Grubu
 - Avrupa pazarında solo segmentinde Beko markası ile nispeten yatay performans
 - Beko, ankastre segmentinde de pazar payını en çok artıran ilk 3 marka arasında
 - Karlılık odağı nedeniyle azalan TV satışları
 - Klima satışlarında 2017'ye yavaş başlangıç

Beko Avrupa Pazar Payı (%)
(6 Ana Ürün)

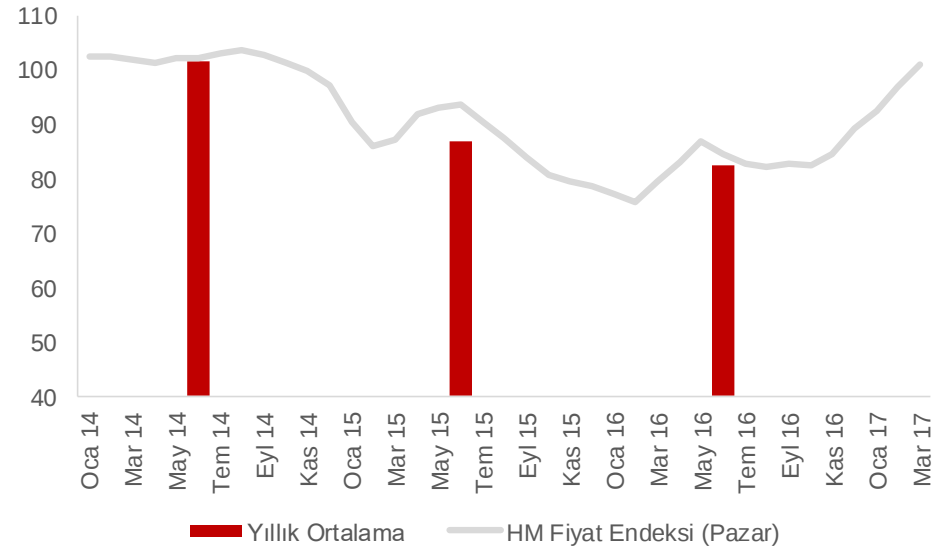


Parite ve Hammadde Endeksi Değişimleri

EUR/USD Gelişimi



Hammadde Endeksi* - Pazar Fiyatları



* Beyaz Eşya kategorisi için

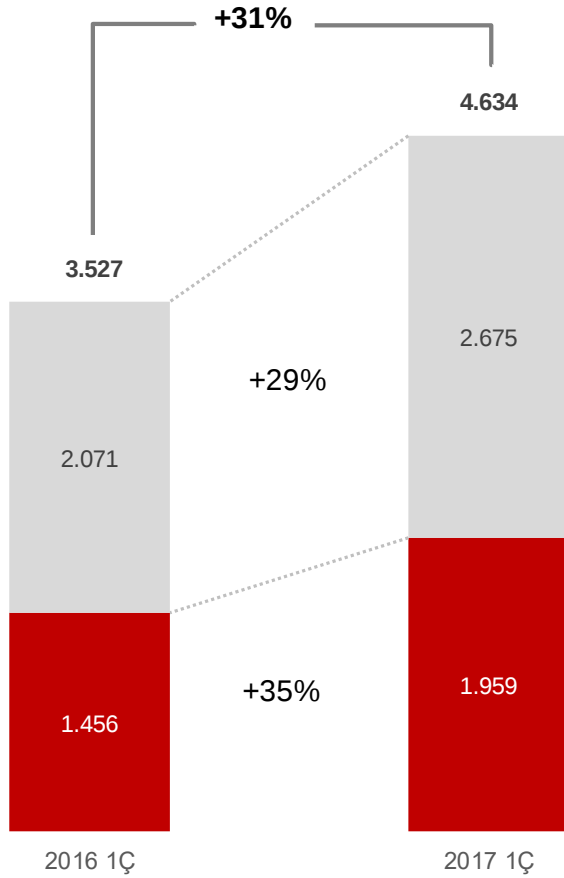
2017 1Ç Diğer Geliřmeler

- Arçelik, Türkiye Milli Futbol Takımı Ana Sponsoru oldu.
- Eskiřehir Buzdolabı Fabrikası alanındaki en önemli ödöl olan TPM World Class ödölünü kazandı.
- Grundig, CES 2017'de (Consumer Electronics Show) Yenilikçilik ödölünün sahibi oldu.

