

ÜLKER

Yatırımcı Sunumu
3.Çeyrek 2022

İstanbul, 9 Kasım 2022

AJANDA

01

Yönetim Değerlendirmesi

02

Dönemsel Performans

03

Türkiye Operasyonları

04

İhracat ve Uluslararası Operasyonlar

05

Satın Alınan Şirket Performansları

06

Bilanço Performansı

07

2022 Yıl sonu Beklentileri

ÜLKER



Zorluklara rağmen 9A '22'de olağanüstü sonuçlara ulaştık



Eşsiz performansı ile
bölgesel bir güç

Atıştırmalık
pazarında
%36 pazar
payı ile lider

Makro
atıştırmalıkta
1.sırada

% 18,9
konsolide
FAVÖK marjı

%127,8 ciro
büyümesi



9A 2022 Konsolide performans



Ciro

19.179 MTL
Büyüme + %127,8



Brüt Kar

5.568 MTL
Büyüme + %134,1



Brüt Kar
marjı

%29,0
Büyüme + 80 baz puan



FAVÖK

3.633 MTL
Büyüme + %149,9



Net Borç/
FAVÖK

2022: **2,99x**
2021: **3,54x**



Operasyonel
Nakit
Akış

2022: **563 MTL**
2021: **309 MTL**



Sürdürülebilir bir operasyonel ortam için gerekli aksiyonlar alındı

Perakende

Enflasyonist Etkiler

- Enflasyonla mücadele önlemleri
- Etkin ürün miks yönetimi ve fiyatlandırma stratejisi
- Marka değerine yüksek konsantrasyon

Makro Çevre

TCMB, 1 haftalık repo (politika) faiz oranını, 150 baz puan düşürerek %10.50'ye indirdi (Önceki: %12 -Arka arkaya yapılan 3. indirim)

- Operasyonel mükemmellik
- Mükemmel tedarik zinciri yönetimi
- Fiyat ve Miktar geçişleri

Kur Rüzgarı

TL değer kaybı (ABD Doları karşısında %10 ve EUR karşısında %4 oranında) ve enflasyonda artış (yıllık bazda TÜFE %83,5 ve aylık ortalama %9 oranında).

- Kur risklerini elemine etmek için kur koruma programlarına devam



Zorlu koşullarda doğru konumlanma

TL ('000)	9A'22	9A'21	%		3Ç'22	3Ç'21	%	
Toplam Hacim (Ton)	500.853	480.505	4,2%	●	163.406	165.387	-1,2%	●
Toplam Ciro (Bin TL)	19.178.880	8.418.957	127,8%	●	7.301.820	2.976.133	145,3%	●
Brüt Kâr	5.567.702	2.377.880	134,1%	●	2.020.902	804.184	151,3%	●
Brüt Kâr Marjı	%29,0	%28,2	0,8 ppt	●	%27,7	%27,0	0,7 ppt	●
FAVÖK	3.632.747	1.495.751	142,9%	●	1.253.751	502.749	149,4%	●
FAVÖK Marjı	%18,9	%17,8	1,2 ppt	●	%17,2	%16,9	0,3 ppt	●
Net Kâr / Zarar (Ana Ortaklık)	-1.336.418	654.654	-304,1%	●	-217.078	2.456	-8938,7%	●
Net Kâr / Zarar %	-%7,0	%7,8	-14,7 ppt	●	-%3,0	%0,1	-3,1 ppt	●



Doğru konumlanmış, dünya standartlarında markalarımız, kuvvetli finansal disiplin ve büyüme için gerekli net bir yol haritası ile hedeflerimizde ulaşacağımıza inanıyoruz



Ödüller - Fildişi Sahili'nden tamamen izlenebilir 13.000 ton/yıl kakao çekirdeğimiz var.

Fildişi Sahili'nden Gelen
Kakaonun **%100'ü**
FARM-GATE'e kadar
izlenebilir

Önem Gıda kakaosunun
% 32.5 FARM-GATE'a
kadar izlenebilir



**Sürdürülebilir İş
Ödüllerinin
Birincisi**



AJANDA

01

Yönetim Değerlendirmesi

02

Dönemsel Performans

03

Türkiye Operasyonları

04

İhracat ve Yurtdışı operasyonları

05

Satın Alınan Şirket Performansları

06

Bilanço Performansı

07

2022 Yıl sonu Beklentileri

ÜLKER

Dönemsel Gelişmeler

Satış Operasyonları ve Tedarik zincirindeki güçlü üretkenlik

- Başarılı bir «okula dönüş» dönemi
- Devam eden marka yatırımlarımız
- Ülker, McVities & Godiva ana markalarımız altında gerçekleştirdiğimiz gelişmelerde sürdürülen güçlü ivme
- Etkin & dengeli kanal dağılımı yönetimi
- Modern kanalda yüksek satış performansımız
- Başarılı fiyat ve miktar geçişleri

