



ANADOLU GROUP

Anadolu Grubu Holding (BIST:AGHOL.IS)

2019 1Ç Bilgilendirme Notu, 10 Mayıs 2019

2019 BİRİNCİ ÇEYREK FİNANSAL PERFORMANS*

Toplam satışlar:

%25 artışla 10,1 milyar TL

FAVÖK:

%39 artışla 801 milyon TL

Ana ortaklık net zarar:

368 milyon TL

milyon TL	Bira	Meşrubat	Otomotiv	Perakende	Diğer	Konsolide	Migros	Proforma Konsolide**
Net Satışlar	1.740	2.229	824	324	288	5.347	4.923	10.090
<i>yıllık değişim</i>	36%	22%	-1%	5%	318%	25%	25%	25%
Brüt Kar	521	698	139	68	43	1.430	1.339	2.755
<i>yıllık değişim</i>	28%	20%	-11%	1%	-1%	17%	34%	25%
FAVÖK	63	321	91	24	8	495	314	801
<i>yıllık değişim</i>	164%	10%	15%	-18%	a.d.	32%	52%	39%
Net Dönem Kar/Zararı¹	-174	-3	-112	-8	-173	-368	-182	-368
<i>yıllık değişim</i>	-7%	a.d.	-19%	a.d.	21%	17%	25%	17%

¹ Ana ortaklık net dönem kâr/zararını göstermektedir.

*Karşılaştırılabilir olması amacıyla 2018 1Ç sonuçları ABI Inbev ile Rusya ve Ukrayna'da yapılan birleşme etkisi dahil olarak hazırlanmıştır.

*Karşılaştırılabilir olması amacıyla 2019 1Ç finansalları TFRS16 etkisi hariç tutularak verilmiştir. (TFRS16 etkisini içeren finansal tablolar Bilgilendirme notu sayfa 8 -9'da ve SPK raporunda yer almaktadır.)

** Migros'un tam konsolide olarak dahil edilmesi suretiyle üretilmiş olan konsolide sonuçları ifade etmektedir.

İCRA BAŞKANI HURŞİT ZORLU'NUN DEĞERLENDİRMESİ

"2019 yılının ilk çeyreğinde geçen sene yakaladığımız büyüme momentumu koruyarak faaliyette olduğumuz sektörlerde temkinli ve etkin risk yönetimi anlayışı ile yolumuza devam ediyoruz. Migros dahil konsolide satış gelirlerinde %25'lik bir artış elde ederken, FAVÖK'te %39 ile daha da güçlü bir büyümeye imza attık. Küresel düzeyde makroekonomik kırılganlığın devam ettiği bir dönemde tüketici sektörü odağımızı sürdürüyor ve hızlı değişen koşullarda tüketici nabzını yakından takip ediyoruz.

Geniş bir coğrafyada faaliyetlerimizi sürdürürken yurt içinde olduğu kadar yurt dışı operasyonlarımızda da gelir yaratma kapasitemiz bize esneklik kazandırıyor. Bira faaliyetlerimizde Rusya ve Ukrayna operasyonlarının birleşmesi neticesinde oluşan sinerji satış hacimlerine olumlu yansırken, meşrubat tarafında Türkiye operasyonlarında çay hariç tüm kategorilerde satış hacmi büyümesi ve FAVÖK marjında artış kaydetmeyi başardı. Türkiye'nin her ilinde tüketiciye uygun ve kaliteli ürün ulaştıran Migros, ölçek ekonomisi ve verimlilik artışının olumlu sonuçlarından faydalanmaya devam ediyor.

Etkin finansal risk yönetimi gündemimizin önemli bir maddesi olarak ön plana çıkıyor. Zamanında ve proaktif davranarak, faaliyet gösterdiğimiz bütün segmentler için borçlanma yapılarımızı en uygun seviye ve şartlara getirmek üzere çalışmalarımızı sürdürmekteyiz.

Sağlam temeller üzerine inşa edilmiş derin tecrübe ve tüketiciye yakın duran öngörülü bir yaklaşımla, hem küresel boyutta hem Türkiye'de yaşanan değişimleri iyi analiz ederek önümüzdeki dönemlerde serbest nakit akımı yaratma ve borçluluğu azaltma önceliğimiz ile faaliyetlerimize devam edeceğiz."

