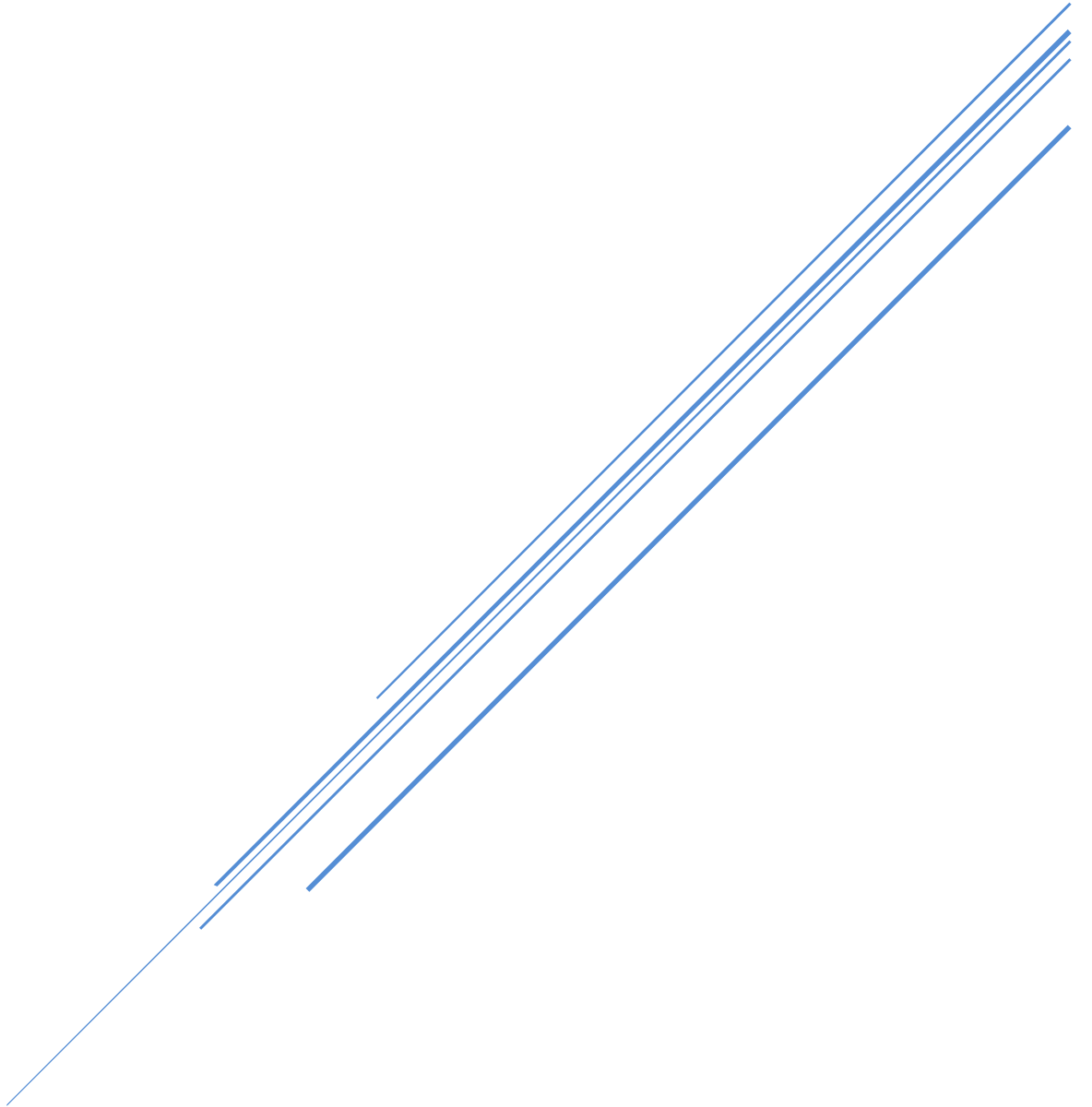


KEREVİTAŞ GIDA SANAYİ VE TİCARET A.Ş. VE BAĞLI ORTAKLIKLARI

1 Ocak – 31 Mart 2022 Dönemi Faaliyet Raporu



İÇİNDEKİLER

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

I. ŞİRKETİN FAALİYET KONUSU

Kerevitaş; dondurulmuş ve konserve gıda 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.