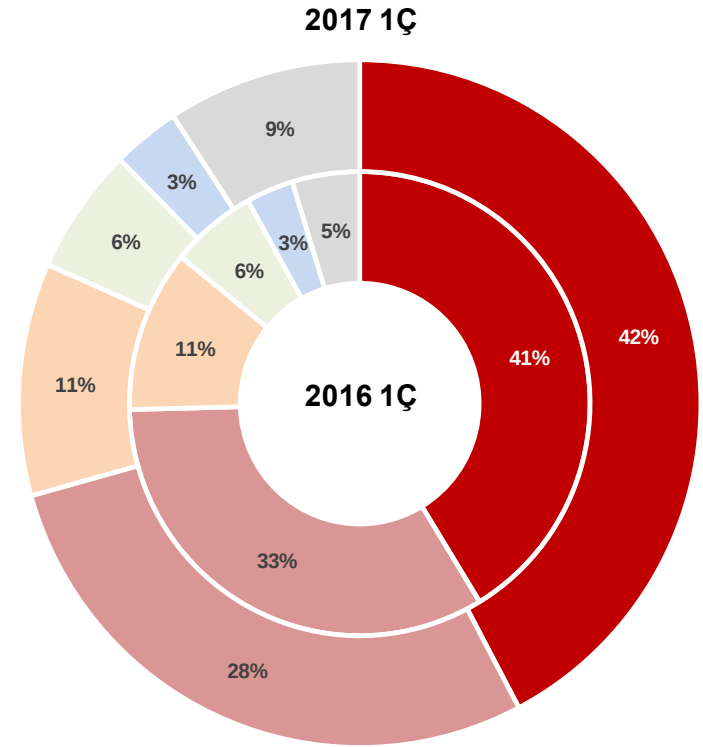


Satış Performansı

Satışların Bölgesel Dağılımı

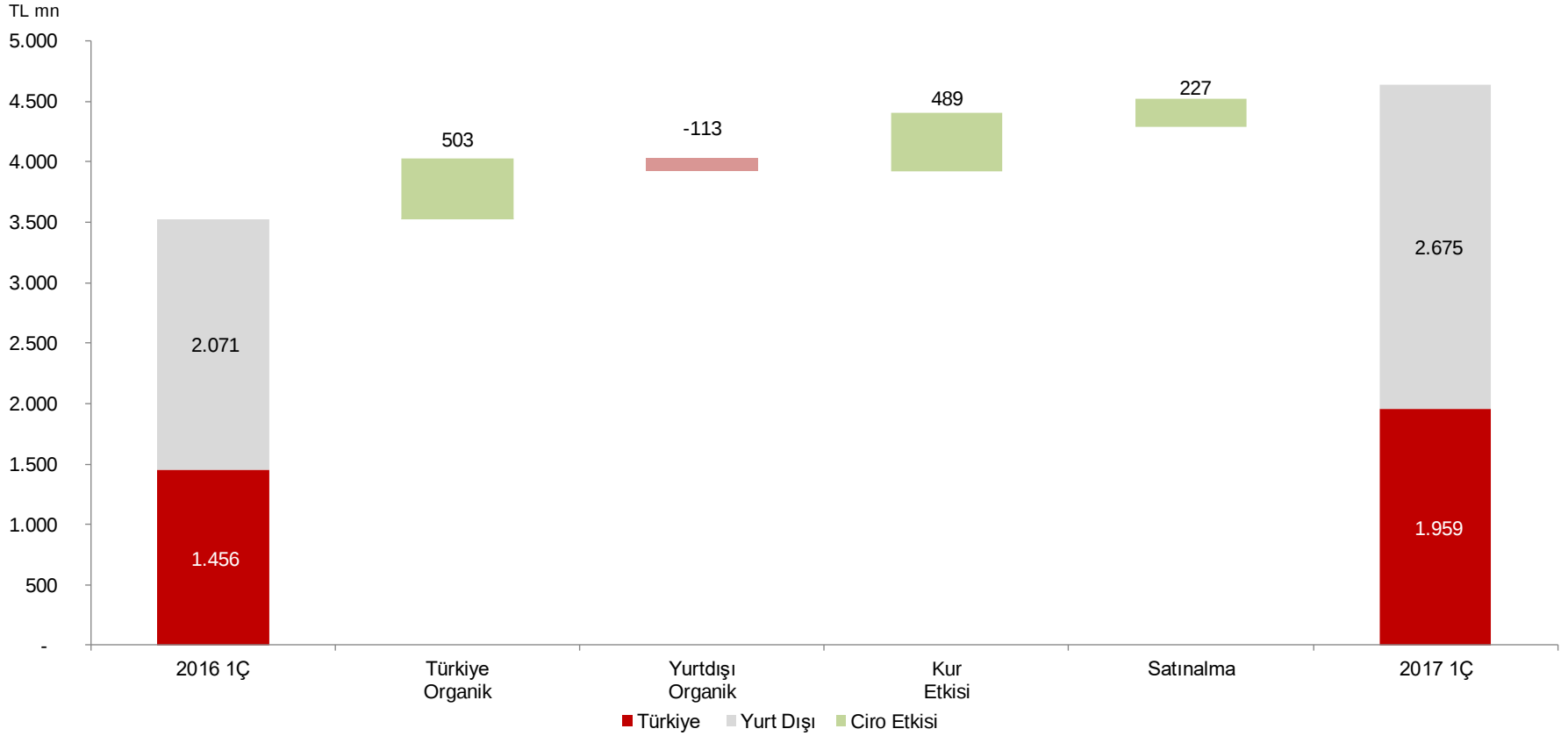


■ Türkiye ■ Uluslararası



■ Türkiye ■ Batı Avrupa ■ Doğu Avrupa&CIS
■ Afrika ■ Orta Doğu ■ Diğer

Satışlardaki Değişimin Kırılımı



2017 1Ç	Organik	Kur etkisi	Satınalma	TOPLAM
