

2015 YILSONU TELEKONFERANS TRANSKRİPTİ

7 Mart 2016

Şirket Katılımcıları

Görkem Elverici : T.Şişe ve Cam Fabrikaları A.Ş – Mali İşler Başkanı

Başak Öge : T.Şişe ve Cam Fabrikaları A.Ş – Yatırımcı İlişkileri Direktörü

Sunum

Operatör

Türkiye Şişe ve Cam Fabrikaları A.Ş.'nin Yıl Sonu Finansal Sonuçlarına İlişkin Düzenlenen telekonferansa hoş geldiniz. Şimdi sözü Mali İşler Başkanı, Görkem Elverici'ye ve Yatırımcı İlişkileri Direktörü, Başak Öge'ye bırakıyorum. Söz sizindir.

Görkem Elverici

Çok teşekkürler. Tünaydın, Hanımlar, Beyler. 2015 yılı finansal sonuçlarımızdan ve yıl içerisinde yaşanan gelişmelerden söz edeceğimiz telekonferansa hoş geldiniz. Bugün, Hazine ve Finansman Direktörümüz Sayın Barış Gökalp ve Yatırımcı İlişkileri Direktörümüz Sayın Başak Öge ile birlikteyiz. Sunum sonrasında sorularınızı almaktan mutluluk duyacağımızı belirtir, ayrıca sunum ve soru cevap bölümü içerisinde yer alan ileriye dönük açıklama ve varsayımlarımız bugünkü şartlar dâhilinde geçerli olduklarını ve değişikliğe uğrayabileceklerini hatırlatmak isteriz.

Sunumumuza sayfa 2'de, 2015 yılı içerisindeki finansal performans üzerinde konuşmaya başlamadan önce, ekonomik ve politik konjonktürü özetleyip operasyonlarımız üzerinde önemli etkileri olmuş sektörel gelişmelerden kısaca bahsederek devam edeceğim.

Sayfa 3'te, 2015'te küresel ekonomi yaklaşık %3 büyümüşken IMF 2016 yılı büyüme beklentisini daha iyimser bir yaklaşımla %3,4 olarak belirlemiş fakat geçtiğimiz ay büyüme beklentisini %3'e düşürmüştür. Gelişmekte olan ekonomilerin aralıksız olarak 5. yılda da büyümeleri yavaşlama kaydetmiş olmalarına rağmen ortalama büyüme oranı %4'e yakın seviyelerde gerçekleşmiş, öte yandan Çin'in büyümesi %6,9 seviyelerine kadar gerilemiş, Hindistan'ın büyüme oranı ise Çin'i geçerek %7,3 olarak gerçekleşmiştir. Gelişmiş ekonomilerdeki büyüme oranı, Euro bölgesinde %1,5 olmak üzere, %2 seviyelerinde gerçekleşmiştir. FED'in 2016 içerisindeki faiz artış planlarında ihtiyatlı davranması beklenmektedir ve piyasadaki genel görüş 2016 yılında görülecek olan faiz artış sıklığı ve toplam faiz artış oranının 2015 yılındaki beklentilerden daha düşük olacağı yönündedir.

Sayfa 4'te, Türkiye'deki makroekonomik gelişmelere göz atacağız. 2015 yılında yer alan 2 genel seçim, bölgedeki jeopolitik gerginlikler ve gelişmekte olan ekonomilere ait para birimlerindeki değer kaybından Türk Lirası da payını almış olmasına rağmen ekonomideki büyüme oranını %4 seviyesinde gerçekleştirmiştir. %9 seviyesindeki enflasyon oranı Türk ekonomisinin önemli bir sorunu olmaya devam etmiştir. Türk Lirası Euro ve Amerikan Dolar'ından oluşan sepet karşısında %15,2 değer kaybederken, Türkiye'nin net petrol ithalatçısı olması ve düşük petrol fiyatları sonucunda dış ticaret dengesinde iyileşme gözlenmiştir.

Sayfa 5'te, küresel ekonomi ve bizim operasyonlarımız açısından önem arz eden diğer coğrafyalara kısa bir göz atalım.

Halen kırılğan olmaya devam eden tüketici duyarlılığına sahip Euro Bölgesi bizim için çok önemli bir Pazar olmaya devam etmektedir. 2015 yılında %1,5 seviyesinde kalan sınırlı büyüme oranı ve Avrupa Merkez Bankası'nın varlık alım programını 2017'ye uzatacağı yönündeki beklentiler eksi faiz ortamı yaratılmış

olmasına rağmen bankacılık sektörünün zayıf kalması sebebiyle, başta Almanya ve Fransa olmak üzere bölge ekonomilerini canlandırmakta yetersiz kalmıştır.

