

Arcelik A.Ş.

2017 9 Aylık
Finansal Sonuçlar

20 Ekim 2017

2017 3Ç Özet

- Türkiye’de çeyreklik bazda rekor ciro ve yurt dışı satışlarda bu yılın en güçlü çeyreği
- Satınalma ve fiyatlandırma politikaları sayesinde artan hammadde fiyatlarına rağmen brüt karlılıkta yaşanan artış
- Avrupa beyaz eşya pazarında ilk 6 aya göre bir miktar toparlanma
- Yurtiçi pazarda gerçekleştirilen fiyat ayarlamaları
- USD karşısında güçlenen EUR
- Türkiye’de devam eden güçlü satış trendinin işletme sermayesi üzerindeki baskısı
- Haziran 2017 sonuna benzer borçluluk seviyesi

Ciro
TL 5,4 mlyr.

FVAÖK Marjı
10,0%

İşl.Ser./Ciro
33,5%

Kaldıraç
2,6X

2017 3Ç Satış Performansı

Ciroyu Etkileyen Kritik Faktörler



ÖTV Teşviği

30 Eylül'de biten ÖTV teşviği öncesinde güçlü 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



Uluslararası Büyüme*

Batı Avrupa'da bir miktar iyileşen talep, Doğu Avrupa'da güçlü performans, G. Afrika'dan gelen pozitif sinyaller ve politik gelişmelerden dolayı Ortadoğu'da zayıflayan talep



POS Yazarkasa

Yasal geçiş sürenin 2017 sonu olmasından dolayı talebin zayıf seyretmesi

* Ocak-Ağustos 2017 perakende satış verileri baz alınmaktadır.

2017 3Ç Kar Marjları

Karlılığı Etkileyen Kritik Faktörler



Kur Etkisi

Euro'nun Dolar karşısında çeyrek içerisinde değer kazanması (Ç/Ç)



Fiyatlama

Yurtiçi pazarda fiyat artışları



Dawlance Konsolidasyonu

Yüksek marjlı Pakistan operasyonları



Hammadde Maliyetleri

2Ç'de yapılan alımların 3Ç finansallarına yansımaları ve çelik piyasasında alınan uzun vadeli pozisyon sayesinde stabil hammadde maliyetleri, panel fiyatlarında yaşanan gerileme



Operasyonel Giderler

Satışa bağlı giderlerin (örn: lojistik, garanti) artması neticesinde faaliyet giderleri/ciro oranında yükseliş

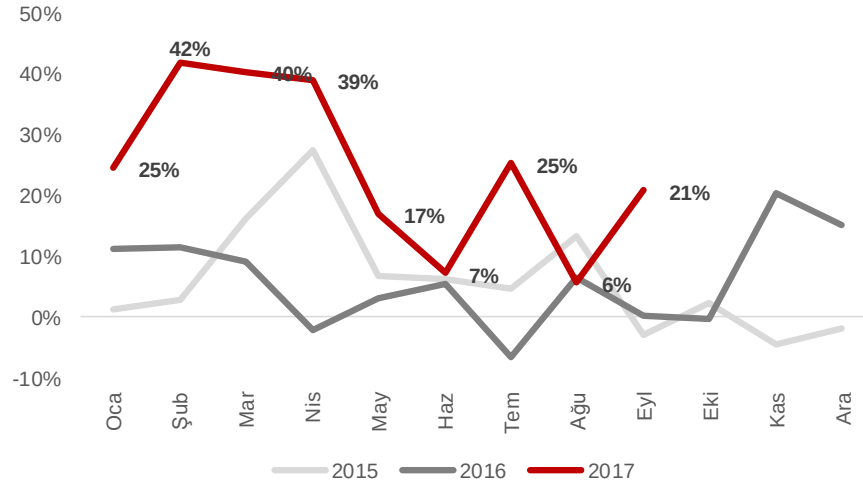
2017 3Ç Pazar Performansı - Türkiye

Pazar

- 1Ç ve 2Ç'ye göre yavaşlasa da gücünü korumaya devam eden büyüme (1Ç: %36 – 2Ç: %20 – 3Ç: %16)
- Daha rasyonel fiyatlandırma ortamı
- 3Ç16'daki düşük bazın da etkisiyle hız kazanan klima pazarı (3Ç: %77 – 1Y: %25)

* Beyaz eşya ve klima pazar verileri BESD kaynaklıdır.

Türkiye Beyaz Eşya Pazarı (6 Ana Ürün) Yıllık Değişim



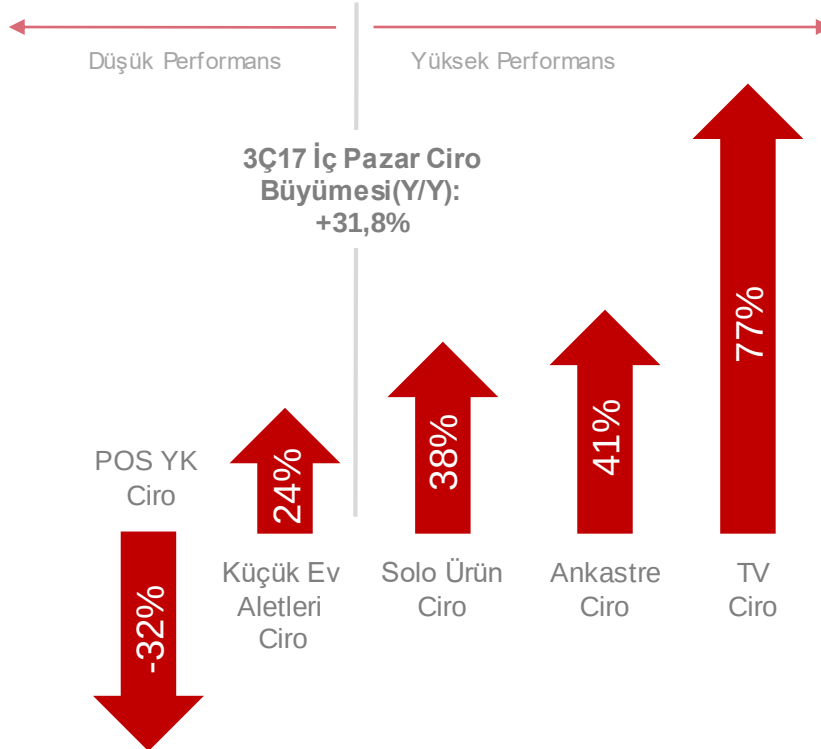
Türkiye Beyaz Eşya Pazarı (6 Ana Ürün)

('000 Adet)	3Ç17	3Ç16	Y/Y
Buzdolabı	708	615	15%
Dondurucu	306	303	1%
Çamaşır M.	640	557	15%
Kurutucu	43	17	147%
Bulaşık M	489	385	27%
Fırın	323	278	16%
Toplam	2,508	2,155	16%

2017 3Ç Pazar Performansı - Türkiye

Arçelik A.Ş.

