

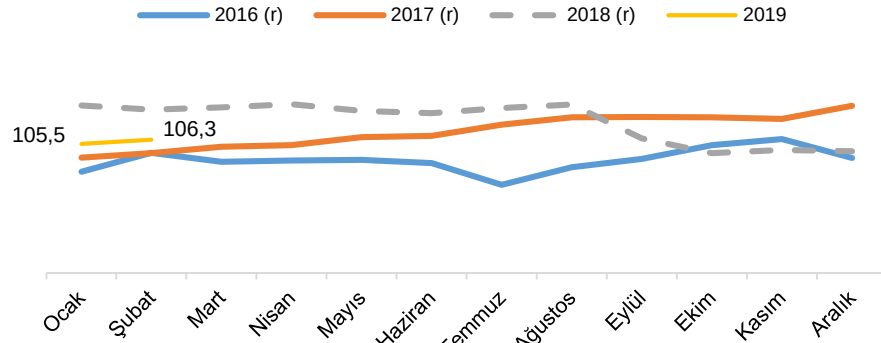


ÜLKER BİSKÜVİ

1.Çeyrek 2019 Finansal Sonuçlara ilişkin Sunum

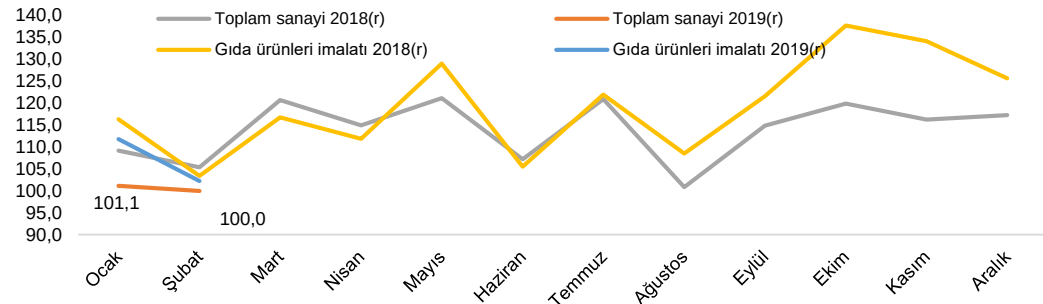
- ***Türkiye Makro Ekonomik Görünüm***
- ***Pazar Büyümesi***
- ***1.Çeyrek 2019 Operasyonel ve Finansal Performans***
- ***Türkiye Operasyonları***
- ***İhracat ve Uluslararası Operasyonlar***
- ***Bilanço Performansı***
- ***2019 Yılına ilişkin beklentiler***

Perakende Satış Hacmi Endeksi



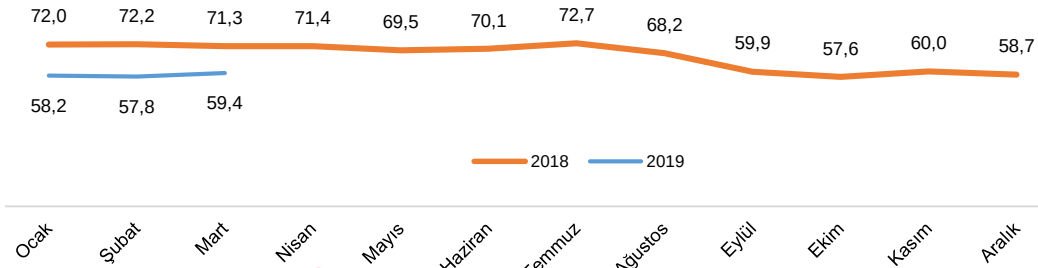
- Mevsim ve takvim etkilerinden arındırılmış perakende satış hacim endeksi bir önceki aya oranla Şubat 2019 'da %1 artış gösterdi.

Sanayi Üretimi



- Şubat 2019'da sanayi üretimi endeksi 100 gerçekleşti
- Arındırılmış Sanayi Üretimi geçen yılın aynı dönemine oranla %5 , gıda ürünleri imalatı ise %1 daralmıştır.

Tüketici Güven Endeksi



- Tüketici güven endeksi Mart 2019'de 59,4 gerçekleşerek bir önceki aya oranla % 3 artış gösterdi.
- Tüketici fiyat endeksi bir önceki aya oranla % 1,03 arttı.
- Gıda enflasyonu Mart ayında 29,77% olarak gerçekleşti.

Pazar Büyümesi



Toplam Atıştırmalık



Toplam Atıştırmalık pazarı hacimsel bazda %4,2 daralırken değersel bazda %22 büyümüştür.

Bisküvi



Toplam Bisküvi pazarı hacimsel bazda %2,6 daralırken değersel bazda %28,3 büyümüştür.

Çikolata



Toplam Çikolata pazarı hacimsel bazda %5 daralırken değersel bazda %21 büyümüştür.

Kek



Toplam Kek pazarı hacimsel bazda %12,7 daralırken değersel bazda %16,7 büyümüştür.

