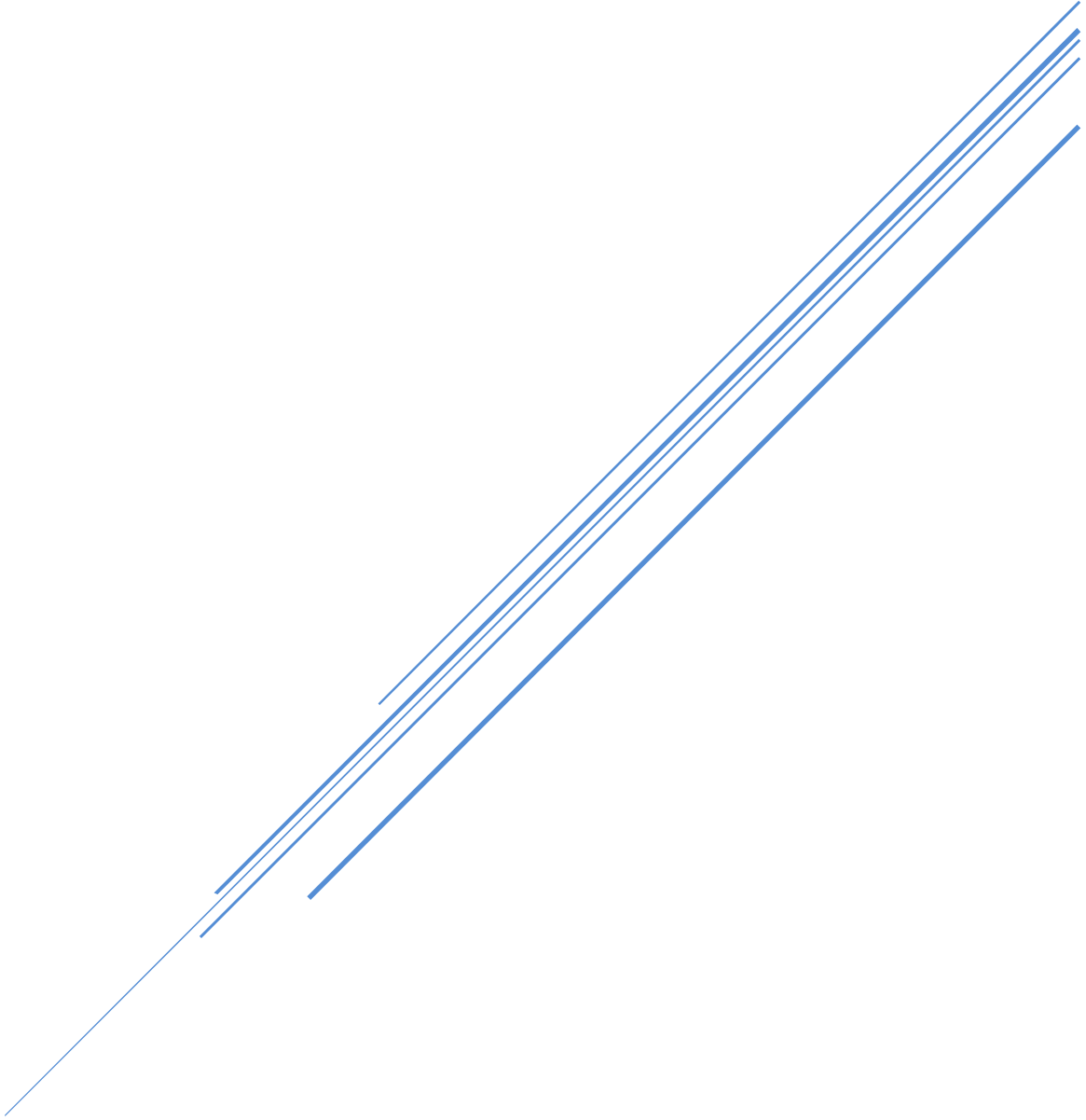


KEREVİTAŞ GIDA SANAYİ VE TİCARET A.Ş. VE BAĞLI ORTAKLIKLARI

1 Ocak – 31 Mart 2024 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 GELİŞMELER
- V. DÖNEM SONRASI ÖNEMLİ GELİŞMELER
- VI. İŞLETMENİN 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 gerçekleştirmektir. 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 ("BİST") işlem görmektedir.

