

# KEREVİTAŞ GIDA SANAYİ VE TİCARET A.Ş. VE BAĞLI ORTAKLIKLARI

**1 Ocak – 30 Eylül 2023 Ara Dönemi Faaliyet Raporu**



## **İÇİNDEKİLER**

- I. GRUP'UN ORGANİZASYONU, FAALİYET KONUSU VE ORTAKLIK YAPISI
- II. YÖNETİM KURULU
- III. MERKEZ DIŞI ÖRGÜTLER
- IV. DÖNEM İÇİNDEKİ ÖNEMLİ GELİŐMELER
- V. DÖNEM SONRASI ÖNEMLİ GELİŐMELER
- VI. İŐLETMENİN FAALİYET GÖSTERDİĞİ SEKTÖR VE BU SEKTÖR İÇERİSİNDEKİ YERİ
- VII. MAL VE HİZMET ÜRETİMİNE İLİŞKİN FAALİYETLER
- VIII. İDARİ FAALİYETLER
- IX. ÖZET KONSOLİDE MALİ TABLOLAR VE HİSSE SENEDİ PERFORMANSI
- X. ESAS SÖZLEŞME DEĞİŞİKLİKLERİ

## I. GRUP'UN ORGANİZASYONU, FAALİYET KONUSU VE ORTAKLIK YAPISI

Kerevitaş Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş. ("Kerevitaş" veya "Şirket") ve bağlı ortaklıklarının ("Grup") faaliyet konusu, dondurulmuş, konserve gıda, sıvı yağ ve margarin alanlarında üretim yaparak Türkiye'de ve dış pazarlarda bu ürünlerin satış ve pazarlamasını gerçekleştirmektedir. Dondurulmuş ürün kategorisinde yer alan ürünler; unlu mamuller, sebze ve meyve ürünleri, patates ve kroket ürünleri, et ürünleri, tatlı, donuk fırıncılık ürünleri ve hazır yemek ürünleridir. Konserve ürün kategorileri; ton balığı konserveleri, sebze ve hazır yemek konserveleridir. Yağ kategorisinde tüketici margarin, ev dışı tüketim ve yemeklik yağ ürünleri bulunmaktadır. Şirket, 1978 yılında su ürünleri ihracatı amacı ile kurulmuş, yıllar içinde yaptığı yatırımlarla 1990 yılından itibaren gıda sektörünün önde gelen şirketlerinden birisi olmuştur.

Grup'un dondurulmuş ve konserve iş birimi, Bursa'daki fabrikasında sebze, meyve, su ürünleri, ton balığı konserve, unlu mamuller ve pizza, Afyon'daki fabrikasında patates, sebze ve meyve, İstanbul'daki fabrikasında dondurulmuş unlu mamuller üretimi yapmakta olup, yağ iş birimi ise İstanbul, Adana ve Brunei Sultanlığı'ndaki 3 üretim tesisi ile yağ ve margarin üretimi yapmaktadır.

Şirket, Bursa ve Afyon'daki fabrikalarında ürettiği dondurulmuş ve konserve ürünleri bayiler ile tüm Türkiye'de pazarlamakta, aynı zamanda da bu ürünlerinin ihracatını gerçekleştirmektedir. Şirket'in, Bursa fabrikasında sebze, meyve, su ürünleri, ton balığı konserve, unlu mamuller ve pizza, Afyon fabrikasında ise patates, sebze ve meyve üretim tesisleri bulunmaktadır.

Kerevitaş, İstanbul Pendik ve Adana'da 2 üretim tesisi ile yağ ve margarin üretimi yapmaktadır. Kerevitaş'ın 3. üretim tesisi yatırımı ise Brunei Sultanlığı'nda 2017 yılında tamamlanmıştır.

Donuk Fırıncılık (DFU), Dondurulmuş Unlu Mamuller pazarında, Dudullu Organize Sanayi Bölgesindeki fabrikasında üretim yaparak, tüm Türkiye ve dış pazarlarda satış ve pazarlamasını yapmaktadır.

Şirket'in merkez ofisi, Kısıklı Mah. Ferah Cad. Yıldız Holding Placid Blogu No:1/A Üsküdar İstanbul adresindedir.

Şirket, Sermaye Piyasası Kurulu'na ("SPK") kayıtlıdır ve hisseleri 1994 yılından beri Borsa İstanbul A.Ş.'de ("BIST") işlem görmektedir.

30 Eylül 2023 ve 31 Aralık 2022 tarihleri itibarıyla Şirket'in ortaklık yapısı aşağıdaki gibidir;

Ortaklığın Unvanı	30 Eylül 2023		31 Aralık 2022	
	Pay Oranı (%)	Tutar (TL)	Pay Oranı (%)	Tutar (TL)
Yıldız Holding A.Ş.	54,27	359.245.941	54,27	359.245.941
Murat Ülker	9,98	66.079.898	9,98	66.079.898
Ufuk Yatırım Yönetim ve Gayr. A.Ş.	6,26	41.429.804	6,26	41.429.804
Diğer	29,49	195.244.357	29,49	195.244.357
<b>Toplam</b>	<b>100</b>	<b>662.000.000</b>	<b>100</b>	<b>662.000.000</b>

30 Eylül 2023 ve 31 Aralık 2022 tarihi itibarıyla şirketin bağlı ortaklıkları ve ortaklık oranları aşağıda gösterilmiştir.

