

2024 Yılı 1. Yarı Sonuçları Web Yayını Dökümü

TÜRKİYE ŞİŞE VE CAM FABRİKALARI A.Ş.

2 Eylül 2024

TÜRKİYE ŞİŞE ve CAM FABRİKALARI A.Ş.

İçmeler Mah. D-100 Karayolu Cad.
No.44A Tuzla İstanbul Türkiye

T 0850 206 33 74

T 0850 206 31 08

T 0850 206 26 57

sisecam.com.tr

TÜRKİYE İŞ BANKASI
kuruluşudur

Operator

Hanımfendiler, beyefendiler, Şişecam'ın 2024 yılı ilk yarı finansal sonuçlarının değerlendirileceği görüntülü ve sesli internet yayınıma hoş geldiniz. Görüşme boyunca tüm katılımcılar yalnızca dinleme modunda olacak ve ardından soru-cevap oturumu gerçekleştirilecektir. Bu yayının kaydedildiğini ve etkinlik sonrası bir yıl boyunca tekrar oynatma seçeneğinin mevcut olacağını hatırlatmak isterim. Şimdi sözü Şişecam Genel Müdürü Sayın Görkem Elverici'ye bırakıyorum.

Görkem Elverici

Çok teşekkürler.

İyi günler, hanımfendiler ve beyefendiler. 2024 yılı ilk yarı finansal sonuçlarımızı inceleyeceğimiz internet yayınıma hoş geldiniz. Umarım son görüşmemizden bu yana herkes iyidir. Bugün Mali İşler Genel Müdür Yardımcımız Gökhan Güralp ve Yatırımcı İlişkileri Direktörümüz Hande Özbörçek ile birlikteyim.

2024 yılı ilk yarı sonuçlarımızın değerlendirmesi için sözü Mali İşler Genel Müdür Yardımcımız Gökhan Güralp'e vermek istiyorum.

Gökhan Güralp

Çok teşekkürler. Hanımfendiler, beyefendiler; iyi günler dilerim. Yayınıma katıldığınız için hepimize teşekkür ediyorum.

Bugünkü yayınımda, öncelikle 2024 yılı ilk yarı finansal ve operasyonel sonuçlarımızı size aktararak, iş kollarının bireysel performanslarını sunacağız. Daha sonra, nakit pozisyonumuz ve sermaye dağılımımızla ilgili ayrıntıları vereceğiz. Operasyonel ve finansal incelemeyi, Şişecam'ın sürdürülebilirlik yaklaşımı ve bu alanda gerçekleştirdiğimiz son gelişmeler takip edecek.

Her zamanki gibi, sunumun sonunda sorularınızı almaktan memnuniyet duyacağız. Sunumumuzun ve soru-cevap oturumlarının bazı ileriye dönük beyanlar içerebileceğini lütfen unutmayın. Varsayımlarımız ve tahminlerimiz mevcut şartlara dayanmaktadır ve bu nedenle değişikliğe tabii olabilir.

2024 yılı ilk yarı sonuçlarını sunmaya başlamadan önce, Sermaye Piyasası Kurulu'nun kararı uyarınca, Şirketimizin 2023 yılından itibaren TMS-29 enflasyon muhasebesi hükümlerine tabi olduğunu önemle vurgulamak isteriz. Dolayısıyla bu sunumda yer alan 2024 ve 2023 yılları ilk yarı finansal sonuçları, TMS-29 enflasyon muhasebesi hükümleri uyarınca Türkiye Finansal Raporlama Standartları'na uygun olarak hazırlanarak, Türk Lirası'nın 30 Haziran 2024 itibarıyla satın alma gücüne göre düzenlenmiş ve bağımsız denetimden geçmiş finansal bilgileri içermektedir. TMS-29 etkisi olmadan sunulan bazı temel finansal göstergelere ise sunumun operasyonel ve finansal inceleme bölümünün sonunda yer verilmiştir.

Dördüncü slayt, ana finansal sonuçlarımızı gösteriyor. İlk grafikten de görülebileceği gibi, raporlama dönemini 86 milyar TL ciro ile tamamladık. Hacim açısından satışlar, özellikle yurt içi operasyonlarımızda normal seviyelerine döndü ve cam ev eşyası iş kolu haricinde neredeyse tüm iş kollarında önceki yılın aynı döneminde kaydedilen seviyelerin üzerinde performans gösterdi. Ürün fiyatları, stratejik fiyatlandırma ve satış karması yoluyla büyümeyi sürdürme çabalarına rağmen zayıf talep ve düşük enerji fiyatları nedeniyle düşüş eğiliminde olmaya devam etti. Enflasyon oranı ile uluslararası operasyonların raporlama para birimlerinin TL karşısındaki değer değişimleri arasında, enflasyon muhasebesi uygulanması nedeniyle oluşan uyumsuzluk, gelir artışını olumsuz yönde etkiledi. Buna bağlı olarak, konsolide gelirler dönem sonu %72 olarak kaydedilen TÜFE enflasyon oranının gerisinde kalarak yıllık bazda %17 geriledi. TMS 29 etkisi hariç tutulduğunda ise, konsolide gelir TL bazında yıllık %41 büyüme gösterdi.

Küresel makro büyümenin sınırlı olduğu ve jeopolitik gerilimlerin arttığı son derece zorlu bir ortamda ilerlerken, yatırım programımızı uygulamaya devam ettik. Raporlama döneminde Eskişehir'de yeni bir Cam Ambalaj fırınına devreye alırken, Cam Ev Eşyası fırınıımızın soğuk onarım sürecini tamamlayarak, aynı bölgede yeniden ateşledik. Üretim bölgelerimizdeki ve uluslararası operasyonlarımız aracılığıyla genişleyen pazarlarımızdaki talebi karşılamak için dinamik stok yönetimi teknikleriyle, müşteri sektörlerimizin değişen tercihlerine uygun satış karması üzerinde çalıştık. Bu çabalar sayesinde, ton başına satılan malın maliyetinde iyileşme sağladık. Ancak, bu iyileşme, karşı karşıya kaldığımız enflasyon oranını dengelemeye yetmedi. Ayrıca, satın alım gücünde görülen erozyon kaynaklı uygulanan ücret artışları ile doğrudan işçilik maliyetlerimiz artarken, küresel çapta ton başına ürün fiyatlarının düşmesi brüt kâr marjımızı olumsuz etkiledi. Sonuç olarak, brüt kâr marjımız geçen yılın aynı dönemindeki %28'e kıyasla %23 oldu. TMS 29 etkisi hariç tutulduğunda ise, brüt kâr marjı yıllık 400 baz puan düşerek %29'a geriledi.

Üçte ikisini satış ve pazarlama giderleri, kalan üçte biri ise genel yönetim giderlerinden oluşan faaliyet giderleri, ağırlıklı olarak dolaylı işçilik maliyetlerindeki artış nedeniyle yıllık bazda %5 arttı. Detaylı açıklamak gerekirse, satış ve pazarlama giderlerinin içinde yer alan navlun ve nakliye giderleri, toplam faaliyet giderlerinin yaklaşık %40'ını oluşturdu. Bu durumun esas nedeni, müşterilerimizin siparişlerini tesislerimizden teslim almak yerine nihai teslimat noktasına kadar teslim etmemizi tercih etmeleri oldu. Bu satış modeli, satış ve pazarlama giderlerinin toplam faaliyet giderlerimizdeki payının yüksek olmasına ve ayrıca satış ve pazarlama giderlerinin nominal tutarının "Fabrikadan Teslim" prensibiyle çalışan benzer ölçekli bir şirkete kıyasla daha yüksek olmasına neden olmaktadır. Ayrıca, genel yönetim giderleri altında kaydedilen dolaylı işçilik maliyetleri, toplam faaliyet giderlerimizin yaklaşık %30'unu oluşturdu. Bunun nedeni ise, 14 ülkedeki üretim tesislerimiz ve 21 ülkede satış ofislerimiz de dahil olmak üzere dünya çapındaki geniş kapsamlı operasyonlarımızdır. Faaliyet giderlerimizdeki yıllık bazda %5 nominal artışa karşın, faaliyet giderlerinin gelirlere oranı bir önceki yıla göre artarak %25 seviyesinde gerçekleşti. Bu artış, konsolide gelirlerin yıllık değişiminin, TL bazındaki enflasyon oranının gerisinde kalmasından kaynaklandı. Bu fark ayrıca, enflasyon ve uluslararası operasyonlarımızın raporlama para birimlerinin değerindeki değişikliklerin uyumsuzluğunun yanı sıra, düşüş eğilimindeki ürün fiyatlandırma ortamının bir sonucu oldu. Dönem içinde kaydedilen amortisman giderlerinin gelirlere oranı ise %8 oldu.

FAVÖK marjımız, önceki yıl %22 iken, 2023 yılı ilk 6 ayında %9 marj ile 7,8 milyar TL olarak gerçekleşti. FAVÖK marjındaki daralma esas olarak ana faaliyetlerden elde edilen net diğer gelirlerin ve yatırımlardan elde edilen net gelirlerin daha düşük seviyede olması ile döviz kuru dalgalanmalarının ticari alacaklar, ticari borçlar ve sabit getirili menkul kıymetler üzerindeki etkisinden kaynaklandı. Hatırlayacağınız üzere 2023'ün ilk altı ayında TL, rezerv para birimlerinden oluşan sepet karşısında dönem sonu değeri bazında %40 değer kaybı yaşamıştı, bu yıl ise aynı sepet karşısında gerçekleşen değer kaybı %16 oldu. TMS 29'un etkisi hariç tutulduğunda ise, konsolide FAVÖK yıllık bazda %19 gerilerken, FAVÖK marjı ise %15 oldu.

Ana Ortaklık Payı Net Kârı önceki yılın aynı dönemine göre %54 düşüşle 4,9 milyar TL olurken, karlılık 450 baz puan gerileyerek %6 seviyesinde gerçekleşti. İşletme sermayesi ve maddi duran varlık yatırımlarının finansmanında borç kullanım oranının artması sonucunda, net parasal pozisyon kazançları tutarı 4,8 milyar TL'den 7,5 milyar TL'ye yükseldi. Dönem içinde, 2023'ün ilk yarısındaki 5,4 milyar TL'lik ertelenmiş vergi giderine kıyasla 1 milyar TL'ye yakın ertelenmiş vergi geliri kaydedildi. Bu değişim esas olarak mevzuatın gereklilikleri doğrultusunda yapılan muhasebe politikası değişikliği sonucunda, Haziran ayından itibaren V.U.K.'a göre hazırlanmış finansal tablolarda da enflasyon muhasebesi uygulanmasını nedeniyle oluştu. V.U.K'a göre hazırlanan finansal tablolarda enflasyon muhasebesi uygulanması, ertelenmiş vergi yükümlülüklerini azaltarak ertelenmiş vergi geliri yarattı. Yatırım teşviklerinden kaynaklanan ertelenmiş vergi varlıkları, yatırımlardaki artışla birlikte 2023 yılında artış gösterdi ve bu durum 2023 yılındaki ertelenmiş vergi gelirini artırdı. Efektif vergi oranı ise %15 oldu. Bu dönemde enflasyon muhasebesi uygulanmış ve uygulanmamış net kâr sırasıyla 5 milyar TL ve 6,4 milyar TL oldu.

