

Arçelik

9A15 Finansal Sonuçları

3Ç15 gelişmeler

Ana gelişmeler

- Türkiye beyaz eşya pazarında devam eden büyüme
- Uluslararası pazarlarda kurun da etkisiyle büyüme
- FAVÖK de olumlu trend. Ana etkenler:
 - Beyaz eşya ve tüketici elektroniği brüt kar marjında iyileşme
 - Hammadde fiyatlarının desteği
- Yüksek işletme sermayesi/satış oranı devam etmektedir. Oran mevsimsellik etkisi de içermektedir.

3Ç15 gelişmeler

Yurtiçi pazarı

- Temmuz – Ağustos aylarında pazarda büyüme
- Eylül ayındaki zayıflamaya etken ana sebepler:
 - Eylül ayındaki 9 günlük bayram tatili
 - Türkiye'nin doğusundaki olaylar
- Fiyat artışı

3Ç15 gelişmeler

Uluslararası pazarlar

- Uluslararası pazarlarda devam eden büyüme
 - Genelde güçlü Avrupa beyaz eşya pazarı: Özellikle İspanya, Almanya, Avusturya, İngiltere, Polonya ve Romanya
 - LCD pazarında başlayan düzelme ve marjlardaki hafif iyileşme
 - Fransa'da değişen kanal yapısı ve oluşan fiyat baskısı
 - Rusya ve Ukrayna'da devam eden gerileme (2015 8 aylık dönemde ~%31 / %41 düşüş) *
 - Güney Afrika'da devam eden zayıflık (ekonomik ortam, mağaza kapanışları ve tüketici kredisi temini sorunları)
 - Ortadoğu pazarları bölgedeki karışıklıklardan olumsuz etkilenmeye devam etti. İran pazarı bu bölge için gelecekte yeni bir büyüme kaynağı olabilir.
- Arçelik uluslararası pazarlarda güç kazanmaya devam etti*
 - Beko Avrupa'da beyaz eşyada 2.lik pozisyonunu korumaya devam etti
 - Beko Avrupa'da solo beyaz eşya ürün kategorisinde 1.liğe yükseldi
 - Beko Avrupa'da en çok pazar payı kazanan marka oldu
 - Avrupa'da fiyat endeksimiz yukarı yönlü hareketine devam etti

*Kaynak: Panel verisi

3Ç15 gelişmeler

Ciroyu etkileyen kritik göstergeler

Yurt içi Beyaz Eşya, TV ve
KEA

Beyaz eşya, televizyon ve KEA satışlarında güçlü büyüme
Eylül satışlarında tatil ve bölgesel sorunların olumsuz etkisi

Yurtdışı satışlardan kur
gelirleri

Konsolide ciroda 3Ç15'te ~8% olumlu etki (9A15'de 3%)

Uluslararası satışlar

Beyaz eşya: Adet bazında Avrupa'da en fazla pazar payı kazanan şirket*

Beyaz eşya: Fransa (kanal yeniden yapılanma etkisi), Güney Afrika (pazar), ve
Rusya/ Ukrayna'da (pazar) satış adetlerinde düşüş

Tüketici elektroniği: LCD TV pazarında iyileşen satışlar

*Kaynak: Panel verisi

3Ç15 gelişmeler

Marjları etkileyen kritik göstergeler

Hammadde

Hammadde fiyatları 3. çeyrekte beyaz eşya marjlarını desteklemeye devam etti

Parite etkisi

EUR/USD 3Ç15'te ortalama 1.11 olarak gerçekleşti (3Ç14: 1.33) => Marjlarda olumsuz etki

Brüt kar marjı

Beyaz eşya brüt kar marjı hammadde fiyatlarının ve özellikle iç piyasadaki fiyat artışlarımızın etkisiyle senelik 0.4 puan arttı. Elektronik segmenti marjı geçtiğimiz çeyrekte alınan aksiyonlar sayesinde tekrar %20 seviyesinin üzerine çıktı.

Faaliyet giderleri

Net faaliyet gideri/satış oranı (diğer net faaliyet gelirleri dahil) yıllık bazda 0.2 puan azaldı.