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

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 gerçekleşmektedir. 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 61.000’den fazla noktada ürün bulunurluğu bulunan Şirket, 195 dağıtım aracı ve 25.500 dondurucu ile sağlam bir satış-pazarlama ağına sahiptir. Yurt içi pazarda 56 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 ilk çeyrekte Taze Dondurulmuş Gıda Pazarında %44,3 ciro pazar payı ile açık ara lider konumdadır. Bugün SuperFresh, %100 marka bilinirliğine sahiptir. Hane tercihlerine bakıldığında da markalı ürünler arasında Türkiye’de en çok haneye giren markadır.

Besler Gıda; 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 50 marka ve 417 SKU üretim ve satışını yapmaktadır.

Besler; 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.

Yurtiçinde tüketici ürünlerinin satışları; Yıldız Holding şirketlerinden geleneksel kanalda Horizon; modern kanalda Pasifik ve PL kanalında Teközel şirketleri tarafından yapılmaktadır. Endüstriyel, pastacılık ve catering satışları ise şirketin kendi bünyesindeki satış teşkilatı ve distribütör yapısı ile birlikte Yıldız Holding şirketlerinden G2m Ekspert Satış ve Dağıtım Hizmetleri A.Ş. tarafından, ihracat ise; kendi satış organizasyonu tarafından 50’den fazla ülkeye yapılmaktadır.

II. ORTAKLIK YAPISI

31 Mart 2022 itibarıyla Şirket'in ortaklık yapısı aşağıdaki gibidir;

Ortaklığın Unvanı	31 Mart 2022		31 Aralık 2021	
	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	10,34	68.429.804
Diğer	29,49	195.244.357	25,41	168.244.357
Toplam	100	662.000.000	100	662.000.000

Hisse Senedi Performansı

Borsa İstanbul'da KERVİT kodu ile işlem gören hisse senetlerinin 31 Mart 2022 tarihli kapanış fiyatı 4,16 TL olmuştur. Şirket hisse senetleri BIST GIDA, İÇECEK / BIST TİM / BIST BURSA / BIST YILDIZ / BIST SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK / BIST SİNAİ / BIST TİM-100endekslerine dahildir.

III. YÖNETİM KURULU

Adı Soyadı	Görevi	Görev Süresi
Mehmet TÖTÖNCÜ	Başkan	27.04.2021-27.04.2024
Ali ÜLKER	Başkan Vekili	27.04.2021-27.04.2024
Hüseyin Avni METİNKALE	Üye	27.04.2021-27.04.2024
Vehbi MERZECİ	Üye	27.04.2021-27.04.2024
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 2022	1 Ocak - 31 Mart 2021
Ücretler ve diğer faydalar	10.874.407	5.943.144
	10.874.407	5.943.144

IV. İŞTİRAKLER

31 Mart 2022 ve 31 Aralık 2021 tarihi itibarıyla şirketin bağlı ortaklıkları ve ortaklık oranları aşağıda gösterilmiştir.

	Doğrudan ve dolaylı etkin sahiplik oranları %	
Bağlı Ortaklıklar	31 Mart 2022	31 Aralık 2021
Besler Gıda ve Kimya San. ve Tic. A.Ş.	%100,00	%100,00
Kerpe Gıda Sanayi ve Tic. A.Ş.	%100,00	%100,00
Berk Enerji Üretimi A.Ş.	%88,07	%88,07
Marsa Yağ Sanayi ve Tic. A.Ş.	%70,00	%70,00
Western Foods and Packaging SDN BHD	%70,00	%70,00

V. MERKEZ DIŞI ÖRGÜTLER

Dondurulmuş ve konserve gıda iş kolunda ürünlerin dağıtımı tüm Türkiye çapında 56 adet bayi ile gerçekleştirilmektedir. Yağ iş kolunda yurtiçinde tüketici ürünlerinin satışları; Yıldız Holding şirketlerinden geleneksel kanalda Horizon; modern kanalda Pasifik ve PL kanalında Yeni Teközel tarafından yapılmaktadır. Endüstriyel, pastacılık ve catering satışları ise şirketin kendi bünyesindeki satış teşkilatı ve distribütör yapısı ile birlikte Yıldız Holding şirketlerinden G2m Ekspres Satış ve Dağıtım Hizmetleri A.Ş. tarafından, ihracat ise; kendi satış organizasyonu tarafından yürütülmektedir.

