

1Ç22 Finansal Sonuçlar

Arçelik



1Ç22 ÖNE ÇIKANLAR

28.2 mia TRY

Net Satışlar

%10,6

FAVÖK Marjı

%22,7

**Operasyonel
Giderler / Satışlar**

%27,7

NİS / Satışlar

2,81x

Kaldıraç

Fiyat ayarlamaları ile sağlam gelir büyümesi ve çeyreklik bazda kar marjlarında artış..



Yıllık %117 & çeyreklik %25 güçlü gelir artışı, %84 yıllık organik büyüme



2022'nin ilk iki ayında Türkiye ve Doğu Avrupa'da güçlü perakende satışlar yaşanırken Türkiye'de toptan satışlar zayıftı



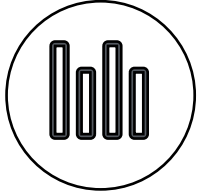
Fiyat artışları ile 127 baz puanlık (karşılaştırılabilir bazda 257 baz puan) güçlü FAVÖK marjı genişlemesi, maliyet enflasyonu ve 1Ç21'deki yüksek bazın sonucu olarak yıllık 393 baz puanlık FAVÖK marj daralması



İşletme sermayesi / satışlar, yüksek malzeme maliyetleri ile artan stoklar ve artan alacak günlerinin bir sonucu olarak %27,7 olmuştur.



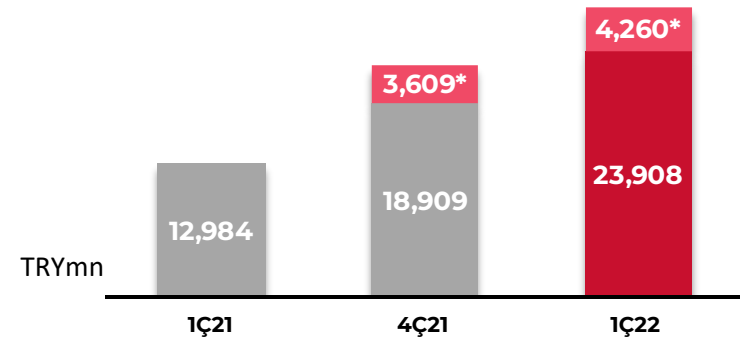
Kaldıraç oranı 2,81x olarak gerçekleşmiştir. 31.03.2022 itibarıyla geri alınan hisselerin değeri (0,43x etki) ve satın almaların FAVÖK & nakit katkısı yıllıklandırıldığında (0,15x etki) kaldıraç 2,24x olmaktadır.



CİRO BÜYÜMESİ

%117

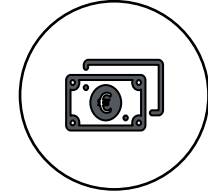
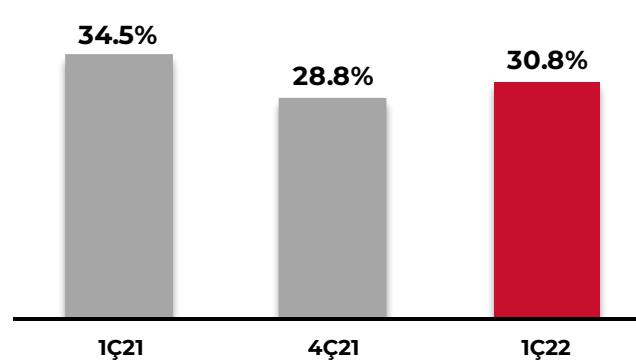
- ↑ Fiyat artışları (ç/ç & y/y)
- ↑ TL'deki önemli değer kaybı (ç/ç & y/y)
- ↑ İnorganik büyüme (y/y)



BRÜT KAR MARJİ

%30,8

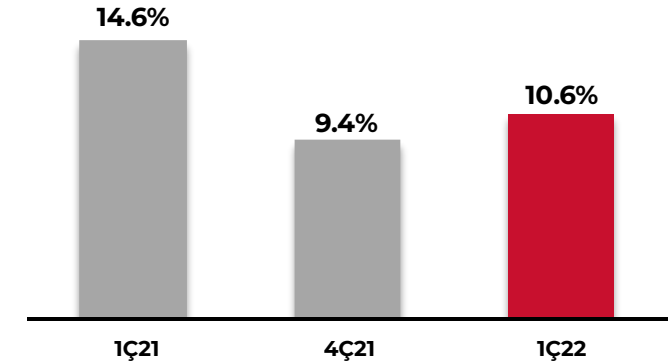
- ↑ Fiyat artışları (ç/ç)
- ↑ Kapasite kullanım oranında artış (ç/ç)
- ↓ Artan hammadde fiyatları ve TL'nin değer kaybının yarattığı maliyet artışı (y/y)
- ↓ Kapasite kullanım oranının düşmesi (y/y)



FAVÖK MARJİ

%10,6

- ↑ Artan brüt kar marjı (ç/ç)
- ↑ Faal. Gid./Satış oranında 108 baz puanlık iyileşme (ç/ç)
- ↓ Maliyet enflasyonunun olumsuz etkisi (y/y)



