

2020 1Ç FİNANSAL PERFORMANS*:

Toplam satışlar:

%24,0 artışla 12,4 milyar TL

FAVÖK:

%0,6 artışla 1,0 milyar TL

Ana ortaklık net zarar:

355 milyon TL

| Konsolide (mn TL) | 1Ç19 | 1Ç20 | Değişim |
|-------------------|--------|--------|---------|
| Satış Gelirleri | 10.035 | 12.443 | 24,0% |
| Brüt Kar | 2.776 | 3.315 | 19,4% |
| Faaliyet Kârı | 142 | -32 | a.d. |
| FAVÖK | 1.027 | 1.033 | 0,6% |
| Net Kar | -401 | -355 | 11,3% |

**Bu rapordaki tüm rakamlar ve tablolar IFRS16 etkisini içermektedir.*

**Karşılaştırılabilir olması maksadıyla, bu rapordaki tüm analizlerde yer alan 2019 yılı ilk çeyrek rakamları Migros'un tam konsolide edildiği varsayımıyla hazırlanmıştır.*

İCRA BAŞKANI HURŞİT ZORLU'NUN DEĞERLENDİRMESİ

"Dünya ve ülkemiz olarak daha önce örneğine rastlamadığımız ve deneyimlemediğimiz bir dönemden geçiyoruz. Bu olağanüstü günlerde önceliğimiz hiç kuşkusuz çalışanlarımızın, müşterilerimizin ve tedarikçilerimizin sağlığını korumak ve hep birlikte bu zor zamanların üstesinden gelmektir. Anadolu Grubu olarak tüm kararları maksimum sorumluluk bilinciyle alıyoruz ve topluma karşı yükümlülüklerimizi yerine getiriyoruz.

COVID-19 salgın sürecini ve gelişmeleri en başından beri yakından takip ediyor, hem ilgili bakanlıklarımızın hem de dünya sağlık örgütünün yönlendirmeleri doğrultusunda gerekli önlemleri maksimum düzeyde uyguluyoruz. Ülkemizde görülen ilk vakadan önce şirketlerimizde uzaktan çalışma tatbikatları yaparak iş süreçleri, yedekleme planları ve tatbikat senaryoları oluşturduk. Uzaktan çalışma altyapılarını güçlendirdikten işlerimizin devamlılığını sağlayacak şekilde evden çalışma sistemine geçtik.

Faaliyette olduğumuz tüm segmentlerde iş sürekliliğinin sağlanması için bütün önlemleri almakla beraber, operasyonlarımızı sürekli yeniden gözden geçiriyor ve uygun aksiyonları zamanında alıyoruz. Yurt içi ve yurt dışında bulunan fabrikalarımızın hepsi operasyonlarına devam etmektedir.

Bu zor şartlar altında, güçlü ve sağlıklı büyüme kaydettiğimiz 2019 senesinin ardından, 2020 yılının ilk çeyreğinde satış gelirlerimizi konsolide bazda senelik %24,0 ve FAVÖK'ümüzü %0,6 artırmış bulunuyoruz.

Başlıca operasyonlarımızdaki performanslarımızı değerlendirirsek; Bira segmenti uluslararası operasyonlarında bu zor döneme rağmen güçlü hacim büyümeleri yakalamıştır. Meşrubat faaliyetlerimizde hem yurt içi hem yurt dışı operasyonlarda ilk çeyrekte kaliteli büyümeyi sürdürdük. Migros'ta ise bu kritik süreçte müşterilerimize kesintisiz olarak en iyi ve hızlı hizmeti sunmaya devam ederken sanal market uygulamalarımıza olan yatırımlarımızı arttırarak sürdürüyoruz.

Faaliyet gösterdiğimiz bütün segmentler için borçlanma yapılarımızı en uygun seviye ve şartlara getirmek üzere proaktif olarak çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Mart sonu itibarıyla net borç/FAVÖK rasyomuz kurdaki artışa rağmen sınırlı bir artışla 2,5x seviyesine gelmiştir.

Anadolu Grubu olarak, COVID-19 salgını ile ilgili önlemlerimizi tüm paydaşlarımızın sağlığına öncelik vererek devam ettirmekteyiz. 2020 yılının geri kalanında işimizi en iyi şekilde yapmaya, yenilikçi ve öncü çalışmalar gerçekleştirmeye, faaliyet gösterdiğimiz her alana değer katmaya devam edeceğiz. Tüm operasyonlarımızda temkinli ve etkin finansal yönetim anlayışımızı, kararlılık ve hassasiyetle ele alarak sürdürülebilir büyüme hedefimiz doğrultusunda emin adımlarla ilerleyeceğiz.