2015 yılında ABD GSMH büyüme oranı 2014 yılı rakamına yakın bir seviye olan %2,4 seviyesinde gerçekleşmiştir. 2016 yılı içerisinde ABD piyasalarını takip ederken dikkat edilmesi gereken en önemli nokta FED'in talepteki daralma, gelişmekte olan ekonomilerin büyüme oranlarındaki azalma ve güçlenen Amerikan Dolar'ı sebepleriyle 2016 yılında gerçekleştireceği faiz artışları konusunda daha ihtiyatlı davranacak olmasıdır. Amerika ekonomisi ihracat rakamının 2009 yılından bu yana ilk kez %4,8 düşüş kaydetmiş ve ticaret açığı %4,6 yükselerek 530 Milyar USD seviyesinde gerçekleşmiştir.

Düşen petrol fiyatları, Dünya'nın en büyük enerji ihracatçısı olan Rusya'ya ekonomisine destek olmamaktadır. 2015 yılında ülke ekonomisi %3,7 oranında daralmış, enflasyon oranı %13'e yükselmiş ve Rus Rublesi Amerikan Dolar'ı karşısında %22 değer kaybederek devalüasyondan payını almıştır. AB tarafından hayata geçirilen ekonomik yaptırımlar ile Suriye konusundaki politik gerginlik Rusya ekonomisindeki iyileşmenin yakın gelecek içinde pek mümkün olmadığı izlenimini yaratmaktadır.

Son olarak, Ukrayna'daki konjonktür bir önceki yıla nazaran fazla bir değişikliğe uğramamış, 2015 yılında GSMH daralmış, enflasyon oranı %40 seviyelerini aşmış ve Ukrayna yerel para birimi olan Grivna Amerikan Dolar'ı karşısında %35 değer kaybetmiş, politik dengesizlik ve reform eksikliğine dair riskler var olmaya devam etmiştir. Pazar şartlarını yakından izlemeyi sürdürmekte ve özellikle lojistik tarafta olmak üzere piyasa şartlarında olumlu gelişmeler olması halinde fabrikayı yeniden faaliyete geçirmek ve tekrar üretime başlamak için hazırlıklarımıza devam etmekteyiz.

Sunumumuza sayfa 7'de, faaliyetlerimizi ilgilendiren sektörler hakkında konuşarak devam edeceğim. Öncelikle küresel ve Türkiye cam pazarları gelişmelerden kısaca bahsetmek isterim. Aralarında var olan yüksek ilişki sebebiyle, küresel ekonomiler ve gelişmekte olan pazarlardaki beklenen GSMH artışına paralel olarak, tamamlanan seçici kapasite artışları neticesinde, küresel cam pazarında yıllık %2-4 seviyelerindeki büyüme beklentisi devam etmiştir. Türk Cam Sanayii'nin 3,8 milyon ton üretim kapasitesi olup, bunun yaklaşık olarak %80'i Şişecam'a aittir. 2015 yılında Türkiye'den yapılan cam ihracatı %2 oranında azalmış, ülkeye yapılan cam ithalatında %11 oranında düşüş kaydedilmiştir. Rusya ve İtalya'dan yapılan ithalatlarda artış görülse de Çin halen ithalatta en büyük paya sahiptir.

Sayfa 8'de, Bilindiği üzere, Türkiye otomotiv sanayii, yurtiçi satışları ve ihracatın %25'in üzerinde büyümesi ile çok iyi bir yıl geçirmiştir. Otocam faaliyetlerimizde çok daha büyük önem taşıyan Avrupa Bölgesindeki otomotiv satışları, GSMH'daki düşüğe rağmen, özellikle Almanya, İngiltere ve İtalya'dan gelen taleple sonucunda yaklaşık %10 büyüme kaydetmiştir. İnşaat sanayii açısından 2015 yılının, özellikle genel seçimler sebebiyle ve politik açıdan belirsizliklerin sonucunda, ertelenen yatırımlar neticesinde çok da parlak geçmemiş olmasına rağmen Türk inşaat sanayii 2015'in ilk 9 ayında %3,4 büyüme kaydetmiştir. Ertelenen yatırımlar neticesinde baskılanan talebin 2016'da açığa çıkacağına inanıyoruz ki geçtiğimiz birkaç aydaki satışlarımız bu beklentimizi doğrular nitelikte olmuştur. Her ne kadar satışlarımız içerisindeki payı az olan bir alt pazar olsa da beyaz eşya satışlarında da artış gözlenmiştir. 2015 yılında, Şişecam üretimde %9, satışlarda %6 ve Türkiye'den ihracatta %7 büyüme kaydetmiştir. Turizm gelirlerinin önemli bir bölümünün Rusya'dan gelen talep kaynaklı olması ve bölgedeki jeopolitik gerginliklerden yola çıkarak 2016 yılında Türkiye'nin turizm gelirlerinin azalacağı öngörülmektedir.