"FAVÖK'te %39 ile güçlü bir büyümeye imza attık"

ÖZET FİNANSAL SONUÇLAR

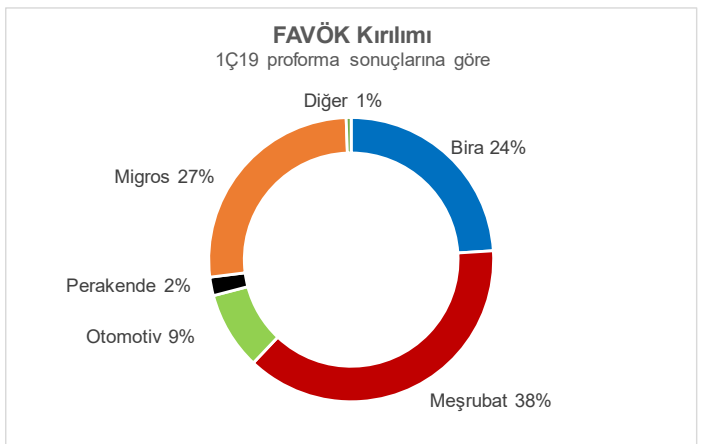
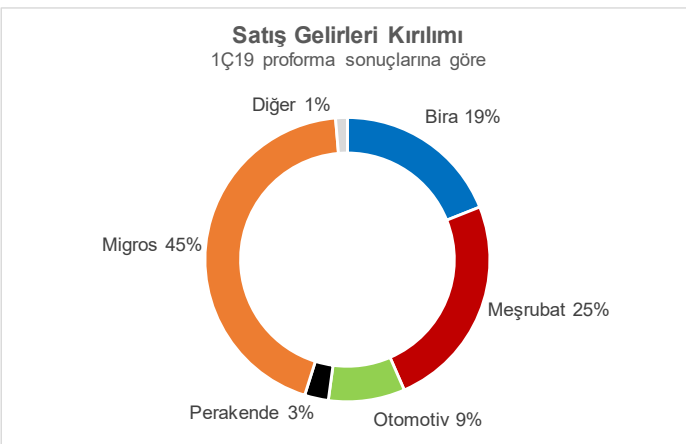
Bira (mn TL)	1Ç18*	1Ç19	Değişim	1Ç19 (TFRS16 hariç)	Değişim
Satış Hacmi (mhl)	6,4	6,7	5,5%	6,7	5,5%
Satış Gelirleri	1.279	1.740	36,1%	1.740	36,1%
Brüt Kar	408	522	27,9%	521	27,8%
FAVÖK (BMKÖ)	24	73	203,1%	63	164,0%
Net Kar	-162	-176	-8,2%	-174	-6,8%
Brüt kar marjı	31,9%	30,0%		30,0%	
FAVÖK marjı	1,9%	4,2%		3,6%	
Net Kar marjı	-12,7%	-10,1%		-10,0%	
Meşrubat (mn TL)	1Ç18	1Ç19	Değişim		
Satış Hacmi (Milyon Ünite Kasa)	262	257	-1,8%		
Satış Gelirleri	1.833	2.229	21,6%		
Brüt Kar	582	698	20,0%		
FAVÖK	292	321	9,9%		
Net Kar	-49	-3	a.d.		
Brüt kar marjı	31,7%	31,3%			
FAVÖK marjı	15,9%	14,4%			
Net Kar marjı	-2,7%	-0,1%			
Otomotiv (mn TL)	1Ç18	1Ç19	Değişim	1Ç19 (TFRS16 hariç)	Değişim
Satış Gelirleri	829	824	-0,5%	824	-0,5%
Brüt Kar	156	139	-10,9%	139	-10,9%
FAVÖK	79	93	16,7%	91	15,3%
Net Kar	-94	-112	-19,2%	-112	-18,8%
Brüt kar marjı	18,9%	16,9%		16,9%	
FAVÖK marjı	9,6%	11,2%		11,1%	
Net Kar marjı	-11,3%	-13,6%		-13,5%	
Perakende (mn TL)	1Ç18	1Ç19	Değişim	1Ç19 (TFRS16 hariç)	Değişim
Satış Gelirleri	309	324	4,8%	324	4,8%
Brüt Kar	67	77	15,9%	68	1,4%
FAVÖK	30	55	84,4%	24	-18,2%
Net Kar	1	-13	a.d.	-8	a.d.
Brüt kar marjı	21,6%	23,8%		20,9%	
FAVÖK marjı	9,6%	16,9%		7,5%	
Net Kar marjı	0,4%	-3,9%		-2,6%	
Diğer (mn TL)	1Ç18	1Ç19	Değişim	1Ç19 (TFRS16 hariç)	Değişim
Satış Gelirleri	69	288	318,2%	288	318,2%
Brüt Kar	44	43	-0,7%	43	-0,7%
FAVÖK	-1	11	a.d.	8	a.d.
Net Kar	-219	-198	-9,5%	-173	21,2%
Brüt kar marjı	63,1%	15,0%		15,0%	
FAVÖK marjı	-0,9%	4,0%		2,7%	
Net Kar marjı	-318,2%	-68,8%		-59,9%	
Konsolide (mn TL)	1Ç18*	1Ç19	Değişim	1Ç19 (TFRS16 hariç)	Değişim
Satış Gelirleri	4.271	5.347	25,2%	5.347	25,2%
Brüt Kar	1.222	1.440	17,9%	1.430	17,1%
FAVÖK	376	546	45,1%	495	31,6%
Net Kar	-397	-401	-0,9%	-368	7,3%
Brüt kar marjı	28,6%	26,9%		26,7%	
FAVÖK marjı	8,8%	10,2%		9,3%	
Net Kar marjı	-9,3%	-7,5%		-6,9%	
Migros (mn TL)	1Ç18	1Ç19	Değişim	1Ç19 (TFRS16 hariç)	Değişim
Satış Gelirleri	3.940	4.923	24,9%	4.923	24,9%
Brüt Kar	998	1.356	35,8%	1.339	34,1%
FAVÖK	206	490	137,9%	314	52,5%
Net Kar	-244	-231	5,3%	-182	25,5%
Brüt kar marjı	25,3%	27,5%		27,2%	
FAVÖK marjı	5,2%	9,9%		6,4%	
Net Kar marjı	-6,2%	-4,7%		-3,7%	
Proforma Konsolide (mn TL)	1Ç18*	1Ç19	Değişim	1Ç19 (TFRS16 hariç)	Değişim
Satış Gelirleri	8.101	10.090	24,6%	10.090	24,6%
Brüt Kar	2.209	2.782	25,9%	2.755	24,7%
FAVÖK	576	1.028	78,4%	801	39,1%
Net Kar	-397	-401	-0,9%	-368	7,3%
Brüt kar marjı	27,3%	27,6%		27,3%	
FAVÖK marjı	7,1%	10,2%		7,9%	
Net Kar marjı	-4,9%	-4,0%		-3,6%	