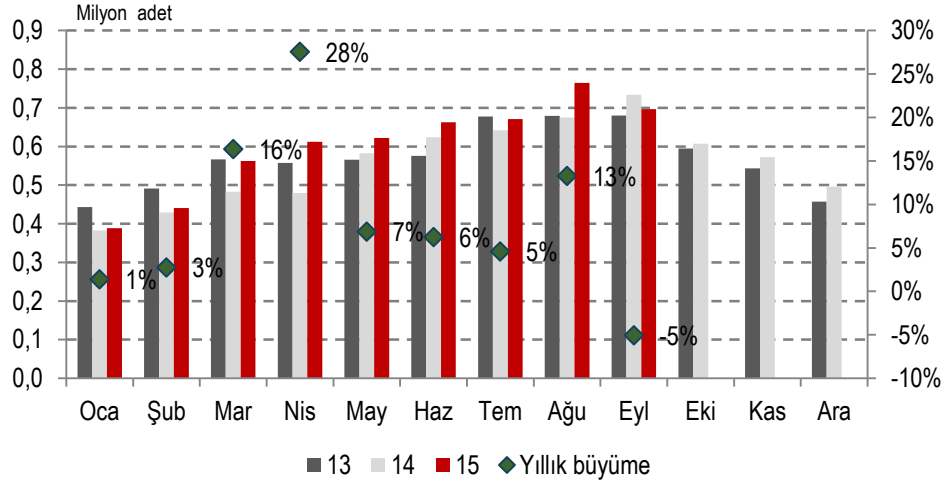
3Ç15 gelişmeler

Diğer gelişmeler

- Tek kullanımlık kapsüllü yeni Türk kahve makineleri tanıtıldı.
- Arçelik 1 Haziran 2015 tarihi itibarıyla MSCI Global Sürdürülebilirlik endeksine 'AA' derecesiyle dahil edildi. Ayrıca yine MSCI ESG değerlendirmesinde 10 üzerinden 10 puan olarak Green (G) derecesine layık görüldü. BIST sürdürülebilirlik endeks üyeliği yenilendi.
- IFA 2015 Berlin fuarına katılarak, Beko ve Grundig markalarıyla en yeni ürün teknolojileri başarıyla sergilendi.
- Tayland projesi plana göre ilerlemekte. Üretimin sene sonu itibarıyla başlaması bekleniyor.

3Ç15 gelişmeler

Yurt içi pazar aylık gelişimi



Kaynak: TURKBESD

Yurt içi pazar 9A15

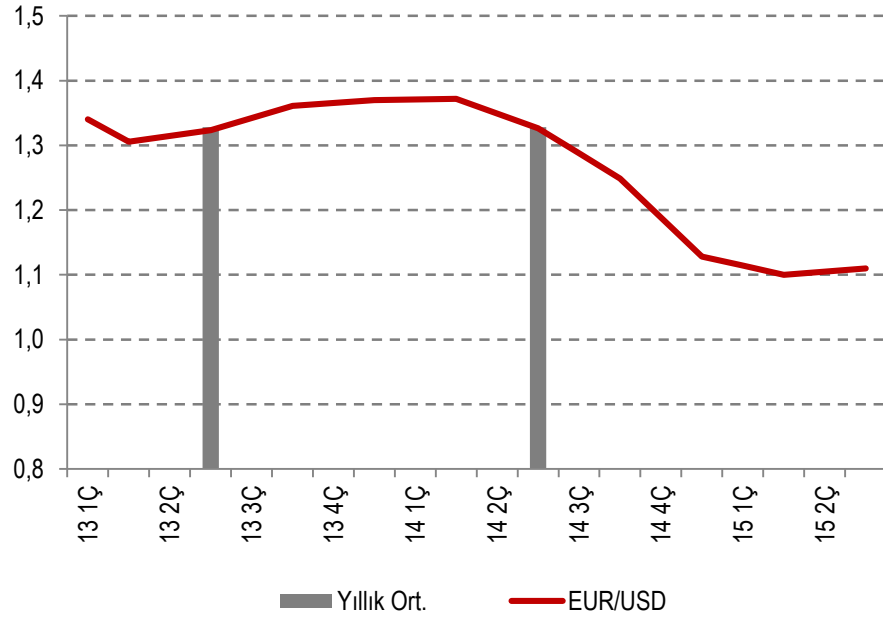
000 adet	9A15	9A14	Yıllık
Buzdolabı	1,495	1,438	4%
Derin dondurucu	534	485	10%
Çamaşır makinası	1,500	1,366	10%
Kurutucu	47	33	41%
Bulaşık makinası	1,106	1,065	4%
Fırın	739	645	15%
Toplam	5,420	5,031	8%