VI. 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°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-Bireysel Şok Dondurma) tekniği kullanılarak işlenen meyve ve sebzelerin birebir şoklanarak dondurulması sağlanmaktadır. Bu yöntemle kaynağından ve mevsiminde temin edilen hammaddeler temizlenip, “Tek Tek Hızlı Dondurma İşlemi” (Individual Quick Freezing) (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 (Tek Tek Dondurma) 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 Kereviş’in 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. %78 büyüme ile Toplam FMCG sektör ortalamasının (%61) üzerinde büyüme gösteren Perakende Taze Dondurulmuş Gıda Pazarı 2022 yılı ilk çeyrekte 1,3 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 6,1 kg’dır, 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 2022’de yılın ilk çeyreğinde +%103 büyüme göstererek 8,2 milyar TL** değere ulaşmıştır. Markalaşmaya en açık yağ kategorisi olan margarin kategorisi ise ciro sal +%117 artış göstermiştir.

**Kaynak: Nielsen Toplam Türkiye, Yağ Pazarı Raporu Mart YTD 2022

*Kaynak: Nielsen Toplam Türkiye, Taze Dondurulmuş Gıda Pazarı Raporu, Mart YTD 2022

VII. MAL VE HİZMET ÜRETİMİNE İLİŞKİN FAALİYETLER

Dondurulmuş Gıda ve Konserve İş Birimi

Üretim

Dondurulmuş ve konserve gıda alanlarında Kerevitaş markasıyla faaliyet yürüten Şirket, bu iş kolunda gelişmiş bir üretim altyapısına sahiptir. Şirket'in bu alandaki ürünleri; Dondurulmuş Pizza, Börek, Milföy, Manti, 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 sebzedir. 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 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 2022 yılında denetlenerek TS EN ISO 9001: 2015 Kalite Yönetim Sistemi Belgesi ile güvence altına alınmıştır. Gıda Güvenliği Yönetim Sistemi çalışmaları ise 1997 yılında HACCP Prensiplerini uygulayarak başlamıştır. Sistem, 2003 yılında TS 13001- HACCP Gıda Güvenliği Yönetim Sistemi Belgesi ile belgelendirilmiş son olarak 2022 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 BRC (British Retail Consortium) tarafından belgelenmiş uluslararası geçerliliği olan Gıda Güvenliği Sistemi bulunmaktadır. Bursa ve Afyon Emirdağ her 2 fabrikada BRC belgesi FSMA modülüne sahiptir. Kerevitaş; SuperFresh Dondurulmuş Bezelye, Garnitür, Fasulye, Karnabahar, Brokoli, Soğan, Bamya, Barbunya Fasulyesi, 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, meyve ve sebze ürünleri, balık ve balık ürünleri grubu ürünlerde Helal Gıda belgeleri bulunmaktadır. BRC, 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, 2022 yılı itibariyle 4 üründe Vegan ürün sertifikasına sahiptir.

Satış ve Pazarlama

Yurt içi pazarda 61.000'den fazla noktada ürün bulunurluğu bulunan Şirket, 195 dağıtım aracı ve 25.500 dondurucu ile sağlam bir satış-pazarlama ağına sahiptir. Yurt içi pazarda 56 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 ilk çeyrekte Taze Dondurulmuş Gıda Pazarında %44,3 markalı pazar payı ile açık ara lider konumdadır. Bugün SuperFresh, %100 marka bilinirliğine sahiptir. Hane tercihlerine bakıldığında da markalı ürünler arasında Türkiye'de en çok haneye giren markadır. Superfresh ürünleri 2022 yılı ilk çeyrekte yaklaşık 285 bin yeni haneye girerek 8,4 milyon kişinin sofrasına ulaşmaktadır. Bu yıl da "dondurulmuş gıdada lider

& uzman markadır” imaj skorunda kategori liderliğini sürdürmüştür. SuperFresh %24 artışla 657 farklı ürünü perakende, ticari ve ev dışı tüketim kanallarındaki müşterilere sunmuştur. 2022 yılında da portföye yenilikçi ve lider marka duruşunu destekleyecek ürünler ilave ederek yeni bir soluk getirmiş, TV ve dijital gibi mecralarla iletişime taşımış ve sektöre yön vermiştir.

Bu amaca hizmet edecek şekilde; Pizza kategorisine yeni bir soluk getiren Türkiye’de ilk tost makinesinde pişen pizzayı tüketicilerin hayatına sokan Pizza Tost’un yeni Çikolatalı çeşidi ürün ailesine dahil olmuş, Pizza’daki liderliğin perçinlenmesi hedeflenmiştir. Manti kategorisinde fark yaratacak fırında pişme özelliği ile ayrılan Fırında Manti & ton kategorisinde sağlıklı öğün olarak konumlandırılacak ‘Ton mix’ çeşitlerinin (3 SKU) ilk lansmanı ŞOK kanalında gerçekleştirilmiştir. Kanala özel ürünler (E-ticaret: Super mix) geliştirilerek tüketici ihtiyaçlarına yön vermek ve hane penetrasyonunu artırmak hedeflenmiştir. Sağlıklı atıştırmalık Falafel ürününün relansmanı gerçekleştirilerek inovatif ürünlerle raflarda yerini almıştır.