Sunumumuza sayfa 9'da, finansal sonuçları incelemeye başlamadan evvel 2015 yılı içerisinde Topluluğumuza ilişkin gelişmelerden bahsederek devam etmek istiyorum. 2015 yılı içerisinde sermaye yapısını sadeleştirmek ve ana faaliyet dışı varlıklarımızı elden çıkarmak amaçlarımıza yönelik birkaç işlem gerçekleştirdik.

2015 yıl sonunda cam ev eşyası ve düzcam faaliyetlerimizin ortak girişimi olan ve ana ortakların finansal tablolarına özkaynak yöntemiyle konsolide edilen Trakya Bulgaria EAD'nin yeniden yapılandırılması tamamlanmıştır. Artık iki operasyon ayrı ayrı yürütülecek ve iki faaliyet kolunun finansal performansları

birbirlerine bağılı olmaksızın izlenebilecektir. Buna ek olarak otomotiv sektörü operasyonları da ayrılmış olup Bulgaristan otomotiv üretim ve satışına yönelik gelişmelerin daha kolay izlenmesi mümkün olabilecektir.

Ağustos Ayı'nda gerçekleştirdiğimiz telekonferans'ta da belirttiğimiz üzere Anadolu Cam portföyünde bulunan ve şirketin sermayesi içerisindeki toplam payı %3,3 olan Soda Sanayii hisselerinin satışını 2015 Mart ayı içerisinde gerçekleştirmiş. Anadolu Cam, ayrıca Rusya ve Ukrayna'daki yerel ortaklarının paylarını da satın almıştır.

Şişecam'ın Beyoğlu'nda yer alan binasının satışı 62 Milyon TL karşılığında aynı dönemde gerçekleştirilmiştir. Şirketin Beykoz ve Çayırova'daki arsaları satılık olmaya devam etmektedir.

Kapasite tarafında, Bulgaristan'daki 2. hat ve Anadolu Cam Eskişehir'deki 3. fırın tamamlanmış ve üretime başlanmış ayrıca Bosna Hersek'teki Soda Lukavac fabrikasındaki üretim kapasitesi 80,000 ton artırılmıştır.

2015 yılı içerisindeki yatırım ve idame harcamaları 2014 yılı rakamının biraz altında olacak şekilde toplam 1,1 Milyar TL (yaklaşık 350 Milyon USD) olarak gerçekleşmiştir.

Son olarak, tüm faaliyet alanlarımızda devam eden ve ürün çeşitliliğini artırmak amacıyla gerçekleştirilen AR-TE-GE çalışmaları neticesinde önceki dönemlerde ithalini gerçekleştirdiğimiz zeytin yeşili şarap şişeleri ve 8 adet katma değerli yeni kaplama düzcam ürünü üretilmeye başlanmıştır. 2,5 yıl önce Almanya'da gerçekleştirilmiş olan şirket alımı ile yaratılan sinerji sayesinde Avrupalı büyük orijinal ürün üreticileriyle oto cam tedariki kapsamında yeni anlaşmalar yapılmıştır.

