

**biz
deęilsek**

KİM

**DAYANIKLI TÜKETİM SEKTÖRÜNDE
TÜRK İNSANINI BİRÇOK İLKLE BULUŞTURAN,
YENİLİKÇİ ÜRÜNLERLE
KÜRESEL PAZARLARDA EN HIZLI BÜYÜYEN
MARKALARA SAHİP ŞİRKET
BİZİZ...**





BEKO

Avrupa'da son 7 yılda pazar payını en çok artıran beyaz eşya markası

DAYANIKLI TÜKETİM



4 MİLYAR

ABD Doları
Beyaz eşya toplam ürün satışı



Dayanıklı Tüketim

Son 7 yılda Avrupa beyaz eşya pazarında payını en çok artıran ve sektörünün en hızlı büyüyen markası Beko, 2014 yılında Avrupa'nın 2'nci büyük markası olarak yoluna devam etmiştir.

Dayanıklı tüketim sektöründeki gelişmeler

2014 yılında, bir önceki yıla göre dünya beyaz eşya sektörünün yaklaşık %2,4 ve LCD TV pazarının %1,6 büyüme kaydettiği tahmin edilmektedir.

Ana pazar olan Avrupa'da beyaz eşya pazarı bir önceki yıla göre %4 seviyesinde büyümüştür. Batı Avrupa pazarındaki büyüme %4 seviyesinde gerçekleşirken, Doğu Avrupa pazarı, son çeyrekte bölge genelinde kaydedilen hızlı büyüme sonucu toplamda %5,6 büyümüştür.

Orta Doğu ve Kuzey Afrika'da ise, süregelen karışıklıklar ekonomik faaliyetler üzerinde önemli bir baskı yaratmıştır. Mısır beyaz eşya pazarındaki daralma %10'u aşarken, Afrika kıtasının en büyük ve gelişmiş ekonomisi olan Güney Afrika'da beyaz eşya pazarı %3 civarında küçülmüştür.

Türkiye, beyaz eşya sektöründe Avrupa'nın en büyük üretim merkezi olma konumunu sürdürmüştür. BESD verilerine göre, 2014 yılsonu itibarıyla altı ana üründe ihracat 16,9 milyon adet ile bir önceki yılın %5 üzerinde gerçekleşirken, iç pazar %1,8 küçülme ile 6,7 milyon adet seviyesinde gerçekleşmiştir.

Koç Topluluğu Dayanıklı Tüketim Grubu

Arçelik A.Ş., Türkiye'de güçlü liderliğini korurken, Romanya'da Arctic ve Güney Afrika'da Defy markaları ile açık ara pazar liderliğini sürdürmüştür.

Son 7 yılda Avrupa beyaz eşya pazarında pazar payını en çok artıran ve sektörünün en hızlı büyüyen markası Beko, 2014 yılında Avrupa'nın 2'nci büyük markası konumuna yükselmiştir. Beko, Orta Doğu ve Türki Cumhuriyetlerde de güçlü konumunu sürdürürken, Afrika ve Körfez ülkelerindeki etkinliğini artırmıştır. Şirket, pazar çeşitlendirmesi hedefi doğrultusunda Güneydoğu Asya bölgesine ihracatını artırmış, Beko markası ile Singapur ve Tayland lansmanlarını gerçekleştirmiştir.

Grundig markası beyaz eşya kategorisinin de ürün gamına dâhil olmasıyla birlikte, ev elektroniğinin tüm kategorilerinde ürün sunan tek Avrupalı üretici konumuna ulaşmıştır. İskandinav ülkelerinde beyaz eşya kategorisinde büyümesini sürdüren Grundig, beyaz eşya ürün gamını 2014 yılında İngiltere pazarındaki tüketicilerin de beğenisine sunmuştur. Tüketici elektroniğinde kalitesi ve tasarımı ile öne çıkan ve dünyanın pek çok ülkesinde yüksek marka bilinirliğine sahip olan Grundig, Almanya TV pazarında ilk 5 markadan biri olma konumunu sürdürmüştür.



