

Arçelik

2016 12 Aylık Finansal Sonuçlar

2016 4Ç Ana Gelişmeler

- Türkiye beyaz eşya pazarında toptan ve perakende seviyede güçlü satışlar
- Perakende seviyede Avrupa beyaz eşya pazarında yavaşlayan büyüme
- G. Afrika pazarında geçen senenin aynı dönemine göre büyüme sinyalleri
- Artan çelik ve panel maliyetlerinin brüt kar ve FVAÖK marjı üzerinde olumsuz etkisi
- Pakistan beyaz eşya pazarının lideri Dawlance şirketinin alım sürecinin tamamlanması
- Hisse devri sonrası azalan nakit pozisyonu ve yükselen net borçluluk oranı
- Türkiye faaliyetlerinin bir çatı altında toplanacağı Arçelik Pazarlama A.Ş.'nin kurulması (30 Aralık)
- İşletme sermayesinin ciroya oranında yıllık hedefe ulaşılması
- TRY'de yaşanan değer kaybı
- Küresel piyasalarda değer kazanan USD

2016 4Ç Satış Performansı

Ciroyu Etkileyen Kritik Faktörler

Türkiye Pazarı

Beyaz eşyada, son çeyrekte gerek toptan gerekse perakende seviyede güçlü talep (sırasıyla %11 ve %7)

POS Yazarkasa

Yıllık cirosu 150.000 TL'ye kadar olan esnaflar için yasal sürenin 2017 sonuna kadar uzatılması sonucu, geçen senenin aynı dönemine göre satışların daha düşük olması (2015 4Ç'ye göre ürün cirosunda %30 azalış)

Uluslararası Büyüme

Batı Avrupa'da yavaşlamaya başlayan perakende talep, İngiltere pazarında Aralık ayında adetsel olarak yaşanan %20 daralma

Kur Etkisi

Özellikle EUR ve GBP'nin TRY karşısında değer kazanması

Dawlance Konsolidasyonu

Satışları ağırlıklı buzdolabı olmasından dolayı güçlü bir çeyrek olmamasına karşın, Dawlance şirketinin, çeyrek cirosu üzerinde %2 olumlu katkısı

2016 4Ç Kar Marjları

Marjları etkileyen kritik faktörler

Hammadde Maliyetleri

Çelik ve özellikle büyük ekran panel maliyetlerinde yaşanan artış

Kur Etkisi

- USD ve EUR bazındaki hammadde fiyatlarının, TRY’de yaşanan değer kaybı sonucu artması
- EUR ve GBP’nin USD karşısında değer kaybı
- EGP’da yaşanan devalüasyon

POS Yazarkasa

Sahada yaklaşık 400.000 adede ulaşan yazarkasa POS cihazlarının servis ücretinin tüketici elektroniğine olumlu katkısı

Satış & Pazarlama Giderleri

Bir önceki çeyreğe göre yüksek olmakla beraber, geçen senenin aynı dönemine göre, satışlar içindeki payı gerileyen giderler

Proje Giderleri

Türkiye operasyonlarına yönelik yapılanma sürecinde, bono sahiplerinden alınan onay süreci ve Dawlance satınalma proje giderleri (22 milyon TL)

2016 12 Ay Pazar Performansı - Türkiye

Pazar

- Beyaz eşya ve klima pazarlarında büyüme
 - Yatay geçen 3. çeyreğe rağmen, beyaz eşya satışlarında yıllık %5,4 adetsel artış
 - Yılın ilk yarısındaki yüksek performans sayesinde yaklaşık %9 büyüyen klima pazarı
- Zincir mağazaların ve ağırlıklı olarak bu kanalda yer alan ithal markaların güç kaybettiği TV pazarında yaklaşık %7 daralma

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

Arçelik A.Ş.

- Tüm ana ürün gruplarında pazar ortalamasının üzerinde büyüme (beyaz eşya, TV, klima)
 - Beyaz eşyada pazar ortalamasının üzerinde (~%6) büyüme
 - TV pazarında en çok pazar payı kazanan şirket (%28 üzerinde pazar payı)
 - Klima satışlarında %20'nin üzerinde artış
 - POS yazarkasa satışlarında geçen seneye göre yaklaşık %6 artış

* Şirket toptan satış verileri baz alınmıştır.

