

ŞİŞECAM Telekonferans Konuşma Metni

18 Ağustos 2015

Şirket Katılımcıları

Görkem Elverici

Şişecam – Mali İşler Başkanı

Aytaç Mutlugüller

Şişecam – Mali İşler Başkan Yardımcısı

Başak Öge

Şişecam – Yatırımcı İlişkileri Müdürü

Sunum

Operatör

Türkiye Şişe Ve Cam Fabrikaları A.Ş.'nin 2015 İlk Yarı Finansal Sonuçlarına ilişkin telekonferansına hoş geldiniz. Şimdi sözü Mali İşler Başkanı Sayın Görkem Elverici'ye veriyorum. Lütfen devam ediniz.

Görkem Elverici

Teşekkür ederim. Tünaydın, bayanlar baylar. İlk Yarıya ilişkin finansal sonuçlar ve yaşanan gelişmeler hakkında konuşacağımız bugünkü telekonferansımıza hoş geldiniz. Bugün Mali İşler Başkan Yardımcımız Sayın Aytaç Mutlugüller ve Yatırımcı İlişkileri Müdürümüz Sayın Başak Öge ile beraberiz.

Sunumun sonunda sizlerin sorularınızı almaktan mutlu olacağız. Sunumumuz ve soru-cevap bölümünde bazı geleceğe yönelik açıklamalarımız ve varsayımlarımız olabilir. Bu açıklamalarımızın ve varsayımlarımızın bugünkü koşullar için geçerli olup, gelecekte değişebileceğini hatırlatmak isterim.

Sunumumuza sayfa 2'de, faaliyetlerimiz üzerinde etkisi olan ekonomik ve sektörel gelişmelere hızlıca bir göz atarak başlamak isterim. Hepinizin bildiği üzere, gelişmekte olan piyasalardaki yerel para birimleri, Dolar ve Euro karşısında hafifçe zayıflamış ve Türkiye Haziran sonu itibariyle TL de Dolar-Euro sepeti karşısında bir önceki yılın aynı dönemine göre %17 değer kaybederek payına düşeni almıştır.

Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası, ekonomiyi teşvik etmek için politika faiz oranı olarak addedilen haftalık repo oranını iki seferde olmak üzere toplam 75 baz puan indirmiş, buna rağmen gayri safi yurtiçi hasıla bu yılın ilk yarısında sadece bir %2.3 kadar büyümüştür.

Enflasyon cephesinde, Merkez Bankası yılsonu enflasyon oranını %1 kadar arttırıp %7.6'ya kadar yükseltmiştir. Temmuz sonu itibariyle, enflasyon oranı %6.81, işsizlik oranı ise Mayıs ayı itibariyle %9.3 olarak gerçekleşmiştir. Türkiye'nin süregelen cari açık açmazının sonucu olarak, Cari Açık son 12 ayda geçen yılın aynı dönemine göre % 16,7 azalarak Mayıs ayı itibariyle \$ 44.7 milyara düşmüştür. Özet olarak, özellikle de seçimler sonrası ortaya çıkan belirsizlik ile istikrarlı bir ilk yarı geçirdiğimiz söylenemez. Yaşanmakta olan jeopolitik olaylar da tüketici güvenini sarsmış, ana pazarlarımız arasında yer alan turizm ve inşaat sektörlerine zarar vermiştir. IMF'nin gayrisafi yurtiçi hasıla büyüme oranı beklentisinin, 2015 yılsonuna kadar %3.6'ya ulaşma beklentisi konusunda hala bazı şüpheler bulunduğu için piyasayı yakından izlemeye devam etmekteyiz.

Sayfa 3'te, bizim için önemli olan diğer coğrafyalara kısa bir göz atalım. İlk yarı için global ekonomide sözü edilecek olan en önemli konular muhtemelen FED faiz oranlarındaki yükselme beklentileri, Çin'deki yavaşlama ve emtia fiyatlarındaki düşüştür. Yılın ilk yarısında, tüm yükselmekte olan piyasa ekonomilerinin dünya gayrisafi hasıla büyümesine katkısı, gelişmiş piyasadakilere kıyasla sınırlı olmuştur. Bununla birlikte, dünyada 2015 için hala %3.3 büyüme oranı beklenmektedir.

Bizim için çok önemli bir pazar olan Euro bölgesi için, tüketici güveni kırılan olmaya devam etmiştir; ikinci çeyrek itibariyle işsizlik %11, gayrisafi hasıla büyüme oranı ise %1.2 olmuştur. Bununla birlikte, Avrupa Merkez Bankası'nın tahvil geri alım programlı gevşek parasal politikası Almanya, İtalya ve Fransa ekonomilerini bir ölçüde teşvik etmeye yardım etmiştir. Ayrıca, Yunanistan'ın Euro'yu kendi para birimi olarak tutması ve bir anlaşmaya varmış olmasının sistemdeki gerginliği hafifletmesi beklenmektedir.

Hem üretim, hem de satışlarımızın olduğu Orta ve Doğu Avrupa, kıtanın batısına göre daha parlak ve daha umut verici gözükmektedir. Gayrisafi hasıla artışı ilk çeyrekte %3.4'e kadar yükselirken, yurtiçi talep Çek Cumhuriyeti, Romanya ve Polonya'da diğer ülkelere göre çok daha kuvvetli seyretmiştir.

Sayfa 4'de, diğer önemli bir ülke olan Rusya'ya geçerseniz; Rusya'daki ekonomik durum bu yılın ilk çeyreğine kıyasla daha kötüye gitmiştir. İlk çeyrekte %2.2 olarak gerçekleşen küçülme, ikinci çeyrekte %4.6 olarak gerçekleşmiştir. Tüketici güveni ve yurtiçi talep zayıf olmaya devam etmektedir. Yılbaşından bu aya dek Ruble, Dolar karşısında %15, Euro karşısında ise %6 kadar değer kaybetmiştir.