Bağlı Ortaklıklar	Doğrudan ve dolaylı etkin sahiplik oranları %	
	30 Eylül 2023	31 Aralık 2022
Kerpe Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.	100,00	100,00
Besmar Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.	100,00	100,00
Donuk Fırıncılık Ürünler Sanayi ve Ticaret A.Ş. (*)	100,00	-
Berk Enerji Üretimi A.Ş.	88,17	88,17
Marsa Yağ Sanayi ve Ticaret A.Ş.	70,00	70,00
Western Foods and Packaging SDN BHD (**)	70,00	70,00

(\*) Kerevitaş Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş., 5 Mayıs 2023 tarihinde almış olduğu yönetim kurulu kararı ile, hâkim ortak Yıldız Holding portföyünde bulunan Donuk Fırıncılık Ürünleri Sanayi ve Ticaret A.Ş. (DFU) sermayesini temsil eden payların tamamının, toplam 901.301.000 TL bedel karşılığında, peşin olarak Yıldız Holding'den satın alınmasına karar verilmiş olup, 5 Mayıs 2023 tarihinde satın alma sözleşmesi imzalanması suretiyle pay devri gerçekleşmiştir.

(\*\*) Grup, ilgili şirkette dolaylı pay sahibidir.

## II. YÖNETİM KURULU

Adı Soyadı	Görevi	Görev Süresi
Mehmet TÜTÜNCÜ	Başkan	27.04.2021-27.04.2024
Ali ÜLKER	Başkan Vekili	27.04.2021-27.04.2024
Vehbi MERZECİ	Üye	27.04.2021-27.04.2024
Şükrü ÇİN	Üye	30.03.2023-27.04.2024
Ahmet Murat YALNIZOĞLU	Üye (Bağımsız)	27.04.2021-27.04.2024
Ceyda AYDEDE	Üye (Bağımsız)	27.04.2021-27.04.2024

### Yetki Sınırları

Yönetim Kurulunun yetki sınırları Şirket ana sözleşmesinin 13. maddesi ve Türk Ticaret Kanunu hükümleri ile belirlenmiştir. Yönetim Kurulu üyelerinin şirketle kendisi veya başkası adına yaptığı işlemler ile rekabet yasağı kapsamında herhangi bir faaliyeti bulunmamaktadır. Yönetim Kurulu üyeleriyle ilgili detaylı bilgi aşağıdadır;

Yönetim Kurulunun yetki sınırları Şirket Ana sözleşmesinin 13. maddesi ve Türk Ticaret Kanunu hükümleri ile belirlenmiştir.

Yönetim Kurulu ve Üst Düzey Yönetim üyelerine sağlanan faydalar aşağıda belirtilmektedir.

	1 Ocak - 30 Eylül 2023	1 Ocak - 30 Eylül 2022
Ücretler ve diğer faydalar	59.730.531	26.028.544
	<b>59.730.531</b>	<b>26.028.544</b>

### III. MERKEZ DIŞI ÖRGÜTLER

Dondurulmuş ve konserve gıda iş kolunda ürünlerin dağıtımını tüm Türkiye çapında, bayi, distribütörler ve direkt dağıtım aracılığı ile gerçekleştirilmektedir. İhracat ve Private Label kanallarında ise Yıldız Holding grup firması olan Yeni Teközel tarafından ürünlerin hem yurtiçinde discounter marketlere hem de uluslararası pazarda satış ve pazarlaması yapılmaktadır.

Yağ iş kolundaki tüketici ürünlerinin satışları; Yıldız Holding şirketlerinden geleneksel kanalda Horizon, modern kanalda Pasifik ve Private Label kanalında Yeni Teközel şirketleri tarafından, endüstriyel, pastacılık ve catering satışları Şirket'in kendi bünyesindeki satış teşkilatı ve distribütör yapısı ile Yıldız Holding şirketlerinden G2m Eksper tarafından, ihracat ise; kendi satış organizasyonu tarafından yapılmaktadır.

### IV. DÖNEM İÇİNDEKİ ÖNEMLİ GELİŐMELER

Kredi derecelendirme kuruluşu JCR Eurasia Rating, Kerevitaş Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ő. 'nin uzun vadeli ulusal notunu "AA- (tr)", kısa vadeli ulusal notunu "J1+ (tr)", görünümünü ise "durağan" olarak belirlemiştir. JCR Eurasia Rating şirketimizin uzun vadeli, yabancı ve yerel para cinsinden uluslararası notunu "BB", görünümünü ise "negatif " olarak belirlemiştir.

Kerevitaş Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ő., 5 Mayıs 2023 tarihinde almış olduğu yönetim kurulu kararı ile, hâkim ortak Yıldız Holding portföyünde bulunan Donuk Fırıncılık Ürünleri Sanayi ve Ticaret A.Ő. sermayesini temsil eden payların tamamının, toplam 901.301.000 TL bedel karşılığında, peşin olarak Yıldız Holding'den satın alınmasına karar verilmiş olup, 5 Mayıs 2023 tarihinde satın alma sözleşmesi imzalanması suretiyle pay devri gerçekleşmiştir.

