

2019 İLK YARI FİNANSAL PERFORMANS:

Toplam satışlar*:

%27 artışla 24,2 milyar TL

FAVÖK*:

%43 artışla 2,7 milyar TL

Ana ortaklık net zarar*:

405 milyon TL

Proforma Konsolide** (mn TL)	1Y18*	1Y19	Değişim	1Y19 (TFRS16 hariç)	Değişim
Satış Gelirleri	19.059	24.165	26,8%	24.165	26,8%
Brüt Kar	5.582	7.364	31,9%	7.304	30,8%
Faaliyet Kârı	595	1.302	118,9%	1.171	96,8%
FAVÖK	1.873	3.152	68,3%	2.672	42,7%
Net Kar ¹	-701	-471	32,8%	-405	42,2%

¹ Ana ortaklık net dönem kâr/zararını göstermektedir.

*Karşılaştırılabilir olması amacıyla 2018 sonuçları ABI Inbev ile Rusya ve Ukrayna'da yapılan birleşme yılbaşından geçerli olarak hazırlanmıştır.

**Karşılaştırılabilir olması amacıyla işbu rapordaki tüm analizlerde yer alan 1Y2019 rakamlarına TFRS16 etkisi hariç tutularak yer verilmiştir. (TFRS16 etkisini içeren finansal tablolar Bilgilendirme notu sayfa 10-11'de ve SPK raporunda yer almaktadır.)

**Proforma konsolide rakamlar Migros'un 6 aylık konsolide edilmiş sonuçlarını göstermektedir.

İCRA BAŞKANI HURŞİT ZORLU'NUN DEĞERLENDİRMESİ

"2019 yılı ilk yarısında ana operasyonlarımızda gerçekleştirdiğimiz güçlü büyümenin neticesinde konsolide bazda %27 satış gelirleri ve %43 FAVÖK artışı gerçekleştirdik. Küresel düzeyde makroekonomik kırılganlığın devam ettiği bir dönemde tüketici sektörü odağımızı sürdürüp hızlı değişen koşullarda tüketici nabzını yakından takip etmeye devam ederken, temkinli ve etkin risk yönetim anlayışını tüm operasyonlarımızda hassasiyetle ele alıyoruz.

Bira grubundaki güçlü performans özellikle yurtdışı bira operasyonlarının pozitif ivmesinden kaynaklanmakta olup, Rusya ve Ukrayna'da pazar liderliği için başabaş konuma gelmiş durumdayız. Meşrubat operasyonlarında, Türkiye'de gazlı içeceklerde en hızlı ilk yarı büyümesi elde edilmiş ve Orta Asya'da üstüste 11. çeyrek güçlü hacim artışı yakalanmıştır. Migros'ta da hızlı tüketim malları pazarında hem toplam hem modern kanallarda pay kazanımları devam ederken, FAVÖK seviyesinde önemli büyüme elde edilmiştir.

Şirketlerimizin tamamında pozitif güçlü nakit akımı yaratma önceliğimiz doğrultusunda gerekli planları devreye almaya ve uygulamaya devam ediyoruz. Bira operasyonlarımızda Rusya ve Ukrayna'da yaratılan sinerjinin önemli katkısının yanı sıra Meşrubat faaliyetleri ve Migros'un güçlü operasyonel kârlılıkları neticesinde konsolide bazda yılın ilk yarısında 1,3 milyar TL serbest nakit akımı yarattık. Bu konuya verdiğimiz önem önümüzdeki dönemlerde de sürecektir.

Mevcut piyasa koşulları çerçevesinde daha önce paylaşmış olduğumuz finansal önceliklerimiz gündemimizin başlıca maddesi olmaya devam ediyor. Proaktif davranarak, faaliyet gösterdiğimiz bütün segmentler için borçlanma yapılarımızı en uygun seviye ve şartlara getirmek üzere çalışmalarımızı sürdürmekteyiz. Yılın ilk yarısı itibarıyla net borç/FAVÖK rasyomunuzu 2,5x seviyesine indirmiş olmaktan mutluluk duyuyoruz.

Önümüzdeki dönemlerde tüketici ürünlerinde ağırlıklı sektörlerde odaklanmaya devam ederken, tüm faaliyetlerimizi etkin finansal yönetim öncelikleri ile sürdürmeye devam edeceğiz.