ÜLKER



1.ÇEYREK 2019 YILLIK OPERASYONEL VE FİNANSAL PERFORMANS



TR: Bisk.& Çiko.& Kek
4 İstanbul, 1 Karaman, 1
Ankara toplam 6 Fabrika
Toplam Kapasite: 839 bton/yıl

Mısır
Hi-Food
Bisküvi
Kapasite: 44 bton/yıl

Suudi Arabistan
FMC&IBC
Bisk.& Çikolata & Kek
Kapasite: 77 bton/yıl
UAE - UI Mena

Kazakistan
Hamle
Bisk.& Çiko.&Kek
Kapasite: 47 bton/yıl



1.Çeyrek 2019 Konsolide Performans



Ciro
1,9 Milyar TL
Büyüme %37,5 ↑

Brüt Kar
538 Milyon TL
Büyüme %41,2 ↑

Brüt Kar
Oranı %27,7
60 baz puan ↑
gelişim



FAVÖK
330 Milyon TL
Büyüme %46,8 ↑

FAVÖK oranı
%17,0
100 baz puan ↑
gelişim

Net Borç /
FAVÖK
1,3x
(2018: 1,6x) ↓

Tüm alanlarda büyüyerek sağlam bir başlangıç yaptık

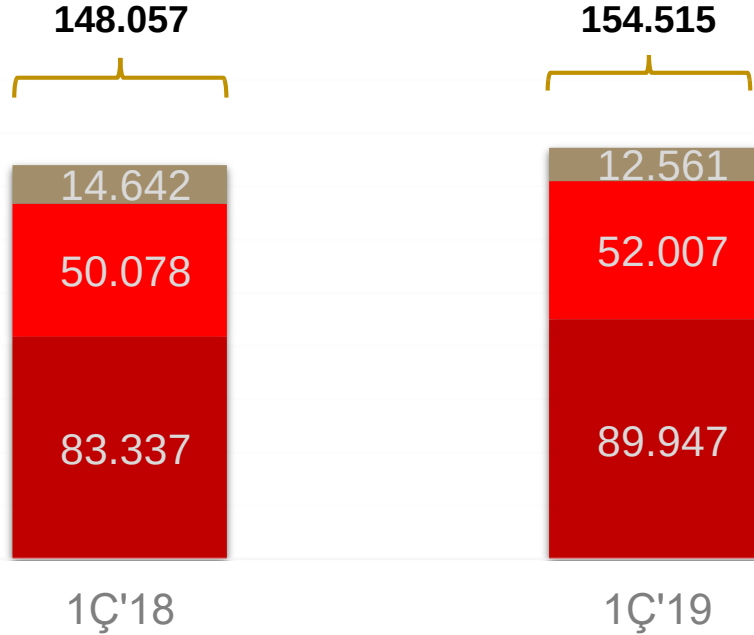


TL ('000)	1Ç 2018	1Ç 2019	%
Atıştırmalık Hacim (Ton)	148.057	154.515	%4,4
Ciro	1.407.690	1.942.360	(%38,0)
<i>Atıştırmalık Ciro</i>	1.402.505	1.928.940	(%37,5)
Brüt Kar	381.219	538.172	%41,2
Brüt Kar Oranı	%27,1	%27,7	
FAVÖK	224.998	330.208	(%46,8)
FAVÖK Oranı	%16,0	(%17,0)	
Net Kar(Ana Ortaklık)	133.177	(365.476)	(%174,4)
Net Kar Oranı	%9,5	%18,8	

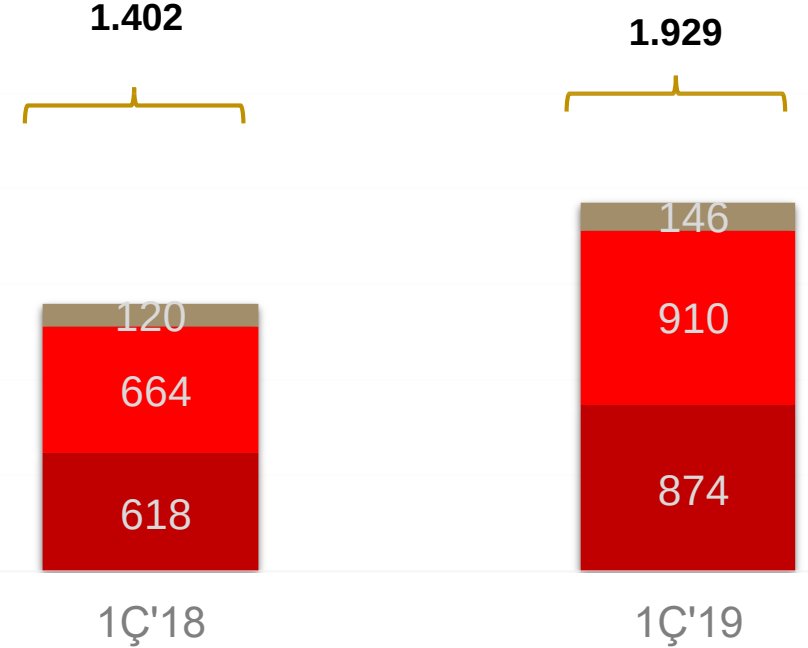
- Kuvvetli bir çeyrek dönem daha açıklayıp yıla güzel bir başlangıç yaptık.
- Kuvvetli mali sonuçlarımızda
 - Hacim , fiyatlandırma ve ürün miks etkisi,
 - Yurtdışı satın alımların olumlu etkisi,
 - Etkin maliyet yönetimi ve faaliyet giderleri yönetimi etkenleri etkili olmuştur.