Operasyonel Performans

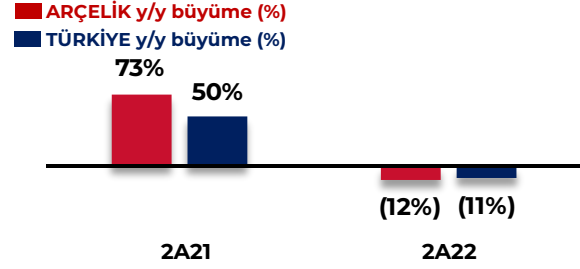


1Ç22 Finansal Sonuçlar

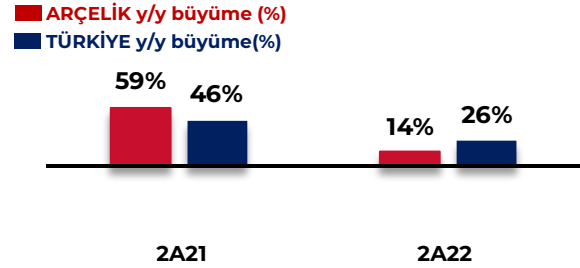
—
Arçelik



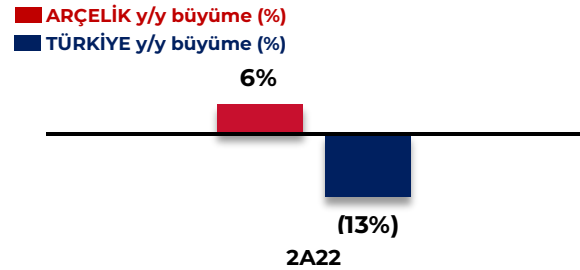
Beyaz Eşya* (6 ana ürün)



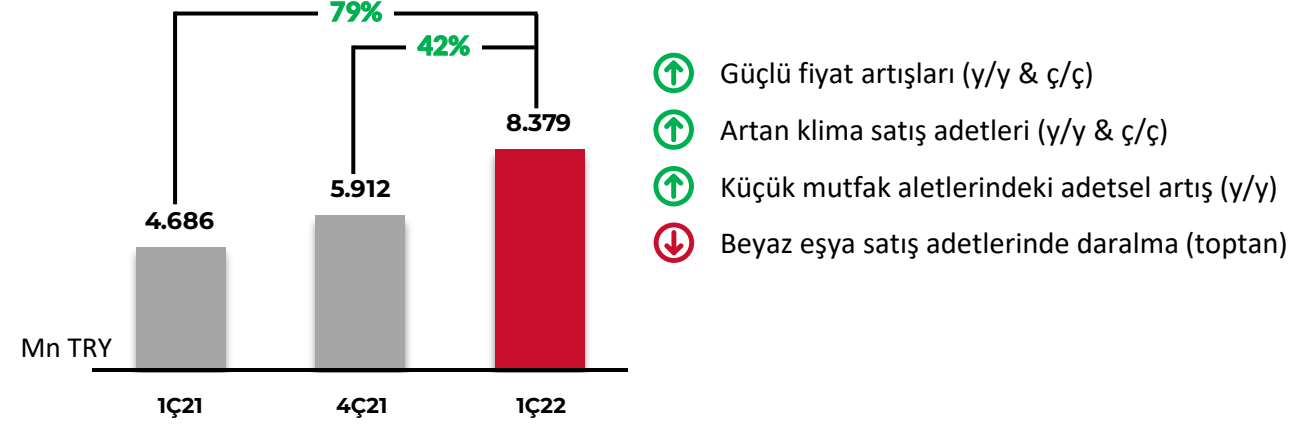
Klima*



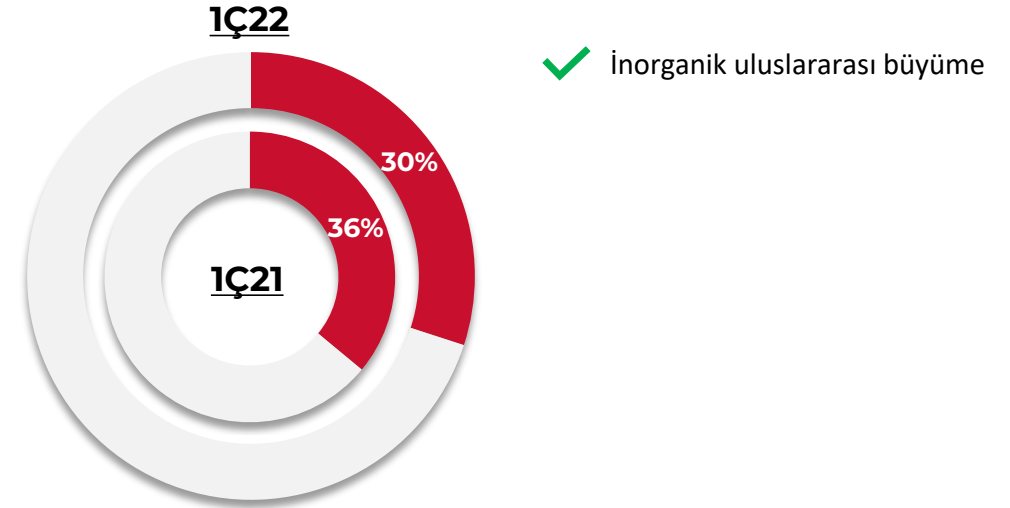
TELEVİZYON**



Türkiye Satış Büyümesi



Toplam Satışlar İçinde Türkiye



*2A22 dönemi kümülatif Beyaz Eşya ve Klima verileri (bayiye satış) TURKBESD'e dayanmaktadır.

**TV piyasası, 2A22 dönemi perakende panel piyasası verilerini yansıtmaktadır.

Fiyat artışları ve inorganik büyümenin desteği ile 1Ç22'de Avrupa gelirlerinde güçlü yıllık artış

1Ç22 Finansal Sonuçlar

Arçelik



Batı Avrupa

Doğu Avrupa



Beyaz Eşya Pazarı

- Batı Avrupa ülkelerinin çoğunda talep, temel olarak yüksek baz etkisi nedeniyle düştü.
- Düşük baz etkisi ile beyaz eşya talebi Almanya'da yüksek tek haneli büyüdü.
- Batı Avrupa'daki adetsel daralmaya rağmen, fiyat artışları ve daha premium segmentlere yöneliş ile pazar değer bazında büyüdü.