İç Piyasa Büyüme	34,5%	0,0%	0,0%	34,5%
Uluslararası büyüme	-5,4%	23,6%	11,0%	29,2%
Konsolide büyüme	11,1%	13,9%	6,4%	31,4%

Finansal Performans

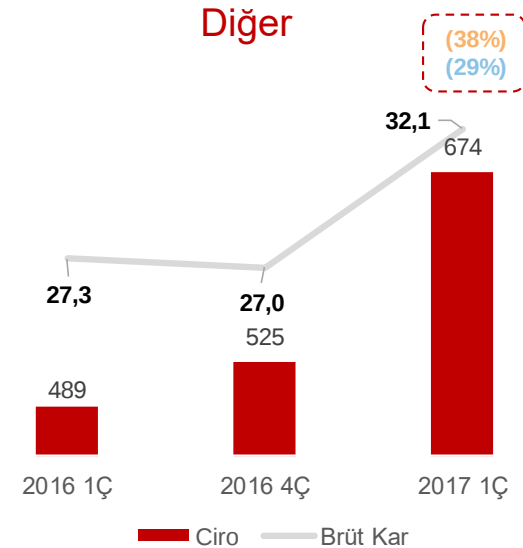
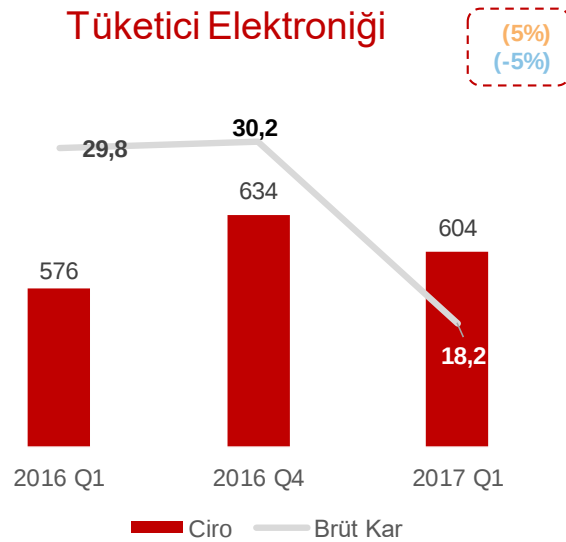
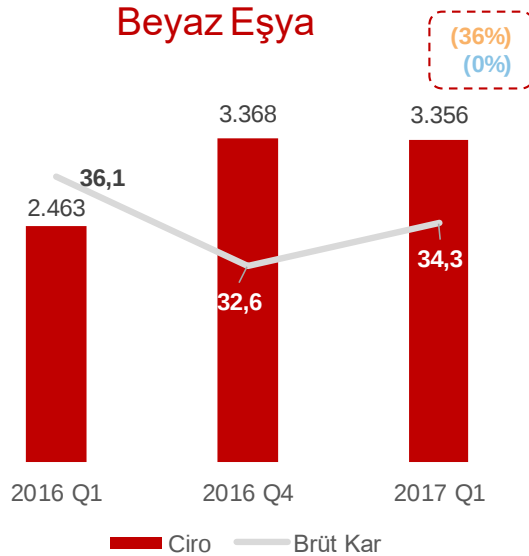
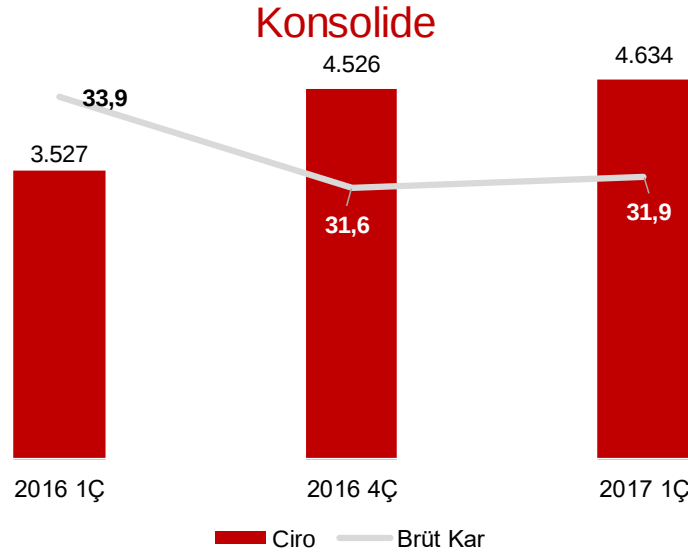
Gelir Tablosu

