

Arçelik

2016 9 Aylık Finansal Sonuçlar

2016 3Ç Ana Gelişmeler

- Yerel beyaz eşya pazarı toptan satışlar açısından durgundu.
- Öte yandan, Türkiye pazarındaki perakende satışlar ise pozitif.
- Arçelik A.Ş., beyaz eşya, TV ve klima pazarlarında, pazar ortalamasının üzerinde performans gösterdi.
- Ankastre pazarında artan pazar payı ile uluslararası pazarlardaki organik büyüme devam etti.
- Artan çelik maliyetleri ve GBP'nin değer kaybından dolayı brüt marj bir önceki çeyreğe göre geriledi.
- Sürdürülen yapısal tedbirlerden dolayı %30 civarına oturan Net İşletme Sermayesi/Satışlar oranı
- Tarihi düşük seviyelerde borçluluk oranı
- Tamamı dövizden oluşan güçlü nakit pozisyonu

2016 3Ç Satış Performansı

Ciroyu Etkileyen Kritik Faktörler

Türkiye Pazarı

Toptan seviyede satışlar beyaz eşyada durağan, klimada negatif olmakla beraber, perakende satışlar 3. çeyrekte güçlüydü.

POS Yazar Kasa

150.000 TL'ye kadar cirosu olan ve yenileme pazarının yaklaşık %50'sini oluşturduğu tahmin edilen esnaflar için yeni nesil POS yazar kasa geçişi için yasal sürenin 2017 yıl sonuna uzatılması

Uluslararası Büyüme

Özellikle ankastre segmenti başta olmak üzere devam eden pazar payı kazanımı

Brexit

Değer kaybeden GBP'nin TRY ciroyu olumsuz etkilemesi (3. çeyrekte geçen senenin aynı dönemine göre %1 düşüş)

2016 3Ç Kar Marjları

Marjları etkileyen kritik faktörler

Hammadde Maliyetleri

Artan çelik maliyetleri, beyaz eşya brüt kar marjını olumsuz etkiledi.

Ürün Miksi

Büyük ekran TV satışları ve bir önceki çeyreğe göre daha iyi POS yazarkasa satışları, tüketici elektroniği marjlarına olumlu katkıda bulundu.

GBP'nin Değer Kaybı

İngiltere pazarındaki adet artışı ile kısmen telafi edilmekle beraber GBP'nin değer kaybı 3. çeyrekte marjları olumsuz etkiledi.

Satış & Pazarlama Giderleri

Global pazarlarda, uzun dönemli markalı büyüme stratejimizi destekleyecek yatırımlar, marjları kısmen olumsuz etkilemiştir.

2016 9 Ay Pazar Performansı - Türkiye

Pazar

- Beyaz eşya ve klima pazarlarında büyüme
 - Yatay geçen 3. çeyreğe rağmen, beyaz eşya satışlarında 9 ayda %4 adetsel artış
 - Üçüncü çeyrekte gerileyen (-%12) satışlara rağmen, yılın ilk 9 ayında, %9 büyüyen klima pazarı
- İthal markalar ve satış kanalıyla ilgili gelişmelerden dolayı yaklaşık %10 daralan TV pazarı

* 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
 - Daralan TV pazarında yaklaşık %10 büyüme
 - Özellikle Haziran ayındaki performans ile klima satışlarında yaklaşık %20 artış
 - İkinci ve üçüncü çeyrekteki yavaşlamaya rağmen, POS yazarkasa satışlarında geçen senenin aynı dönemine göre yüksek artış

* Şirket toptan satış verileri baz alınmıştır.