- Beyaz eşyada, pazarın bir miktar üzerinde büyüme (Pazar: +%16, Arçelik: +%18)
- 1Y'da pazarın altında kalan performans sonrası klima satışlarında güçlü büyüme (3Ç: +%65 – 1Y: +%9)
- TV pazarında yıllık bazda yatay pazar payı (~%27) ve ~%9 hacim artışı
- Zayıf talep sonucu POS Yazarkasada düşük satış adedi (3Ç16'ya göre %66 gerileme)

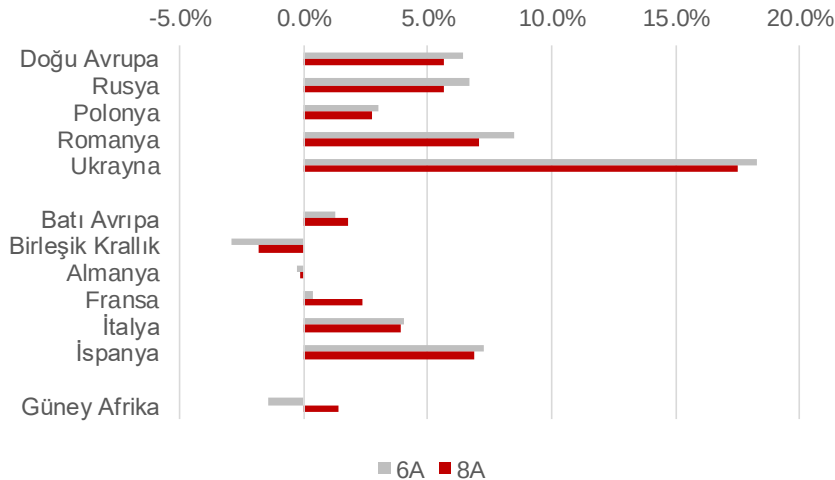


2017 3Ç Pazar Performansı - Uluslararası

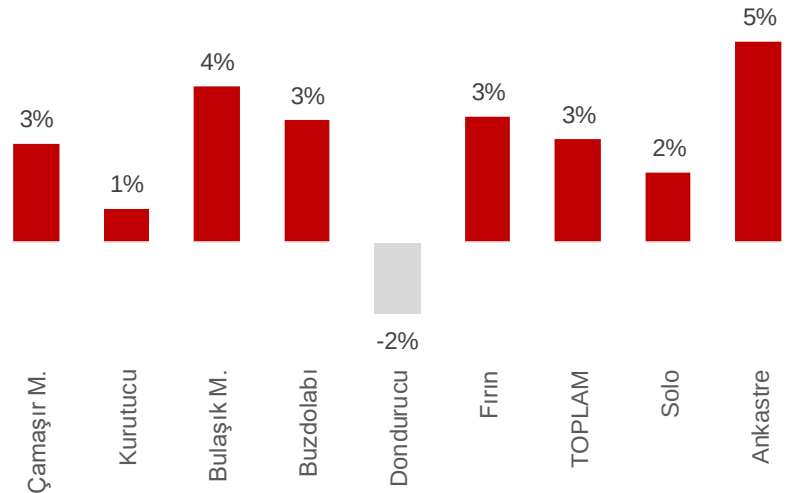
Pazar

- B. Avrupa'daki iyileşme ile beraber 8A'da bir miktar daha iyi büyüme performansı
 - İngiltere'de pozitif büyüme, Almanya'da devam eden zayıf talep, Fransa'da güçlü 3Ç, İtalya'da ve İspanya'da devam eden yüksek performans
 - Yavaşlamaya rağmen, D. Avrupa'da, özellikle Rusya ve Romanya'da devam eden güçlü talep
 - Tüm Avrupa pazarında daha hızlı büyüyen ankastre segmenti
- Orta Doğu'daki politik gelişmelerin bölge pazarlarını olumsuz etkilemesi
- G. Afrika'da 2Ç sonunda oluşan olumlu trendin devamı ile 8 ayda pazarın pozitif dönüşmesi

Ana Pazarlarda Büyüme Oranları (%)
(6 Ana Ürün)



Avrupa Pazarı Ürün Bazlı Büyüme
(8A17) (%)