ÖZET FİNANSAL SONUÇLAR

Bira (mn TL)	2Ç18*	2Ç19	Değişim	2Ç19 (TFRS16 haric)	Değişim	1Y18*	1Y19	Değişim	1Y19 (TFRS16 haric)	Değişim
Satış Hacmi (mhl)	9,9	10,7	8,7%	10,7	8,7%	16,2	17,5	7,4%	17,5	7,4%
Satış Gelirleri	2.217	3.277	47,8%	3.277	47,8%	3.513	5.016	42,8%	5.016	42,8%
Brüt Kar	854	1.408	64,8%	1.408	64,8%	1.263	1.929	52,8%	1.929	52,8%
FAVÖK (BMKÖ)	264	560	112,1%	541	105,0%	285	633	122,3%	605	112,5%
Net Kar	51	378	639,9%	383	651,0%	-131	202	-254,4%	210	-260,5%
Brüt kar marjı	38,5%	43,0%		43,0%		35,9%	38,5%		38,5%	
FAVÖK marjı	11,9%	17,1%		16,5%		8,1%	12,6%		12,1%	
Net Kar marjı	2,3%	11,5%		11,7%		-3,7%	4,0%		4,2%	
Meşrubat (mn TL)	2Ç18	2Ç19	Değişim	2Ç19 (TFRS16 haric)	Değişim	1Y18	1Y19	Değişim	1Y19 (TFRS16 haric)	Değişim
Satış Hacmi (mn Ünite Kasa)	408	415	1,8%			670	672	0,4%		
Satış Gelirleri	3.117	3.888	24,7%			4.950	6.117	23,6%		
Brüt Kar	1.116	1.380	23,6%			1.698	2.078	22,4%		
FAVÖK	654	820	25,5%			946	1.141	20,6%		
Net Kar	185	411	122,1%			136	409	200,5%		
Brüt kar marjı	35,8%	35,5%				34,3%	34,0%			
FAVÖK marjı	21,0%	21,1%				19,1%	18,7%			
Net Kar marjı	5,9%	10,6%				2,7%	6,7%			
Migros (mn TL)	2Ç18	2Ç19	Değişim	2Ç19 (TFRS16 haric)	Değişim	1Y18	1Y19	Değişim	1Y19 (TFRS16 haric)	Değişim
Satış Gelirleri	4.523	5.808	28,4%	5.808	28,4%	8.463	10.731	26,8%	10.731	26,8%
Brüt Kar	1.168	1.562	33,7%	1.540	31,8%	2.166	2.918	34,7%	2.879	32,9%
FAVÖK	270	587	117,4%	397	47,0%	476	1.076	126,1%	710	49,3%
Net Kar	-293	-150	48,6%	-105	-64,2%	-536	-381	28,9%	-286	46,6%
Brüt kar marjı	25,8%	26,9%		26,5%		25,6%	27,2%		26,8%	
FAVÖK marjı	6,0%	10,1%		6,8%		5,6%	10,0%		6,6%	
Net Kar marjı	-6,5%	-2,6%		-1,8%		-6,3%	-3,6%		-2,7%	
Otomotiv (mn TL)	2Ç18	2Ç19	Değişim	2Ç19 (TFRS16 haric)	Değişim	1Y18	1Y19	Değişim	1Y19 (TFRS16 haric)	Değişim
Satış Gelirleri	876	829	-5,3%	829	-5,3%	1.705	1.653	-3,0%	1.653	-3,0%
Brüt Kar	170	140	-17,7%	140	-17,9%	326	279	-14,5%	279	-14,6%
FAVÖK	98	83	-15,0%	82	-16,1%	177	176	-0,8%	174	-2,1%
Net Kar	-105	-55	48,2%	-55	48,0%	-199	-167	16,4%	-166	16,5%
Brüt kar marjı	19,4%	16,9%		16,8%		19,1%	16,9%		16,9%	
FAVÖK marjı	11,2%	10,1%		9,9%		10,4%	10,6%		10,5%	
Net Kar marjı	-12,0%	-6,6%		-6,6%		-11,7%	-10,1%		-10,1%	
Perakende (mn TL)	2Ç18	2Ç19	Değişim	2Ç19 (TFRS16 haric)	Değişim	1Y18	1Y19	Değişim	1Y19 (TFRS16 haric)	Değişim
Satış Gelirleri	313	350	11,7%	350	11,7%	622	674	8,3%	674	8,3%
Brüt Kar	74	79	7,4%	69	-6,0%	140	157	11,4%	137	-2,5%
FAVÖK	33	66	101,3%	36	9,2%	63	121	93,3%	60	-3,8%
Net Kar	6	-10	a.d.	-4	a.d.	7	-23	a.d.	-13	a.d.
Brüt kar marjı	23,6%	22,7%		19,8%		22,6%	23,2%		20,3%	
FAVÖK marjı	10,5%	19,0%		10,3%		10,1%	18,0%		8,9%	
Net Kar marjı	1,8%	-2,9%		-1,2%		1,1%	-3,3%		-1,9%	
Diğer (mn TL)	2Ç18	2Ç19	Değişim	2Ç19 (TFRS16 haric)	Değişim	1Y18	1Y19	Değişim	1Y19 (TFRS16 haric)	Değişim
Satış Gelirleri	71	174	145,1%	174	145,1%	140	462	230,5%	462	230,5%
Brüt Kar	35	50	42,4%	50	42,4%	78	93	18,4%	93	18,4%
FAVÖK	10	25	158,0%	24	144,3%	9	36	301,9%	32	248,2%
Net Kar**	-218	-132	-39,3%	-143	34,3%	-437	-213	-51,4%	-211	51,8%
Brüt kar marjı	49,2%	28,6%		28,6%		56,1%	20,1%		20,1%	
FAVÖK marjı	13,7%	14,4%		13,7%		6,5%	7,9%		6,8%	
Net Kar marjı	-307,5%	-76,2%		-82,4%		-312,8%	-46,0%		-45,7%	
Konsolide (mn TL)	2Ç18*	2Ç19	Değişim	2Ç19 (TFRS16 haric)	Değişim	1Y18*	1Y19	Değişim	1Y19 (TFRS16 haric)	Değişim
Satış Gelirleri	6.586	12.359	87,7%	12.359	87,7%	10.857	17.706	63,1%	17.706	63,1%
Brüt Kar	2.215	4.097	84,9%	4.070	83,7%	3.437	5.537	61,1%	5.500	60,0%
FAVÖK	1.028	1.963	91,0%	1.768	72,0%	1.404	2.509	78,7%	2.264	61,2%
Net Kar	-304	-71	76,7%	-37	87,8%	-701	-471	32,8%	-405	42,2%
Brüt kar marjı	33,6%	33,1%		32,9%		31,7%	31,3%		31,1%	
FAVÖK marjı	15,6%	15,9%		14,3%		12,9%	14,2%		12,8%	
Net Kar marjı	-4,6%	-0,6%		-0,3%		-6,5%	-2,7%		-2,3%	
Proforma Konsolide (mn TL)	2Ç18*	2Ç19	Değişim	2Ç19 (TFRS16 haric)	Değişim	1Y18*	1Y19	Değişim	1Y19 (TFRS16 haric)	Değişim
Satış Gelirleri	10.958	14.075	28,4%	14.075	28,4%	19.059	24.165	26,8%	24.165	26,8%
Brüt Kar	3.373	4.582	35,8%	4.549	34,9%	5.582	7.364	31,9%	7.304	30,8%
FAVÖK	1.296	2.124	63,8%	1.871	44,3%	1.873	3.152	68,3%	2.672	42,7%
Net Kar	-304	-71	76,7%	-37	87,8%	-701	-471	32,8%	-405	42,2%
Brüt kar marjı	30,8%	32,6%		32,3%		29,3%	30,5%		30,2%	
FAVÖK marjı	11,8%	15,1%		13,3%		9,8%	13,0%		11,1%	
Net Kar marjı	-2,8%	-0,5%		-0,3%		-3,7%	-2,0%		-1,7%	