Döviz kuru artışının enflasyon karşısında sınırlı kalması ile üretim ve operasyonel maliyetlerde yaşanan önemli artışlar, yalnızca Türk şirketlerinin ihracat pazarlarındaki rekabetçiliğini daraltmakla kalmadı, aynı zamanda durgun talep ve ürün fiyatlarındaki düşüş eğilimleri ile birleşerek kâr marjlarımızı daralttı. Bu durumun, Türkiye'deki yıllık %72 enflasyon oranı ve Türk Lirası'nın döviz sepetine karşı yıllık %26 değer kaybı ile daha da tetiklendiğini de vurgulamak isterim.

Beşinci slayta, konsolide gelir ve FAVÖK'ün segment bazındaki dağılımını inceleyeceğiz.

Yıllar içinde operasyonel portföyümüz dengeli kalmış olsa da Kimyasallar iş kolunun döviz bazlı gelirleri dolayısıyla faaliyetlerimizdeki önemli rolü, 2021'de ABD doğal soda operasyonlarında çoğunluk hissenin satın alınması sonrası daha da güçlendi. Kimyasallar iş kolu, 2024 yılı ilk yarısında gelirin %23'üne ve FAVÖK'ün %48'ine katkı sağladı.

Türkiye, Avrupa, Hindistan, Rusya ve Saint Gobain ile ortaklığımız olan Mısır'daki hat olmak üzere toplam 15 aktif üretim hattı ile Mimari Cam operasyonları, gelirin %22'sine ve FAVÖK'ün %30'una katkı sağlayarak en yüksek ikinci performans gösteren segment oldu.

Beş ana iş kolumuz arasında bulunan Cam Ambalaj, konsolide gelire ve FAVÖK'e %18 oranı ile en büyük üçüncü katkı sağlayan iş kolumuz oldu. Buna karşılık, Cam Ev Eşyası operasyonlarımız bu yıl hem konsolide gelire hem de FAVÖK'e sınırlı katkı sağladı.

Endüstriyel Cam operasyonlarımız hem konsolide gelir hem de FAVÖK seviyelerine olumsuz etki yaptı. Bunun başlıca nedeni, OEM müşterilerimizle yapılan uzun dönemli anlaşmalara (LTA) dayalı otomotiv camı operasyonlarımızda maliyet artışlarının fiyata yansıtılmasında yaşanan zorluklar ve Otomotiv Camı operasyonlarının döviz bazlı olması nedeniyle yerel para biriminin değer kaybının maliyet enflasyonunun gerisinde kalmasıdır.

Elektrik ticaret operasyonlarımızı içeren Enerji iş kolumuz, toplam gelirin %11'ine katkı sağlarken, bu segmentin FAVÖK'e etkisi ise sınırlı kaldı.

Altıncı ve yedinci slaytlarda, ana iş kollarımızın ilk altı aylık performanslarına ilişkin temel bulguları sunmayı amaçlıyoruz. Bu, Cam ve Kimyasallar operasyonlarımızın hem operasyonel hem de finansal açıdan bir önceki yıllara karşılaştırmalı olarak nasıl performans gösterdiğine dair bir özet sağlayacaktır.

Yılın ilk yarısında Mimari Cam iş kolumuz, küresel çapta yaşanan enflasyon, müşterilerin dış finansmana erişiminin sınırlı olması ve jeopolitik gerilimler gibi devam eden ekonomik belirsizliklere rağmen dirençli duruşunu korudu. Yurt içi ve uluslararası inşaat ve yenileme pazarlarındaki fırsatları yakalamaya yönelik stratejik girişimlerle zorlukların üstesinden gelerek operasyonel performansımızda kayda değer iyileşmeler sağladık. Toplam üretim yıllık %15 artışla 1,37 milyon tona ulaşırken, bu büyüme otocama dedike yeni bir düzcam üretim hattının devreye girmesi ve stok dengeleme stratejileri ile sağlandı. Bu dönemde, düzcam üretiminin %62'sini gerçekleştiren Türkiye operasyonları ana üretim merkezimiz olarak kalırken, AB Bölgesi'ndeki tesisler ise konsolide üretim hacminin %22'sini oluşturdu. Kalan üretim ise Rusya ve Hindistan operasyonlarından sağlandı. Konsolide kapasite kullanım oranı, geçen yılın aynı dönemindeki %78'e kıyasla, %83 olarak kaydedildi.

Satış performansımız da pozitif eğilimler gösterdi ve konsolide satış hacmi yıllık bazda %16 arttı. İhracat dahil Türkiye'den yapılan satışlar konsolide satış hacminin %60'ını oluştururken, yıllık bazda %20'lik bir artış gösterdi. Bu artış, Kasım 2023 ve Ocak 2024 itibarıyla yürürlüğe giren iki yeni ithalattan korunma önlemi ve renovasyon pazarındaki yükselişle sağlandı. Latin ve Kuzey Amerika başta olmak üzere müşteri portföyünün genişlemesi ile gelen pazar genişlemesi ve geçen yıl meydana gelen yıkıcı depremlerden kaynaklanan lojistik sorunların ortadan kalkmasıyla ihracat yıllık bazda %42 oranında arttı. Avrupa operasyonları satış hacmi yıllık bazda %13 artış gösterdi, bu büyüme yeni inşaat faaliyetlerindeki durgunluğa rağmen görece dirençli seyreden renovasyon pazarındaki faaliyetler ile sağlandı. Avrupa operasyonlarının konsolide satışlardaki payı ise %23'e yükseldi. Rusya ve Hindistan operasyonlarından yapılan toplam satışlar yıllık bazda %9 artarak konsolide satışların %17'sini oluşturmaya devam etti.

Fiyatlandırma ortamındaki baskı yılın ilk yarısında devam etti. Düşük maliyetli ürünlerin bolluğu, enerji fiyatlarındaki düşüş ve zayıf talep koşulları nedeniyle EUR bazlı standart ürün fiyatları tüm

bölgelerde yıllık ortalama %17 azaldı. Sonuç olarak, Mimari Cam iş kolu net grup dışı gelirleri yıllık bazda %11 gerileyerek 18,5 milyar TL oldu, FAVÖK marjı ise %12 seviyesinde gerçekleşti.

Otomotiv camları, enkapsülasyon ve cam elyaf operasyonlarını içeren Endüstriyel Cam işkolu, alt segmentlerinde yaşanan zorluklar nedeniyle büyümede karışık bir performans sergiledi. İşkolu gelirinin çoğunluğunu oluşturan Otomotiv camları ve enkapsülasyon operasyonlarında satış hacmi yıllık bazda %4 arttı. Bu büyüme, otomotiv endüstrisindeki toparlanmanın devam etmesi ve OEM müşterilerden gelen siparişli alımların etkisiyle sağlandı. Raporlama döneminde otocam ve enkapsülasyon gelirinin %15'ini oluşturan Otomotiv Yenileme Camı ("OYC") kanalı da işkolunun olumlu performansı destekledi.

Cam elyaf satış hacminde, portföy genişlemeleri ve ihracat pazarlarında yeni müşterilerin kazanılmasıyla yıllık bazda %16'lık bir artış kaydedildi. Ancak, yoğun rekabet ve düşük maliyetli ithal ürün akışı nedeniyle hem yurtiçi hem de bölgesel pazarlarda fiyat baskıları devam etti. Şişecam'ın konsolide performansına nispeten sınırlı bir etkiye sahip olan cam elyaf operasyonları, Endüstriyel Cam iş kolu konsolide gelirinin %11'ini oluşturdu.

Sonuç olarak, Endüstriyel Cam iş kolunun net grup dışı gelirleri yıllık bazda %1 azalarak 9,6 milyar TL olarak gerçekleşirken, işkolunun FAVÖK marjı %5 negatif seviyede gerçekleşti.

Cam Ev Eşyası iş kolundaki satış performansı karışık bir görünüm sergiledi. Yurtiçi satışlar, adet bazında yurtiçi operasyonların %50'sini oluşturan toptancı kanalının nispeten düşük performansı nedeniyle yıllık bazda sabit seyretti. Bu duruma neden olan temel faktörler arasında yeni iş yeri açılışlarındaki yavaşlama, yüksek faiz oranları ve krediye erişim zorluğu yer aldı. Öte yandan, Ramazan ayı ve Anneler Günü kampanyaları gibi hedefe yönelik pazarlama stratejileri, ulusal perakendeciler ve mağaza kanalları satışlarını etkili bir şekilde artırdı. Horeca sektörü mevsimsel olarak beklentiler paralelinde performans gösterirken, genel olarak durgun seyreden küresel bira endüstrisine rağmen özelleştirilmiş B2B kampanyaları satışlara bir ivme kazandırdı.

Uluslararası satış hacmi bölge bazında farklılaşmakla birlikte geçen yıla kıyasla %5 geriledi. Orta Doğu ve Afrika Bölgesi'nin satışları, Mısır, Irak ve Fas gibi pazarlardaki başarılı kampanyalar sayesinde arttı. Öte yandan Rusya satışları; dönem boyunca aktif seyreden Horeca ve B2B kanallarına rağmen zorunlu olmayan ürünlere yönelik tüketici harcamalarının azalması ve perakendecilerin yüksek stok seviyeleri nedeniyle sınırlandı. Artan yaşam maliyetleri Avrupa pazarındaki perakende satışları sınırlasa da indirim marketlerine yapılan satışlar bu düşüşleri kısmen dengeledi.

Üretim seviyeleri, devam eden belirsizliklerin etkisiyle sürdürülen temkinli yaklaşımın sonucunda yılın ilk altı ayında yatay seviyede gerçekleşti. Konsolide satış hacmindeki düşüş yıllık %3 oldu. Fiyatlandırma ortamı ise bölge bazlı enflasyon oranları ve bu oranların üretim maliyetlerine etkisi

ile şekillendi. Maliyet baskılarını azaltmak ve gelir seviyelerini korumak amacıyla özellikle yurtiçi pazarda orta - yüksek tek haneli oranlarda fiyat artışları uygulandı.

Cam Ev Eşyası iş kolunun net grup dışı gelirleri 11 milyar TL, işkolunun FAVÖK marjı ise %0,4 oldu.