*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 1Ç'da amortisman giderlerinde oluşan artış 2018 1Ç rakamlarına da yansıtılmıştır.

KONSOLİDE FİNANSAL PERFORMANS

Proforma Konsolide (mn TL)	1Ç18	1Ç19	Değişim	1Ç19	
				(TFRS16 hariç)	Değişim
Satış Gelirleri	8.101	10.090	24,6%	10.090	24,6%
Brüt Kar	2.209	2.782	25,9%	2.755	24,7%
FAVÖK	576	1.028	78,4%	801	39,1%
Net Kar	-397	-401	-0,9%	-368	7,3%
Brüt kar marjı	27,3%	27,6%		27,3%	
FAVÖK marjı	7,1%	10,2%		7,9%	
Net Kar marjı	-4,9%	-4,0%		-3,6%	

AG Anadolu Grubu Holding ("Anadolu Grubu", "Holding") **proforma konsolide satışları** 2019 yılı ilk çeyrekte geçen yılın aynı dönemine göre %24,6 artışla 10,1 milyar TL seviyesinde gerçekleşmiştir. Yılın ilk çeyreğinde satış gelirleri %36 artan Bira ve %25 büyüyen Migros'u %22 büyüyen Meşrubat takip ederken, Perakende segmentinin satış gelirleri %5 artış göstermiştir. Öte yandan Otomotiv segmenti net satış gelirleri geçen seneye göre aynı seviyelerde kalırken, portföyde nispeten düşük paya sahip Gayrimenkul ve Enerji faaliyetlerinin dahil olduğu diğer segmenti net satış gelirleri Kartal konut projesinin teslimatları nedeniyle artış kaydetmiştir.



Proforma konsolide FAVÖK birinci çeyrekte özellikle Bira ve Migros'un operasyonel kârlılıklarındaki artış neticesinde %39,1 yükselerek 801 milyon TL seviyesinde gerçekleşmiştir. Toplam FAVÖK içerisinde Meşrubat, Migros ve Bira'nın payları sırasıyla %38, %27 ve %24 olarak gerçekleşirken, Otomotiv, Perakende ve diğer segmentlerinin toplam FAVÖK içerisindeki payı ise %11'dir.

Anadolu Grubu yılın ilk çeyreğinde proforma bazda 368 milyon TL **net zarar** kaydetmiştir. Faaliyet gösterdiğimiz bütün segmentlerde pozitif FAVÖK rakamlarına rağmen TL'de devam eden değer kaybı net kârı olumsuz etkilemektedir*.

Net borç/FAVÖK rasyosu birinci çeyrekte yıl sonuna kıyasla kurdaki artışa rağmen hemen hemen aynı seviyede 2,9x olarak gerçekleşmiştir. Otomotiv segmenti borçluluğu azalmaya devam ederken net borç/FAVÖK rasyosu da 50 baz puan düşerek 5,6x'e gerilemiştir. Bira ve Meşrubat segmentlerinde net borç/FAVÖK rasyosu 1,9x ve 1,6x seviyelerinde iken, Perakende segmenti net borç/FAVÖK rasyosu ise 60 baz puan yükselerek 2,7x olmuştur.

