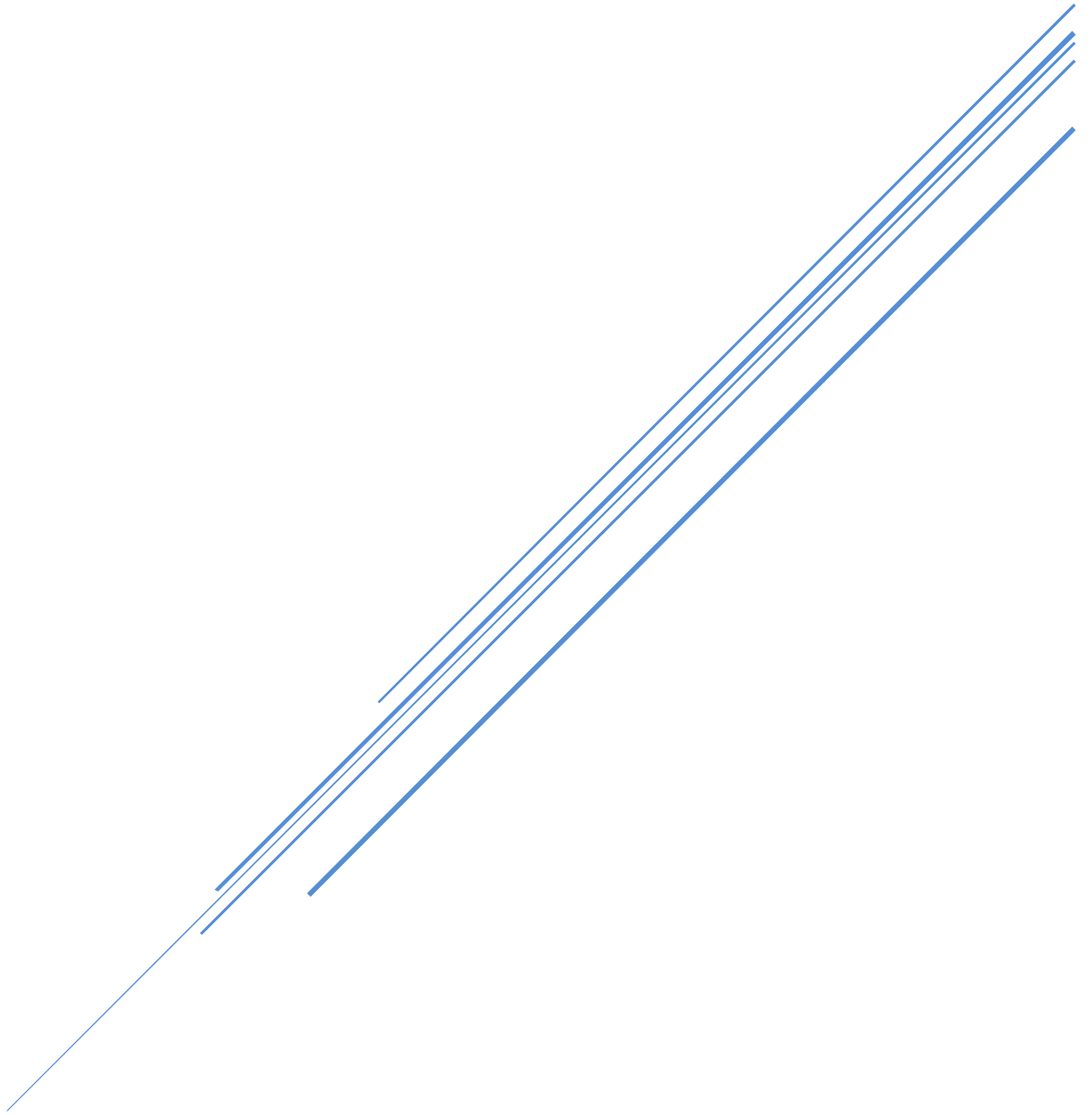


# KEREVİTAŞ GIDA SANAYİ VE TİCARET A.Ş. VE BAĞLI ORTAKLIKLARI

**1 Ocak – 31 Mart 2023 Ara Dönemi Faaliyet Raporu**



## **İÇİNDEKİLER**

- I. ŞİRKETİN FAALİYET KONUSU
- II. ORTAKLIK YAPISI
- III. YÖNETİM KURULU
- IV. İŞTİRAKLER
- V. MERKEZ DIŞI ÖRGÜTLER
- VI. DÖNEM İÇİNDEKİ ÖNEMLİ GELİŞMELER
- VII. DÖNEM SONRASI ÖNEMLİ GELİŞMELER
- VIII. İŞLETMENİN FAALİYET GÖSTERDİĞİ SEKTÖR VE BU SEKTÖR İÇERİSİNDEKİ YERİ
- IX. MAL VE HİZMET ÜRETİMİNE İLİŞKİN FAALİYETLER
- X. İDARİ FAALİYETLER
- XI. ÖZET KONSOLİDE MALİ TABLOLAR
- XII. ESAS SÖZLEŞME DEĞİŞİKLİKLERİ

## I. ŞİRKETİN FAALİYET KONUSU

Kerevitaş; dondurulmuş, konserve gıda ve yağ 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 ise tüketici margarin, ev dışı tüketim ve yemeklik yağ ürünleri bulunmaktadır.

Türkiye dondurulmuş gıda sektörünün lider firması olan Kerevitaş, SuperFresh markasıyla ürünlerini müşterilerine sunmaktadır. 1978 yılından bugüne Avrupa ülkeleri, Amerika, Türkiye Cumhuriyetleri ve Arap yarımadası ülkelerine ihracat gerçekleştirilmektedir.

Kerevitaş, dondurulmuş ve konserve gıda ürünlerinin üretimi, Bursa’da Akçalar Mahallesi’ndeki 131.000 m2 açık alan üzerine kurulu 43.000 m2 kapalı alanda konumlanan ve 6 ana üretim tesisinden oluşan fabrikası ile Afyon Emirdağ’da bulunan 253.000 m2 açık alan üzerine kurulu 33.000 m2 kapalı alanda