Yılın ilk yarısında, artan Cam Ambalaj üretim kapasitemizi etkin bir şekilde kullandık ve dış piyasadaki zorluklara rağmen büyümeyi sürdürmek için dinamik fiyatlandırma stratejilerimizi kullandık. Güçlü yurtiçi performans ve dirençli uluslararası satışlar, iş kolunun zorlu makroekonomik şartlarda başarılı sonuçlar elde etmesini sağlayarak, bu performansın yılın geri kalanında devam etmesi için gerekli zemini oluşturdu.

Ortalama %93 kapasite kullanım oranı ile Cam Ambalaj üretim kapasitemiz genişleyerek, yıllık bazda %7 artışla 1,18 milyon ton konsolide üretim gerçekleşti. Bu büyüme, Türkiye'deki Eskişehir fabrikasında 5. fırının devreye girmesi, Rusya'daki Kirishi Fabrikası'ndaki bir fırının yeniden ateşlenmesi ve Gürcistan'daki Mina Fabrikası'ndaki soğuk tamir sonrası kapasite artışı sayesinde gerçekleşti. Bu artışlar, geçen yılın düşük bazı da göz önüne alındığında, cam ambalaj talebini verimli bir şekilde karşılamamızı sağladı. Bu dönemde, konsolide cam ambalaj üretiminin %57'si Türkiye tesislerinde gerçekleşirken, %41'i Rusya'da, geri kalanı ise Gürcistan'da gerçekleştirildi.

Güçlü iç talep ve stratejik piyasa hamleleri ile desteklenen konsolide satış hacmi yıllık %10 artarak olumlu üretim eğilimlerini yansıttı. Alkolsüz içecek sektörünün artan talebi ile yurtiçi satış hacmi yıllık %20 büyüdü. Avrupa'daki zayıf talep ve rekabetçi fiyatlandırma ortamı gibi uluslararası pazarlardaki zorluklara rağmen, uluslararası operasyonlar satış hacmi yıllık %5 büyüdü. Rusya'daki satış hacmi büyümesi ise, şarap ve şampanyaya uygulanan özel tüketim vergisi oranlarının artmasının negatif etkisine rağmen, artan mobilite, tüketim tercihlerindeki değişim ve alüminyum kutu açığının devam etmesi ile güçlenen bira sektörüne yapılan satışlar sayesinde güçlü seyretti.

Maliyet kaynaklı baskıları hafifletmek amacıyla yapılan stratejik fiyat artışları sonucunda ortalama ton başına fiyatlarda hafif bir artış gerçekleşti. Fiyatlar, 2023 yılı geneline kıyasla biraz yükselmiş olmasına rağmen, devam eden rekabet dinamikleri ve sınırlı tüketici iştahı nedeniyle geçen yıla kıyasla daha düşük seviyelerde kaldı.

Sonuç olarak, Cam Ambalaj iş kolu net grup dışı geliri yıllık %13 düşüşle 15,8 milyar TL olurken, FAVÖK marjı %9 olarak gerçekleşti.

Son olarak, soda külü ve krom kimyasalları operasyonlarını içeren Kimyasallar segmenti, 19,8 milyar TL net grup dışı gelir ve %18 FAVÖK marjı elde etti.

Yılın ilk yarısında, soda külü ve krom kimyasalları iş kolu, karmaşık ve değişken bir pazar ortamı yaşarken, talep trendlerinde dalgalanmalar, bölgesel farklılıklar ve devam eden fiyat baskıları gözlemlendi.

Net soda külü ithalatçısı olan Çin'de ilk çeyreğin sonlarına doğru görülen talep artışı, esas olarak elektrikli araç ve güneş enerjisi camı projelerinin etkisiyle ikinci çeyrekte güçlenmeye devam ederken, düşük kapasite kullanımına yol açan bakım çalışmaları nedeniyle oluşan arz daralması hissedilir seviyede oldu. Buna karşılık, talep Avrupa'da zayıf ve diğer bölgelerde de durgun seyretti. Bununla birlikte, düzcam ve cam ambalaj sektörlerinin artan talebi ile yurtdışında hacim bazında güçlü bir büyüme kaydettik. Sonuç olarak, konsolide soda külü satış hacmimiz yıllık bazda %1 arttı. Bazı bölgelerde geçici arz sıkışıklıkları yaşanmasına rağmen, soda külü fiyatları, enerji fiyatlarının hızla yükseldiği ve küresel ölçekte satıcı piyasası koşullarının hâkim olduğu 2022 yılındaki zirve seviyelerinden gerileyen 2023 yılı fiyatlarına kıyasla baskı altında kalmaya devam etti. Bu normalleşme trendiyle birlikte ton başına ABD Doları cinsinden ortalama soda külü fiyatı %30 düşüş gösterdi.

Kur ve faiz oranı seviyeleri nedeniyle yavaşlayan yurtiçi satışlara rağmen, lojistik kısıtlamaların sona ermesinden ve sektör görünümünün iyileşmesinden faydalanan krom kimyasalları satış hacmi, özellikle uluslararası satışların etkisiyle önemli bir büyüme kaydetti. Bu büyüme, genişletilmiş müşteri portföyü ve olumlu piyasa koşulları sayesinde gerçekleşti. Satış karmasındaki değişiklikler nedeniyle oluşan dalgalanmaların, düşük enerji maliyetleri ile dengelenmesi sonucunda fiyatlandırma ortamı nispeten durağandı. Fiyat seviyeleri yıllık bazda düşmesine rağmen geçen yılın dalgalı seviyelerine kıyasla daha dengeli seyretti.

Sekizinci slayta geçerken, 14 ülkede yer alan üretim tesislerimiz, çeşitlendirilmiş operasyon portföyümüz ve geniş ürün yelpazemizle dünya genelindeki müşterilerimize hizmet vermeye devam ediyoruz. 2024'ün ilk yarısında uluslararası satışlar toplam gelirimizin %61'ini oluştururken, %56'sı Avrupa'ya yapılan satışlardan elde edilen ihracat geliri 492 Milyon ABD Doları oldu. Bölgede bulunan Şişecam tesislerinden elde edilen gelirler de dahil edildiğinde, konsolide gelirin %31'ini Avrupa oluşturdu. ABD soda külü tesisinden yapılan satışlar ve ihracat yoluyla bölgeye yapılan satışlar dahil Amerika pazarı katkısı toplam %12 olarak gerçekleşti. Böylece gelişmiş piyasaların gelirimize katkısı %43 oldu.

Dokuzuncu slayta geldiğimizde, bu raporlama döneminde de güçlü likidite pozisyonumuzu sürdürdüğümüzü görüyoruz. %100 bağlı ortaklığımız Şişecam UK Ltd.'nin gerçekleştirdiği Eurobond ihraçları ve ikinci çeyrekte yapılan 328 Milyon ABD doları tutarındaki 2026 vadeli Eurobond geri alımı sonrası dönemi 2,1 Milyar ABD doları nakit ve nakit benzerleri ile tamamladık. Bu tutar yerli ve yabancı finans kurumları ve yerli bir şirket tarafından ihraç edilmiş, itfa tarihi 2024 ve sonraki iki yıl olan Eurobondları içeren yaklaşık 100 milyon ABD Doları tutarındaki finansal yatırımları da içermektedir. Brüt finansal borç, %75 uzun, %25 kısa vade yapısı ve %92 sabit, %8 değişken faiz oranı yapısıyla 4 milyar ABD Doları oldu. Brüt borcun %80'i rezerv para cinsindedir.

Finansal yatırımlar dahil olmak üzere, nakit ve nakit benzerleri içerisindeki rezerv para payı ise %88 oldu. 1,9 milyar ABD Doları değerindeki net borç pozisyonu, 2,6x kaldıraçla, yüksek yatırım harcaması dönemimiz için konfor alanımızın biraz üzerinde kalsa da, taahhütlerimizin sınırları içerisinde kaldı. Öte yandan, şirketin operasyonel ve finansal durumunu daha iyi yansıtan TMS-29 enflasyon muhasebesi etkisi olmadan sunulan verilerimize göre, raporlama dönemi sonu Net Borç/FAVÖK oranımız 2x'in altında gerçekleşti.

Onuncu slayta geçtiğimizde, geçen yılın aynı dönemindeki 13 milyar TL seviyesine kıyasla, bu yıl 10,8 milyar TL sermaye harcaması kaydettik. İş kolları bazında sermaye harcaması dağılımı şu şekildedir:

- Cam Ambalaj iş kolunda gerçekleştirilen; ağırlıklı olarak Macaristan yeşil saha yatırımı ve 2024 yılında Türkiye'deki soğuk tamir yatırımı, toplam yatırım harcamalarının %35'ini oluşturdu.
- Mimari Camlar işkolunda gerçekleştirilen; ağırlıklı olarak Tarsus, Türkiye'deki yeşil saha düzcam tesisi ve yeni buzlu cam fırını yatırımları, toplam yatırım harcamalarının %27'sini oluşturdu.
- Kimyasallar işkolunda; ağırlıklı olarak Türkiye, Mersin ve Amerika, Wyoming tesislerindeki operasyonel verimlilik ve bakım yatırımları, toplam yatırım harcamalarının %12'sini oluşturdu.

Önceki yıl 17,8 milyar TL olan operasyonel nakit akımları, bu yıl 7,4 milyar TL oldu. Bu düşüş, temel olarak raporlanan net dönem karındaki düşüş ve yasal tablolardaki muhasebe metodolojisi değişikliği nedeniyle vergi (gelir)/giderlerindeki düzeltmelerdeki düşüş sonucu gerçekleşti. Nakit ve nakit benzerlerine ilişkin enflasyon etkisi sonrası serbest nakit akımları 21,2 milyar TL oldu.

On birinci slaytta, sunumun başında bağımsız denetimden geçmiş finansal sonuçlarımızı anlatırken özet olarak değindiğimiz TMS-29 enflasyon muhasebesi etkisi olmadan sunulan bazı temel finansal göstergeleri görebilirsiniz. Ayrıca toplam varlıklarımızın ve toplam özkaynaklarımızın 2023 yılına göre sırasıyla %23 ve %6 oranında büyüdüğünü eklemek isterim.

Bir sonraki bölümde, sürdürülebilirlik yolculuğumuzdaki bazı önemli gelişmeleri sizlerle paylaşacağız.

On üçüncü slaytta, 2030 Sürdürülebilirlik stratejimize hızlıca bir göz atabiliriz. 2024 yılı ilk ve ikinci çeyreğinde öne çıkan, sürdürülebilirlik ajandamızı destekleyen bazı gelişmeler şu şekildeydi:

- "Değişimi Hızlandırmak İçin İş Birliği" teması ile düzenlediğimiz Şişecam Global Tedarikçi Zirvesi'nde iş ortaklarımızla bir araya geldik. Zirvede sürdürülebilirlik teması ön plana çıktı. Bu bağlamda düzenlenen oturumda, sürdürülebilirlik ile ilgili raporlama ve açıklama gereksinimleri, dijital çözümler ve tedarik zinciri iş birliğinin kritik rolü gibi konular kapsamlı bir şekilde ele alındı.