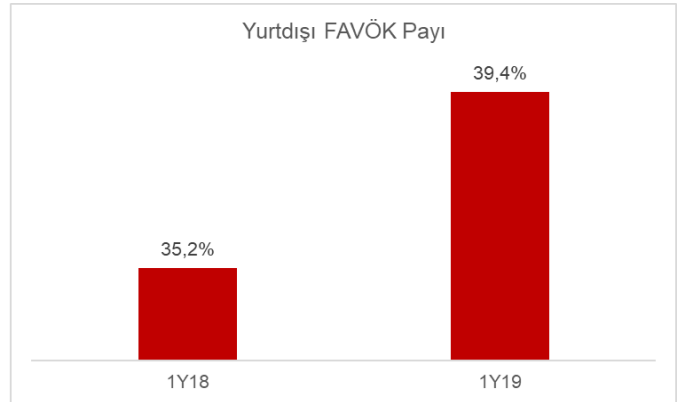
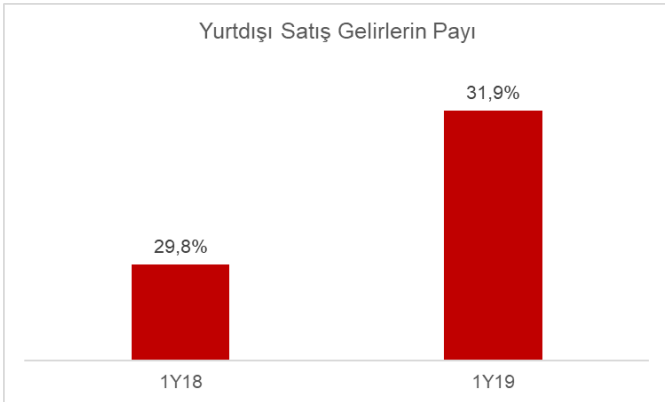
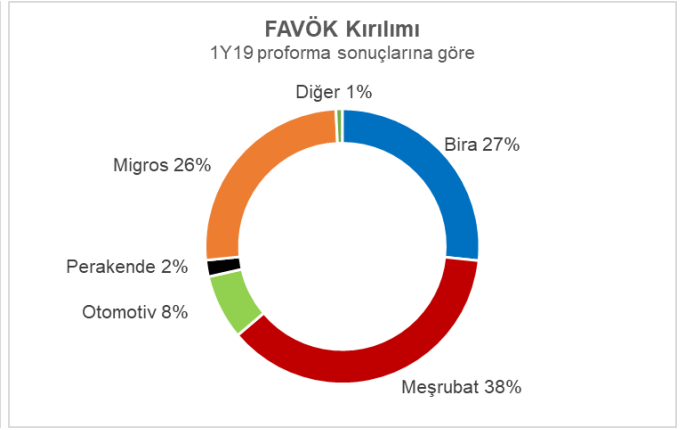
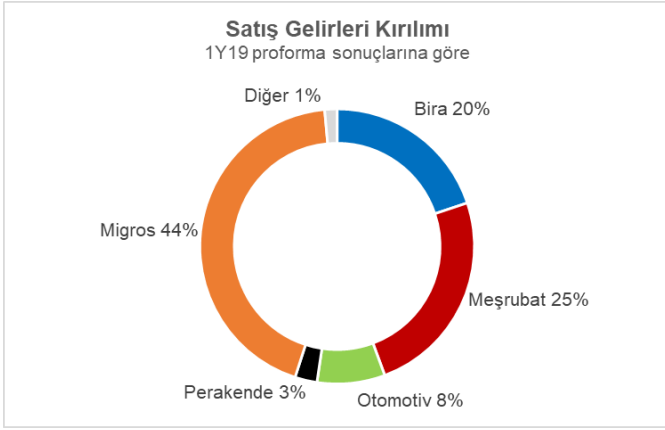
*2018 finansallar ABI Efes JV birleşmesinin 1 Nisan 2018 yerine 1 Ocak 2018 itibarıyla gerçekleştiği varsayımına dayanmaktadır. Bu nedenle 2018 proforma finansallar birleşen şirketlerin 3 aylık operasyonlarını da içerecek şekilde yeniden düzenlenmiştir. Buna ek olarak, TFRS 3 uyarınca sabit kıymetlerde yapılan yeniden değerlendirme sonucunda 2019'da amortisman giderlerinde oluşan artış 2018 rakamlarına da yansıtılmıştır.

**Migros'un 1 Mayıs 2019 tarihi itibarıyla tam konsolide edilmeye başlanması nedeniyle Migros'un ilk 4 aylık dönem kar/zararından alınan paylar hariç tutularak gösterilmiştir.

KONSOLİDE FİNANSAL PERFORMANS

Proforma Konsolide (milyar TL)	2Ç18	2Ç19	Değişim	2Ç19 (TFRS16 hariç)	Değişim	1Y18	1Y19	Değişim	1Y19 (TFRS16 hariç)	Değişim
Satış Gelirleri	10.958	14.075	28,4%	14.075	28,4%	19.059	24.165	26,8%	24.165	26,8%
Brüt Kar	3.373	4.582	35,8%	4.549	34,9%	5.582	7.364	31,9%	7.304	30,8%
FAVÖK	1.296	2.124	63,8%	1.871	44,3%	1.873	3.152	68,3%	2.672	42,7%
Net Kar	-304	-71	76,7%	-37	87,8%	-701	-471	32,8%	-405	42,2%
Brüt kar marjı	30,8%	32,6%		32,3%		29,3%	30,5%		30,2%	
FAVÖK marjı	11,8%	15,1%		13,3%		9,8%	13,0%		11,1%	
Net Kar marjı	-2,8%	-0,5%		-0,3%		-3,7%	-2,0%		-1,7%	

AG Anadolu Grubu Holding ("Anadolu Grubu") **proforma konsolide satışları** 2019 yılı ilk altı ayında geçen yılın aynı dönemine göre %26,8 artışla 24,2 milyar TL seviyesinde gerçekleşmiştir. Yılın ilk yarısında satış gelirleri %42,8 artan Bira ve %26,8 büyüyen Migros'u %23,6 yükselen Meşrubat segmenti takip ederken, Perakende segmentinin satış gelirleri %8,3 artmıştır. Öte yandan Otomotiv segmenti net satış gelirleri geçen seneye göre %3,0 azalırken, portföyde nispeten düşük paya sahip Gayrimenkul ve Enerji faaliyetlerinin dahil olduğu diğer segmenti net satış gelirleri Kartal konut projesi teslimatları nedeniyle artış kaydetmiştir.



Yurtdışı operasyonlarımızın toplam satış gelirleri içindeki payı 2018 yılında %29,8 iken 2019 yılında %31,9'a yükselmiştir. Öte yandan FAVÖK içindeki pay ise %35,2'den %39,4'e çıkmıştır.

Proforma konsolide FAVÖK, yılın ilk çeyreğinde olduğu gibi ikinci çeyrekte de Bira, Meşrubat ve Migros'un operasyonel kârlılıklarındaki artış neticesinde ilk yarı sonu itibarıyla %42,7 yükselişle 2,7 milyar TL seviyesinde elde edilmiştir. Toplam FAVÖK içerisinde Meşrubat, Bira ve Migros'un payları sırasıyla %38, %27 ve %26 olarak gerçekleşirken, Otomotiv, Perakende ve diğer segmentlerinin toplam FAVÖK içerisindeki payı ise %11'dir.

