

## YARININ İLKLERİNİ YARATACAK KADAR FARKLIYIZ

**Beyaz eşyada...**

Türkiye'nin  
**lider**

Avrupa'nın  
**3'üncü**  
büyük şirketi

**Televizyonda...**

Türkiye pazarında  
**lider**

**Klimada...**

Türkiye pazarında  
**lider**

# Dayanıklı Tüketim



40  
41

## Global talepteki daralmayla gelen zorlu piyasa koşulları

Global krizin derinleştiği 2009 yılında bütün dünyada tüketim hızla daralırken, tüketici güven endeksleri tarihin en düşük seviyelerine gerilemiş; şirket iflaslarının rekor düzeyde arttığı gözlenmiştir.

Global talebin daralması, önce sanayi ara mamulü üreten şirketleri etkilemiş ardından da nihai tüketimin azalması paralelinde tüketim ürünü üreten sektörleri olumsuz etkilemiştir.

Beyaz eşya sektöründe faaliyet gösteren şirketler de bu durumdan olumsuz etkilenmiştir. Birçok şirkette satışlar bir önceki yıla göre gerilemiştir. Sektördeki talebin hızla daraldığı bu ortamda, bazı pazarlarda yerel talebi canlandırmak için kamu yönetimleri tarafından muhtelif teşvik paketleri ve vergi indirimleri uygulanmıştır. Öte yandan, global talebin daralması, emtia fiyatlarının oldukça düşük seviyelere inmesine sebep olmuştur. Azalan talebe karşın bu gelişme kârlılıkları olumlu etkilemiştir.

2009 yılında beyaz eşya sektöründeki diğer önemli gelişmeler ise dünyanın farklı coğrafyalarında satın alma ve birleşmeler yoluyla endüstride konsolidasyonun devam etmesi ve Çin pazarındaki beyaz eşya üreticilerinin yaptıkları iş birlikleri olmuştur. Doğu Avrupa ekonomileri krizden Batı Avrupa'ya oranla daha sert etkilenmişlerdir. 2009 yılında, Arçelik Grubu'nun ana pazarlarına bakıldığında beyaz eşya satışlarının Batı Avrupa'da yaklaşık %4, Doğu Avrupa'da ise yaklaşık %25 oranında daraldığı görülmüştür.



İç pazarda  
satışlar  
%4,5 daralırken  
ihracat %6,3  
artmıştır.

Türkiye'de de 2009 yılının başında hızla daralan iç talebi canlandırmak için başlatılan teşvik paketi kapsamında, Özel Tüketim Vergisi (ÖTV) oranları Mart ayından itibaren 3 aylık süre için %0, Haziran ayını takip eden 3 aylık dönem içinse %2 olarak uygulanmıştır. Uygulanan vergi indirimleri beyaz eşya sektörüne bir miktar ivme kazandırmış ve ertelenen talebi öne çekmiştir.

Beyaz Eşya Sanayicileri Derneği verilerine göre, 2009 yılında iç piyasada beyaz eşya toplam satışları 2008 yılına göre %4,5 gerilemiştir.

2009 yılında beyaz eşya ihracatında 2008'e göre %6,3'lük bir artış meydana gelmiştir. Nisan ayından itibaren yükselerek Ekim ayında 1,4 milyon adetle yılın en yüksek seviyesine ulaşan ihracat rakamları, 2008'e göre artış gösterse de yılın son iki ayında düşüş trendine girmiştir.

## Tüketici elektroniğinde büyümenin sürdüğü bir yıl

2009 yılında tüketici elektroniği pazarı büyümeye devam etmiş ve %4,3 artışla 724 milyar \$'a ulaşmıştır. LCD TV pazarı hızlı gelişimini 2009 yılında da sürdürmüş ve %37 artışla 140 milyon adedi aşmıştır.

Batı Avrupa pazarında, 2009 yılında LCD TV satışları 2008 yılına göre, %17 artışla 38 milyon adedi aşarken, satış gelirleri 22 milyar \$ seviyesinde seyretmiştir.

Türkiye'de 2009 yılında pazarda yaşanan LCD TV'lere doğru dönüşüm hızı artarak devam etmiştir. Tüplü TV pazarı %60 daralırken, LCD pazarı %36 oranında büyümüştür. Ancak bu büyüme toplam TV pazarındaki küçülmeyi telafi edememiştir. Hızla düşen LCD panel fiyatları ve yoğun rekabet sonucunda LCD TV'deki adetsel büyüme, değersel büyümeye aynı oranda yansımamıştır.