1.Çeyrekte kuvvetli büyüme

Atıştırmalık Satış Hacmi (Ton)



Atıştırmalık Satışlar (mTL)



- Toplam atıştırmalık hacmi %4,4 yükseldi. Bisküvi satışlarının Türkiye ve yurt dışı operasyonlarında artan etkisi yükselişe etki etti.

- Bisküvi hacmi %7,9 artış gösterdi.
- Çikolata hacmi %3,9 artış gösterdi.
- Kek hacmi yapılan fiyat ayarlamaları nedeni ile %14,2 daraldı.

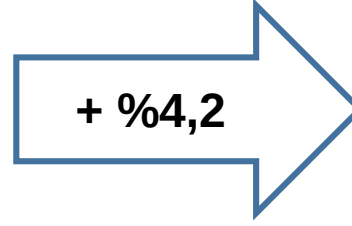
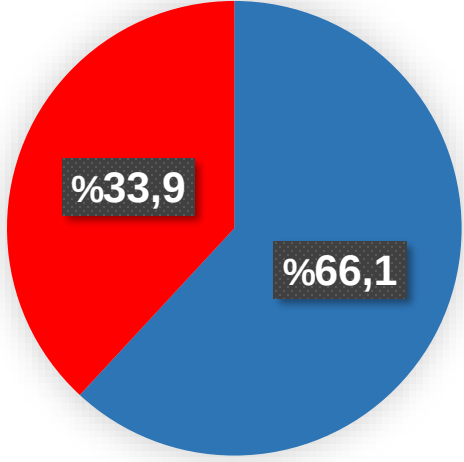
- Toplam atıştırmalık cirosu ihracat ve yurt dışı operasyonlarının etkisi ile %37,5 artış gösterdi.

- Bisküvi satışları %41,4 artış gösterdi.
- Çikolata satışları %37,0 artış gösterdi.
- Kek satışları %20,7 artış gösterdi.

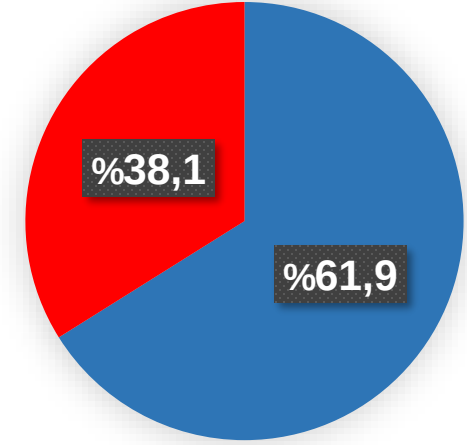
Yurtdışı operasyonlarımızın payını arttırdık

ÜLKER

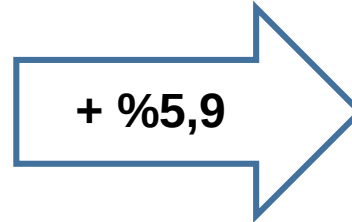
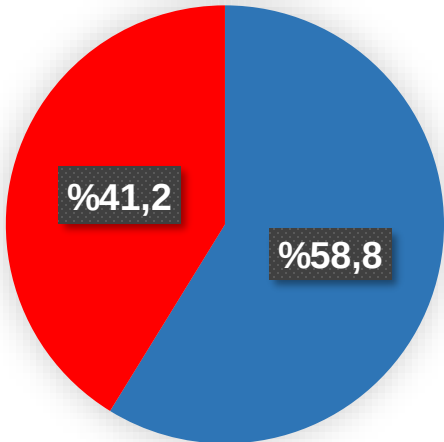
Ciro 1.Çeyrek 2018