31 Mart 2024 ve 31 Aralık 2023 tarihleri itibarıyla Şirket'in ortaklık yapısı aşağıdaki gibidir;

	31 Mart 2024		31 Aralık 2023	
Ortaklığın Unvanı	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
Toplam	100	662.000.000	100	662.000.000

31 Mart 2024 ve 31 Aralık 2023 tarihi itibarıyla şirketin bağlı ortaklıkları ve ortaklık oranları aşağıda gösterilmiştir.

	Doğrudan ve dolaylı etkin sahiplik oranları %	
Bağlı Ortaklıklar	31 Mart 2024	31 Aralık 2023
Kerpe Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.	100,00	100,00
Besmar Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.	100,00	100,00
Donuk Fırıncılık Ürünleri Sanayi ve Ticaret A.Ş.	100,00	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

(*) 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

* 26 Nisan 2024 tarihli Olağanüstü Genel Kurul'da Yönetim Kurulu üyeliklerine; 3 yıl süre ile görev yapmak üzere, Sn.Ali ÜLKER, Sn.Mehmet TÜTÜNCÜ, Sn.Fahrettin Günalp ERTİK, Sn.Şükrü ÇİN'in seçilmelerine, Sermaye Piyasası Kurulu'nun uygun görüşü ile Bağımsız Yönetim Kurulu üyeliklerine Sn.Fusun KURAN, ve Sn.Esra KIVRAK'ın seçilmelerine karar verilmiştir.

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 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 2024	1 Ocak - 31 Mart 2023
Ücretler ve diğer faydalar	47.916.200	43.627.556
	47.916.200	43.627.556

III. MERKEZ DIŞI ÖRGÜTLER

Dondurulmuş ve konserve gıda iş kolunda ürünlerin dağıtımı 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; geleneksel kanalda Yıldız Holding grup şirketlerinden Horizon tarafından, modern kanalda kendi satış organizasyonu tarafından yapılırken, ikincil markalar olan Halk, Yayla ve Luna ürünlerinin satışları geleneksel kanalda kendi satış organizasyonu tarafından, Private Label kanalındaki satışlar Yeni Teközel şirketi 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 GELİŞMELER

Kereviş Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ő. derecelendirme notu kredi derecelendirme kuruluğu JCR Eurasia Rating'in 24 Ocak 2024 tarihli olarak hazırlamış olduğu raporda geçtiğimiz yıla göre korunmuş, uzun vadeli ulusal notu "AA- (tr)", kısa vadeli ulusal notu "J1+ (tr)", görünümüleri ise "stabil" olarak belirlenmiştir. JCR Eurasia Rating şirketimizin uzun vadeli, yabancı ve yerel para cinsinden uluslararası notunu ise "BB", görünümelerini ise "negatif "olarak belirlemiştir.

Yönetim Kurulumuzca 29 Ocak 2024 tarih ve 2024/01 sayılı kararı kapsamında; Sermaye Piyasası Mevzuatı çerçevesinde, 700.000.000 TL (Yediyüz milyon Türk Lirası)'sına kadar, 1 yıllık dönem içerisinde çeşitli tertip ve vadelerde, Türk Lirası cinsinden, yurtiçinde, bir veya birden çok seferde, halka arz edilmeksizin tahsisli satış veya nitelikli yatırımcılara satış şeklinde borçlanma aracı ihraç edilmesine karar verilmesini takiben, ihraç işlemiyle ilgili olarak Şirketimizce Sermaye Piyasası Kurulu'na 31 Ocak 2024 tarihinde başvuru yapılmıştır.

26 Şubat 2024 tarihinde, Sermaye Piyasası Kurumu II-17.1 sayılı "Kurumsal Yönetim Tebliğı" çerçevesinde Aday Gösterme Komitesi'nin görevlerini üstlenmiş olan Kurumsal Yönetim Komitesi'nin raporu değerlendirilerek, Sn. Fusun KURAN ve Sn. Esra KIVRAK'ın Bağımsız Yönetim Kurulu Üye adaylıklarının Kurumsal Yönetim Komite Raporu çerçevesinde Sermaye Piyasası Kurulu'na ve yapılacak olan ilk Genel Kurul'da onaya sunulmasına karar verilmiş, buna bağılı olarak 22 Mart 2024 tarihinde adaylar ile ilgili herhangi bir olumsuz görüş bildirilmemesine karar verildiğı hususu SPK tarafından Şirket'imize bildirilmiştir.