Yıl başında % 20'nin üzerinde seyreden Mosprime Faiz oranları, şimdi %17 civarındadır fakat para piyasaları üzerindeki baskı bir ölçüde rahatlamıştır. Elbette, düşük petrol fiyatları ekonomiyi önemli ölçüde olumsuz etkilemeye devam etmektedir. 2016 için manzara çok umut verici görünmemesine rağmen, 2016 yılından başlayarak muhtemelen gayrisafi yurt içi hasılada, elbette petrol fiyatına da bağlı olarak, bir toparlanma beklenmektedir. Son olarak, Ukrayna'da piyasa koşullarını yakından izlemeye devam ederken piyasada bazı olumlu yönde gelişmeler

görmemiz halinde, şu an kapalı olan fabrikamızı tekrar açarak üretime başlamak yönünde hazırlıklarımız devam etmektedir.

Sayfa 5'te, Türkiye'deki faaliyetlerimiz için önemli olan sektörel gelişmelere değineceğim. Türk Cam Sanayii'nin 3.5 milyon ton üretim kapasitesi mevcuttur ve bunun %70'i Şişecam'a aittir. Türkiye'den yapılan ihracatlar ilk 5 ayda kabaca \$430 milyon civarındayken, ithalatta \$336 milyon seviyesine ulaşmıştır. Geçen yılın aynı dönemiyle kıyaslanırsa, bu ihracatta %8 düşüşe, ithalatta ise %3 artışa denk gelmektedir. Bu dönemde İtalya'dan ve özellikle de Rusya'dan cam ithalatlarında bir artış görülmesine rağmen, Çin hala ithalatta en büyük paya sahiptir.

Türkiye'deki otomotiv endüstrisi 2015 yılında şu ana kadar çok iyi performans sergilemiş ve doğal olarak satışlarımızı da olumlu etkilemiştir. Bununla birlikte, Avrupa otomotiv endüstrisindeki %8 satış, otomotiv camı üreten Avrupa'daki operasyonlarımızı daha da olumlu etkilemektedir. Talep artışı daha çok, Almanya, İtalya ve İngiltere'de gözlenmiştir.

2014 yılının son çeyreğinden beri yavaşlamakta olan inşaat sektörü, 2015 yılının ilk çeyreğinde de % 3.5 daha küçülmüş ve doğal olarak, seçimlerden önceki ve sonraki politik belirsizlik bu sektöre çok da fazla yardım etmemiştir. Bununla birlikte, geçen yılın inşaat faaliyetleri dikkate alınırsa, kuvvetli dağıtım sistemimiz ve Türkiye pazarındaki konumumuz sayesinde, düzcam satışlarımızda bir önemli bir düşüş yaşamadık. Aynı zamanda, satışlarımızın küçük bir kısmı olmasına rağmen bizin için hedef Pazar olan beyaz eşya satışlarında artış gözlenmiştir. Ayrıca sağlayan turizm gelirlerindeki düşüşten de cam ev eşyası grubumuz olumsuz etkilenmiştir.

Bu gelişmeler kapsamında, şimdi ilk yarıdaki finansal performansımıza göz atalım. Sayfa 6'da, ilk yarı içindeki bazı önemli gelişmeler özetleyeceğiz. Hissedarlık yapısını basitleştirmek, maliyetleri düşürmek ve ana faaliyet konumuz içersinde olmayan varlıkları elden çıkarma taahhütlerimiz doğrultusunda, ilk yarıda bazı işlemler yapmıştık. Anadolu Cam'ın sahip olduğu Soda Sanayii hisselerinin %3.3'ünü 80 milyon TL'ye sattık. Rusya ve Ukrayna'daki Cam Ambalaj segmentindeki yerel ortağımızın hisselerini almak üzere anlaştık.

Türkiyeve Bulgaristan'da yeni fırın ve float hatlarının devreye alınmasıyla üretim kapasitemiz artmıştır. Üretimimiz için gerekli olan yatırım harcamaları, yeni fırında üretimin başlaması ile artmıştır. Bu yeni yatırımların tamamlanmasıyla birlikte, yatırım harcamalarımız ilk yarıda \$200 milyona yaklaştı. Şişecam Beyoğlu binası 63 milyon TL'ye satıldı ve Beykoz'daki ve Çayırova'daki arazilerin satışları da gündemde olmaya devam etmektedir. İki önemli kredi derecelendirme kuruluşu olan S&P ve Moody's notumuzu teyid etmiştir. Bunların yanında, ürün yelpazemizi genişlettik ve önceden beri ithal edilen zeytin yeşili şarap şişesi üretimini başlattık. Aynı zamanda güçlü AR-GE faaliyetlerimiz sonucunda 8 yeni katma değerli düzcam ürün tipi geliştirdik.

2 yıl önce Almanya'da satın alınan şirket ile birlikte ortaya çıkan sinerji sonucu kazanılan yeni anlaşmalar Avrupa'da otocam satışlarımızı da arttırmıştır. Aynı zamanda, düşük petrol fiyatları, azalan nakliye maliyetleri ve değer kaybeden TL ve ruble ile birlikte, özellikle Cam Ambalaj segmentinde Türkiye'den ve Rusya'dan ihracata daha da odaklanmaya başladık.

Sayfa 7'de Ruble devaluasyonu nedeni ile cam ambalaj, cam ev eşyası ve düzcam segmentlerinin ciroya katkısı sınırlı olup, ciromuz TL bazında % 3 kadar artış gözlenmiştir. Bununla birlikte, henüz yeni açılmış fırınlardaki kapasite kullanım oranlarının düşük olması sebebiyle ciroya etkisinin de sınırlı olduğuna da dikkatlerinizi çekmek isterim. İkinci yarıda daha yüksek kapasite kullanım oranları ile birlikte, katkılarının daha belirgin olması beklenmektedir.

FAVÖK'deki % 23 artış kısmen gayrimenkul satışı kısmen de faaliyet sonuçlarından kaynaklanmaktadır. % 23'ün %15'i faaliyet sonuçlarından oluşmuştur. Arındırılmış EBITDA, geçen yılın aynı dönemine kıyasla, %21'den %24'e yükselmiştir.. FVÖK ise, arızı bina satışı hariç tutulduğunda dahi, geçen yılın aynı dönemine kıyasla %23 kadar artmıştır. Arındırılmış FVÖK oranı ise % 14 ile 2014 ilk yarısının 3 puan üzerinde gerçekleşmiştir. .

