

Dünya çapına yayılmış üretim ağımızda son teknolojilerle geliştirdiğimiz ürünler, müşterilerimizin hayatını kolaylaştırıyor.



Feriha Sertçelik Birol
Arçelik
Ar-Ge Uzmanı

Mehmet Cakcak
Arçelik
Bayi

**Türkiye'de beyaz eşya,
televizyon ve klimada
lider**

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

**İngiltere pazarında
2'nci büyük oyuncu**



Hande Sarıdal
Arçelik
Hazine Yöneticisi



Selçuk Gülman
Arçelik LG Klima
Montaj Bantları Bakım Operatörü

Avrupa pazarlarının büyüdüğü bir yıl

DAYANIKLI TÜKETİM

2010 yılında gözlenen ekonomik gelişmeler, Arçelik Grubu'nun ana pazarları olan Batı Avrupa ve Doğu Avrupa pazarlarını da olumlu yönde etkilemiştir. Beyaz eşya sektöründe, 2010 yılında, Batı Avrupa'da %2,8, Doğu Avrupa'da ise %8,6 düzeyinde büyüme görülmüştür.

2010 yılında sektörde yaşanan önemli gelişmeler

2008 yılının ortasında başlayan ve 2009 yılında derinleşen global ekonomik kriz, 2010 yılında büyük ölçüde aşılmış, tüketim yeniden artmaya başlamıştır. Tüketici güven endeksleri, 2010 yılsonunda, 2008 yılı başındaki kriz öncesi seviyelerine geri dönmüştür.

Bu gelişme, beyaz eşya sektöründe faaliyet gösteren şirketleri de olumlu yönde etkilemiş, şirketlerin satışları bir önceki yıla göre artış göstermiştir. 2009 yılında, global talebin daralması sonucunda gerileyen emtia fiyatları, 2010 yılında, ekonomideki canlanma ile birlikte, yeniden artmaya başlamıştır. 2010 yılında beyaz eşya sektöründeki diğer önemli gelişme ise, dünyanın farklı coğrafyalarında satın alma ve birleşmeler yoluyla endüstride konsolidasyonun devam etmesidir.

2010 yılında gözlenen ekonomik gelişmeler, Arçelik Grubu'nun ana pazarları olan Batı Avrupa ve Doğu Avrupa pazarlarını da olumlu yönde etkilemiştir. Beyaz eşya sektöründe, 2010 yılında, Batı Avrupa'da %2,8, Doğu Avrupa'da ise %8,6 düzeyinde büyüme görülmüştür.

Türkiye'de ise, bir önceki yıl yaşanan daralma sonrasında, 2010 yılında, beyaz eşya pazarı genişlemiştir. Beyaz Eşya Sanayicileri Derneği verilerine göre, 2010 yılında iç piyasada beyaz eşya toplam satışları %8,2 oranında artmış olup, beyaz eşya ihracatında ise %9'luk bir artış meydana gelmiştir.

Tüketici elektroniğinde süren büyüme

2010 yılında, küresel LCD televizyon pazarı büyümeye devam etmiş ve %19 artışla 100 milyar ABD dolarına ulaşmıştır. Miktar bazında ise artış oranı %31 olarak gerçekleşmiştir. 2010 yılında toplam 190 milyon adet LCD televizyon satılmıştır.

Batı Avrupa pazarında 2010 yılında, LCD televizyon satışları 2009 yılına göre %18 oranında artışla 39 milyon adede ulaşırken, satış gelirleri 21 milyar ABD doları seviyesinde seyretmiştir.

Türkiye'de, LCD televizyonlara dönüşüm, 2010 yılında da devam etmiştir.



Koç Topluluğu Dayanıklı Tüketim Grubu

Koç Topluluğu'nun dayanıklı tüketim sektöründeki şirketleri 2010 yılında da sektördeki lider konumlarını korumuştur. Türkiye'nin en yaygın satış ve satış sonrası hizmet ağına sahip olan Koç Topluluğu şirketleri, %50 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, sektörde Avrupa'nın 3'üncü büyük şirketi konumundadır.