Anadolu Grubu yılın ikinci çeyreğinde özellikle faaliyet gösterilen üç ana segmentte güçlü FAVÖK artışları ve TL'nin önceki çeyreklere göre göreceli olarak daha stabil olması neticesinde proforma **net zararını** 2Ç18'de 304 milyon TL'den 2Ç19'da 37 milyon TL'ye indirmiştir. Altı aylık net zarar ise geçen seneye göre azalarak 405 milyon TL olmuştur*.

Anadolu Grubu'nun 2019 yılının ilk altı ayında önemli konularının başında gelen güçlü **serbest nakit akımı** yaratma çalışmaları kapsamında gerek Bira operasyonlarımızda Rusya ve Ukrayna'da yaratılan sinerjinin önemli katkısı gerekse Meşrubat faaliyetleri ve Migros'un güçlü operasyonel kârlılıkları neticesinde yaklaşık 1,3 milyar TL serbest nakit akımı yaratılmıştır.

Operasyonlarımızda borçların yönetilmesi ve azaltılması yönündeki planlar çerçevesinde, konsolide **Net borç/FAVÖK** rasyosu yılın ilk yarısında yıl sonuna kıyasla kurdaki artışa rağmen 20 baz puan azalışla 2,5x seviyesine inmiştir. Otomotiv segmenti net borç/FAVÖK rasyosu ilk yarıda 90 baz puan azalışla 5,2x'ye gerilerken, Migros'un net borç/FAVÖK rasyosu sene sonundaki 2,3x seviyesine kıyasla Haziran sonunda 1,9x seviyesine inmiştir. Rasyonun göreceli olarak düşük seyrettiği diğer iki önemli segment Bira ve Meşrubat'ta ise net borç/FAVÖK rasyosu sırasıyla 1,3x ve 1,5x olarak gerçekleşmiştir.

Haziran sonu itibariyle Anadolu Grubu **proforma konsolide borcun** %39'u kısa vadeli, %61'i uzun vadeli olarak sınıflandırılmaktadır.

Şirketlerimiz gerek operasyonel gerek finansal çerçevede oluşabilecek kur risklerinden korunmak amacıyla çeşitli türev enstrümanlar kullanmaya devam etmektedir. Net nakit akımı yaratarak borçluluğun azaltılması stratejisi çerçevesinde, Holding ve şirketlerimiz bünyesinde faaliyet alanında kullanılmayan çeşitli varlıkların daha verimli kullanılabilmesi veya satılmalarına yönelik stratejik alternatifler de değerlendirilmeye devam etmektedir.

Segmentler Bazında Borçluluk**

1Y19 itibariyle (milyon TL)	Toplam Borç	Nakit ve Benzeri Değerler	Net Borç	Net Borç/FAVÖK
Bira	4.715	2.865	1.850	1,3
Meşrubat	5.079	1.932	3.147	1,5
Migros	4.895	2.154	2.740	1,9
Otomotiv	2.437	279	2.158	5,2
Perakende	390	63	327	3,0
Diğer (Holding dahil)	3.552	430	3.122	a.d.
<i> Holding borç</i>	2.050	387	1.663	a.d.
Proforma Konsolide	21.102	7.758	13.344	2,5
Proforma Konsolide (Euro mn)	3.216	1.182	2.033	2,5

2018 Yıl sonu itibariyle (milyon TL)	Toplam Borç	Nakit ve Benzeri Değerler	Net Borç	Net Borç/FAVÖK
Bira	4.285	2.480	1.805	1,5
Meşrubat	4.943	2.311	2.633	1,4
Migros	4.570	1.769	2.801	2,3
Otomotiv	2.809	241	2.567	6,1
Perakende	334	106	228	2,1
Diğer (Holding dahil)	3.008	185	2.823	a.d.
<i> Holding borç</i>	1.645	110	1.535	a.d.
Proforma Konsolide	19.945	7.092	12.853	2,7
Proforma Konsolide (Euro mn)	3.295	1.172	2.123	2,7

** TFRS 16 uygulaması kapsamında finansal kiralama borçlarının kiralama yükümlülüklerine sınıflanmasından dolayı 2018 ve 1Y19 toplam borç tutarları finansal kiralama borçlarını içermemekte olup 2018 yılsonu itibariyle toplam borç, net borç ve net borç/FAVÖK verileri yeniden düzenlenmiştir.

*Anadolu Efes ve Coca Cola İçecek için net yatırımların finansal riskten korunmasına yönelik olarak tanımlanmış tahvil ve kredilerin kurdan kaynaklanan değer değişiminin etkin kısmı olan 492.973 TL (ertelenmiş vergi etkisi dahil 385.611 TL), Özkaynaklar altında "Riskten Korunma Kazançları (Kayıpları)"nda, Diğer Kapsamlı Gelir Tablosunda ise "Yurt Dışındaki İşletmeye İlişkin Net Yatırım Riskinden Korunma ile İlgili Diğer Kapsamlı Gelir (Gider)"de muhasebeleştirilmektedir.

BİRA SEGMENTİ

Bira (mın TL)	2Ç18*	2Ç19	Değişim	2Ç19 (TFRS16 haric)	Değişim	1Y18*	1Y19	Değişim	1Y19 (TFRS16 haric)	Değişim
Satış Hacmi (mhl)	9,9	10,7	8,7%	10,7	8,7%	16,2	17,5	7,4%	17,5	7,4%
Satış Gelirleri	2.217	3.277	47,8%	3.277	47,8%	3.513	5.016	42,8%	5.016	42,8%
Brüt Kar	854	1.408	64,8%	1.408	64,8%	1.263	1.929	52,8%	1.929	52,8%
FAVÖK (BMKÖ)	264	560	112,1%	541	105,0%	285	633	122,3%	605	112,5%
Net Kar	51	378	639,9%	383	651,0%	-131	202	-254,4%	210	-260,5%
Brüt kar marjı	38,5%	43,0%		43,0%		35,9%	38,5%		38,5%	
FAVÖK marjı	11,9%	17,1%		16,5%		8,1%	12,6%		12,1%	
Net Kar marjı	2,3%	11,5%		11,7%		-3,7%	4,0%		4,2%	

*2018 finansalları ABI Efes JV birleşmesinin 1 Nisan 2018 yerine 1 Ocak 2018 itibarıyla gerçekleştiği varsayımına dayanmaktadır. Bu nedenle 2018 yılı bira segmenti finansalları birleşen şirketlerin 6 aylık operasyonlarını da içerecek şekilde yeniden düzenlenmiştir. Buna ek olarak, TFRS 3 uyarınca sabit kıymetlerde yapılan yeniden değerlendirme sonucunda 1Y19'da amortisman giderlerinde oluşan artış 1Y18 rakamlarına da yansıtılmıştır.