### V. DÖNEM SONRASI ÖNEMLİ GELİŐMELER

Bulunmamaktadır.

### VI. İŐLETMENİN FAALİYET GÖSTERDİĞİ SEKTÖR VE BU SEKTÖR İÇERİSİNDEKİ YERİ

#### Dondurulmuş Gıda Sektörü

Kerevitaş'ın faaliyet gösterdiği temel iş kolları arasında yer alan dondurulmuş gıda sektörü, dondurulmaya uygun hammaddenin temininden, (tohum seçimi, üretimi, satın alınması) hammaddenin uygun koşullarda tesislere taşınmasına, tesislerde bekletilmeden seçme&ayıklama, yıkama, boyutlama ve ürüne özel tekniklerle işlenmesine, hızlı dondurma ve tekniğine uygun şekilde paketlenmesine, depolama, yükleme, taşıma, dağıtım ve tüketimi sonucunda müşteri sonuçlarının izlenmesine kadar faaliyet gösteren bir gıda sanayi kolu konumundadır.

Türk Gıda Kodeksi'ne göre, "hızlı dondurulmuş gıda"; Ürün tipine bağılı olarak maksimum kristalizasyon sıcaklık bölgesinin mümkün olan en kısa sürede geçildiği, hızlı dondurma olarak bilinen uygun bir dondurma işlemi ile sağlandığı, sıcaklığın sabit değere ulaştırılmasının ardından ürünün tüm noktalarının -18°C veya daha düşük sıcaklıkta olduğu, bu durumun sürekli korunduğu ve bu özelliklerini taşıyacak şekilde pazarlandığı gıdayı ifade etmektedir.

Hızlı dondurma prosesi, gıdaların kalite, tat, koku ve besin değerinin en iyi korunduğu gıda saklama yöntemidir. -40°C'de gıdanın hızlı dondurulması sayesinde gıdaların içerdikleri su, buz kristallerine dönüşerek bozulmaya yol açan mikroorganizmaların yaşamasını engellemekte, kimyasal ve biyokimyasal değişimleri en aza indirerek gıdaların en doğal haliyle korunması sağlanmaktadır. Soğuk ortamda muhafazası gereken gıda maddelerinin, üretim aşamasından başlayarak sevkiyat, depolama ve satış gibi tüketime kadarki her aşamada gıda güvenliği kriterlerine uygunluğunu ve özelliklerini koruyabilmesi için uygulanması zorunlu olan soğuk muhafaza, soğuk taşıma ve benzeri işlemlere "Soğuk Zincir" denir. Soğuk Zincirin üretimden sevkiyata ve satış noktasına kadar olan tüm halkalarında -18°C sıcaklığın korunması donuk ürün gruplarımız için yüksek önem taşımaktadır. Satış noktalarında -18°C dolaplarda saklanan ürünleri alan tüketicilerin de en fazla 2 saat içinde bu ürünleri evlerindeki buzluklara götürmeleri veya pişirmeleri önerilmektedir.

Günümüzde dondurulmuş gıda tesislerinde IQF (Individual Quick Freezing- Tek Tek Hızlı Dondurma İşlemi) tekniği kullanılarak işlenen meyve ve sebzelerin birebir şoklanarak dondurulması sağlanmaktadır. Bu yöntemle kaynağından ve mevsiminde temin edilen hammaddeler temizlenip, IQF uygulanarak, 5-8 dakika gibi kısa bir sürede -40°C soğukta ayrı ayrı dondurulmaktadır. İşlem ürünlerin içindeki suyun donmasıyla gerçekleştirilmekte ve bu yolla gıda ürünlerinin katkı maddesi kullanılmadan uzun ömürlü bir hale gelmeleri sağlanmaktadır. Gıdanın dondurulması; IQF yöntemi ile hücre özsuyunun, gıdayı oluşturan içerikleriyle birlikte, çekirdek zarını çatlatmadan, dondurulması işlemdir. Ürünler tam mevsiminde toplanıp en taze haliyle ve düşük ısılarda dondurulduğu için tazeliğini ve besin değerini tüketim anına kadar korumaktadır.

Dondurulmuş gıda yatırımları Türkiye'de 1970'lerin başlarında ihracat amaçlı olarak başlamış, 1990 yılında Kerevitaş'ın iç piyasaya ilk kez sunduğu ürünlerle Dondurulmuş Gıda Pazarı gelişmeye başlamıştır. Bugün gelinen noktada; Pizza, Börek, Milföy, Mantı, Pide, Sebze- Meyve, Patates&Patates Kroket, Tatlı, Et Ürünleri ve Kaplamalı Ürünler, Konserve Ürünleri ve Donuk Fırıncılık gibi farklı kategorileri içeren hem perakende hem de ev dışı tüketim kanallarında satılan bir kategori haline gelmiştir. Son 6 yılda 6 kat değere ulaşan Perakende Dondurulmuş Gıda Pazarı, 2023 ilk 9 ayda bir önceki yıl aynı döneme göre %99 büyüme ile 8,5 milyar TL\* değere ulaşmıştır.