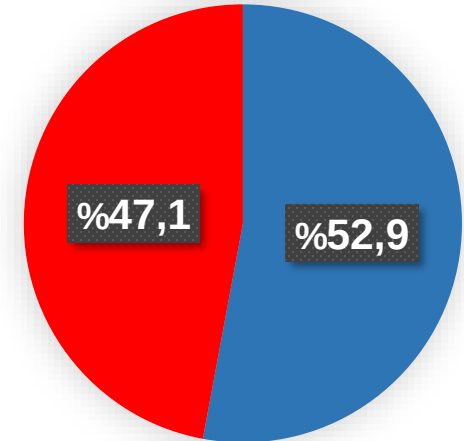
Ciro 1.Çeyrek 2019



FAVÖK 1.Çeyrek 2018



FAVÖK 1.Çeyrek 2019



Türkiye **Yurtdışı**

ÜLKER

YURDUMUN ÜLKER

**ÇİFTÇİSİYLE
BÜYÜR ÜLKER**

#yurdumunülkerçiftçisiylebüyürülker

ÜLKER

TÜRKİYE OPERASYONLARI

YILDIZ ★ HOLDING

Türkiye – Toplam atıştırılmalık pazarında % 37 pazar payı ile pazar lideri



Bisküvi – %40,6 Pazar Payı

#1



1 Pötibör



1 Özel Bisküviler



1 Sandviç Bisküviler



1 Krem Bisküvi



1 Kraker



1 Çikolatalı Bisküvi

Çikolata – %41,9 Pazar Payı

#1



Çikolata kaplamalı ürünler



#1 Katı Çikolata

Kek – %23,0 Pazar Payı

#2



#1 Ev tipi aile boyu kek



#2 Porsiyonluk Kek



#2 Islak Kek

Pazar payı gelişimi, Değersel bazda (*)

%39,5

%40,6

1Ç'18

1Ç'19

YILDIZ  HOLDING

(*) Kaynak: Nielsen

%39,9

%41,9

1Ç'18

1Ç'19

Ülker Bisküvi 1.Çeyrek 2019 Sonuçlarına ilişkin sunum

%23,0

%23,0

1Ç'18

1Ç'19

Sinerji ürünlerinin ve yeni lansmanların Ülker markalı satışlara etkisi

ÜLKER

2018-2019 Sinerji Ürünleri



2017 Sinerji Ürünleri



1.Çeyrek 2019 Yeni Ürün Lansmanları

Bisküvi



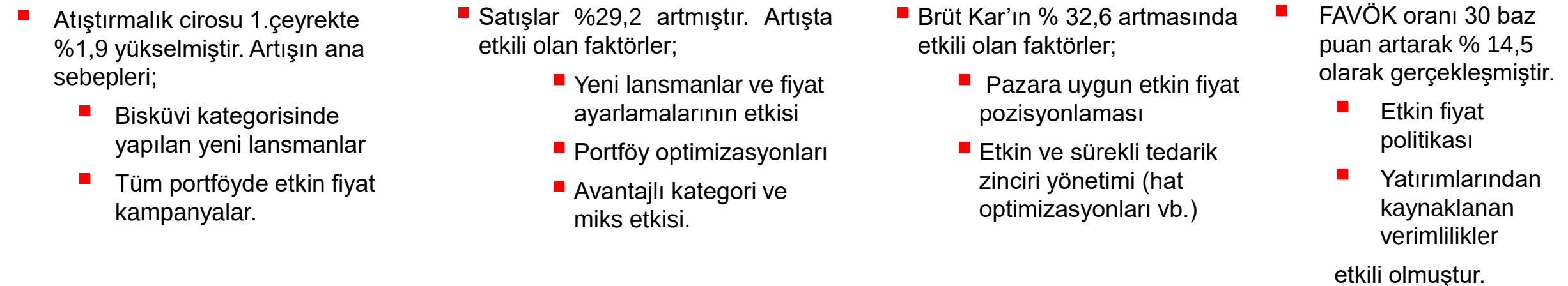
Kek



Çikolata



ÜLKER

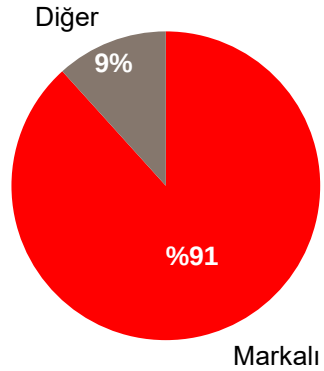


Markalı atıştırıcılık ürünlerine odaklanmaya devam ettik

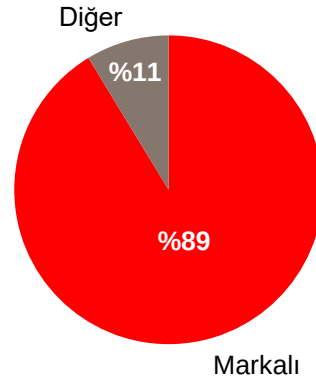


Markalı & Markalı Olmayan Hacim Kırılımı

1Ç'18

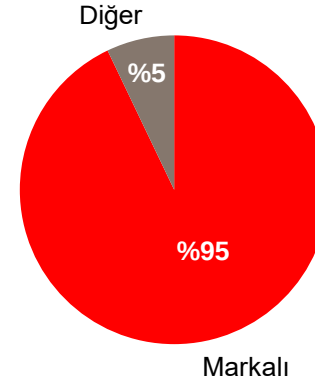


1Ç'19

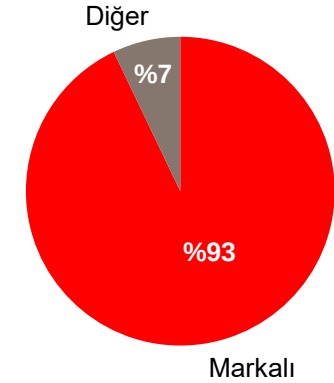


Markalı & Markalı Olmayan Ciro Kırılımı

1Ç'18



1Ç'19





İHRACAT VE ULUSLARARASI OPERASYONLAR

Geleceğe Konumlanmak...