Şimdi sabırla beklemekte olduğunuz finansal ve operasyonel sonuçlar bölümüne geçebiliriz. Sayfa 11'de, Ruble'nin TL bazındaki gelirlere etkisinin azalması ve ülkedeki 3 faaliyet kolumuzu da etkileyen talep daralması sebepleriyle Rusya operasyonlarının sınırlı ölçüdeki katkısına rağmen Şişecam'ın 2015 yılı gelirleri %8 artarak 7,4 Milyar TL seviyesine ulaşmıştır. Satışların %33'ü düzcam faaliyetleri, %22'si cam ev eşyası, %21'i cam ambalaj ve %20'si kimyasallar bölümleri tarafından gerçekleştirilmiştir. Kalan %4 ise yeniden yapılandırma öncesinde kimyasallar bölümü altında muhasebeleştirilen enerji işlemleri sonucunda elde edilen diğer gelirlerden ibarettir. Satışlardaki büyüme %8 iken, FAVÖK seviyesindeki büyümenin arızı gelirler dâhil tutulduğunda %29, arızı gelirlerden arındırılmış halde ise % 17 olduğunu belirtmek gerekmektedir. Arındırılmış FAVÖK marjı stratejimize paralel olarak %21 seviyesine yükselmiş ve son 3 yıldır olduğu gibi bu yıl da %20 seviyesinin üzerinde kalmıştır. Bu marj seviyesinin 2015 yılı başlarındaki yönlendirmelerimizle aynı doğrultuda olduğu görülmekte ve uzun dönemde sürdürülebilir bir düzey olduğuna inanılmaktadır. Karlılık seviyesindeki bu artış, Ağustos Ayı'ndaki telekonferans'ta da belirttiğimiz üzere, sürdürülebilir operasyonel mükemmeliyetçilik ve verimlilik projelerine odaklanmamız ve tamamlanan sermaye yatırımları sonucunda ulaşılan kapasite kullanım oranları kaynaklıdır.

Sayfa 12'de, 2015 yılında satılan malın maliyetinin satışlara oranı %73'ten %70,6'ya düşmüş ve böylelikle 2014 yılında 1,9 Milyar TL olan brüt kar 2015'te 2,2 Milyar TL seviyesine ulaşmıştır. Brüt kardaki %16'lık büyüme 2014 yıl sonunda %27,2 olarak kaydedilmiş olan brüt kar marjını %29,4 seviyesine yükseltmiştir. 2015 yılı FVÖK değeri 2014 yılına göre %52 oranında artmıştır. Arızı gelirlerden arındırılmış FVÖK değerindeki artış %27, 2014 yılında %10 seviyesinde olan FVÖK marjı %14 ve arındırılmış FVÖK marjı %12 olarak kaydedilmiştir. FAVÖK seviyesindeki karlılık kapsamındaki değerlendirmelerimi bir önceki sayfa üzerinde dile getirdiğimden bir kez daha tekrar etmiyorum.

Sayfa 13'te 3 yıllık ortalama FAVÖK marjlarına dikkatiniz çekmek istiyorum. Düzcam operasyonlarından elde edilen FAVÖK karlılığı son 3 yılın ortalama marjı ile aynı seviyede gerçekleşmiştir. Son 3 yılın yatırım dönemi olması, Bulgaristan yatırımının 2015 yılında tamamlanmış olması ve Rusya operasyonlarında arzu edilen kapasite kullanım oranlarının altında faaliyet gösterilmesi, karlılığın önceki yıllarla aynı seviyede kalmasına neden olmuştur. Yatırımların tamamlanmasını takiben artış gösteren kapasite kullanım oranlarının marjlar üzerindeki etkisini 2016 yılıyla birlikte görmeye başlayacağımıza inanıyoruz.

Cam ev eşyası bölümünün FAVÖK marjı, operasyonel verimlilik ve fiyatlamalardaki artış sebebiyle son 3 yılın ortalamasına göre önemli ölçüde büyüme kaydetmiştir. Bu durum 2016 yılının 2. yarısında gerçekleştirilmeyi planladığımız Paşabahçe'nin halka arz süreci açısından olumlu bir sinyaldir.

Cam ambalaj bölümünde önceki 3 yıla ilişkin ortalama karlılık oranının üzerindeki marj, temelde güçlü Türkiye operasyonları kaynaklıdır. 2016 yılında Rusya'da gerçekleştirilmiş olan fiyat artışlarının marjlar üzerindeki etkisi bu yıl içerisinde gözlemlenebilir olacaktır.

Kimyasallar bölümünde güçlü finansal performans, önemli ölçüde artış kaydedilmemiş maliyetler, güçlü fiyat ortamı ve özellikle %100 kapasite kullanımı ile yapılan soda üretimi neticesinde FAVÖK marjında artış kaydedilmiştir.

Grup bazında, Şişecam FAVÖK marjını sahip olduğumuz işkolu dağılımını da dikkate alarak %20'nin üzerinde tutmayı hedeflemekteyiz.