Mixx Awards 2021’de 'Entegre Reklamlar' kategorisinde SuperFresh Pizza Tost Projesi ile Bronz ödüle layık görülmüştür.

Mağaza içi tanıtım aktiviteleri ile de aktif olan SuperFresh, tüketiciler tarafından kullanımı hızla artan e-ticaret sektöründe varlığını ürün listelemeleri, özel promosyonlar ve özel ürün paketleri ile de artırmıştır.

Sosyal medya kanallarında; marka bilinirliği, sadakati ve konuşulmasına hizmet ederek yeni kullanıcılara ulaşacak fenomen, mecra iş birlikleri ve projelerle dijital mecralarda varlık göstermeye devam etmiştir. Hedef kitlenin uzun süre vakit geçirdiği kanallarda tüketicileriyle yıl boyunca etkileşim içinde olmuştur.

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 20’den fazla ülkeye ihracat gerçekleştirmektedir.

Dağıtım ağını genişletmeyi ve yeni müşterilerle portföyünü büyütmeyi hedefleyen Kerevitaş, 13-17 Şubat tarihlerinde dünyanın önde gelen uluslararası gıda fuarı Gulfood Dubai fuarına katılım sağlamıştır.

Ekonomi Bakanlığı tarafından; “Uluslararası pazarlarda Türk malı imajının oluşturulması ve yerleştirilmesi” amacıyla oluşturulan “Turquality” programı kapsamında büyümeyi hedeflediği odak ülkelerde gerçekleştirdiği aktiviteleri desteklenmiştir.

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. Ocak ayında Anfaş 28. Uluslararası Gıda ve İçecek İhtisas Fuarı'na, mart ayında ise yaklaşık 5.000 gastronomi öğrencisinin katıldığı "Culinary Forum" etkinliğine katılmıştır.

İhracat

Kerevitaş'ın Dondurulmuş Gıda ve Konserve iş kolundaki ihracat ürün grubundaki ürünleri Şirket'in tüm ürün portföyünü kapsamaktadır.

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 ana kategorileri altında Bizim Yağ, Teremyağ, Luna, Ona, Ustam ve Evet başta olmak üzere toplam 50 marka ve 417 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 da ISO 22000 Gıda Güvenliği Belgelerini alarak kalite konusundaki önderliğini devam ettirmiştir. Son olarak 2014 yılında da ISO 50001 Enerji Yönetim Sistemi Belgesi'ni alarak, enerji yönetimi ve sürdürülebilir çalışma alanlarında sektörün öncü kuruluşlarından olmuştur. 2020 yılında, Covid-19 sürecinde alınan önlemler ve hijyen standartları sonucunda, TSE COVID-19 Güvenli Üretim Belgesi belgeyi almaya hak kazanılmıştır.

Satış ve Pazarlama

Yerli ve global oyuncuların bulunduğu margarin pazarında, %63 (Kaynak AC Nielsen Mart YTD 2022–Ciro Payı wo HD) pay ile açık ara lider olan Yıldız Holding Yağ İş Birimi, güçlü tüketici iç görüşü 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, %34 ciro payı ile paket pazarındaki açık ara liderliğini 2022 ilk çeyrek döneminde de perçinlemiştir (Kaynak: AC Nielsen Toplam Türkiye Mart YTD 2022 Paket Margarin Ciro Payı, Ipsos HTP Şubat YTD 2022).