ÜLKER



- ✓ Yerel üretici ve bölgesel üretim merkezleri olarak da hareket edebilme kabiliyeti
- ✓ Birincil pazarlarda daha yüksek ölçekler oluşturabilme
- ✓ Bisküvi kategorisinde çevre pazarlar ile daha fazla büyüme olanakları
- ✓ Ana kategorilerimizde yeni pazarlara erişim potansiyeli
- ✓ İyileştirilmiş kapasite kullanımı

Suudi Arabistan – Pazar lideri olarak çok daha güçlü

ÜLKER

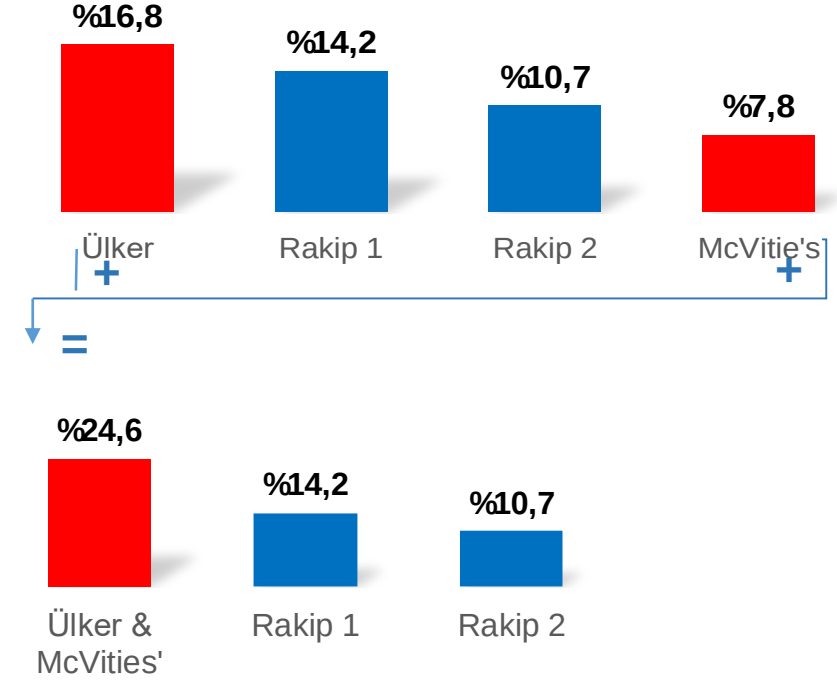
FMC Finansal Performans

	1Ç'18	1Ç'19	Değişim
Satış Hacmi (ton)	12.483	13.761	%10,2
Net Satışlar (SAR x000)	168.807	200.588	%18,8
FAVÖK (SAR x000)	28.441	37.552	%32,0
FAVÖK Marjı	%16,8	%18,7	

- Pazar payımızı arttırarak konumumuzu sağlamlaştırdık.
- Daralan pazarda büyüdük.
- Ülker ve McVitie's'de yüksek marka bilinirliği algısı oluşturduk.
- Bisküvi kategorisinde nerdeyse tüm segmentlerde bulunabilirlik
- Suudi Arabistan'da iki üretim tesisi ile tedarik süreçlerinde esneklik
- McVitie's ve Rana ürünlerinin pozitif katkısı

#1

Bisküvi Pazar Payı



Suudi Arabistan – IBC Operasyonları

Doğru satınalma stratejisi ile tüm metriklerde büyüme

ÜLKER

IBC Finansal Performans

	1Ç'18	1Ç'19	Değişim
Satış Hacmi (ton)	4.093	4.091	-%0,1
Net Satışlar (SAR x000)	49.822	49.541	-%0,6
FAVÖK (SAR x000)	12.055	13.647	%13,2
FAVÖK Marjı	%24,2	%27,5	

Satın Alma Amacı & Operasyonlar

- IBC'nin %100'ü Ülker tarafından satın alındı (Riyad'da bir fabrika)
- Alımın amacı FMC ve IBC operasyonlarının birleştirerek;
 - Maliyetleri azaltmak,
 - Üretim, dağıtım ve tedarikte sinerji oluşturmak ,
 - Modern kanalda daha fazla yer alarak raf görünürlüğümüzü arttırmak.
- IBC'nin iç pazardaki kuvvetli pazar yapısından faydalanmak
- Çoklu Üretim : Ülker & McVitie's & Rana