- Avrupa'nın düz cam sektörünü temsil eden Glass for Europe ticaret birliğine yeniden katıldık. Glass for Europe, bina camı değer zincirinin tamamını temsil etmek üzere Avrupa çapında çok uluslu firmaları ve binlerce KOBİ'yi bir araya getiriyor.
- Haziran 2024 tarihinde Barclays tarafından düzenlenen “Gelişmekte Olan Pazarlar için ÇSY Buluşması” etkinliği kapsamında dört oturumda 13 yatırımcı ile bir araya geldik. Bu etkinlikte, Şişecam'ın sürdürülebilirlik stratejisini, 2030 ve 2050 hedeflerini, bu hedeflerle ilgili devam eden projeleri, 2022-2023 gelişmelerini, ESG platformlarındaki performansımızı, camın karbondan arındırılması yol haritasının önemli bileşenlerini ve ABD soda külü projelerimizin beklenen çevresel faydalarını yatırımcılarla paylaştık.
- 15. European Society of Glass Technology Konferansı 15-19 Temmuz tarihleri arasında Birleşik Krallık'ta gerçekleşti. Konferansın sürdürülebilirlik oturumlarında ekiplerimiz “Şişecam’da Sürdürülebilirlik: Cam Geri Dönüşümünün Temel Gereksinimleri” ve “Geri Dönüştürülmüş Cam Entegrasyonu: Optimal Harman Kompozisyonu İçin Temel Araştırma” konularında sunum yaptılar.
- Avrupa Komisyonu tarafından 2030’un başlarında Avrupa’da ilk Küçük Modüler Reaktör ünitelerin kurulması desteklemek amacıyla kurulmuş olan European Industrial Alliance on SMRs (SMR'lar üzerine Avrupa Endüstriyel Birliği) platformuna Nisan 2024’te üye olduk.
- 2023 Sürdürülebilirlik Raporumuzun “Sürdürülebilir Bir Gelecek İçin Birlikte” temasıyla kurumsal web sitemizde yayımlandığını duyurmaktan memnuniyet duyuyoruz. Bu yıl 11.sini yayınladığımız raporda, CareforNext stratejimiz çerçevesinde hayata geçirdiğimiz projeler ve çözümler hakkında tüm detayları bulabilirsiniz. GRI standartlarına uyumlu Sürdürülebilirlik Raporumuzda yer alan 10 çevresel ve sosyal parametre için üçüncü taraf güvence hizmeti aldık. Raporumuzda yer verdiğimiz, 2023 yılında öne çıkan proje ve ilerlemelerimizi paylaşmak isterim.

On Beşinci Slayta geçtiğimizde, CareforNext sürdürülebilirlik stratejimiz, Şişecam’ın sürdürülebilir dönüşümünü yönlendiren üç ana odak alanı ile ilerlemektedir. 2023 yılında, gezegenimizi koruma ilkemiz kapsamında enerji tüketimi, sera gazı emisyonlarının azaltılması, su yönetimi, atık yönetimi ve yenilenebilir enerji kullanımı konularında aşağıdaki başarıları elde ettik:

- İklimle ilgili Finansal Açıklamalar Görev Gücü (TCFD) çerçevesine dayalı olarak iklim değişikliği ile ilgili riskler ve fırsatların belirlenmesi çalışmalarını tamamladık.
- Cam üretim süreçlerimiz için Düşük Karbonlu Yol Haritası projemizi başlattık.
- Avrupa Temiz Hidrojen İttifakı (ECH2A), Avrupa Güneş Fotovoltaik Endüstri İttifakı (ESIA), Hidrojen Avrupa ve Cam Teknolojisi Derneği (SGT) platformlarına üye olduk.
- 2023 yılı itibarıyla Türkiye ve İtalya’daki güneş enerjisi yatırımlarıyla kurulu yenilenebilir enerji kapasitemiz 10 MWp’ye ulaştı.
- 2023 yılında birim üretim başına su tüketimi, 2020 yılına göre %25 oranında azalarak 3,5 m³/ton seviyesine indi.
- Şişecam Çevre Sistemleri’nin tedarik ettiği cam kırığı miktarı 198 bin ton olarak gerçekleşti.

On altıncı slayta geçtiğimizde, Toplumu Güçlendirme ilkemiz kapsamında eşitlik, çeşitlilik ve kapsayıcılık, yetenek yönetimi, iş sağlığı ve güvenliği ve cam mirasının gelecek nesillere aktarılması alanlarında 2023 yılında şu başarıları elde ettik:

- Kadın çalışan oranımız %23,6'ya ulaştı.
- Çalışanlarımıza 476.839 saat eğitim verdik, çalışan başına ortalama eğitim süresi 35,9 saat oldu.
- 480 çalışanımıza çeşitlilik ve eşit fırsatlara ilişkin 1.179 saat eğitim sağladık.
- Çalışan sağlığını ve refahını iyileştirmeye yönelik uygulamalarımızı tek bir marka altında genişletmek ve pekiştirmek amacıyla Şişecam Life markasını oluşturduk.
- Bursa, Eskişehir ve Mersin'deki tesislerimizde Sanal Gerçeklik Projesi'ni hayata geçirerek üretim hattında görev yapan çalışanlarımızın sahaya çıkmadan önce iş talimatlarını daha güvenli bir ortamda deneyimlemelerini sağladık ve her tesis için yerinde eğitimler düzenledik.
- Kültürel mirasımızı koruma ve cam mirasımızı gelecek nesillere aktarma misyonumuz doğrultusunda, Türkiye Cumhuriyeti'nin 100. yılı için Gururla Koleksiyonu'nu hayata geçirdik.

Bugünkü toplantının son slaytında görüldüğü üzere, Hayatı Dönüştürme ilkemiz kapsamında dijitalleşme, tedarikçilerin sürdürülebilirlik açısından geliştirilmesi, sürdürülebilir ürünler ve katma değerli ortaklıklar konularında 2023 yılında elde ettiğimiz başarılar şu şekildedir:

- 2023 yılında Ar-Ge projelerimize yaklaşık 275 milyon TL harcadık ve harcamalarımızın %63,5'ini sürdürülebilirlik projelerine ayırdık.
- 2023 yılında, sürdürülebilir ürünlerin toplam gelirdeki payı %16,2 oldu.
- 2023 yılında yerel tedarikçilerin toplam satın alma bütçesindeki oranı %79,1 iken, yerel tedarik edilen ham madde oranı %86 olarak gerçekleşti.
- Şişecam Tedarikçi Davranış Kuralları'nı kabul eden tedarikçi oranımız %64 olarak gerçekleşti.
- Yürüttüğümüz Robotik Süreç Otomasyonu (RPA) çalışmaları kapsamında elde ettiğimiz 43 FTE (tam zaman eşdeğeri) değerindeki iş gücü kazanımı ile toplam iş gücü kazanımımızı 138 FTE'e yükselttik.
- Operasyonel mükemmellik çalışmalarımız kapsamında toplam 160 adet Operasyonel Mükemmellik projesini hayata geçirdik ve 3.200 çalışanımızı operasyonel mükemmellik çalışmalarına dâhil ettik. Tamamlanan projeler ile 2023 yılı sonu itibarıyla toplam 60,5 milyon ABD doları tasarruf sağladık.

Ayrıca 2023 Sürdürülebilirlik Raporu'nun web sitemizden erişilebilir olduğunu hatırlatmak isterim.

Şimdi Soru-Cevap oturumuna geçebiliriz.

Ali Dhaloomal

İyi günler. Telekonferans için teşekkür ederim. Birkaç sorum var. İlk olarak, maliyet enflasyonunu müşterilere yansıtma konusundaki beklentilerinizle ilgili biraz bilgi verebilir misiniz? Özellikle otomotiv camları ve cam ambalaj işkollarında ve piyasanın daha zorlayıcı olduğu cam ev eşyası iş kolunda ne zaman bir toparlanma bekliyorsunuz? Geçmişte net borç pozisyonunuzu 2,5x ile sınırlamayı hedeflediğinizi belirtiyordunuz. Son zamanlarda ise yatırım döngüsü içinde net borç/FAVÖK oranında 3x seviyelerine çıkmayı beklediğinizi söylemişsiniz. Bu beklenti hala geçerli mi yoksa artık 3,5x seviyesindeki taahhüt sınırlarınıza mı bağlı kalacaksınız? Buna bağlı olarak, borçluluk ve nakit akışları üzerindeki baskıyı hafifletmek için herhangi bir önlem alıyor musunuz? Örneğin, bu yıl ve gelecek yıl için planladığınız ve oldukça büyük olan yatırım harcamalarını ertelemek veya varlık satışını düşünebilir misiniz? Önümüzdeki 12 ay içinde baskıyı hafifletmeye yönelik düşünceleriniz hakkında fikir almak isteriz. Teşekkür ederim.

Görkem Elverici

Teşekkür ederim Ali, ben Görkem. Zaten beklentilere dair bir açıklama yaptığımızı düşünüyorum, ancak kendi kelimelerimle, özellikle gelecekte ne olacağına dair beklentilerimizle bir özet yapayım. Otomotiv camları ile başladığınız için, özellikle Şişecam'ın ana pazarı olan Avrupa otomobil pazarı hakkında bilgi vereyim. Türkiye'den ihraç edilen ve Avrupa pazarına satılan araçlar ile Avrupa otomobil üreticilerine yönelik üretim açısından beklentiler biraz daha ılımlı görünüyor. Ancak bu konuda dikkate almamız gereken iki farklı boyut var. Birincisi pazarın, ikincisi ise fiyatlandırma ortamının nasıl olacağı. Kendimiz de dahil olmak üzere, tüm ana tedarikçilerin, fiyatlama ile ilgili olarak OEM'lerle yeniden görüşüğünü biliyoruz. Artışlarla birlikte, OEM'lere sunduğumuz modellerin çoğu için fiyat revizelerini gerçekleştirmeyi başardık ve özellikle Türkiye'deki maliyet enflasyonunu ve Türk Lirası'nın değer kaybını dikkate alarak bunu yapmaya devam edeceğiz. Bu, fiyatlandırma ve kâr marjı oluşturma dinamiğindeki ana konulardan biridir. Otomotiv camı pazarı için beklentiler, ılımlıya dönse de pazarın tekrar yoluna girdiğini söyleyebilmek için en az birkaç ay, hatta iki ardışık çeyrek daha görmemiz gerekeceğini düşünüyorum. Bu, diğer iş kolları üzerindeki etki için de geçerli. Cam ambalajda, bazı rakiplerimizin soğuk tamirlerini daha erken döneme aldığını ve kârlılığı düşük bazı tesisleri kapatmayı düşündüklerini biliyoruz. Pazar, talepten gelecek beklenti konusunda temkinli davranarak kendini dengelemeye çalışıyor. Hepimiz döngüler hakkında tecrübeliyiz, ancak bu seferki döngü geçmiştekilerden biraz farklı, özellikle enerji fiyatları gibi bazı farklı etkenlerle geliyor. İki yıl öncesine dönecek olursak, enerji fiyatları nedeniyle tüm ürünlerin fiyatlarının tarihi yüksek seviyelerinde olduğunu ve bu durumun yüksek enerji fiyatlarıyla birlikte gerçekleştiğini hatırlarsınız. Şimdi pazar gerçeklere geri dönüyor. Ancak ne yazık ki, maliyet enflasyonu ve gerileyen talep koşulları tüm pazar oyuncularının kâr marjları üzerinde baskı yaratıyor. Bu sadece cam sektörüne özel bir durum değil, tüm üretim şirketleri için aşağı yukarı aynı durum geçerli.