Bira segmenti toplam **satış hacmi** 2019 yılının ikinci çeyreğinde %8,7 büyüme göstermiş olup ilk altı aylık toplam satış hacmi %7,4 artışla 17,5 mhl seviyesine yükselmiştir. **Türkiye bira operasyonlarında** talebi olumsuz etkileyen düşük tüketici güveni ve ekonomideki yavaşlamanın etkisiyle Nisan ayı zayıf başlamış olmasına rağmen turizmde görülen iyileşmenin yanısıra marka portföyü ile kazanmaya yönelik inisiyatifler ve tüketicilerle artan etkileşim sonucunda Haziran ayında hacimler beklentilerin üzerinde gerçekleşmiştir. Yurtiçi bira operasyonlarında sonuç olarak ikinci çeyrek birinci çeyreğe oranla daha iyi geçmiştir. **Uluslararası bira operasyonlarında**, Rusya'da pazarın üzerinde performans gösterilmesinde esas olarak pazar payının nispeten düşük olduğu segment ve kanallarda varlığın artırılmasına odaklanılması etkili olmuştur. Ukrayna'da ise Efes markalarının lansmanı ve portföy içindeki premium markaların artması sayesinde pazarın önemli ölçüde üzerinde performans gösterilmiştir. Uluslararası bira operasyonları ikinci çeyrekte %10,3 büyüyerek ilk yarı büyümesini %9,4'e taşımıştır. Bu sonuçlarla yurtdışı bira satış hacmi toplam bira satışlarının %86'sına ulaşmıştır.

Bira operasyonları ikinci çeyrek **net satış gelirleri** yıllık %47,8 artışla 3,3 milyar TL'ye ulaşırken, ilk yarı net satış gelirleri %42,8 yükselişle 5 milyar TL seviyesine ulaşmıştır. **Türkiye bira operasyonlarında** fiyat artışları ve satış kırımındaki yüksek fiyatlı ürünlerin olumlu etkileri, **Uluslararası operasyonlarda da** yüksek hacim büyümesi, fiyat artışları ve pozitif çevrim etkileri sözkonusu büyümelerde rol oynamıştır. Yurtdışı bira satış gelirleri toplam satış gelirlerinin %82'sine ulaşmıştır.

Bira segmenti **brüt kâr marjı** ikinci çeyrekte %43,0, yılın ilk yarısında ise %38,5 olarak gerçekleşmiştir. Yurtiçi tarafta özellikle ambalaj, enerji ve ham madde bağlantılı birim girdi maliyetlerinde görülen artış nedeniyle brüt kâr marjı 229 baz puan daralırken, yurtdışı brüt kâr marjı, artan hacimler ve elde edilen sinerjiler sayesinde 638 baz puan artış göstermiştir.

FAVÖK altı aylık dönemde %112,5 artışla 605 milyon TL ulaşmıştır. Yurtiçi tarafta ikinci çeyrekte satış, nakliye ve genel yönetim giderlerinde meydana gelen artış ve marka yatırım yapma stratejisi çerçevesinde artan pazarlama giderleri neticesinde FAVÖK marjı daralırken, Uluslararası bira operasyonlarının artan brüt kârlılığı, yükselen hacimler ve satış pazarlama giderlerinde sağlanan verimlilik artışı ile Rusya'da yaratılan sinerji neticesinde yurtiçi taraftaki marjı daralması telafi edilmiş ve toplam FAVÖK marjı ilk yarı sonu itibarıyla %12,1'e yükselmiştir. Yurtdışı bira FAVÖK tutarı toplam bira FAVÖK'ünün %89'unu oluşturmaktadır.

Bira segmenti artan operasyonel kârlılığı ve azalan kur farkı giderleri sayesinde ikinci çeyrekte 383 milyon TL **net kâr** elde ederek yılın ilk altı ayında net kârını 210 milyon TL'ye yükseltmiştir.

MEŞRUBAT SEGMENTİ

Meşrubat (mn TL)	2Ç18	2Ç19	Değişim	1Y18	1Y19	Değişim
Satış Hacmi (mn Ünite Kasa)	408	415	1,8%	670	672	0,4%
Satış Gelirleri	3.117	3.888	24,7%	4.950	6.117	23,6%
Brüt Kar	1.116	1.380	23,6%	1.698	2.078	22,4%
FAVÖK	654	820	25,5%	946	1.141	20,6%
Net Kar	185	411	122,1%	136	409	200,5%
<i>Brüt kar marjı</i>	35,8%	35,5%		34,3%	34,0%	
<i>FAVÖK marjı</i>	21,0%	21,1%		19,1%	18,7%	
<i>Net Kar marjı</i>	5,9%	10,6%		2,7%	6,7%	

2019 yılının ikinci çeyreğinde **konsolide satış hacmi**, geçen yılın aynı dönemindeki %9,5 büyümenin ardından %1,8 artarak 415 milyon ünite kasa olmuştur. Meşrubat segmenti ilk yarı satış hacmi %0,4 artarken artan turist sayısının da etkisiyle gazlı içecek kategorisinde en yüksek birinci yarı yıl hacim seviyesine ulaşılmıştır. Segmentin ilk altı ayda toplam satış hacmi 672 milyon ünite kasaya olmuştur. Yurtdışı satış hacmi toplam satış miktarının %51'ini oluşturmaktadır.

Net satış gelirleri, ağırlıklı olarak Türkiye ve Kazakistan operasyonları ile uluslararası operasyonlardan kaynaklanan kur çevrim farkının olumlu etkisiyle ikinci çeyrekte %24,7 artmış; ilk altı aylık dönemde ise %23,6 yükselişle 6,1 milyar TL seviyesine ulaşmıştır. **Türkiye satış gelirleri** ikinci çeyrekte liste fiyat artışlarının olumlu katkısıyla %23,1 artarken, ünite kasa başına net satış geliri de fiyat ayarlamaları, gazlı içecek kategorisindeki güçlü büyüme ve küçük paketlerin toplam satış içerisindeki artan payının olumlu etkisiyle %22,9 artış göstermiştir. Orta Asya'da ünite kasa başına net satış geliri artışı, Pakistan ve Irak'taki azalışı telafi etmiş; ikinci çeyrekteki %26,1'lik büyümeyle birlikte **Uluslararası operasyonlarda** net satış gelirleri 1Y19'da %24,8 artış kaydetmiştir. Yurtdışı satış gelirleri toplam satış gelirlerinin %54'ünü oluşturmaktadır

Brüt kâr marjı konsolide bazda hammadde maliyetlerinin net satış gelirin oranındaki artışın etkisiyle ikinci çeyrekte 30 baz puan azalarak %35,5 olarak gerçekleşmiştir. Buna paralel olarak ilk altı ayda brüt kâr marjı %34,0 olmuştur. **Türkiye operasyonunda** ünite kasa başına gelirden artış ile riskten etkin korunma yöntemleri sayesinde brüt kâr marjı artarken, **uluslararası operasyonlarda** Pakistan'daki gelir artışının zayıf olması ve Türkmenistan'da üretimin durması nedeniyle brüt kâr marjı bir miktar daralmıştır. Böylelikle, Türkiye operasyonlarının brüt kâr marjındaki artış uluslararası operasyonların marjındaki daralmayı kısmen telafi etmiştir.