Mart sonu itibariyle Holding konsolide net borç/FAVÖK rasyosu 2,9x olarak gerçekleşmiştir

Mart sonu itibariyle Anadolu Grubu **proforma konsolide borcunun** %77'si yabancı para birimi bazlı, %23'ü TL kredilerden oluşmakta olup; borcun %40'ı kısa vadeli, %60'ı uzun vadeli olarak sınıflandırılmaktadır.

Şirketlerimiz gerek operasyonel gerek finansal çerçevede oluşabilecek kur riskinden korunmak amacıyla 2019 yılında da çeşitli türev enstrümanları kullanmaya devam etmektedir.

Nakit akımı yaratarak borçluluğu azaltma stratejisi çerçevesinde, Holding ve şirketlerimiz bünyesinde faaliyet alanında kullanılmayan çeşitli varlıkların satışları veya daha verimli kullanabilmeye yönelik stratejik alternatifler değerlendirilmektedir.

*Holding, 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 360.589 TL (ertelenmiş vergi etkisi dahil 282.147 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.

SEGMENT BAZINDA BORÇLULUK*

1Ç19 itibariyle (milyon TL)	Toplam Borç	Nakit ve Benzeri Değerler	Net Borç	Net Borç/FAVÖK
Bira	4.871	2.736	2.135	1,9
Meşrubat	5.254	2.276	2.978	1,6
Otomotiv	2.660	247	2.413	5,6
Perakende	353	63	290	2,7
Diğer (Holding dahil)	3.512	427	3.085	a.d.
<i> Holding borç</i>	1.934	334	1.600	a.d.
Konsolide	16.650	5.749	10.901	3,0
Migros	4.748	1.632	3.116	2,4
Proforma Konsolide	21.398	7.381	14.017	2,9

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
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.
Konsolide	15.375	5.323	10.052	2,9
Migros	4.570	1.769	2.801	2,3
Proforma Konsolide	19.945	7.092	12.853	2,7

* TFRS 16 uygulaması kapsamında finansal kiralama borçlarının kiralama yükümlülüklerine sınıflanmasından dolayı 2018 ve 1Ç19 toplam borç tutarları finansal kiralama borçlarını içermemekte olup 2018 yılsonu itibariyle toplam borç, net borç ve net borç/FAVÖK verileri yeniden düzenlenmiştir.

BİRA SEGMENTİ

Bira (mn TL)	1Ç18*	1Ç19	Değişim	1Ç19 (TFRS16 hariç)	Değişim
Satış Hacmi (mhl)	6,4	6,7	5,5%	6,7	5,5%
Satış Gelirleri	1.279	1.740	36,1%	1.740	36,1%
Brüt Kar	408	522	27,9%	521	27,8%
FAVÖK (BMKÖ)	24	73	203,1%	63	164,0%
Net Kar	-162	-176	-8,2%	-174	-6,8%
<i>Brüt kar marjı</i>	31,9%	30,0%		30,0%	
<i>FAVÖK marjı</i>	1,9%	4,2%		3,6%	
<i>Net Kar marjı</i>	-12,7%	-10,1%		-10,0%	

*2018 finansalları ABI Efes JV birleşmesinin 1 Nisan 2018 yerine 1 Ocak 2018 itibariyle 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 değerleme sonucunda 1Ç19'da amortisman giderlerinde oluşan artış 1Ç18 rakamlarına da yansıtılmıştır.

Bira segmenti toplam **satış hacmi** 2019 yılının ilk çeyreğinde %5,5 büyüme göstermiştir. Başta Rusya, Ukrayna ve Moldova olmak üzere bu çeyrekteki hacim büyümesi uluslararası bira operasyonlarından elde edilmiştir. **Türkiye bira operasyonlarında** ilk çeyrekte kötüleşen tüketici güveni, yüksek fiyatlar ve olumsuz hava koşullarının etkisiyle satış hacmi yıllık %7,0 daralarak 0,9 milyon hektolitreye gerçekleşmiştir. **Yurtdışı bira operasyonlarında** Rusya, Ukrayna ve Moldova'nın katkılarıyla ilk çeyrek satış hacimleri yıllık %7,9 artarak 5,8 milyon hektolitreye ulaşmıştır. Bu dönemde Rusya'da ana marka odaklı genişletmeler sayesinde pazar payı kazanılmış ve pazarın üzerinde performans gösterilmiştir. Benzer şekilde Ukrayna bira pazarı ilk çeyrekte düşük tek haneli büyüme kaydetmiş olmasına rağmen EBI bu pazarda çift haneli büyüme sağlamıştır.

Bira operasyonları **net satış gelirleri** yıllık %36,1 artarak 1,7 milyar TL'ye ulaşmıştır. **Türkiye satış gelirleri** özel tüketim vergisi ve maliyet enflasyonunun ürün fiyatlarına yansıtılması ve satış kırımının olumlu etkisi sayesinde yıllık %20,5 artmıştır. **Yurtdışı bira operasyonlarında** ise satış gelirleri yıllık %40,9 yükselmiştir. Hacim büyümesi, tüm operasyonlarda yapılan fiyat artışları, premium ürünlerin artan payı ve pozitif kur çevrim farkı etkisi yurtdışı satış gelirlerindeki artışın nedenlerini oluşturmuştur.