Sonuçlar

- Hacim / miks ve fiyat geçişleri ile desteklenen kuvvetli satış büyümesi
- Yüksek enflasyonist ortamına rağmen kuvvetli operasyonel karlılık
- Yeni ürün lansmanlarımızın ciroya katkısındaki artış





3.Çeyrek 2022 Konsolide performans



Ciro

7.302 MTL

Büyüme + %145,3



Brüt Kar

2.021 MTL

Büyüme + %151,3



Brüt Kar
marjı

%27,7

Büyüme + 70baz puan



FAVÖK

1.254 MTL

Büyüme + %149,4



Net Borç/
FAVÖK

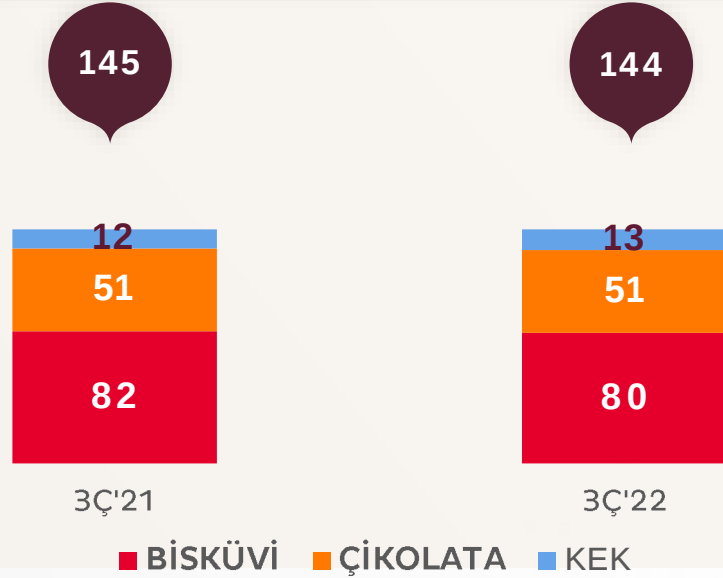
2022: **2,99x**

2021: **3,54x**



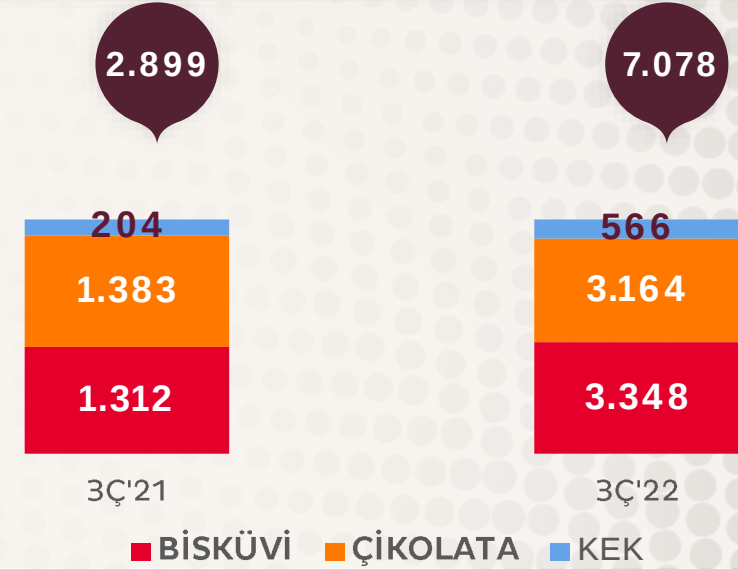
Başarılı «okula dönüş» dönemi, ürün miksi değişimi ve fiyat/miktar geçişleri ile desteklenen 3.Çeyrek

Atıştırmalık Satış Hacmi (Bton)



- Toplam atıştırmalık hacmi yapılan miktar geçişleri ve ürün miks etkisi ile 3.Ç'22 'de **%0,4** düşüş göstermiştir
- Bisküvi hacmi miktar ayarlamaları nedeni ile **%2,2** düşüş göstermiştir
- Çikolata hacmi miktar ayarlamaları nedeni ile **%0,9** düşüş göstermiştir
- Kek hacmi Türkiye pazarının kuvvetli etkisi ve yeni ürün lansmanlarının pozitif dönüşü kaynaklı **% 14,2** artış göstermiştir

Atıştırmalık Satışları (Mtl)