Yurt içi pazar 3Ç15

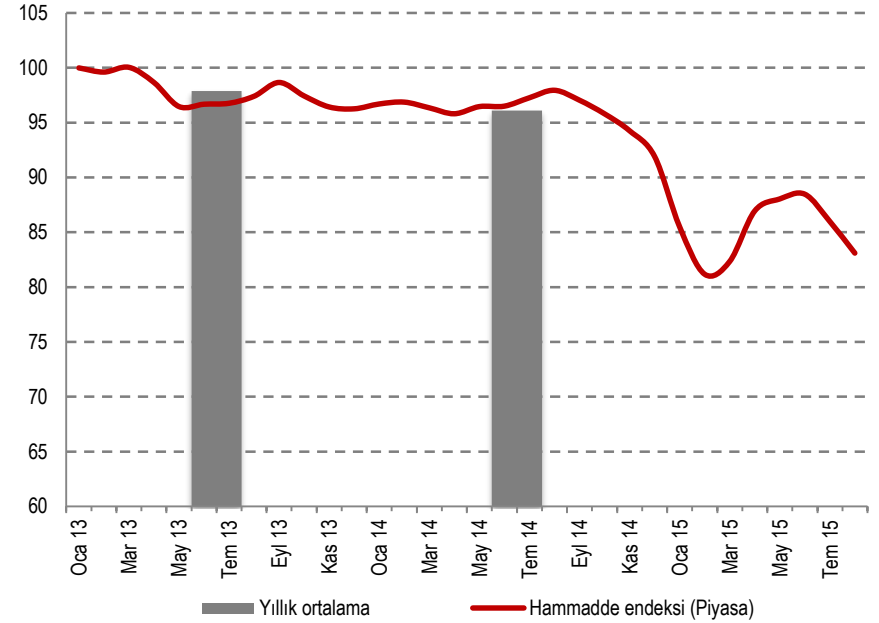
000 adet	3Ç15	3Ç14	Yıllık
Buzdolabı	610	616	-1%
Derin dondurucu	290	247	17%
Çamaşır makinası	523	510	2%
Kurutucu	15	12	22%
Bulaşık makinası	411	408	1%
Fırın	284	257	10%
Toplam	2,132	2,050	4%

3Ç15 gelişmeler

EUR/USD gelişimi



Hammadde piyasa endeksi

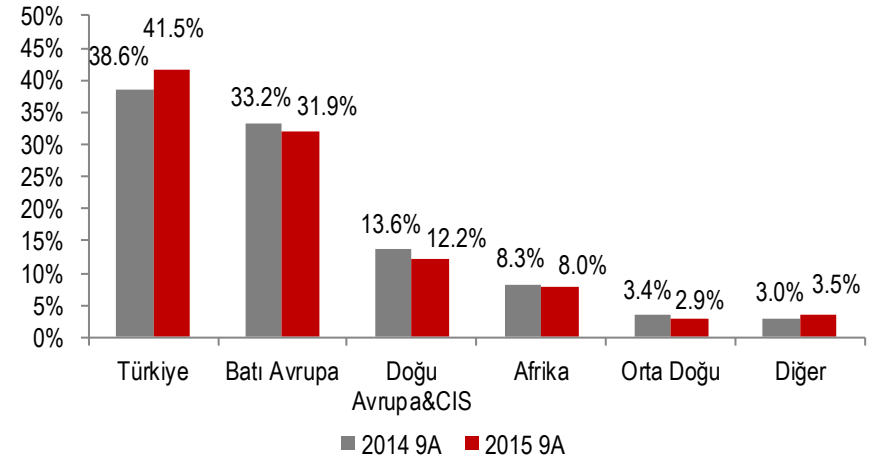
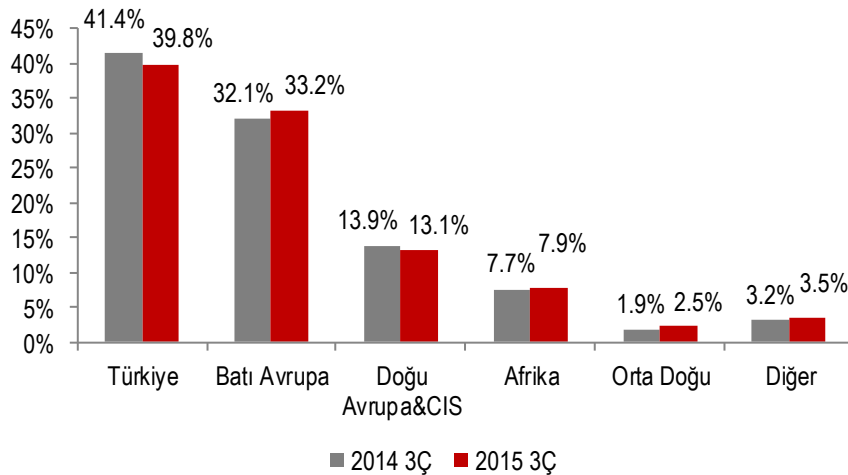