yer alan fabrikasında gerçekleştirilmektedir. Yüksek teknoloji ile gerçekleştirilen üretimler sonrası üretilen ürünler, Bursa ve Afyon tesislerindeki yüksek kapasiteli donuk, soğuk ve kuru hava depolarda muhafaza edilmektedir. Kerevitaş, müşteri ihtiyaç ve beklentileri doğrultusunda üretim altyapısını istikrarlı bir biçimde geliştirmektedir.

Yurt içi pazarda 70.000’den fazla noktada ürün bulunurluğu bulunan Şirket, 195 dağıtım aracı ve 24.100 dondurucu ile sağlam bir satış-pazarlama ağına sahiptir. Yurt içi pazarda 57 bayisiyle kurmuş olduğu güçlü bağ 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 %43 markalı pazar payı ile açık ara lider konumdadır. (Kaynak: AC Nielsen Toplam Türkiye İndirim Marketler Hariç, YTD Mart 2023 – Ciro Payı) Bugün SuperFresh, %100 marka bilinirliğine sahiptir. Hane tercihlerine bakıldığında da markalı ürünler arasında Türkiye’de en çok haneye giren markadır.

Yağ iş birimi; sıvı yağ ve margarin alanlarında üretim yaparak Türkiye’de ve dış pazarlarda bu ürünlerin satış ve pazarlamasını gerçekleştirmektedir. 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 47 marka ve 423 SKU üretim ve satışını yapmaktadır.

Yağ İş Birimi; Adana, İstanbul ve Brunei’de olmak üzere, toplam 3 tesisinde 658.000 ton/yıl kapasiteye sahiptir. Marsa Adana fabrikası, Türkiye’de tek alanda kurulu en büyük kapasiteye sahip fabrikadır.