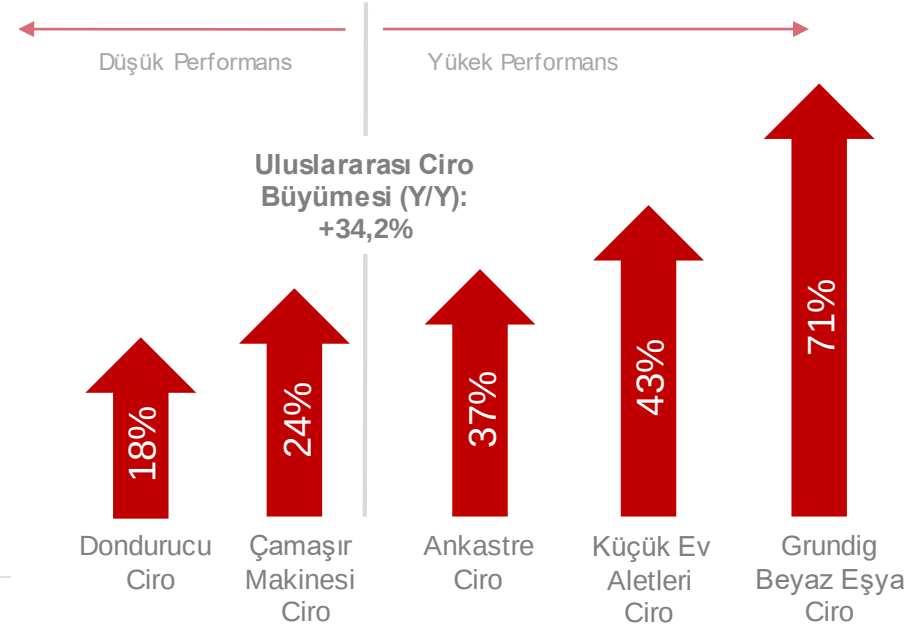
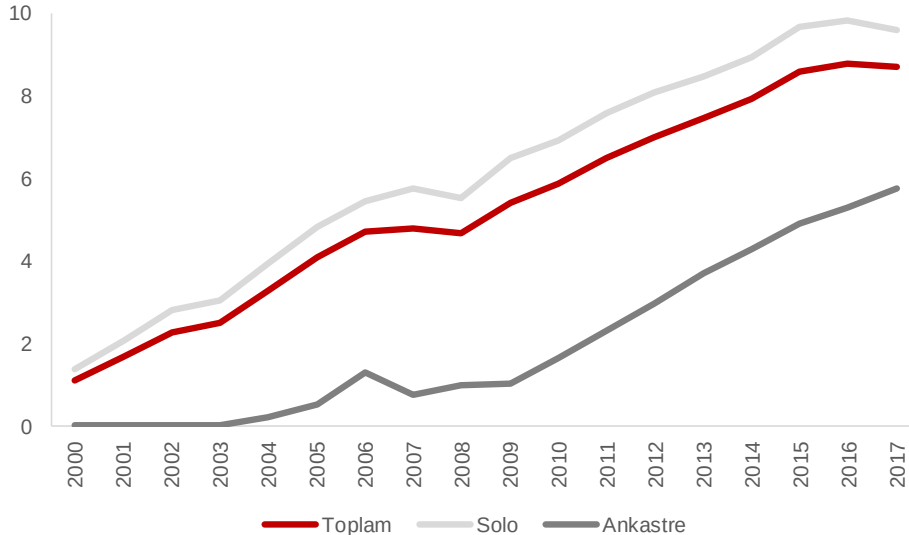


2017 3Ç Pazar Performansı - Uluslararası

Arçelik A.Ş.

- Beko Avrupa'da en yüksek pazar payına sahip 2. marka konumunu koruyor
 - Pazar payı kayıplarının Tem-Ağus. döneminde yavaşlamasıyla, Beko'nun solo segmentinde tekrar liderliğe yükselmesi
 - Beko ankastre segmentinde pazar payını en çok arttıran 3 oyuncudan birisi
- Üst segmenti hedefleyen Grundig beyaz eşya satışlarının 3Ç'de yaklaşık %70 artması
- Pazarlardaki toparlanma ile birlikte, zayıf ilk yarı sonrasında bir miktar iyileşen TV satışları
- Genişleyen satış ağıyla birlikte, Beko'nun Asya 9*'da, buzdolabında %0,8 paya ulaşması

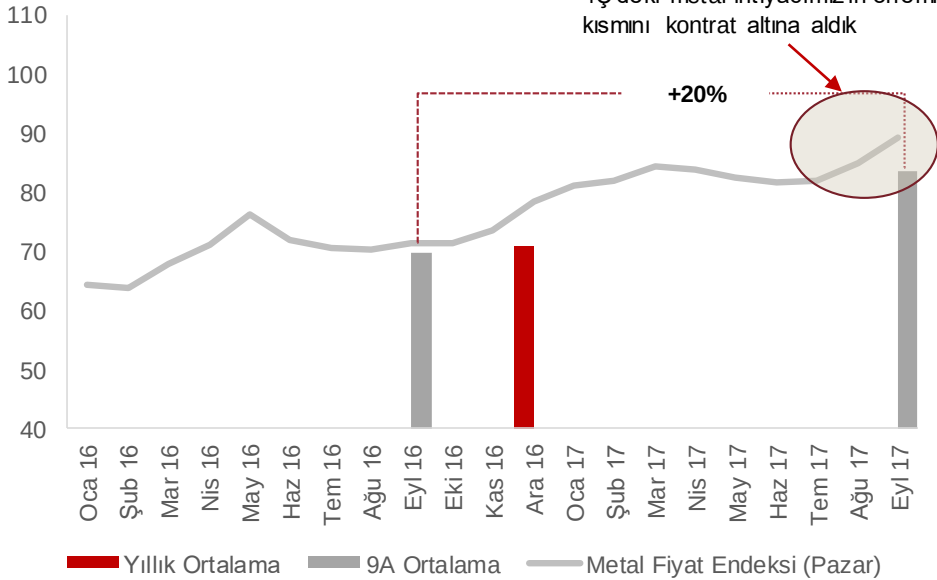
Beko Avrupa Pazar Payı (%)
(6 Ana Ürün)



* Hong Kong, Endonezya, Myanmar, Filipinler, Singapur, Tayland, Tayvan, Güney Kore, Viyetnam – Ağustos 2017 verisi

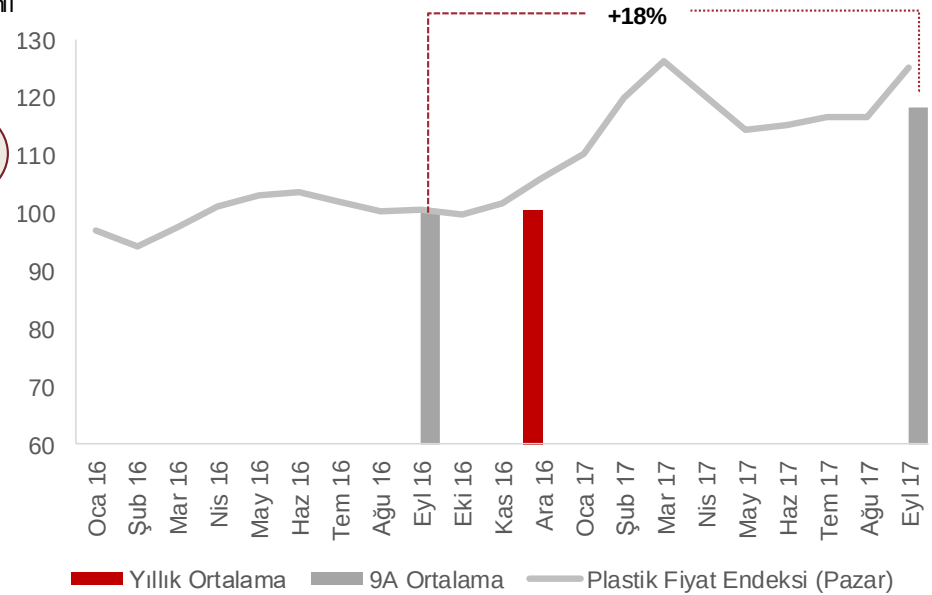
Hammadde Fiyatlarındaki Değişim

Metal Fiyat Endeksi - Pazar



Kaynak: SteelBB, Steel Orbis
Endeks HRC, CRC, Galvanizli Çelik, Paslanmaz Çelik, Alüminyum ve Bakır fiyatlarını içerir

Plastik Fiyat Endeksi - Pazar



Kaynak: ICIS - Chemical Industry News & Chemical Market Intelligence
Endeks, ABS, Polistiren, Poliüretan ve Polipropilen fiyatlarını içerir.