Sayfa 14'te, 2015 yılı içerisinde Şişecam'ın dengeli operasyonlar portföyünde bir önceki yıla kıyasla önemli bir değişiklik gözlenmemiştir. Tamamlanan yatırımlara paralel olarak düzcam Şişecam'ın gelirlerine katkısı en yüksek olan bölüm olmaya devam etmiştir. Dikkatinizi çekmek istediğimiz bir diğer husus; 2014 yılında düşük tutarda olan "diğer gelirler" kaleminin Şişecam Enerji A.Ş. tarafından gerçekleştirilen enerji alım satım işlemleri sonucunda elde edilen ve yeniden yapılandırma öncesinde kimyasallar bölümü altında muhasebeleştirilen gelirlerden oluşmasıdır.

Sayfa 15'te, her bir faaliyet kolunun Şişecam konsolide FAVÖK rakamına katkısı görülmektedir. 2015 yılında, kimyasallar bölümünün konsolide FAVÖK'e olan katkısı düzcam bölümünden daha yüksek olmuştur. Cam ev eşyası operasyonlarının katkısı 2014'te %12'den, 2015'te % 16'ya yükselmiş, öte yandan cam ambalaj bölümünün konsolide FAVÖK içerisindeki payı 2014'te %22'den 2015'te %21'e gerilemiştir. "Diğer" bölümünde gösterilen FAVÖK rakamlarındaki artışın sebebi az önce belirtildiği üzere grup şirketlerine enerji tedarik eden Şişecam Enerji A.Ş.'nin tüm yıl rakamları üzerindeki etkisi kaynaklıdır. Sunumun ilerleyen bölümünde her bir iş kolunu detaylı olarak inceleyeceğimizden bu sayfa üzerinde daha fazla ayrıntıya girmiyorum.

Sunumun 16. sayfasında, yatırım harcamalarından bahsetmek istiyorum. Hatırlayacağınız üzere 2015 yılı içerisinde gerçekleştireceğimiz yatırımlarımıza ilişkin planlarımızı "makul" sıfatıyla nitelendirmiş hatta 2015 ve 2016 yıllarını Şişecam grubu için yatırımların olumlu etkilerinin görülmeye başlanacağı bir dönem olarak tanımlamıştık. 2015 yılında bakım ve onarım giderlerini de içeren yatırımlar harcamalarının 1,1 Milyar TL tutarında gerçekleşmesi sonucunda yatırımların satışlara oranı %15 seviyesine gerilemiştir. Seçici olarak birleşme & satınalma fırsatlarını takip etmeye devam ediyor olmamızın yanı sıra, cam segmentlerinde kapasite artışı planlanmamış olup, soda külü üretiminde küçük çaplı bir kapasite artışı planlanmıştır. Ayrıca, Rusya ve Türkiye'de bazı fırınlarda soğuk tamir ve enerji ve operasyonel verimlilik yatırımlarına devam edecek olmamız gibi kimi yapısal büyüme planlarımız sebebiyle, 2016 yılı yatırım harcamalarının önceki yıla yakın seviyelerde gerçekleşeceğini tahmin ediyoruz.

Sayfa 17'de ise yatırım harcamalarının finansmanına ilişkin analizi görebilirsiniz. Şişecam, geçmiş yıllardaki yoğun yatırım harcamalarına rağmen faaliyetlerimizden sağlanan güçlü FAVÖK'ün neticesinde düşük kaldıraç seviyesini korumuştur. 2015 yılsonu itibarıyla FAVÖK rakamımızdaki %29'lük büyüme, olası satın alma/iş hacminin genişletilmesi konusunda destekleyici bir unsur olmuştur. Grafikten görüleceği üzere, 2012 ve 2013 yıllarında yaratılan FAVÖK, yatırım harcamalarının gerisinde kalmıştır. 2013 yılından bu yana ise yatırım harcamalarından fazla üretilen FAVÖK rakamı, yapılan yatırımların faaliyetlerine olacak olan olumlu katkısının bir göstergesidir. Buradan hareketle, büyüme; nakit üretme kapasitesine sahip faaliyetlerin getirisinin bir sonucudur diyoruz.