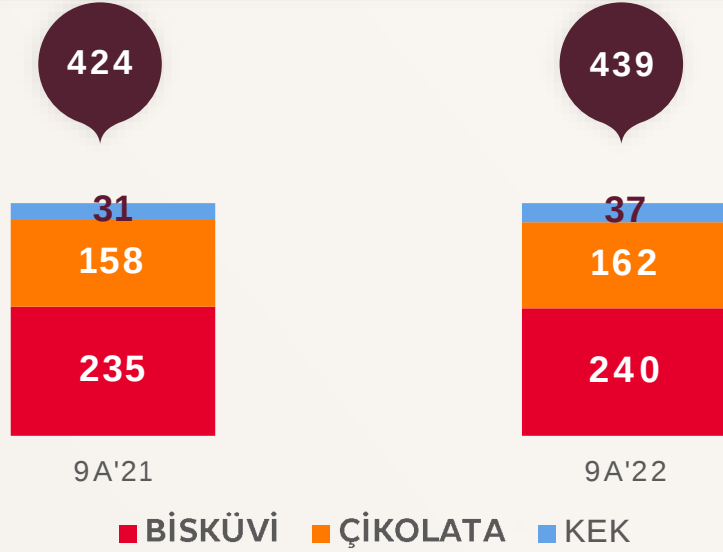


- Toplam atıştırmalık cirosu, başarılı «okula dönüşü» dönemi, Pazar payı artışı ve fiyat geçişleri ile **%144,1** artış göstermiştir
- Bisküvi satışları Türkiye ve yurtdışı operasyonlarının pozitif katkısı ile **%155,3** artış göstermiştir
- Çikolata satışları yeni ve katma değer yaratan lansmanlar kaynaklı, fiyat geçişleri ve ürün miks etkisi kaynaklı **% 128,7** artış göstermiştir
- Kek satışları, hacimlerdeki artış, Pazar payı artışı ve kategori yatırımının başarılı sonuçları kaynaklı **%176,9** artış göstermiştir



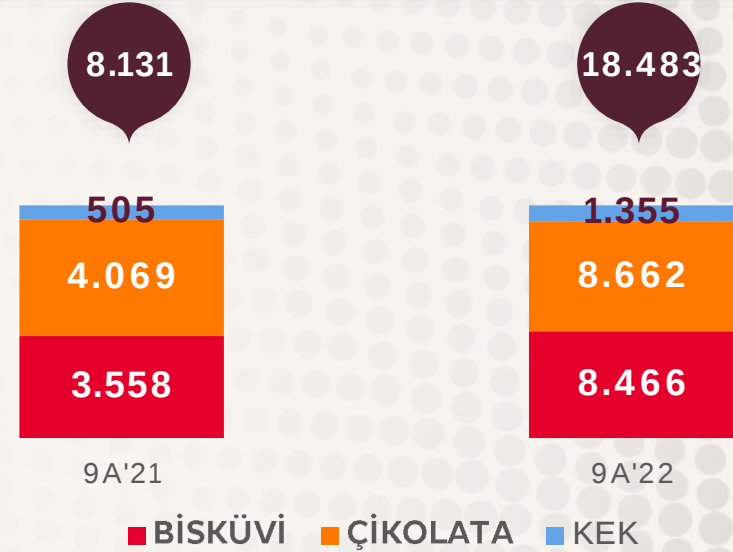
Sağlam başlangıç kümülatif sonuçları destekledi

Atıştırmalık Satış Hacmi (Bton)



- Toplam atıştırmalık hacmi birinci ve ikinci çeyreklerin başarılı katkısı, ihracat ve uluslararası operasyonlar kaynaklı 9A'22 'de **%3,5** artış göstermiştir
- Bisküvi hacmi Türkiye'deki güçlü ürün lansmanlarının katkısı ile **%2,1** artış göstermiştir
- Çikolata ve Kek hacmi başarılı SKU ve portföy optimizasyonları, kek kategorisindeki değer yaratan lansmanlar ile sırasıyla **%2,4** ve **%20,6** artış göstermiştir

Atıştırmalık Satışları (Mtl)



- Toplam atıştırmalık cirosu tüm bölge ve kategorilerimizdeki ürünlerin pozitif katkısı ile **%127,3** artış göstermiştir.
- Bisküvi satışları fiyat geçişleri kaynaklı **%138** artış göstermiştir
- Çikolata satışları fiyat geçişleri ve yeni lansmanlar kaynaklı **%112,9** artış göstermiştir
- Kek satışları başarılı Türkiye pazarı performansı, relansmanların devam eden etkisi ve fiyat geçişleri kaynaklı **%168,5** artış göstermiştir

AJANDA

01

Yönetim Değerlendirmesi

02

Dönemsel Performans

03

Türkiye Operasyonları

04

İhracat ve Yurtdışı Operasyonları

05

Satın Alınan Şirket Performansları

06

Bilanço Performansı

07

2022 Yıl sonu Beklentileri

ÜLKER



Türkiye – Atıştırmalık pazarında %36 pazar payı ile lider

Bisküvi-%40 Pazar Payı

#1

#1 Pötibör



#1 Krem Bisküvi



#1 Spesyal Bisküviler



#2 Kraker



#1 Sandviç Bisküviler



#1 Çikolatalı Bisküvi



Pazar payı gelişimi - Değersel bazda(*)