Bira segmentin **brüt kâr marjı** 190 baz puan daralarak %30,0 olmuştur. Yurtiçi tarafta litre başı amortisman hariç satış maliyeti yıllık %51 artmış; riskten korunma girişimleri sayesinde maliyetler üzerindeki kur etkisi hafifletilmiş olsa da yurt içi brüt kâr marjı 495 baz puan daralmıştır. Yurt dışında ise hacim büyümesi ve yakalanan sinerji özellikle ambalaj maliyetlerindeki artışı telafi etmiştir.

Bira segmentinde **FAVÖK (BMKÖ)** ilk çeyrekte 63 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. Yurtiçi pazarda belirli markalar için yapılan pazarlama harcamalarında geçen yılın düşük bazı, yeni markaların lansmanları ve yüksek sezon öncesi yapılan doğrudan pazarlama aktiviteleri sonucunda artan pazarlama giderleri neticesinde FAVÖK (BMKÖ) marjı %5,1'e gerilemiştir. Yurtdışı operasyonlarda ise artan operasyonel verimlilik ve Rusya'da yaratılan sinerji neticesinde FAVÖK (BMKÖ) marjı %3,8'e yükselmiştir.

Yurtiçi tarafta düşen operasyonel kârlılık ile birlikte döviz cinsinden borçlanmaların yarattığı gayri nakdi kur farkı zararı neticesinde bira operasyonları 2019 ilk çeyreğinde 174 milyon TL **net zarar** kaydetmiştir.

MEŞRUBAT SEGMENTİ

Meşrubat (mn TL)	1Ç18*	1Ç19	Değişim
Satış Hacmi (Milyon Ünite Kasa)	262	257	-1,8%
Satış Gelirleri	1.833	2.229	21,6%
Brüt Kar	582	698	20,0%
FAVÖK	292	321	9,9%
Net Kar	-49	-3	a.d.
Brüt kar marjı	31,7%	31,3%	
FAVÖK marjı	15,9%	14,4%	
Net Kar marjı	-2,7%	-0,1%	

*Meşrubat Grubu TFRS16 standardını geriye dönük olarak uyguladığından 2018 1Ç rakamları yeniden düzenlenmiştir.

2019 yılının ilk çeyreğinde **konsolide satış hacmi**, geçen yılın aynı dönemindeki %12,4 büyümenin ardından %1,8 azalarak 257 milyon ünite kasa olmuştur. Gazlı içecekler kategorisi Pakistan ve Orta Doğu'daki düşük hacimlere bağlı olarak %1,8 daralma kaydederken, gazsız içecekler Türkiye ve Orta Asya operasyonlarındaki güçlü performansla %14,1 büyümüştür. **Türkiye operasyonları** satış hacmi yıllık %1,5 gerileyerek 134 milyon ünite kasa olmuştur. Çay kategorisi hariç olarak bakıldığında ise satış hacmi, gazlı ve gazsız içecek kategorilerindeki büyümeyle birlikte %4,1 artmıştır. Gazlı içecekler, geçen yılın aynı dönemindeki yüksek baza ve tüketici güvenindeki zayıflamaya rağmen %2,8 hacim artışı ile büyüme trendini korumuştur. **Uluslararası operasyonlarda ise** satış hacmi 2019 yılının ilk çeyreğinde %2,1 gerileyerek 124 milyon ünite kasa olarak elde edilmiştir; azalış büyük ölçüde Pakistan ve Orta Doğu operasyonlarından kaynaklanırken, Orta Asya operasyonları güçlü ivmesini sürdürmüştür.

Net satış gelirleri büyük ölçüde Türkiye ve Kazakistan operasyonları ile uluslararası operasyonlardan kaynaklanan kur çevrim farkının olumlu etkisiyle %21,6 artış göstermiştir. **Türkiye'de net satış gelirleri** liste fiyat ayarlamaları ve gazlı içecek kategorisindeki güçlü hacim büyümesiyle birlikte %20,8 artmıştır. **Uluslararası operasyonlar** net satış gelirlerinde %22,4 artış katedilirken kur etkisinden arındırıldığında %1,8 azalış görülmektedir.

Brüt kâr marjı konsolide bazda hammadde maliyetlerinin net satış gelirine oranındaki artışın etkisiyle 40 baz puan azalışla %31,3 olmuştur. **Uluslararası operasyonların** brüt kâr marjı, hacim ve net satış gelirlerindeki düşüş ve hammadde fiyatlarındaki artışa bağlı olarak 340 baz puan azalarak %23,5 olmuştur. Öte yandan **Türkiye operasyonunun** brüt kâr marjındaki artış uluslararası operasyonların marjındaki daralmayı kısmen telafi etmiştir.