2016 9 Ay Pazar Performansı - Uluslararası

Pazar

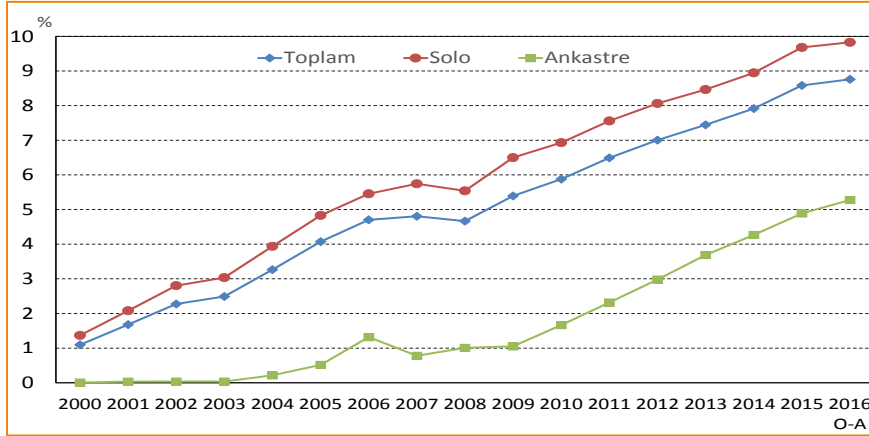
- Avrupa beyaz eşya pazarlarında genelde pozitif performans
 - Üçüncü çeyrekteki yavaşlamaya rağmen, dokuz aylık dönemde, Avrupa'da tüm ana pazarlarda büyüme
 - Brexit kararından sonra, İngiltere'de satışlarda artan büyüme oranı
 - Romanya'da devam eden güçlü talep
 - Ağustos ayı itibarı ile kümüleden pozitif dönen Ukrayna
- Makroekonomik gelişmelere paralel G. Afrika'da devam eden zayıf talep (2016 8A: -%8)

Arçelik A.Ş.

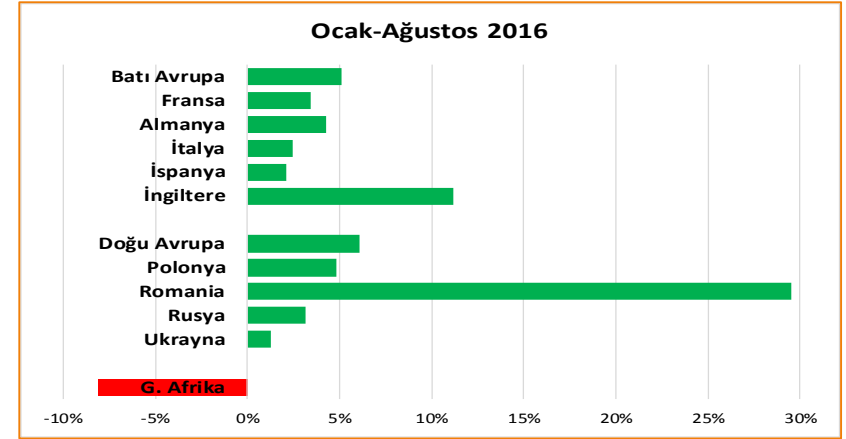
- Uluslararası pazardaki konumunu güçlendirmeye devam eden Arçelik Grubu
 - Avrupa'da zaten ilk sırada yer aldığı solo segmentinde daha yatay bir performans
 - Doğu Avrupa toplam beyaz eşya pazarında lider konuma yükselen Beko
 - Ankastre segmentinde devam eden güçlü performans
 - Beko, yılın ilk 9 ayında, İngiltere ankastre pazarında da ilk sıraya yükseldi.
 - Yılın ilk 3 çeyreğinde cirosu %63 artan Grundig beyaz eşya satışlarının pazarlardaki yayılımı devam etmektedir.

2016 9 Ay Pazar Gelişimleri

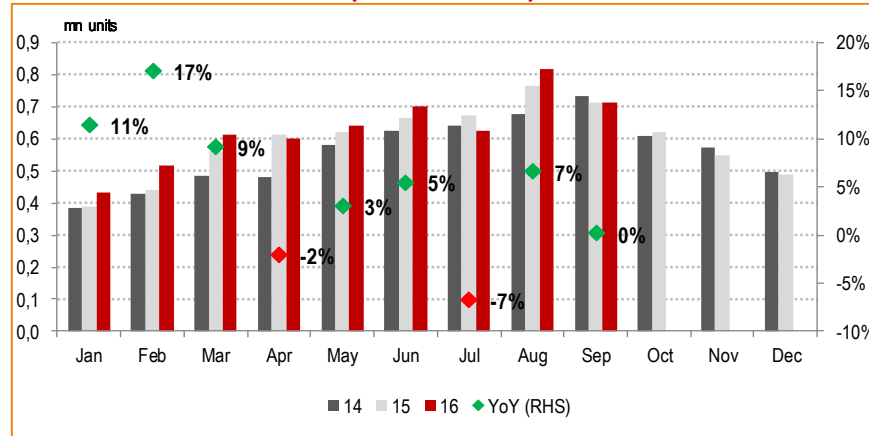
Avrupa Pazarında Beko Adet Pazar Payı (%) (6 Ana Ürün)