%40,0

%40,0

2Ç'22

3Ç'22

Çikolata- % 40 Pazar Payı

#1

İlk 5 Çikolata Kaplamalı Ürünlerden 4'ü



#1 Katı Çikolata



Pazar payı gelişimi - Değersel bazda(*)



%38,0

%40,0

2Ç'22

3Ç'22

Kek- %22 Pazar Payı

#2

#1 Ev Tipi Aile Boyu Kek



#2 Porsiyonluk Kek



Pazar payı gelişimi - Değersel bazda(*)



%21,0

%22,0

2Ç'22

3Ç'22

(*) Kaynak : Nielsen & Ipsos



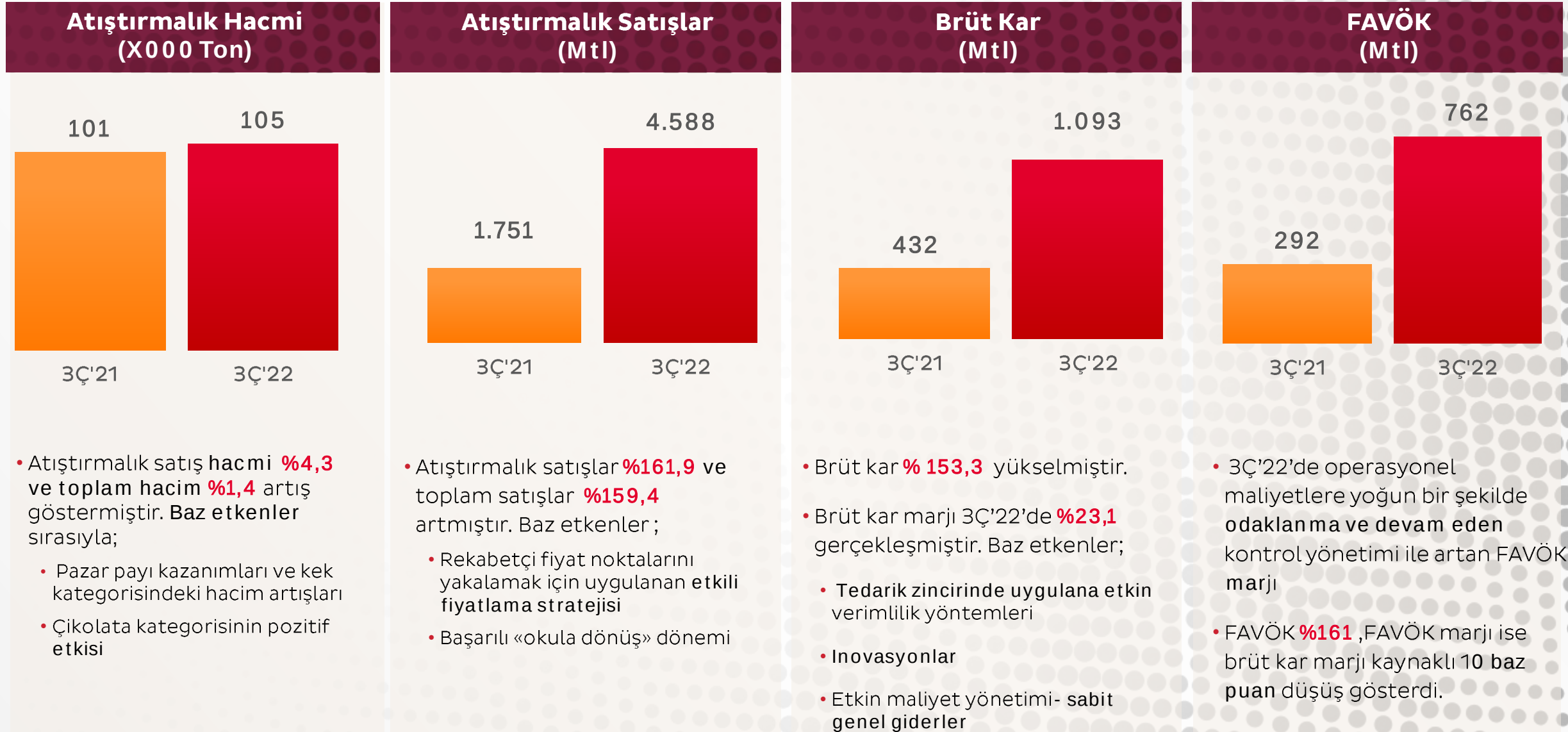
Yeni ürünlerin yurt içi satışa katkısı 3.Ç'22 'de %15 olarak gerçekleşti