FAVÖK marjı uluslararası operasyonların faaliyet kâr marjındaki gerilemeyle 150 baz puan azalarak %14,4 olmuştur. Türkiye operasyonunun FAVÖK marjı (diğer gelir/gider etkisi hariç tutulduğunda) 170 baz puan artışla %15,0'e yükselirken uluslararası operasyonların FAVÖK marjı faaliyet kârlılığındaki gerilemeye bağlı olarak 430 baz puan daralmıştır.

Net zarar 2018 yılının ilk çeyreğinde 49 milyon TL iken, bu yılın aynı döneminde kur farkı giderindeki azalmayla birlikte 3 milyon TL olmuştur.

OTOMOTİV SEGMENTİ

Otomotiv (mn TL)	1Ç18	1Ç19	Değişim	1Ç19 (TFRS16 hariç)	Değişim
Satış Gelirleri	829	824	-0,5%	824	-0,5%
Brüt Kar	156	139	-10,9%	139	-10,9%
FAVÖK	79	93	16,7%	91	15,3%
Net Kar	-94	-112	-19,2%	-112	-18,8%
<i>Brüt kar marjı</i>	<i>18,9%</i>	<i>16,9%</i>		<i>16,9%</i>	
<i>FAVÖK marjı</i>	<i>9,6%</i>	<i>11,2%</i>		<i>11,1%</i>	
<i>Net Kar marjı</i>	<i>-11,3%</i>	<i>-13,6%</i>		<i>-13,5%</i>	

Otomotiv segmenti 2019 yılı ilk çeyrek **satış gelirleri** geçen yılın aynı dönemine göre %0,5 düşüşle 824 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. İlk çeyrek sonuçlarına göre Otomotiv segmenti toplam satış gelirlerinin %63'ünü Çelik Motor, %33'ünü Anadolu Isuzu ve %3'ünü Anadolu Motor oluşturmaktadır. Yurt içi hafif ve ağır ticari araç pazarındaki daralma devam ederken Anadolu Isuzu artan yurtdışı satışlarıyla yurt içi satışlarındaki yavaşlamayı büyük ölçüde telafi etmiştir.

Birinci çeyrekte Anadolu Isuzu **brüt kâr marjı** 80 baz puan artarken, Çelik Motor brüt kâr marjındaki daralma neticesinde segmentin brüt kâr marjı 200 baz puan düşüşle %16,9 olarak gerçekleşmiştir.

İhracat gelirlerini artıran Anadolu Isuzu'da FAVÖK kurun pozitif etkisiyle geçen sene aynı dönemine kıyasla iki katına çıkararak 27 milyon TL'ye ulaşmıştır. Otomotiv segmenti FAVÖK marjı da 160 baz puan artışla %11,1 seviyesinde gerçekleşmiştir.

Segmentin **net borç/FAVÖK** rasyosu 2018 yıl sonunda 6,1x iken, 2018 yılı başından itibaren ekonomik koşullar çerçevesinde alınmaya devam eden önlemler neticesinde Mart sonunda 5,6x seviyesine gerilemiştir. İş modeli gereği yüksek borçlu olarak faaliyet gösteren Çelik Motor, segmentin toplam borcunun %69'una sahiptir. Filo büyüklüğünü optimize etmeye devam eden şirket, birinci çeyrekte ikinci el satışlarından yaklaşık 200 milyon TL civarında fon yaratmıştır. Mart sonu itibarıyla araç parkı 18.000 seviyesindedir.

Çelik Motor 'da toplam krediler içerisinde Euro bazlı kredilerin payı Mart sonunda %35'tir.

PERAKENDE SEGMENTİ

Perakende (mn TL)	1Ç18	1Ç19	Değişim	1Ç19 (TFRS16 hariç)	Değişim
Satış Gelirleri	309	324	4,8%	324	4,8%
Brüt Kar	67	77	15,9%	68	1,4%
FAVÖK	30	55	84,4%	24	-18,2%
Net Kar	1	-13	a.d.	-8	a.d.
<i>Brüt kar marjı</i>	<i>21,6%</i>	<i>23,8%</i>		<i>20,9%</i>	
<i>FAVÖK marjı</i>	<i>9,6%</i>	<i>16,9%</i>		<i>7,5%</i>	
<i>Net Kar marjı</i>	<i>0,4%</i>	<i>-3,9%</i>		<i>-2,6%</i>	

Perakende segmenti **net satış gelirleri** birinci çeyrekte %4,8 artışla 324 milyon TL olmuştur. McDonald's gelirleri geçen yılın aynı dönemine göre %24 artarken, segmentin diğer iki şirketi Adel ve Efestur net satış gelirleri sırasıyla 19% ve 9% azalmıştır. Perakende segmenti toplam satışları içerisinde McDonald's %62, Adel %33, Efestur ise %5 paya sahiptir.