Avrupa Pazarındaki Adetsel Değişimler (6 Ana Ürün)



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

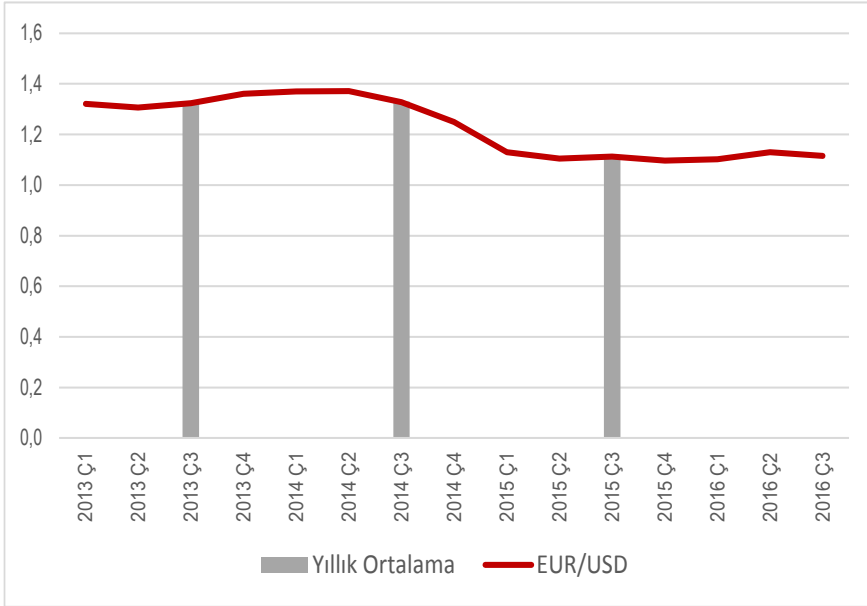


Ürün Grubu Bazında Türkiye Pazarı (6 Ana Ürün)

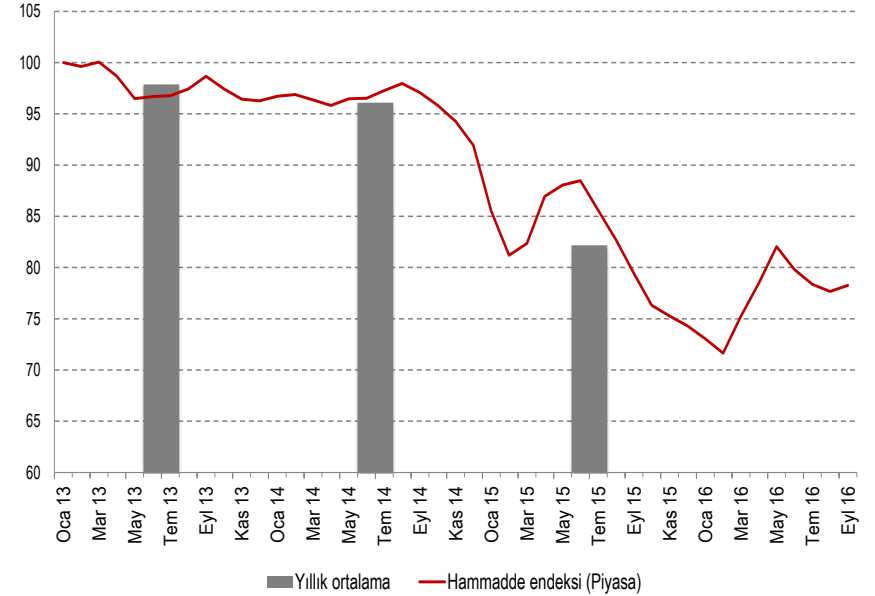
000 Adet	9A 2016	9A 2015	Değişim
Buzdolabı	1.561	1.503	4%
Derin Dondurucu	590	526	12%
Çamaşır Mak.	1.579	1.517	4%
Kurutucu	55	46	18%
Bulaşık Mak.	1.154	1.111	4%
Fırın	717	734	-2%
Toplam	5.655	5.436	4%