YILDIZ ★ HOLDING

IBC Ürün Gamı



Mısır – Bisküvi’de Hedef #1, Kek’te #2 ve Çikolata’da ilk 5



HI-FOOD & ULKER EGYPT Finansal Performans

	1Ç'18	1Ç'19	Değişim
Satış Hacmi (ton)	8.273	9.199	%11,2
Net Satışlar (EGPx000)	298.072	346.650	%16,3
FAVÖK (EGPx000)	45.128	52.432	%16,2
FAVÖK Marjı	%15,1	%15,1	

Bisküvi Pazar Payı



- Pazar ikinciliğimizi korurken Pazar lideri ile aramızdaki farkı azalttık.
- Ülker ve McVitie's lansmanları ile toplam hacmimizi %11,2 arttırdık.
- Etkin satış performansı ile ciro artışını destekledik.
- Ülker markalı ürünlerde doğru fiyatlandırma stratejisi, McVitie's porsiyon paket lansmanı ve başarılı kampanyalar FAVÖK'deki artışı destekledi.
- Etkin maliyet yönetimi ile verimlilik artışı ve yeni sinerjiler yarattık.

UI MENA Operasyonları

MENA'da 1 numara veya kuvvetli 2 numara olmak

ÜLKER

UI MENA Finansal Performans

	1Ç'18	1Ç'19	Değişim
Satış Hacmi (ton)	2.646	3.031	%14,6
Net Satışlar (AED x000)	37.549	42.366	%12,8
FAVÖK (AED x000)	11.846	13.324	%12,5
FAVÖK Marjı	%31,5	%31,4	



- Ülker, McVitie's'in MENA bölgesi ve Suudi Arabistan üretim ve dağıtım haklarının sahibi olan Amir Global ile bu şirketin iştiraki olan Mısır'da faaliyet gösteren satış şirketine %100 sahip UI MENA hisselerini satın almıştır.
- Mısır'da satış operasyonları (Ülker Egypt)
- Bazı ana pazarlar: Suudi Arabistan, BAE, Lübnan, Katar, Kuveyt, Ürdün, Mısır
- MENA ülkelerinde Ülker markalı ürünlerin pazar payı artırılmış, bazı ülkelerde birinci ve bazı ülkelerde ikinci sıraya yükselmiştir.
- Bölgedeki maliyet azalmıştır.

Kazakistan – Merkez Asya’ya açılan kapımız & Doğu ile Batı arasındaki köprü

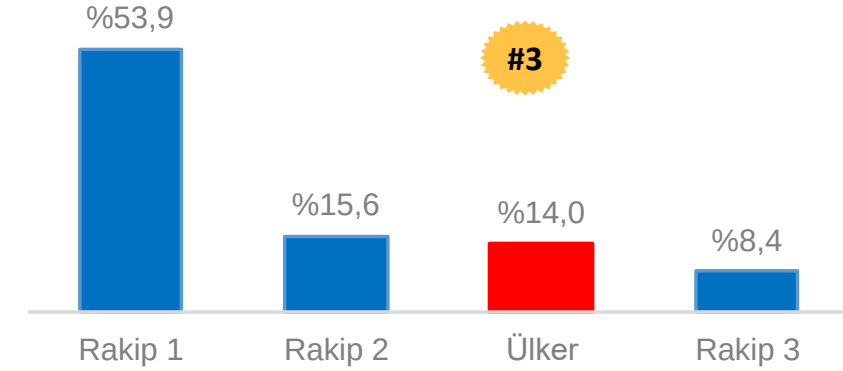


HAMLE Finansal Performans

	1Ç'18	1Ç'19	Değişim
Satış Hacmi (ton)	2.926	3.490	%19,3
Net Satışlar (KZTx000000)	2.517	3.439	%36,6
FAVÖK (KZTx000000)	258	379	%46,9
FAVÖK Marjı	%10,3	%11,0	

- Biskrem & Halley üretiminin pozitif etkisi
- Kazakistan pazarında kuvvetli büyüme
- Azerbaycan pazarına giriş ile daha önce Türkiye’den ithal edilen ürünlerin yerli üretimi
- McVitie’s bisküvilerinin üretilmeye başlanması

Ülker Çikolata Pazar payı



Uluslararası Operasyonlar

Doğru tercihler ile geleceğe yatırım yaptık

ÜLKER

Mısır

#2

Bisküvi – %16,3 Pazar Payı



1 Dolgulu-Biskrem and Tamir
1 Digestive McVitie's



2 Sade
(Çay Bisküvisi ve Finger)

Suudi Arabistan

#1

Bisküvi – %24,6 Pazar Payı



1 Sade



1 Digestive



1 Dolgulu



#1 Kaplamalı



4 Sandviç



2 Gofret



3 Gofret

Kazakistan

#3

Çikolata – %14 Pazar Payı



1 Çikolata

2 dolgu bisküvili



Pazar Payı Gelişimi (Değersel Bazda*)