Faaliyet kâr marjı uluslararası operasyonların brüt kâr marjındaki daralmaya ve uluslararası operasyonlardan kaynaklanan kur çevrim etkisine bağlı olarak ikinci çeyrekte 120 baz puan daralmıştır. Öte yandan, **FAVÖK marjı** yılın ikinci çeyreğinde hafif artışla %21,1 olarak gerçekleşmiş olup, ilk yarıyıldaki meşrubat segmenti FAVÖK'ı 1,1 milyar TL, FAVÖK marjı ise %18,7 olarak elde edilmiştir. FAVÖK'ün %51'i yurtdışı operasyonlardan gelmektedir.

Net kâr yılın ikinci çeyreğinde, yüksek faaliyet karlılığı ve kur farkı giderlerindeki azalışın etkisi ile %122,1 artış göstererek 411 milyon TL olmuştur. Segmentin ilk altı ayında net kârı 409 milyon TL'ya yükselmiştir.

Migros (mn TL)	2Ç18	2Ç19	Değişim	2Ç19 (TFRS16 haric)	Değişim	1Y18	1Y19	Değişim	1Y19 (TFRS16 haric)	Değişim
Satış Gelirleri	4.523	5.808	28,4%	5.808	28,4%	8.463	10.731	26,8%	10.731	26,8%
Brüt Kar	1.168	1.562	33,7%	1.540	31,8%	2.166	2.918	34,7%	2.879	32,9%
FAVÖK	270	587	117,4%	397	47,0%	476	1.076	126,1%	710	49,3%
Net Kar	-293	-150	48,6%	-105	-64,2%	-536	-381	28,9%	-286	46,6%
<i>Brüt kar marjı</i>	25,8%	26,9%		26,5%		25,6%	27,2%		26,8%	
<i>FAVÖK marjı</i>	6,0%	10,1%		6,8%		5,6%	10,0%		6,6%	
<i>Net Kar marjı</i>	-6,5%	-2,6%		-1,8%		-6,3%	-3,6%		-2,7%	

Migros **net satış gelirleri** ikinci çeyrekte %28,4 artış kaydederek, yılın ilk altı ayında 10,7 milyar TL seviyesine yükselmiştir. İlk yarıyılıda 68 mağaza açılışı gerçekleştirilmiş; özellikle temel gıda ve taze ürün kategorileri ürünlerinde rekabetçi fiyat stratejisi ile müşterilere daha fazla değer sunulmaya devam edilmiştir.

Brüt kâr ikinci çeyrekte %31,8 artmış; brüt kâr marjı da geçen yılın aynı dönemine kıyasla 70 baz puan ile önemli bir artış kaydederek %26,5'e yükselmiştir. Bu sonuçlar paralelinde 2019 yılının ilk altı ayında brüt kâr 2,9 milyar TL olurken, **brüt kâr marjı** da %26,8 olarak gerçekleşmiştir.

Migros ikinci çeyrekte %47,0 artışla 397 milyon TL **FAVÖK** yaratmış; FAVÖK marjı da %6,8 ile geçen yılın aynı dönemine göre 80 baz puan artış göstermiştir. Yılın ilk yarısında ise FAVÖK %49,3 yükselerek 710 milyon TL seviyesinde kaydedilmiştir. Artan müşteri sayısı ile birebir mağaza satışlarını geliştirmeye yönelik çabalar ve ihtiyatlı maliyet yönetimi marjların iyileştirilmesinde önemli rol oynamıştır.

Satış gelirleri ve operasyonel kârlılıktaki güçlü artışlara rağmen yabancı para borçlardan kaynaklanan kur farkı zararları ve TFRS16 düzenlemesiyle çerçevesinde nakit çıkışı yaratmayan finansal giderler neticesinde ikinci çeyrekte 105 milyon TL **net zarar** gerçekleşmiştir. Net zarar rakamı geçen yılın aynı dönemine göre önemli ölçüde azalarak 286 milyon TL seviyesine inmiştir.

Borçluluğun azaltılması yönünde yönetimin uyguladığı plan neticesinde Migros'un **net borç/FAVÖK** rasyosu ikinci çeyrek sonunda sene sonuna göre 40 baz puan azalışla 1,9x olmuştur.

OTOMOTİV SEGMENTİ

Otomotiv (mn TL)	2Ç18	2Ç19	Değişim	2Ç19 (TFRS16 haric)	Değişim	1Y18	1Y19	Değişim	1Y19 (TFRS16 haric)	Değişim
Satış Gelirleri	876	829	-5,3%	829	-5,3%	1.705	1.653	-3,0%	1.653	-3,0%
Brüt Kar	170	140	-17,7%	140	-17,9%	326	279	-14,5%	279	-14,6%
FAVÖK	98	83	-15,0%	82	-16,1%	177	176	-0,8%	174	-2,1%
Net Kar	-105	-55	48,2%	-55	48,0%	-199	-167	16,4%	-166	16,5%
<i>Brüt kar marjı</i>	19,4%	16,9%		16,8%		19,1%	16,9%		16,9%	
<i>FAVÖK marjı</i>	11,2%	10,1%		9,9%		10,4%	10,6%		10,5%	
<i>Net Kar marjı</i>	-12,0%	-6,6%		-6,6%		-11,7%	-10,1%		-10,1%	

Otomotiv segmenti 2019 yılı ilk yarı **satış gelirleri** geçen yılın aynı dönemine göre %3,0 azalarak 1,6 milyar TL olarak gerçekleşmiştir. Yurt içi hafif ve ağır ticari araç pazarındaki daralma devam ederken Anadolu Isuzu artan yurtdışı satışlarıyla yurt içi satışlardaki yavaşlamayı kısmen telafi edebilmiştir. İlk yarı sonuçlarına göre Otomotiv segmenti toplam satış gelirlerinin %62'sini Çelik Motor, %34'ünü Anadolu Isuzu ve %3'ünü Anadolu Motor oluşturmaktadır.