Parite ve Hammadde Endeksi Değişimleri

EUR/USD Gelişimi



Hammadde Piyasa Endeksi*



* Beyaz Eşya kategorisi için

2016 3Ç Diğer Gelişmeler: Türkiye'deki Yeni Organizasyon

- Arçelik A.Ş., global organizasyonuna paralel bir şekilde, Türkiye pazarlama ve satış sonrası servis fonksiyonlarını diğer süreçlerden (üretim ve AR-GE gibi) ayırarak, bu süreçleri **Arçelik Pazarlama A.Ş.** çatısı altında bir bağılı ortaklıkta toparlamayı planlamaktadır.
- Yeni organizasyon, ilgili varlık ve yükümlülükleri yeni bağılı ortaklığa aktaracak şekilde, Arçelik A.Ş.'nin bilançosunun kısmi bölünmesi ile gerçekleşecektir.
- Arçelik Pazarlama A.Ş., Arçelik A.Ş.'nin %100 sahipliğinde direkt bağılı bir iştirak olacağı için, yeni organizasyonun, grubun konsolide finansal sonuçlarına bir etkisi olması beklenmemektedir.
- Yerel otoritelerin ve hissedarların onayını takiben, yeni organizasyonun 1 Ocak 2017 tarihinden itibaren geçerli olması beklenmektedir.

2016 3Ç Diğer Gelişmeler:

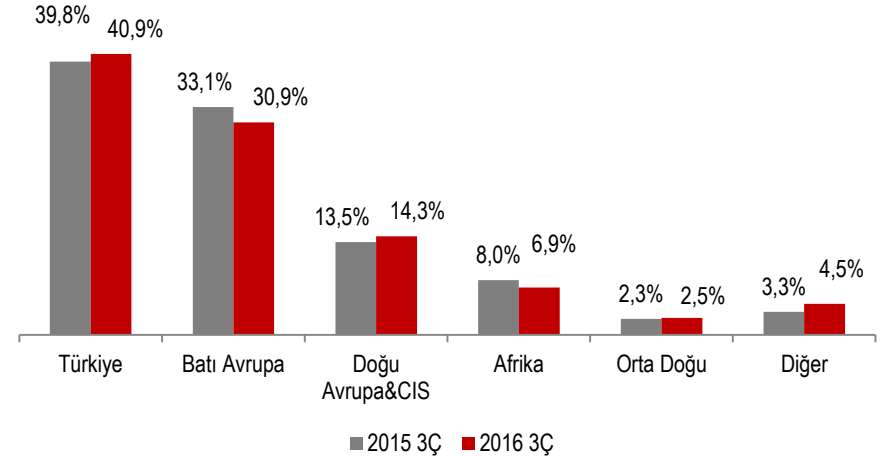
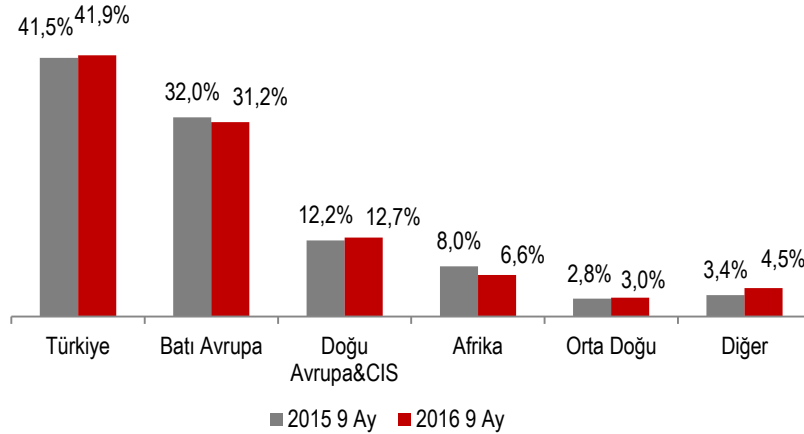
- Arçelik A.ř., Eylöl ayı başında Berlin'de gerçekteştirilen **IFA 2016** fuarına Beko ve Grundig markalarıyla katıldı.
- Arçelik A.ř., beş ürünü ile tasarım dünyasının en önemli yarışmalarından biri olan **Red Dot** Ödüllerini kazandı.