2016 12 Ay Pazar Performansı - Uluslararası

Pazar

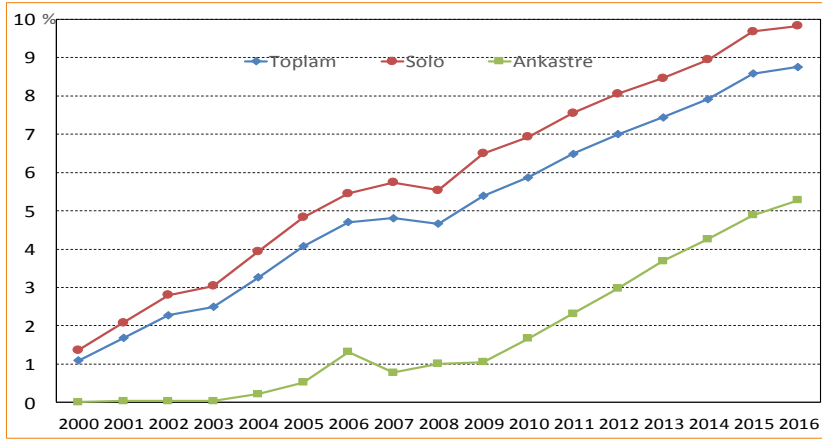
- Yılın ikinci yarısında yavaşlamaya rağmen toplamda yaklaşık %3,5 büyüyen Avrupa pazarı (Batı Avrupa: %3,2 – Doğu Avrupa: %4,8)
 - Son çeyrekteki yavaşlamaya rağmen Batı Avrupa'da en çok büyüyen pazar İngiltere
 - KDV indiriminin de desteğiyle Romanya'da pazarında yaşanan %25 civarında artış
 - 2015 yılında daralan Rusya ve Ukrayna pazarlarında pozitif büyüme
- 2015 yılındaki %2 daralmanın ardından, 2016 yılında da %5 küçülen G. Afrika pazarı

Arçelik A.Ş.

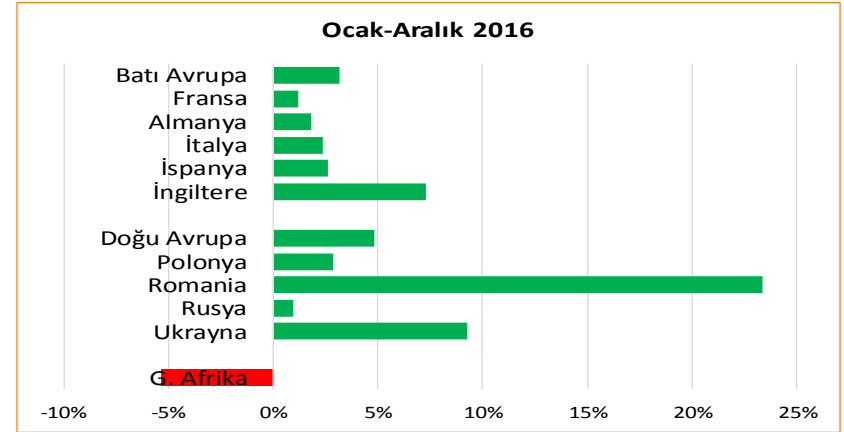
- Uluslararası beyaz eşya pazarındaki konumunu güçlendirmeye devam eden Arçelik Grubu
 - Avrupa pazarında solo segmentinde Beko markasının devam eden liderliği
 - Beko, ankastre segmentinde de pazar payını en çok artıran ilk 3 marka arasında
 - Ankastre cirosunda yaklaşık %10 artış, İngiltere ankastre pazarında liderlik
 - Premium segmente odaklanan Grundig beyaz eşya cirosunda yaşanan %50 artış
 - Defy ve Arctic gibi güçlü yerel markalarla sürdürülen uzak ara pazar liderlikleri
 - 2016 yılının ilk çeyreğinde üretime başlayan Tayland buzdolabı fabrikasının yaklaşık 100.000 adetlik üretime ulaşması