2022 Yeni Ürün Lansmanları





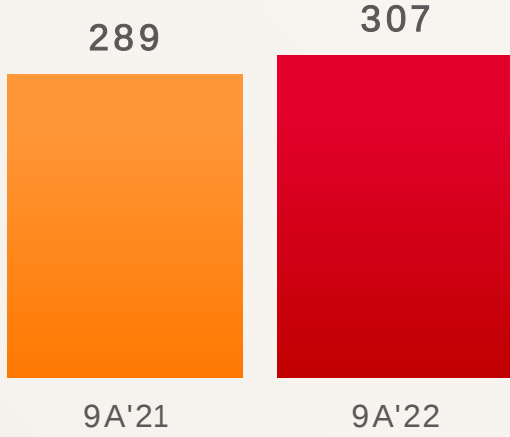
Türkiye : «okula dönüş» dönemi ve kuvvetli kanal miks etkisi ile başarılı 3Ç'22





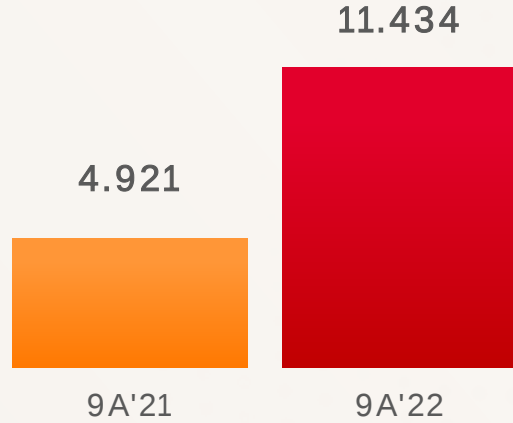
Kuvvetli 1Y'22 ve pozitif 3Ç'22 olağanüstü kümülatif sonuçlarına ulaştırdı

Atıştırmalık Hacmi (X000 Ton)



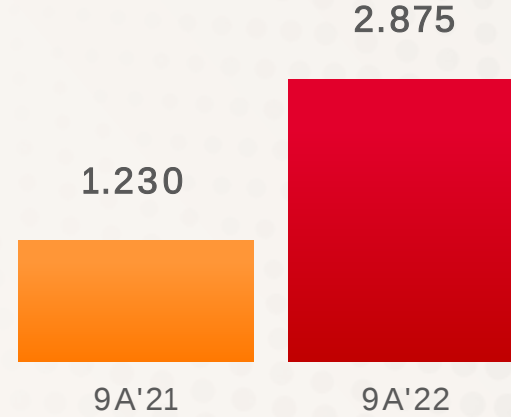
- Atıştırmalık satış hacmi **%6,2** ve toplam hacim **%5,5** artış göstermiştir. Baz etkenler sırasıyla;
 - Uygulanan hacim destek planı
 - Değer yaratan yeni lansmanlar

Atıştırmalık Satışlar (Mtl)



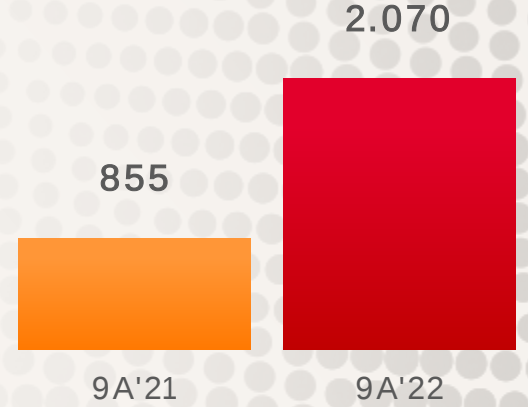
- Atıştırmalık satışlar **%132,4** ve toplam satışlar **%129,5** artmıştır. Baz etkenler ;
 - Tüm kategorilerde etkin fiyat geçişleri
 - Başarılı ATL ve BTL kampanyaları

Brüt Kar (Mtl)



- Brüt kar **% 133,7** yükselmiştir.
- Brüt kar marjı 9A'22'de 40 baz puan artarak **%24,3** gerçekleşmiştir. Baz etkenler;
 - Etkin hammadde kullanımı
 - Geliştirilmiş hammadde tedariki
 - Güçlü hacim artışının satılan malın maliyeti üzerindeki azaltıcı etkisi

FAVÖK (Mtl)



- 9A'22'de operasyonel maliyetlere yoğun bir şekilde odaklanma ve brüt kar etkisi ile daha yüksek FAVÖK marjı elde edilmiştir.
- FAVÖK **%142,1**, FAVÖK marjı 90 baz puan artış göstererek **%17,5** olarak gerçekleşti

AJANDA

01

Yönetim Değerlendirmesi

02

Dönemsel Performans

03

Türkiye Operasyonları

04

İhracat ve Yurtdışı operasyonlar

05

Satın Alınan Şirket Performansları

06

Bilanço Performans

07

2022 Yıl sonu Beklentileri

ÜLKER

Uluslararası : Pazardaki kuvvetli pozisyonumuz korundu

Bisküvi-%25,5 Pazar Payı(*)