Arçelik, Batı Avrupa Öne Çıkanlar

- Esas olarak fiyat artışları ve inorganik gelir katkısı ile EUR bazında yıllık %8 gelir artışı.
- Beko, artan pazar payı ile İngiltere'de liderliğini sürdürdü ve 2A22'de 2021 yıl sonuna göre iyileşen de fiyat endeksi ile İspanya'da 1. sıraya yükseldi.

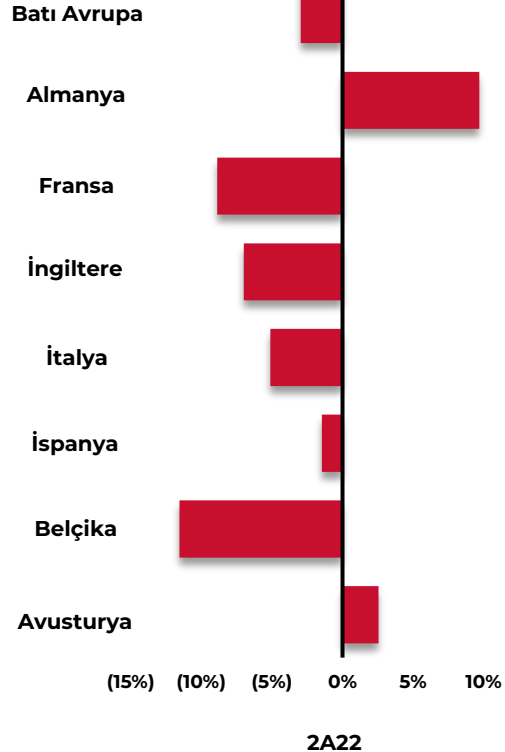
Beyaz Eşya Pazarı

- Doğu Avrupa'da ağırlıklı olarak Rusya kaynaklı önemli talep artışı yaşandı.
- Rublenin hızlı değer kaybetmesi nedeniyle Rusya'da perakende satışlar güçlüydü.
- Adetsel büyüme ile birlikte, fiyat artışları ve premium segmentlerin artan payı, 2A21'de yıllık bazda pazarın değer bazında önemli bir büyüme yaşamasını sağladı.

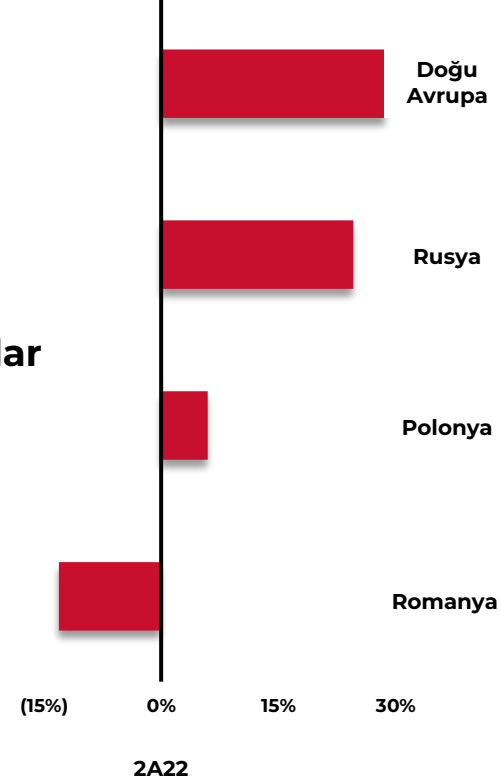
Arçelik, Doğu Avrupa Öne Çıkanlar

- Esas olarak fiyat artışları ile EUR bazında yıllık %11 gelir artışı.
- Beko, 2A22'de 2021 yılsonuna göre artan pazar payı ile Polonya'daki liderliğini sürdürdü.
- Arctic & Beko markaları 2A22'de Romanya'daki sırasıyla 1. ve 2. konumlarını sürdürdü.

Adet bazında pazar büyümesi (y/y)



Adet bazında pazar büyümesi (y/y)



Beyaz eşya pazar grafikleri, 2A22 itibarıyla ülkelerdeki ve bölgelerdeki satış talebinin yıllık büyümesini göstermekte ve bir perakende panel piyasası verilerini yansıtmaktadır.

Doğu Avrupa beyaz eşya piyasa grafiği, Ukrayna verilerini içermez.

Rusya'nın 1Ç22 toplam gelirindeki payı %1,7 (4Ç21: %2,0, 1Ç21: %1,7) oldu. 1Ç22'de Ukrayna'nın toplam gelirdeki payı %0,1 idi (4Ç21: %0,5, 1Ç21: %0,3).