Metal Fiyatları Endeksi Çeyreklik Ortalama - Pazar

2Ç16	3Ç16	4Ç16	1Ç17	2Ç17	3Ç17
73	71	74	82	83	85

Plastik Fiyatları Endeksi Çeyreklik Ortalama - Pazar

2Ç16	3Ç16	4Ç16	1Ç17	2Ç17	3Ç17
103	101	103	119	117	119

2017 3Ç Diğer Geliřmeler

- Eylül 2017'de, Arçelik A.Ş., Avrupa'nın en büyük Tüketici Elektronikü fuarı olan IFA'ya Beko ve Grundig markalarıyla katıldı.
- Arçelik A.Ş'nin «Sürdürülebilirlik» alanındaki performansı iki ayrı ödüle layık görüldü:
 - Arçelik A.Ş., Dow Jones Sustainability Emerging Markets Index'e Türkiye'den dahil olan ilk ve tek sanayi řirketi oldu.
 - Dünyanın en sürdürülebilir 9 şirketinden biri seçilen Arçelik A.Ş, Avrupa'nın sürdürülebilirlik alanında odaklanmış en önemli fonlarından biri olan ÖkoWorld tarafından verilen Ökovision Sürdürülebilirlik Liderliğı Ödülü'nü kazandı.
- Yeni nesil perakendecilik trendlerine uygun dijital teknolojilerle donatılan ve interaktif müşteri deneyimine olanak sağlayan Arçelik mağazası İstinyePark AVM'de açıldı. [\(360° tur için lütfen tıklayın\)](#)

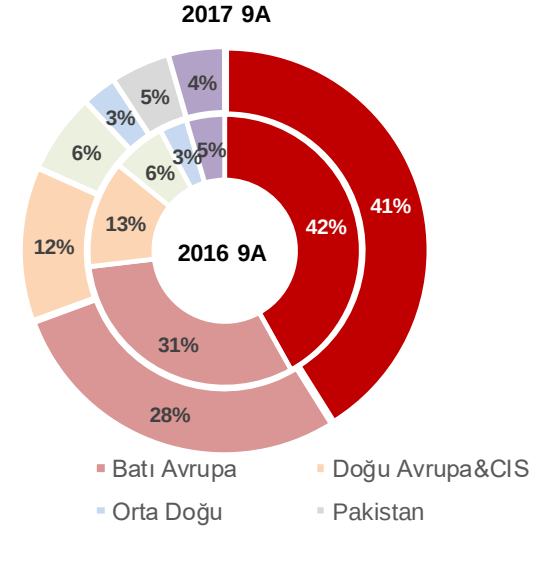
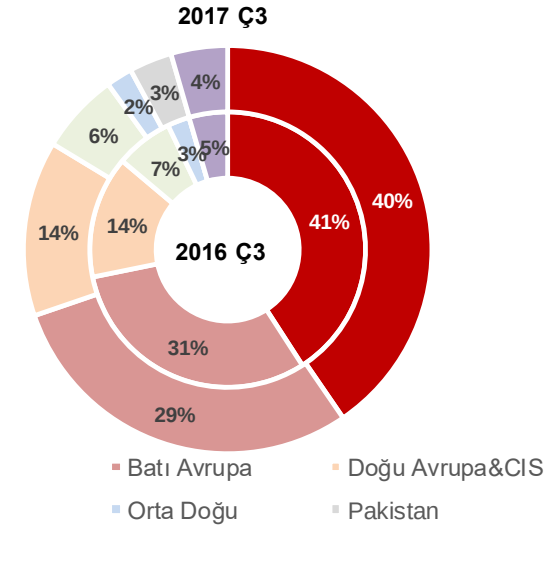
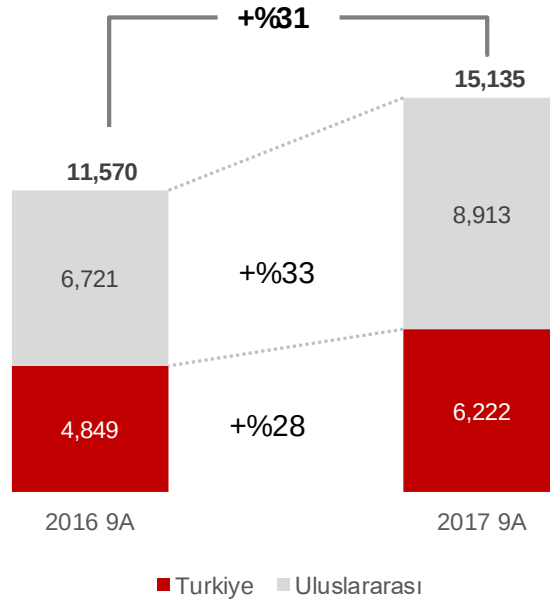
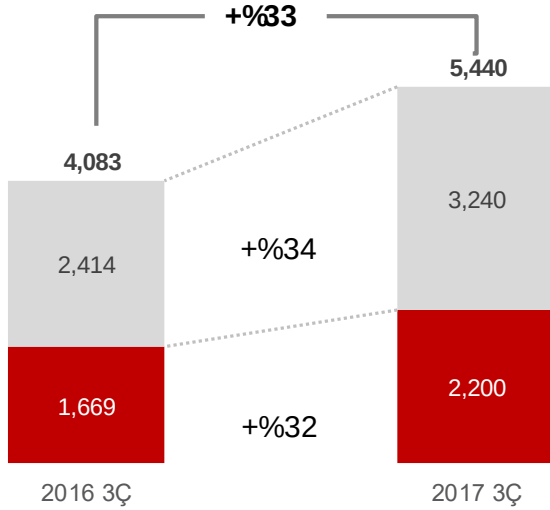