* A survey of senior executives conducted by monthly economy magazine Capital

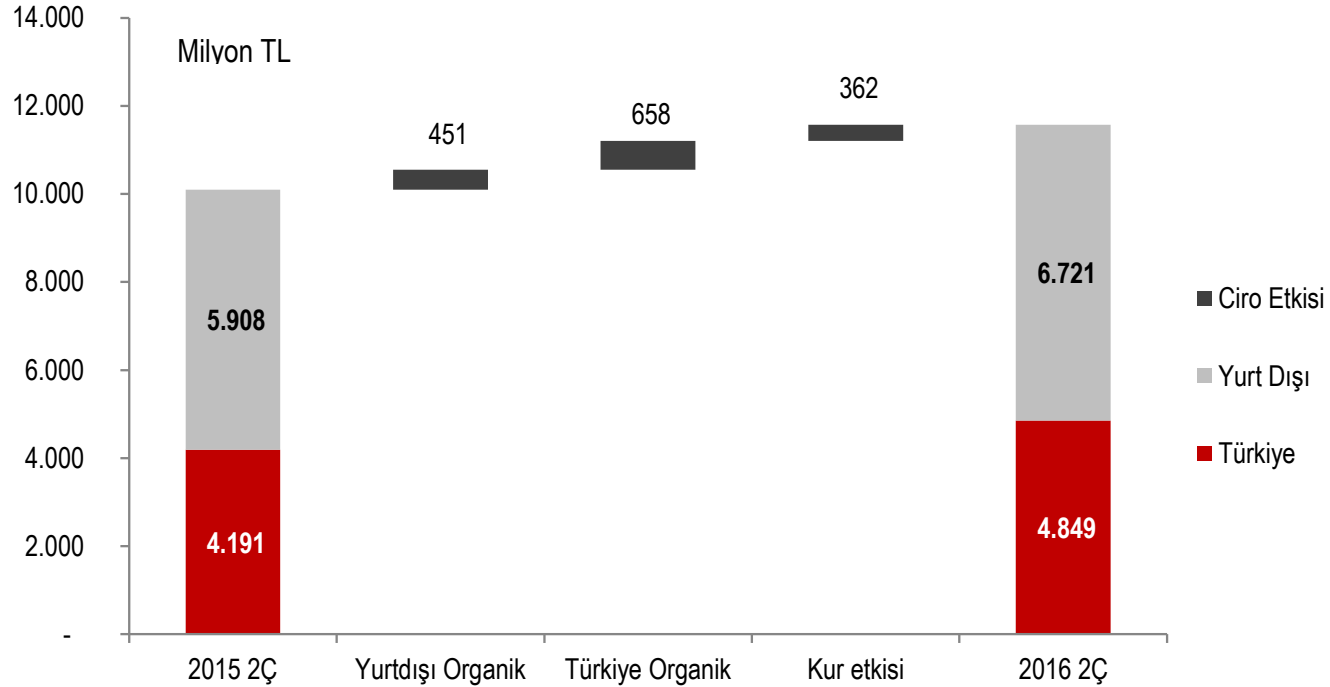
Satış Performansı

Cironun Bölgesel Dağılımı

Milyon TL				Yıllık Çeyrek		Yıllık			Yıllık		
	2016 3Ç	2015 3Ç	2016 2Ç	% Δ	% Δ	2016 9A	2015 9A	% Δ	2015	2014	% Δ
Konsolide Ciro	4.083	3.877	3.960	5	3	11.570	10.099	15	14.166	12.514	13
Türkiye	1.669	1.542	1.724	8	-3	4.849	4.191	16	5.724	4.850	18
Uluslararası	2.414	2.335	2.236	3	8	6.721	5.908	14	8.442	7.664	10