Dayanıklı Tüketim/Arçelik

Hedef Pazar Dünya; Arçelik Küresel Oyuncu



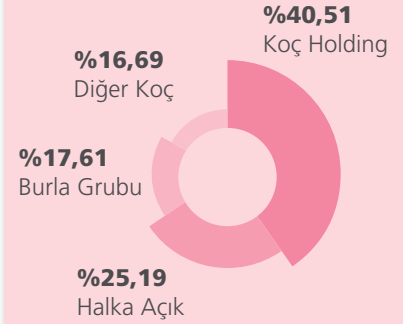
QR kodu kullanarak Arçelik A.Ş. hakkında daha detaylı bilgiye ulaşabilirsiniz.

Arçelik A.Ş.

TOPLAM CİRO

 **12.514**
(milyon TL)

ORTAKLIK YAPISI



ULUSLARARASI POZİSYON



Romanya'da Arctic, Güney Afrika'da Defy markalarıyla açık ara **pazar lideri**

Global markası Beko:

Avrupa'nın **2'nci** büyük markası

İngiltere'de beyaz eşya pazarının **lider** markası

Polonya ve Fransa solo beyaz eşya pazarında **1'inci**

Almanya'da, son 5 yılda pazar payını iki katından fazla artırarak, pazarın en **hızlı büyüyen markası**

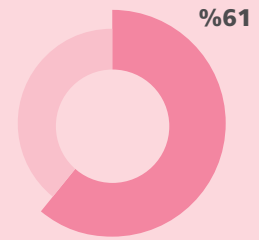
İÇ PİYASA POZİSYONU



Beyaz eşya, ankastre, klimada %49'un üzerinde pazar payı ile sektöründe **lider**

TV'de %22'nin üzerinde pazar payı ile **lider**

YURT DIŞI GELİRLERİNİN PAYI



VERGİ ÖNCESİ KÂR

 **732**
(milyon TL)

NET KÂR

638
(milyon TL)
(Ana ortaklık payı: 617 milyon TL)



Arçelik A.Ş., 24 yıllık Ar-Ge birikimi, inovasyon gücü ve teknolojik yetkinliği sayesinde sektöründe kendini ayırtıran, katma değerli, yenilikçi ve çevreye duyarlı ürünler tasarlayarak dünya pazarlarına sunmaktadır.

2014 yılındaki çalışmalarını sonucunda;

- 41dBA-düşük ses seviyesine sahip A-%45 enerji sınıfı ankastre fırını,
- A+++(-%10) enerji sınıfı kurutma makinesini,
- A+++(-%70) enerji sınıfı çamaşır makinesini,
- A+++(-%10) enerji sınıfı bulaşık makinesini,
- A+++(-%30) No Frost buzdolabını,
- A+++ enerji sınıfı dikey derin dondurucuyu geliştirmiştir.

Türkiye'deki 8 Ar-Ge merkezi ve Tayvan'daki Ar-Ge ofisinde, 1.000'in üzerinde Ar-Ge çalışanı ile farklı coğrafyalardaki tüketicilerin beklentilerine uygun ve müşterilerin hayatına değer katan yenilikçi ürünler geliştirmektedir. Bu kapsamda, Çin pazarına özel buzdolabı ve çamaşır makinesi, İtalya pazarı için pizza fırını ve Güney Afrika'da elektrik olmayan bölgeler için güneş enerjisi ile çalışan buzdolabını geliştirmiştir.

- Özel bölmesinde ideal sıcaklık ve %90'a varan nem oranı ile meyve ve sebzelerin 30 güne kadar canlı ve taze kalmasını sağlayan Everfresh® teknolojisi,
- 9 kg yıkama 6 kg kurutma kapasiteli, su harcamadan kurutan AirDry Yıkayıcı Kurutucu teknolojisi,
- Bulaşık makinelerinde bekleyen kirli bulaşıkların yarattığı kötü koku oluşumunu engelleyen IonFresh teknolojisi,
- İnovasyon yetkinliğinin tasarım gücüyle birleştiği, bulaşık makinesi, ocak ve davlumbazın tek bir kontrol merkezinden kumanda edilebildiği VUX arayüzü, geliştirdiği yenilikçi uygulamalardan bazılarıdır.