Ancak yönetim ekiplerimiz kesinlikle doğru çözümü bulmak için burada. 2023 yıl sonu web yayını yaptığımızda, yatırım harcamalarımızı nasıl yöneteceğimize dair bilgi vermeye çalışmıştık. Bu büyük ölçüde şirketin FAVÖK yaratma performansına bağlıdır. Yönetim kuruluna, özellikle yatırım harcamalarını yaratılan FAVÖK'e bağlı olarak uyumlandıracağımızı, yatırımlarımızı erteleyebileceğimizi ve gerekirse iptal edebileceğimizi, hatta bazı varlıkları elden çıkarabileceğimizi taahhüt ettik. 2024 yılı ilk yarı sonuçlarından da görebileceğiniz gibi, yatırım harcamalarımızı zaten yavaşlattık. Kendi limitlerimize ve yönlendirmelerimize bağlı kalmaya devam ediyoruz ancak limitlerin alt seviyelerinde kalmak istemiyoruz. Şirket, faaliyet giderleri ve yatırım harcamaları dahil olmak üzere, kendini gerçeklerle yeniden dengelemek için gerekli tüm önlemleri alıyor. Ancak cam gibi üretim faaliyetinin kesintisiz sürdürülmesi gereken bir sektörde, dünya genelindeki çok sayıda çalışanın ve maliyet enflasyonu göz önüne alındığında değişimin bir gecede gerçekleşmeyeceğini tahmin edersiniz. Ancak gerekli tüm önlemler alınıyor. Aldığımız bu önlemlerin sonuçlarını önümüzdeki çeyreklerde göreceğimizi düşünüyoruz. Faaliyet giderleri ve yatırım harcamaları konusunda kendimizi piyasa gerçeklerine göre hizalamaya devam edeceğiz. Umarım bu açıklama yeterince yardımcı olmuştur. Başka sorularınız varsa lütfen iletin.

Lorenzo Parisi

Merhaba, sunum için çok teşekkür ederim. Ali'nin sorusuna ek olarak, yılın geri kalanında ne tür FAVÖK seviyeleri ve marjları beklediğinize dair biraz daha bilgi ve rakam paylaşabilir misiniz? İkinci çeyrekte %6 seviyelerine düşen FAVÖK'e bakarak bu soruyu soruyorum. İkinci sorum ise, bu yıl için nasıl bir yatırım harcaması bütçeliyorsunuz? Yılbaşından beri performansla ilgili olarak yatırım harcamalarını yeniden dengelediğinizi söylediniz. Son olarak, soda külü fiyatları için yılın geri kalanı ve potansiyel olarak 2025 yılı için nasıl bir beklentiniz var? Teşekkür ederim.

Görkem Elverici

İkinci yarı için, faaliyet giderleri ve yatırım harcamaları açısından kendimizi dengelemeye çalışarak, tüm iş kollarında marj yaratma performansını artırmaya çalışıyoruz. Hem harcama tarafı hem de fiyatlandırma tarafı göz önünde bulundurulduğunda, maalesef tüm iş kollarının fiyatlandırma ortamını maliyet enflasyonunun ötesinde iyileştirme pozisyonunda olduğunu söyleyemem. Fiyatları en azından maliyet enflasyonu ile uyumlu şekilde artırmaya çalışıyoruz. Ancak bazı iş kollarında bunun da ötesine geçebileceğimize inanıyoruz ve bu, daha iyi bir ortam yaratmanın yanı sıra portföyde daha iyi seçimler yapmakla sağlanabilir. Bu, özellikle cam ambalaj ve düz cam için önemli olacak. Cam ev eşyasında ise, piyasada ödeme performansı ile ilgili sorunlar olduğunda genellikle frene basan ilk sektörlerden biri bu iş kolu oluyor ve ne yazık ki Avrupa, Türkiye ve Akdeniz çevresindeki bölgede bunu görüyoruz. Emin olabilirsiniz ki daha iyi fiyatlandırma pozisyonlarına sahip olduğumuz diğer coğrafyalarda çabalarımızı sürdürüyoruz. Soda külü için ise, zaten üçüncü çeyreğe geçerken ortalama fiyatlarımızı yaklaşık 15-20 USD artırdık. Ancak her gün fiyatlandırma ortamını iyileştirmek için fırsatlar aramaya devam ediyoruz. Bilindiği gibi, Çin'de beklenenden çok geç devreye giren kapasite fiyatlamaları üzerinde önemli bir baskı yarattı. Şimdi ise bu yeni kapasitenin pazar tarafından sindirilmeye başladığını söyleyebilirim. Ayrıca en önemli şeyin, arz ve talep oyuncularının kendilerini yeni gerçekliğe

uyarlamaları olduğunu düşünüyorum. Bu durum, müşteri tarafında bir süre için önemli bir pazarlık unsuru olmuştu. Pazar kendini dengelemeye başladığından bunun artık söz konusu olmayacağını tahmin ediyoruz. İkinci yarı için marjların yılın ilk yarısının üzerinde olmasını hedefliyoruz ve bu, şirketteki tüm ekiplerin odaklandığı ve tarafımca yönlendirildiği bir hedef. 2025 için ise hala biraz erken olduğunu düşünüyorum çünkü 2024 yılına girerken, Avrupa'da ikinci çeyrekte itibaren talebini iyileşmeye başlayacağına dair ortak bir görüş vardı, ancak maalesef bu olmadı. Şu anda piyasada küçük hareketlenmeler görmeye başlıyoruz ve bu da piyasada biraz pozitif etki yaratıyor. Ama Şişecam olarak 90 yıllık bir deneyime sahip olmak bize şunu gösteriyor ki 2025'in çok daha somut bir yıl olacağını söylemek için henüz erken. Yıl sonuna doğru yaklaşık dördüncü çeyreğe girerken, soda külü ve diğer iş kollarındaki ürün fiyatlandırma ortamının nasıl şekilleneceğine dair daha iyi bir fikir sahibi olacağız. Beklentimiz, en azından daha fazla yumuşama olmayacağı ve önümüzdeki aylar için bir dönüm noktası olabileceği yönünde. Ancak bu sefer tetikleyici faktörler biraz farklı ve piyasa oyuncularından çok farklı tepkiler geliyor, bu yüzden pazarı daha iyi anlamamız gerekecek. Ancak Şişecam bu tür marjlara ve seviyelere alışık değil, bu yüzden alıştığımız seviyelere geri dönmeyi hedefliyoruz.

Lorenzo Parisi

Teşekkür ederim. Yıllık yatırım harcamaları yaklaşık 900 milyon ile 1 milyar ABD Doları arasında seyrediyor. İlk yarıda 330 milyon ABD Doları harcandı. İkinci yarıda 600 milyon ABD Doları yerine daha düşük bir tutar beklemek adil olur mu, yoksa bu yıl sonunda bu seviyeye ulaşmak için ikinci yarı için yaklaşık 600 milyon ABD Doları tutarı mı bütçelendi?

Görkem Elverici

1 milyar doların altında bir yatırım harcaması hedefliyoruz. İkinci yarıda, özellikle büyük projelerin ödeme takviminden dolayı harcamalar ilk yarıya göre biraz daha yüksek olabilir ancak bunun üzerinde çalışıyor ve FAVÖK performansına bağlı olarak yeniden gözden geçiriyoruz. Büyük projeler için öncelikle güncellenmiş ödeme takvimlerini görmemiz gerekiyor. Bir sonraki telekonferansımızda güncellenmiş bilgileri paylaşabileceğiz.

Lorenzo Parisi

Teşekkürler, son bir soru olarak, borçluluktaki artış ve performans göz önüne alındığında, kredi derecelendirme kuruluşlarından herhangi bir baskı bekliyor musunuz, ya da halihazırda bu konuda herhangi bir görüşme yaptınız mı?

Görkem Elverici

Onlarla sürekli görüşmeler halindeyiz ve şu ana kadar herhangi bir sinyal almadık. Bunun nedeni, mevcut durumun sadece Şişecam'a özgü bir durum olmaması ve sektör ve hatta sektörler genelindeki piyasa oyuncularında benzer dinamiklerin yaşaması. Ancak, kendimizi diğer oyuncularla ilişkilendirmek istemiyoruz. Bu yüzden performansımızı her çeyrek iyileştirmeyi hedefliyoruz.

Lorenzo Parisi

Çok teşekkür ederim.

Erica Ive

İyi günler. Sorularımı yanıtladığınız için teşekkür ederim. Yatırım harcamalarıyla ilgili olarak, yılın başında 700-800 milyon ABD Doları arasında bir seviye belirtmişsiniz. Söylediklerinizden, bu tutarın çoğunlukla taahhütlü olduğunu ve bu tahmini seviyeye bağlı kalınacağını mı yorumlamalıyız?

Görkem Elverici

Bütçemiz bu rakamın üzerindedir. Belirttiğiniz seviyeler büyük ihtimalle ABD'deki yatırım harcamalarını içermiyordur. Tahmini yatırım harcaması tutarımızın önümüzdeki beş ila altı yıl için yaklaşık 10 milyar ABD Doları seviyesinde olmasını bekliyoruz. Yatırım harcamalarının hızına göre iç dengelemelerimizi yapıyoruz. Performansımız bütçelenen seviyelerde olduğunda, yatırım portföyümüzde değişiklikler yapıyoruz. Amerika'daki yatırım harcamaları düşük olursa, bu tutarı diğer yatırım harcamalarına yönlendirebiliriz. Mevcut sonuçlarımız bütçenin altında seyrettiğinden kendimizi zaten sınırlandırmış durumdayız ancak 700-800 milyon ABD Doları seviyeleri ile ilgili bir yorum yapamam. Yine de yıl sonunda 1 milyar doların altında kalacağımızı söyleyebilirim. Belirttiğim gibi, ödeme takvimlerimizi güncelliyoruz, gerçekleşen ve beklenen FAVÖK performansımıza bağlı olarak revizelerimizi yapıyoruz. Güncellenmiş rakamları ancak bu revizeler tamamlandığında paylaşabilecek durumda olacağız.