Net kar %43 artmış olup, arındırılmış net kar yaklaşık 350 mn TL dirki bu geçen yılın aynı dönemiyle kıyaslandığında %22 daha yüksektir. Bu, %10'luk net kar marjı 2014'ün ilk yarısından 2 puan daha yüksektir.

Cam segmentlerindeki fiyat artışlarının sınırlı kalması öte yandan soda külündeki kuvvetli global talep ve artan fiyatlar nedeni ile kimyasallar grubumuzun kuvvetli satışları ilk 6 ayda fiyatlarda dalgalanma görüldüğü sonucu çıkarılabilir. Bu siyasi ve ekonomik belirsizlik ortamına rağmen, taahhüt ettiğimiz projelerimizle karlılık oranlarımızı iyileştirmeyi başardık ve hala çeşitli coğrafyalardaki üretimlerin optimizasyonu ve sürdürülebilir operasyonel mükemmellik projelerine odaklanmaya devam ediyoruz.

Sayfa 8'de, Dolar bazında finansal sonuçlarımız görülebilir; TL ve Ruble'deki değer kayıpları nedeniyle gelirler Dolar bazında % 13 kadar düşmüştür.

Sayfa 9'a geçerse, 5 ay önceki telekonferansımızdan hatırlayacağınız gibi FAVÖK Marjının 2015 için %21 civarı beklendiğini belirtmiştik. 6 Aylık sonuçlar itibariyle a %24 olan arındırılmış FAVÖK oranı ile beklentilerimizin de ötesine geçebileceğimizi düşünüyoruz.2014 Ekim ayındaki enerji fiyatı artışlarının da maliyetlerimizi olumsuz etkilediği de dikkate alınmalıdır. Bu, farklı segmentlerde, çeşitli fiyat artışları ile bertaraf edilmiştir. Eğer 2015 yılı kalanında enerji maliyetlerinde herhangi bir fiyat yükselişi olursa, bu oran satış fiyatlarına yansıtılacaktır.

2010 yılından bu yana genel bir değerlendirme yaptığımız sayfa 10'da 2012'den bu yana başlatmış olduğumuz büyük Yatırım Programı doğrultusunda harcamalarımızı rağmen, marjlarımızı iyileştirmeyi başardığımızı, yatırımların tamamlanmasıyla vekapasite kullanım oranlarının yükselmesiyle 2016 yılında daha da yüksek marjlar i beklenmektedir.

Sayfa 11'de göreceğiniz üzere, segmentlerin Şişecam konsolide satışlara katkısının son derece dengeli devam ettiği ancak son yıllarda tamamlanan yatırımlar sonrasında dahi düzcam grubumuz haricinde geçen yıla kıyasla, önemli ölçüde değişiklik olmadığı gözlenmektedir. Cam ambalaj grubumuzun konsolide FAVÖK'e katkısının artmış olması, Soda Sanayiihisse satışından kaynaklanmaktadır.

Sayfa 12'de gördüğünüz üzere Topluluğumuz organik veya inorganik olarak büyüme stratejilerini destekleyen kuvvetli FAVÖK seviyelerini korumaktadır. İlk yarıdaki büyük yatırımların tamamlanması ile birlikte, bu yılki yatırım harcamalarının 2014 yılını geçmesini beklemiyoruz. Bir önceki telekonferansta da belirttiğimiz gibi, 2015 ve 2016 yılları, hem yeni eklenmiş olan kapasitelerin sindirme dönemi , hem de yeni kapasite planlama dönemi olacaktır Bu arada M&A fırsatlarını da yakından takip etmeye devam edeceğiz.

Sayfa 13'te ise yıllar itibariyle yatırımların satışlara olan oranını ve son 3 yılda tamamladığımız yüklü yatırım programı sonrasında düşmekte olan yatırım harcamalarını görebilirsiniz. 2015 ilk yarı itibariyle yatırım harcamalarının ciroya olan oranı %14 seviyelerine gelmiştir.

Sayfa 14'te, hem cam hem de soda külü üretiminde, kapasitemizin ilk yarıda %14 civarında yükseldiğini görebilirsiniz. Soğuk tamirlerin bitmesiyle ve daha yüksek kapasite kullanım oranları ile 2. yarıda da aynı üretim seviyelerini görmeyi bekleyebiliriz.

Sayfa 15'deki grafikten de görüldüğü üzere, güçlü sermaye tabanımız, azalan borçluluğumuz ve 1.1 milyar \$ nakdimiz ile, sermaye yoğun cam sektöründe faaliyet göstermekte olmamıza rağmen oldukça düşük kaldıraç oranını korumaktayız. Önümüzdeki zamanlarda olası satınalma fırsatları doğrultusunda kaldıraç oranımızı yükseltmeye müsait bir bilanço yapımız mevcuttur.

Kaldıraç pozisyonumuz hakkındaki bilgileri paylaştığımız sayfa 16'ya geçerseniz, ilk yarıdaki yatırım harcamaları ile, 2015 için beklenen net borç seviyesinin 2014 yılına kıyasla hafifçe yükseldiği söylenebilir. Hedefimiz konservatif finansal stratejilerimizi, konservatif politikalarla desteklemeye devam ederek bu kaldıraç seviyesini 1.25 civarında veya altında tutmaktır.

Sayfa 17'de nakit pozisyonumuz hakkında bilgi vermek istiyoruz. Yılın geri kalan kısmı için çok fazla yatırım harcaması olmadığından, yılı aynı nakit ve net borç seviyelerinde kapatmayı bekliyoruz. Olası bir birleşme & satınalma fırsatı halinde, kuvvetli nakit pozisyonumuz bize hızlıca işlem yapma esnekliği vermektedir. Aynı zamanda mevcut bilançomuzu da optimize etmek için daha iyi yollar aramaya da devam etmekteyiz

Borç yapımız ile ilgili olarak sayfa 18'e geçerseniz; döviz cinsi borç dağılımını korurken, düşük faiz ve döviz kuru farklılıklarından yararlanmak amacıyla Euro borcumuzun bir miktar arttığını, buna karşın Rublede ise azaldığını görebiliriz. Ayrıca, borç portföyümüzün dengeli faiz yapısını da koruyarak, mevcut ortamda, doğal bir hedging sağlanmasına devam edilmektedir.