Afrika & Orta Doğu

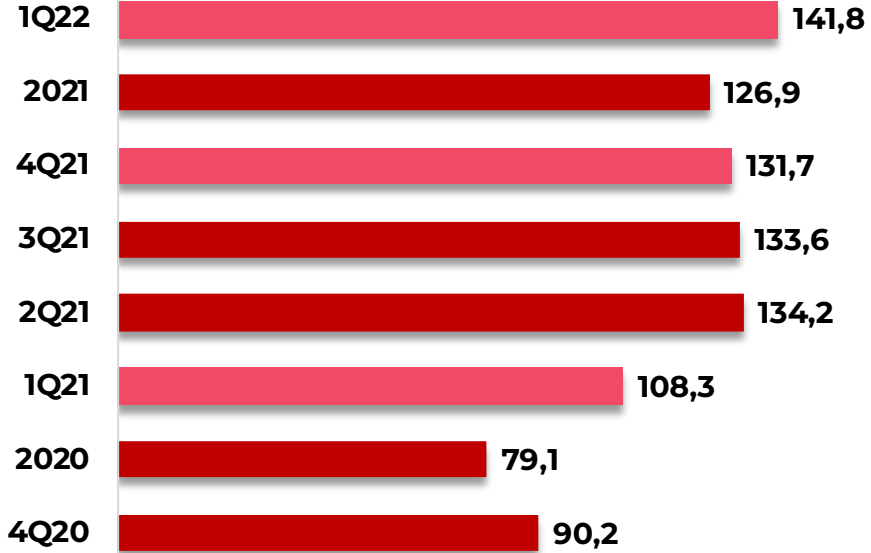
- Afrika ve Orta Doğu gelirleri, Orta Doğu operasyonlarının önemli ölçüde daha yüksek katkısı sayesinde 1Ç22'de EUR bazında yıllık yaklaşık %59 arttı.
- Defy yurt içi satış adetleri, esas olarak ülkedeki lojistik sorunlar, resmi tatil ve geçen yılın yüksek bazı nedeniyle hem çeyreklik hem de yıllık bazda daralırken, ihracat adetleri hem çeyreklik hem de yıllık bazda büyüdü.
- Defy'nin satış gelirleri 1Ç22'de fiyat artışları sayesinde EUR bazında yıllık orta ve yüksek tek haneli artarken, satış adetlerindeki daralma nedeniyle EUR bazında çeyreklik orta ve yüksek tek haneli daraldı.
- Defy, Güney Afrika'daki güçlü pazar liderliğini sürdürdü.
- Beko Egypt, esas olarak ciddi satış adedi büyümesi ve fiyat artışları sayesinde, Euro bazında yıllık yaklaşık %155 ve çeyreklik bazda yaklaşık %175 gelir artışı kaydetti.



Asya-Pasifik

- Asya Pasifik gelirleri, Arçelik-Hitachi katkısı sayesinde 1Ç22 Euro bazında yaklaşık yıllık %136 arttı (Arçelik-Hitachi'nin 1Ç22'de toplam gelirden yaklaşık %13 payı bulunmaktadır).
- Pakistan gelirleri, azalan COVID vakalarının getirdiği hareketlilik ile artan satış adetleri ve fiyat artışları sayesinde, 1Ç22'de EUR bazında yıllık yaklaşık %23 arttı. (PKR bazında yıllık yaklaşık %28).
- Bangladeş'te, artan buzdolabı, çamaşır makinesi, televizyon ve klima satışlarının etkisiyle 1Ç22'de satışlar BDT bazında yıllık yaklaşık %4 arttı.

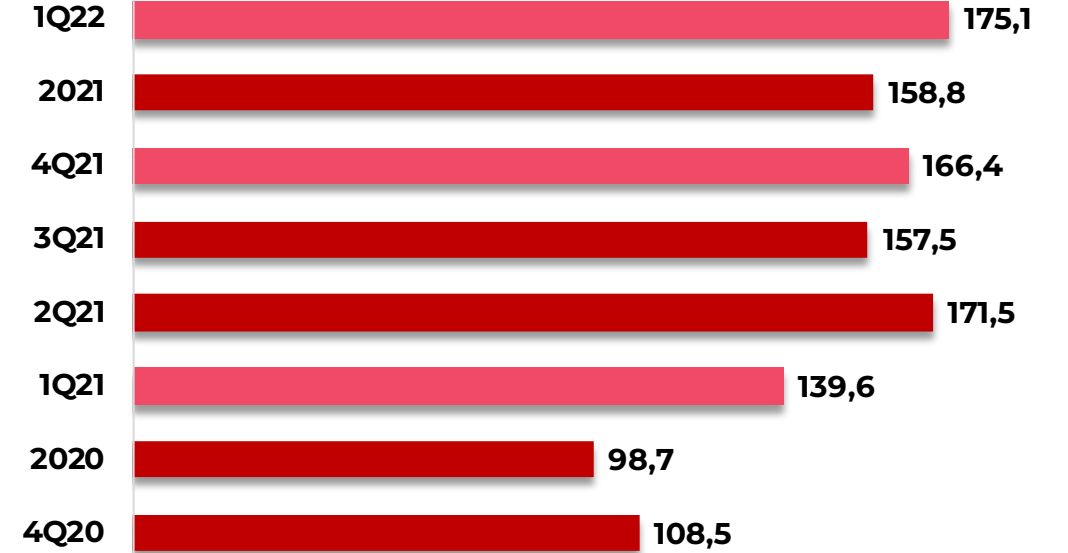
Ortalama Piyasa Metal Fiyatları Endeksi



- Rusya-Ukrayna savaşı nedeniyle arz talep dengesinin bozulması, Mart ayından itibaren metal hammadde fiyatlarını olumsuz etkiledi.

Kaynak: Steel BB, Steel Orbis
Endeks içerikleri: CRC, HRC, Galvanized Steel, Stainless Steel, Copper, Aluminium

Ortalama Piyasa Plastik Fiyatları Endeksi



- Rusya-Ukrayna savaşı nedeniyle artan petrol, gaz ve enerji fiyatları, Mart ayından itibaren plastik hammadde fiyatlarını olumsuz etkiledi.