Erica Ive

Teşekkür ederim. Önceden belirttiğiniz gibi, performansı yeniden dengelemek için elinizden geleni yapacağınızı vurguladınız. Bu bağlamda, temettü ödemelerini askıya almayı düşünüyor musunuz? Bu çeyrek temettü ödendiğini görebiliyorum.

Görkem Elverici

Bu dengeleme için kullanabileceğimiz farklı araçlar var. Elbette, temettü ödemeleri bu araçlardan biridir ve özellikle mevcut durumu göz önünde bulundurarak değerlendirilmektedir. Ancak şu anda bu konuda somut bir karar alınmış değil. Eğer alışılmışın dışında bir karar alınırsa, bunu resmi duyuru kanalları aracılığıyla mutlaka açıklıyor oluruz.

Erica Ive

Anladım. Borçluluk konusunda, önceki meslektaşımın belirttiği gibi, yatırım harcamalarınızın yüksek olduğu dönemler için 3x, daha orta - düşük olduğu dönemler için 2.5x ve 1.25x kaldıraç seviyelerini belirtmişsiniz. Yılın ilk yarısındaki yatırım harcamaları göz önüne alındığında, bu oranının 3x veya daha yüksek olmasını mı bekliyorsunuz?

Görkem Elverici

Operasyonel açıdan kendimizi daha rahat hissettiğimiz seviyenin 2.5x olduğunu ve kendi maksimum seviyemizin 3.5x olduğunu zaten paylaştık. Şişecam stratejisi ve bilanço yönetimimize baktığınızda, kendimizi çok iyi hissetmediğimiz bir seviyedeyiz. Bu yüzden size açıkça belirtiyorum ki, kendimizi daha konforlu hissettiğimiz seviyelere dönmek ve bu seviyeleri korumak için gerekli dengelemeleri yapacağız. İş hayatının gerçekleri ve gerekli yatırım harcamalarına bağlı olarak performansımızı önümüzdeki yıllarda daha parlak hale getirmek için yapılması gereken ne varsa bunu gerçekleştireceğiz. Doğru denge noktası ve optimizasyon sağlanacak ve her gün bu optimizasyon noktasını geliştirmek için çalışıyoruz. Daha önce de sizinle paylaştığımız gibi, Şişecam faaliyetlerini hiçbir zaman büyümeyi marj kaybı pahasına gerçekleştirerek sürdürmemiştir. Bu yaklaşımımız hiç değişmedi ve değişmeyecek, bunu açıkça ifade edebilirim.

Erica Ive

Anladım. 2025 yılı için tahmini yatırım harcaması tutarının da önemli bir tutar olduğunu biliyorum. Bu tutar taahhütlü bir tutar mıdır yoksa ertelenebilir mi?

Görkem Elverici

Uzun süreli tedarikçilerimizle yaptığımız kontratlı sözleşmeleri kastediyorsanız, bu tutarları ertelemenin veya iptal etmenin her zaman bir yolu bulunmaktadır.

Erica Ive

Piyasa şartları mevcut durumu ile devam ederse, yatırım harcamaları açısından 900 milyon - 1 milyar ABD doları gibi tutarlara ulaşmayı öngörüyor musunuz?

Görkem Elverici

Size daha detaylı bir bilgilendirme yapabilmek için belirttiğiniz rakamları gözden geçirip, ayrı bir toplantıda detaylı bir şekilde konuşmak daha faydalı olabilir. Tabi ki, sizinle paylaşabileceğimiz daha detaylı bilgileri diğer yatırımcılarımızla da aynı şekilde paylaşıyor olacağız. Ancak, dediğim gibi, sürekli olarak yeniden planlama yaptığımız ve 2025 yılı için stratejik plan ve bütçe süreçlerini henüz tamamlamadığımız için, şu aşamada kesin bir taahhütte bulunmak erken olacaktır.

Erica Ive

Teşekkür ederim. Soda külü ve cam fiyatlarına dönecek olursak, ilk çeyrekte Yatırımcı İlişkileri bölümünüzle yaptığım görüşmede bazı fiyat seviyeleri belirtilmişti. Şu anda Avrupa'daki cam fiyatlarıyla ilgili bilgi alabilir miyiz? Çeyreklik bazda bir düşüş gözlemlediniz mi? Fiyatların ikinci yarıda düşmeye devam etmesini mi yoksa stabil kalmasını mı bekliyorsunuz? Dolayısıyla FAVÖK marjındaki iyileşmenin temelde hacimlerden kaynaklanmasını mı bekliyorsunuz?

Görkem Elverici

Fiyatlar daha düşük seviyelere inmedi. Aslında, Almanya hariç çoğu bölgede, özellikle düz cam fiyatları arttı. Cam ambalaj pazarında ise fiyat artışı düz camdaki kadar belirgin gerçekleşmedi.

Özellikle Avrupa'nın çevresindeki siyasi gerilimler göz önüne alındığında, beklenmedik bir durum olmadığı sürece fiyatların daha düşük seviyelere inmesini beklemiyoruz. Neredeyse dünyanın her yerinde kendini gösteren maliyet enflasyonu nedeniyle, şirketlerin alışık olduğu karlılık seviyelerine ulaşabilmesi için fiyatların artması gerekiyor. Bu, sektörün soğuk tamir faaliyetlerini gerçekleştirebilmesi ve yatırımların sürdürülebilmesi için bir zorunluluk. Cam sektörünün kendine has döngüleri var. Dönemsel iniş ya da çıkışlar olabiliyor fakat kimse bu döngülerin ne kadar süreceğini tahmin edemiyor. Pazarda talep koşulları iyileştiğinde ise cam endüstrisinin hitap ettiği pazarlar için yeterli kapasite mevcut olmayabiliyor. Ancak bu iniş ya da çıkışlar sonsuza dek sürmez ve nihayetinde pazar her zaman kendini dengeler. Fakat bu seferki döngünün dinamikleri biraz farklı. Pandemi sonrası hâkim olan çok farklı piyasa koşullarını pazar oyuncularının sindirmesi biraz zaman aldı. Fakat sonsuza kadar yükselen ya da düşen bir döngü yoktur. Pazarın anlamlı seviyelere geri döneceğini öngörüyoruz. Tek yapılması gereken, başlangıç sinyallerini anlamak, doğru adımları atarak kapasiteleri buna göre hazırlamak ve böylece piyasadan en iyi şekilde yararlanmak olacaktır.

Ece Mandacı

Merhaba, sunum için teşekkür ederim. Fiyatlandırma ortamı ve hacim büyümesi hakkında bir sorum olacak. İlk yarıda, belirttiğiniz gibi, özellikle mimari cam segmentinde bir baz etkisi vardı. İkinci yarıda Türkiye operasyonlarında, ihracatta ve uluslararası operasyonlarda büyümenin devam etmesini beklemeli miyiz? Bu ilk sorum. İkinci olarak, Türkiye'deki düz cam fiyatı ile uluslararası fiyatlar arasındaki farkı sormak istiyorum. Geçen ay enerji fiyatlarında görülen artış sonrası, Türkiye'deki düz cam fiyatlarında bir artış oldu mu? Bu enerji fiyat artışından sonra Türkiye ile uluslararası, özellikle Avrupa fiyatları arasındaki fark ne oldu? Bu farkın devam etmesini bekliyor musunuz? İki fiyatlama arasındaki fark sürdürülebilir bir fark mı? Teşekkür ederim.

Görkem Elverici

Belirttiğim gibi, konunun iki boyutu var: hacim ve fiyatlandırma ortamı. Şu anda hacimle ilgili önemli bir sorun yaşamıyoruz. Ana sorun maliyet ve fiyatlandırma ortamı. Bu konuda yorumu daha çok enerji piyasası analistlerinin yapması gerektiğini düşünüyorum, çünkü biz sadece piyasa oyuncularından biriyiz. Elbette, ne olacağını anlamaya ve bu gerçeklerle bağlantılı olarak hareket etmeye çalışıyoruz. Türkiye gibi bazı pazarlar için, talep zayıfladığında bunun nedenlerini anlarsanız dahi maalesef önce bu durumu görüp sonra kendinizi bu duruma adapte etmeniz gerekiyor. Sunum sırasında paylaştığımız gibi, Türkiye'de maliyet enflasyonu %70'in üzerinde ve hem döviz kurları hem de fiyatlandırma ortamı birlikte değerlendirildiğinde maalesef bu durum olumlu sonuçlar vermiyor. Genellikle gelişen piyasalarda, talep zayıfladığında yani ekonomi iyi performans göstermediğinde, döviz kurları değer kaybeder ve böylece daha rekabetçi bir ihracat pozisyonu elde edersiniz. Ancak, bu kez Türkiye'de durum böyle değil. Bu durumda, Türkiye ve faaliyet gösterdiğimiz diğer bölgelerdeki kapasiteler ve fiyatlandırma ortamı ile kendimizi yeniden dengelemeye çalışıyoruz. Hacimlerle oynamak için, oyuncuların fiyat esnekliğine sahip olduğunu