Pazar payındaki liderliğini, dijital platformlara da taşıyan Bizim Yağ, Hamur Bizim İşimiz Youtube kanalında ilk çeyrekte de tüketicileriyle yoğun etkileşim içinde olmuştur. "Sen Hangi Hamur İşisin?" projesinde dinamik ve tüketicinin ilgisini çeken konsepti ile başarılı iş sonuçları elde ederken, mart ayında "Turgay Başyayla ile Alaçatı Ot Festivalindeyiz" konseptiyle yayında olmuştur. Bu projeler Bizim Yağ'ın instagram sayfasında fenomen iş birlikleri, filtreler ve özel tarif içerikleri ile yoğun bir şekilde desteklenmiş ve tüketiciler ile yoğun bir etkileşim sağlanmıştır. Bu projeler ile Bizim Yağ'ın marka imajı skorları ilk çeyrekte artış göstermiştir (2021 imaj skoru: %44, 2021 Q1:%45, Ipsos BHT Mart YTD 2022). Sosyal Medya'da 380 bin takipçiye ulaşarak FMCG gıda kategorisinde 400'ü aşkın

marka arasında ilk sırada yer almıştır. Youtube kanalı Hamur Bizim İşimiz 'de ise, tarif videolar, ünlü şefler ve moderatörler ile gerçekleştirilen eğlenceli projeleriyle FMCG gıda kategorisinde Youtube kanalları sıralamasında 240 bin takipçisiyle 4.sırada yer almıştır. Ayrıca bu sıralamada en yüksek etkileşim oranına sahip kanaldır.

Kâse margarin segmentinde pazar lideri olan Ülker Teremyağ, 2022'nin ilk çeyreğinde de açık ara liderliğini %38 ciro payı ile sürdürmüştür (Kaynak: AC Nielsen Toplam Türkiye Mart YTD 2022 Kase ve Sıvı Margarin Ciro Payı). En çok haneye giren kâse margarin markası olan Teremyağ, 2022'nin ilk çeyreğinde marka değeri ve marka arzusu açık ara en yüksek marka olma konumunu sürdürmüştür. Tüketicileri tarafından tereyağının lezzet ikizi olarak bilenen Teremyağ, 2022'nin ilk çeyreğinde de "en iyi tereyağı tadına sahiptir" imaj skorunda kategori liderliğini korumuştur. Kategorinin hem ürün hem de iletişim anlamında en yenilikçi markası olan Teremyağ, 2022'nin ilk çeyreğinde hedef kitlenin yoğun vakit geçirdiği Instagram mecrası üzerinde Teremyağ'ın en önemli tüketim motivasyonu olan lezzete odaklanmış, ürettiği yüksek kalite içerikler ve fenomen iş birlikleri ile milyonlarca kişiye ulaşmış ve Teremyağ'ın 'iyi yemeğin sırrı' mesajını tüketicilere başarıyla geçirerek marka imajını desteklemiştir. Teremyağ, ilk çeyrek boyunca sürdürdüğü devamlı tarif iletişimi ve fenomen iş birlikleri ile tüketiciler ile yoğun etkileşim sağlamıştır.

Pazarın köklü markası Luna, 2021 yılında satış şirketi değişikliği ile Besler üzerinden satılmaya başlamıştır. 2022'nin ilk çeyreğinde ulusal kanalda %10,6 pazar payına ulaşarak pazarın jenerik markası olan rakibini geçmiştir (Kaynak: AC Nielsen Toplam Türkiye Mart YTD 2022 Kâse Margarin Tona Payı).

Besler 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. Bu kapsamda; Ustam'ın sosyal medya hesapları ve web sitesi üzerinden Türkiye'nin önde gelen pastanelerinin ustaları, Ustam demo şefleri ve Türkiye'nin dört bir yanındaki pastacı ustalarıyla içerikler oluşturularak hedef kitle 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, mart ayında alanında dünyanın 2. büyük fuarı olma özelliğini taşıyan Ibaitech Fuarı'na katılmıştır. Yerli, yabancı binlerce ziyaretçinin katılımıyla gerçekleşen Ibaitech'te Ustam demonstrasyon şefleri Ustam ürünleriyle 30 farklı lezzeti ziyaretçileri için hazırladı.

Ustam ile "geleceğin pastacılarını yetiştiren marka" olma vizyonu doğrultusunda; ilk çeyrekte Balıkesir Fennur Sözen Meslek Lisesi, İzmir Erdinç Ahmet Cengiz Meslek Lisesi ve Eskişehir Anadolu Üniversitesi'nde öğrencilere şeflerimizle pastacılık eğitimleri verilmiştir.

Marsa aynı zamanda Türkiye'nin lider margarin ihracatçısı konumundadır. Türkiye İstatistik Kurumu verilerine göre Marsa, Türkiye toplam margarin ihracatının 41%'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. İlk çeyrekte, Gulfood Dubai ve Prodexpo fuarlarına katılmıştır.