Kaynak: ICIS - Chemical Industry News & Chemical Market Intelligence
Endeks içerikleri : ABS, Polystyrene, Polyurethane, Polypropylene

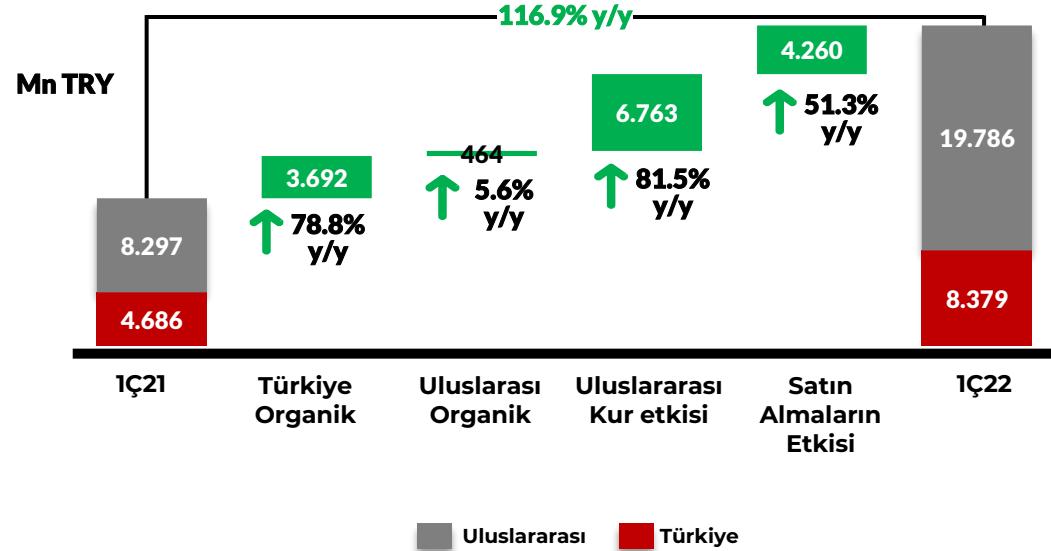
Satış Performansı



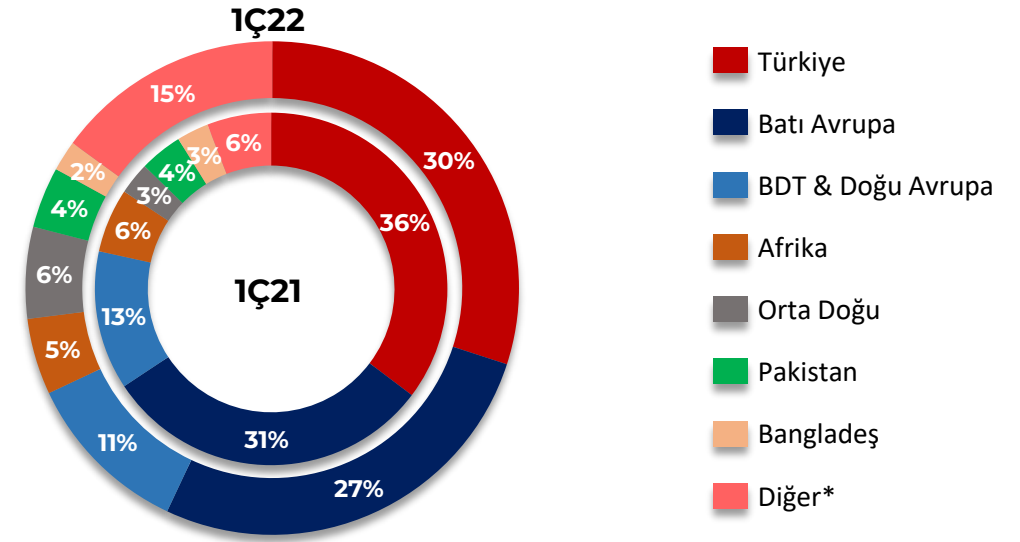
1Ç22 Finansal Sonuçlar

—
Arçelik

Satış Büyümesi



Satışların Coğrafi Kırılımı



Finansal Performans



1Ç22 Finansal Sonuçlar

—
Arçelik

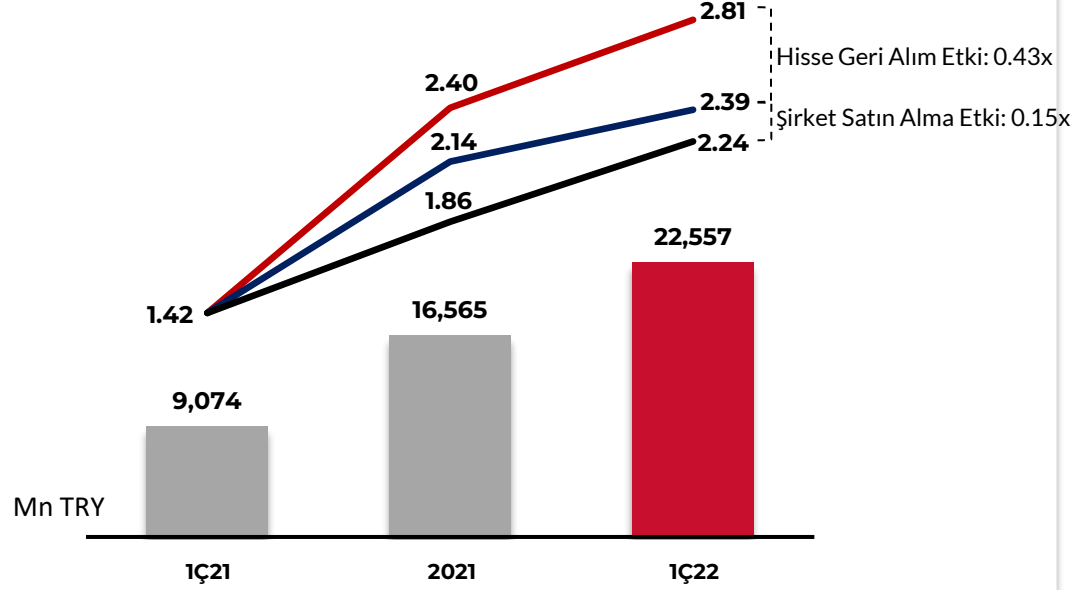
Mn TRY	1Ç22	1Ç21	y/y	4Ç21	ç/ç
Net Satışlar	28.164	12.984	117%	22.519	25%
Brüt Kar	8.687	4.483	94%	6.477	34%
Faaliyet Karı	2.282	1.545	48%	1.156	97%
Vergi Öncesi Kar	1.451	1.294	12%	974	49%
Net Kar	1.224	1.100	11%	893	37%
Net Kar – tek seferlik gelirler hariç	1.224	1.100	11%	601	104%
FAVÖK	2.993	1.890	58%	2.106	42%
FAVÖK – tek seferlik gelirler hariç	2.993	1.890	58%	1.815	65%
Brüt Kar Marjı	30,8%	34,5%	(368 bps)	28,8%	208 bps
Faaliyet Kar Marjı	8,1%	11,9%	(379 bps)	5,1%	297 bps
Net Kar Marjı	4,3%	8,5%	(413 bps)	4,0%	38 bps
Net Kar Marjı – tek seferlik gelirler hariç	4,3%	8,5%	(413 bps)	2,7%	168 bps
FAVÖK Marjı	10,6%	14,6%	(393 bps)	9,4%	127 bps
FAVÖK Marjı – tek seferlik gelirler hariç	10,6%	14,6%	(393 bps)	8,1%	257 bps