1930'lardan bugüne gelişen bu Pazar yıllık yaklaşık 290 milyar ABD doları tutarında bir büyüklüğe ulaşmıştır. Kişi başı tüketim Amerika, Almanya, İngiltere gibi ülkelerde 20 kg'nin üzerinde bir büyüklük arz etmektedir. Türkiye pazarında ise 2023'ün ilk 9 ayında kişi başı tüketim 4,4 kg gerçekleşmiştir, bu da büyüme potansiyelinin olduğunu göstermektedir.

## **Yağ Sektörü**

Dünyada bitkisel yağ üretimi başta palm yağı olmak üzere soya, kolza ve ayçiçeğinden karşılanmaktadır. Ülkemizde ise yağlı tohum ve bitkisel yağ üretiminin büyük bir kısmı ayçiçeğinden elde edilmektedir. Bunun dışında, pamuk tohumu (çiğit), soya, kolza, aspir, mısır ve zeytin bitkisel yağ elde edilen önemli bitkiler arasındadır. Margarin markalaşmaya en açık yağ kategorisidir. Ayçiçek yağı pazarın en büyük kategorisidir.

Türkiye tüketici yağ pazarı 2023 yılı ilk 9 ayında, geçen yılın aynı dönemine göre %29 büyüme göstererek 35,7 milyar TL\*\* ciro değerine ulaşmıştır. Markalaşmaya en açık yağ kategorisi olan margarin kategorisi ise aynı dönemde ciroda %27 büyüme ile 4,7 milyar TL\*\*\* ciro değerine ulaşmıştır.

\* Kaynak: Nielsen Toplam Türkiye, Taze Dondurulmuş Gıda Pazarı Raporu, Eylül 2023

\*\*Kaynak: Nielsen Toplam Türkiye, Yağ Pazarı Raporu, Eylül 2023

\*\*\*Kaynak: Nielsen Toplam Türkiye, Margarin Pazarı Raporu, Eylül 2023

## VII. MAL VE HİZMET ÜRETİMİNE İLİŞKİN FAALİYETLER

### Dondurulmuş Gıda ve Konserve İş Birimi

#### Üretim

Dondurulmuş ve konserve gıda alanlarında SuperFresh markasıyla faaliyet yürüten Şirket, bu iş kolunda gelişmiş bir üretim altyapısına sahiptir. Yüksek teknoloji ile üretilen ürünler, Bursa, Afyon ve İstanbul tesislerindeki, yüksek kapasiteli donuk, soğuk ve kuru depolarda muhafaza edilmektedir. Müşteri ihtiyaç ve beklentileri doğrultusunda üretim altyapısı istikrarlı bir biçimde geliştirilmektedir. Bursa, Afyon ve İstanbul olmak üzere 3 fabrikada, dondurulmuş gıda ve konserve ürünlerinin üretimini gerçekleştirmektedir.

#### Satış, Pazarlama ve Dağıtım

Yurt içi pazarda 70.000'den fazla noktada ürün bulunurluğu bulunan Şirket, 195 dağıtım aracı ve 23.586 dondurucu ile sağlam bir satış-pazarlama ağına sahiptir. Yurt içi pazarda 56 bayisiyle kurmuş olduğu güçlü ağ sayesinde sürdürülebilir bir satış-pazarlama ağına sahiptir. Ana hissedarı Yıldız Holding'in uluslararası alandaki yüksek marka tanınırlığı sayesinde dünyanın dört bir yanındaki pazarlara hızlı bir biçimde ulaşan Kerevitaş, uluslararası pazarlardaki satış-pazarlama organizasyonunu istikrarlı bir biçimde güçlendirmektedir. Kerevitaş, SuperFresh markası ile dondurulmuş gıda ve konserve iş kolunda yurt içi pazarda tüm kategorilerde ürünü olan tek şirket konumundadır. SuperFresh markası Dondurulmuş Gıda Pazarında %42 markalı pazar payı ile açık ara lider konumdadır. (Kaynak: AC Nielsen YTD Eylül 2023–Ciro Payı, indirim marketler hariç) Bugün SuperFresh, %100 marka bilinirliğine sahiptir. Hane tercihlerine bakıldığında da markalı ürünler arasında Türkiye'de en çok haneye giren markadır. (YTD Eylül 2023'te hane penetrasyonu %26) Her yıl yaklaşık 28 milyon tabakta yer alarak 6 milyon haneye misafir olunmaktadır. Tüketici algısına bakıldığında; bu yıl da "dondurulmuş gıdada lider & uzman markadır" ifadeleri başta olmak üzere tüm marka imaj skorlarında kategori lideri konumunu sürdürmüştür. SuperFresh 486 SKU'yu perakende, ihracat, ticari ve ev dışı tüketim kanallarındaki müşterilere sunmuştur. 2023 yılı ilk 9 ayda odaklı inovasyon stratejisi doğrultusunda kategorideki liderliğini perçinleyecek yenilikçi 24 yeni ürün lansmanı hayata geçirilmiştir. İlk 9 ayda yeni ürünlerden elde edilen ciro toplam SuperFresh cirosunun %17'sini oluşturmuştur. Pizza King'in yeni çeşidi Pizza King Supreme, kanala özel portföy çalışmaları kapsamında lanse edilmiştir. Katma değerli inovatif ürün projeleri kapsamında; ev dışında çok sevilerek tüketilen lezzetlerin evlere taşındığı Kruvasan, Mozzarella Peynir Çubukları ve Mac&Cheese lansmanları gerçekleşmiştir. Pazarda bir ilk olan ve indirim market kanalına özel Sosisli Rulo Börek ve Peynirli Puf Börek ürünleri lanse edilmiştir. Ramazan döneminde tüketicileri ödüllendirme amacıyla, tonaj getirisi sağlayacak yüksek gramajlı promosyon ürün lansmanları