Milyon TL	2017 1Ç	2016 1Ç	2016 4Ç	Yıllık % Δ	Çeyrek % Δ	2016	2015	Yıllık % Δ
Net Satışlar	4.634	3.527	4.526	31	2	16.096	14.166	14
Brüt Kar	1.478	1.194	1.432	24	3	5.340	4.536	18
<i>marjı %</i>	31,9	33,9	31,6			33,2	32,0	
Faaliyet Karı*	354	323	301	9	17	1.331	1.157	15
<i>marjı %</i>	7,6	9,2	6,7			8,3	8,2	
Vergi Öncesi Kar	237	154	108	53	118	1.202	785	53
<i>marjı %</i>	5,1	4,4	2,4			7,5	5,5	
Net Kar**	241	157	230	54	5	1.304	893	46
<i>marjı %</i>	5,2	4,4	5,1			8,1	6,3	
FVAÖK*	485	421	423	15	15	1.769	1.527	16
<i>marjı %</i>	10,5	11,9	9,3			11,0	10,8	

*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

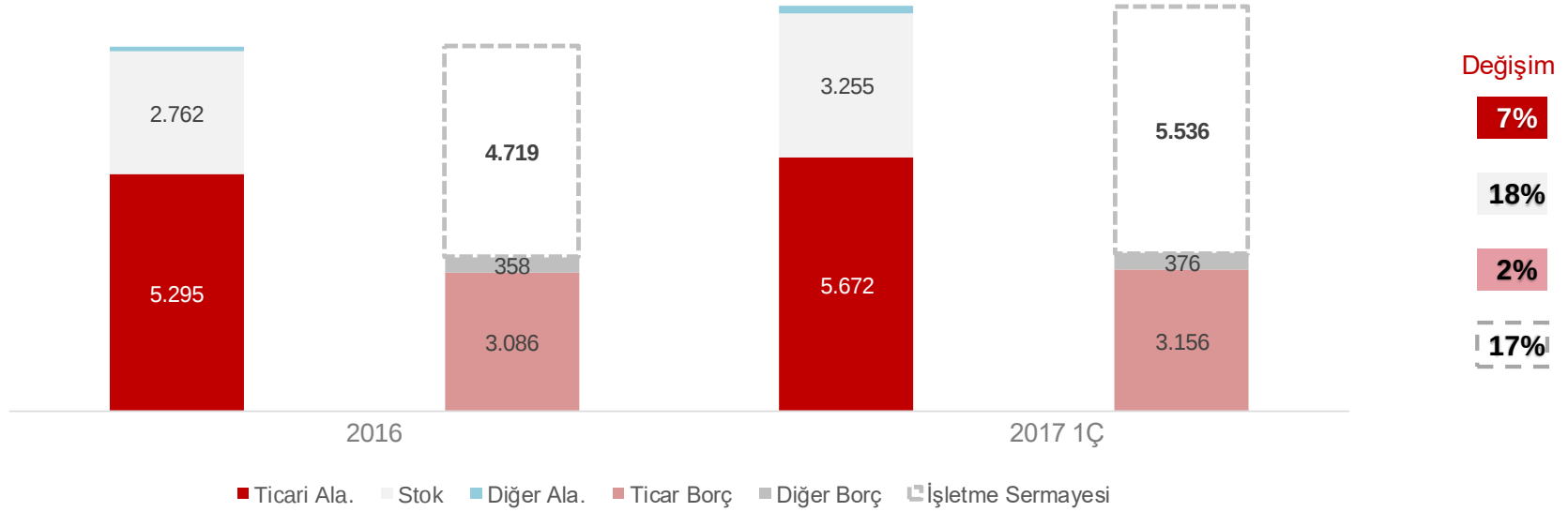


Bilanço

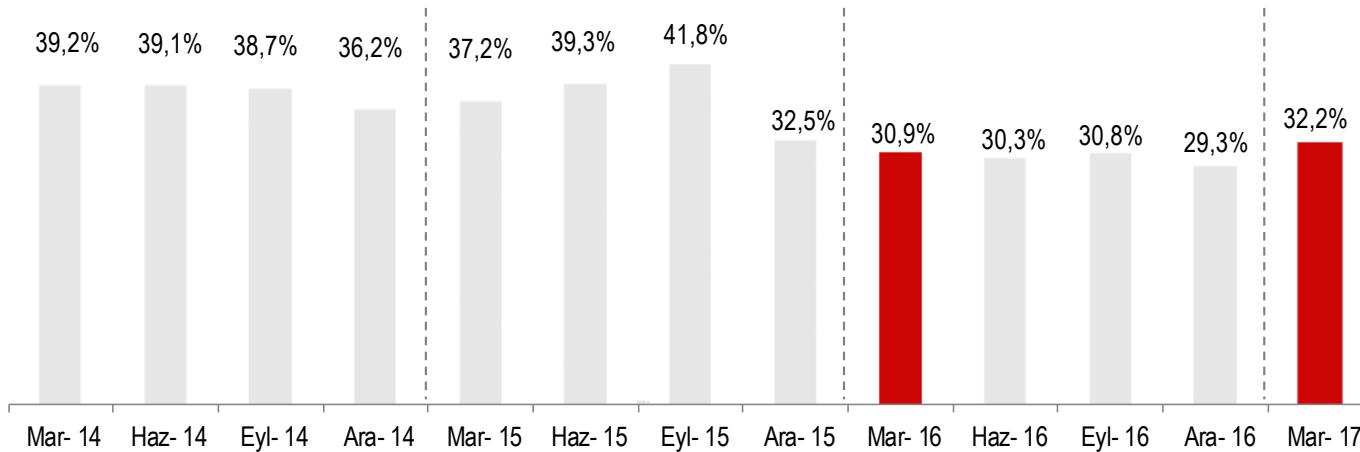
Milyon TL	31.03.2017	31.12.2016		31.03.2017	31.12.2016
Kısa Vadeli Aktifler	12.406	10.986	Kısa Vadeli Pasifler	7.613	6.606
Nakit	2.886	2.442	K.V. Krediler	2.771	2.251
Ticari Alacaklar	5.672	5.295	Ticari Borçlar	3.156	3.086
Stoklar	3.255	2.762	Karşılıklar	425	412
Diğer	592	487	Diğer	1.261	857
Uzun Vadeli Aktifler	6.173	5.924	Uzun Vadeli Pasifler	4.915	4.299
Maddi Duran Varlıklar	2.801	2.750	U.V. Krediler	3.980	3.407
Maddi Olmayan Duran Varlıklar	2.428	2.304	Diğer	935	892
Finansal Yatırımlar	239	239			
Diğer	706	630	Özkaynaklar	6.052	6.005
Toplam Aktifler	18.579	16.909	Toplam Pasifler	18.579	16.909

	31.03.2017	31.12.2016	31.12.2015	31.12.2014
Net Finansal Borç / Özkaynak	0,64	0,54	0,70	0,72
Toplam Yükümlülükler/ Aktifler	0,67	0,64	0,66	0,65