Artan işletme sermayesi ihtiyacı ve hisse geri alımı 1Ç22'de kaldıraç oranının yükselmesine sebep oldu

1Ç22 Finansal Sonuçlar

Arçelik

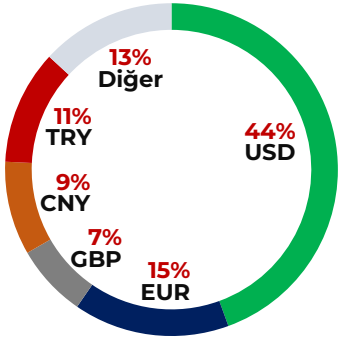
Net Borç / Kaldıraç



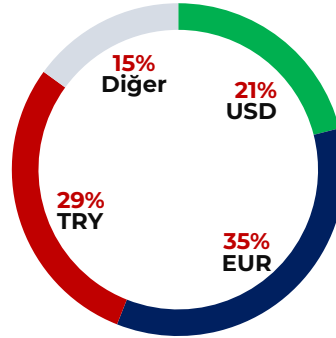
Borç Para Birimi ve Faiz Oranı Kırılımı

Para Birimi	Efektif Faiz Oranı yıllık(%)	Orijinal Para Birimi (milyon)	TRY Karşılığı (milyon)
TRY	19.2%	8,558	8,558
EUR	1.6%	446	7,271
USD	2.4%	29	423
GBP	1.5%	7	130
ZAR	5.3%	1,069	1,082
AUD	3.3%	25	279
PKR	10.9%	33,319	2,656
BDT	5.8%	6,317	1,074
RUB	14.7%	1,256	216
RON	5.1%	70	229
PLN	5.0%	17	60
TOPLAM KREDİLER			21,977
USD	5.0%	512	7,503
EUR	3.0%	359	5,847
TRY	18.9%	2,261	2,261
TOPLAM TAHVİL			15,611
TOPLAM			37,587

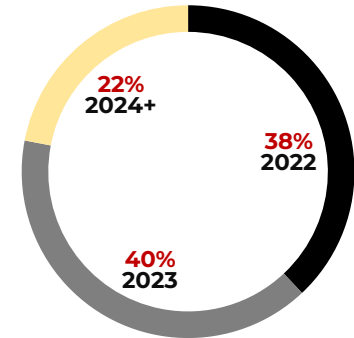
Nakit Kur Kırılımı TRY16,7mia (EUR1,0mia)



Borç Kur Kırılımı TRY37,6mia (EUR2,3mia)

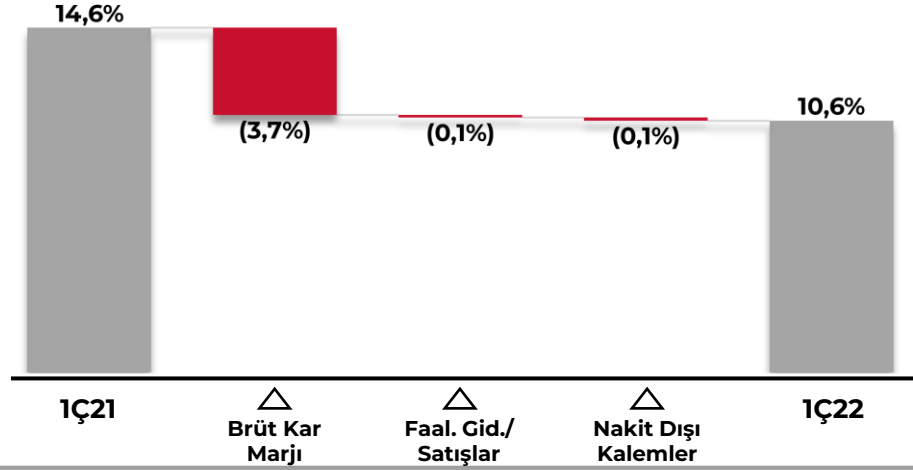


Borç Vade Dağılımı TRY37,6mia (EUR2,3mia)