Sayfa 19'da; konsolide bazda yaklaşık 230 milyon Dolar civarında, bir uzun döviz pozisyonu taşıdığımızı görebilirsiniz ve bu pozisyonun %56'sı, para birimi olarak Dolar cinsinden, kalanı ise Euro cinsindedir. Hedging amaçlı olarak, çok sınırlı faiz ve çapraz döviz swapları dışında herhangi bir türev kullanmadığımızı hatırlatmak isterim. Bilanço üzerindeki hedging işlemlerinin pozitif etkisi yaklaşık 84 TL milyon civarındadır. Hedging işlemlerinden, gerektiği şekilde yararlanmaya devam edeceğiz ancak genişleyen faaliyet alanlarımız, bilançomuzdaki hedging fırsatlarından yararlanmaya yönelik fırsatlar da sunmaktadır.

İlk yarıdaki performansları hakkında sizlere özet bilgi sunmak üzere gruplara geçerseniz, düzcam ile başlamak istiyorum. Kapasite artışları, soğuk tamirlerle dengelenmiş, satışlar yine de %3 artış göstermiş, FAVÖK marjı ise neredeyse sabit kalmıştır. Sınırlı Net Satış artışı olmasının ana sebeplerinden birisi de, özellikle Ruble değer kaybı nedeniyle Rusya'dan Türk pazarına yapılan yüksek yoğunluktaki ihracattan kaynaklanmaktadır; bu yüksek hacmin, özellikle ikinci yarıda, Rusya'daki düz cam fiyatlarının artması ile düşüşe geçmesi beklenmektedir. Ayrıca, ikinci yarıda, Rusya ve Bulgaristan'daki kapasite kullanım oranlarının daha yüksek olması beklense de, inşaat sektöründeki daralma ve siyasi belirsizlik nedeni ile, konsolide satışların önemli ölçüde büyüme gösterememesi riski vardır.

Diğer taraftan, Türkiye dışındaki otocam yatırımları sonucunda, Avrupa pazarındaki konumumuz kuvvetlenmekte ve satışlarımız artmaktadır. Yeni uygulamalarla birlikte, ikinci yarıda, oto segmentinden, çok daha yüksek ciro katkısı olmasını bekliyoruz. Aynı zamanda, 2015 yılının geri kalanında, enerji maliyetlerinde bir fiyat artışı olursa, bunu satış fiyatlarımıza yansıtabileceğimizi düşünüyoruz. Ancak, farklı coğrafyalardaki avantajlardan yararlanan Trakya Cam, üretim optimizasyonuna ve faaliyet kusursuzluğuna daha da fazla odaklanarak, küresel rakiplerinin ve endüstrinin üzerinde bir performans sergilemeye ve daha yüksek karlılık marjları sunmaya devam etmektedir.

Sayfa 21'de cam ev eşyası grubumuzdan bahsetmek istiyoruz. Türkiye satışları %7 artmış olsa da, uluslararası satışlarda, genelde Avrupa ve Rusya'daki halen az olan talep ve ayrıca değer kaybeden Ruble nedeni ile, hafif düşüş yaşanmıştır. FAVÖK marjında, %14'ten %17'ye olan artış, özellikle Türkiye'deki fiyatlandırmadaki güçlü iyileştirmenin sonucudur. Ayrıca, çeşitli bölgelerde üretimin optimizasyonu ile sürdürülebilir faaliyet kusursuzluğu üzerine odaklanmanın artması da, karlılık marjlarının iyileştirilmesine yardımcı olmuştur. Bu grubun FAVÖK marj ortalaması her ne kadar küresel rakiplerine oranla yüksek olsa da, daha da yükselmesi yönünde olası Paşabahçe Halka Arzı için planlama ve hazırlık yapmaktayız. Daha önce de bahsedildiği gibi, halka arz halen gündemimizdedir ancak hisse senedi ve sermaye piyasaları ve küresel cam ev eşyası sektörü dikkate alındığında, en erken gelecek yıl içinde olması mümkün görünmektedir. Bu hususlardaki gelişmeleri yakinen gözlemlemekteyiz.

Cam Ambalaj segmentinde, Rusya'daki iki fırın ve Ukrayna tesisi kapalı kalırken, son zamanlarda Eskişehir tesisimizde, ilave 90,000 ton üretim kapasitesi devreye alınmıştır. Fiyat artışları ve Soda Sanayii hisse satışının da desteği ile, FAVÖK marjı önemli ölçüde iyileşmiştir. Arızı hisse satışı haricinde, FAVÖK marjı %24 seviyesinde olup - geçen yılın aynı döneminin oldukça üzerindedir.

Türkiye'deki satışlar, yazın geç gelmesi nedeniyle, geçen yıldan daha düşük olmuştur ve aynı dönemde, Rusya'daki satış hacmi aynı düzeyde kalmıştır. Bu da, Rusya'daki pazar payımızın artmasına yol açmış, pozisyonumuzu kuvvetlendirmiş ve pazar payımızı daha da arttırmıştır. Ancak, petrol fiyatlarındaki düşüş ve ekonominin yavaşlaması nedeniyle, Türkiye ve Rusya'daki zayıf talep açığını kapamak için, daha düşük nakliye masrafları ile, ihracata daha fazla odaklanmak üzere, stratejimizi değiştirdik.

Ek olarak, Rusya'daki yerel ortağımızın hisselerinin alınması, sürmekte olan yeniden yapılandırma faaliyetleri ile birlikte performansın iyileştirilmesi, finansman maliyetlerinin düşürülmesi yönünde önlemler almamıza yardımcı olmaktadır. Rusya'nın geniş coğrafyasından yararlanarak, üretimimizi, sürekli olarak optimize etmekteyiz ve yaygın operasyonları, lojistik avantaja dönüştürmekteyiz.