## II. ORTAKLIK YAPISI

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

Ortaklığın Unvanı	31 Mart 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>

### Hisse Senedi Performansı

Borsa İstanbul'da KERVT kodu ile işlem gören hisse senetlerinin 31 Mart 2023 tarihli kapanış fiyatı 10,44 TL olmuştur. Şirket hisse senetleri BIST KATILIM 100 / BIST SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KATILIM / BIST 100-30 / BIST GIDA, İÇECEK / BIST TÜM / BIST BURSA / BIST YILDIZ / BIST KATILIM TUM / BIST SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK / BIST 100 / BIST SINAİ endekslerine dahildir.

## III. 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 kapsamındaki 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 - 31 Mart 2023	1 Ocak - 31 Mart 2022
Ücretler ve diğer faydalar	25.624.246	10.874.407
	<b>25.624.246</b>	<b>10.874.407</b>

#### IV. İŞTİRAKLER

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

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

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

#### V. MERKEZ DIŞI ÖRGÜTLER

Dondurulmuş ve konserve gıda iş kolunda ürünlerin dağıtımını tüm Türkiye çapında 57 adet bayi ile gerçekleştirilmektedir. Yağ iş kolundaki tüketici ürünlerinin satışları; Yıldız Holding şirketlerinden geleneksel kanalda Horizon, modern kanalda Pasifik ve PL kanalında Yeni Teközel şirketleri tarafından yapılmaktadır. Endüstriyel, pastacılık ve catering satışları ise şirketin kendi bünyesindeki satış teşkilatı ve distribütör yapısı ile Yıldız Holding şirketlerinden G2m Eksper Satış ve Dağıtım Hizmetleri A.Ş. tarafından, ihracat ise; kendi satış organizasyonu tarafından 50'den fazla ülkeye yapılmaktadır.

#### VI. DÖNEM İÇİNDEKİ ÖNEMLİ GELİŞMELER

Kredi derecelendirme kuruluşu JCR Eurasia Rating, Kerevitaş Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş. '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.

#### VII. DÖNEM SONRASI ÖNEMLİ GELİŞMELER

Şirketimizin stratejik ve karlı büyümesine değer katmak amacıyla, Şirketimiz Yönetim Kurulu'nun 5 Mayıs 2023 tarih ve 14 sayılı toplantısında Bağımsız Yönetim Kurulu Üyelerimizin oybirliği ile alınan karar çerçevesinde; Şirketimizin hakim ortağı Yıldız Holding portföyünde bulunan Donuk Fırıncılık Ürünleri Sanayi ve Tic. A.Ş. sermayesini temsil eden payların tamamının, Sermaye Piyasası Kurulu tarafından lisanslı KPMG Yönetim Danışmanlığı A.Ş. tarafından hazırlanan 31 Mart 2023 tarihli değerlendirme raporunda bulunan değer üzerinden toplam 901.301.000 TL bedel karşılığında, peşin olarak Yıldız Holding'den satın alınmasına karar verilmiş olup, satın alma sözleşmesi imzalanmıştır.

## VIII. İŞLETMENİN 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 bağlı 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  $-18^{\circ}\text{C}$  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.  $-40^{\circ}\text{C}$ '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  $-18^{\circ}\text{C}$  sıcaklığın korunması donuk ürün gruplarımız için yüksek önem taşımaktadır. Satış noktalarında  $-18^{\circ}\text{C}$  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  $-40^{\circ}\text{C}$  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 işlemidir. 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, son 12 aylık dönemde önceki yıla göre +%96 büyüme ile 7,3 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 yıllık kişi başı tüketim 5,2 kg'dır, bu da büyüme potansiyelinin olduğunu göstermektedir.

## **Yağ Sektörü**

Dünyada bitkisel yağ üretimi başta palm yağı olmak üzere soya, kolza ve ayçiçeğinden karşlanmaktadır. 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 çeyreğinde geçen yılın aynı dönemine göre +%39 büyüme göstererek 12,1 milyar TL\*\* ciro değerine ulaşmıştır. Markalaşmaya en açık yağ kategorisi olan margarin kategorisi ise aynı dönemde ciroda +%35 büyüme ile 1,6 milyar TL ciro değerine ulaşmıştır.