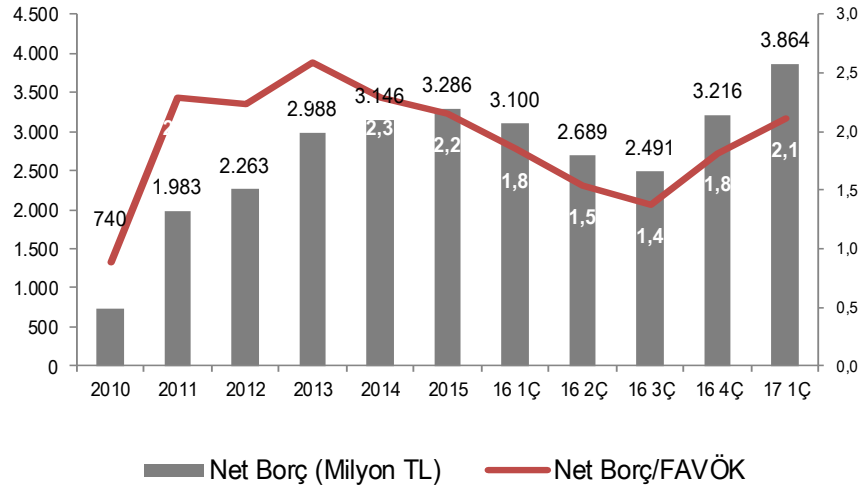
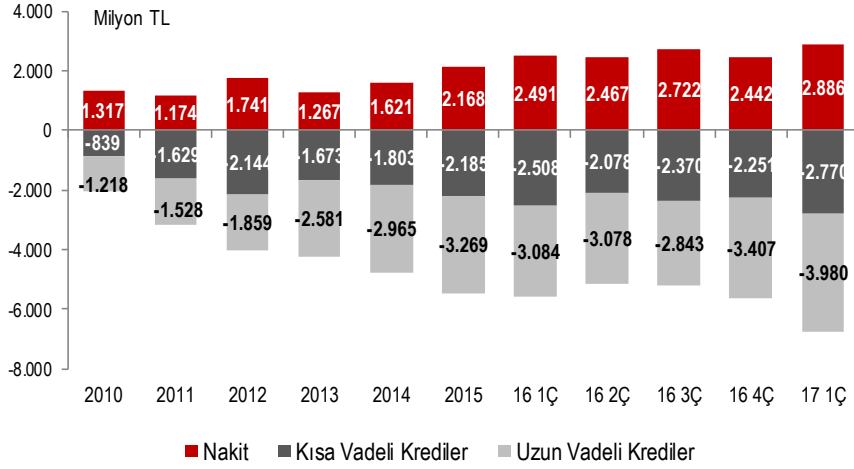
İşletme Sermayesi