2016 12 Ay Pazar Gelişimleri

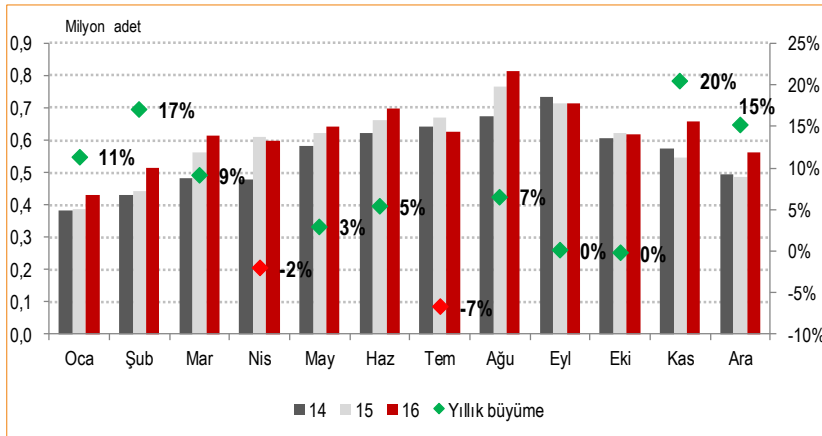
Avrupa Pazarında Beko Adet Pazar Payı (%) (6 Ana Ürün)



Avrupa Pazarındaki Adetsel Değişimler (6 Ana Ürün)



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

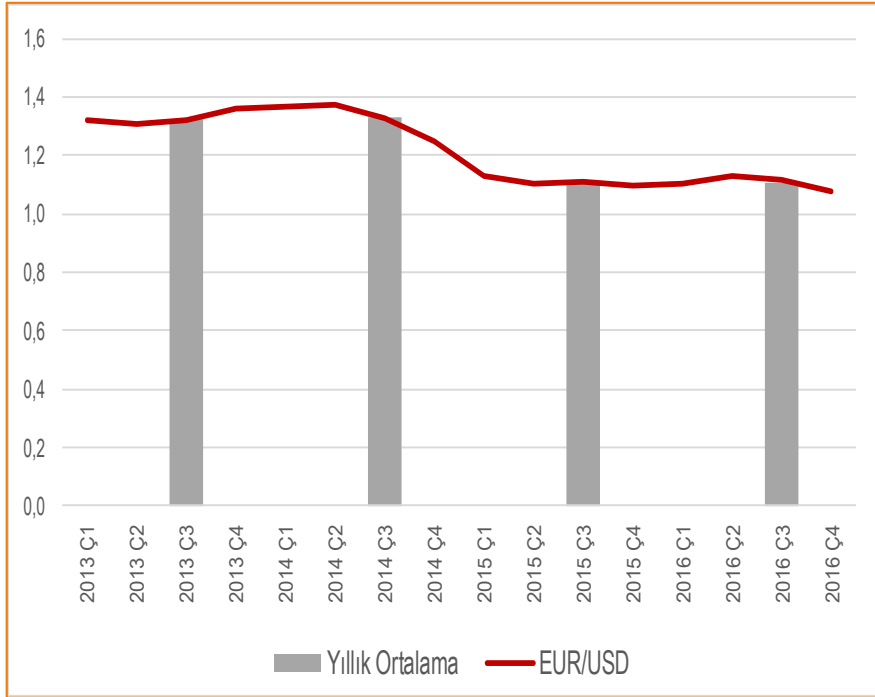


Ürün Grubu Bazında Türkiye Pazarı (6 Ana Ürün)