görmemiz gerekiyor fakat maalesef şu anda pazar fiyat esnekliğine sahip değil. Bu nedenle, mevcut durumda hacimlerle oynamak çok anlamlı değil. Talep mevcut seviyelerinde seyrediyor. Ancak, “anormal bir durum yaşanmadığı sürece” demeyi sürdüreceğim çünkü son birkaç yıl boyunca birçok anormal durum yaşadık. Durumu daha iyi anlatabilmek adına, son iki yılda yaşananları hızlıca tekrar özetlemek isterim. Ukrayna ve Rusya arasındaki anlaşmazlık başladığında, enerji fiyatları inanılmaz seviyelere yükseldi, ürün fiyatları da öyle. Örneğin, Avrupa'da düz cam fiyatları genellikle m² başına yaklaşık 3,5 Euro civarındayken, 3 - 4 Euro aralığında işlem görebiliyordu. Biz ise 8,5 - 9 Euro arasında satış yaptık, hatta 10 Euro – 10,5 Euro arası fiyatlar açıkladık. Enerji fiyatları yumuşadı. Maliyet enflasyonuna rağmen şu anda Almanya'da fiyatlar 2,8 Euro'ya kadar düştü. Bu tür durumlarda, özellikle operasyonel giderler kısmında, personel giderleri gibi çok tartışılan ve ortalaması %12 -13 seviyelerinde olan harcamalar %6 - 7'ye kadar düştü. Pazarın fiyat seviyelerindeki artışları absorbe edemediği bir ortamda, maliyet enflasyonu yükseldi ve bu oran %20'ye kadar çıktı. Şu anda, tüm sanayi şirketlerinde, özellikle Türkiye'de üretim merkezleri bulunan şirketlerde yaşanan ana durum bu. TL'de devalüasyon yaşanmadığı sürece, bu maliyet artışlarının sonucunda döviz riskinin yaşanması söz konusu. Dolayısıyla, Şişecam da dahil tüm şirketlerin yapmaya çalıştığı şey, kısa vadede piyasa gerçekleriyle uyumlu olacak şekilde kendini yeniden dengelemeye çalışmak, ancak ileride bu döngünün iyileşeceğini bilerek işi canlı tutmaktır. Bunun birkaç ay içinde olacağını söyleyemem, ancak büyük olasılıkla birkaç çeyrek içinde olacaktır çünkü bu döngü halihazırda çok uzun sürdü. Bizim kısa vadede gerekli düzenlemeleri yaparken, şirketin orta-uzun vadeli stratejilerini canlı tutmaya çalışmamızın amacı, piyasalar normale döndüğünde piyasadaki en güçlü oyuncuların biri olabilmektir. Enerji piyasaları ile bağlantılı fiyatlandırma ortamı hakkında paylaşabileceğim özetle bunlar. Stratejimiz, her zaman cam ambalaj ve düz cam başta olmak üzere tüm iş kollarımızda kendimize iyi bir fiyatlandırma pozisyonu oluşturmaktır. Ancak bulunduğumuz bölgelerde hangi güçlü yanlara sahip olursak olalım, Türkiye pazarında sahip olduğumuz gibi yaklaşık %65 pazar payına rağmen, piyasanın kaldırabileceği bir sınır var. Şişecam'da olduğum on bir yıl boyunca maliyet enflasyonunu başarılı bir şekilde fiyatlara yansıtırdık, şimdi de bunu maksimum ölçüde yapıyoruz. Ancak bunu her gün %100 oranında başardığımızı söylemek fazla iyimser olur. Bu, esas olarak maliyet enflasyonu ile bağlantılı talep odaklı bir fiyatlandırma ortamı sorunudur. Bu nedenle, operasyonel giderler ve yatırım harcamaları ile yeniden denge sağlayarak, piyasalar toparlandığında daha iyi bir pozisyonda olmayı hedefliyoruz. Umarım bu uzun açıklama sorularınıza ve diğer katılımcıların aklındaki bazı sorulara yanıt olmuştur.

Ece Mandacı

Teşekkür ederim.

Cemal Demirtas

Sunum için teşekkürler. İlk sorum, fiyat, maliyet ve dövizdeki durumun marjlar üzerindeki etkisiyle ilgili. Enflasyon muhasebesi sonrasında yaklaşık %5,6 FAVÖK marjı görüyoruz. Geçmişteki bu oran yaklaşık %12,9 düzeylerinde. Önümüzdeki dönemde sizin için sürdürülebilir olan seviyenin ne

olduğunu anlamak istiyorum. Hala %20 gibi seviyelerini öngörebilir miyiz? Bunun tahmin edilmesinin zor olduğunu biliyorum, ancak vizyonunuz doğrultusunda şirketlerinizi birleştirdiniz ve bu nedenle verimliliğin daha yüksek olmasını bekliyorduk. Bu perspektiften bakarsak, sunumunuzdan anladığım kadarıyla üçüncü çeyrekte marjların toparlanmasını bekliyorsunuz, değil mi? Bu toparlanmanın kademeli olarak mı gerçekleşmesini beklemeliyiz? Çeyrek neredeyse tamamlandı, bu nedenle belki biraz bilgi verebilirsiniz. Bu toparlanmanın neye bağlı olacağını anlamak istiyorum. Fiyat tarafından mı, maliyet tarafından mı yoksa döviz tarafından mı? Buralardan hala pozitif bir etki göremiyoruz.

Görkem Elverici

Dünyada bu toparlanmanın hangi taraftan geleceği konusunda yorum yapabilecek biri olduğunu düşünüyor musunuz?

Cemal Demirtas

Çok zor. Ancak, anlamaya çalıştığım şey, Türk şirketleri için maliyet ve döviz tarafında baskı devam ediyor. Tarihsel verilere baktığımızda, ikinci çeyrek iyi fakat üçüncü çeyrekte daha fazla baskı görüyoruz, en azından dışarıdan. Maliyet optimizasyonu açısından, önceki yıllarda hedge'ler yaptınız, şimdi fiyatlar ve maliyetler düştü. Üçüncü çeyrekte bu tarafta bir iyileşme görebilir miyiz? Sorum net olabildi mi bilmiyorum.

Görkem Elverici

Evet, anlıyorum. Bu yüzden sizin sorunuzun hemen öncesinde, pazarın geçirdiği süreci kısaca özetlemeye çalışmıştım. Hacimlerle oynamak bu kadar kolay değil. Belirttiğim gibi, pazarın fiyat esnekliği maalesef düşük. Özellikle yatırım bankalarının 2023 yılsonunda yayınladıkları 2024 yıl sonu tahminlerine bakabilirsiniz. İhracatçı Türk sanayi şirketlerinin değerli TL ile karşı karşıya olduğu açık. Şimdiye kadar yönetim mantalitemiz hep değiştirebileceğimiz unsurlara odaklanmak olmuştur. Satış hacimlerimiz halihazırda zaten yüksek. Özellikle, geçen yıl ya da tarihsel yüksek seviyelerimiz ile karşılaştırıldığında önemli bir hacim kaybı yaşamıyoruz. Fiyatlandırmayı, maliyet enflasyonu ve dövizle bağlantılı olarak değerlendirdiğimizde, talep yeterince güçlü olmadığından fiyatlama tarafında kendimizi rahat hissettiğimiz seviyelere ulaşmak için yapmamız gereken fiyat geçişlerini yapamadığımızı görüyoruz. Şu anda enflasyon muhasebesi ve FAVÖK marjı bağlantısı konusunda kimsenin sağlıklı bir yorumda bulunabileceğini düşünmüyorum.

Biz FAVÖK'ü yani sizlerle de paylaştığımız yönetsel FAVÖK'ü takip ediyoruz ve farklı iş kollarında yaklaşık 8-10 puan marj kaybımız var, %15 seviyelerine geriledik. Bu, kendimizi rahat hissettiğimiz bir seviye değil. Yönetim olarak %20'nin üzerinde bir seviyeye geri dönmeyi hedefliyoruz. Ancak, bu çeyrekte marj iyileşmesi radikal mi yoksa kademeli mi olacak bunu söyleyemem. Bu tamamen piyasanın koşullarına ve özellikle makro koşulların iyileşmesine bağlı. En azından %51 ihtimalle dünya genelinde makroların çok radikal bir şekilde geri dönmeyeceğini düşünüyorum. Bu durumda, fiyatlandırma ortamı da bunu takip edebilecek ve kademeli bir iyileşme olacaktır.

Ancak sadece fiyatlandırma ortamına göre hareket etmeyeceğiz. Operasyonel giderler ve yatırım harcamalarını optimize etmeye devam edeceğiz.

Cemal Demirtas

Harika, açıklamanız için teşekkürler. Bu soruyla ilgili elinizden gelenin en iyisini yaptınız. Bu soruya kesin bir yanıt vermenin zor olduğunu biliyorum. Diğer sorum, büyük bir yapıya sahipsiniz ve enflasyon muhasebesi tarafında çok fazla soru ortaya çıkabiliyor. Enflasyon muhasebesini orta seviyede anlayabiliyoruz, ancak yasal muhasebe tarafı, yani vergi finansalları bir hafta öncesine kadar hala belirsizlik içeriyordu. Genel olarak Şişecam açısından, enflasyon muhasebesi nedeniyle daha yüksek mi yoksa daha düşük mü vergi ödeyeceğinizi gösteren herhangi bir rakam var mı? Bu yasal taraf gerçekten önemli bir soru, çünkü enflasyon muhasebesi ile şirketlerin aslında kazanmadıkları tutarlar üzerinden vergi ödemesi söz konusu olabiliyor. Son zamanlarda bazı şirketler için bu ek maliyet oluştururken, diğerleri için oluşturmadığına dair tartışmalar oldu. Şişecam açısından durum nasıl? Bu konuda daha fazla bilgiye sahip olduğunuza eminim. Bu konuda en azından bir fikir verebilir misiniz? Çok teşekkür ederim.

Görkem Elverici

Belirttiğim gibi, enflasyon muhasebesi sonrası marjların ne olacağını detaylı bir şekilde öngörmek pek kolay değil ve oldukça kafa karıştırıcı olabilir, çünkü her gün değişen mevzuatları da göz önünde bulundurmanız gerekiyor. Yapmakta olduğumuz yatırımlar nedeniyle bazı teşviklerden yararlanıyoruz. Bir yanda bu teşvikler, diğer yanda ise her gün güncellenen vergi düzenlemeleri var; hatta minimum vergi uygulamasının getirilmesi gibi durumlar söz konusu. Şişecam'ın büyüklüğünü göz önünde bulundurduğumuzda bu değişiklikler tüm resmi değiştirebilir. Bu yüzden herhangi bir yönlendirme yapmaktan kaçınıyoruz. Sizleri karanlıkta bırakmak istemeyiz fakat şirketimizi nasıl yönettiğimizi biliyorsunuz, piyasa koşulları istikrarlı olmadığı sürece böyle bir yaklaşımın sorumlu bir tutum olmadığını düşünüyoruz.

Piyasada ve özellikle düzenleyici kurumlar tarafından iletilen detayları biliyoruz ve karşılaşılabileceğimiz riskleri her gün tekrar hesaplıyoruz. Bu yüzden çok açık bir şekilde paylaşıyorum ki, enflasyon muhasebesi sonrası marjlarla ilgili yönlendirme yapmak veya kendiniz için bir hedef belirlemek çok yanıltıcı olabilir çünkü, bunlar yönetsel olmayan nedenlerden dolayı oluşan rakamlar olabilir ve sadece düzenlemelerin aniden değişmesi nedeniyle daha düşük performans görülebilir. Hedeflerimizi belirlerken nominal FAVÖK marjına odaklanacağız. Biz buna yönetsel FAVÖK marjı diyoruz çünkü burada yönetimin kontrol edebileceği unsurlar var. Diğer durumlar için, maalesef, sürekli değişen gerçeklerle dengemizi bulmamız gerekiyor ve özellikle uzun vadede işinizi bu şekilde yönetemezsiniz.

Cemal Demirtas

Haklısınız.

Görkem Elverici

Umarım, teşekkür ederim.