## Koç Topluluğu Dayanıklı Tüketim Grubu

Koç Topluluğu'nun dayanıklı tüketim sektöründeki şirketleri 2009 yılında da sektördeki lider konumlarını korumuştur. Türkiye'nin en yaygın satış ve satış sonrası hizmet ağına sahip olan Koç Topluluğu şirketleri, %50'nin üzerinde pazar payı ile beyaz eşyada liderliklerini sürdürmüştür. Dayanıklı Tüketim Grubu şirketleri, Türkiye'de beyaz eşyanın yanı sıra televizyon ve klimada da lider durumdadır.

Türkiye, Rusya, Romanya ve Çin'de üretim tesisleri bulunan şirketlerimiz, Türkiye pazarındaki liderliklerinin yanı sıra, beyaz eşyada Avrupa'nın 3'üncü büyük şirketi konumundadır.

Şirketlerimizin Türkiye ihracatındaki payları ise beyaz eşyada %46, televizyonda ise %15 olmuştur.

Koç Topluluğu şirketleri beyaz eşyada ve televizyonda açık ara liderliklerini sürdürmüştür.

42  
43



### FARKLIYIZ FARKINDAYIZ

- Beyaz eşya, televizyon ve klimada Türkiye'de pazar lideri
- Türkiye'nin en geniş dağıtım ve satış sonrası hizmet ağı
- Eşsiz marka bilinirliği
- Türkiye'nin patent şampiyonu
- Türkiye, Romanya, Rusya ve Çin'de üretim tesisleri

## Arçelik

**Toplam Ciro:**  
4.261 milyon \$

**İç Piyasa Pozisyonu:**  
Beyaz eşya, LCD TV ve klima pazarlarında lider

**Global Faaliyet Ağı:**  
17 bin çalışan  
4 ülkede 11 üretim tesisi  
18 ülkede faaliyet gösteren uluslararası satış ve pazarlama organizasyonu  
100'den fazla ülkede ürün ve hizmet

**Uluslararası Pozisyon:**  
İngiltere'de %15 pazar payı ile 2'nci; Romanya'da %35 pazar payı ile lider

**Yurt Dışı Gelirlerinin Payı:**  
%52

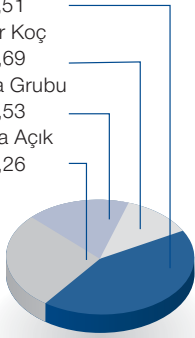
**FAVÖK:**  
601 milyon \$

**Brüt Kâr Marjı:**  
%33,0

**Faaliyet Kâr Marjı:**  
%11,4

**Ortaklık Yapısı:**

Koç Holding  
%40,51  
Diğer Koç  
%16,69  
Burla Grubu  
%19,53  
Halka Açık  
%23,26



[www.arcelikas.com.tr](http://www.arcelikas.com.tr)

## 55 yıllık tecrübe

1955 yılında kurulan Arçelik A.Ş., Türkiye, Rusya, Romanya ve Çin'de bulunan 11 ayrı üretim tesisi, yurtdışında faaliyet gösteren satış ve pazarlama şirketleri ve 10 markasıyla, 100'den fazla ülkede ürün ve hizmet sunmaktadır. Yaklaşık 3.600 yetkili satıcı ve 600 satış sonrası servis noktası ile Türkiye'nin en geniş hizmet ağına sahip şirketi Arçelik, 2009 yılında, beyaz eşya, LCD TV ve klima pazarlarında liderliğini sürdürmüştür.

## Beko dünyanın en çok satan ilk 10 beyaz eşya markası arasında

Şirket, başta Batı Avrupa olmak üzere ana ihracat pazarlarında yeni dağıtım kanallarına girerek, sektöründe pazar payını en çok artıran şirketlerden biri olmuş; özellikle İngiltere ve Romanya'da önemli kazanımlar elde etmiştir. İngiltere'de altı ana beyaz eşya ürün grubundaki payını %9'dan %15'e çıkararak Arçelik, pazardaki 2'nciliğini sağlamış; Romanya'daki payını ise %35'e çıkararak, uzak ara liderliğini devam ettirmiştir. Marka bazında ise, Beko 2009 yılında, 2008 yılındaki başarısını tekrarlayarak, sekiz ana ürün grubunda dünyanın en çok satan ilk 10 beyaz eşya markası arasında yer almıştır.

## Etkin önlemlerle rekor kârlılığa ulaşılan bir yıl

Arçelik, özellikle 2'nci ve 3'üncü çeyrekte gösterilen performans ile kâr marjlarında önemli bir gelişme sağlamıştır. Stok yönetimine ilişkin tedbirler, ürün miksinin iyileştirilmesi, etkin işletme sermayesi yönetimi ve genel anlamda tüm süreçlerde sağlanan verimlilik artışı, Şirket'in kârlılığının artışındaki en önemli etkenlerden olmuş; faaliyet nakit akışı tarihinin en yüksek pozitif değerine ulaşmıştır. Yaratılan bu pozitif nakit akışı ile net finansal borç tutarı yıl içinde %60'tan fazla düşüş göstermiştir. Tedarik zinciri sürecinde başlatılan projelerin yanı sıra, 2009 yılı ortasında tamamlanan Arçelik ve Grundig Elektronik şirketlerinin birleşmesi de süreç yönetimine ve kârlılığa olumlu katkıda bulunmuştur.