Marsa'nın ihracattaki yıldız markası Ona; uzun yıllardır Ortadoğu ve Orta Asya pazarlarında tüketici margarini kategorisinde açık ara lider konumdadır. Ocak ayında açık ara lider konumda olduğu Irak'ta; "Ona, Mutfakları Saran Lezzet Dalgası" reklam filmi TV'de tüketicileriyle buluşmuştur. Büyümeyi hedeflediği Özbekistan pazarında; markayı hatırlatmak hedefi ile outdoor dijital ekranlarda kısa filmi ile yayında olmuştur.

Dağıtım

Kerevitaş'ın yağ iş kolundaki yurt içi tüketici ürünlerinin satışları, Yıldız Holding şirketlerinden geleneksel kanalda Horizon; modern kanalda Pasifik ve PL kanalında 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 birlikte Yıldız Holding şirketlerinden Eksper Gıda tarafından, ihracat ise; kendi satış organizasyonu tarafından 50'den fazla ülkeye gerçekleştirilmektedir.

İhracat

Kerevitaş, yağ iş kolunda beş kıtada 50'den fazla ülkeye ihracat gerçekleştirmektedir.

Tüketici Ürünleri

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

Ev Dışı Tüketim Ürünleri

- Pastacılık ve Catering Yağları
Ustam, Usta, Proser, Teremyağ ve Bizim markaları
- Endüstriyel Yağlar

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

Yemeklik Yağlar

- Sabah, Evet, Bizim Bereket

VIII. İDARİ FAALİYETLER

a) Şirket Yönetim Kadrosu

Şirketimizin üst düzey yöneticileri ve görevleri aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Mehmet Tütüncü	CEO	Yıldız Holding
Şükrü Çin	CEO (Murahhas Müdür)	Yağ İş Birimi, Dondurulmuş Gıda ve Konserve İş Birimi
Sadettin Atilla	Başkan Yardımcısı- Tedarik Zinciri ve Üretim	Yağ İş Birimi, Dondurulmuş Gıda ve Konserve İş Birimi
Burak Deniz	Genel Müdür- Türkiye Satış ve Tic. Paz	Dondurulmuş Gıda ve Konserve İş Birimi
Özhan Nuri Özesenli	Genel Müdür-Tedarik Zinciri	Dondurulmuş Gıda ve Konserve İş Birimi
Verda Duysak	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	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 2022 itibarıyla bünyesinde istihdam edilen personel sayısı 1.512' dir. (31 Aralık 2021: 1.565).

IX. DÖNEM İÇİNDEKİ GELİŞMELER

Şirket Yönetim Kurulu'nun 17/02/2022 tarihli kararı ile, Şirketin 2017 yılında Besler Gıda ve Kimya Sanayi ve Tic. A.Ş.'nin (Besler) sermayesini temsil eden payların tamamını satın almasıyla başlayan süreçle birlikte gerek organizasyonel yalınlaşmada gerekse operasyonel alanlarda şirket verimliliğine yansımaları beklenen sinerjilerin planlanan olgunluğa ulaşması sonucunda, Şirketin sermayesinin %100'üne sahip olduğu Besler ile kolaylaştırılmış usulde birleştirilmesine karar vermiştir. Bu çerçevede Sermaye Piyasası Kurulu'na 05.04.2022 tarihinde başvuruda bulunulmuştur.

X. ÖZET KONSOLİDE MALİ TABLOLAR

ÖZET BİLANÇO (TL)

	31.Mar.22	31.Ara.21
VARLIKLAR		
Dönen Varlıklar	4.559.789.795	3.272.199.465
Duran Varlıklar	1.504.534.171	1.449.847.908
TOPLAM VARLIKLAR	6.064.323.966	4.722.047.373
KAYNAKLAR		
Kısa Vadeli Yükümlülükler	3.366.082.262	2.455.866.002
Uzun Vadeli Yükümlülükler	680.389.295	684.245.719
Toplam Özkaynaklar	2.017.852.409	1.581.935.652
TOPLAM KAYNAKLAR	6.064.323.966	4.722.047.373

ÖZET GELİR TABLOSU (TL)

	Cari Dönem	Önceki Dönem
	01.01- 31.03.2022	01.01.- 31.03.2021
Hasılat	2.429.110.359	997.999.993
Brüt kar	732.063.183	232.576.961
Brüt kâr marjı	30,14%	23,30%
Faaliyet Karı (*)	549.653.859	124.859.789
Faaliyet kâr marjı	22,63%	12,51%
FAVÖK	567.418.317	137.216.481
FAVÖK marjı	23,36%	13,75%

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

XI. ESAS SÖZLEŞME DEĞİŞİKLİKLERİ

Yoktur.