Cemal Demirtas

Evet, bu çok faydalı oldu. Durumun ne kadar zor olduğunu biliyorum. Ancak yine de her zaman bazı tetikleyicileri takip ediyorsunuz ve nominal bakış açınız hem sizin hem de bizim için faydalı olacak. Hepimiz bu konuyu takip ediyoruz ve bu tarafta ne tür bir trend olduğunu görmeye yetecek veriye sahip değiliz. Bu yüzden tamamen anlıyorum. 2027'ye kadar enflasyon muhasebesinden kurtulmayı umuyorum. En azından hepimiz için bunu diliyorum. Tekrar çok teşekkür ederim.

Görkem Elverici

Enflasyon muhasebesi konusunda oldukça deneyimli bir ekibimiz var, ben de buna dahilim. Gerçek şu ki, sizi karanlıkta bırakmak istemiyoruz, ancak sizi yanlış yönlendirmek de istemiyoruz. 2. çeyrek sonuçlarımızda görülebileceği gibi sayılar çok büyük olduğundan bu oldukça yanıltıcı olabiliyor. Bu yüzden, hepimiz- yatırımcılar, hissedarlar, sizler ve yönetim ekibi olarak bizler- için orta ve uzun vadede işin temel unsurlarına odaklanmanın ve kısa vadeli gerçeklere göre dengemizi yeniden kurmanın daha makul olduğuna inanıyoruz. Çünkü kısa vadeye fazla odaklanırsanız, özellikle enflasyon muhasebesi gibi konularda, orta ve uzun vadede en iyi seçenek olmayabilecek bazı adımlar atabilirsiniz. Ancak, operasyonel giderler, yatırım harcamaları, fiyatlandırma ortamı, talep ortamı ve işletme performansı gibi unsurları optimize etmeye çalışırken, bunlar kesinlikle takip edilmesi gereken unsurlar. Yorumunuz için teşekkür ederim.

Evgeniia Bystrova

Merhaba. Sunum ve bu kadar uzun bir konferans yapıp tüm sorularımızı yanıtladığınız için çok teşekkür ederim. Sorularımı kısa tutmaya çalışacağım. Yatırım harcamaları ile ilgili olarak, doğrudan bir yönlendirme yapamayacağınızı söylediniz, ancak bu yıl ve belki gelecek yıl hangi projeleri ertelemeyi düşündüğünüzü veya hangi yatırımları gerçekleştirmeye devam edeceğinizi paylaşabilir misiniz? Ayrıca, bu konuyla ilgili olarak, ABD'deki Pasifik projesi için izin durumunuz nedir? Bu ilk sorum. Teşekkür ederim.

Görkem Elverici

Elbette. Başlıca projelerimiz; Macaristan'daki cam ambalaj yatırımı, Mersin'deki bir buzlu cam fırını ve enerji camı işleme kapasiteli yeni hat yatırımı, Tarsus'taki düz cam hattı yatırımı, Mersin'deki soda külü kapasite artırımı ve duyurusunu yaptığımız kaplamalı hat yatırımlarımız. Bunlar şu an devam etmekte olan beş temel yatırımımız diyebilirim. Şu anda bu yatırımların hiçbirini iptal etmedik. Piyasa beklentilerine ve ihtiyaç duyulacak kapasiteye ilişkin beklentilerimize paralel olarak yatırımlarımızı bir miktar yavaşlattık. Şu anda önümüzdeki beş yıl için stratejik plan döneminin tam ortasındayız. Ekim sonuna kadar pazardaki talebi daha iyi anlayabileceğimizi ve bu projelerden bazılarını daha da yavaşlatmaya ya da mümkün olursa hızlandırmaya ilişkin kararları verebileceğimizi düşünüyorum. Bu ana projeler dışında, her şeyde

frene basmış durumdayız. Rutinimizde olmayan konuları gündemimizden çıkardık. Birkaç yıl ötelenebilecek yatırımları listemizden çıkardık. Temel yatırım projelerimize ise tabii ki piyasa koşullarını ve tamamlanma hızlarını göz önünde bulundurarak bağlı kalmaya çalışacağız. ABD'deki Pasifik projesi konusunda, inşaatı büyük ihtimalle gelecek yılın ortasında başlayacağız ve inşaatın yaklaşık üç yılda tamamlanacağını öngörüyoruz. Bu yıl, projeyi aşamalı bir yaklaşım mı yoksa daha büyük bir hamleyle mi başlatacağımızı değerlendireceğiz. Özetle, mevcut piyasada beklenen talebin bir kısmını temelli olarak ortadan kaldıran herhangi bir talep unsur var mı, yoksa bu durum sadece döngüsel ve bir süre sonra talep koşulları iyileşecek mi buna bakıyor olacağız. Cam işiyle az çok ilgili olan sektörlerde döngüsellik ne kadar önemli bir etkiye sahip olduğunu çok iyi biliyorsunuz. Örneğin, yaklaşık 1,5-2 yıl önce piyasa yeterince kapasitemiz olmamasını sorguluyordu, şimdi ise yatırım harcamalarımızı yavaşlatmamız gerekiyor ve bu döngüsellik bizim işimizin bir gerçeği.

Bahsettiğim gibi, bu sefer etkenler bir miktar farklı. Fiyatlandırma ortamı, talep, maliyet, enflasyon ve kurdaki durum göz önüne alındığında, bunun yeni normal olduğunu söyleyebiliriz. Elbette bu yeni gerçekliğe çabucak ayak uyduruyoruz. Dolayısıyla yılın başında, yatırımlarımızdan herhangi birini daha da yavaşlatıp yavaşlatmadığımızı, erteleme ya da iptal kararlarımızı sizinle paylaşmak için daha iyi bir konumda olacağız. Ancak bu büyük yatırımları iptal etmenin şu an itibarıyla çok fazla olduğuna inanıyorum, çünkü piyasada talep tamamen yok değil, sadece zamanlama değişebilir. Ancak, herhangi bir yatırım için, talebin tamamen yok olduğunu görürsek buna göre hareket edeceğiz. Tüm bu yatırımlarda lider konumdayız, dolayısıyla piyasa düzeldiğinde piyasaya rakiplerimizden önce girme avantajına sahip olacağız. Bizim risk yönetim araçlarımızdan da biri olan bu durumun, aynı zamanda rakiplerimizin piyasada arzı artırmalarını geciktireceğine inanıyoruz.

Evgeniia Bystrova

Teşekkür ederim. Hızlı bir soru daha, inşaatı gelecek yılın ortasında başlatabileceğinizi mi söylediniz? Bu, gerekli izinleri almayı beklediğiniz anlamına mı geliyor?

Görkem Elverici

İzin sürecinin beklenen tamamlanma süresine dayanarak bu konuda önemli bir yol kat ettiğimizi söyleyebilirim. Kamuoyu duyurularımıza halihazırda zaten devam ediyoruz. Formal süreçleri takip ediyoruz, önümüzdeki yıl ilk çeyreğin sonu bir ihtimal olabilir. Ancak, özellikle ABD seçim dönemindeyken süreci çok zorlamak istemiyoruz. İlk yarının sonlarının daha gerçekçi olduğunu düşünüyoruz ve bu konudaki ilerlemeler konusunda sizleri düzenli olarak bildirmeye devam edeceğiz.

Evgeniia Bystrova

Teşekkür ederim. Ayrıca, en büyük 5 yatırım projesinden biri olarak soda külü kapasite artışlarından bahsettiğiniz, bu Pasifik mi yoksa Pasifik'e ek olarak gelecek bir kapasite mi?

Görkem Elverici

Bu Türkiye'de sentetik soda külü için duyurduğumuz kapasite artışı. Mevcut kapasiteye 175 bin ton kapasite eklenecek. Bu ek kapasite, piyasadaki talep artmaya başladığında, ki bu süreç en az iki yıl sürebilir, iyileşen maliyet ortamında bize yardımcı olacaktır. Özellikle maliyet şampiyonu olan Türkiye ve Mersin'deki sentetik soda külü üretimimiz ile bu alanda hazırlıklı olmanın iyi bir strateji olduğunu düşünüyoruz.

Evgeniia Bystrova

Tamam, çok teşekkür ederim. Şişecam UK tarafında tutulan nakit bakiyesi hakkında bilgi alabilir miyim?

Görkem Elverici

Bu konuda yorum yapamıyorum ancak Şişecam UK Ltd'nin İngiltere'de kurulma nedenlerini zaten paylaşmıştık, özellikle ticaret ve finansman amaçları için. Bunun, Şişecam için özellikle uluslararası alanda çok önemli bir adım olduğuna inanıyoruz; maliyet ortamını iyileştirmek, finansmanı desteklemek, Avrupa'daki operasyonlarımızın optimizasyonu ve uluslararası faaliyetlerin ticari ve finansal anlamda genişlemesine yardımcı olacaktır. Ancak nakit bakiyeleri konusunda şu anda bilgi veremiyoruz. Şişecam UK Ltd'nin Şişecam'ın geleceğinde önemli bir rol oynayacağını ve özellikle finansal piyasalara daha yakın olmamıza yardımcı olacağını, detaylı bilgi paylaşımıyla Şişecam'ın bu piyasalarda daha iyi anlaşılmasına katkı sağlayacağını söyleyebilirim. Finansal ve ticari amaçlarımızın yanı sıra yatırımcı ilişkileri tarafında da bu piyasalarda daha aktif olma planlarımız var. Bu vesileyle çevrimiçi görüşmeler dışında da yatırımcılarımıza daha sıklıkla temas edebiliriz.

Kapanış

Görkem Elverici

Öncelikle yaşadığımız teknik aksaklıklar için tekrar özür dilerim. Bu tür sorunların tekrar yaşanmaması için elimizden geleni yapacağız. Ayrıca, işimizin detaylarına gösterdiğiniz ilgi için şahsen teşekkür etmek istiyorum. Ne yazık ki, şu anda döngünün olumsuz tarafında bir süreçten geçiyoruz. Bu, şirket ve yönetim olarak uzun süre yaşamak istediğimiz bir durum değil. Bu nedenle, Şişecam'ın alışık olduğu seviyelere geri dönmesi için gereken her adımı atmaya devam edeceğiz. Bu durumun, rekabet ettiğimiz diğer şirketler ve coğrafyalar açısından da yaşandığını biliyor olsak da bu Şişecam yönetim ekibi için bir bahane olamaz. Bizim için normal olan seviyelere geri dönmek için tüm düğmelere basmaya devam edeceğiz. Konferanslarda sizlerle görüşmeyi ve bir sonraki telekonferansımızı daha iyi sonuçlarla ve dünya genelinde daha umut verici bir talep ve arz ortamında yapmayı umuyoruz. Katılımınız için teşekkür eder, yıl sonu sonuçları konferansında görüşmeyi dilerim.