V. DÖNEM SONRASI ÖNEMLİ GELİŞMELER

26 Nisan 2024 tarihli Olağanüstü Genel Kurul'da Yönetim Kurulu üyeliklerine; 3 yıl süre ile görev yapmak üzere, Sn.Ali ÜLKER, Sn.Mehmet TÜTÜNCÜ, Sn.Fahrettin Günalp ERTİK, Sn.Şükrü ÇİN'in seçilmelerine, Sermaye Piyasası Kurulu'nun uygun görüşü ile Bağımsız Yönetim Kurulu üyeliklerine Sn.Fusun KURAN, ve Sn.Esra KIVRAK'ın seçilmelerine ve Bağımsız Yönetim Kurulu üyelerine ayrı ayrı aylık net 34.000 TL ücret ödenmesine, diğ er yönetim kurulu üyelerine ücret ödenmemesine karar verilmiştir.

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- 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 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 geline nokta; 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 13 kat değere ulaşan Perakende Dondurulmuş Gıda

Pazarı, 2024 ilk çeyreğinde geçen seneye göre %136 ciro büyümesi ile 5.5 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 30 kg'nin üzerinde bir büyüklük arz etmektedir. Türkiye pazarında ise 2024 yılı ilk çeyreğinde hane başı ortalama tüketim 2,5 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 2024 yılının ilk çeyreğinde, geçen yılın aynı dönemine göre %48 büyüme göstererek 18 milyar TL** ciro değerine ulaşmıştır. Markalaşmaya en açık yağ kategorisi olan margarin kategorisi ise aynı dönemde ciroda %52 büyüme ile 2,4 milyar TL*** ciro değerine ulaşmıştır.

* Kaynak: Nielsen Toplam Türkiye, Taze Dondurulmuş Gıda Pazarı Raporu, Q1 2024

**Kaynak: Nielsen Toplam Türkiye, Yağ Pazarı Raporu, Q1 2024

***Kaynak: Nielsen Toplam Türkiye, Margarin Pazarı Raporu, Q1 2024

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 21.653 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 Q1'24, Ciro Payı, İndirim Marketler Hariç). Bugün SuperFresh, %100 marka bilinirliğine sahiptir. Hane tercihlerine bakıldığında da markalı ürünler arasında Türkiye'de en çok haneye giren markadır. (2024 ilk çeyreğinde, hane penetrasyonu %14) Her yıl yaklaşık 24 milyon tabakta yer alarak 7.5 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 375 SKU'yu perakende, ihracat, ticari ve ev dışı tüketim kanallarındaki müşterilere sunmuştur.

2024 yılında inovasyon stratejisi doğrultusunda ilk çeyrekte kategorideki liderliğini perçinleyecek yenilikçi lansman, relansman ve kanala özel olarak 15 yeni ürün lansmanı hayata geçirilmiştir. 2024'ün ilk çeyreğinde yeni ürünlerden elde edilen ciro toplam SuperFresh cirosunun %15'ini oluşturmuştur. Bu dönemde Mac&Cheese Topları ve Kumpir kroket halk oylaması ile 'Yılın İnovatif Ürünleri' ödülüne layık görülmüştür. Taş Fırın Pizza ve Pizza Tost ürünlerinde yapılan relansmanlar ile %40 pazar payının üzerine çıkmıştır. Meyvede; Orman Meyveli Mix ürün lansmanı ile tüm portföyde doypack ambalaja geçişe başlanmıştır ve bu ürün yenilikçi bir yaklaşım ile kategoride ilk kez yapay zeka ile hazırlanan ambalaj olmuştur. Uygun fiyatlı ton balığı promosyonları ile ton balığında tüketici çekişi artırılmıştır.