Satışlardaki Gelişimin Kırılımı



2016 9A	Organik	Kur etkisi	Toplam
% Uluslararası büyüme	7,6%	6,1%	13,8%
% Konsolide büyüme	11,0%	3,6%	14,6%

Finansal Performans

Gelir Tablosu

Milyon TL	Yıllık % Çeyrek					Yıllık %					
	2016 3Ç	2015 3Ç	2016 2Ç	Δ	% Δ	2016 9A	2015 9A	Δ	2015	2014	Yıllık % Δ
Net Satışlar	4.083	3.877	3.960	5	3	11.570	10.099	15	14.166	12.514	13
Brüt Kar	1.361	1.260	1.353	8	1	3.908	3.214	22	4.536	3.979	14
<i>marjı %</i>	33,3	32,5	34,2			33,8	31,8		32,0	31,8	
Faaliyet Kar*	375	330	331	14	13	1.029	787	31	1.157	1.024	13
<i>marjı %</i>	9,2	8,5	8,4			8,9	7,8		8,2	8,2	
Vergi Öncesi Kar	283	241	656	18	-57	1.093	543	102	785	732	7
<i>marjı %</i>	6,9	6,2	16,6			9,4	5,4		5,5	5,8	
Net Kar**	264	214	653	24	-60	1.074	681	58	893	638	40
<i>marjı %</i>	6,5	5,5	16,5			9,3	6,7		6,3	5,1	
FVAÖK*	484	423	441	14	10	1.346	1.063	27	1.527	1.370	11
<i>marjı %</i>	11,9	10,9	11,1			11,6	10,5		10,8	11,0	

*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 3Ç	2015 3Ç	2016 2Ç	Yıllık % Δ	Çeyrek % Δ	2016 9A	2015 9A	Yıllık % Δ	2015	2014	Yıllık % Δ
Konsolide											
Ciro	4.083	3.877	3.960	5	3	11.570	10.099	15	14.166	12.514	13
Brüt Kar	1.361	1.260	1.353	8	1	3.908	3.214	22	4.536	3.979	14
Brüt Kar %	33,3	32,5	34,2			33,8	31,8		32,0	31,8	
Beyaz Eşya											
Ciro	3.130	2.947	2.747	6	14	8.339	7.384	13	10.299	9.069	14
Brüt Kar	1.079	1.038	1.070	4	1	3.039	2.555	19	3.578	3.080	16
Brüt Kar %	34,5	35,2	38,9			36,4	34,6		34,7	34,0	
Tüketici Elektronikleri											
Ciro	528	465	529	14	0	1.633	1.317	24	1.966	1.829	7
Brüt Kar	151	101	119	50	27	442	276	60	433	442	-2
Brüt Kar %	28,7	21,6	22,6			27,1	21,0		22,0	24,2	
Diğer											
Ciro	426	466	684	-9	-38	1.598	1.399	14	1.901	1.616	18
Brüt Kar	130	122	163	7	-20	427	383	12	524	457	15
Brüt Kar %	30,6	26,2	23,9			26,7	27,4		27,6	28,3	

Bilanço

Milyon TL	30.09.2016	31.12.2015		30.09.2016	31.12.2015
Kısa Vadeli Aktifler	10.760	9.406	Kısa Vadeli Pasifler	6.151	5.236
Nakit	2.722	2.168	K.V. Krediler	2.370	2.185
Ticari Alacaklar	5.275	4.791	Ticari Borçlar	2.495	2.090
Stoklar	2.402	2.140	Karşılıklar	401	335
Diğer	362	308	Diğer	886	627
Uzun Vadeli Aktifler	4.118	4.332	Uzun Vadeli Pasifler	3.440	3.826
Maddi Duran Varlıklar	2.211	2.056	U.V. Krediler	2.843	3.269
Finansal Yatırımlar	221	749	Diğer	597	557
Diğer	1.686	1.528	Özkaynaklar	5.287	4.676
Toplam Aktifler	14.879	13.739	Toplam Pasifler	14.879	13.739