* Beyaz eşya kategorisi için

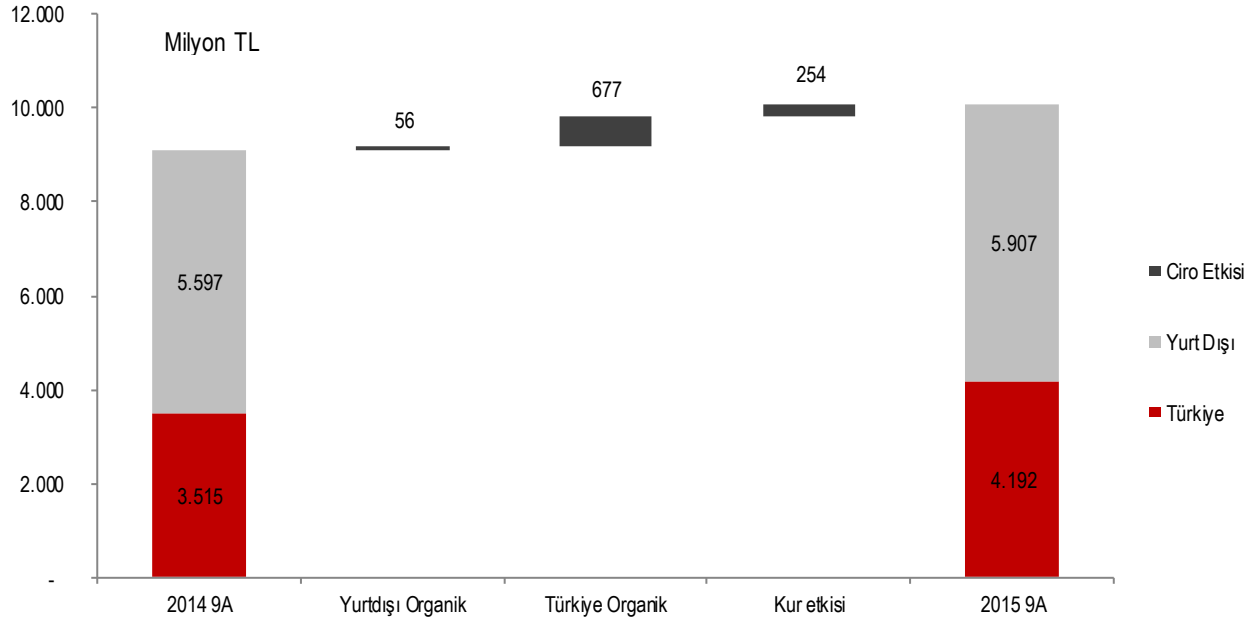
Satış performansı

Cironun bölgesel dağılımı

Milyon TL	Çeyrek			Yıllık		Çeyrek			Yıllık		Yıllık % Δ
	2015 3Ç	2014 3Ç	2015 2Ç	% Δ	% Δ	2015 9A	2014 9A	% Δ	2014	2013	
Konsolide Ciro	3.877	3.234	3.355	20	16	10.099	9.112	11	12.514	11.098	13
Türkiye	1.542	1.337	1.472	15	5	4.192	3.515	19	4.852	4.617	5
Uluslararası	2.335	1.897	1.883	23	24	5.907	5.597	6	7.662	6.481	18