#1



#1 Sade



#1 Dolgulu



#Kaplama



#2 Dolgulu Gofret



#4 Gofret



#4 Sandviç



#2 Sağlıklı Atıştırmalık



Pazar Payı Gelişimi (Değersel Bazda)*



MAT'21



MAT'22

Bisküvi- % 17,0 Pazar Payı (*)

#1



#1 Dolgulu(Biskrem ve Tamr)



#Sağlıklı Atıştırmalık



#2 Sade (Çay Bisküvisi ve Finger)



Pazar Payı Gelişimi (Değersel Bazda)*



MAT'21



MAT'22

Çikolata-% 15,5 Pazar Payı (*)

#2



#1 Çikolata Kaplama



#2 Çikolata Kaplama (countline)



Pazar Payı Gelişimi (Değersel Bazda)*



MAT'21



MAT'22

(*) Kaynak : MAT (Moving Annual Total – Hareketli Yıllık Toplam) Nielsen Data



3Ç'22'de yeni ürün lansmanların uluslararası ciroya katkısı %5 olarak gerçekleşti

Suudi Arabistan



Mısır

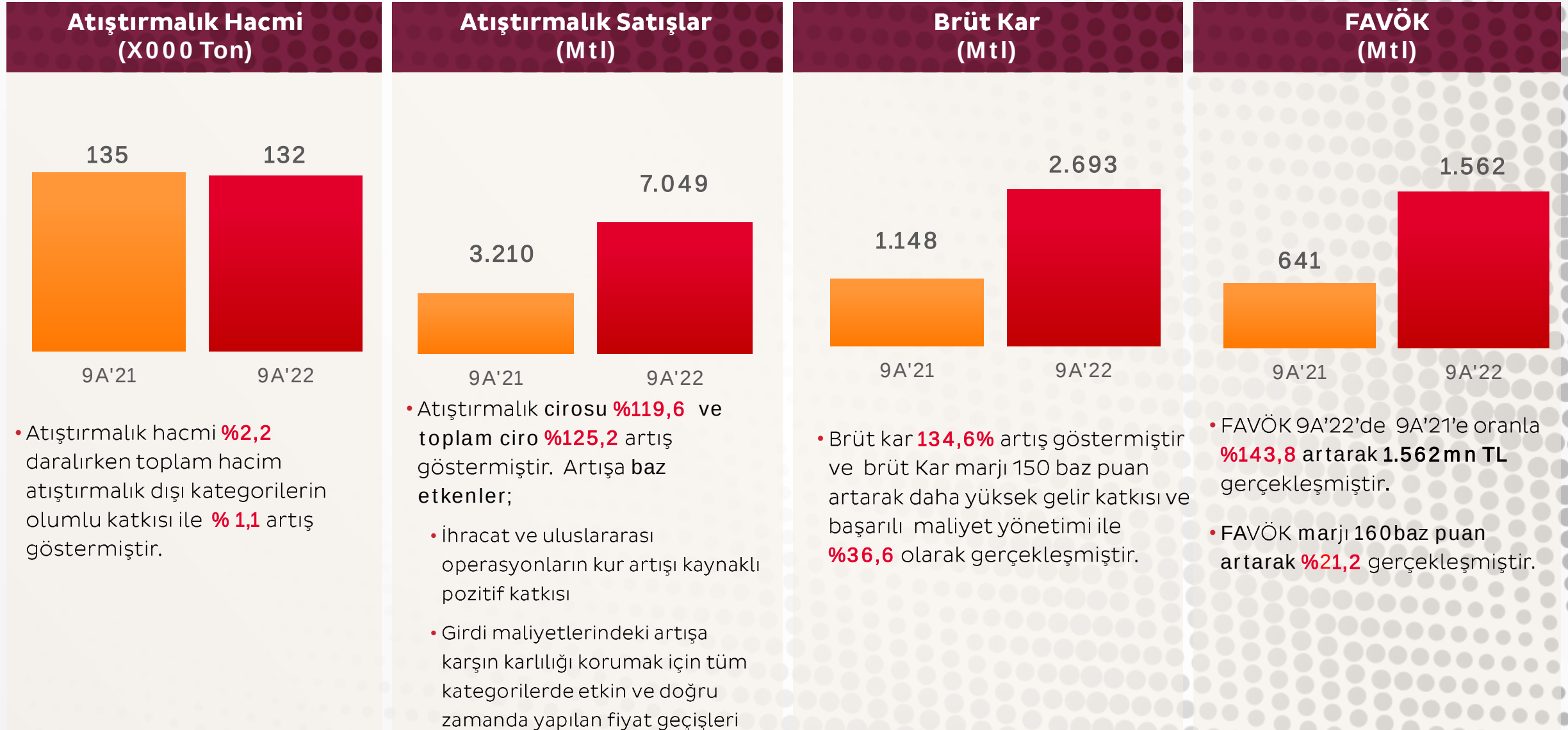


Kazakistan