MEMBER OF
Dow Jones
Sustainability Indices
In Collaboration with RobecoSAM

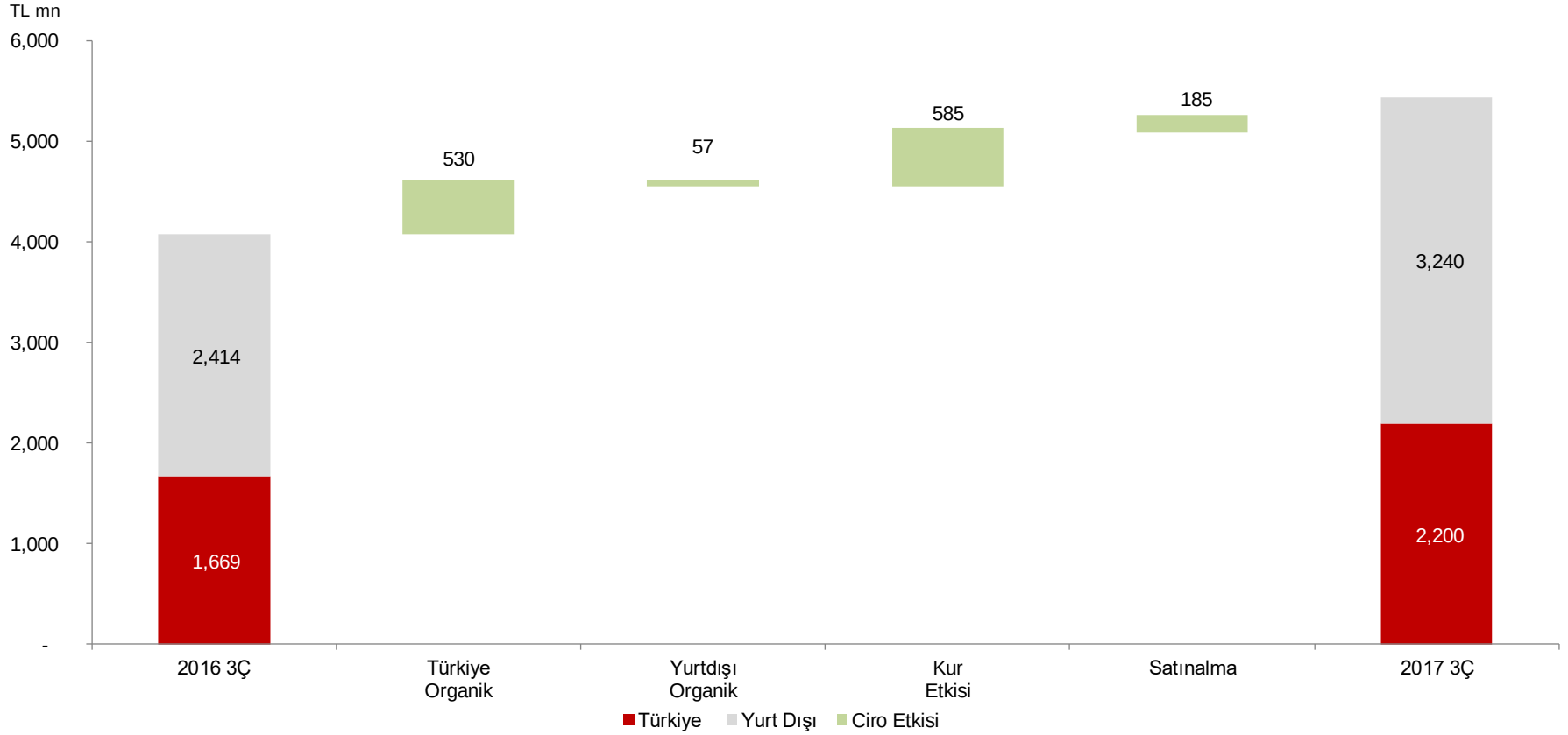


Satış Performansı

Satışların Bölgesel Dağılımı



Satışlardaki Değişimin Kırılımı



2017 3Ç	Organik	Kur etkisi	Satınalma	TOPLAM
İç Piyasa Büyüme	31.8%	0.0%	0.0%	31.8%
Uluslararası büyüme	2.4%	24.2%	7.6%	34.2%
Konsolide büyüme	14.4%	14.3%	4.5%	33.2%

Finansal Performans

Gelir Tablosu

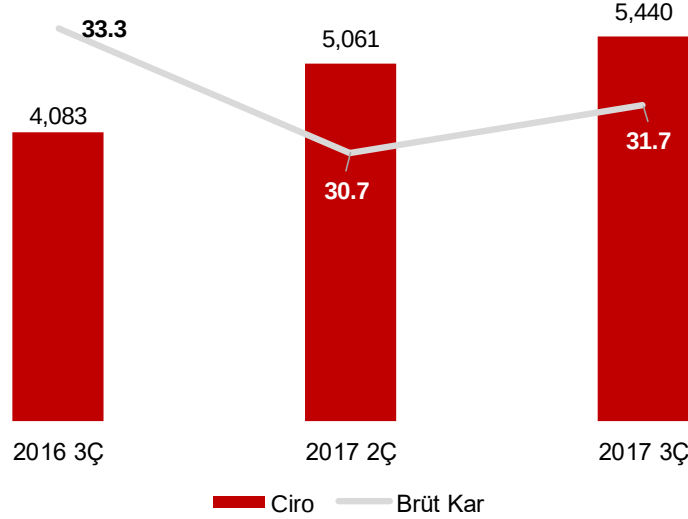
Milyon TL	2017 3Ç	2016 3Ç	2017 2Ç	Yıllık % Δ	Çeyrek % Δ	2017 9A	2016 9A	Yıllık % Δ
Net Satışlar	5,440	4,083	5,061	33	7	15,135	11,570	31
Brüt Kar	1,725	1,361	1,554	27	11	4,757	3,908	22
<i>marjı %</i>	31.7	33.3	30.7			31.4	33.8	
Faaliyet Karı*	409	375	361	9	13	1,123	1,029	9
<i>marjı %</i>	7.5	9.2	7.1			7.4	8.9	
Vergi Öncesi Kar	258	283	214	-9	21	709	1,093	-35
<i>marjı %</i>	4.8	6.9	4.2			4.7	9.4	
Net Kar**	258	264	257	-2	0	755	1,074	-30
<i>marjı %</i>	4.7	6.5	5.1			5.0	9.3	
FVAÖK*	546	484	496	13	10	1,527	1,346	13
<i>marjı %</i>	10.0	11.9	9.8			10.1	11.6	