Satışlardaki gelişimin kırılımı



2015 9A	Organik	Kur etkisi	Toplam
% Uluslararası büyüme	1%	5%	6%
% Konsolide büyüme	8%	3%	11%

Finansal performans

Gelir tablosu

Milyon TL	2015 3Ç	2014 3Ç	2015 2Ç	Yıllık % Δ	Çeyrek % Δ	2015 9A	2014 9A	Yıllık % Δ	2014	2013	Yıllık % Δ
Net Satışlar	3,877	3,234	3,355	20	16	10,099	9,112	11	12,514	11,098	13
Brüt Kar	1,260	1,046	1,082	20	16	3,214	2,928	10	3,979	3,388	17
marjı %	32.5	32.3	32.2			31.8	32.1		31.8	30.5	
Faaliyet Karı*	330	274	277	20	19	787	761	3	1,024	853	20
marjı %	8.5	8.5	8.2			7.8	8.4		8.2	7.7	
Vergi Öncesi Kar	241	194	180	24	34	543	545	0	732	745	-2
marjı %	6.2	6.0	5.4			5.4	6.0		5.8	6.7	
Net Kar**	214	160	326	33	-35	681	462	47	638	623	2
marjı %	5.5	5.0	9.7			6.7	5.1		5.1	5.6	
FVAÖK*	423	363	370	17	15	1,063	1,020	4	1,370	1,155	19
marjı %	10.9	11.2	11.0			10.5	11.2		11.0	10.4	

*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	2015 3Ç	2014 3Ç	2015 2Ç	Yıllık % Δ	Çeyrek % Δ	2015 9A	2014 9A	Yıllık % Δ	2014	2013	Yıllık % Δ
Konsolide											
Ciro	3.877	3.234	3.355	20	16	10.099	9.112	11	12.514	11.098	13
Brüt Kar	1.260	1.046	1.082	20	16	3.214	2.928	10	3.979	3.388	17
Brüt Kar %	32,5	32,3	32,2			31,8	32,1		31,8	30,5	
Beyaz Eşya											
Ciro	2.947	2.444	2.406	21	22	7.384	6.635	11	9.069	7.818	16
Brüt Kar	1.038	852	846	22	23	2.555	2.277	12	3.080	2.564	20
Brüt Kar %	35,2	34,8	35,1			34,6	34,3		34,0	32,8	
Tüketici Elektronik											
Ciro	465	416	422	12	10	1.317	1.277	3	1.829	1.607	14
Brüt Kar	101	101	84	-1	20	276	315	-12	442	346	28
Brüt Kar %	21,6	24,4	19,9			21,0	24,7		24,2	21,6	
Diğer											
Ciro	466	375	527	24	-12	1.399	1.200	17	1.616	1.673	-3
Brüt Kar	122	93	152	31	-20	383	337	14	457	478	-4
Brüt Kar %	26,2	24,8	28,9			27,4	28,1		28,3	28,6	

Bilanço

Milyon TL	30.09.2015	31.12.2014		30.09.2015	31.12.2014
Kısa Vadeli Aktifler	9.965	8.472	Kısa Vadeli Pasifler	5.567	4.431
Nakit	1.564	1.621	K.V. Krediler	2.310	1.803
Ticari Alacaklar	5.603	4.434	Ticari Borçlar	2.148	1.781
Stoklar	2.493	2.125	Karşılıklar	392	264
Diğer	305	292	Diğer	719	583
Uzun Vadeli Aktifler	4.415	3.923	Uzun Vadeli Pasifler	4.064	3.566
Maddi Duran Varlıklar	2.018	1.813	U.V. Krediler	3.501	2.965
Finansal Yatırımlar	839	894	Diğer	563	601
Diğer	1.558	1.217	Özkaynaklar	4.749	4.399
Toplam Aktifler	14.380	12.395	Toplam Pasifler	14.380	12.395