Yatırımlar

Güney Afrika'daki lider beyaz eşya markası Defy'nin East London'daki Soğutucu Cihazlar İşletmesi'nde yeni gardirop tipi buzdolabı üretim hattı açılışı gerçekleştirilmiştir.

Güney Doğu Asya pazarına giriş çalışmalarını hızlandıran Arçelik A.Ş., Tayland'da bölge ülkeleri için üretim yapacak buzdolabı fabrikası yatırımına başlamıştır.

Güçlü ve istikrarlı büyüme devam

Arçelik A.Ş. faaliyette bulunduğu pazarlardaki farklı gelişmelere karşın, güçlü ve istikrarlı büyümesini sürdürmüş, faaliyet kârlılığını artırmayı başarmıştır.

2014 yılında %13 büyüme gerçekleştirerek, 12.514 milyon TL seviyesinde konsolide ciro elde etmiştir. Net kârı 638 milyon TL'ye ulaşmıştır. Konsolide cironun %61'i uluslararası pazarlardan elde edilmiştir.

Şirket'in hisse değeri, bir önceki yıla göre %28 artmış ve yılsonu itibarıyla piyasa değeri 10,14 milyar TL'ye ulaşmıştır. 2013'te gerçekleştirdiği ilk Eurobond ihracının, uluslararası yatırımcılar tarafından büyük ilgi görmesinin ardından, 2014 yılında da 350 milyon Euro tutarında ve 7 yıl vadeli Eurobond ihracı gerçekleştirmiştir.

Dayanıklı Tüketim/Arçelik

Markalı büyüme stratejisiyle rekabetçi üstünlük

Ödüller ve başarılar

- Türkiye'nin Lovemarkları Araştırması'nda, kategori bağımsız sorgulamada Arçelik Türkiye'nin en sevilen markası
- Türkiye İhracatçılar Meclisi "Ar-Ge Liderliği", "Teknoloji Geliştirmede Liderlik" ve "İnovaLİG-İnovasyon Stratejisi" ödülleri
- Arçelik A.Ş., başarılı sürdürülebilirlik uygulamalarıyla 2014'te devreye giren ve 15 firmanın yer aldığı Borsa İstanbul Sürdürülebilirlik Endeksi'nde
- Arçelik A.Ş. CDP Performans Derecelendirmesinde en üst derece olan A performans skoru ile 2014 Global A Listesi: CDP İklim Performans Liderleri Endeksi'nde

2015 ve sonrası

Arçelik A.Ş., 60'ıncı kuruluş yıldönümünü kutlayacağı 2015 yılında da yine değişimin ve yeniliğin öncüsü olmaya devam edecektir.

Markalı büyüme stratejisi doğrultusunda, faaliyet gösterdiği pazarlarda pazar payını artıracak ve markalarının konumunu daha da güçlendirecektir.

Arçelik A.Ş. uzun vadede hedeflerine uygun olarak, "Dünyaya Saygılı, Dünyada Saygın" vizyonunu sürdürülebilir kârlı büyüme stratejisi ile desteklemektedir. Şirket stratejisinin ana taşıyıcılarını marka, tasarım, kalite, teknoloji ve inovasyon olarak ifade eden Arçelik A.Ş., bu alanlardaki yatırımlarını hız kesmeden sürdürecektir. Şirket, rekabetçi üstünlükleri sayesinde, daha fazla pazara ve tüketiciye ulaşacak; küresel organizasyonunu genişletmeye devam edecektir. Sürdürülebilir büyümesini destekleyen, güçlü ve istikrarlı finansal yapısı sayesinde, yüksek potansiyel taşıyan yeni pazar ve iş alanlarını değerlendirecektir.

Önümüzdeki dönemde Türkiye pazarındaki liderliğini sürdürmek, Avrupa, Orta Doğu ve Afrika'daki güçlü konumunu pekiştirmek ve yapmakta olduğu yatırımlarla Asya Pasifik bölgesindeki varlığını güçlendirmek şirketin odağındaki başlıca konulardır.