Anadolu Isuzu artan ihracat faaliyetleri neticesinde brüt kâr marjını 1Y19'da %20,0'ye (1Y18:%15,9) yükseltmiş olmasına rağmen, Çelik Motor'un brüt kâr marjındaki daralma neticesinde otomotiv segmenti **brüt kâr marjı** yılın ilk yarısında 220 baz puan düşüşle %16,9 olarak gerçekleşmiştir.

Artan ihracat gelirlerinin etkisiyle Anadolu Isuzu'da **FAVÖK**, geçen sene aynı dönemine kıyasla %187 artışla 63 milyon TL seviyesine gelmiştir. Buna karşın Çelik Motor ve Anadolu Motor faaliyet kârlılıklarındaki daralmalar sonucunda otomotiv segmenti FAVÖK marjındaki artış 10 baz puan ile sınırlı kalarak %10,5 olmuştur.

Otomotiv segmenti **net borç/FAVÖK** rasyosu 2018 yıl sonunda 6,1x iken, etkin finansal yönetim önlemleri neticesinde kurdaki artışa rağmen 2019 Haziran sonunda 5,2x seviyesine gerilemiştir. Anadolu Isuzu ve Çelik Motor net borçlarını sene sonuna göre sırasıyla yaklaşık 150 milyon TL ve 40 milyon TL azaltmışlardır.

Öte yandan, filo büyüklüğünü optimize etmeye devam eden Çelik Motor, bu suretle yılın ilk yarısında yaklaşık 420 milyon TL civarında fon yaratmıştır. Çelik Motor araç parkı Haziran sonunda yaklaşık 15 bin araç seviyesindedir.

Çelik Motor'da toplam krediler içerisinde Euro bazlı kredilerin payı Haziran sonunda %27'dir. (Mart 2019: %35)

PERAKENDE SEGMENTİ

Perakende (mn TL)	2Ç18	2Ç19	Değişim	2Ç19 (TFRS16 haric)	Değişim	1Y18	1Y19	Değişim	1Y19 (TFRS16 haric)	Değişim
Satış Gelirleri	313	350	11,7%	350	11,7%	622	674	8,3%	674	8,3%
Brüt Kar	74	79	7,4%	69	-6,0%	140	157	11,4%	137	-2,5%
FAVÖK	33	66	101,3%	36	9,2%	63	121	93,3%	60	-3,8%
Net Kar	6	-10	a.d.	-4	a.d.	7	-23	a.d.	-13	a.d.
<i>Brüt kar marjı</i>	23,6%	22,7%		19,8%		22,6%	23,2%		20,3%	
<i>FAVÖK marjı</i>	10,5%	19,0%		10,3%		10,1%	18,0%		8,9%	
<i>Net Kar marjı</i>	1,8%	-2,9%		-1,2%		1,1%	-3,3%		-1,9%	

Perakende segmenti **net satış gelirleri** ikinci çeyrekte %11,7 büyümüş; ilk altı ayda ise %8,3 artışla 674 milyon TL olmuştur. McDonald's satış gelirleri artan müşteri trafiği ile birlikte geçen yılın aynı dönemine göre %29 yükselirken, segmentin diğer önemli şirketi Adel'de ise satış gelirleri kırtasiye sektöründeki daralmanın etkisiyle yıllık %22 azalmıştır. Perakende segmenti toplam satışları içerisinde McDonald's %66, Adel %29, Efestur ise %5 paya sahiptir.

Perakende segmentinin **brüt kâr marjı** 230 baz puan daralma ile %20,3 olurken, segmentin ilk yarı **FAVÖK**'ü %3,8 azalışla 60 milyon TL seviyesinde elde edilmiştir.

Segmentin **net borç/FAVÖK** rasyosu 3,0x olarak gerçekleşmiştir. Bu segmentte faaliyet gösteren şirketlerin tümünün borcu yerel para cinsindedir.

DİĞER

Diğer (mn TL)	2Ç18	2Ç19	Değişim	2Ç19 (TFRS16 haric)	Değişim	1Y18	1Y19	Değişim	1Y19 (TFRS16 haric)	Değişim
Satış Gelirleri	71	174	145,1%	174	145,1%	140	462	230,5%	462	230,5%
Brüt Kar	35	50	42,4%	50	42,4%	78	93	18,4%	93	18,4%
FAVÖK	10	25	158,0%	24	144,3%	9	36	301,9%	32	248,2%
Net Kar**	-218	-132	-39,3%	-143	34,3%	-437	-213	-51,4%	-211	51,8%
<i>Brüt kar marjı</i>	49,2%	28,6%		28,6%		56,1%	20,1%		20,1%	
<i>FAVÖK marjı</i>	13,7%	14,4%		13,7%		6,5%	7,9%		6,8%	
<i>Net Kar marjı</i>	-307,5%	-76,2%		-82,4%		-312,8%	-46,0%		-45,7%	

**Migros'un 1 Mayıs 2019 tarihi itibarıyla tam konsolide edilmeye başlanması nedeniyle Migros'un ilk 4 aylık dönem kar/zararından alınan paylar hariç tutularak gösterilmiştir

Holding, enerji ve gayrimenkul şirketleri diğer segmenti altında toplanmıştır. Segmentin net satış gelirleri AND Pastel projesi teslimatlarından elde edilen 327 milyon TL gelirin etkisiyle önemli artış göstererek 462 milyon TL'ye ulaşmıştır.

Teslimatlarına 2018 yılının ikinci yarısında başlanan AND Pastel projesinin Haziran sonu itibarıyla yaklaşık %70'inin satışı gerçekleşmiştir. Bunun yanı sıra AND Kozyatağı'nda kiralama çalışmaları devam etmektedir.

Özkaynak yöntemi ile konsolide edilen Aslancık HES'te 2019 ilk yarıda 94 milyon TL net satış geliri elde edilirken, Paravani HES satış gelirleri ilk yarıda 48 milyon TL olmuştur. Yıl içinde değişen koşullara göre Paravani HES'te üretilen elektrik Gürcistan ve Türkiye'de satılmaktadır. Bu çerçevede 2019 yılı ilk yarısında üretilen elektriğin yaklaşık %60'ı Gürcistan'a satılmıştır.