Sektörün en kârlı şirketlerinden biri olan Arçelik'in global emsalleri ile arasındaki kârlılık farkı 2009 yılında artarak devam etmiştir. Önümüzdeki dönemde de Arçelik'in sektör ortalamasının üzerindeki kârlılık seviyesini koruması beklenmektedir.

## Arçelik A.Ş.'nin yeni vizyonu: "Dünyaya Saygılı, Dünyada Saygın"

2005 yılında vizyonunu "2010 yılında dünyanın ilk 10 markasından birine sahip olmak" olarak belirlemiş olan Arçelik, bu vizyonunu iki yıl öncesinden gerçekleştirmiş; uluslararası alanda güçlü ve rekabetçi bir konuma ulaşmıştır. Şirket, rekabetçi yapılanmanın küresel boyuta taşınmasını hedeflemektedir. Arçelik'i geleceğe taşıyacak yeni vizyonu; "Dünyaya Saygılı, Dünyada Saygın" olarak belirlenmiştir. Bu vizyona ulaşmak için, Arçelik, sürdürülebilir kârlı büyümeyi, her alanda pazar payını artırmayı, yenilikçiliği ve yaratıcılığı ve gerçek anlamda küresel bir organizasyona sahip olmayı ana iş hedefleri olarak belirlemiştir.

## Emsalsiz marka gücü

Son 11 senedir kesintisiz olarak Türkiye'de, "İlk Akla Gelen", "Tüketicinin Kendisini En Yakın Hissettiği" ve "İlk Hatırlanan" marka olan Arçelik, 2009 yılında da başarısını sürdürmüştür. Tüm sektörler göz önüne alınarak yapılan araştırmaya göre, Türkiye'de en çok hatırlanan ilk 5 markadan ikisi Arçelik'e aittir.

## Özel Mağazacılık

Arçelik, başarısının temel taşlarından biri olan yetkili satıcı teşkilatını yurtdışı pazarlara da ihraç etmektedir. Beko markalı ürünlerin satıldığı "Özel Mağazacılık" sistemiyle, başta Doğu Avrupa, Baltık Cumhuriyetleri ve Bağımsız Devletler Topluluğu ülkeleri olmak üzere global pazarlarda hızla yaymaktadır.

**%45  
az  
enerji**



## Dünya patent liginde ilk ve tek Türk şirketi: Arçelik

Türkiye'den yapılan patent başvurularının üçte birinden fazlasını gerçekleştiren ve bu konuda Türkiye'nin lideri olan Arçelik, her yıl 130'a yakın yeni patent başvurusu yapmaktadır. Şirket, 2008 yılında WIPO (Dünya Patent Organizasyonu) ilk 500 listesine giren ilk ve tek Türk firma olma özelliğini kazanmıştır ve Türkiye'yi dünyada patent başvuru artışıyla 2'nciliğe taşıyan lokomotif firma olmuştur. Arçelik, Türk Patent Enstitüsü tarafından 1995-2008 yılları arasında Türkiye genelinde en çok başvuru yapan firma olarak 1'incilik ödülüne layık görülmüştür. Ayrıca, 2009 yılında en çok patent başvurusu yapan, en çok patent tescilli alan, en çok uluslararası patent başvurusu yapan firma ödülleri alınmıştır.

Arçelik 2009'da, A sınıfı benzer bir ürüne göre %30 daha az ve dünyanın en az elektrik tüketen "Ekonomist" 8 kg. kapasiteli çamaşır makinesi; dünyanın en sessiz ve en az enerji tüketen ankastre fırınları; 7 litre ile dünyanın en az su tüketen, en sessiz ve en hızlı bulaşık makinesi ve kendi sınıfında dünyanın en az enerji harcayan ilk A++ No-Frost buzdolabı, "Siyah Orbital"i üretmiştir.

Arçelik tüketici elektroniği ürün gamında, daha az enerji tüketen, ince tasarımlı net görüntü sağlayan LED TV'leri pazara sunmuş ve daha akıcı, keskin net görüntü sağlayan 200 Hz ürünleri geliştirmiştir. Şirket, sayısal yayıncılığın gelişmesine paralel, kablo ve karasal yayınları ilave kutu gerektirmeyen HD kalitesinde yayınları alabilen tümleşik televizyonları üretmiştir.