ÖZET FİNANSAL SONUÇLAR

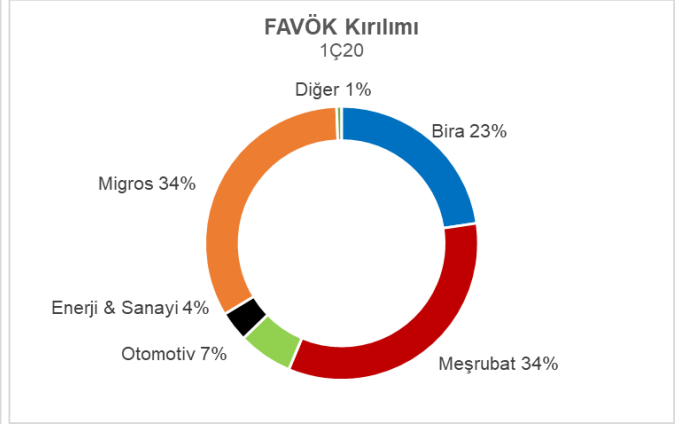
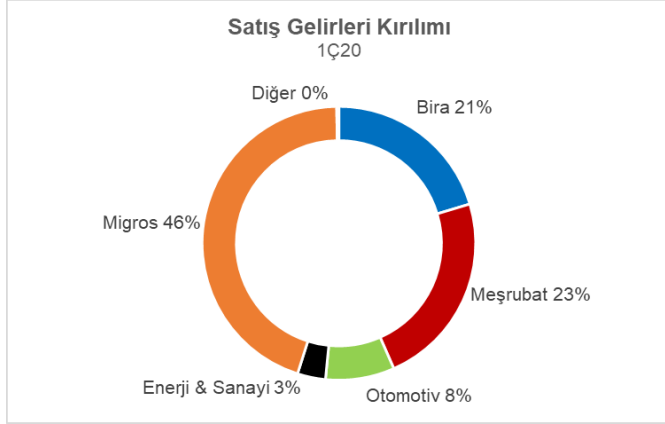
| Bira (mn TL) | 1Ç19 | 1Ç20 | Değişim |
|-----------------------------|----------------|----------------|---------|
| Satış Hacmi (mhl) | 6,7 | 7,0 | 3,7% |
| Satış Gelirleri | 1.740 | 1.892 | 8,8% |
| Brüt Kar | 522 | 510 | -2,2% |
| FAVÖK (BMKÖ) | 73 | -96 | a.d. |
| Net Kar | -176 | -144 | 18,0% |
| <i>Brüt kar marjı</i> | <i>30,0%</i> | <i>27,0%</i> | |
| <i>FAVÖK marjı</i> | <i>4,2%</i> | <i>-5,1%</i> | |
| <i>Net Kar marjı</i> | <i>-10,1%</i> | <i>-7,6%</i> | |
| Meşrubat (mn TL) | 1Ç19 | 1Ç20 | Değişim |
| Satış Hacmi (mn Ünite Kasa) | 230 | 239 | 3,8% |
| Satış Gelirleri | 2.174 | 2.622 | 20,6% |
| Brüt Kar | 693 | 847 | 22,2% |
| FAVÖK | 320 | 397 | 23,9% |
| Net Kar | -3 | 127 | a.d. |
| <i>Brüt kar marjı</i> | <i>31,9%</i> | <i>32,3%</i> | |
| <i>FAVÖK marjı</i> | <i>14,7%</i> | <i>15,1%</i> | |
| <i>Net Kar marjı</i> | <i>-0,1%</i> | <i>4,8%</i> | |
| Migros (mn TL) | 1Ç19 | 1Ç20 | Değişim |
| Satış Gelirleri | 4.923 | 6.433 | 30,7% |
| Brüt Kar | 1.356 | 1.722 | 27,0% |
| FAVÖK | 490 | 571 | 16,7% |
| Net Kar | -231 | -136 | 41,0% |
| <i>Brüt kar marjı</i> | <i>27,5%</i> | <i>26,8%</i> | |
| <i>FAVÖK marjı</i> | <i>9,9%</i> | <i>8,9%</i> | |
| <i>Net Kar marjı</i> | <i>-4,7%</i> | <i>-2,1%</i> | |
| Otomotiv (mn TL) | 1Ç19 | 1Ç20 | Değişim |
| Satış Gelirleri | 824 | 1.157 | 40,4% |
| Brüt Kar | 139 | 169 | 21,3% |
| FAVÖK | 93 | 112 | 21,3% |
| Net Kar | -112 | -18 | 84,2% |
| <i>Brüt kar marjı</i> | <i>16,9%</i> | <i>14,6%</i> | |
| <i>FAVÖK marjı</i> | <i>11,2%</i> | <i>9,7%</i> | |
| <i>Net Kar marjı</i> | <i>-13,6%</i> | <i>-1,5%</i> | |
| Enerji ve Sanayi* | 1Ç19 | 1Ç20 | Değişim |
| Satış Gelirleri | 578 | 513 | -11,2% |
| Brüt Kar | 100 | 77 | -23,0% |
| FAVÖK | 67 | 42 | -36,5% |
| Net Kar | -70 | -177 | -152,8% |
| <i>Brüt kar marjı</i> | <i>17,3%</i> | <i>15,0%</i> | |
| <i>FAVÖK marjı</i> | <i>11,5%</i> | <i>8,2%</i> | |
| <i>Net Kar marjı</i> | <i>-12,1%</i> | <i>-34,4%</i> | |
| Diğer (mn TL) | 1Ç19 | 1Ç20 | Değişim |
| Satış Gelirleri | 36 | 37 | 3,1% |
| Brüt Kar | 22 | 30 | 33,8% |
| FAVÖK | 5 | 5 | 10,8% |
| Net Kar | -141 | -85 | 39,4% |
| <i>Brüt kar marjı</i> | <i>61,8%</i> | <i>80,2%</i> | |
| <i>FAVÖK marjı</i> | <i>12,6%</i> | <i>13,5%</i> | |
| <i>Net Kar marjı</i> | <i>-389,7%</i> | <i>-229,0%</i> | |
| Konsolide (mn TL) | 1Ç19 | 1Ç20 | Değişim |
| Satış Gelirleri | 10.035 | 12.443 | 24,0% |
| Brüt Kar | 2.776 | 3.315 | 19,4% |
| FAVÖK | 1.027 | 1.033 | 0,6% |
| Net Kar | -401 | -355 | 11,3% |
| <i>Brüt kar marjı</i> | <i>27,7%</i> | <i>26,6%</i> | |
| <i>FAVÖK marjı</i> | <i>10,2%</i> | <i>8,3%</i> | |
| <i>Net Kar marjı</i> | <i>-4,0%</i> | <i>-2,9%</i> | |

*Enerji ve Sanayi segmentinde Adel, McDonald's, Enerji ve Gayrimenkul şirketlerimizin yanı sıra Efesur bulunmaktadır.