gerçekleşmiştir. Tekli pizza pazarında gerçek restoran deneyimini evlere taşıyan Taş Fırın Pizza ailesinin relansmanı ve Pizza King Extra'nın lansmanı gerçekleştirilmiştir. Ek olarak, tüketicilerin mantı kategorisindeki yüksek tüketimine cevap veren Mantı 1Kg ve yenilenen içeriği, ambalajı ile Kasap Köfte ürünleri indirim marketlerdeki raflarda yerini almıştır.

Dondurulmuş gıda pazarına yön veren lider ve uzman marka SuperFresh; 'Refika Birgül ile SuperFresh Bi'Yolculuk' iletişim kampanyasıyla kategoride bir ilki gerçekleştirerek tüketicilerine dondurulmuş gıdanın tarladan tabaklara ulaşan yolculuğunu tüm ayrıntılarıyla anlatmıştır.

Hasattan teknolojiye, ürün çeşitliliğinden lezzete, SuperFresh marka güveninin altının çizildiği ve tüm süreçlerini ünlü şef Refika Birgül aracılığıyla aktarılan, her bölümde ilgili konunun uzmanına danışarak sorulara cevap, doğru bilinen yanıtlara ışık tutarak ilerlenen 5 bölümden (Hasat, Güven, Teknoloji, Çeşitlilik, Lezzet) oluşan belgesel serisi ve reklam filmi 2022 Aralık ayında yayına başlamış ve 2023 ilk üç çeyreğinde de yayına devam etmiştir. Dijital ana mecra yanında TV, radyo, outdoor, mağaza içi, e-ticaret kanallarıyla da desteklenen 360 entegre iletişim planı ile hayata geçirilmiştir. Proje sonunda bir önceki yıl aynı döneme göre +3 puan ciro pazar payı ve tüm marka sağlığı skorları (imaj ve satın alma metrikleri) ile dijital izlenme metriklerinde yüksek artışlar görülmüştür. Belgesel serisi %60 izlenme oranıyla Youtube ortalamasının (%40) oldukça üzerinde bir başarı elde etmiştir.

Bu başarıların sonucu olarak hem 2022 son çeyreği hem de 2023 ilk çeyreği olmak üzere iki dönem üst üste Youtube Ads Leaderbord'da yer alma başarısı elde edilmiştir. Reklam hatırlanma skorunda +4 puan artış sağlanmıştır. (Kaynak: Youtube, Brand Lift Survey, 2023)

SuperFresh Bi' Yolculuk iletişim kampanyası ile Brandverse Awards'ta Medya altında Yiyecek&İçecek kategorisinde Bronz, global Stevie Awards'ta Yılın Pazarlama Kampanyası olarak Altın, Türkiye'nin en başarılı pazarlama iş ve ekiplerinin ödüllendirildiği Hammers Awards'ta Yiyecek&İçecek Sektöründe En İyi Pazarlama Takımı Bronz ödülü alınmıştır.

Ana iletişim kampanyası sonrasında sosyal medya kanallarında; Refika Birgül iş birliği devam ettirilerek Ramazan,yaz ve back to school dönemlerine özel tarifler ve "consumer education" yaklaşımı ile bilgilendirici içerikler paylaşılmıştır. Marka bilinirliği, sadakati ve konuşulmasına hizmet edilmiştir. İlk akla gelen marka skoru Refika Birgül iş birliği ve kesintisiz dijital iletişim sayesinde ivme kazanmıştır. Marka iş birliğinin başından itibaren düzenli artış ile %73'e ulaşarak son 1 yılın en yüksek skoru elde edilmiştir (Ipsos, Eylül 2023). İlk 9 ay toplamında da geçen yıl aynı döneme göre tüm deneme ve satın alım skorlarında artış devam etmiştir. (Kaynak: Ipsos Marka Sağlığı Araştırması, 2023)

Mağaza içi tanıtım aktiviteleri ile de aktif olan SuperFresh, hem ana iletişim dönemi hem de Ramazan ve döneminde tematik kullanımlar ile mağaza içinde ses getirerek görünürlüğünü maksimize etmiştir. Tüketiciler tarafından kullanımı hızla artan e-ticaret sektöründe varlığını ürün listelemeleri, özel promosyonlar ve entegre kampanyalar (Refika Birgül entegrasyonu) ile de artırmıştır.

Ayrıca dijital trendleri takip eden öncü marka olarak Türkiye'de ilk kez yapay zeka ile geliştirilen QR kodu ile patateslerinin tarladan sofraya yolculuğunu anlatmıştır.