Sürdürülebilir dengeli büyüme ve uzun vadeli katma değere ulaşıldı



AJANDA

01

Yönetim Değerlendirmesi

02

Dönemsel Performansı

03

Türkiye Operasyonları

04

İhracat ve Yurtdışı operasyonları

05

Satın Alınan Şirket Performansları

06

Bilanço Performansı

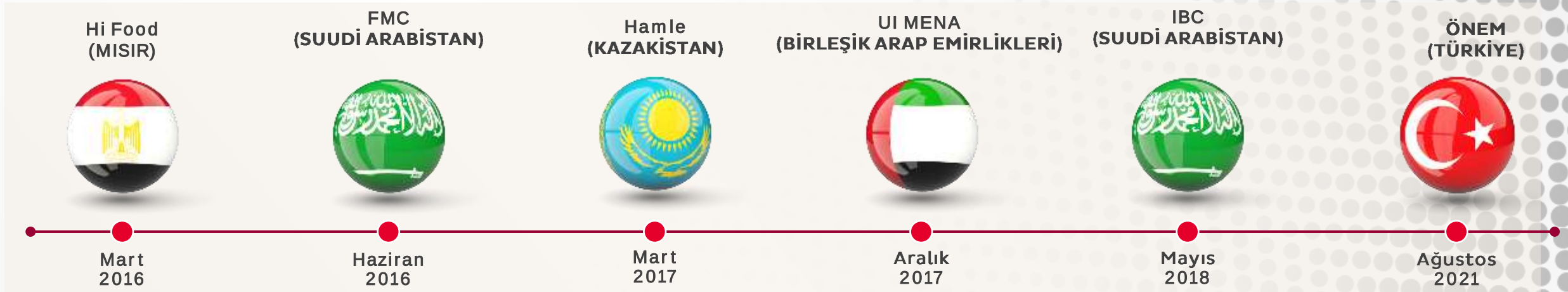
07

2022 Yıl sonu Beklentileri

ÜLKER

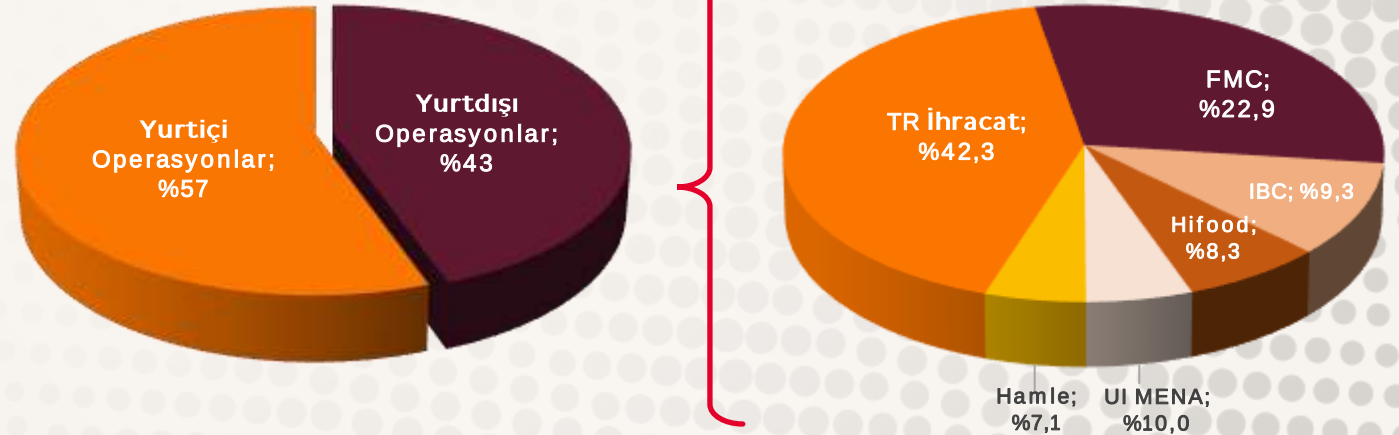


Satın Alımlar: Önemli bir FAVÖK marjına ulaştı



- 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
- Şirketler arası üst düzey sinerji oluşturup; şirketimiz Ülker Bisküvi'nin sürdürülebilir ve kârlı büyümesine ivme kazandıracak bir yapı oluşturmak
- Önem Gıda'nın satın alınmasıyla sağlanan dikey entegrasyon, konsolide FAVÖK'e 310 baz puan katkı sağladı (9A'22)