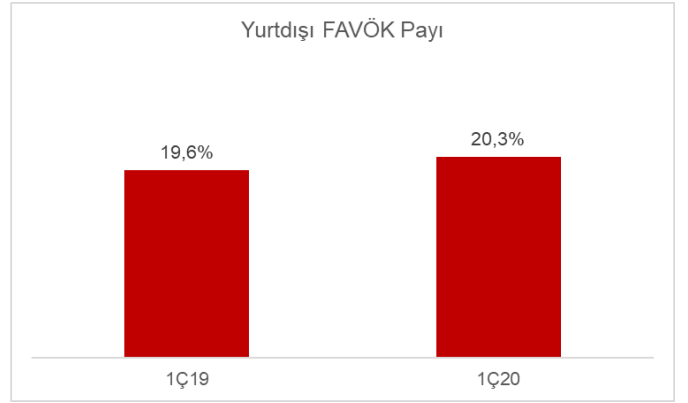
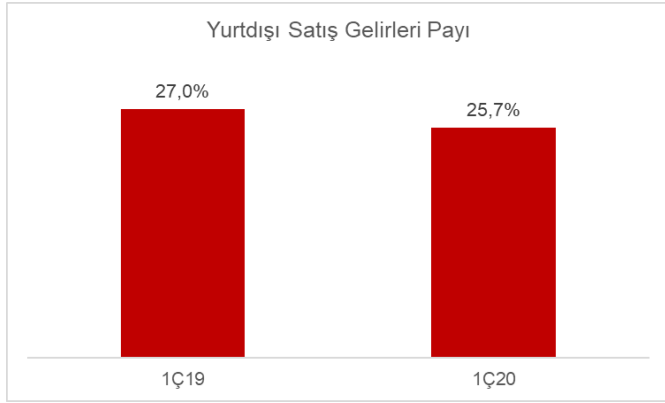
KONSOLİDE FİNANSAL PERFORMANS

| Konsolide (mn TL) | 1Ç19 | 1Ç20 | Değişim |
|-----------------------|--------|--------|---------|
| Satış Gelirleri | 10.035 | 12.443 | 24,0% |
| Brüt Kar | 2.776 | 3.315 | 19,4% |
| FAVÖK | 1.027 | 1.033 | 0,6% |
| Net Kar | -401 | -355 | 11,3% |
| <i>Brüt kar marjı</i> | 27,7% | 26,6% | |
| <i>FAVÖK marjı</i> | 10,2% | 8,3% | |
| <i>Net Kar marjı</i> | -4,0% | -2,9% | |

AG Anadolu Grubu Holding ("Anadolu Grubu") konsolide satışları 2020 ilk çeyreğinde geçen yıla göre %24,0 artışla 12,4 milyar TL seviyesinde gerçekleşmiştir. İlk üç ayda başlıca operasyonlarımızda, satış gelirleri %30,7 artan Migros ve %20,6 büyüyen Meşrubat segmentini %8,8 ile Bira segmenti takip etmektedir. Otomotiv segmenti satış gelirleri ise %40,4 artmıştır. Enerji ve Sanayi segmenti net satış gelirleri geçen sene ilk çeyreğine göre %11,2 daralmış olup, portföyde nispeten düşük paya sahip Diğer segmentin net satış gelirleri ise yıllık %3,1 artmıştır.



Segment toplamları eliminasyon sebebiyle %100 üzerinde gerçekleşmektedir.



İlk çeyrekte, yurt dışı operasyonlarımızın toplam satış gelirleri içindeki payı, yurt içinde Migros'un güçlü performansından dolayı, %25,7 ile geçen sene ilk çeyreğe kıyasla ufak bir gerileme gösterirken, yurt dışı FAVÖK payı ise özellikle Meşrubat segmentinin etkisiyle %19,6'dan %20,3'e yükselmiştir.

Konsolide FAVÖK, 2020 ilk çeyreğinde yıllık %0,6 artışla 1,03 milyar TL seviyesine çıkmıştır. Özellikle Meşrubat segmenti ve Migros'un operasyonel kârlılıklarındaki artışa rağmen Bira segmentinin operasyonel kârlılığındaki gerilemeden dolayı FAVÖK artışı sınırlı kalmıştır. Toplam FAVÖK (son 12 aylık) içerisinde Meşrubat, Migros ve Bira'nın payları sırasıyla %34, %34 ve %23 olarak gerçekleşirken, Otomotiv, Enerji ve Sanayi ve Diğer segmentlerinin toplam FAVÖK içerisindeki payı ise yaklaşık %9'dur.

Ana ortaklık dönem net zararı 1Ç20'de 355 milyon TL olarak kaydedilmiştir. 2020 yılının ilk üç ayında sepet kurdaki artışın geçen seneye göre daha sert gerçekleşmiş olmasına rağmen, şirketlerimizin risk yönetiminde almış olduğu proaktif aksiyonlar neticesinde ana ortaklık dönem zararı 1Ç19'a göre %11,3 azalmıştır.

Borçların etkin yönetilmesi ve azaltılması yönündeki yaklaşımımız sayesinde 2020 yılında artan kurların borçluluk rasyolarımızdaki etkisini kontrol altında tutmayı başardık. Konsolide net borç/FAVÖK rasyosu 2019 yılının ilk çeyreğinde 3,1x seviyesinden 1Ç20 sonunda 2,5x seviyesine düşmüştür. Bu rasyo Aralık sonunda ise 2,2x olarak gerçekleşmiştir. Borçların azaltılmasında etkin ve güçlü bir yol izleyen Migros'un net borç/FAVÖK rasyosu dönem içerisinde kurdaki artışa rağmen 2,1x'e gerilemiş olup, Otomotiv ve Meşrubat segmentleri net borç/FAVÖK rasyoları yıl sonuna göre sabit kalmıştır. Bira ve Enerji & Sanayi segmentlerinde, mevsimsellik, operasyonel performans ve kısmen artan borçluluk neticesinde net borç/FAVÖK rasyoları sırasıyla 2,0x ve 8,8x'e yükselmiştir.