%15,7

MAT 18

%16,3

MAT19

%24,1

MAT 18

%24,6

MAT19

%10,9

MAT 18

%14,0

MAT19

1Ç.2019 Yeni Lansmanlar & Sinerji Ürünleri

ÜLKER

MISIR



SUUDİ ARABİSTAN



KAZAKİSTAN



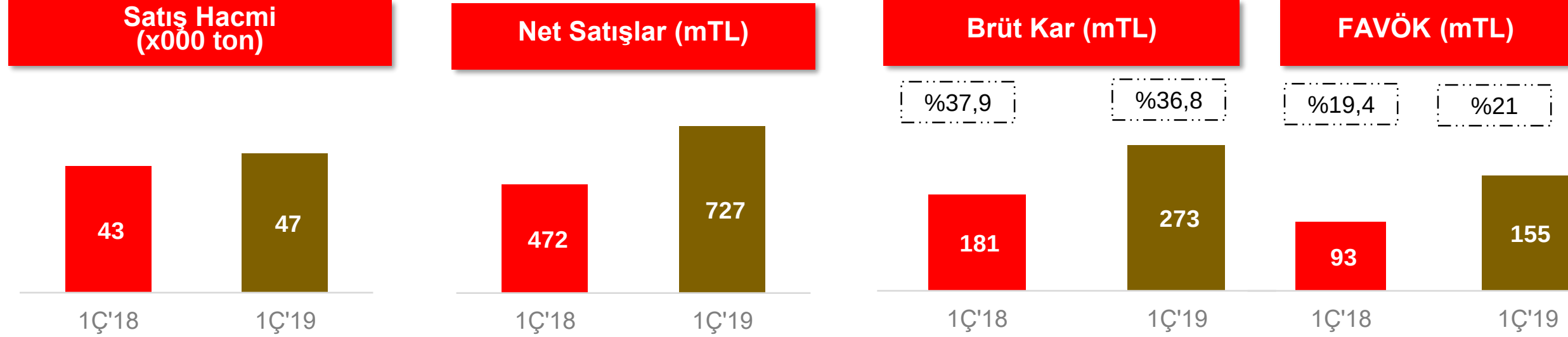
SİNERJİ ÜRÜNLERİ



İhracat ve yurtdışı operasyonlarının pozitif etkisi

1.Çeyrekte de devam etti

ÜLKER



- Toplam atıştırmalık hacim %10,5 artmıştır.
- Hacimdeki artışı yeni lansmanlar ve sinerji ürünlerinin pozitif katkısı desteklemiştir.

- Markalı ürünlerin cirosu karşılaştırılabilir bazda %57,7 ve toplam atıştırmalık cirosu %53,9 artmıştır. Artışa baz etkenler;
 - Fiyat ayarlamaları ve kur etkisi
 - Kategori ve ürün miks etkisi
 - McVitie's ürünlerinin pozitif etkisi

- Brüt kar karşılatılabilir bazda ikiye katlanarak %50,7 artış göstermiştir. Artışa baz etkenler
 - Satış ve yeni lansmanların etkisi
 - Etkin verimlilik çalışmaları
 - UI Mena ve IBC alımlarının etkisi

- FAVÖK karşılatılabilir bazda %67,6 artarak FAVÖK oranı %21 olarak gerçekleşmiştir.

Markalı Atıştırmalık Ürünlere Odaklanma Stratejisi

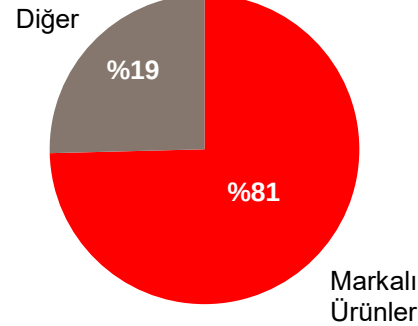
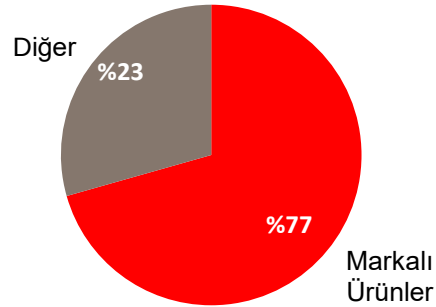


- ✓ Stratejimize paralel olarak markalı ürün satışlarına odaklandık ve operasyonel olarak pozitif katkılarda bulunmaya devam ettik.