Sayfa 18'e geçerseniz, yıl boyunca Şirketimizin üretim performansındaki gelişime tanık olacağız. 2015 yılında cam üretim rakamlarında gördüğümüz yıllık hafif artışın etkisi; ağırlıklı Bulgaristan ve Rusya'daki düzcam faaliyetlerinden gelmektedir. Kimyasallarda gördüğümüz üretimdeki artışın sebebi ise uluslararası operasyonlardan gelmektedir. 2015 yılsonu itibarıyla Cam üretiminin %58'i yurtiçinde sağlanırken, geri

kalan %62'lik kısım ise Türkiye dışında kalan hatalardan sağlanmaktadır. Soda kimyasalları üretiminde yurtiçi üretim payı %61 iken, Türkiye dışındaki faaliyetlerin üretim içindeki payı %39 olmuştur.

Sayfa 19'daki grafikten anlaşılacağı üzere, kaldıraç seviyelerimiz ihtiyatlılığını sürdürürken, borç profilimizin %90'ını Avro ve Amerikan Doları cinsinden borçlanma araçları (kredi ve bono) oluşturmaktadır. Geçen yıl 1 milyar TL seviyesinde olan net borcumuz, Türk Lirası'ndaki değer kaybının da etkisiyle 2015 yılsonu itibariyle 1,5 milyar TL olarak gerçekleşmişti. Türk Lirasının Dolar ve Avro karşısında sırasıyla %25 ve %12,6 değer kaybı ile birlikte, 2015 yılında net borçluluktaki artışın bir önceki yıla kıyasla daha az gerçekleştiği gözlenmektedir.

Oranlara bakıldığında, net borç /FAVÖK 0.83 ile düşük ve ihtiyatlı seviyesini korurken, net borç /Özsermaye 2014 yılındaki seviyesini koruyarak 0.15 düzeyinde gerçekleşmiştir.

Sayfa 20'ye geçtiğimizde, şirketin likidite kaynaklarının tamamının uzun döviz pozisyonunda taşındığı düşünülürse, Türk Lirası'nın bu para birimleri karşısında zayıf kalması ve yatırım harcamalarındaki düşüş güçlü nakit pozisyonumuzu desteklemektedir. Amerikan Doları cinsinden net borçluluğumuz 2015 yılında %10 artış ile 460 milyon Amerikan Doları'ndan, 500 milyon Amerikan Dolarına çıkmıştır. Güçlü nakit pozisyonumuz olası satın alma fırsatlarını değerlendirmede esneklik sağlamaktadır. Aynı zamanda güçlü bilanço yönetiminizi optimize etmek için uygun koşulları da yakından takip etmekteyiz.

Sayfa 21'de Şişecam'ın borç profili yer almaktadır. Borcun %41'i Amerikan Doları cinsinden borçlanma araçlarını gösterirken (kredi+bono), %47'si Avro, %11'i ise Ruble cinsinden borçluluğu göstermektedir. Kur değişimi ve faiz oranlarındaki farklılıktan faydalanmak adına; Avro cinsinden borçluluğumuzu artırırken, Ruble cinsinden borçluluğumuzu ise azalttık. Ayrıca, borç profilimizdeki dengeli faiz yapısı korunarak, doğal bir finansal riskten korunma mekanizması (hedging) oluşturmaya devam etmektedir.

Sayfa 22'de konsolide düzeyde uzun döviz pozisyonuna sahip olduğumuzu gösteren tabloyu görebilirsiniz. Amerikan Doları cinsinden uzun döviz pozisyonu taşıırken, Avro cinsinden ise kısa pozisyondayız. Finansal riskten korunma amaçlı olarak, sınırlı faiz ve çapraz döviz swapları dışında herhangi bir türev aracı kullanmadığımızı hatırlatmak isterim. Finansal riskten korunma araçlarından, gerektiği şekilde yararlanmaya devam edeceğiz. Bunun yanı sıra genişleyen faaliyet alanlarımız, bilançomuzda doğal bir şekilde finansal riskten korunmaya yönelik de fırsatlar sunmaktadır.

Geri kalan sayfalarda, 4 ana iş kolumuzun 2015 yılına ilişkin operasyonları ve faaliyetlerini değerlendireceğiz.

Sayfa 24'de düzcam faaliyetleri yer almaktadır. Mersin'de başlayan soğuk tamir sebebiyle üretimde yaşanan düşüş, uluslararası satışlardaki yıllık azalış ve Aralık ortasına kadar düzcam fiyatlarında herhangi bir artış yaşanmamasının yanısıra Rusya'da düşen düzcam fiyatlarına ek olarak Ruble'nin Türk Lirasına çevrilmesinde yaşadığı değer kaybının etkisiyle net satış gelirlerindeki büyüme, 2015 yılında geçen yıla göre sınırlı kalarak yıllık bazda net satış gelirlerinde %5 oranında artış gerçekleşti. 2015 yılında büyümekte olan inşaat sektöründe seçimler dolayısıyla piyasadaki taleplerin ertelenmesi; Rusya'daki düşük cam fiyatları ve İran ile Rusya'dan gelen ucuz ithal cam ürünleri düzcam pazarında baskı yarattı.