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



Türkiye'nin en yaygın satış ve satış sonrası hizmet ağına sahip olan Koç Topluluğu şirketleri, %50 pazar payı ile beyaz eşyada liderliklerini sürdürmüştür. Dayanıklı Tüketim Grubu şirketleri, Türkiye'de televizyon ve klimada da lider durumdadır.

Dünyanın 100'den fazla ülkesinde ürün ve hizmet sunuyoruz.

ARÇELİK

Toplam Ciro

4.623 milyon ABD doları

İç Piyasa Pozisyonu

Beyaz eşya, LCD televizyon ve klima pazarlarında lider

Dağıtım Ağı:

3.600 yetkili satıcı

590 satış sonrası servis noktası ile Türkiye'nin en geniş hizmet ağına sahip şirket

Global Faaliyet Ağı

19 bin çalışan

4 ülkede **11** üretim tesisi

Uluslararası satış ve pazarlama organizasyonu

100'den fazla ülkede ürün ve hizmet

Uluslararası Pozisyon

İngiltere'de altı ana beyaz eşya ürün grubunda **%16,4** pazar payıyla **2'nci**

Romanya'da **%34** pazar payıyla açık ara lider

Yurt Dışı Gelirlerinin Payı

%51

FAVÖK

553 milyon ABD doları

Faaliyet Kâr Marjı

%9,2

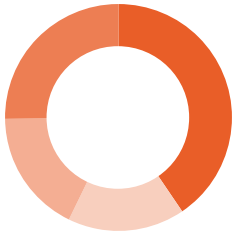
Ortaklık Yapısı

Koç Holding **%40,51**

Diğer Koç **%16,69**

Burla Grubu **%17,61**

Halka Açık **%25,19**



www.arcelikas.com.tr

56 yıllık tecrübe

1955 yılında kurulan Arçelik A.Ş., Türkiye, Rusya, Romanya ve Çin'de bulunan 11 ayrı üretim tesisi, yurt dışında faaliyet gösteren satış ve pazarlama şirketleri ve 10 markasıyla, 100'den fazla ülkede ürün ve hizmet sunmaktadır. Yaklaşık 3.600 yetkili satıcı ve 590 satış sonrası servis noktası ile Türkiye'nin en geniş hizmet ağına sahip şirketi olan Arçelik, 2010 yılında, ankastr ürünlerin hızla geliştiği beyaz eşya pazarı ile LCD televizyon ve klima pazarlarında liderliğini sürdürmüştür.

Arçelik, 2010 yılında dünya dayanıklı tüketim sektöründe en iyi performans gösteren şirketlerden biri olmuştur. Pazar payı pek çok bölgede artış gösteren Şirket, yeni dağıtım kanallarına girmiş ve yeni raf görünürlükleri kazanmıştır. Aynı zamanda ürün miksinde iyileşme sağlayarak ortalama satış fiyatını da yükseltmiştir.

Sektörün en kârlı şirketlerinden biri olan Arçelik'in ana rakipleri ile arasındaki kârlılık farkı 2010 yılında sürmüştür. Önümüzdeki dönemde de Arçelik'in sektör ortalamasının üzerindeki kârlılık seviyesini koruması beklenmektedir.

Sektörün en kârlı şirketlerinden biri olmanın yanı sıra Arçelik, sektörün en hızlı büyüyen şirketi olmayı da sürdürecektir. Büyümenin özellikle gelişmekte olan ülke pazarlarından kaynaklanması beklenmektedir.

Arçelik, 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 %16,4'e çıkaran Arçelik, pazardaki 2'nciliğini sağlamış; Romanya'da ise %34 pazar payıyla, açık ara liderliğini devam ettirmiştir. Fransa'da pazar payını en çok artıran şirketler arasında yer alan Arçelik, İspanya'da da pazar payını iki katına çıkartmıştır.

Emsalsiz marka gücü

Arçelik, tüm sektörler göz önüne alınarak yapılan Nielsen Markalar Araştırması'nda son 12 senedir kesintisiz olarak Türkiye'de, "İlk Hatırlanan" ve "Tüketicinin Kendisini En Yakın Hissettiği" marka olma başarısını 2010 yılında da sürdürmüştür.