Kimyasallar grubumuza ilişkin bilgileri paylaştığımız sayfa 23'te, hem Türkiye'de, hem de ihracat pazarlarında süren güçlü talep ile, Soda Sanayii, %100 kapasite kullanım oranı ile faaliyetlerini sürdürmektedir. Yapılan yıllık kontratlar bazında ise yılın gerş kalanında tüm üretim satışlarla bağlanmıştır. Küresel anlamda arz eksikliğinin desteklediği bu güçlü talep, Soda Sanayii'nin, yılın ilk yarısında, satış fiyatlarının %5-8 civarında arttırmasına izin vermiştir; ki bu, ayrıca, geçtiğimiz Ekim ayındaki %9'luk doğal gaz fiyatı artışı etkisini de bertaraf etmiştir. %5- 8 fiyat artışının döviz cinsinden olduğunu hatırlatmak isteriz. Sonuç olarak, FAVÖK marjı, bu yıl da iyileşmeye devam etmiş ve %27'den, %28'e çıkmıştır; bu, benzer yapıları diğer küresel şirketler ve endüstri ortalamalarının çok daha üzerindedir.

Yüksek kaliteli ürünlerimiz, kusursuz ve zamanında yaptığımız teslimatlar ve müşterilerimizle olan, uzun süredir devam etmekte olan 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. Ciromuzu arttırırken, aynı zamanda, maliyet tarafını da doğru yöneterek hissedarlarımıza, sürdürülebilir, yüksek getiri sağlamak konusunda kararlıyız. Soda Sanayii'nin performansının arttırılması için, sürdürülebilir faaliyet kusursuzluğu 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, özellikle Euro Bölgesinde, döviz cinsinden, %3-5 civarı artmaya devam etmesi beklenmektedir. Bu güçlü görünüm ile, Soda Sanayii 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 arzın ideal zamanlamasını belirlemek üzere, hisse senedi piyasaları ve küresel piyasalardaki gelişmeleriyakından takip etmekteyiz.

Sunumumu sona erdirmeden önce, bu yılın ilk yarısında, faaliyet gösterdiğimiz her bölgede,

tüketici güvenini ve yatırım harcamalarını etkileyen siyasi ve ekonomik oynaklığın yaşandığını tekrarlamak isterim. Bu gelişmelere rağmen, FVÖK, FAVÖK ve net kar marjlarımızı, arazi gelirler hariç %2-3 arttırdık. Yatırımların özümseme dönemi, azalan yatırım harcamaları ile devam etmektedir; konservatif borçluluk ve güçlü nakit pozisyonu devam etmekte ve zayıf TL, uzun döviz pozisyonumuzu desteklemektedir.

Kar marjlarımız, tüm ilgili segmentlerinde, küresel oyuncuların ve endüstri ortalamalarının üzerindedir. Pazar payımız, uluslararası arenada artış trendi sergilemektedir. Son birkaç yıldır süregelen satınalma & birleşmeler ve organik büyümeyi tüm bunlar desteklemektedir. Faaliyet kusursuzluğuna odaklanmayı sürdüreceğiz ve son olarak, stratejimize paralel, seçici bir şekilde, birleşme & satın alma fırsatlarını incelemeye devam edeceğiz.

Sabrınız için teşekkürler; şimdi sorularınızı yanıtlamaktan memnuniyet duyacağım.

Soru ve Cevap Kısmı

Operatör

[Operatör talimatları]

Deniz Invest'ten, Alper Akalın'ın bir sorusu var. Lütfen devam ediniz.

Alper Akalın

Merhaba, sunum için teşekkürler. İki sorum var. Birisi Anadolu Cam ile ilgili; özellikle yılın ikinci çeyreğinde olmak üzere, faaliyet marjlarında önemli ölçüde iyileşme olduğunu gözlemliyoruz. Fiyat artışı olduğunu biliyoruz ancak bunun dışında, geçen sene ile aynı kapasite kullanım oranları olmasına rağmen, özellikle Türkiye cephesinde, birim maliyetlerde azalma olduğunu da gözlemliyoruz. Üretimde herhangi bir yapısal değişiklik mi var yoksa bu faaliyet performansının ardında, fiyatın artışına yönelik başka faktörler mi var ve bunun gelecek dönemde sürdürülmesini bekliyor musunuz? Bu ilk soru idi.

Trakya Cam'la ilgili olan ikinci soru: Düzcamlarındaki hafif düşüşün ithal edilen ürünlerden kaynaklanıp kaynaklanmadığını merak ediyorum ya da bu azalmayı açıklayabilecek başka faktörler mi var? Ayrıca, doğal gaz fiyatlarında bir artış olursa, fiyat artışları uygulayabileceğinizi söylediniz ancak ithal ürünlerin de baskısı var; bazı ihracat kısıtlamaları getirebilecek herhangi bir eylem planı var mı? İthal ürün fiyatları ile karşılaştırıldığında, sizin fiyatlarınız nasıl durumda? Gelecek dönemlerde ne kadar satışınız var ve bu durum, bu dönemlere yönelik tehlikeli bir durum mu? Teşekkür ederim.

Görkem Elverici

Teşekkürler Alper Bey. Anadolu Cam ile başlayalım; bahsettiğiniz gibi, her iki taraftan gelen etkiler var; ilki, özellikle Türkiye pazarında olmak üzere, fiyat artışlarından kaynaklanmakta ancak ikincisi kesinlikle faaliyet kusursuzluğundan ve bir ölçüde, özellikle Rusya'daki, üretim noktalarımızın yeniden şekillendirilmesi ve optimize edilmesi nedeni ile, artan kapasite kullanım oranlarından kaynaklanıyor. Bu ikincisi, elde edilen işletme verimliliği ve üretimdeki iyileşmeden

kaynaklanmakta olduğundan, bunun devam etmesini ve Anadolu Cam'ın performansının, öncekinden daha yüksek bir marjla sürdürülmesini bekliyoruz.

Trakya Cam ile ilgili sorunuza gelirsek, elbette Türkiye pazarında baskılar var. Bu bizim için yeni bir durum değil. Her zaman yaşadığımız bir durum. Türk pazarı, diğer pazarlardan önemli ölçüde daha yüksek olan fiyatları ile, (Rus cam pazarındaki düşüşün ardından) çevresindeki bölge ülkeleri arasındaki en geniş pazar halinde gelmiştir. Bu da, neredeyse tüm ihracatçıların ürünlerini Türkiye'ye satmaya odaklanmalarının ana sebebidir. Elbette, Trakya Cam'ın kullandığı birkaç farklı strateji bulunmaktadır ve bunların ilki, pazar konumumuz ve dağıtım kanalları üzerindeki kontrolümüzdür.