Perakende segmentinin **brüt kâr marjı** ilk çeyrekte geçen yılın aynı dönemine göre 70 baz puan daralarak %20,9 olurken, segmentin ilk çeyrek **FAVÖK'ü** %18,2 azalışla 24 milyon TL seviyesinde kaydedilmiştir.

Perakende segmenti toplam **net borç/FAVÖK** rasyosu 2,7x olarak gerçekleşmiştir. Bu segmentte faaliyet gösteren şirketlerin tümünün borcu yerel para cinsindedir.

DİĞER

Diğer (mn TL)	1Ç18	1Ç19	Değişim	1Ç19 (TFRS16 hariç)	Değişim
Satış Gelirleri	69	288	318,2%	288	318,2%
Brüt Kar	44	43	-0,7%	43	-0,7%
FAVÖK	-1	11	a.d.	8	a.d.
Net Kar	-219	-198	-9,5%	-173	21,2%
<i>Brüt kar marjı</i>	63,1%	15,0%		15,0%	
<i>FAVÖK marjı</i>	-0,9%	4,0%		2,7%	
<i>Net Kar marjı</i>	-318,2%	-68,8%		-59,9%	

Holding, enerji ve gayrimenkul şirketleri diğer segmenti altında toplanmıştır. Segmentin **net satış gelirleri** AND Pastel projesi teslimatlarından bu çeyrekte elde edilen 226 milyon TL gelirin etkisiyle yılın ilk çeyreğinde 288 milyon TL'ye yükselmiştir.

AND Pastel projesinin Mart sonu itibariyle yaklaşık %70'inin satışı gerçekleştirilmiştir. Projenin teslimatlarına 2018 yılının ikinci yarısında başlanmış olup ön satışların teslimatıyla birlikte segment satış gelirlerinde artış görülmektedir. Bunun yanı sıra AND Kozyatağı'nda kiralama çalışmaları devam etmektedir.

Özkaynak yöntemi ile konsolide edilen Aslancık HES'te 2019 ilk çeyreğinde 30 milyon TL net satış geliri elde edilirken Paravani HES satış gelirleri ilk çeyrekte 20 milyon TL olmuştur. Yıl içinde değişen koşullara göre Paravani HES'te üretilen elektrik Gürcistan ve Türkiye'de satılmaktadır. Bu çerçevede 2019 yılı ilk çeyreğinde üretilen elektriğin %100'ü Gürcistan'a satılmıştır.

Konsolide raporlarda Migros'un özkaynak yöntemi ile konsolidasyona tabi olması neticesinde, Migros net kârı diğer segmenti altında özkaynak yöntemi ile değerlenen yatırımlardan kâr payı olarak finansal sonuçlara dahil olmaktadır. Migros'ta 2019 ilk üç aylık dönemde 182 milyon TL net zarar meydana gelmiştir.

MİGROS

Migros (mn TL)	1Ç18	1Ç19	Değişim	1Ç19 (TFRS16 hariç)	Değişim
Satış Gelirleri	3.940	4.923	24,9%	4.923	24,9%
Brüt Kar	998	1.356	35,8%	1.339	34,1%
FAVÖK	206	490	137,9%	314	52,5%
Net Kar	-244	-231	5,3%	-182	25,5%
<i>Brüt kar marjı</i>	25,3%	27,5%		27,2%	
<i>FAVÖK marjı</i>	5,2%	9,9%		6,4%	
<i>Net Kar marjı</i>	-6,2%	-4,7%		-3,7%	

Migros konsolide **satış gelirleri** 2019 ilk çeyreğinde yeni mağaza açılış hızında azalmaya rağmen yıllık %24,9 artışla 4,9 milyar TL olmuştur. Migros yılın ilk üç ayında 19 yeni mağaza açılışı gerçekleştirmiş olup taze ürün kategorisindeki rekabetçi fiyatlama stratejisi sonucunda mağaza ziyaret sayısında artış kaydedilmiştir. Son üç yılda satış gelirlerini iki katına çıkaran Migros artan ölçek ekonomisi ile operasyonel verimliliğini artırmıştır. Mart sonu itibariyle toplam mağaza sayısı 2,000 olmuştur.

Birleşmelerin yarattığı sinerji ile brüt kâr %34,1 artmış; **brüt kâr marjı** da geçen yılın aynı dönemine kıyasla 190 baz puan ile önemli bir artış kaydederek %27,2'e yükselmiştir.

Migros ilk üç ayda %52,5 artışla 314 milyon TL **FAVÖK** yaratmış; FAVÖK marjı da geçen sene aynı döneme göre 120 baz puan artışla %6,4 olmuştur. FAVÖK'teki önemli yükseliş artan brüt kârlılık ve ölçek ekonomisine bağlı olarak düşen sabit maliyetler neticesinde elde edilmiştir.