2020 Mart sonu itibarıyla Anadolu Grubu konsolide borcun %32'si kısa vadeli, %68'i uzun vadeli olarak sınıflandırılmaktadır. Bu oran 2019 Aralık sonunda kısa vadeli borçlar için %29, uzun vadeli borçlar için %71 seviyelerindeydi.

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 varlıklarımızın daha verimli kullanılabilmesi veya satılmalarına yönelik stratejik alternatifler de değerlendirilmeye devam etmektedir.

Segmentler Bazında Borçluluk

| 1Ç20 itibarıyla (milyon TL) | Toplam Borç | Nakit ve Benzeri Değerler | Net Borç | Net Borç/FAVÖK |
|-----------------------------|-------------|---------------------------|----------|----------------|
| Bira | 5.879 | 2.746 | 3.134 | 2,0 |
| Meşrubat | 5.757 | 3.045 | 2.712 | 1,2 |
| Migros | 7.518 | 2.549 | 4.969 | 2,1 |
| Otomotiv | 2.162 | 600 | 1.562 | 3,5 |
| Enerji & Sanayi | 2.360 | 172 | 2.189 | 8,8 |
| Diğer (Holding dahil) | 2.821 | 351 | 2.469 | a.d. |
| <i>Holding borç</i> | 2.820 | 302 | 2.518 | a.d. |
| Konsolide | 26.439 | 9.463 | 16.976 | 2,5 |
| Konsolide (Euro mn) | 3.664 | 1.312 | 2.353 | 2,5 |

| 2019 Yılı sonu itibarıyla (milyon TL) | Toplam Borç | Nakit ve Benzeri Değerler | Net Borç | Net Borç/FAVÖK |
|---------------------------------------|-------------|---------------------------|----------|----------------|
| Bira | 5.088 | 3.262 | 1.826 | 1,0 |
| Meşrubat | 5.491 | 2.933 | 2.559 | 1,1 |
| Migros | 7.521 | 2.348 | 5.173 | 2,3 |
| Otomotiv | 1.991 | 488 | 1.503 | 3,5 |
| Enerji & Sanayi | 2.145 | 75 | 2.070 | 7,5 |
| Diğer (Holding dahil) | 2.482 | 238 | 2.244 | a.d. |
| <i>Holding borç</i> | 2.482 | 200 | 2.282 | a.d. |
| Konsolide | 24.640 | 9.344 | 15.296 | 2,2 |
| Konsolide (Euro mn) | 3.692 | 1.400 | 2.292 | 2,2 |

*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 548 milyon TL (ertelenmiş vergi etkisi dahil 428 milyon TL), Özkaynaklar altında "Riskten Korunma Kazançları (Kayıpları)"nda, Diğer Kapsamlı Gelir Tablosunda ise "Yurtdışındaki İşletmeye İlişkin Net Yatırım Riskinden Korunma ile İlgili Diğer Kapsamlı Gelir (Gider)"de muhasebeleştirilmektedir. TL'nin değer kaybına bağlı olarak, dönem sonunda konsolide bazda 284 milyon TL net kur farkı gideri kaydedilmiştir.

BİRA SEGMENTİ

| Bira (mın TL) | 1Ç19 | 1Ç20 | Değişim |
|-----------------------|---------------|--------------|---------|
| Satış Hacmi (mhl) | 6,7 | 7,0 | 3,7% |
| Satış Gelirleri | 1.740 | 1.892 | 8,8% |
| Brüt Kar | 522 | 510 | -2,2% |
| FAVÖK (BMKÖ) | 73 | -96 | a.d. |
| Net Kar | -176 | -144 | 18,0% |
| <i>Brüt kar marjı</i> | <i>30,0%</i> | <i>27,0%</i> | |
| <i>FAVÖK marjı</i> | <i>4,2%</i> | <i>-5,1%</i> | |
| <i>Net Kar marjı</i> | <i>-10,1%</i> | <i>-7,6%</i> | |

Bira segmenti toplam satış hacmi 2020 yılı ilk çeyreğinde yurt dışı operasyonların katkısıyla %3,7 büyüme kaydetmiş olup, 7,0 milyon hektolitreye yükselmiştir. İlk çeyrek sonuçlarına olumlu katkı yapan yurt dışı bira operasyonlarına karşın yurt içi bira operasyonlarında COVID-19 salgınının etkisi daha fazla görülmüştür. Türkiye bira operasyonlarının toplam satış hacmi 1Ç20'de yıllık bazda %21,6 daralmıştır. Yurt içi bira operasyonlarımız yıla iyi başlangıç yapmış, Mart ortasında devreye alınan COVID-19 tedbirlerine kadar pazar payı ve hacim artışları gözlemlenmiştir. Uluslararası bira operasyonlarının satış hacmi birinci çeyrekte yıllık %7,7 oranında artarak 6,2 milyon hektolitreye gerçekleşmiştir. Kazakistan hariç tüm yurt dışı bira operasyonları hacim artışına pozitif katkı sağlamıştır. İlk çeyrekte Rusya bira pazarındaki yoğun rekabete rağmen pazarın üzerinde büyüme sürdürülmüştür. Ukrayna bira pazarı hafif daralsa da bu ülkede de pazarın üzerinde büyüme elde edilmiştir. Moldova ve Gürcistan beklentilerin üzerinde Kazakistan ise beklenti dahilinde performans göstermiştir. Yurtdışı bira satış hacmi toplam bira satışlarının %89'u olarak gerçekleşmiştir.

Bira operasyonları net satış gelirleri geçen yıla kıyasla 2020 ilk üç ayında %8,8 artışla 1,9 milyar TL'ye ulaşmıştır. Türkiye bira operasyonlarında özel tüketim vergisi artışı olmaması sebebiyle sene başında fiyatlarda artış yapılmamıştır. Uluslararası operasyonlarda ise hacim büyümesi, fiyat artışları ve olumlu kur çevrim farkları yıllık %15,8'lik güçlü büyümede etkin rol oynamıştır. 2020 ilk çeyreğinde yurt dışı bira satış gelirleri toplam satış gelirlerinin %83'ü olmuştur.