İkincisi- özellikle çevreleyen ülkelerde meydana gelen siyasi ve ekonomik türbülans ve volatiliteler nedeni ile meydana gelen damping faaliyetleri karşısında, en azından bir ölçüde pazarımızı savunmaya yönelik bazı farklı faaliyetlerimiz tabii ki var. Bu da yeni bir durum değil. Bu da daha önce meydana geldi. 2008 yılındaki ekonomik krizden hemen sonra ve özellikle de Arap Baharı ve Euro Bölgesi krizi vs. sırasında başladı ve devam etti. Şişecam, her zaman için, konumunu desteklemek üzere, farklı stratejilerle yerini korumada başarılı olmuştur.

Marjlar konusunda; ürün tipi, ürün portföyüne bağlı olarak, bazı tek haneli marjlar ile çift haneli marjlar şeklinde farklılık söz konusudur ancak temel nokta, fiyat bakımından, piyasaların çoğunlukla Trakya Cam'ı takip etmesidir. Bu da satış fiyatlarının, özellikle doğal gaz fiyat artışı nedeni ile, artmasının sebeplerinden bir tanesidir ve pazara yönelik, sadece bizim için değil, dağıtım kanalları için de, satış fiyatlarına dönüştürülmesi gereken bir durum olarak görülmektedir. Her zaman olduğu gibi, bu fiyat artışını, satış fiyatlarımıza yansıtacağımıza inanıyoruz ancak pazarı gözlemliyor olacağız ve özellikle farklı ürün segmentlerine dayalı fiyatlandırma konusunda, satmakta olduğumuz ürün gamında seçici olacağız.

Umarım bu yardımcı olmuştur ancak başka sorularınız varsa, daha fazla açıklama yapabilirim.

Alper Akalın

Acaba ithalat rekabeti ya da inşaat sektörünün zayıflığı nedeni ile oluşan satış daralmasını açıklayabilir misiniz ve satış hacmi bakımından, gelecek çeyrekler için neler bekliyorsunuz? Bu kapasite kullanım oranı için de geçerlidir– Bununla nasıl başa çıkıyorsunuz? Çok teşekkürler. Bu son soruydu.

Görkem Elverici

Tamamen haklısınız– daha önce de bahsedildiği gibi, her iki taraf da bunu etkiledi ancak göz önünde tutmamız gereken bir şey var; o da, sektörlerde ne olacağını öngörebilmek için gerekli ana etmenlerden birisi olan yeni inşaat izinlerine göz atmaktır ve yeni inşaat izinlerine göz attığımızda, inşaat sektöründe gerçek bir daralma olacak gibi görünmüyor. Ayrıca, yeni inşaat izinleri olsa da, inşaat şirketleri, pazardaki volatilité ve siyasi koşullar nedeni ile, şu anda, yatırımlarına, planlandığı şekilde devam etme konusunda, daha isteksiz durumdadır.

Bahsedildiği gibi, şu anda herkes nakit pozisyonunu korumaya çalışıyor; bu nedenle, daha sonraki çeyreklerde gecikmiş talep olmasını bekliyoruz ve siyasi bakımdan gerilim ve volatilité durumu iyileştiğinde, bu geciken talep ve geç yatırımların hızlı bir şekilde kapatılacağına ve tabii ki, beklenen daha yüksek satış rakamlarına ulaşılacağına inanıyoruz.

Alper Akalın

Çok teşekkürler.

Görkem Elverici

Rusya'dan gelen ithal ürünler konusunda; bu Rublenin devalüasyonu nedeni ile olup, çok beklenmedik bir durumdu. Ancak Rusya pazarında düzcamların artmaya başlamasından söz ettim; bu ay, %7-8 civarında gerçekleşti ve sürmesi bekleniyor; böylece Rusya'daki diğer üreticilerin diğer bölgelere ihracat yapma iştahlarını azaltacaktır çünkü, bildiğiniz gibi, Rusya'dan ihracat yapmak, Türkiye'den olduğu kadar kolay değildir. Bu nedenle, hemen hemen her şirketin karşı karşıya kaldığı bir takım operasyonel sorunları söz konusudur. Türkiye'ye ihraç etmek yerine, seçici bir şekilde kendi yerel pazarlarına satış yapıyor olabilirler ve bu da, iç piyasada ve Rus pazarında dikkatli bir şekilde izlememiz gereken bir başka alan olabilir.

Operatör

İs Yatırımdan, İlyas Urgancı'nın bir sorusu var. Lütfen devam ediniz.

İlyas Urgancı

Görkem Bey, sunumunuz için teşekkürler. Trakya Cam ile ilgili bir sorum var. Bu rekabetçi görünüm vs. ile ilgili tüm bu negatif faktörleri göz önünde tutarak ve üretim kapasitesini arttırmaya yönelik tüm bu yatırımları düşündüğünüzde, Trakya Cam için sürdürülebilir FAVÖK marjı nedir?

Görkem Elverici

Sürdürülebilir FAVÖK marjı konusunda hedeflenen, daha önceki telekonferansta da belirttiğimiz gibi, %20'lerin üzerinde kalmaktır.

Elbette, farklı dönemlerde, piyasalarda volatiliteler olmaktadır ve hatta, %25 FAVÖK marjının üzerine çıktığımız dönemler de olmuştur ancak nihai hedefimiz, her iş grubunda %20 FAVÖK marjının üzerinde kalmak ve Şişecam'ı da, %20 FAVÖK marjının üzerinde tutmaktır.

Operatör

Somerset Capital'den Henrietta Seligman'ın sorusu olacak. Lütfen devam ediniz.

Henrietta Seligman

İlk sorum, sektör ve bölgeye yönelik birleşme & satınalma fırsatları ile ilgili. İkinci sorum ise, yeni kapasite eklemek ve gelecekte işi organik olarak büyütmek için fırsatları nerelerde görüyorsunuz?