İşletme Sermayesi / Ciro



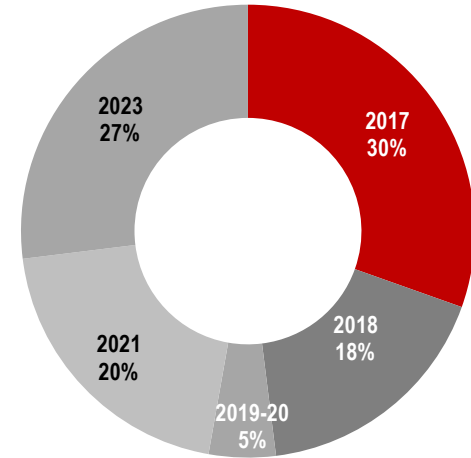
Borç Profili



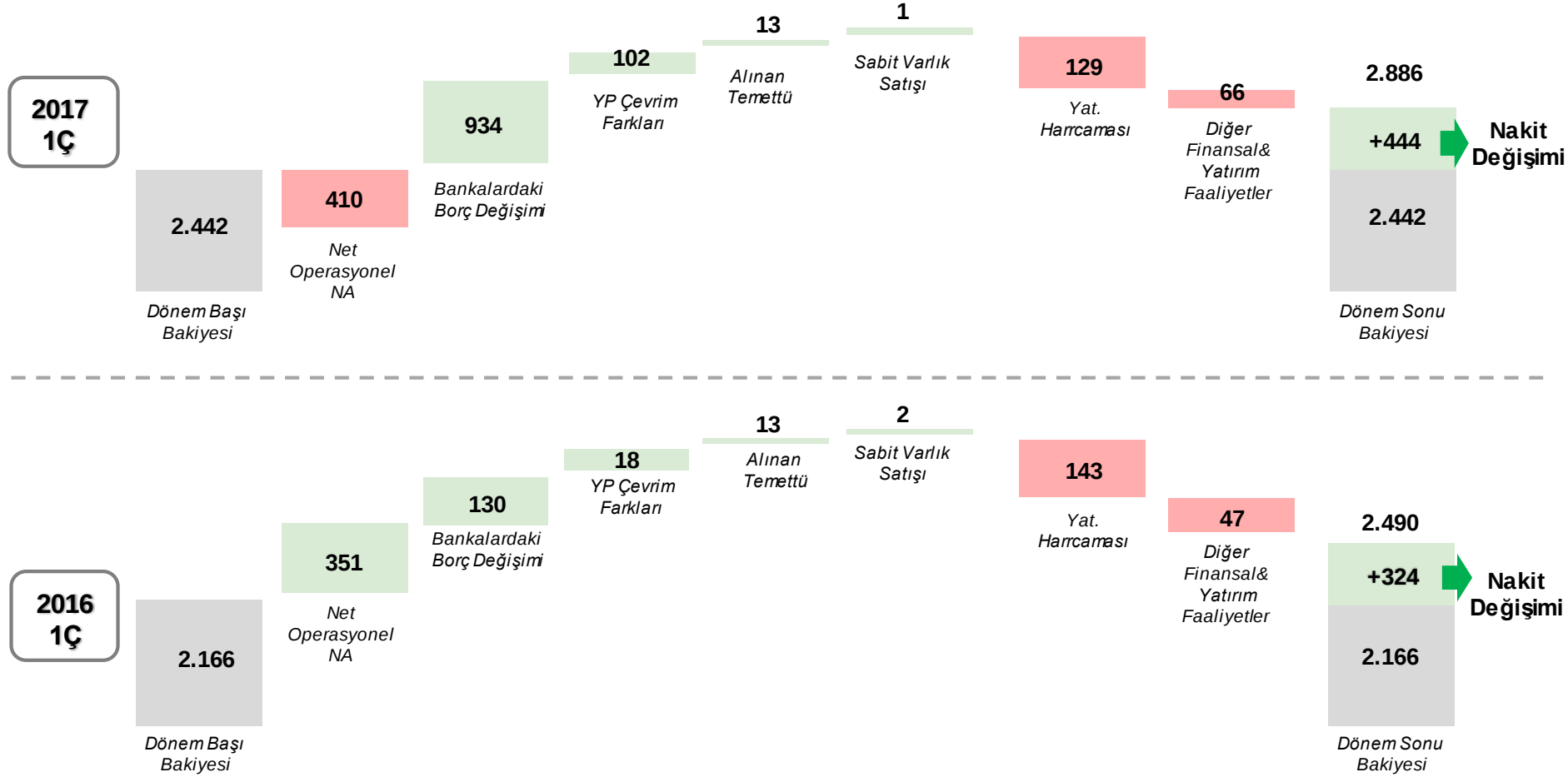
Borç profili (31 Mart 2017)

	Efektif Faiz Oranı (%)	Orijinal Tutar (Milyon)	Milyon TL Tutar
TRY	11,8%	2.468	2.468
EUR	1,5%	145	566
ZAR	9,9%	750	212
CNY	4,4%	95	50
GBP	0,9%	4	20
USD	2,0%	0	1
PKR	6,3%	5.522	191
Toplam Banka Kredileri			3.507
USD	5,1%	510	1.856
EUR	4,0%	355	1.387
Toplam UV Tahvil			3.243
Toplam			6.750

Borçların vadeye göre dağılımı



Nakit Akışı



2017 Beklentiler

2017 Beklentiler

**Beyaz Eşya Pazarı
Adetsel Büyüme**

Türkiye* : ~ %5 (önceki ~%3)
Uluslararası : ~%2

Pazar Payı

Ana faaliyet bölgelerinde aynı
kalan veya artan pazar payı

Ciro Artışı

>%20 TRY bazında

FVAÖK Marjı (2017)**

~ %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 İnancıl

Yatırımcı İlişkileri Yöneticisi

Tel: (+90 212) 314 31 14

investorrelations@arcelik.com

Yasal Uyarı

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.