Bira segmenti brüt kâr marjı geçen yılın ilk çeyreğine 300 baz puan azalarak %27,0 olarak gerçekleşmiştir. Yurt içi bira operasyonlarında, düşen satış hacimleri ve fiyatlara artış yapılmaması sebebiyle brüt kâr marjı daralmıştır. Yurt dışı operasyonlarda ise hacimlerdeki artış sayesinde faaliyet kaldırıcı yaratılmıştır. Fakat kanal ve ürün kısıtlılığı yurt dışı brüt kârlılığı olumsuz etkilemiştir ve netice olarak yurt dışı brüt kâr marjı geçen seneye göre yatay bir seyir izlemiştir.

FAVÖK ilk üç aylık dönemde eksi 96 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. Yurt içi operasyonlarda, operasyonel giderler enflasyona paralel olarak %11,4 artmıştır. Pazarlama giderleri yüksek sezon öncesinde yapılan doğrudan pazarlama neticesinde yükselmiştir. Yurt dışı operasyonlarda ise özellikle Rusya ve Ukrayna'da satış hacimlerindeki artışa paralel olarak satış ve nakliye giderlerinde yükseliş meydana gelmiştir. Ayrıca yüksek sezon öncesinde bazı operasyonel giderlerin ilk çeyrek planlanmasına dahil edilmesi FAVÖK marjına negative etki yapmıştır.

Bira segmenti 2020 ilk çeyreğinde operasyonel marjların gerilemesi sebebiyle 144 milyon TL net zarar elde etmiştir. Geçen sene aynı dönem içerisinde net dönem zararı ise 176 milyon TL seviyesinde görülmüştür.

MEŞRUBAT SEGMENTİ

| Meşrubat (mn TL) | 1Ç19 | 1Ç20 | Değişim |
|-----------------------------|--------------|--------------|---------|
| Satış Hacmi (mn Ünite Kasa) | 230 | 239 | 3,8% |
| Satış Gelirleri | 2.174 | 2.622 | 20,6% |
| Brüt Kar | 693 | 847 | 22,2% |
| FAVÖK | 320 | 397 | 23,9% |
| Net Kar | -3 | 127 | a.d. |
| <i>Brüt kar marjı</i> | <i>31,9%</i> | <i>32,3%</i> | |
| <i>FAVÖK marjı</i> | <i>14,7%</i> | <i>15,1%</i> | |
| <i>Net Kar marjı</i> | <i>-0,1%</i> | <i>4,8%</i> | |

2020 yılı ilk çeyreğinde konsolide satış hacmi artış eğilimini devam ettirmiş ve %3,8 oranında kayda değer bir büyüme ile 239 milyon ünite kasa büyüklüğüne ulaşmıştır. Ürdün hariç tüm pazarlardaki hacim artışı ile gazlı içecekler kategorisi %5,7 büyümüştür. Gazsız içecekler kategorisi ise, 2019 yılının ilk çeyreğindeki %14,1'lik güçlü büyümenin yüksek bazına rağmen, Orta Asya operasyonlarının katkısı ile bu yılın ilk çeyreğinde büyümeye devam ederek %0,9 artış kaydetmiştir. Yurtdışı satış hacmi toplam satış miktarının %55'ini oluşturmaktadır.

Net satış geliri 1Ç20'de, satış hacminin artması, fiyat ayarlamaları ve uluslararası operasyonlardan gelen olumlu yabancı para çevrim etkisi ile yılın ilk çeyreğinde %20,6 büyümüştür. Büyüme, Tacikistan ve Türkmenistan hariç tüm ülkelerde kaydedilen birim ünite kasa başına net satış gelirinin artışıyla birlikte gerçekleşmiştir. Türkiye net satış geliri %18,2 artmıştır. Birim ünite kasa başına net satış geliri, yaşanan pandemi ortamında küçük paketlerin payının azalmasının neden olduğu negatif paket dağılımı etkisine rağmen fiyat ayarlamaları ve gazlı içeceklerin payının artmasına bağlı olan olumlu kategori kırılımı sayesinde %17,9 artmıştır. Uluslararası operasyonlarda net satış geliri, hacim artışı, fiyat ayarlamaları ve kur hareketlerine bağlı olarak %22,5 büyüme sağlarken, kur etkisinden arındırılmış bazda ise %13,5 büyüme kaydetmiştir. Yurtdışı satış gelirleri toplam satış gelirlerinin %55'ini oluşturmaktadır.

Brüt kâr marjı, uluslararası operasyonların düşük hammadde maliyeti, yüksek satış fiyatı ve hacim büyümesinin etkisiyle 40 baz puan artarak %32,3 seviyesine yükselmiştir. Türkiye operasyonlarında brüt kâr marjı 415 baz puan gerileyerek %37,7 olarak gerçekleşmiştir. Daralmanın temel nedeni, Türkiye operasyonlarında 1Ç19'da 412 baz puan olumlu etkiye sahip olan nakit akış riskinden korunma muhasebesi uygulamasının sonlandırılması olmuştur. Bu etki hariç bakıldığında Türkiye brüt kâr marjı geçen seneye paralel seyretmiştir. Uluslararası operasyonların brüt kâr marjı ise düşük hammadde maliyeti, yüksek satış fiyatı ve hacim büyümesinin etkisiyle 437 baz puan artarak %27,9 olmuştur.

FAVÖK marjı, uluslararası operasyonların yüksek kârlılığı ile 1Ç20'de 41 baz puan artışla %15,1'e yükselmiştir. Türkiye operasyonunun FAVÖK marjı (diğer gelir/gider etkisi hariç tutulduğunda), 553 baz puan daralarak %10.3 olarak gerçekleşmiştir. Bu daralmanın içindeki nakit akış riskinden korunma muhasebesi uygulamasının sonlandırılmasının payı 412 baz puan olmuştur. Diğer yandan, uluslararası operasyonların FAVÖK marjı güçlü faaliyet kârlılığı ile 444 baz puan artmıştır. FAVÖK'ün %64'ü yurt dışı operasyonlardan gelmektedir.