SEGMENTLER BAZINDA ÖZET FİNANSALLAR – 1Y19*

milyon TL	Net Satışlar	Yıllık Değişim	Brüt Kar	Yıllık Değişim	FAVÖK	Yıllık Değişim	Ana ortaklık Net Dönem Kar/Zararı	Yıllık Değişim
Bira	5.016	43%	1.929	53%	605	112%	210	a.d.
Meşrubat	6.117	24%	2.078	22%	1.141	23%	409	189%
Migros	10.731	27%	2.879	33%	710	49%	-286	47%
Otomotiv	1.653	-3%	279	-15%	174	-2%	-166	17%
Perakende	674	8%	137	-2%	60	-4%	-13	a.d.
Diğer	462	230%	93	18%	32	248%	-211	52%
Konsolide**	17.706	63%	5.500	60%	2.264	61%	-405	42%
Proforma Konsolide***	24.165	27%	7.304	31%	2.672	43%	-405	42%

*2018 finansalları ABI Efes JV birleşmesinin 1 Nisan 2018 yerine 1 Ocak 2018 itibarıyla gerçekleştiği varsayımına dayanmaktadır. Bu nedenle 2018 proforma finansallar birleşen şirketlerin 3 aylık operasyonlarını da içerecek şekilde yeniden düzenlenmiştir. Buna ek olarak, TFRS 3 uyarınca sabit kıymetlerde yapılan yeniden değerlendirme sonucunda 2019'da amortisman giderlerinde oluşan artış 2018 rakamlarına da yansıtılmıştır.

**Konsolide rakamlar Migros'un 2 aylık konsolide edilmiş sonuçlarını göstermektedir

***Proforma konsolide rakamlar Migros'un 6 aylık konsolide edilmiş sonuçlarını göstermektedir.

KONSOLİDE ÖZET BİLANÇO

AG ANADOLU GRUBU HOLDİNG A.Ş.

TL milyon

	30.06.2019	31.12.2018
Dönen Varlıklar	20.924	13.424
Nakit ve nakit benzerleri	7.646	5.283
Finansal yatırımlar	112	40
Ticari alacaklar	4.940	3.030
Stoklar	6.156	3.131
Diğer dönen varlıklar	2.070	1.940
Duran Varlıklar	44.883	33.993
Finansal yatırımlar	2	0
Özkaynak yöntemi ile değerlendirilen yatırımlar	1	1.921
Yatırım amaçlı gayrimenkuller	337	296
Maddi duran varlıklar	15.908	11.739
Maddi olmayan duran varlıklar	22.081	17.111
-Şerefiye	5.845	2.552
-Diğer maddi olmayan duran varlıklar	16.236	14.559
Diğer cari olmayan varlıklar	6.554	2.926
Toplam Varlıklar	65.807	47.417
Kısa Vadeli Yükümlülükler	23.943	13.550
Kısa vadeli borçlanmalar	3.535	3.185
Uzun vadeli borçlanmaların kısa vadeli kısımları	5.316	3.757
-Banka Kredileri	4.745	3.643
-Kiralama İşlemlerinden Borçlar	571	114
Ticari borçlar	11.426	4.161
Ertelenmiş gelirler	405	479
Diğer kısa vadeli yükümlülükler	3.261	1.968
Uzun Vadeli Yükümlülükler	20.439	12.408
Uzun vadeli borçlanmalar	16.188	8.712
-Banka Kredileri	12.822	8.549
-Kiralama İşlemlerinden Borçlar	3.366	163
Ertelenmiş gelirler	28	30
Diğer uzun vadeli yükümlülükler	4.223	3.666
Toplam Yükümlülükler	44.382	25.958
Özkaynaklar	21.425	21.459
Kontrol gücü olmayan paylar	16.397	16.413
Ana ortaklığa ait özkaynaklar	5.028	5.046
Toplam Kaynaklar	65.807	47.417

KONSOLİDE ÖZET GELİR TABLOSU

AG ANADOLU GRUBU HOLDİNG A.Ş.

TL milyon

	30.06.2019	30.06.2018
Hasılat	17.706	10.437
Satışların maliyeti (-)	(12.169)	(7.040)
Brüt Kar	5.537	3.397
Faaliyet giderleri (-)	(4.159)	(2.625)
Esas faaliyetlerden diğer gelir/(giderler)	(198)	(55)
Özkaynak yöntemi ile değerlendirilen yatırımların kar/(zarar) larındaki paylar	(263)	(329)
Esas faaliyet Karı/(Zararı)	917	388
Yatırım faaliyetlerinden gelir / (giderler)	259	(8)
Finansman gelir/ (giderleri)	(1.265)	(1.040)
Sürdürülen Faaliyetler Vergi Öncesi Karı/(Zararı)	(89)	(660)
Vergi Gelir / (Gideri)	(212)	23
Dönem Karı/(Zararı)	(301)	(637)
<i>Dönem Karının/(Zararının) Dağılımı</i>		
Kontrol gücü olmayan paylar	170	21
Ana ortaklık payları	(471)	(658)

HALKA KAPALI ŞİRKETLER HAKKINDA ÖZET BİLGİLER

milyon TL	Net Satışlar		FAVÖK		Net Kâr		Net Borç	
	1Y18	1Y19	1Y18	1Y19	1Y18	1Y19	2018	1Y19
McDonalds	348	447	3	13	-23	-17	89	64
Anadolu Motor	77	55	7	1	-10	-22	102	84
Efestur	31	35	1	1	1	1	-1	-1
AND Anadolu Gayrimenkul	35	24	19	8	-31	-38	359	416
GUE	38	48	26	31	22	-41	576	616
Aslancık Elektrik	57	94	31	45	-73	-26	513	532
Çelik Motor	991	1.031	148	112	-161	-132	1.919	1.680

YATIRIMCI İLİŞKİLERİ İLETİŞİM BİLGİLERİ

AG Anadolu Grubu Holding'in finansal raporları ve ek bilgiler için <https://www.anadolugrubu.com.tr/> web sayfamızı ziyaret edebilir veya aşağıdaki yetkililerimizle iletişim kurabilirsiniz.

İrem Çalışkan Dursun

Kurumsal Yönetim ve Yatırımcı İlişkileri Koordinatörü
Tel: +90 216 5788559
E-mail: irem.caliskan@anadolugrubu.com.tr

Burak Berki

Yatırımcı İlişkileri Müdürü
Tel: +90 216 5788647
E-mail: burak.berki@anadolugrubu.com.tr

ÇEKİNCE

Bu bilgilendirme notu gelecekteki performansımıza ilişkin ileriye dönük birtakım beyanlar içerebilmekte olup Şirketin geleceğe dair iyi niyetli varsayımları olarak kabul edilmelidir. Geleceğe yönelik bu beyanlar yönetimin güncel verilerle dayanan beklentilerini yansıtabilmektedir. Anadolu Grubu Holding'in gerçek sonuçları, Şirketin performansını önemli derecede etkileyebilecek olan gelecekte meydana gelecek olaylara ve belirsizliklere bağlıdır