Patent ligi şampiyonu

Arçelik, sürdürülebilir gelişim prensibi doğrultusunda yürüttüğü çevre dostu faaliyetleriyle, daha yüksek verime sahip, daha az enerji ve kaynak harcayan ürünleriyle, çevreyi ve doğal kaynakları korumayı sürdürülebilir kılmayı hedeflemektedir.

2008 yılında Dünya Patent Organizasyonu (World Intellectual Property Organization - WIPO) tarafından yayımlanan en çok uluslararası patent başvurusu yapan firmalar sıralamasında ilk 500 listesine giren ilk ve tek Türk firma olan Arçelik, fikri haklar ve patent başvuruları konusunda Türkiye'de lider konumdadır. 2010 yılında önceki yıllara paralel olarak 142 adet patent başvurusu gerçekleştirmiştir.

Arçelik, 2010 yılında Türk Patent Enstitüsü tarafından 2009 yılı sonuçlarına göre verilen "En Fazla Patent Başvurusu Yapan Firma", "En Fazla Patent Tesciline Sahip Firma" ve "En Fazla Uluslararası Patent Başvurusu Yapan Firma" ödüllerini almıştır.

Dünyanın en az su ve enerji harcayan ürünleri

Doğal kaynakları korumayı ve sürdürülebilir kilmayı yönetim anlayışının bir gereği olarak benimseyen Arçelik, sadece bugünün değil, geleceğin standartlarına da uyumlu ürünler geliştirmeyi ve tüketiciye sunmayı hedeflemektedir.

Arçelik, beyaz eşya sektöründe birçok yeniliğe daha imza atarak, kendi sınıfında dünyanın en az kaynak tüketen ürünlerini üretmektedir. A enerji sınıfından %50 daha az enerji harcayan ve 2010 yılı sonunda Avrupa'da kullanılmaya başlayan, yeni enerji etiketi kanununa göre en verimli enerji sınıfı olan A+++'dan daha verimli performansı ile dünyada bir ilk olan, "Dünyanın En Az Enerji Harcayan" ürünü Ekonomist çamaşır makinesi; aynı hacimdeki mevcut A sınıfı No-Frost ürünlerden %60 daha az enerji tüketen, "Dünyanın En Az Enerji Harcayan" ilk A+++ No-Frost Yeni Siyah Orbital buzdolabı, Ekonomi 6L programında 6 litrelik su tüketim değeri ile "Dünyanın En Az Su Tüketen", Ekonomi 500C programıyla A sınıfından %30 daha az enerji tüketen "Dünya'nın En Az Harcayan" ürünlerinden biri, hızlı 58 dk. programıyla A performans yıkama sınıfı "Dünyanın En Hızlı" bulaşık makinesi: Yeni Ecologist Arçelik'in bu kapsamda ürettiği ürünlerden bazılarıdır.

Ödüllerle tescillenen başarı

Arçelik'in beyaz eşya ve LCD ürünleri tasarım, kullanım kolaylığı, ekoloji ve teknoloji alanlarında Plus X ödüllerine layık görülmüş, Şirket'in ürünleri İngiltere'nin önde gelen tüketici dergisi "Which?"de "Best Buy" seçilmiştir.



Arçelik, kendisini geleceğe taşıyacak yeni vizyonunu, "Dünyaya Saygılı, Dünyada Saygın" olarak belirlemiştir. Bu vizyon doğrultusunda, Arçelik, sürdürülebilir kârlı büyümeyi, her alanda pazar payını artırmayı, yenilikçi, yaratıcı çözümler sunmayı ve gerçek anlamda küresel bir organizasyona sahip olmayı ana iş hedefleri olarak belirlemiştir.

Arçelik, "Avrupa Birliği Çevre Ödülleri 2010 - Avrupa Programı" kapsamında, "Yönetim" kategorisinde üç finalistten biri olmuştur.

1987 yılından bu yana verilen "Avrupa Çevre Ödülleri" çerçevesinde, ilk kez Avrupa Birliği üyesi olmayan bir ülkeden bir şirket finalist olmayı başarmıştır.