2019 yılındaki 3 milyon TL zarara karşın, 2020 yılının ilk çeyreğinde yüksek faaliyet kârı ve düşük finansal giderlerin etkisiyle 127 milyon TL net kar elde edilmiştir.

MİGROS

| Migros (mn TL) | 1Ç19 | 1Ç20 | Değişim |
|-----------------------|--------------|--------------|---------|
| Satış Gelirleri | 4.923 | 6.433 | 30,7% |
| Brüt Kar | 1.356 | 1.722 | 27,0% |
| FAVÖK | 490 | 571 | 16,7% |
| Net Kar | -231 | -136 | 41,0% |
| <i>Brüt kar marjı</i> | <i>27,5%</i> | <i>26,8%</i> | |
| <i>FAVÖK marjı</i> | <i>9,9%</i> | <i>8,9%</i> | |
| <i>Net Kar marjı</i> | <i>-4,7%</i> | <i>-2,1%</i> | |

Migros net satış gelirleri 2020 ilk çeyreğinde %30,7 artarak 6,4 milyar TL seviyesine yükselmiştir. Migros yılın ilk çeyreğinde artan talep, sepet büyümesi ve hizmet verdiği şehir sayısını da artırarak satış gelirlerinde büyüme elde etmiştir. Buna ek olarak çoklu-kanal alışveriş deneyimini geliştirmeye yönelik çabalarına devam etmiştir.

Migros bu dönemde internet satışlarında çalışan personel sayısını 3 kat artırmıştır. İnternet satışlarını destekleyen mağaza sayısı ise 2 kat artmıştır. Sanal Market ile hizmet verilen şehir sayısı 60'dan 76'a çıkmıştır. Migros yılın ilk dört ayında 62 yeni mağaza açılışıyla toplam mağaza sayısını 2.238'e yükseltmiştir. Birinci çeyrek rakamları neticesinde, Migros 2020 yılı ciro büyüme beklentisini 16-18%'den 19-21%'e revize etmiştir.

Brüt kâr 2020 ilk üç ayında %27,0 artarak 1,7 milyar TL'ye yükselmiş; brüt kâr marjı %26,8 seviyesinde gerçekleşmiştir. Migros 1Ç20'de %16,7 artışla 571 milyon TL FAVÖK yaratmış; FAVÖK marjı da %8,9 olarak gerçekleşmiştir. Tüm yıl FAVÖK marjı beklentisi değişmemiş, 8.0-8.5% aralığında kalmıştır.

Güçlü operasyonel kârlılığa rağmen, artan finansal giderler neticesinde Migros bu çeyrekte 136 milyon TL net zarar etmiştir. Borçluluğun azaltılması yönünde yönetimin uyguladığı plan neticesinde Migros'un net borç/FAVÖK rasyosu 2020 Mart sonunda 2019 yılına kıyasla 20 baz puan azalışla 2,1x olmuştur.

OTOMOTİV SEGMENTİ

| Otomotiv (mn TL) | 1Ç19 | 1Ç20 | Değişim |
|-----------------------|---------------|--------------|---------|
| Satış Gelirleri | 824 | 1.157 | 40,4% |
| Brüt Kar | 139 | 169 | 21,3% |
| FAVÖK | 93 | 112 | 21,3% |
| Net Kar | -112 | -18 | 84,2% |
| <i>Brüt kar marjı</i> | <i>16,9%</i> | <i>14,6%</i> | |
| <i>FAVÖK marjı</i> | <i>11,2%</i> | <i>9,7%</i> | |
| <i>Net Kar marjı</i> | <i>-13,6%</i> | <i>-1,5%</i> | |

Otomotiv segmenti 2020 yılı ilk çeyrek satış gelirlerini geçen yıla göre %40,4 artarak 1,16 milyar TL olarak gerçekleşmiştir. Otomotiv segmenti net satış gelirlerindeki artışın ana nedeni ise Çelik Motor'un konsinye araç satışlarının artması ve gelirlerinin %74 yükselmesi olmuştur. Yılın ilk iki ayında artan yurt içi talebe karşın, Anadolu Isuzu'nun ihracat gelirleri ilk çeyrekte daralmış olup şirketin net satış gelirleri 1Ç20'de yıllık bazda %23 azalmıştır.

İlk üç aylık sonuçlara göre Otomotiv segmenti toplam satış gelirlerinin %78'ini Çelik Motor, %18'ini Anadolu Isuzu ve %4'ünü Anadolu Motor oluşturmaktadır.

Segmentin brüt kâr marjı yılın ilk çeyreğinde 230 baz puan daralarak %14,6 seviyesine gelmiştir.

Anadolu Isuzu özelinde satışlar geçtiğimiz yıllara göre yurt içi ve yurt dışı olarak daha dengeli bir kırılıma sahiptir. Yurt dışı talepte bu sene meydana gelen satışlardaki daralmayı artan kur etkisi bir miktar telafi etmiştir ve şirketin brüt kâr marjı 310 baz puan artarak 1Ç20'de %20,5 olarak gerçekleşmiştir.

Çelik Motor brüt kâr marjı ise yaklaşık 340 baz puan daralarak %13,0'e gerilemiştir.

Toplam FAVÖK, geçen sene ilk çeyreğinde 93 milyon TL'den 2020 ilk çeyreğinde 112 milyon TL seviyesine yükselmiş olup buna karşın FAVÖK marjı daralmıştır. Düşen satış gelirlerine rağmen Anadolu Isuzu FAVÖK marjı sabit kalmıştır. Buna karşın Çelik Motor faaliyet kârlılığındaki daralma sonucunda Otomotiv segmenti FAVÖK marjı 150 baz puan gerileyerek %9,7 olarak gerçekleşmiştir.