## **İhracat**

Kerevitaş, SuperFresh markasıyla faaliyet yürüttüğü dondurulmuş gıda ve konserve iş kolunda küresel ölçekte geniş bir ürün gamına sahiptir. Ürün çeşitliliğinin yanı sıra uluslararası kalite standartlarına tam uyum yaklaşımı sayesinde Kerevitaş, dondurulmuş gıda ve konserve iş kolunda 5 kıtada 30'dan fazla ülkeye ihracat gerçekleştirmektedir.



Dağıtım ağını genişletmeyi ve yeni müşterilerle portföyünü büyütmeyi hedefleyen Kerevitaş, dünyanın prestijli uluslararası gıda fuarları Moskova Prodexpo (6-10 Şubat) ve Dubai Gulfood (19-23 Şubat) fuarlarına katılmıştır.

Kerevitaş, İstanbul İhracatçılar Birliği tarafından düzenlenen İhracat Birincileri 2022 Ödül Töreni'nde, Dondurulmuş Ürünler kategorisi'nde" gerçekleştirilen satış tonajı ile birinci seçilerek, son 3 yılın en başarılı ihracatçısı ödülüne layık görülmüştür.

### **Perakende**

Kerevitaş, dondurulmuş gıda ve konserve iş kolunda perakende ürün grubunda geniş bir ürün çeşitliliğine sahiptir. Şirket'in bu ürün grubundaki ürünleri; sebze ve meyve ürünlerinden unlu mamuller ile patates ve kroket ürünlerine kadar uzanmaktadır.

### **Ev Dışı**

Grup'un dondurulmuş gıda ve konserve iş kolundaki ev dışı tüketim ürünleri; patates, sebze&meyve, donuk unlu mamuller, pizza, ton balığı ve konserve kategorilerinde geniş bir çeşitlilik göstermektedir.

Kerevitaş, Ocak ayında Anfaş 29. Uluslararası Gıda ve İçecek İhtisas Fuarı'na katılmıştır. Yepyeni ürünleri sektörün değerli şefleri ve iş ortakları tarafından yoğun ilgi görmüştür 2022 yılında başlayan Big Chefs iş birliği; atıştırmalık menüsünde "patates ve kroket" ürünleri, salata menüsünde ise "ton balığı" ürünüyle devam etmiştir.

Bir ilk olarak Zorlu Performans Sanatları Merkezinde SuperFresh sıcak satış noktası tüketici ile buluşmuştur.

### **Yağ İş Birimi**

#### **Üretim**

Besler Gıda'nın bünyesine katılması ardından yağ iş kolunda faaliyet yürütmeye başlayan Kerevitaş; sıvı yağ ve margarin üretimini biri Adana, biri İstanbul, biri Brunei'de olmak üzere üç üretim tesisinde yürütmektedir. Toplam üç tesisinde 658.000 ton/yıl kapasiteye sahip olan Şirket'in Marsa Adana Fabrikası, Türkiye'de tek alanda kurulu en büyük kapasiteye sahip üretim tesisi konumundadır. Kerevitaş; sıvı yağ ve margarin alanlarında üretim yaparak Türkiye'de ve dış pazarlarda bu ürünlerin satış ve pazarlamasını gerçekleştirmektedir. Şirket, uluslararası kalite standartları ışığında yapılandığı üç tesisinde Tüketici margarin, EDT (Pastacılık/Catering ve Endüstriyel Yağlar) ve Yemeklik ana kategorileri altında Bizim Yağ, Teremyağ, Luna, Ona, Ustam ve Evet başta olmak üzere toplam 53 marka ve 557 SKU üretimi gerçekleştirmektedir.

### **Satış, Pazarlama ve Dağıtım**

Yerli ve global oyuncuların bulunduğu margarin pazarında, %65,8 (Kaynak AC Nielsen YTD Eylül 2023–Ciro Payı, indirim marketler hariç) açık ara lider olan Kerevitaş Yağ İş Birimi, güçlü tüketici iç görüsü odağı ile yönetilen öncü markaları Bizim Yağ, Teremyağ ve Luna ile pazara yön vermektedir. Yağ iş birimi, satış süreçlerini ağırlıklı olarak Yıldız Holding dağıtım şirketleri üzerinden yürütmektedir.

Pazarın en çok tüketilen, en çok haneye giren ve en sadık tüketiciye sahip markalı ürünü Ülker Bizim Yağ, %32 ciro payı ile paket pazarındaki açık ara liderliğini YTD Eylül'23'te de perçinlemiştir (Kaynak: AC Nielsen Toplam Türkiye, YTD Eylül 2023 Paket Margarin Ciro Payı, Ipsos http Q3'23). FMCG Gıda'da en yüksek takipçili marka olan Bizim Yağ, stratejik influencer iş birlikleri ve yeni nesil dijital iletişimi ile Türkiye'de FMCG Gıdada birinciliğini güçlendirerek 447 bin takipçiyeye ulaşmış ve kendi rekorunu kırmıştır.

Hamur Bizim İşimiz Youtube kanalında stratejik iletişim ve etkin seo çalışmaları ile son 3 ayda 83 bin abone kazanarak 353 bin abone sayısına ulaşmış ve platformda FMCG Gıda sıralamasında 1.liğini korumuştur.