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

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

## **IX. 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. Şirket'in bu alandaki ürünleri; Dondurulmuş Pizza, Börek, Milföy, Mantı, Pide, Sebze- Meyve, Patates & Patates Kroket, Tatlı, Et Ürünleri ve Kaplamalı Ürünler, Donuk Fırıncılık ve Konserve Ürünleridir.

Konserve ürün kategorisi; ton balığı konserveleri, mısır ve sebzelerdir. Kerevitaş ürünlerinin üretimi, Bursa'da Akçalar Mahallesi'ndeki 131.000 m2 açık alan üzerine kurulu 43.000 m2 kapalı alanda konumlanan ve 6 ana üretim tesisinden oluşan fabrikası ile Afyon Emirdağ'da bulunan 253.000 m2 açık alan üzerine kurulu 33.000 m2 kapalı alanda yer alan fabrikasında gerçekleştirilmektedir. Yüksek teknoloji ile gerçekleştirilen üretim üretimler sonrası üretilen ürünler, Bursa ve Afyon tesislerindeki, yüksek kapasiteli donuk, soğuk ve kuru depolarda muhafaza edilmektedir. Kerevitaş, müşteri ihtiyaç ve beklentileri doğrultusunda üretim altyapısını istikrarlı bir biçimde geliştirmektedir. Bursa ve Afyon Emirdağ olmak üzere her 2 fabrikada, Covid-19 sürecinde alınan önlemler ve hijyen standartları sonucunda, TSE COVID-19 Güvenli Üretim Belgesi'ni almaya hak kazanılmıştır.

Kerevitaş Kalite yönetim sistemi, 1994 yılında çalışmalarına başlanan ISO 9001 Sistemi 1997 yılında belgelendirilmiş ve son olarak 2023 yılında denetlenerek TS EN ISO 9001: 2015 Kalite Yönetim Sistemi Belgesi ile güvence altına alınmıştır. Gıda Güvenliği Yönetim Sistemi

alışmaları ise 1997 yılında HACCP Prensiplerini uygulayarak başlamıştır. Sistem, 2003 yılında TS 13001- HACCP Gıda Güvenliği Yönetimi Sistemi Belgesi ile belgelendirilmiş son olarak 2023 yılında denetlenerek TS EN ISO 22000 Gıda Güvenliği Yönetim Sistemi adı altında gıda güvenliği garanti altına alınmıştır. Entegre Yönetim Sistemi (ISO-9001, ISO-22000, ISO-14001 ve ISO-45001) kurma kararı alan Kerevitaş çalışmalarını bu doğrultuda yürütmektedir. Kuruluşumuzun, Gıda Güvenliği için Küresel Standart BRCGS (Brand Reputation through Compliance Global Standards) tarafından belgelenmiş uluslararası geçerliliği olan Gıda Güvenliği Sistemi bulunmaktadır. Bursa ve Afyon Emirdağ her 2 fabrikada BRCGS belgesi FSMA modülüne sahiptir. Kerevitaş; SuperFresh Dondurulmuş Bezelye, Garnitür, Fasulye, Karnabahar, Brokoli, Soğan, Bamya, Barbunya Fasulyesi, Ispanak, Mısır, Patates, Hamburger Köfte, Milföy Hamuru, Manti, Pizza, Börek ve Superton Ton Balığı Konservesi ürünleri ile Türk Standartları Uygunluk denetimine tabi olup TSE Uygunluk Belgeleri ile Türk Standartları Enstitüsü Kalite Güvencesi altındadır. 2011 yılında başlayan çalışmalar doğrultusunda Kerevitaş ürün grupları, TSE tarafından 2012 yılında Helal Gıda olarak belgelenmiştir. Et ve et ürünleri, tahıl ve tahıl ürünleri (unlu mamuller), dondurulmuş meyve ve sebze ürünleri, konserve gıda (ton balığı ve sebze&meyve konservesi) grubu ürünlerde Helal Gıda belgeleri bulunmaktadır. BRCGS, ISO 22000 Gıda Güvenliği Yönetim Sistemi ve ISO 9001 Kalite Yönetim Sistemi kapsamında tarladan çatala kadar tüm aşamalarda sağlıklı ve güvenli çalışmayı ilke edinmiş olan Kerevitaş, insan sağlığına ve müşteri memnuniyetine büyük önem vermektedir. Tüketici hassasiyetlerine uyum doğrultusunda 2017 yılında ilk Vegan belgesini alan Kerevitaş, 2023 yılı itibariyle SuperFresh markası ile 3 üründe Vegan ürün sertifikasına sahiptir.