*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

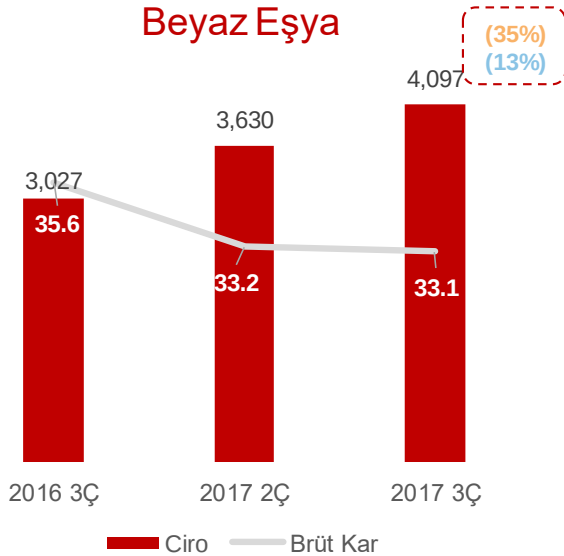
Konsolide



(33%)
(7%)

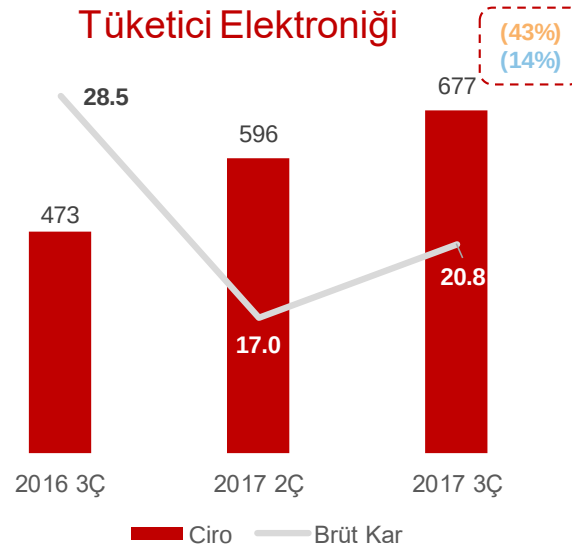
Ciro Değişimi
(Y/Y)
(Ç/Ç)

Beyaz Eşya



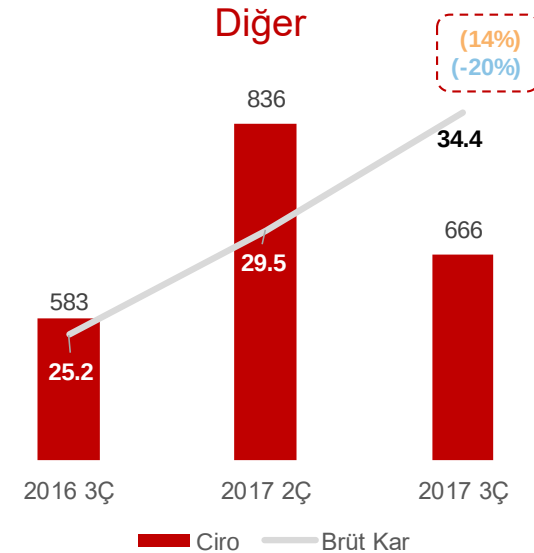
(35%)
(13%)

Tüketici Elektroniği



(43%)
(14%)

Diğer



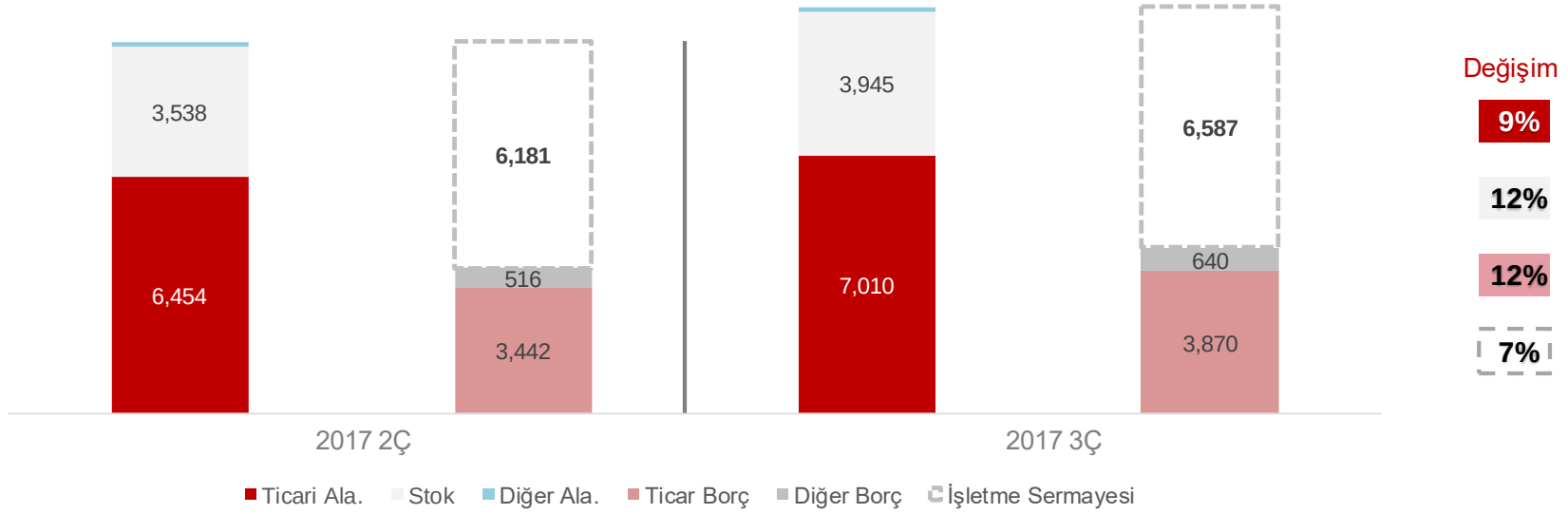
(14%)
(-20%)