Görkem Elverici

Teşekkürler Bn. Seligman. Farklı iş gruplarına yönelik olarak, farklı stratejiler bulunmakta; bu nedenle, düzcam ve cam ambalaj için, bu daha çok bir bölgedeki piyasaya hakim olma oyunudur ve dolayısıyla, aradığımız birleşme & satınalma fırsatları, mevcut olduğumuz alanlardaki bölgesel konumumuzu desteklemeye yöneliktir. Bu da genellikle, faaliyette bulunduğumuz ülkelerde ya da faaliyet alanlarımızdaki bölgesel hakimiyetimizi arttırmaya yardımcı olacak olan çevre ülkelerde gerçekleşecektir.

Diğer iş grupları göz önünde tutulduğunda; cam ev eşyası segmenti ile başlarsak, düzcam ve cam ambalajın aksine, ürünün ihraç edilmesinin kolaylığı nedeni ile, üretim maliyetlerine dayalı olarak, küresel piyasanın hedeflenmesi mümkündür. Bir birleşme & satınalma ile, iki hedeften birisine odaklanmaktayız: ilki, pazar payı elde edilmesi ve ikincisi ise, üretim maliyetlerimizin optimize edilmesidir. Cam ev eşyası tarafında, geniş bir küresel paya zaten sahip olduğumuzdan (en iyi 3 arasındayız), ana odak noktamızın üretim maliyetlerinin optimize edilmesi olacağına inanıyoruz ve bu da hem satış hem üretim maliyetlerini desteklemek üzere, dünyada her yerde gerçekleştirilebilir. İkicisi ise, küresel pazar payımıza nazaran daha az pazar payımızın olduğu, daha geniş pazarlara yönelik olabilir.

Kimyasallar alanında, daha önce de kanıtladığımız gibi, faaliyet kusursuzluğu bakımından küresel liderlerden birisiyiz. Bölgesel arz talep dengelerine baktığımızda, bu, dünyanın her yerinde gerçekleştirilebilir ancak piyasa arz ve talebini, üretim yerinin bulunduğu lokasyonu, kaynakların mevcudiyetini ve lojistik masrafların yanı sıra ürünler ve maliyetleri ele alırken çok seçici olmak zorundayız. Bu kullanmakta olduğumuz ve kullanmaya devam edeceğimiz ana çerçevedir ve tabii ki, pazardaki mevcut fırsatlara bakarak kendi iyi müşterilerimizi de seçiyoruz.

Özellikle gerçekleştirdiğimiz ya da gerçekleştirebileceğimiz birleşme & satınalmalar göz önünde tutulduğunda, güçlü nakit pozisyonumuz bazı avantajlar yaratmakta ve bizi, pazarda avantajlı konuma getirmektedir. Böylece, kendi kıstaslarımız doğrultusunda pazardaki olası fırsatları da seçici bir anlayışla değerlendirmekteyiz.

Henrietta Seligman

Teşekkür ederim. Hızlıca ekleyeyim; sizce, bu tip yatırımlar ne boyutta olur ve şirketinizin çıkmak isteyeceği maksimum boçluluk düzeyi nedir?

Görkem Elverici

Bu, fırsatın büyüklüğüne göre değişiklik gösterecek bir konu. Bilançomuzda, portföyümüzü önemli ölçüde genişletmeye yeterli yer var ve zaten güçlü nakit pozisyonumuz, pazarlıkları mümkün olduğu kadar çabuk kapatmamıza ve re-finansmanı sonradan yapmamıza yardımcı oluyor. Gerçekten de bu, mevcut fırsatlara bağlıdır. Bildiğiniz gibi, iki yıl önce, borçları hariç tutulursa, sadece €3 milyon nakit ödeme yaparak bir satın alma gerçekleştirdik. Ayrıca, cam ev eşyası alanında, Arc ile görüşme halindeydik; tabii o daha yüksek bir finansal değere sahipti. Ayrıca, yine, olası satınalmanın, finansmanının nasıl yapılandırıldığına da bağlıdır.

Henrietta Seligman

Teşekkür ederim. Organik büyüme fırsatları ve yeni kapasite konusundaki soruma gelirse?

Görkem Elverici

Yeni kapasite, elbette, faaliyette olduğumuz mevcut pazarlardaki talep artışına ve ayrıca bu talebin mevcut arzla karşılanıp karşılanmayacağı ölçüsünde, rekabet ortamına bağlı olacaktır. Görmüş olduğunuz gibi, incelediğimiz pazarlarda, kendimiz için uzun vadeli ufukları göz önünde tutmak zorundayız. Sıfırdan başlanan, cam fırınlarının inşası 18 ay sürmektedir ve özellikle düzcamda 30 ayı aşabilmektedir. Piyasayı, buna dayalı olarak tahmin ediyoruz ve Rusya, Hindistan haricindeki, faaliyette olduğumuz pazarların çoğunda, düzcam alanında, bizlerden, pazardaki talep artışı için gerekli kapasiteyi doldurmamız beklenmektedir. Bunu yaparken, olduğumuz pazarlardaki fiyatlara baskı kuracak fazladan kapasiteler yaratmamak için, rakiplerimizin pozisyonunu ve yatırım planlarını da göz önünde tutuyoruz.

Henrietta Seligman

Çok teşekkürler.

Operatör

Barclays'den, Waleed Bellaha'nın sorusu var. Lütfen devam ediniz.

Waleed Bellaha

Tünaydın, sunumunuz için teşekkürler. Bir iki tane sorum var. Aslında M&A ile ilgili sorulardan birisinin yanıtını duyamadım ve Net Borç/FAVÖK bakımından şirketiniz için sürdüreceğiniz optimal kaldıraç düzeyinin ne olduğunu teyit etmek istiyorum– bilançoda bunun yükselebileceği, yeterli kapasiteye sahip olduğunuzu söylemiştiniz

İkinci sorum – daha önce belirtilen %20 olan– FAVÖK marjı beklentisi ile ilgili. Emlak varlıklarının ve muhtemelen hisselerin satışları gibi, yıl boyunca kaydedilen, arızı gerçekleşen kalemleri de içerdiğini anlıyorum; bu doğru mu?