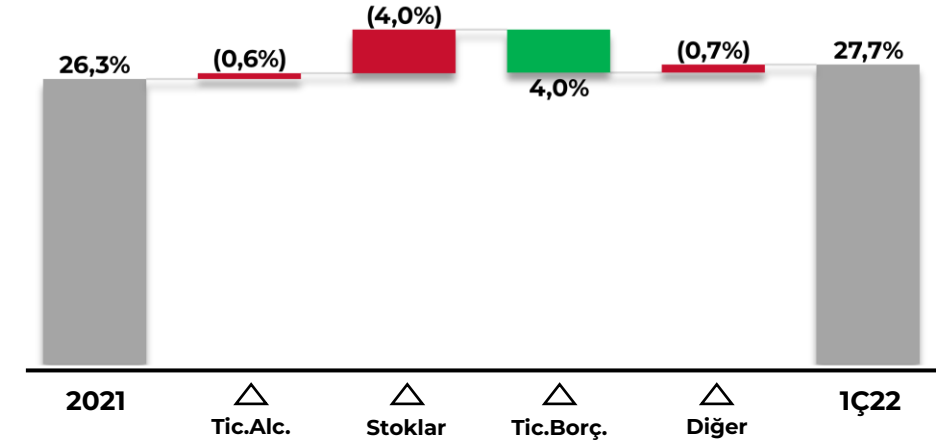


*31.03.2022 itibarıyla geri alınan hisselerin değeri net borçtan düşüldüğünde ve satın almaların FAVÖK ve nakit katkısı yıllıklandırıldığında kaldıraç 2.24x olmaktadır. (2021: 1.86x)

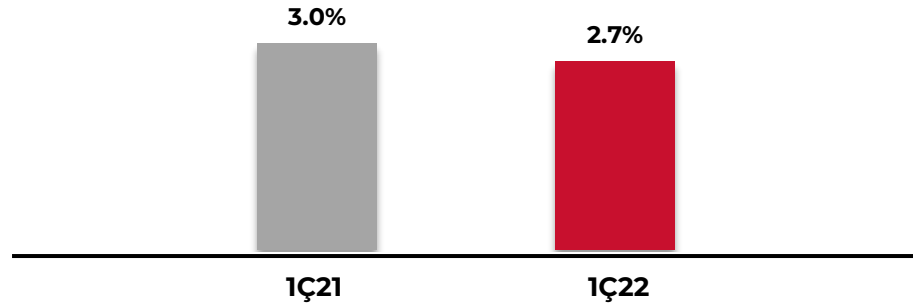
FAVÖK Marjı



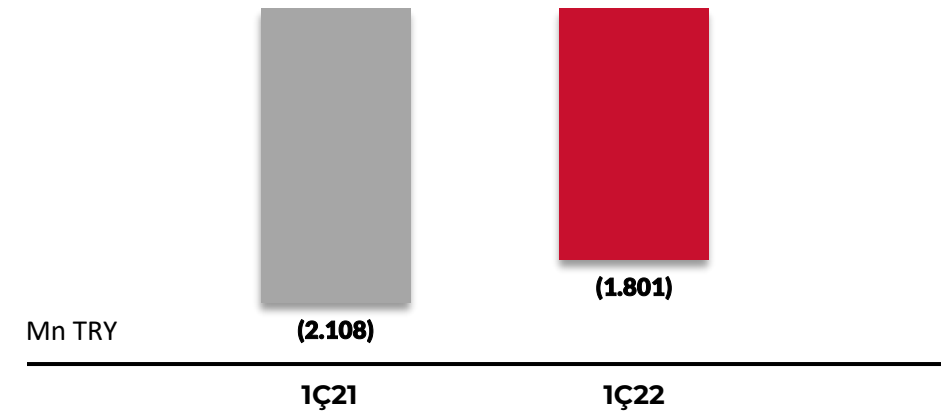
İşletme Sermayesi / Satışlar



Yatırım Harcamaları / Satışlar



Serbest Nakit Akımı



Beklentiler



1Ç22 Finansal Sonuçlar

Arçelik



Arçelik Ciro

- Türkiye (TRY)
- Uluslararası (FX)
- Konsolide (TRY)