Atıştırmalık Markalı & Markalı Olmayan Hacimsel Kırılım

1Ç'18

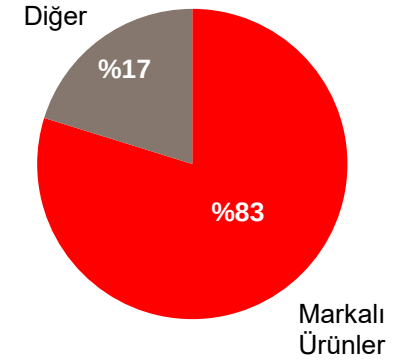
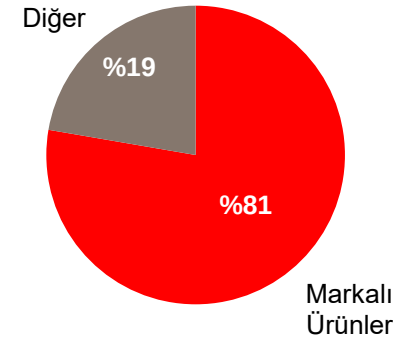
1Ç'19



Atıştırmalık Markalı & Markalı Olmayan Ciro Kırılımı

1Ç'18

1Ç'19





BİLANÇO PERFORMANSI

Net İşletme Sermayesi ve Net Borç Pozisyonu

ÜLKER

Net Borç (mTL) – Net Borç/FAVÖK (x)

1,6x

1,3x

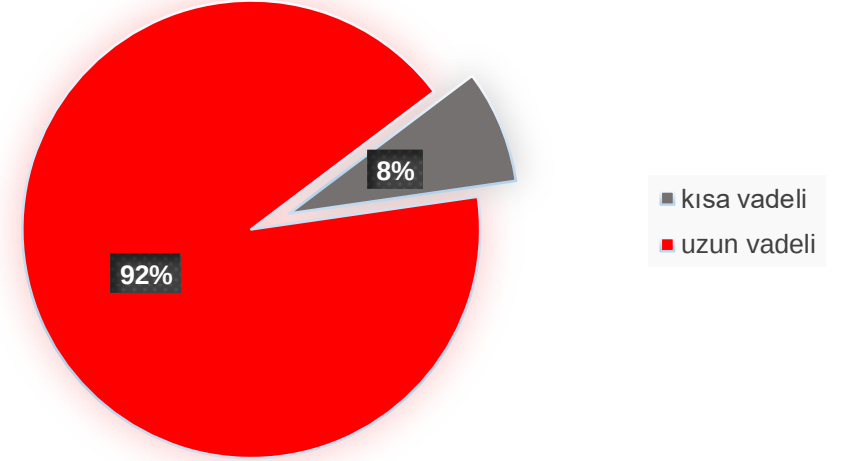
1.544

1.350

Aralık 2018

Mart 2019

Vade Kırılımı Mart 2019



- Mart 2019 itibariyle net borç : 1.350 mTL
- Net borç FAVÖK oranı 1,3
- Borçlarımızın %92'i uzun vadeli krediler ile finanse edilmiştir.

Net işletme Sermaye Gün Sayısı & Net İşletme Sermayesi

1.428 mTL

1.842 mTL

75 gün

75 gün

106

87

56

98

66

43

Aralık 2018

Mart 2019

■ ADH ■ BDH ■ STOK

YILDIZ ★ HOLDING

Dönem Sonu Net Döviz Pozisyonu



Ülker açık pozisyon taşımamaktadır.

(Milyon TL/\$/€)	TL Karşılığı	ABD Doları	AVRO	GBP
Nakit ve Parasal varlıklar	4.388	766	12	0
Ticari Alacaklar	302	40	12	1
Dönen Varlıklar	4.690	806	23	1
Toplam Varlıklar	4.690	806	23	1
Finansal Borçlar	392	14	50	-
Ticari Borçlar	187	25	7	0
Diğer	3	0	0	-
Kısa Vadeli Yükümlülükler	581	39	56	0
Finansal Borçlar	4.824	239	551	-
Uzun Vadeli Yükümlülükler	4.824	239	551	-
Toplam Yükümlülükler	5.405	278	607	0
Net Pozisyon	(716)	528	(584)	1
Türev işlemler	842	116	30	-
Türev işlemler sonrası net pozisyon	127	644	(554)	1

Tablo, Grup şirketlerinin döviz pozisyonlarının kombinasyonuna dayanarak hazırlanmıştır.

2019 Yılı Beklentileri



2019 Yılı Beklentileri

Net Satışlar

~ 7.4 Milyar TL

FAVÖK Marjı

%16



Şirket'in ticari durumu yıllık faaliyet raporlarında ve finansal raporlarda belirtilen risklere tabidir.

Sorularınız için aşağıdaki e-posta ve telefon numalarasından ulaşabilirsiniz.

ir@ulker.com.tr veya Ülker Yatırımcı İlişkileri +90 (216) 524 25 56

Beste Tasar

Yatırımcı İlişkileri Direktörü

Tel: +90 (216) 524 25 56

E-posta: beste.tasar@ulker.com.tr

Web sitesi: <http://ulkerbiskuviyatirimciiliskileri.com>