Ramazan döneminde tüketicileri ödüllendirme amacıyla, tonaj getirisi sağlayacak yüksek gramajlı promosyon ürün lansmanları gerçekleştirilmiştir. (1 kg bezelye, 1 kg garnitür, 1 kg mısır, 900 g soğan kroket, 900 g patates kroket, 1 kg ıspanak, 1200g ince çıtır patates)

İletişim Çalışmaları:

Dondurulmuş gıda pazarına yön veren lider ve uzman marka SuperFresh; 2023 yılında yüksek başarı göstererek 8 ödül kazanan kategorinin ilk "category education" iletişimi 'Refika Birgül ile SuperFresh Bi'Yolculuk' kampanyasını hayata geçirmiştir. Marka yüzümüz Refika Birgül ile olan uzun soluklu yolculuk, 2024 yılı ilk çeyreğinde "Refika'yla Süper Hızlı Tarifler" Ramazan iletişimi ile devam etmiştir. İlk kampanya döneminde Refika Birgül, SuperFresh'in tarladan tabaklara dondurulmuş gıda sürecine tanık olarak olarak, tüm süreci ayrıntıları ile anlatmıştı. Ramazan iletişiminde ise, Refika Birgül artık aksiyona geçerek güvenerek kullandığı SuperFresh ürünleri ile tüketicilerin "iftarda ne pişirsem" ihtiyacına cevap veren pratik ve lezzetli tarifler hazırlamıştır. Ramazan boyunca tüm kanallarda yayınlanan kampanya, 1 dakikalık reels formatının televizyona taşınması ile sektörde bir ilk olmuştur. 10 tarif videosu ile TV'de 8 milyon ve dijitalde 5,5 milyon kişiye erişilen kampanyanın son haftasında; yenilikçi bir çözüm ortağı olan MediaQX iş birliği ile +%7 yeni haneye erişilirken %5 seviyesinde optimizasyon sağlanmıştır. TV yayın döneminde, yemek programları arasında 3. sırada yer alma başarısı gösterilmiştir.

Ana iletişim kampanyasının yanında, 2024 ilk çeyrek döneminde diğer öne çıkan iletişim çalışmaları odak kategori kampanyaları ve etkileşimi yüksek kesintisiz dijital mecra kullanımı yaklaşımı olmuştur. Ton balığı kategorisinde; Şubat-Mart döneminde 'Ton İsteyince SuperFresh' kampanyası ile 7 yıl aradan sonra ilk kez 360 derece iletişim gerçekleştirilmiştir. Başarılı kampanya döneminde +3,5 puan ciro pazar payı kazanılmıştır. Pizza kategorisinde; Şubat ayında her sene geleneksel olarak sahiplenilen 'Pizza Aşkıyla' dünya pizza günü iletişiminde Getir ile TV yayın işbirliği yapılmış, döneme özel online ve mağaza içi indirim kurgusu ile desteklenmiştir. Sömestr boyunca, 'Pizza Aşkıyla' konsepti Kidzania'daki SuperFresh Süper Şefler atölyesinde sahiplenilerek, ilk kez influencerlar ve basın ağırlanmıştır. Atölyenin bilinirliği arttırılarak 4 milyon erişime ulaşılmıştır. Ana marka dijital mecra always-on iletişimleri kapsamında; Türkiye'nin en çok ziyaret edilen dijital platformu Nefis Yemek Tarifleri ile entegre

ilk proje gerçekleştirilerek 21 milyon kişiye ulaşılmıştır. Yeni içgörü odaklı sosyal medya stratejisi ile tüm etkileşim ve erişim skorlarında organik artış sağlanmıştır. Yılın ilk çeyreğinde, marka tarihinde ilk kez, BoomSocial Türkiye Sosyal Markalar Endeksinde FMCG gıda markaları arasında ilk 10'da yer alınmıştır.

SuperFresh kategoride bir ilke imza atarak, sevilen SuperFresh ürünlerinin bilgilerini ve pişirme talimatlarını yapay zeka teknolojisi ile görme engelli tüketicilere erişilebilir hale getirerek kategorinin ilk Eyebrand markası olmuştur.