Otomotiv segmenti net borç/FAVÖK rasyosu kurdaki yukarı yönlü dalgalanmaya rağmen 1Ç20 sonunda 3,5x olarak 2019 yıl sonu ile aynı seviyede kalmıştır. Otomotiv segmenti şirketlerimiz etkin finansal yönetim önlemleri ve temkinli yaklaşımları ile önümüzdeki dönemde operasyonlarını sürdürmeye devam edeceklerdir. 2020 Mart sonunda Çelik Motor net borcu 836 milyon TL olmuştur.

Öte yandan, filo büyüklüğünü optimize etmeye devam eden Çelik Motor, bu suretle geçtiğimiz dönemlerde olduğu gibi ilk üç ayda yaklaşık 191 milyon TL fon yaratmıştır. Çelik Motor araç parkı 2020 Mart sonunda yaklaşık 6.700 araç seviyesindedir.

ENERJİ VE SANAYİ SEGMENTİ

| Enerji ve Sanayi | 1Ç19 | 1Ç20 | Değişim |
|-----------------------|---------------|---------------|---------|
| Satış Gelirleri | 578 | 513 | -11,2% |
| Brüt Kar | 100 | 77 | -23,0% |
| FAVÖK | 67 | 42 | -36,5% |
| Net Kar | -70 | -177 | -152,8% |
| <i>Brüt kar marjı</i> | <i>17,3%</i> | <i>15,0%</i> | |
| <i>FAVÖK marjı</i> | <i>11,5%</i> | <i>8,2%</i> | |
| <i>Net Kar marjı</i> | <i>-12,1%</i> | <i>-34,4%</i> | |

Enerji ve Sanayi segmentinde Adel, McDonald's, Enerji ve Gayrimenkul şirketlerimizin yanı sıra Efestur bulunmaktadır.

Enerji ve Sanayi segmenti net satış gelirleri 2020 ilk çeyreğinde yıllık %11,2 daralarak 513 milyon TL olmuştur. McDonald's satış gelirleri Mart ortasına kadar artan müşteri trafiği ile birlikte geçen yıla göre %5 yükselirken, Adel'de ise satış gelirleri %13, Gayrimenkul şirketlerinde satış gelirleri ise %25 daralmıştır. Adel satış gelirleri şirketin belirsizlikler nedeniyle temkinli bir sevkiyat politikası izlemesinden dolayı daralırken, Gayrimenkul satış gelirlerinde Kartal konut projesinde teslimatların geçen seneye göre azalmasından kaynaklı bir gerileme meydana gelmiştir.

Enerji ve Sanayi segmenti toplam satışları içerisinde McDonald's %41, Gayrimenkul şirketleri %35, Adel %18, GUE ise %4 paya sahiptir.

Yıl içinde değişen koşullara göre Paravani HES'te üretilen elektrik Gürcistan ve Türkiye'de satılmaktadır. Bu çerçevede 2020 yılında üretilen elektriğin %100'ü Gürcistan'a satılmıştır.

Enerji ve Sanayi segmenti 1Ç20 brüt kâr marjı 230 baz puan daralma ile %15,0 olurken, segmentin FAVÖK'ü özellikle McDonald's operasyonel karlılığındaki düşüş neticesinde %36,5 azalışla 42 milyon TL seviyesine gelmiştir.

Segmentin net borç/FAVÖK rasyosu Aralık sonunda 7,5x iken Mart sonunda 8,8x olarak gerçekleşmiştir.

DİĞER

| Dğer (mn TL) | 1Ç19 | 1Ç20 | Değişim |
|-----------------|---------|---------|---------|
| Satış Gelirleri | 36 | 37 | 3,1% |
| Brüt Kar | 22 | 30 | 33,8% |
| FAVÖK | 5 | 5 | 10,8% |
| Net Kar | -141 | -85 | 39,4% |
| Brüt kar marjı | 61,8% | 80,2% | |
| FAVÖK marjı | 12,6% | 13,5% | |
| Net Kar marjı | -389,7% | -229,0% | |

Holding'in, Sigorta şirketimizin ve diğer ufak büyüklükte şirketlerin içerisinde bulunduğu Diğer segmenti satış gelirleri 37 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. 1Ç20'de yaratılan 5 milyon TL FAVÖK ise geçen seneye göre değişmemiştir.

2020 yılının ilk üç ayında sepet kurdaki artışın geçen seneye göre daha sert olmasına rağmen, Holding'in risk yönetiminde almış olduğu aksiyonlar neticesinde net zarar düşmüştür.

SEGMENTLER BAZINDA ÖZET FİNANSALLAR – 1Ç20*

| milyon TL | Net Satışlar | Yıllık Değişim | Brüt Kar | Yıllık Değişim | FAVÖK | Yıllık Değişim | Net kâr/zarar | Yıllık Değişim |
|------------------|--------------|----------------|----------|----------------|-------|----------------|---------------|----------------|
| Bira | 1.892 | 9% | 510 | -2% | -97 | a.d. | -144 | 18% |
| Meşrubat | 2.622 | 21% | 847 | 22% | 397 | 24% | 127 | a.d. |
| Migros | 6.433 | 31% | 1.722 | 27% | 571 | 17% | -136 | 41% |
| Otomotiv | 1.157 | 40% | 169 | 21% | 112 | 21% | -18 | 84% |
| Enerji ve Sanayi | 513 | -11% | 77 | -23% | 42 | -36% | -177 | -153% |
| Diğer | 37 | 3% | 30 | 34% | 5 | 11% | -85 | 39% |
| Konsolide | 12.443 | 24% | 3.315 | 19% | 1.033 | 1% | -355 | 11% |

*Yıllık değişimler 1Ç19'da Migros'un tam konsolide edildiği varsayımına dayanmaktadır.