Tüketici elektroniği alanında; "Çevreye ve Doğaya Saygılı Şirket Olma Stratejisi" kapsamında, %45 enerji tasarrufu sağlayan ve bekleme konumunda enerji tüketmeyen, Eko Panel LCD TV'leri piyasaya sunmuştur. Energy Star ve Eco Label standartlarına uygun çevreci ürünlerin tasarımı sistematik ve sürdürülebilir hale getirilmiştir.

## Uluslararası ödüllerin teyit ettiği teknolojik üstünlük

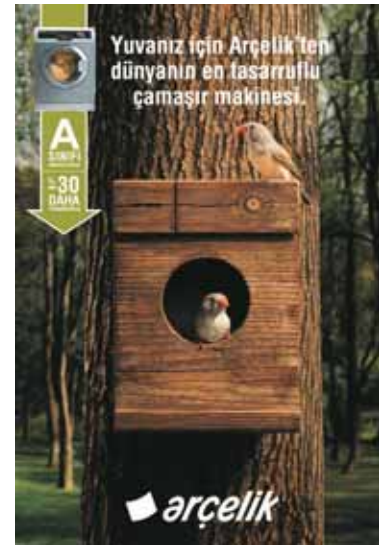
Arçelik'in Siyah Orbital 5088 NF buzdolabı ABD'de Appliance Design Magazine "Excellence in Design" yarışması Bronz Ödülü'nü almıştır. "Eco Top Ten" ve "Plus X - Yenilikçilik" ödüllerine sahip, kondenserli segmentte A sınıfı benzer bir ürüne göre %30 daha az enerji tüketen çamaşır kurutma makinesi ise Almanya ve Belçika'nın önde gelen tüketici dergileri tarafından "Tavsiye Edilen En İyi Çamaşır Kurutma Makinesi" seçilmiştir. Şirketin ürünleri kullanım kolaylığı ve tasarım alanlarında da sayısız ödül almıştır. Arçelik'in tüketici elektroniğindeki aldığı bazı ödüller ise; FineArts 40" LED TV'lerle "2009 Good Design", GR 32 GBG 6500 LCD TV ile Rusya RATEK (Rusya Tüketici Elektroniği ve Bilgisayar Donanımları Satıcıları ve Üreticileri Derneği) "Yılın Ürünü 2009" ödülü ve "Vision 9 LCD TV" Red Dot "Honourable Mention 2009" ödülü ile Plus X Ödülleridir.

## Arçelik-LG Klima

Arçelik-LG Klima, 70 bin m<sup>2</sup> alan üzerinde kurulu 2 milyon adet üretim kapasitesine sahip tesisleri ile Türkiye'nin ilk ve Avrupa'nın en büyük entegre klima üreticisidir. Yenilikçi yaklaşımı, güçlü teknolojik altyapısı, dağıtım ve servis ağıyla iç piyasada %51 payla lider konumda olan Şirket, Avrupa, Orta Doğu ve Afrika pazarlarında 35'ten fazla ülkeye ihracat yapmaktadır.

İklimlendirme alanındaki mevsimselliği ortadan kaldırmaya ve enerji verimliliğini artırmaya yönelik çalışmalar yürüten Şirket, projelerinde mevcut enerjinin verimli kullanımına ve enerji gerektiren sistemlerde yenilenebilir enerji kaynaklarından tam ya da kısmi faydalanmaya odaklanmaktadır. Ürün çeşitliliğindeki artış ihtiyacına cevap verebilmek için büyük çaplı üretim ve teknoloji yatırımları yapan Arçelik-LG Klima, başarıyla tamamladığı ilk 10 yılın ardından yeni başarılarına imza atmayı hedeflemektedir. Bunun için kısa vadede Ar-Ge bölümünü güçlendirmeyi ve ticari klima pazar payını artırmayı, uzun vadede ise bir evin tüm iklimlendirme ihtiyacını karşılayacak çözümler üretmeyi amaçlayan Şirket, bölgenin en büyük klima üreticisi olma yolunda ilerlemektedir.

Arçelik, dünya çapında en çok uluslararası patent başvurusu yapan şirketler listesinde 101'inci sırada yer almaktadır.



44  
45



Artcool Frame Klima

2007 RANKING	POSITION CHANGED	APPLICANT'S NAME	COUNTRY OF ORIGIN	PCT APPLICATIONS PUBLISHED IN 2007	INCREASED OVER 2006
101	30	ARÇELİK ANONİM ŞİRKETİ	TR	143	47

## FARKLIYIZ FARKINDAYIZ

- 55 yıllık tecrübe
- Türkiye'nin lider, Avrupa'nın 3'üncü büyük beyaz eşya şirketi
- Teknolojik üstünlük ve ödüllü ürünler
- Dünyanın en kârlı beyaz eşya şirketlerinden biri
- Beko ile dünyanın en çok satılan 10 beyaz eşya markasından biri