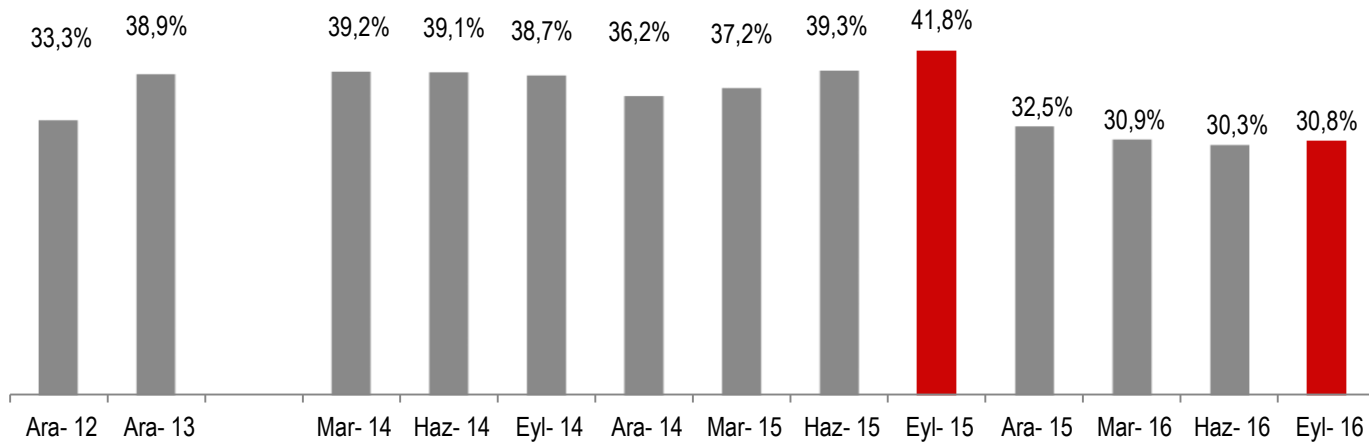
	30.09.2016	31.12.2015	31.12.2014	31.12.2013
Net Finansal Borç / Özkaynak	0,47	0,70	0,72	0,72
Toplam Yükümlülükler/ Aktifler	0,64	0,66	0,65	0,64

İşletme Sermayesi

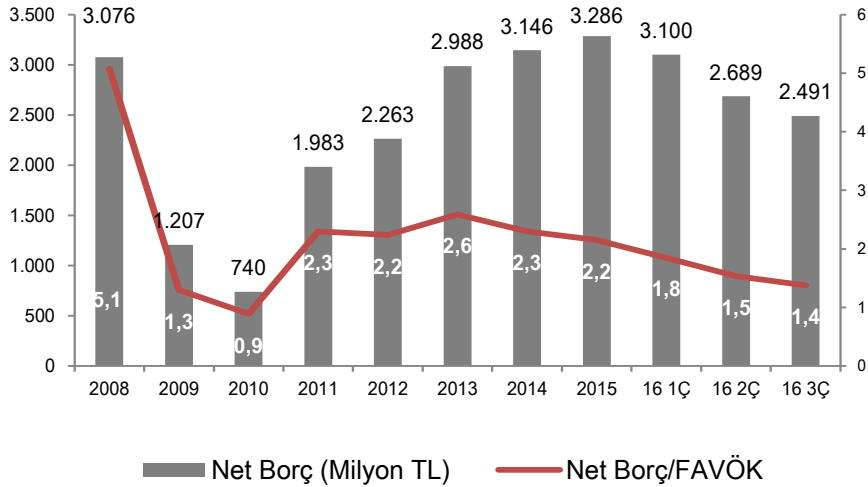
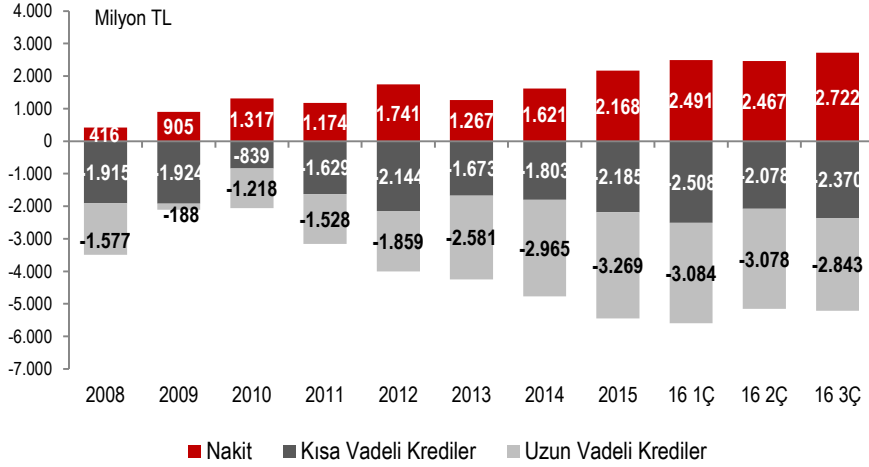
Milyon TL	Döviz Bazlı	TL Bazlı	30.09.2016	Milyon TL	Döviz Bazlı	TL Bazlı	Toplam
K/V Ticari Alacaklar	2.021	3.254	5.275	K/V Ticari Borçlar	1.074	1.421	2.495
Diğer Alacaklar	44	76	120	Diğer Borçlar	217	263	480
Stoklar	1.225	1.177	2.402	İşletme Sermayesi	1.999	2.823	4.822