Bilanço

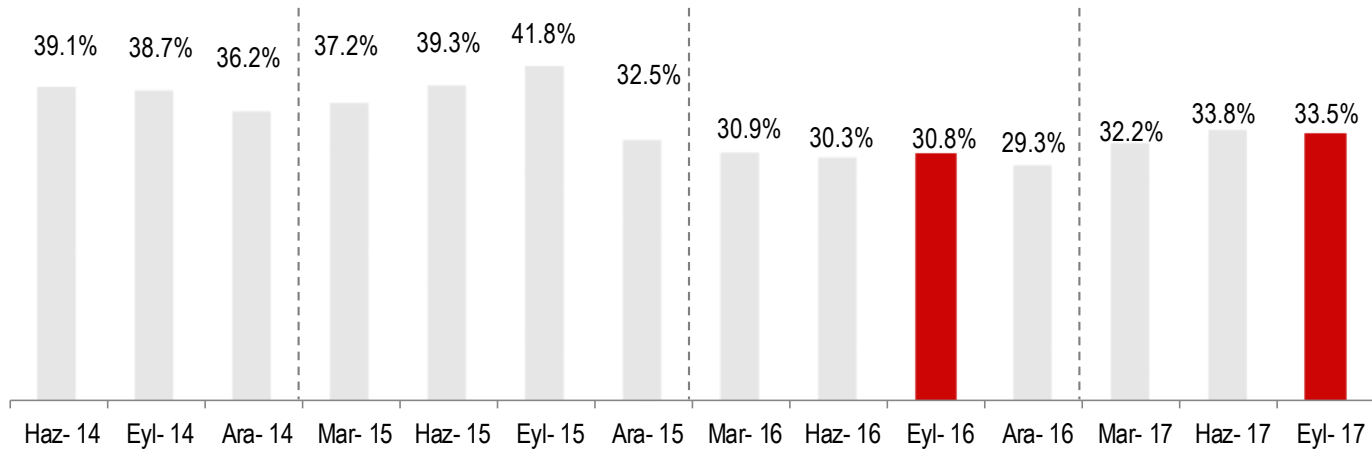
Milyon TL	30.09.2017	31.12.2016		30.09.2017	31.12.2016
Kısa Vadeli Aktifler	13,599	10,986	Kısa Vadeli Pasifler	8,646	6,606
Nakit	1,983	2,442	K.V. Krediler	3,216	2,251
Ticari Alacaklar	7,010	5,295	Ticari Borçlar	3,870	3,086
Stoklar	3,945	2,762	Karşılıklar	439	412
Diğer	660	487	Diğer	1,122	857
Uzun Vadeli Aktifler	6,307	5,924	Uzun Vadeli Pasifler	4,715	4,299
Maddi Duran Varlıklar	2,926	2,750	U.V. Krediler	3,767	3,407
Maddi Olmayan Duran Varlıklar	2,430	2,304	Diğer	948	892
Finansal Yatırımlar	263	239			
Diğer	688	630	Özkaynaklar	6,545	6,005
Toplam Aktifler	19,906	16,909	Toplam Pasifler	19,906	16,909

	30.09.2017	31.12.2016	31.12.2015	31.12.2014
Net Finansal Borç / Özkaynak	0.76	0.54	0.70	0.72
Toplam Yükümlülükler/ Aktifler	0.67	0.64	0.66	0.65

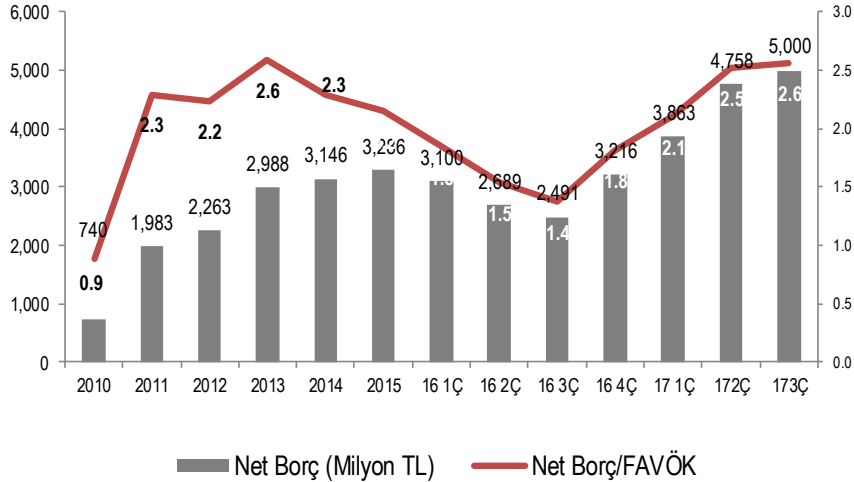
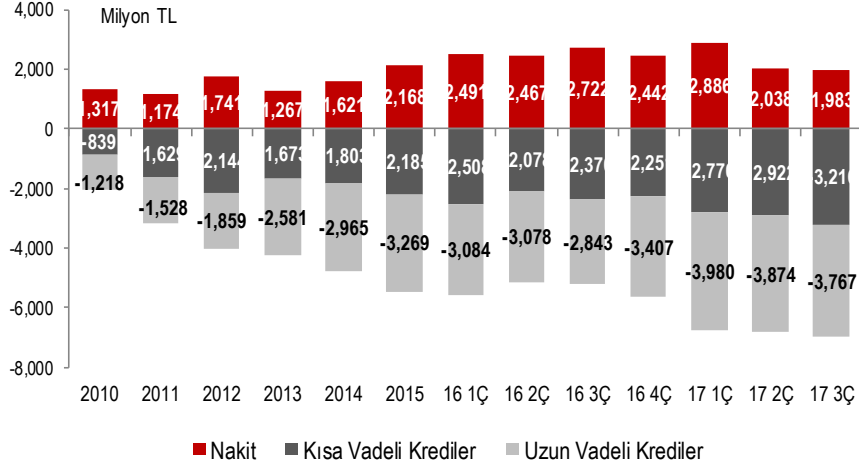
İşletme Sermayesi



İşletme Sermayesi / Ciro



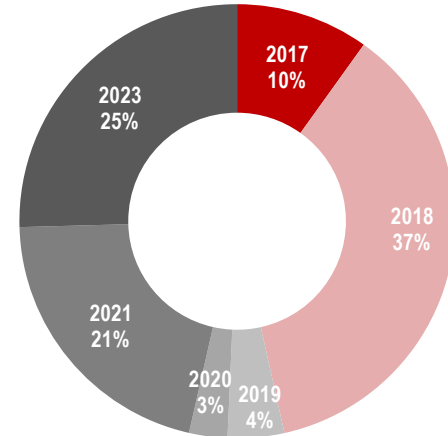
Borç Profili



Borç profili (30 Eylül 2017)