Yurt içi pazarda 70.000'den fazla noktada ürün bulunurluğu bulunan şirket, 195 dağıtım aracı ve 24.100 dondurucu ile sağlam bir satış-pazarlama ağına sahiptir. Yurt içi pazarda 57 bayisiyle kurmuş olduğu güçlü bağ 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 %43 markalı pazar payı ile açık ara lider konumdadır. (Kaynak: AC Nielsen YTD Mart 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. Her yıl yaklaşık 28 milyon tabakta yer alarak 7 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 672 SKU'yu perakende, ihracat, ticari ve ev dışı tüketim kanallarındaki müşterilere sunmuştur. 2023 yılı ilk çeyrekte de odaklı inovasyon stratejisi doğrultusunda kategorideki liderliğini perçinleyecek taktiksel ve rekabetçi, sektöre yön veren yenilikçi 14 yeni ürün lansmanı hayata geçirilmiştir. İlk çeyrekteki yeni ürünlerin toplam SuperFresh cirosuna katkısı 37 milyon TL ve 661 ton olmuştur. Çok sevilen Pizza King'in yeni eşidi 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 ubukları 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 4 yeni yüksek gramajlı promosyon ürün lansmanı gerçekleşmiştir. Tekli pizza pazarında varlığımızı güçlendirme hedefiyle, gerçek restoran deneyimini evlere taşıyan Taş Fırın Pizza ailesinde relansman gerçekleştirilmiştir. Bu



kapsamda, 3 SKU ile indirim market kanallarında afiş, ilk kez promosyonlu ürün ile ulusal & Geleneksel kanalda eş zamanlı hızlı dağıtım & listelenme sağlanmıştır.

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 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)

Ana iletişim kampanyası sonrasında sosyal medya kanallarında; Ramazan döneminde, Refika Birgül iş birliği devam ettirilerek her gün tarif ve "consumer education" yaklaşımı ile bilgilendirici içerikler paylaşılmıştır. Hedef kitlenin uzun süre vakit geçirdiği kanallarda tüketicilerle etkileşim içinde olunmuş; marka bilinirliği, sadakati ve konuşulmasına hizmet edilmiştir.

Mağaza içi tanıtım aktiviteleri ile de aktif olan SuperFresh, hem ana iletişim dönemi hem de Ramazan 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.

### **Dağıtım**

Kerevitaş markasıyla dondurulmuş gıda ve konserve alanlarında güçlü bir yurt içi dağıtım altyapısına sahip olan Kerevitaş, satış ve dağıtım yönetimini güçlü ve konusunda uzman münhasır distribütörler ile gerçekleştirmektedir. Kerevitaş, dondurulmuş gıda ve konserve alanlarındaki güçlü lojistik zinciri ve ürün gamının çeşitliliğiyle ön plana çıkmaktadır. Dondurulmuş gıda sektöründe en önemli noktanın ürünlerin doğru konumlanması gerçeğinden hareketle Şirket, Kerevitaş markasıyla 1990 senesinden bu yana yaptığı özel nitelikli derin dondurulmuş dolap yatırımı ile ürünlerin tüketiciye ulaşmasını sağlamaktadır. Bu dolaplar belli tutarların üzerinde ciro yapan satış noktalarına ariyet sözleşmesi karşılığında teslim edilmektedir. Söz konusu dolaplar sadece Kerevitaş mamulleri için kullanılmakta ve denetimi Kerevitaş tarafından gerçekleştirilmektedir.

### **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 50'den 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 ile patates ve kroket ürünlerine kadar uzanmaktadır.

### **Ev Dışı**

Kerevitaş'ın dondurulmuş gıda ve konserve iş kolundaki ev dışı tüketim ürünleri; patates, sebze&meyve, mantı, milföy, pizza, börekten, ton balığı ve konserve çeşitlerine kadar 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.