Görkem Elverici

Teşekkür ederim. Kaldırıcı arttırma konusunda; sunum sırasında da belirtmiş olduğum gibi, Net Borç/FAVÖK oran hedefimiz 1.25'tir; bu, sahip olduğumuz ve ilerlemek üzere bir strateji olarak bağlı kalmak istediğimiz maksimum düzeydir. Beklenen FAVÖK oranı herhangi bir tek seferde hisse satışını içermemekteydi; bu nedenle rakamları, düzeltilmiş bazda vermeye çalışıyoruz. Kaldıraç oranı 1,25 değerini geçmeyecek olsa da, kredi anlaşmalarımız ve tahvil ihracımızdaki taahhüt ettiğimiz finansal oranlar açısından değerlendirildiğinde, oldukça rahat olduğumuzu belirtebilirim.

Waleed Bellaha

Güzel, teşekkürler.

Deniz Invest'ten Alper Akalın'ın sorusu var. Lütfen devam ediniz.

Alper Akalın

Merhaba; üç sorum daha olacak. Biri Trakya Cam ve ikisi de Soda Sanayii ile ilgili. Trakya Cam için; İran yaptırımlarının kaldırılmasının potansiyel etkisinden bahsedebilir misiniz? Çünkü İran'dan olan ithalatta artış var. Bununla ilgili herhangi bir tehlike görüyor musunuz?

Soda Sanayii için iki sorum var ve ilki: Çin ekonomisinin yavaşlamasının krom ürünlerindeki potansiyel etkisi ne olacak? Çünkü biliyoruz ki, Soda Sanayii'nin geçmiş finansalları, krom ürünlerine yönelik yüzde 100 civarında kapasite kullanım oranları olduğunu gösteriyor; Çin nedeni ile, segmentteki kapasite kullanım oranına yönelik herhangi bir tehdit görüyor musunuz?

Soda Sanayii ile ilgili ikinci sorum: şirketin güçlü bir nakit yaratma profilinin söz konusu olduğunu görüyoruz ve şirket ayrıca borçsuz; herhangi bir satınalma fırsatını değerlendiriyor musunuz? Yoksa, şirket için daha yüksek temettü oranları düşünür müsünüz? Çok teşekkürler.

Görkem Elverici

Sorular için teşekkürler. Trakya Cam'la başlarsak; aslında İran zaten, Türk pazarlarına yapılan ticaretin en büyük ihracatçılarından birisi; dolayısıyla, yaptırımların kaldırılmasının riski arttıracığını düşünmüyoruz; tersine, özellikle İran'ın iç piyasasındaki artan ekonomik faaliyetler, fiyatlandırmadaki baskıdan kurtulmamızda bizlere yardımcı olabilir. İran'da, enerji giderleri bütünüyle sübvansede edilmekte ve bu da, çevre ülkelerle karşılaştırıldığında, onlara avantajlı bir pozisyon kazandırmaktadır.

Şu ana kadar, İran'daki ekonomik faaliyet yavaşlama göstermiş olduğu için, bu cam endüstrisi için faydalı bir durum değildi; dolayısıyla, kendileri için yeni ihracat pazarları arayışındalar ve Türkiye, Rusya ile birlikte, onların en büyük ihracat pazarlarından birisi olmuştur. İnanıyoruz ki, en azından beklentiler, İran'da artan bir ekonomik faaliyetin olması durumunda, yerel talebi karşılamak için ihracatlarını sınırlayacakları yönünde çünkü yeni kapasiteleri pazara çabucak sokmak kolay değildir. Bu durum, Türkiye'deki baskıyı rahatlatacaktır ve İran'ın pek rekabetçi olmadığı, kaplamalı cam, vs. gibi katma değerli ürünlerde, bizler için yeni ihracat pazarlarından birisi haline gelebilir.

Soda Sanayii soruları ile ilgili olarak; Çin'deki yavaşlama, şu ana kadar bizleri pek etkilemedi. Elbette, o iş segmentinde, bizler küresel lider konumundayız ve onlara yönelik fiyatlar ile küresel talep mevcudiyetini dikkatli bir şekilde takip ediyoruz. Zaman zaman hafif bir volatilité yaşanabilse de, tamamen satılan krom kimyasalları ile, kapasite kullanımının %100'ün altına düşmesini beklemiyoruz; bu en azından, imzalanan sözleşmelerle birlikte, 2015 için geçerli bir durumdur ve gelecek için de sürmesi beklenebilir.

Soda Sanayii ile ilgili olarak, satınalma fırsatlarına yönelik ikinci soruya gelince; daha önce de bahsettiğim gibi, tüm küresel bölgeler şu anda Soda Sanayii için bir hedef durumunda. Bu

nedenle, bir satınalma ya da sıfırdan yatırım ile ilgili olarak tüm optimal lokasyonları, dikkatli bir şekilde takip ediyoruz ve Soda Sanayii'nin güçlü nakit yapısını korumaya çalışıyoruz. Bildiğiniz gibi, Soda Sanayii'nin faaliyet alanında dünyada son zamanlarda bazı satınalmalar olmakta; son zamanlarda, sadece son 7-8 ay içerisinde, iki büyük çaplı işlem gerçekleşti. Biz de pazarda mevcut ve olası fırsatları, dikkatli bir şekilde araştırıyoruz.

Alper Akalın

Ayrıca, Soda Sanayii'de, güçlü nakit pozisyonu nedeniyle temettü ödeme oranındaki potansiyel artışa yönelik bir sorum olmuştur.

Görkem Elverici

Temettü konusunda Şişecam Topluluğu temettü politikamıza sadık kalmaya devam edeceğiz.

Alper Akalın

Teşekkür ederim.

Operatör

Sayın konuşmacı, başka sorumuz yok. Kapanışı yapmanız için sözü size bırakıyoruz.

Görkem Elverici

Katılımınız için çok teşekkürler. Ayırdığınız zaman karşılığında sizlere ilk yarı ile ilgili faaliyetlerimiz hakkında daha kapsamlı bilgi verebildiğimizi ve sizler için tatminkar ve faydalı olduğunu umuyoruz. Daha önce de bahsettiğimiz gibi yarıyıl ve yılsonu sonuçları ile ilgili olarak bu tip telekonferansları yapmaya devam edeceğiz ve 2015 Yılsonu sonuçları ile ilgili bir sonraki telekonferansımızda sizleri tekrar aramızda görmeyi umuyoruz. Teşekkür ederim.

Operatör

Telekonferansımız burada sonlanmaktadır. Hepinize, katılımınız için teşekkürler.