Avrupa pazarında ise 2015 yıl sonuçlarına olumlu katkı sağlayan, yılın ikinci çeyreğindeki %15 ile %20 arasında fiyat artışları etkili oldu. Ayrıca 2015 yılının ikinci yarısında, Rusya'da düzcam pazarında görülen toparlanma ile birlikte Eylül ayı içerisinde satış fiyatlarımızda artış gerçekleştirdik.

2016 yılında; artan kapasite kullanımına bağlı olarak Rusya'nın, Aralık ayında yapılan fiyat artışı ile birlikte Türkiye'nin ve bunların yanısıra sıra Fritz'in net satışlarında yaşanacak artış ile birlikte; marjlarda iyileşme ve konsolide net satış gelirlerinde de artış beklemekteyiz. Trakya Cam, operasyonel mükemmeliyetçiliğe olan odağını artırırken, üretimdeki optimizasyon ve farklı bölgelerdeki kapasitesi ile avantajlı konumunu korumaya, küresel rakiplerinin ve pazarın üzerinde bir performans sergileyerek daha yüksek karlılık marjları sunmaya devam edecektir.

Sayfa 25'de ise cam ev eşyası faaliyetleri yer almaktadır. Cam Ev Eşyası bu yıl karlılık marjını önemli ölçüde artırmıştır. Net satışlarında yıllık bazda %10 büyüme görülürken, FAVÖK marjı ise geçen yılki %13 seviyesinden %17'ye çıkmıştır. Yurtiçinde gerçekleşen satışları %51 iken, satışlarının %49'u ise Türkiye'den yapılan ihracat gelirleri ile Bulgaristan ve Rusya tarafındaki operasyonlarından gelen satışlardan oluşmaktadır. Net Satış gelirlerinin %50'si Türk Lirası cinsinden iken, %21'i Avro, %15'i ise Amerikan Doları cinsindedir. 2016 yılında marjlardaki iyileşmenin korunması beklenirken, Paşabahçe'nin olası halka arzı için de güçlü bir baz oluşturacağı düşünülmektedir. Buna ek olarak; olası satın alma fırsatları için sermaye piyasalarındaki ve küresel cam ev eşyası sektöründeki gelişmeler yakından takip edilmektedir.

Sayfa 26'da ise cam ambalaj faaliyetleri yer almaktadır. Rusya'daki operasyonların sınırlı katkısı ve Ruble'nin Türk Lirası karşısındaki değer kaybı sebebiyle net satış gelirlerinde, bu yıl geçen yıla göre yatay bir performans kaydedilmiştir. Rusya'da daralan pazara rağmen yine de pozisyonumuzu güçlendirmeye ve pazar payımızı artırmaya devam ettik. Net satış gelirlerimizin %60'ı yurtiçinde gerçekleşirken, kalanı ise ihracat gelirleri, Rusya'daki ve Gürcistan'daki operasyonlardan elde edilen gelirlerden oluşmaktadır. 2014 yılına göre FAVÖK marjı yatay seviyede gerçekleşmiştir. 2014 ve 2015 yılında gerçekleşen hisse satış kazançları hariç tutulduğunda ise FAVÖK marjı 2014 yılındaki %17 seviyesinden 2015 yılındaki %21 seviyesine yükselmiştir. 2015 yılında Anadolu Cam, %3,3 sahipliğindeki Soda hisselerini satarken, Rusya ve Ukrayna operasyonlarındaki yerel ortağından hisse satın almıştır. Pazar lideri olarak, Rusya pazarındaki güçlü konumumuz sayesinde, 2016 yılının başında yaptığımız fiyat düzeltmesiyle birlikte Rusya'daki fiyat seviyelerimizi iyileştirdik. Seçimler sebebiyle talepteki düşüş, beklenenden daha az sıcak geçen yaz ayları sebebiyle Türkiye'deki satışlar beklenen seviyede gerçekleşmediğinden, ihracat pazarına yönelimimiz arttı. 2016 yılı için de benzer bir durum söz konusu olduğundan, Türkiye ve Rusya'daki üretim kapasitesinin yaklaşık %15'inin ihracata konu edilmesi, hem düşük navlun giderleri hem de Türk Lirası ve Ruble'deki değer kaybı göz önünde bulundurulduğunda en uygun seçenek olmaktadır. Rusya'nın geniş coğrafyasından yararlanarak, üretimimizi, sürekli olarak optimize etmekteyiz ve yaygın operasyonları, lojistik avantaja dönüştürmekteyiz.