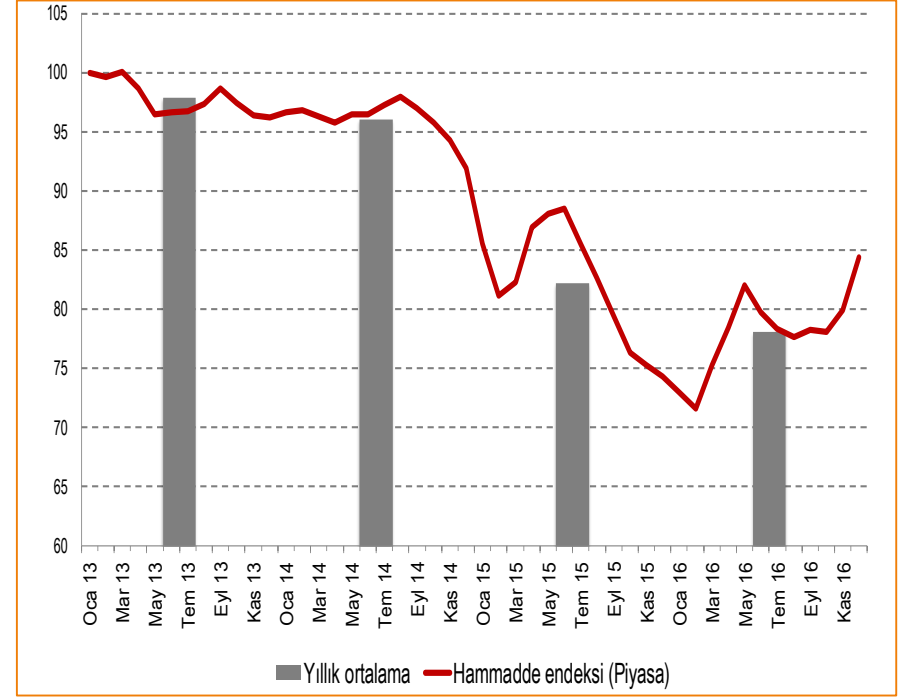
000 Adet	12A 2016	12A 2015	Değişim
Buzdolabı	2.040	1.976	3%
Derin Dondurucu	648	571	14%
Çamaşır Mak.	2.122	2.026	5%
Kurutucu	93	82	13%
Bulaşık Mak.	1.573	1.483	6%
Fırın	995	951	5%
Toplam	7.470	7.090	5%

Parite ve Hammadde Endeksi Değişimleri

EUR/USD Gelişimi



Hammadde Piyasa Endeksi*



* Beyaz Eşya kategorisi için

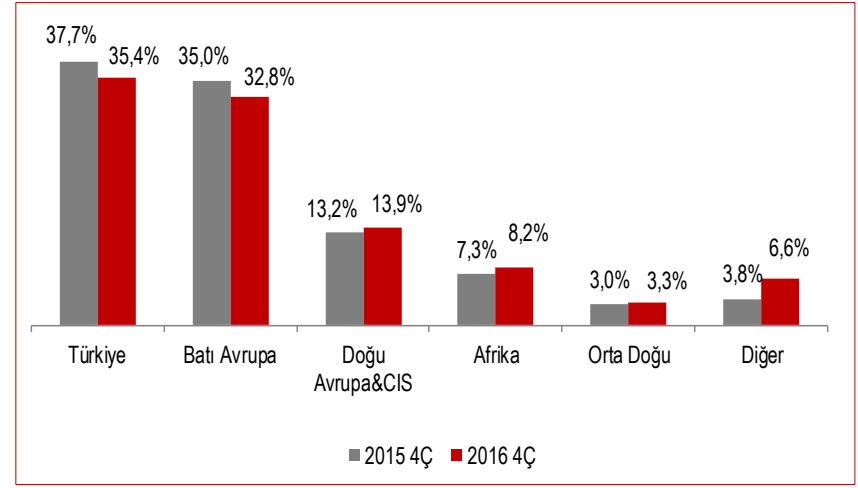
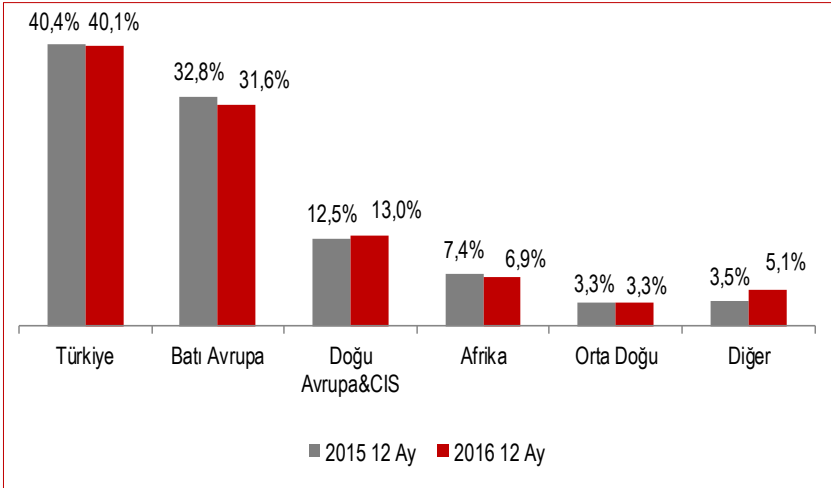
2016 4Ç Diğer Gelişmeler:

- Pakistan'da, Dawlance markasıyla faaliyette bulunan üretim ve satış şirketlerinin satın alınmasına ilişkin tüm ön koşullar ve sözleşmelerde belirtilen kapanış şartları yerine getirilerek, hisse devirleri 2 Kasım 2016 tarihinde tamamlandı.
- Yerel otoritelerin ve Olağanüstü Genel Kurul'da hissedarların onayını takiben, Arçelik A.Ş., 1 Ocak 2017'den geçerli olacak şekilde, Türkiye pazarlama ve satış sonrası servis süreçlerini Arçelik Pazarlama A.Ş. çatısı altında topladı.
- LG ile olan ortaklık sözleşmesi 31 Aralık 2023 tarihine kadar uzatıldı. Yeni ortaklık döneminde, Arçelik-LG, mevcut durumda üretilen ev tipi klimalara ilave olarak ticari klima da üretecek.
- Arçelik A.Ş., 8-10 Aralık tarihlerinde, Türkiye İhracatçılar Meclisi tarafından, beşincisi düzenlenen Türkiye İnovasyon Haftası'nda bir kez daha Türkiye'nin Ar-Ge Lideri seçildi.
- Yıllardır Türkiye'nin üst üste en sevilen markası seçilen Arçelik, 9'uncusu düzenlenen 'Türkiye'nin Lovemarkları' araştırmasının 2016 sonuçlarına göre, beyaz eşya kategorisinde Türkiye'nin en çok sevilen markası seçildi.