### **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 47 marka ve 423 SKU üretimi gerçekleştirmektedir. Üretime başladığı yıldan itibaren yağ sanayisinde örnek olan firma, 1999 yılında Entegre Yönetim Sistemi (ISO-9001, ISO-14001 ve OHSAS-18001) kurma kararı alarak çalışmalarına başlamış, sektöründe üç belgeyi ilk alan şirket olarak diğer sanayi kuruluşlarına örnek olmuştur. 2012 yılında AIB (American Institute of Baking) ve 2013 yılında ISO 22000 Gıda Güvenliği Belgelerini alarak kalite konusundaki önderliğini devam ettirmiştir. 2014 yılında da ISO 50001 Enerji Yönetim Sistemi Belgesi'ni alarak, enerji yönetimi ve sürdürülebilir çalışma alanlarında sektörün öncü kuruluşlarından olmuştur. BRC (British Retail Consortium) tarafından belgelenmiş uluslararası geçerliliği olan Gıda Güvenliği Sistemi bulunmaktadır. 2021 yılında 1 üründe Vegan Belgesi almıştır. 2022 yılında ise ISO 17025:2017 Deney Laboratuvarı Akreditasyon Sertifikası'nı almıştır.

## Satış ve Pazarlama

Yerli ve global oyuncuların bulunduğu margarin pazarında, %65,4 (Kaynak AC Nielsen Mart 2023– Ciro Payı, indirim marketler hariç) ile 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, %31 ciro payı ile paket pazarındaki açık ara liderliğini Mart ayında da perçinlemiştir (Kaynak: AC Nielsen Toplam Türkiye, indirim marketler hariç Mart 2023 Paket Margarin Ciro Payı, Ipsos HTP 2022). 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 417 bin takipçiye ulaşmış ve kendi rekorunu kırmıştır.

Türkiye'de bir ilk olan, içinde yağ, salça, soğan, sarımsak ve baharatların yer aldığı; yemeklere lezzet katan Ülker Bizim Yemek Bazı ürünleri ile hedef kitlenin yoğun zaman geçirdiği yemek kanalları ve dijital mecralarda odaklı tarif iletişimi yapılmıştır. Ayrıca tirajı en yüksek olan yemek dergilerinde ilan ve advertorial tarif içerikleri ile yer alınmıştır.

Hamur Bizim İşimiz Youtube kanalındaki stratejik iletişim ve yemek bazı iletişimi ile 263 bin abone sayısına ulaşılmış, bu platform FMCG Gıda sıralamasında 3.lüğe yükselmiştir.

Kase margarin segmentinde pazar lideri olan Ülker Teremyağ, 2023 yılı ilk çeyrekte de açık ara liderliğini %54 ciro payı ile sürdürmektedir (Kaynak: AC Nielsen Toplam Türkiye, indirim marketler hariç Mart 2023 Kase & Sıvı Margarin Ciro Payı). Kategorinin hem ürün hem de iletişim anlamında en yenilikçi markası olan Teremyağ, 2023 yılı ilk çeyrekte 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 konuma yükselmiştir. 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 1,7 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 ve advertorial reklam içerikleri ile (FoodinLife, Gastronomi, Patisserie by FoodinLife) marka iletişimi kuvvetlendirilmektedir.

Marsa aynı zamanda Türkiye'nin lider margarin ihracatçısı konumundadır. Türkiye İstatistik Kurumu verilerine göre Marsa, Türkiye toplam margarin ihracatının %38'ini gerçekleştirmektedir.

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 çeyreğinde; Prodexpo Rusya, Gulfood Dubai ve UZFOOD Özbekistan fuarlarına katılmıştır. Tüketici margarin ve pastacılık kategorilerinde 15'i aşkın yeni müşteriyi portföye dahil edilmiştir.

Marsa'nın ihracattaki yıldız markası Ona; uzun yıllardır Ortadoğu ve Orta Asya pazarlarında tüketici margarin kategorisinde açık ara lider konumdadır. İlk çeyrekte; 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.