Milyon TL	Döviz Bazlı	TL Bazlı	30.06.2016	Milyon TL	Döviz Bazlı	TL Bazlı	Toplam
K/V Ticari Alacaklar	1.744	3.283	5.027	K/V Ticari Borçlar	954	1.452	2.406
Diğer Alacaklar	40	58	98	Diğer Borçlar	163	195	358
Stoklar	1.055	1.256	2.311	İşletme Sermayesi	1.722	2.950	4.672

İşletme Sermayesi / Satışlar



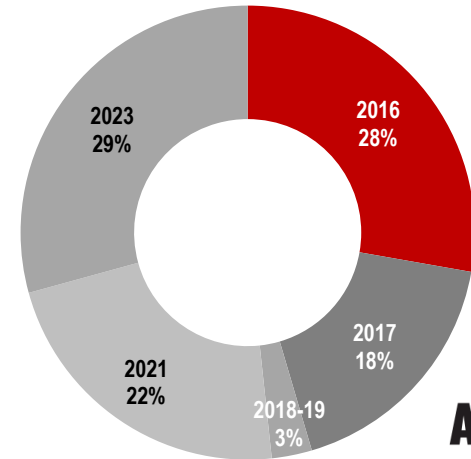
Borç Profili



Borç profili (30 Eyl 2016)

	Efektif Faiz Oranı (%)	Orijinal Tutar (Milyon)	Milyon TL Tutar
TRY	11,8%	1.715	1.715
EUR	1,7%	162	543
ZAR	9,9%	750	163
RUB	8,9%	475	22
CNY	4,4%	110	49
GBP	1,1%	5	19
USD	1,3%	2	6
Diğer			0
Toplam Banka Kredileri			2.518
USD	5,1%	509	1.526
EUR	4,0%	348	1.169
Toplam UV Tahvil			2.695
Toplam			5.213

Borçların vadeye göre dağılımı



Nakit Akışı

Milyon TL	2016 1Y	2015 1Y
Dönem Başı Bakiyesi	2.166	1.621
Faaliyet Net Nakit Akışı	1.211	454
Yatırım Faaliyetleri	-439	-414
Kontrol gücü olmayan pay alımı	0	-282
Duran Varlık Satışı	9	11
Finansal Yatırım Satışı	559	0
Ödenen Temettü	-262	-350
Alınan temettü	13	24
Bankalardaki Borç Değişimi	-361	474
Diğer Finansman Faaliyetleri	-288	-197
Yabancı Para Çevrim Farkları	113	222
Dönem İçi Nakit Değişimi	555	-57
Dönem Sonu Bakiyesi	2.721	1.563

2016 Beklentiler

2016 Beklentiler

Beyaz Eşya Pazarı Adetsel Büyüme	Türkiye* : 3% - 5% Uluslararası : ~ 2%
Pazar Payı	Ana faaliyet bölgelerinde aynı kalan veya artan pazar payı
Ciro Artışı	~ 12% TL bazında
FVAÖK Marjı (2016)**	~ 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.