Beko Plc., ticari ve finansal performansı ile İngiltere'de "En İyi Dayanıklı Tüketim Şirketi" ve "Sektöründe En Hızlı Büyüyen Şirket" seçilirken, Beko LLC, Rusya Enerji Kurumu tarafından "Enerji Tasarruflu Ürünler Üreten En İyi Şirket Ödülü"ne layık görülmüştür.

Arçelik'in Eskişehir Buzdolabı İşletmesi, Japan Institute of Plant Maintenance tarafından "TPM Special Award - Toplam Verimlilik Yönetimi Özel Ödülü"ne layık görülerek, dünya beyaz eşya sektöründe bu ödülü alan ilk işletme olmuştur.

Gelecekte Arçelik

2005 yılında vizyonunu "2010 yılında dünyanın ilk 10 markasından birine sahip olmak" olarak belirlemiş olan Arçelik, bu vizyonunu iki yıl öncesinden gerçekleştirerek uluslararası alanda güçlü ve rekabetçi bir konuma ulaşmıştır. Rekabetçi yapılanmasını küresel ölçekte vurgulamayı hedefleyen Arçelik, kendisini geleceğe taşıyacak yeni vizyonunu, "Dünyaya Saygılı, Dünyada Saygın" olarak belirlemiştir. Arçelik, bu vizyon doğrultusunda sürdürülebilir kârlı büyümeyi, her alanda pazar payını artırmayı, yenilikçi, yaratıcı çözümler sunmayı ve gerçek anlamda küresel bir organizasyona sahip olmayı ana iş hedefleri olarak belirlemiştir.

ARÇELİK-LG KLİMA

2000 yılında 300 bin adet üretim kapasitesi ve 261 personel ile yola çıkan Arçelik-LG, bugün yıllık 2 milyon adet üretim kapasitesi ve toplam 1.500 personel ile Türkiye'nin ilk, Yakın Doğu ve Avrupa'nın en büyük klima üreticisidir. Yenilikçi yaklaşımı, güçlü teknolojik altyapısı, geniş dağıtım ve servis ağı sayesinde yurt içinde %51 pazar payıyla lider konumda olan Şirket, Avrupa, Orta Doğu, Afrika ve Bağımsız Devletler Topluluğu başta olmak üzere 50'den fazla ülkeye ihracat yapmaktadır.

2010 yılında yurt içi ve yurt dışı satış adetlerinde 2009'a göre artış yaşanmıştır. Bu trendin 2011'de de sürmesi beklenmektedir. Özellikle 2008 yılında girilen ticari klima alanında 2011'de pazar payının artırılarak, 2010 yılında 50 milyon TL olan cironun 70 milyon TL'ye çıkarılması hedeflenmektedir.

Klima pazarını enerji tasarruflu ürünler şekillendiriyor

Arçelik-LG, tüketicilerin tüm beklentilerini karşılamak üzere çalışmalarını sürdürürken, sahip olduğu çevre bilinci ve sosyal sorumluluk anlayışı doğrultusunda, doğa dostu ürünlerin geliştirilmesine de büyük önem vermektedir.

Türkiye'nin en büyük bireysel ve ticari klima üreticisi olan Arçelik-LG, 2010 yılında büyüme stratejisi doğrultusunda ürettiği ileri teknoloji ürünü cihazların yanı sıra yeni iş alanları ile de pazardaki etkinliğini artırmıştır. Sektörde açık ara liderliğini koruyan Şirket, büyüme stratejisi kapsamında iklimlendirme ve mühendislik sistemleri, yenilenebilir enerji ve toplam çözüm hizmetlerini yeni iş kolları olarak belirlemiştir.

Büyüme yolunda üç temel stratejik hedef

Arçelik-LG, kuruluşunun 10'uncu yılı olan 2010'da sektörünün küresel gücü olmak ve "iklimlendirme alanında ilk tercih olmak" şeklinde ifade ettiği vizyon doğrultusunda, büyümeyi sürekli kılacak bir dizi yeni stratejiyi hayata geçirmektedir. Bu stratejiler, yurt içinde ev tipi klima pazarında liderliği sürdürmek, ihracat pazarlarında büyümek ve yeni odak noktaları olan iklimlendirme, mühendislik sistemleri, yenilenebilir enerji ve toplam çözüm hizmetlerinde de lider ve öncüdür.