Satış gelirleri ve operasyonel kârlılıktaki güçlü artışlara rağmen yabancı para borçlardan kaynaklanan kur farkı zararı neticesinde ilk çeyrekte 182 milyon TL **net zarar** gerçekleşmiştir.

Borçluluğun azaltılması yönünde yönetimin uyguladığı başarılı plan neticesinde Migros'un **net borç/FAVÖK** rasyosu geçen yılın ilk çeyreğine göre 60 baz puan azalışla 2,4x seviyesindedir.

Migros'un yönetimi konusunda Migros'un diğer hissedarı Moonlight Capital S.A. ile yapılmış olan "İş Ortaklığı Sözleşmesi" 30 Nisan 2019 tarihinde sona ermiş olup, Anadolu Grubu bu tarihten itibaren Migros'u finansal tablolarında tam konsolide etmeye başlayacaktır.

KONSOLİDE ÖZET BİLANÇO

AG ANADOLU GRUBU HOLDİNG A.Ş.

milyon TL

	31.03.2019	31.12.2018
Nakit ve nakit benzerleri	5.670	5.283
Finansal yatırımlar	79	40
Ticari alacaklar	3.282	3.019
Stoklar	3.337	3.131
Diğer dönen varlıklar	2.110	1.951
Dönen Varlıklar	14.478	13.424
Finansal yatırımlar	0	0
Özkaynak yöntemi ile değerlendirilen yatırımlar	1.800	1.921
Yatırım amaçlı gayrimenkuller	311	296
Maddi duran varlıklar	12.447	11.739
Maddi olmayan duran varlıklar	18.467	17.111
-Şerefiye	2.895	2.552
-Diğer maddi olmayan duran varlıklar	15.572	14.559
Diğer cari olmayan varlıklar	3.601	2.926
Duran Varlıklar	36.626	33.993
Toplam Varlıklar	51.104	47.417
Kısa vadeli borçlanmalar	3.504	3.185
Uzun vadeli borçlanmaların kısa vadeli kısımları	4.386	3.757
-Banka Kredileri	4.151	3.643
-Kiralama İşlemlerinden Borçlar	235	114
Ticari borçlar	5.065	4.161
Ertelenmiş gelirler	243	481
Diğer kısa vadeli yükümlülükler	1.897	1.969
Kısa Vadeli Yükümlülükler	15.095	13.553
Uzun vadeli borçlanmalar	9.663	8.712
-Banka Kredileri	8.995	8.549
-Kiralama İşlemlerinden Borçlar	668	163
Ertelenmiş gelirler	38	28
Diğer uzun vadeli yükümlülükler	3.879	3.665
Uzun Vadeli Yükümlülükler	13.580	12.405
Toplam Yükümlülükler	28.675	25.958
Özkaynaklar	22.429	21.459
Kontrol gücü olmayan paylar	17.370	16.413
Ana ortaklığa ait özkaynaklar	5.059	5.046
Toplam Kaynaklar	51.104	47.417

KONSOLİDE GELİR TABLOSU

AG ANADOLU GRUBU HOLDİNG A.Ş.

milyon TL

	31.03.2019	31.03.2018
Hasılat	5.347	3.869
Satışların maliyeti (-)	(3.907)	(2.687)
Brüt Kar	1.440	1.182
Faaliyet giderleri (-)	(1.427)	(1.019)
Esas faaliyetlerden diğer gelir/(giderler)	29	(42)
Özkaynak yöntemi ile değerlendirilen yatırımların kar/(zarar) larındaki paylar	(152)	(143)
Esas faaliyet Karı/(Zararı)	(110)	(22)
Yatırım faaliyetlerinden gelir / (giderler)	(6)	(5)
Finansman gelir/ (giderleri)	(502)	(461)
Sürdürülen Faaliyetler Vergi Öncesi Karı/(Zararı)	(618)	(488)
Vergi Gelir / (Gideri)	(50)	31
Dönem Karı/(Zararı)	(668)	(457)
<i>Dönem Karının/(Zararının) Dağılımı</i>		
Kontrol gücü olmayan paylar	(267)	(95)
Ana ortaklık payları	(401)	(362)

HALKA KAPALI ŞİRKETLER HAKKINDA ÖZET BİLGİLER

milyon TL	Net Satışlar		FAVÖK		Net Kâr		Net Borç	
	1Ç18	1Ç19	1Ç18	1Ç19	1Ç18	1Ç19	2018	1Ç19
McDonalds	162	201	-4	0	-19	-12	89	90
Anadolu Motor	43	27	3	-1	-3	-16	101	98
Efestur	18	16	1	0	1	0	-1	0
AND Anadolu Gayrimenkul	24	11	15	0	1	-24	359	396
GUE	16	20	13	16	32	-3	576	608
Aslancık Elektrik	18	30	9	12	-23	-35	513	532

YATIRIMCI İLİŞKİLERİ İLETİŞİM BİLGİLERİ

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