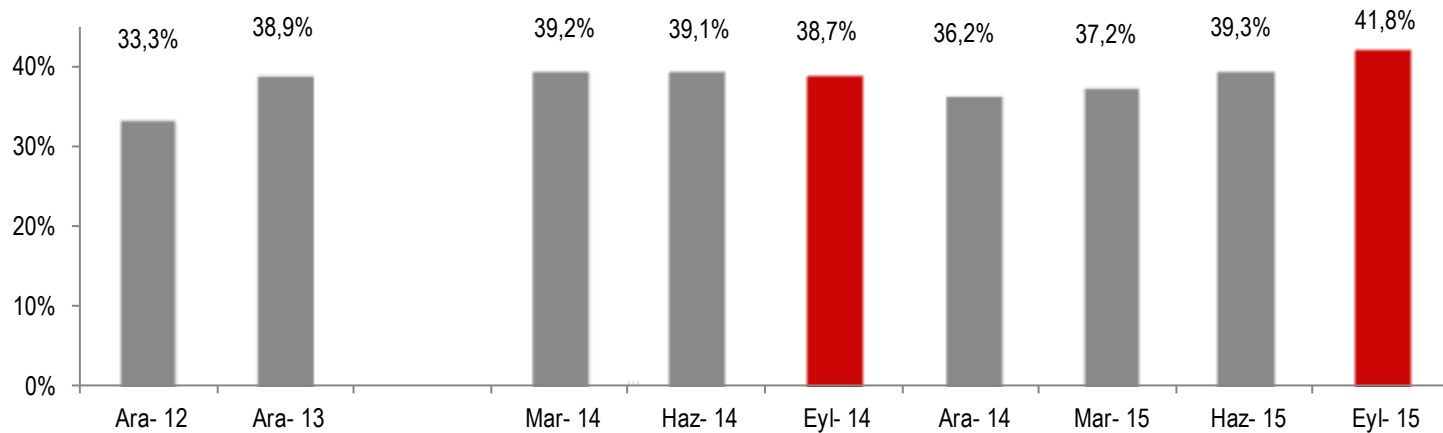
	30.09.2015	30.06.2015	31.12.2014	31.12.2013	31.12.2012
Net Finansal Borç / Özkaynak	0,89	0,92	0,72	0,72	0,58
Toplam Yükümlülükler/ Aktifler	0,67	0,66	0,65	0,64	0,62

İşletme sermayesi

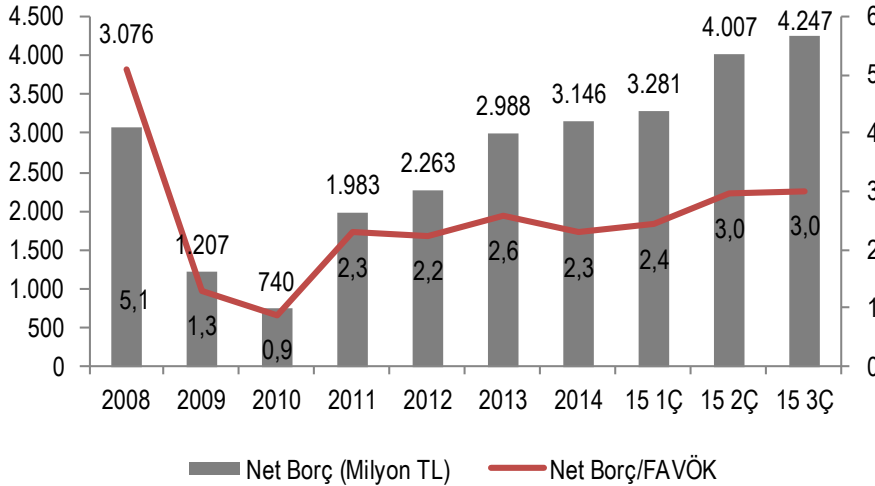
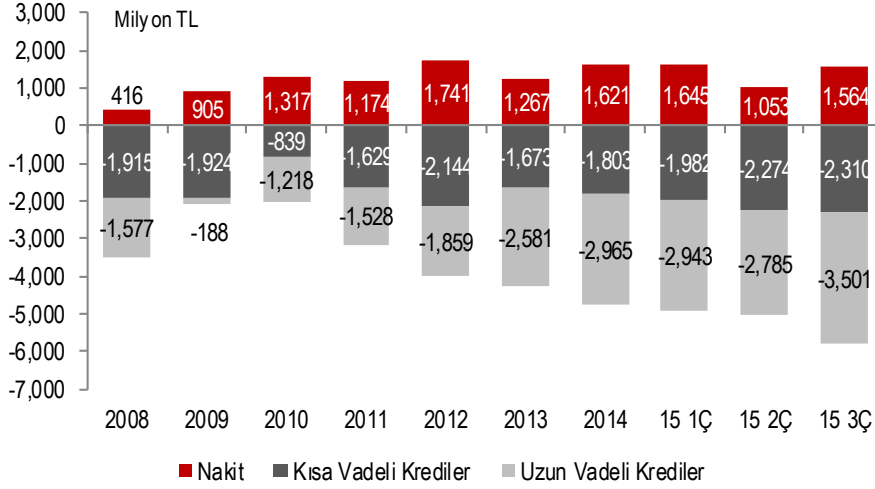
Milyon TL	Döviz Bazlı	TL Bazlı	30.09.2015	Milyon TL	Döviz Bazlı	TL Bazlı	Toplam
K/V Ticari Alacaklar	2.529	3.074	5.603	K/V Ticari Borçlar	994	1.154	2.148
Diğer Alacaklar	46	50	96	Diğer Borçlar	210	184	395
Stoklar	1.255	1.238	2.493	İşletme Sermayesi	2.626	3.024	5.649