Sürdürülebilirlik alışmaları ile de sektörde öncü olan SuperFresh, geçtiğimiz sene Yıldız Holding Kadın Platformu iş birliğinde, Tarım ve Orman Bakanlığı'nın desteğiyle kadınların iş hayatında ve toplumun her alanında yer alması ve güçlenmesi amacıyla «Tarımın Kadın Yıldızları» projesini hayata geçirmiştir. En önemli paydaşlarından biri olan kadın çiftçilere, sürdürülebilir tarım uygulamaları alanında verdiği teşvikler, sözleşmeli tarım modeli sayesinde sağladığı satın alma güvencesi ve eğitimler ile destek olmaktadır. 3 yıllık hedeflere yalnızca 1 senede ulaşılan projede, yüksek başarı gösterilerek 2023 yılında toplam 7 ödöl kazanılmıştır. 2024 yılında da proje geliştirilerek devam etmektedir, 8 Mart Dünya Emekçi Kadınlar gününde kadın çiftçilerin görünür kılındığı proje filmi dijitalde 15 milyon kişiye erişirken, influencer çalışmaları ile 300 bin kişiye ulaşılmıştır. Aynı dönemde sektörün önde gelen dergisi Marketing Türkiye'de ve Time Medya Sürdürülebilir Markalar özel yayınında yer alan Kerevitaş CEO röportajlarında da proje ile ilgili bilgilendirmelere yer verilerek 300 binden fazla erişim elde edilmiştir.

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 en prestijli uluslararası gıda fuarı olan Dubai Gulfood (19-23 şubat) fuarına katılmıştır.

Kerevitaş, İstanbul İhracatçılar Birliği tarafından düzenlenen İhracat Birincileri 2023 Ödöl Töreni'nde, Dondurulmuş Ürünler Kategorisi'nde" gerçekleştirilen satış tonajı ile birincilik ödölünü kazanmıştır.

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. 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 45 marka ve 464 SKU üretimi gerçekleştirmektedir.

Satış, Pazarlama ve Dağıtım

Yerli ve global oyuncuların bulunduğu margarin pazarında, %65,9 (Kaynak AC Nielsen Q1'24, Ciro Payı, İndirim Marketler Hariç) açık ara lider olan Kerevitaş 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 2024'ün ilk çeyreğinde de perçinlemiştir (Kaynak: AC Nielsen Toplam Türkiye, Q1'24 Paket Margarin Ciro Payı, Ipsos HTP 2024).

Kerevitaş, Q1 döneminde yüksek gramajlı&uygun fiyatlı Bizim Yağ Paket 500 gram ve hamur işlerindeki uzmanlığını yansıttığı Bizim Yağ Hamur İş Paket 250 gram ürünlerini lanse etmiştir.

Kerevitaş, “Türkiye'nin Yağı Bizim Lezzeti Hepimizin” 360 kampanyasını hayata geçirmiştir. Hedef kitle odaklı güçlü iletişimi ile imaj skorlarında anlamlı artışlar elde etmiştir (Ipsos BHT Q1'24). Penetrasyon ve sadakat skorlarını da artırarak “en çok eve giren marka” olma konumunu güçlendirmiştir. Bizim Yağ dijitalde de FMCG Gıda pazarında liderliğini pekiştirmiştir. YouTube mecrasında Türkiye'nin İlk ve Tek Hamur İş Kanalı olan Hamur Bizim İşimiz, stratejik iletişim, etkin seo çalışmaları ve tanıtım iletişimi ile 80 milyon izlenmesi ve 600 bin abonesi ile platformda FMCG Gıda sıralamasında 1.liğe yükselmiştir.

FMCG Gıda'da en yüksek takipçili marka olan Bizim Yağ, instagramda stratejik influencer iş birlikleri ve yeni nesil dijital iletişimi sayesinde %36 etkileşim rakamı ile %20 olan sektör ortalamasının çok üzerinde etkileşime ulaşarak Instagram'da 460 bin takipçisi ile Q1'de 1.marka olmuştur.

Bizim Yağ kategoride bir ilke imza atarak Hamur Bizim İşimiz YouTube kanalındaki en trend tariflerini yapay zeka teknolojisi ile görme engelli tüketicilere erişilebilir hale getirerek kategorinin ilk Eyebbrand markası olmuştur.

Kase margarin segmentinde pazar lideri olan Ülker Teremyağ, 2024'ün ilk çeyreğinde %55,1 ciro payı ile açık ara lider konumunu güçlendirmiştir. (Kaynak: AC Nielsen Toplam Türkiye İndirim Marketler Hariç Kase & Sıvı Margarin Ciro Payı 2024 Q1).