Sayfa 27'de ise kimyasallar grubumuzun faaliyetleri yer almaktadır. Kimyasallar grubu için 2015 son derece iyi bir yıldır. Türkiye ve ihraç pazarındaki güçlü talebin devam etmesi ile Soda Sanayii %100 kapasite kullanım oranı ile faaliyet göstermeyi sürdürdü. Tüm yıl boyunca ürettiği ürünün tamamını sattı. Küresel anlamda arz eksikliğinin desteklediği bu güçlü talep, Soda Sanayii'nin satış fiyatlarının Avro ve Amerikan Doları bazında %5-8 civarında artmasına yol açmıştır ki bu, ayrıca, geçtiğimiz Ekim ayındaki %9'luk doğal gaz fiyatı artışı etkisini de bertaraf etmiştir. Bunun sonucunda; arındırılmış FAVÖK marjı (arızı gelirler hariç) 2014 yılındaki %26 seviyesinden 2015 yılında %28 seviyesine gelmiştir. Yüksek kaliteli ürünlerimiz, kusursuz ve zamanında yaptığımız teslimatlar ve müşterilerimizle olan, uzun süreli ilişkilerimizin desteklediği, sadece Türkiye'de değil, bölgede de sahip olduğumuz güçlü pazar pozisyonu ve itibarı, 75'ten fazla ülkeye ihracat yapan, önemli bir oyuncu olmamıza katkıda bulunmaktadır. Net Satış Gelirlerimizi arttırırken, aynı zamanda, maliyetlerimizi de doğru yöneterek hissedarlarımıza, sürdürülebilir, yüksek getiri sağlamak konusunda kararlıyız. Soda Sanayii'nin performansının arttırılması için, sürdürülebilir operasyonel mükemmeliyetçilik ve verimliliğine odaklanmaya da devam edeceğiz.

Küresel arzı arttırmaya yönelik yeni kapasiteler olmadığı için, talep %4 civarında artmaya devam ederken, bu güçlü talebin 2016 yılında da devam etmesi beklenmektedir. Ayrıca, 2016 yılında, Soda Külü emtia fiyatlarının da, 2015'e kıyasla daha düşük seviyede artmaya devam etmesi beklenmektedir. Bu güçlü görünüm ile Soda Sanayii'nin halka açıklık oranını arttırmaya yönelik hedefimiz devam etmektedir. Hatırlayacağınız gibi, Trakya Cam, Soda Sanayii'nin %10'una ve Anadolu Cam ise, %12'sine sahiptir ve bu ikincil arzın ideal zamanlamasını belirlemek üzere, hisse senedi piyasaları ve küresel piyasalardaki gelişmeleri yakından takip etmekteyiz.

Sunumumu sona erdirmeden önce, belirteceğimiz önemli çıkarımları toplayacak olursak; FVÖK, FAVÖK ve net kar marjlarımızdaki artış, faaliyet gösterdiğimiz coğrafyalardaki zorlu ekonomik ve politik koşullara rağmen devam etmiştir. Aynı zamanda güçlü nakit pozisyonumuz ve kaldıraç seviyemiz de bunun bir göstergesidir. Önümüzdeki yıl da operasyonel mükemmeliyetçilik odağında etkili maliyet yönetimi sürdürmeyi hedeflemekteyiz. 2014 yılı sonu ve 2015 yılının başlarında yoğun bir yatırım dönemini geride bıraktık. Bundan sonraki hedefimiz, yapılan yatırımların ve enerji verimliliği odaklı projelerin bir sonucu olarak marjlarımızı daha iyi seviyelere getirmeye odaklanmak olacak. Küresel oyunculara kıyasla gelişmiş karlılık seviyelerimiz gelişimini sürdürürken, satınalma & birleşmeler ve organik büyüme fırsatlarını da seçici olmak kaydıyla değerlendirmeye devam etmekteyiz.

Telekonferans sonunda herhangi bir soru alınmamıştır.