Milyon TL	Döviz Bazlı	TL Bazlı	31.12.2014	Milyon TL	Döviz Bazlı	TL Bazlı	Toplam
K/V Ticari Alacaklar	1.994	2.440	4.434	K/V Ticari Borçlar	884	897	1.781
Diğer Alacaklar	27	32	59	Diğer Borçlar	246	58	304
Stoklar	1.219	906	2.125	İşletme Sermayesi	2.110	2.423	4.533

İşletme sermayesi / Satışlar



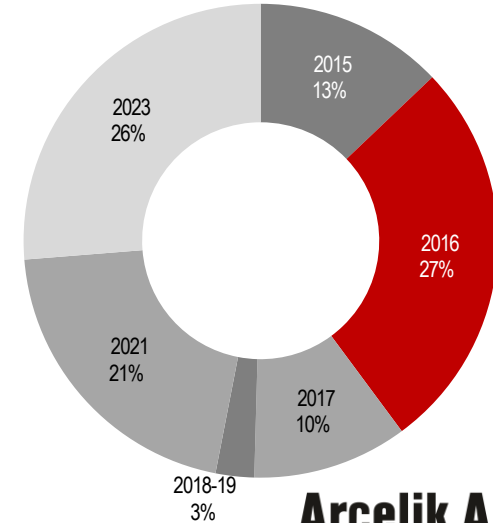
Borç profili



Borç profili (30 Eylül 2015)

	Efektif Faiz Oranı (%)	Orjinal Tutar (Milyon)	Milyon TL Tutar
TRY	11.2%	2,032	2,032
EUR	1.6%	227	778
ZAR	8.6%	750	164
RUB	8.7%	904	41
CNY	4.9%	111	53
Diğer	1.4%		5
Toplam Banka Kredileri			3,073
USD	5.1%	509	1,549
EUR	4.0%	347	1,189
Toplam UV Tahvil			2,738
Toplam			5,811

Borçların vadeye göre dağılımı



Nakit akış*

Milyon TL	2015 9A	2014 9A
Dönem Başı Bakiyesi	1,621	1,266
Faaliyet Net Nakit Akışı	454	586
Yatırım Faaliyetleri	-414	-310
Kontrol gücü olmayan pay alımı	-282	0
Duran Varlık Satışı	11	2
Ödenen Temettü	-350	-354
Alınan temettü	24	27
Bankalardaki Borç Değişimi	474	-473
İhraç edilen tahviller	0	991
Diğer Finansman Faaliyetleri	-197	-222
Yabancı Para Çevrim Farkları	222	-23
Dönem İçi Nakit Değişimi	-57	225
Dönem Sonu Bakiyesi	1,563	1,490

2014 sonuçları yeniden sınıflanmıştır

2015 beklentiler

2015 beklentiler

Pazar payı	Ana faaliyet bölgelerinde aynı kalan veya artan pazar payı
Beyaz eşya satış adedi artışı	Türkiye* : >%5 Uluslararası: ~ %2
Ciro büyümesi	~ %10 TL bazında
FVAÖK marjı (2015)**	~ %10,5
Uzun vadeli FVAÖK marjı**	~ %11

* BESD verisi ile uyumlu şekilde 5 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

Doğan Korkmaz

Finansman Direktörü

Tel: (+90 212) 314 31 85

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.