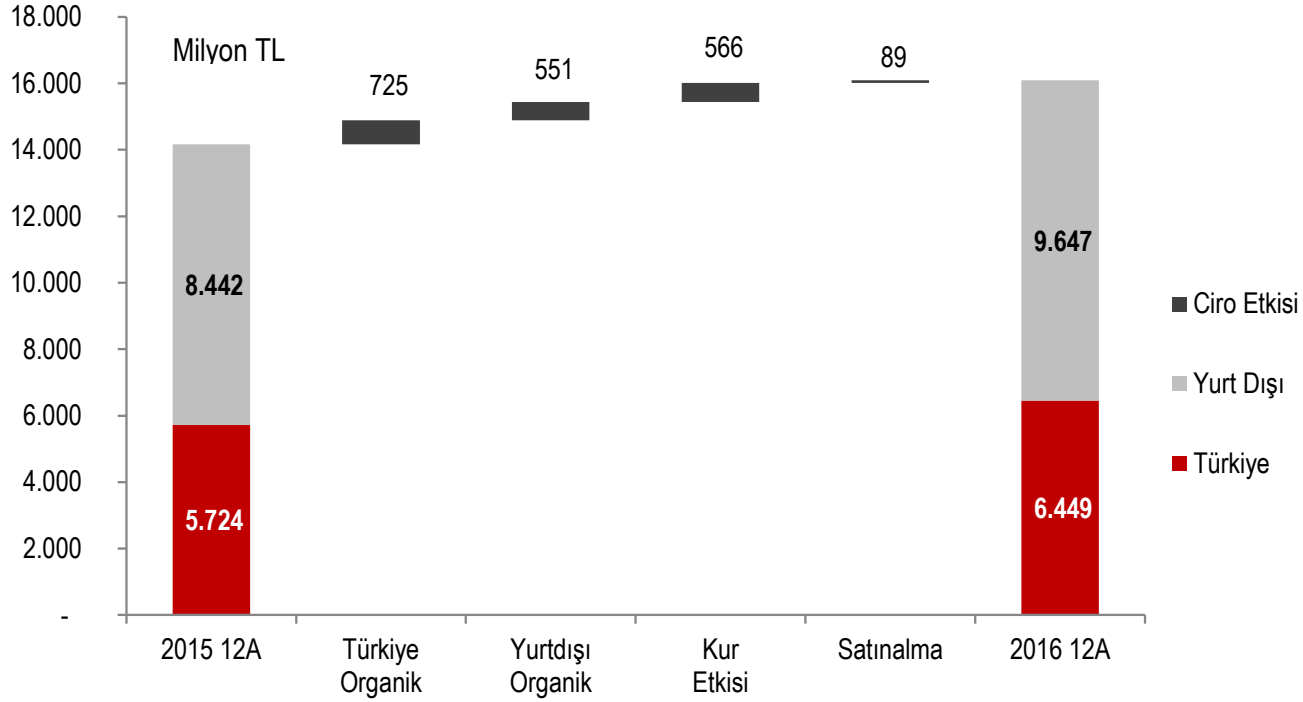
Satış Performansı

Cironun Bölgesel Dağılımı

Milyon TL	2016 4Ç	2015 4Ç	2016 3Ç	Yıllık % Δ	Çeyrek % Δ	2016	2015	Yıllık % Δ
Konsolide Ciro	4.526	4.067	4.083	11	11	16.096	14.166	14
Türkiye	1.600	1.533	1.669	4	-4	6.449	5.724	13
Uluslararası	2.926	2.534	2.414	15	21	9.647	8.442	14



Satışlardaki Gelişimin Kırılımı



2016 12A	Organik	Kur etkisi	Satınalma	TOPLAM
İç Piyasa Büyüme	12,7%	-	-	12,7%
Uluslararası büyüme	6,5%	6,7%	1,1%	14,3%
Konsolide büyüme	9,0%	4,0%	0,6%	13,6%

Finansal Performans

Gelir Tablosu

Milyon TL	2016 4Ç	2015 4Ç	2016 3Ç	Yıllık % Δ	Çeyrek % Δ	2016	2015	Yıllık % Δ
Net Satışlar	4.526	4.067	4.083	11	11	16.096	14.166	14
Brüt Kar	1.432	1.322	1.361	8	5	5.340	4.536	18
<i>marjı %</i>	31,6	32,5	33,3			33,2	32,0	
Faaliyet Karı*	301	371	375	-19	-20	1.331	1.157	15
<i>marjı %</i>	6,7	9,1	9,2			8,3	8,2	
Vergi Öncesi Kar	108	243	283	-55	-62	1.202	785	53
<i>marjı %</i>	2,4	6,0	6,9			7,5	5,5	
Net Kar**	230	212	264	9	-13	1.304	893	46
<i>marjı %</i>	5,1	5,2	6,5			8,1	6,3	
FVAÖK*	423	465	484	-9	-13	1.769	1.527	16
<i>marjı %</i>	9,3	11,4	11,9			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

Milyon TL	2016 4Ç	2015 4Ç	2016 3Ç	Yıllık % Δ	Çeyrek % Δ	2016	2015	Yıllık % Δ
Konsolide								
Ciro	4.526	4.067	4.083	11	11	16.096	14.166	14
Brüt Kar	1.432	1.322	1.361	8	5	5.340	4.536	18
Brüt Kar %	31,6	32,5	33,3			33,2	32,0	
Beyaz Eşya								
Ciro	3.368	2.915	3.130	16	8	11.707	10.299	14
Brüt Kar	1.099	1.024	1.079	7	2	4.138	3.578	16
Brüt Kar %	32,6	35,1	34,5			35,3	34,7	
Tüketici Elektronikleri								
Ciro	634	649	528	-2	20	2.266	1.966	15
Brüt Kar	191	157	151	22	26	633	433	46
Brüt Kar %	30,2	24,2	28,7			27,9	22,0	
Diğer								
Ciro	525	503	426	4	23	2.123	1.901	12
Brüt Kar	141	142	130	0	8	568	524	8
Brüt Kar %	27,0	28,2	30,6			26,8	27,6	

Bilanço

Milyon TL	31.12.2016	31.12.2015		31.12.2016	31.12.2015
Kısa Vadeli Aktifler	10.986	9.406	Kısa Vadeli Pasifler	6.606	5.236
Nakit	2.442	2.168	K.V. Krediler	2.251	2.185
Ticari Alacaklar	5.295	4.791	Ticari Borçlar	3.086	2.090
Stoklar	2.762	2.140	Karşılıklar	412	335
Diğer	487	308	Diğer	857	627
Uzun Vadeli Aktifler	5.924	4.332	Uzun Vadeli Pasifler	4.299	3.826
Maddi Duran Varlıklar	2.750	2.056	U.V. Krediler	3.407	3.269
Maddi Olmayan Duran Varlıklar	2.304	1.171	Diğer	892	557
Finansal Yatırımlar	239	749			
Diğer	630	357	Özkaynaklar	6.005	4.676
Toplam Aktifler	16.909	13.739	Toplam Pasifler	16.909	13.739