### **Dağıtım**

Kerevitaş'ın yağ iş kolundaki yurt içi tüketici ürünlerinin satışları, Yıldız Holding şirketlerinden geleneksel kanalda Horizon; modern kanalda Pasifik ve PL kanalında Yeni Teközel şirketleri tarafından yapılmaktadır. 115.000'den fazla noktaya tüketici ürünleri ile ulaşılmaktadır. Endüstriyel, pastacılık ve catering satışları ise Şirket'in kendi bünyesindeki satış teşkilatı ve distribütör yapısı ile Yıldız Holding şirketlerinden Eksper Gıda tarafından, ihracat ise; kendi satış organizasyonu tarafından 50'den fazla ülkeye gerçekleştirilmektedir.

### **İhracat**

Kerevitaş, yağ iş kolunda 2023 yılı TÜİK verilerine göre Türkiye'nin 38% yağ ihracatını beş kıtada 50'den fazla ülkede tüketici, pastacılık, catering, yemeklik kategorileri ile gerçekleştirmiştir.

### ***Tüketici Ürünleri***

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

### ***Ev Dışı Tüketim Ürünleri***

- 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*

## X. İDARİ FAALİYETLER

### a) Şirket Yönetim Kadrosu

Şirketimizin üst düzey yöneticileri ve görevleri aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Mehmet Tütüncü	CEO	Yıldız Holding
Mert Altınkılıç	CEO	Yağ İş Birimi, Dondurulmuş Gıda ve Konserve İş Birimi
Özhan Nuri Özesenli	Genel Müdür-Tedarik Zinciri	Yağ İş Birimi, Dondurulmuş Gıda ve Konserve İş Birimi
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
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 Turan	Direktör- İnsan Kaynakları	Yağ İş Birimi, Dondurulmuş Gıda ve Konserve İş Birimi
Hülya Karslı	Müdür- Bilgi Teknolojileri	Yağ İş Birimi, Dondurulmuş Gıda ve Konserve İş Birimi

### b) Personel Bilgileri

Şirket'in 31 Mart 2023 itibarıyla bünyesinde istihdam edilen personel sayısı 1.595'tir. (31 Aralık 2022: 1.584).

## XI. ÖZET KONSOLİDE MALİ TABLOLAR

### ÖZET BİLANÇO (TL)

	Bağımsız Denetimden Geçmemiş Cari Dönem	Bağımsız Denetimden Geçmiş Önceki Dönem
	31 Mart 2023	31 Aralık 2022
<b>VARLIKLAR</b>		
Dönen Varlıklar	7.618.663.973	6.736.659.549
Duran Varlıklar	2.804.031.422	2.792.843.259
<b>TOPLAM VARLIKLAR</b>	<b>10.422.695.395</b>	<b>9.529.502.808</b>
<b>KAYNAKLAR</b>		
Kısa Vadeli Yükümlülükler	5.557.151.692	4.763.075.366
Uzun Vadeli Yükümlülükler	972.405.865	965.415.784
Toplam Özkaynaklar	3.893.137.838	3.801.011.658
<b>TOPLAM KAYNAKLAR</b>	<b>10.422.695.395</b>	<b>9.529.502.808</b>

### ÖZET GELİR TABLOSU (TL)

	Bağımsız Denetimden Geçmemiş Cari Dönem	Bağımsız Denetimden Geçmemiş Önceki Dönem
	1 Ocak – 31 Mart 2023	1 Ocak – 31 Mart 2022
<b>Hasılat</b>	<b>3.190.679.782</b>	<b>2.429.110.359</b>
<b>Brüt kar</b>	<b>581.772.164</b>	<b>732.063.183</b>
Brüt kâr marjı	%18,23	%30,14
<b>Faaliyet Karı (*)</b>	<b>260.173.926</b>	<b>549.653.859</b>
Faaliyet kâr marjı	%8,15	%22,63
<b>FAVÖK</b>	<b>292.329.867</b>	<b>567.418.317</b>
FAVÖK marjı	%9,16	%23,36

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

## XII. 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, konu yapılacak ilk Genel Kurul toplantısında pay sahiplerinin onayına sunulacaktır.