KONSOLİDE ÖZET BİLANÇO

| TL milyon | 31.03.2020 | 31.12.2019 |
|--|---------------|---------------|
| Nakit ve nakit benzerleri | 8.731 | 8.928 |
| Ticari alacaklar | 3.553 | 3.316 |
| Stoklar | 6.279 | 5.698 |
| Peşin ödenmiş giderler | 874 | 762 |
| Diğer dönen varlıklar | 2.370 | 1.776 |
| Satış amaçlı elde tutulan varlıklar | 6 | 0 |
| Dönen Varlıklar | 21.813 | 20.480 |
| Özkaynak yöntemi ile değerlendirilen yatırımlar | 143 | 74 |
| Yatırım amaçlı gayrimenkuller | 302 | 324 |
| Maddi duran varlıklar | 15.831 | 16.544 |
| Varlık kullanım hakkı | 3.587 | 3.694 |
| Maddi olmayan duran varlıklar | 22.297 | 23.723 |
| -Şerefiye | 6.493 | 6.934 |
| -Diğer maddi olmayan duran varlıklar | 15.804 | 16.789 |
| Diğer cari olmayan varlıklar | 2.540 | 2.293 |
| Duran Varlıklar | 44.700 | 46.652 |
| Toplam Varlıklar | 66.513 | 67.132 |
| Kısa vadeli borçlanmalar | 5.326 | 3.335 |
| Uzun vadeli borçlanmaların kısa vadeli kısımları | 3.041 | 3.802 |
| -Banka kredileri | 2.501 | 3.271 |
| -Kiralama işlemlerinden borçlar | 540 | 531 |
| Ticari borçlar | 11.615 | 11.478 |
| Ertelenmiş gelirler | 209 | 265 |
| Diğer kısa vadeli yükümlülükler | 2.636 | 2.581 |
| Satış Amaçlı Sınıflandırılan Varlık Gruplarına İlişkin Yükümlülükler | 1 | 0 |
| Kısa Vadeli Yükümlülükler | 22.828 | 21.461 |
| Uzun vadeli borçlanmalar | 18.072 | 17.503 |
| -Banka kredileri | 14.615 | 13.983 |
| -Kiralama işlemlerinden borçlar | 3.457 | 3.520 |
| Ertelenmiş vergi yükümlülüğü | 3.104 | 3.187 |
| Diğer uzun vadeli yükümlülükler | 1.261 | 1.247 |
| Uzun Vadeli Yükümlülükler | 22.437 | 21.937 |
| Toplam Yükümlülükler | 45.265 | 43.398 |
| Özkaynaklar | 21.248 | 23.734 |
| Kontrol gücü olmayan paylar | 16.091 | 17.655 |
| Ana ortaklığa ait özkaynaklar | 5.157 | 6.079 |
| Toplam Kaynaklar | 66.513 | 67.132 |

KONSOLİDE ÖZET GELİR TABLOSU

| TL milyon | 31.03.2020 | 31.03.2019 |
|--|--------------|--------------|
| Hasılat | 12.443 | 5.292 |
| Satışların maliyeti (-) | (9.128) | (3.857) |
| Brüt Kar | 3.315 | 1.435 |
| Faaliyet giderleri (-) | (3.119) | (1.422) |
| Esas faaliyetlerden diğer gelir/(giderler) | (157) | 29 |
| Özkaynak yöntemi ile değerlendirilen yatırımların kar/(zarar) larındaki paylar | (71) | (152) |
| Esas faaliyet Karı/(Zararı) | (32) | (110) |
| Yatırım faaliyetlerinden gelir / (giderler) | 243 | (6) |
| Finansman gelir/ (giderleri) | (893) | (502) |
| Sürdürülen Faaliyetler Vergi Öncesi Karı/(Zararı) | (682) | (618) |
| Vergi Gelir / (Gideri) | (31) | (50) |
| Sürdürülen Faaliyetler Dönem Karı/(Zararı) | (713) | (668) |
| Durdurulan Faaliyetler Dönem Karı/(Zararı) | (2) | 1 |
| Dönem Karı/(Zararı) | (715) | (667) |
| <i>Dönem Karının/(Zararının) Dağılımı</i> | | |
| Kontrol gücü olmayan paylar | (360) | (266) |
| Ana ortaklık payları | (355) | (401) |

HALKA KAPALI ŞİRKETLER HAKKINDA ÖZET BİLGİLER

| milyon TL | Net Satışlar | | FAVÖK | | Net Kâr | | Net Borç | |
|-------------------------|--------------|------|-------|------|---------|------|----------|------|
| | 1Ç19 | 1Ç20 | 1Ç19 | 1Ç20 | 1Ç19 | 1Ç20 | 2019 | 1Ç20 |
| McDonalds | 201 | 211 | 30 | 5 | -16 | -44 | 344 | 373 |
| Anadolu Motor | 27 | 43 | -1 | -1 | -16 | -20 | 35 | 98 |
| Efestur | 16 | 14 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 |
| AND Anadolu Gayrimenkul | 11 | 10 | 1 | 4 | -24 | -36 | 425 | 459 |
| GUE | 20 | 22 | 16 | 17 | -3 | -80 | 637 | 690 |
| Aslancık Elektrik | 30 | 39 | 12 | 14 | -35 | -35 | 410 | 434 |
| Çelik Motor | 521 | 904 | 67 | 93 | -84 | 19 | 946 | 836 |

YATIRIMCI İLİŞKİLERİ İLETİŞİM BİLGİLERİ

AG Anadolu Grubu Holding'in finansal raporları ve ek bilgiler için <https://www.anadolugrubu.com.tr/> web sayfamızı ziyaret edebilirsiniz.

Mehmet Çolakoğlu, CFA
Yatırımcı İlişkileri Direktörü
Tel: +90 216 5788672
E-mail: mehmet.colakoglu@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 verilere dayanan beklentilerini yansıtabilmektedir. AG Anadolu Grubu Holding'in gerçek sonuçları, Şirketin performansını önemli derecede etkileyebilecek olan gelecekte meydana gelecek olaylara ve belirsizliklere bağlıdır.