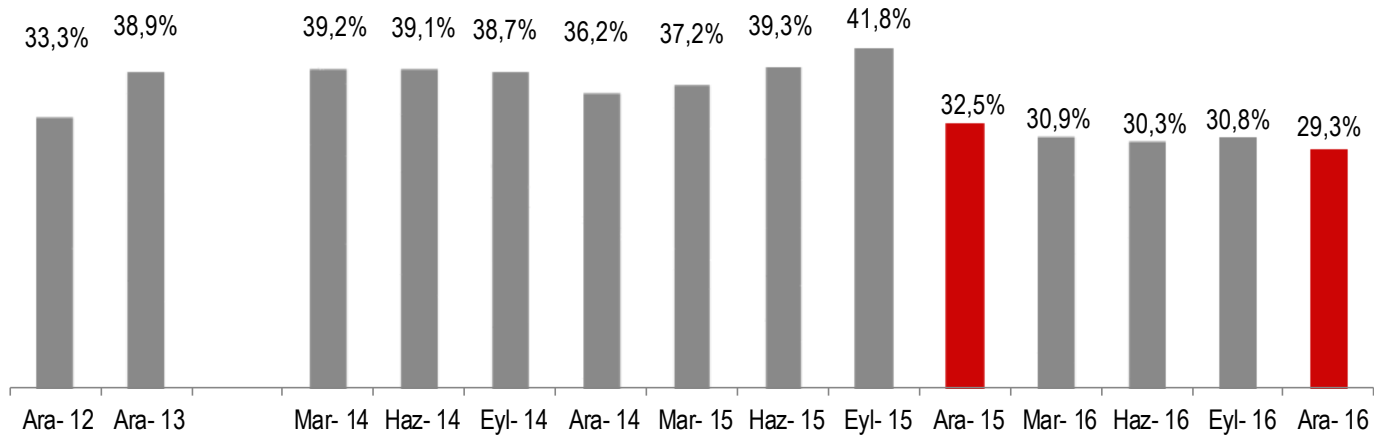
	31.12.2016	31.12.2015	31.12.2014	31.12.2013
Net Finansal Borç / Özkaynak	0,54	0,70	0,72	0,72
Toplam Yükümlülükler/ Aktifler	0,64	0,66	0,65	0,64

İşletme Sermayesi

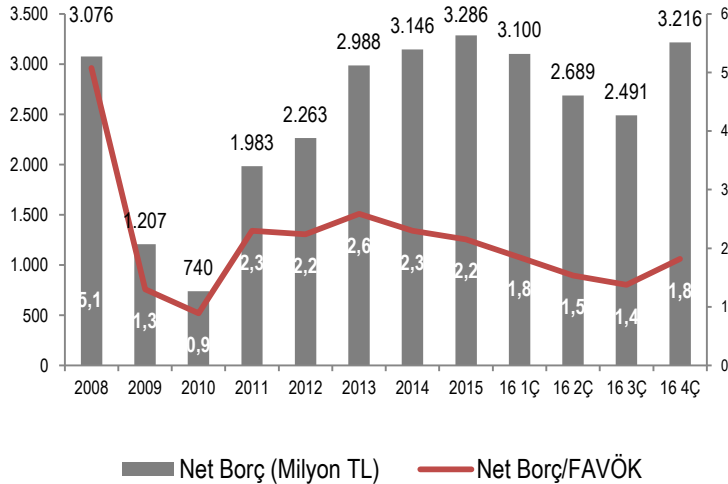
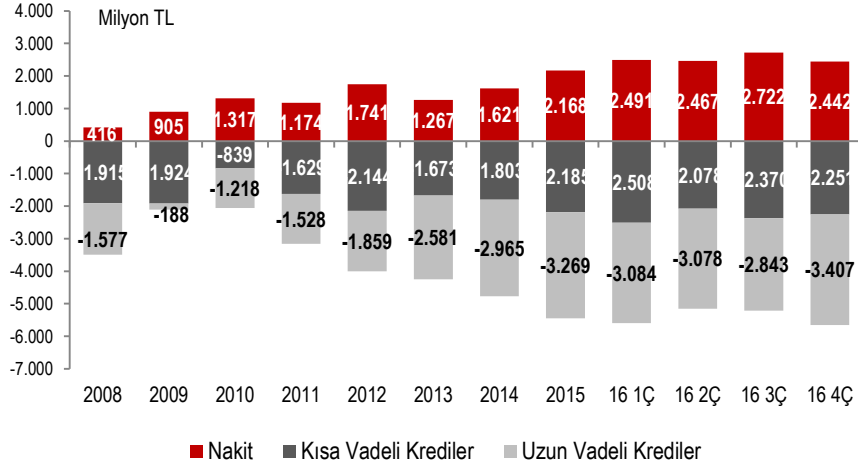
Milyon TL	Döviz Bazlı	TL Bazlı	31.12.2016	Milyon TL	Döviz Bazlı	TL Bazlı	Toplam
K/V Ticari Alacaklar	2.381	2.914	5.295	K/V Ticari Borçlar	1.402	1.684	3.086
Diğer Alacaklar	48	58	106	Diğer Borçlar	313	44	358
Stoklar	1.649	1.113	2.762	İşletme Sermayesi	2.363	2.357	4.719