Yaklaşık %60 büyüme

Yaklaşık %25 büyüme

> %80 büyüme



FAVÖK Marjı

Yaklaşık %10.5



İşletme Sermayesi / Satışlar

Yaklaşık %25



Yatırım Harcamaları

Yaklaşık 220 milyon EUR

Soru & Cevap



1Ç22 Finansal Sonuçlar

Arçelik

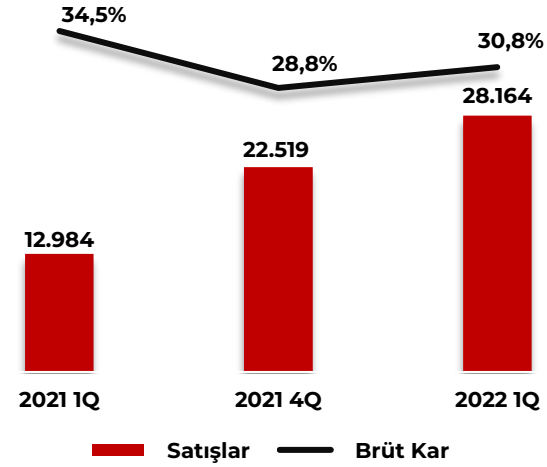
Ekler



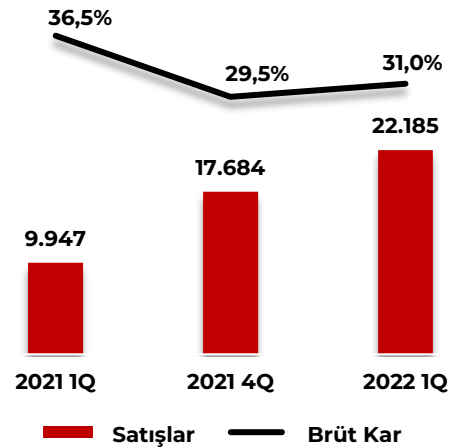
1Ç22 Finansal Sonuçlar

Arçelik

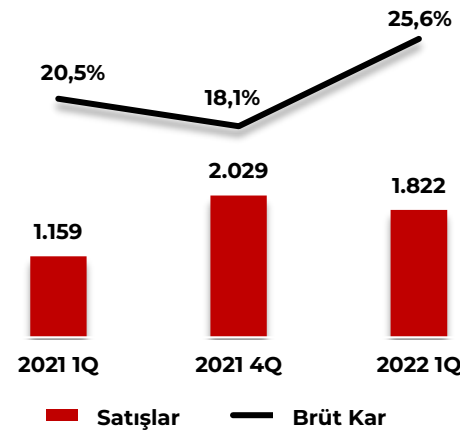
Konsolide



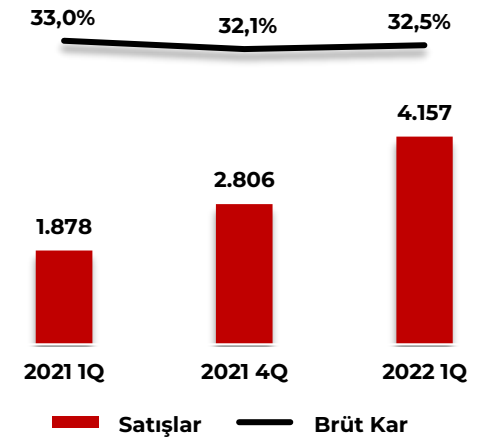
Beyaz Eşya



Tüketici Elektroniği



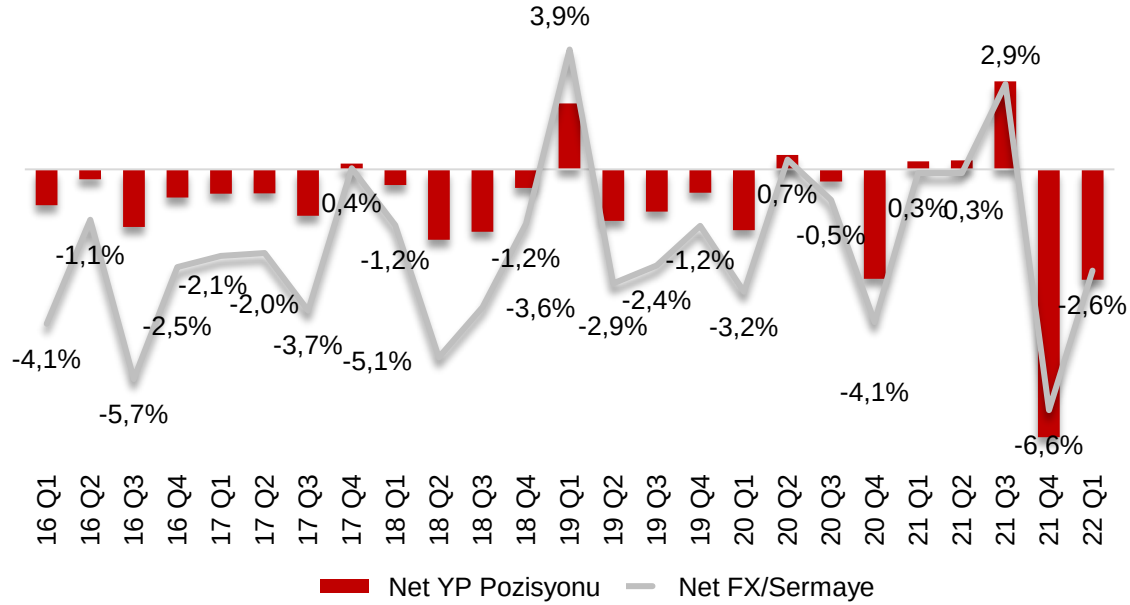
Diğer



Kur riski yakından takip edilmekte ve proaktif önlemler alınmaktadır

1Ç22 Finansal Sonuçlar

Arçelik



- Otuzdan fazla para biriminin, aktif olarak yönetildiği Şirketimizde yabancı para pozisyonunun yönetimi çok sıkı olarak takip edilmektedir.
- Özkaynağa oranı düşük ve tek haneli olacak şekilde açık pozisyon taşınması üst yönetimin hedefidir.

Mn TRY	Korunma Öncesi	Korunan Pozisyon	Net Pozisyon
EUR	(7.892)	7.720	(172)
USD	(3.170)	2.484	(685)
GBP	2.001	(1.839)	162
Diğer	1.697	(1.577)	120
TOPLAM	(7.363)	6.789	(575)
Net YP Pozisyonu / Sermaye			(2.6%)

- Ana stratejimiz öncelikli olarak nakit, ticari alacak, borç ve finansal yükümlülükler gibi kalemleri kullanarak bilanço içi korunma yöntemlerini uygulamak, kalan riski ise türev araçlar kanalıyla yönetmektir.

Özkan Çimen

CFO

(+90) 212 314 34 34

Öktem Söylemez

Kıdemli Uzman – Yatırımcı İlişkileri

(+90) 212 705 96 81

Yatırımcı İlişkileri Uygulaması



www.arcelikglobal.com

yatirimciiliskileri@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.

Teşekkürler!

Arçelik