Arçelik A.Ş., pazar ve müşteri odaklı iş modeli ile farklı coğrafyalara özgü, müşteriye değer katan, fark yaratan, öncü, yenilikçi ve çevreye duyarlı ürün ve çözümler geliştirmeyi sürdürecektir. Geleceğe dönük iddialı hedefler belirleyebilmesinde ve bu hedeflerine ulaşma yolunda en büyük güvencesi güçlü ve global insan kaynağı olan Şirket; çalışanlarının yeteneklerini geliştirerek küresel organizasyonun etkinliğini en üst seviyeye çıkarmayı amaçlamaktadır.



Dayanıklı Tüketim/Arçelik-LG

Yenilikçi yaklaşım ile güçlü teknolojik altyapı

Geniş servis ağı

Yurt içinde %50'den fazla pazar payıyla lider



QR kodu kullanarak Arçelik- LG hakkında daha detaylı bilgiye ulaşabilirsiniz.

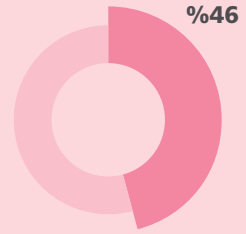


ULUSLARARASI POZİSYON



Orta &Yakın Doğu ve Avrupa'nın **en büyük klima üreticisi**

YURT DIŞI GELİRLERİNİN PAYI



İÇ PİYASA POZİSYONU



%52 pazar payıyla **lider** (montaj pazar payı)

TOPLAM CİRO



428
(milyon TL)

2000 yılında 300 bin adet üretim kapasitesi ile başlayan Arçelik-LG, bugün yıllık 1,5 milyon adet üretim kapasitesi ve toplam 791 personel ile yoluna devam etmektedir. Tedarik yapılan yan sanayide ise yaklaşık 1.000 kişiye indirekt olarak istihdam sağlanmaktadır.

Arçelik-LG Orta & Yakın Doğu ve Avrupa'nın en büyük klima üreticisidir. Yenilikçi yaklaşımı, güçlü teknolojik altyapısı, geniş dağıtım ve servis ağı sayesinde yurt içinde %50'den fazla pazar payıyla lider konumunu muhafaza etmektedir. Avrupa, Orta Doğu, Afrika ve Bağımsız Devletler Topluluğu başta olmak üzere 50'den fazla ülkeye üretiminin %50'sini ihraç etmektedir.

2014 yılında Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından düzenlenen 3'üncü Ar-Ge Merkezleri zirvesinde iklimlendirme alanında en iyi Ar-Ge merkezi seçilmiştir.

Arçelik-LG, mevsimsel verimlilik ölçümü ve etiketlemesi uygulamasının ısıtmaya yönelik olan ve 1.1.2015'te yürürlüğe giren ikinci aşaması doğrultusunda yeni geliştirdiği modellerle tüketicilerin hizmetine ve rekabete göre en geniş ürün gamıyla çıkmaktadır.

İhraç pazarlar için geçen yıl yeni özellikler katılarak ve özel olarak Arçelik LG bünyesinde geliştirilerek devreye alınan yeni ürünlerde bu yıl ucuzlatma faaliyetleri tamamlanmış, rekabete karşı maliyet avantajı yaratılarak hem müşterilerin beklentileri karşılanmış hem de şirket kârlılığına katkı sağlanmıştır.

Arçelik-LG yurt içinde pazar payı liderliğini sürdürüp Türk tüketicisine enerji verimliliği yüksek kaliteli ürünler sunarken, yurt dışında stratejik olarak Avrupa, Orta Doğu, Kuzey Afrika, Rusya ve Türkiye Cumhuriyetleri'nde kârlı büyümeyi hedeflemektedir. Ayrıca yeni gelişmekte olan ticari klima segmentinde de pazar payını giderek artırmakta ve liderliğini korumak üzere tüm çalışmalara devam etmektedir.