Kase margarin segmentinde Pazar lideri olan Ülker Teremyağ, 2023 yılı YTD Eylül'23'te de açık ara liderliğini %54 ciro payı ile sürdürmektedir (Kaynak: AC Nielsen Toplam Türkiye, indirim marketler hariç YTD Eylül 2023 Kase & Sıvı Margarin Ciro Payı). Kategorinin hem ürün hem de iletişim anlamında en yenilikçi markası olan Teremyağ, 2023 yılı YTD Eylül'23 döneminde de hedef kitlenin yoğun vakit geçirdiği ve erişimi en yüksek dijital mecra olan Instagram'da lezzet odaklı ve ayrışan içerik stratejisi ile FMCG Gıda kategorisinin en çok takip edilen 2. markası konumunu korumuştur. Yine hedef kitlenin en çok ziyaret ettiği ve +10 milyon takipçisi ve abonesi bulunan Nefis Yemek Tarifleri mecrası ile içerik iş birlikleri hayata geçirilmiş, videoların ortalama izlenmesi 1,6 milyon, erişimde ise 1,4 milyon ile yüksek skorlarla gerçekleşmiştir.

Kerevitaş iştiraki olan Marsa, Ev Dışı Tüketim ürünleri, pastacılık yağları kategorisinde "Ustam Pastacılık Yağları" ile pazarın lider markası konumundadır. Ustam, pastacılık kategorisinde tüm ihtiyaca cevap veren geniş ürün portföyü, kullanım kolaylığı, lezzet ve güçlü iletişimi ile pazardaki konumunu güçlendirmeye devam etmektedir. Ustam, ileri teknolojisi ve özel geliştirilmiş ürün reçeteleri sayesinde sektörde tüm ürün portföyü trans yağ içermeyen ilk markadır.

Ustam ev dışı tüketim pazarındaki lider ve vizyoner duruşunu dijital platformlara da taşıyarak, hedef kitle sadakatini arttırmak, yeni kullanıcılara ulaşmak ve satın alma tercihinde akla ilk gelen marka olmak amacıyla hedef kitle (pastacı ustaları) odaklı iletişim yapılmaktadır. Türkiye'nin önde gelen ve dağılımı en yüksek olan sektörel dergilerde ilan kullanımı ile (FoodinLife, Gastronomi, Patisserie by FoodinLife) marka iletişimi kuvvetlendirilmektedir.

Şef odaklı sosyal medya iletişimine Ramazan döneminde de devam ederek "Ustam'dan Bölgesel Şerbetli Ramazan Lezzetleri" kampanyası ile aktif olmuştur.

Pastacılık kategorisine 2022 yılında giriş yapan Teremyağ markası ile yarı endüstriyel noktalara özel 20kg krema ürünü lansmanını yapmıştır.

## **İhracat**

Kerevitaş, yağ iş kolunda 2023 yılı TÜİK verilerine göre Türkiye'nin %34 yağ ihracatını beş kıtada 45'den fazla ülkede tüketici, pastacılık, catering, yemeklik kategorileri ile gerçekleştirmiştir.

Marsa; güçlü markaları ve pazar ihtiyaçlarına cevap veren geniş ürün portföyü ile bugün bulunduğu birçok ihracat pazarında lider konumdadır. Türkiye'nin lider margarin ihracatçısı konumunu korumak ve yeni müşterilerle dağıtım ağını güçlendirmek hedefi ile, dünyanın en büyük B2B platformu Alibaba'daki satış fırsatlarını değerlendirmekte ve dünyanın önde gelen büyük gıda fuarlarına katılmaktadır.

2023 yılı ilk 9 ayında Prodexpo Rusya, Gulfood Dubai, UZFOOD Özbekistan, FHA Food&Beverage Singapur, Afrika's Big 7 Food&Beverage Güney Afrika ve Summer Fancy Food Show New York fuarlarına katılmıştır. Fuar ve seyahatlerle ilk 9 ayda portföyüne 20'yi aşkın yeni müşteri dahil olmuştur. Son çeyrekte de bölgesel ve ulusal fuar katılımlarına devam edecektir.

Marsa'nın ihracattaki yıldız markası Ona; uzun yıllardır Ortadoğu ve Orta Asya pazarlarında tüketici margarin kategorisinde açık ara lider konumdadır. Afrika bölgesine özel Luna Kova Margarin, Bulgaristan Bizim Yağ Kase (2 SKU) ve Irak'ta Teremyağ pastacılık ve tüketici margarin kategorilerinde toplam 3 SKU'nun ürün lansmanlarını yapmıştır.

## Perakende

Ona, Luna, Sabah, Bizim Yağ, Teremyağ, Evet, Evin, Yayla, Halk markaları

## Ev Dışı

- Pastacılık ve Catering Yağları

*Ustam, Usta, Proser, Teremyağ ve Bizim Yağ markaları*

- Endüstriyel Yağlar

*Akbis, Akrim, Akyağ, Arma, Mars, Akao, Spy, Besler, Bes, Beska, Bizim*

- Yemeklik Yağlar

*Sabah, Evet, Bizim Bereket*

## VIII. İDARİ FAALİYETLER

### a) Yönetim Kadrosu

Grup'un üst düzey yöneticileri ve görevleri aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Mehmet Tütüncü	CEO	Yıldız Holding
Mert Altinkılıç	CEO	Yağ İş Birimi, Dondurulmuş Gıda ve Konserve İş Birimi
Özhan Nuri Özsenli	COO	Yağ İş Birimi, Dondurulmuş Gıda ve Konserve İş Birimi
İlgın Hasırcıoğlu	Genel Müdür	Donuk Fırıncılık
Gülizar Öcal	CMO- Pazarlama	Yağ İş Birimi, Dondurulmuş Gıda ve Konserve İş Birimi
Ufuk Kasar	Direktör- Mali İşler	Dondurulmuş Gıda ve Konserve İş Birimi
Adnan Kaplan	Direktör- Mali İşler	Yağ İş Birimi
Recep Tavluoğlu	Direktör- Mali İşler	Donuk Fırıncılık