Milyon TL	Döviz Bazlı	TL Bazlı	31.12.2015	Milyon TL	Döviz Bazlı	TL Bazlı	Toplam
K/V Ticari Alacaklar	2.038	2.753	4.791	K/V Ticari Borçlar	798	1.292	2.090
Diğer Alacaklar	29	33	62	Diğer Borçlar	248	44	292
Stoklar	1.035	1.105	2.140	İşletme Sermayesi	2.057	2.554	4.611

İşletme Sermayesi / Satışlar



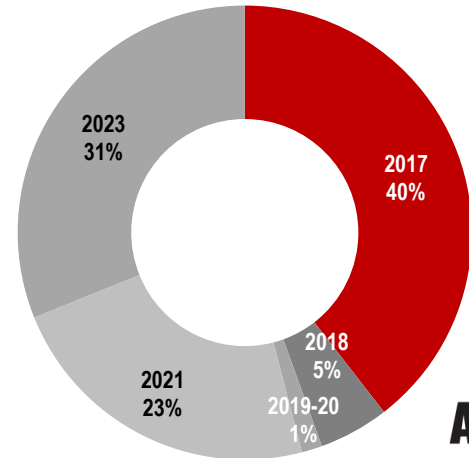
Borç Profili



Borç profili (31 Aralık 2016)

	Efektif Faiz Oranı (%)	Orijinal Tutar (Milyon)	Milyon TL Tutar
TRY	10,7%	1.540	1.540
EUR	1,7%	151	559
ZAR	9,9%	750	193
RUB	8,9%	475	27
CNY	4,4%	110	55
GBP	1,0%	5	23
USD	1,4%	0	2
PKR	6,3%	5.432	182
Toplam Banka Kredileri			2.581
USD	5,1%	504	1.773
EUR	4,0%	352	1.304
Toplam UV Tahvil			3.077
Toplam			5.658

Borçların vadeye göre dağılımı



Milyon TL	2016 12A	2015 12A
Dönem Başı Bakiyesi	2.166	1.621
Faaliyet Net Nakit Akışı	2.067	1.723
Yatırım Faaliyetleri	-831	-640
Bağlı Ortaklık Alımı	-746	-1
Kontrol gücü olmayan pay alımı	0	-282
Duran Varlık Satışı	7	19
Finansal Yatırım Satışı	559	0
Ödenen Temettü	-262	-350
Alınan temettü	13	24
Bankalardaki Borç Değişimi	-440	230
Diğer Finansman Faaliyetleri	-409	-330
Yabancı Para Çevrim Farkları	317	153
Dönem İçi Nakit Değişimi	275	546
Dönem Sonu Bakiyesi	2.442	2.166

2017 Beklentiler

2017 Beklentiler

Beyaz Eşya Pazarı Adetsel Büyüme	Türkiye* : ~ %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 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.