Kategorinin hem ürün hem de iletişim anlamında en yenilikçi markası olan Teremyağ, hedef kitlenin yoğun vakit geçirdiği ve erişimi en yüksek dijital platform olan Instagram'da, lezzet odaklı ve ayrışan içerik stratejisi ile %33 etkileşim oranına ulaşarak FMCG Gıda kategorisinin en çok takip edilen 2. markası konumunu korumuştur. Dijital içgörülerden beslenerek oluşturulan tarif içerikleri 17milyon üzeri izlenmeye ulaşmıştır. Ramazan döneminde Türkiye'nin en çok ziyaret edilen Nefis Yemek Tarifleri mecrası iş birliğiyle gerçekleştirilmiştir. "Teremyağ'lı Ramazan Menüleri" projesi 25 milyon izlenme almıştır.

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

İhracat

Kerevitaş, yağ iş kolunda Ocak-Mart döneminde TÜİK verilerine göre Türkiye'nin %34 yağ ihracatını beş kıtada 50'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 önde gelen büyük gıda fuarlarına katılmaktadır.

2024 yılı ilk çeyrekte Prodexpo Rusya ve Gulfood Dubai fuarlarına katılmıştır. Fuar ve seyahatlerle portföyüne 9'u aşkın yeni müşteri dahil olmuştur. Marsa'nın ihracattaki yıldız markası Ona; uzun yıllardır Ortadoğu ve Orta Asya pazarlarında tüketici margarinini kategorisinde açık ara lider konumdadır.

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 Altinkılınç	CEO	Yağ İş Birimi, Dondurulmuş Gıda ve Konserve İş Birimi
Özhan Nuri Özesenli	COO	Yağ İş Birimi, Dondurulmuş Gıda ve Konserve İş Birimi
Utku Ünal	CCO	Dondurulmuş Gıda ve Konserve İş Birimi
İlgin 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

31 Mart 2024 tarihi itibarıyla Grup'un bünyesinde istihdam edilen personel sayısı 1.962'dir.
(31 Aralık 2023: 1.932).

IX. ÖZET KONSOLİDE MALİ TABLOLAR VE HİSSE SENEDİ PERFORMANSI

ÖZET KONSOLİDE BİLANÇO (TL)

	Bağımsız Denetimden Geçmemiş Cari Dönem	Bağımsız Denetimden Geçmiş Önceki Dönem
	31 Mart 2024	31 Aralık 2023
VARLIKLAR		
Dönen Varlıklar	9.699.067.166	10.171.150.443
Duran Varlıklar	8.374.741.410	8.381.490.098
TOPLAM VARLIKLAR	18.073.808.576	18.552.640.541
KAYNAKLAR		
Kısa Vadeli Yükümlülükler	7.674.460.478	7.945.709.347
Uzun Vadeli Yükümlülükler	2.034.376.353	2.222.770.307
Toplam Özkaynaklar	8.364.971.745	8.384.160.887
TOPLAM KAYNAKLAR	18.073.808.576	18.552.640.541

ÖZET KONSOLİDE GELİR TABLOSU (TL)

	Bağımsız Denetimden Geçmemiş Cari Dönem	Sınırlı Bağımsız Denetimden Geçmemiş Önceki Dönem
	1 Ocak – 31 Mart 2024	1 Ocak – 31 Mart 2023
Hasılat	5.728.910.484	5.647.323.422
Brüt kar	963.188.883	595.876.804
Brüt kâr marjı	%16,81	%10,55
Faaliyet karı (*)	180.755.668	(4.868.266)
Faaliyet kâr marjı	%3,16	(%0,09)
FAVÖK	319.340.825	125.779.238
FAVÖK marjı	%5,57	%2,23

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

Hisse Senedi Performansı

Borsa İstanbul'da KERVT kodu ile işlem gören hisse senetlerinin 29 Mart 2024 tarihli kapanış fiyatı 12,29 TL olmuştur. Hisse senetleri BIST GIDA, İÇECEK / BIST TÜM / BIST 500 / BIST BURSA / BIST YILDIZ / BIST SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK / BIST SINAİ / BIST TÜM-100 endekslerine dahildir.

X. ESAS SÖZLEŞME DEĞİŞİKLİKLERİ

Bulunmamaktadır.