Uğur Tendik	Direktör- Satış	Marsa
Ali Ertuğrul Yemiş	Direktör- Satış	Yağ İş Birimi
Muzaffer Ahad	Direktör- Satış	Dondurulmuş Gıda ve Konserve İş Birimi
Kerem Çetin	Direktör- Ar-Ge&İş Geliştirme	Dondurulmuş Gıda ve Konserve İş Birimi
Hatice İçeli	Direktör- Ar-Ge&İş Geliştirme	Yağ İş Birimi
Murat Fikrettin Turan	Direktör- İnsan Kaynakları	Yağ İş Birimi, Dondurulmuş Gıda ve Konserve İş Birimi
Egemen Hopalı	Müdür- Bilgi Teknolojileri	Yağ İş Birimi, Dondurulmuş Gıda ve Konserve İş Birimi

#### b) Personel Bilgileri

30 Eylül 2023 tarihi itibarıyla Grup'un bünyesinde istihdam edilen personel sayısı 1.989'dur. (31 Aralık 2022: 1.837).

### IX. ÖZET KONSOLİDE MALİ TABLOLAR VE HİSSE SENEDİ PERFORMANSI

#### ÖZET BİLANÇO (TL)

	Sınırlı Bağımsız Denetimden Geçmemiş Cari Dönem	Yeniden Düzenlenmiş Bağımsız Denetimden Geçmiş Önceki Dönem	Yeniden Düzenlenmiş Bağımsız Denetimden Geçmiş Önceki Dönem
	30 Eylül 2023	31 Aralık 2022	31 Aralık 2021
<b>VARLIKLAR</b>			
Dönen Varlıklar	7.433.143.427	6.894.254.133	3.351.241.117
Duran Varlıklar	3.500.810.295	3.175.227.227	1.626.927.654
<b>TOPLAM VARLIKLAR</b>	<b>10.933.953.722</b>	<b>10.069.481.360</b>	<b>4.978.168.771</b>
<b>KAYNAKLAR</b>			
Kısa Vadeli Yükümlülükler	5.816.794.209	4.890.954.292	2.841.049.901
Uzun Vadeli Yükümlülükler	1.281.419.082	1.090.238.970	775.668.085
Toplam Özkaynaklar	3.835.740.431	4.088.288.098	1.361.450.785
<b>TOPLAM KAYNAKLAR</b>	<b>10.933.953.722</b>	<b>10.069.481.360</b>	<b>4.978.168.771</b>

## ÖZET GELİR TABLOSU (TL)

	Sınırlı Bağımsız Denetimden Geçmemiş Cari Dönem	Yeniden Düzenlenmiş Sınırlı Bağımsız Denetimden Geçmemiş Önceki Dönem
	1 Ocak – 30 Eylül 2023	1 Ocak – 30 Eylül 2022
<b>Hasılat</b>	<b>10.655.395.705</b>	<b>8.682.227.901</b>
<b>Brüt kar</b>	<b>2.515.222.420</b>	<b>2.257.818.008</b>
Brüt kâr marjı	%23,61	%26,01
<b>Faaliyet karı (*)</b>	<b>1.365.098.840</b>	<b>1.599.427.461</b>
Faaliyet kâr marjı	%12,81	%18,42
<b>FAVÖK</b>	<b>1.458.411.610</b>	<b>1.653.119.690</b>
FAVÖK marjı	%13,69	%19,04

(\*) Esas faaliyetlerden diğer gelir ve giderler öncesi faaliyet karıdır.

### Hisse Senedi Performansı

Borsa İstanbul'da KERVT kodu ile işlem gören hisse senetlerinin 29 Eylül 2023 tarihli kapanış fiyatı 12,56 TL olmuştur. Hisse senetleri BIST GIDA, İÇECEK / BIST TÜM / BIST BURSA / BIST YILDIZ / BIST SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK / BIST SINAİ / BIST TÜM-100 endekslerine dahildir.

### X. ESAS SÖZLEŞME DEĞİŞİKLİKLERİ

Şirketimiz esas sözleşmesinin, "Yönetim Kurulu Toplantıları" başlıklı 12. Maddesinin tadiline ilişkin esas sözleşme değişiklik tasarısına Sermaye Piyasası Kurulu'nun onayı 31 Mart 2023 tarihinde, Gümrük ve Ticaret Bakanlığı'nın onayı ise 12 Nisan 2023 tarihinde alınmış olup, 13 Haziran 2023 tarihinde gerçekleşen Olağan Genel Kurul toplantısında pay sahiplerinin onayına sunulmuş ve kabul edilmiştir.