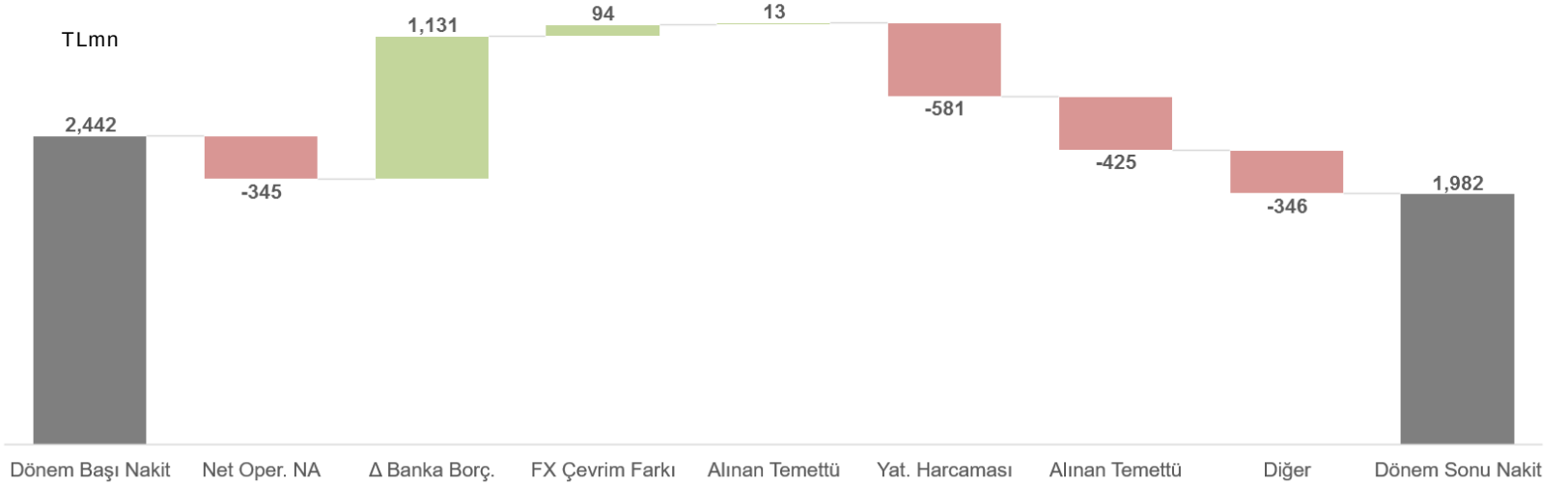
	Efektif Faiz Oranı (%)	Orijinal Tutar (Milyon)	Milyon TL Tutar
TRY	12.9%	2,737	2,737
EUR	1.5%	121	507
ZAR	9.8%	750	198
CNY	4.4%	54	29
GBP	0.9%	7	32
USD	1.9%	0	0
PKR	6.3%	6,170	207
Toplam Banka Kredileri			3,709
USD	5.1%	510	1,812
EUR	4.0%	349	1,461
Toplam UV Tahvil			3,274
Toplam			6,983

Borçların vadeye göre dağılımı

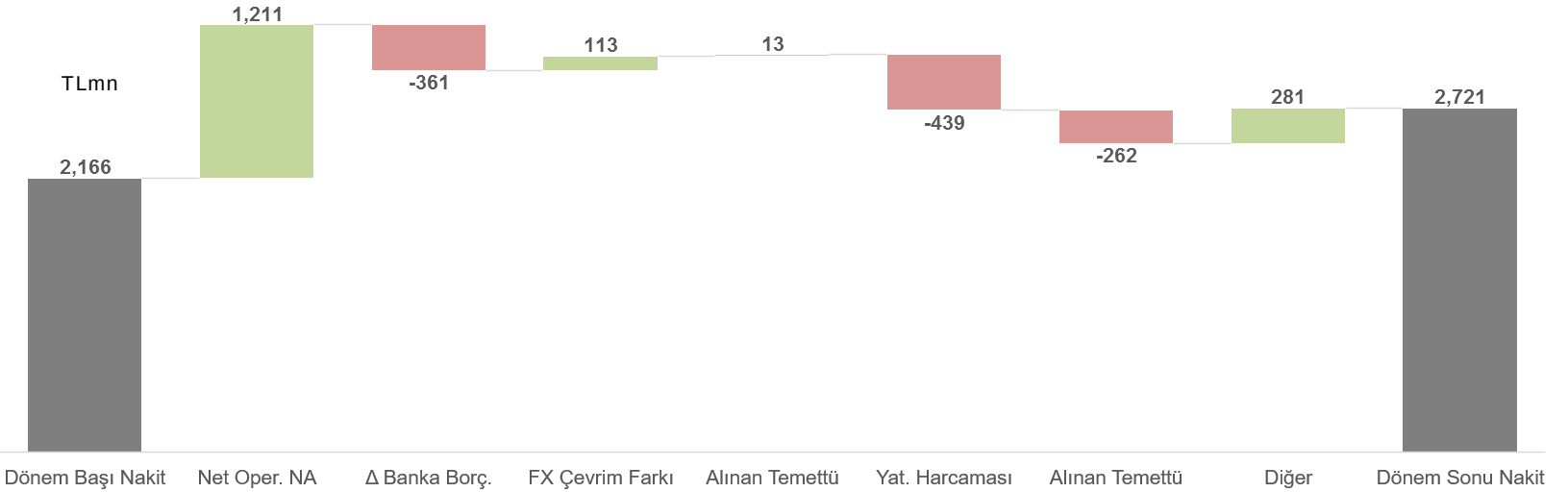


Nakit Akışı

2017
9A



2016
9A



2017 Beklentiler

2017 Beklentiler

**Beyaz Eşya Pazarı
Adetsel Büyüme**

Türkiye* : ~ %10
Uluslararası : ~%2

Pazar Payı

Ana faaliyet bölgelerinde aynı
kalan veya artan pazar payı

Ciro Artışı

~%25 TRY bazında

FVAÖK Marjı (2017)**

~ %10 (önceki: ~10,5%)

Uzun Vadeli FVAÖK Marjı**

~ %11

* BESD verisi ile uyumlu şekilde 6 ana ürün

** FVAÖK marjı tarihsel hesaplamalarla uyumlu

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

Yatırımcı İlişkileri Uygulaması



Available on the
App Store



GET IT ON
Google Play

www.arcelikas.com

yatirimciiliskileri@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.