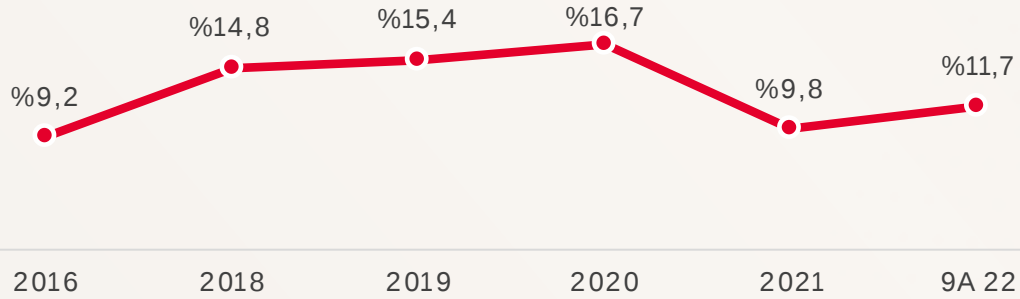
Satın alımların FAVÖK katkısı - 9A 2022





Satın Alımlar: Yıllar itibariyle FAVÖK % gelişimleri

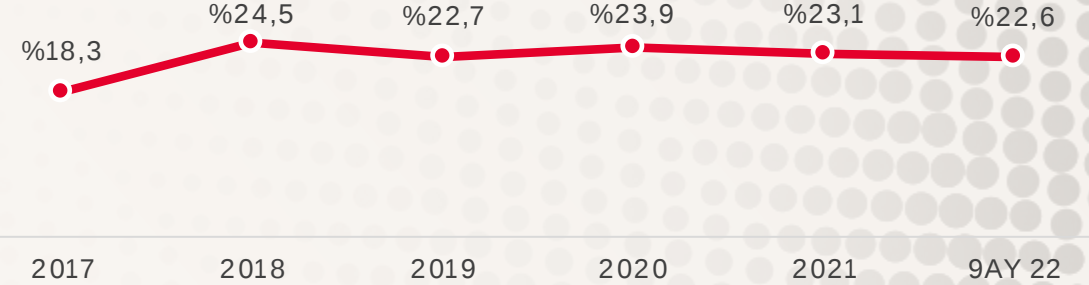
KUZEY AFRIKA (HIFOOD)



Mevcut FAVÖK %
%11,7

Toplam FAVÖK'e Katkısı
%3,6

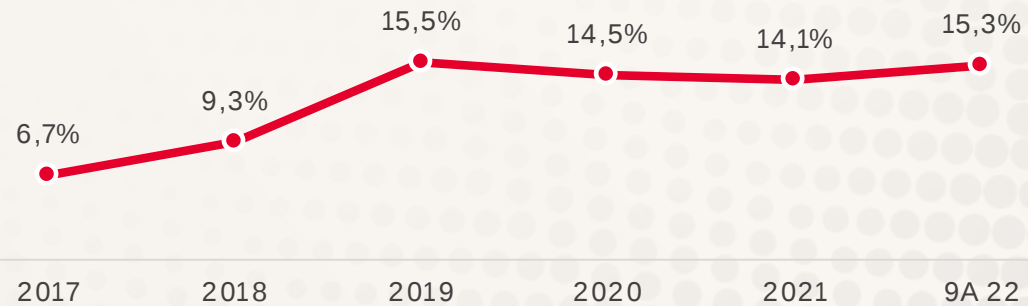
ORTA DOĞU (FMC-IBC-UI MENA)



Mevcut FAVÖK %
%22,6

Toplam FAVÖK'e Katkısı
%18,2

ORTA ASYA (HAMLE)



Mevcut FAVÖK %
%15,3

Toplam FAVÖK'e Katkısı
%3,1

AJANDA

01

Yönetim Değerlendirmesi

02

Dönemsel Performans

03

Türkiye Operasyonları

04

İhracat ve Yurtdışı Operasyonlar

05

Satın Alınan Şirket Performansları

06

Bilanço Performansı

07

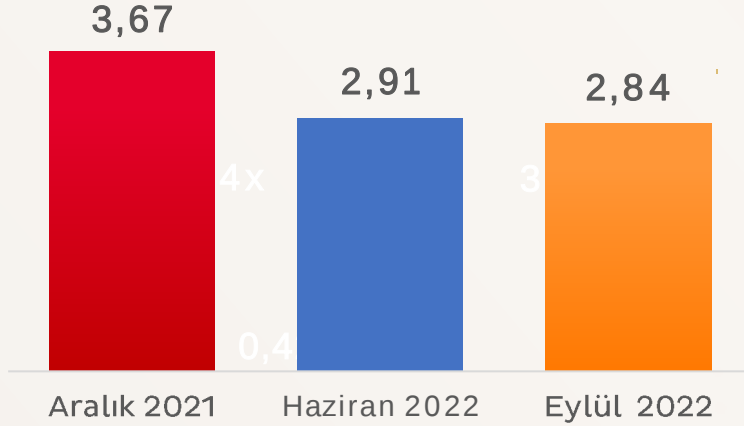
2022 Yıl sonu Beklentileri

ÜLKER

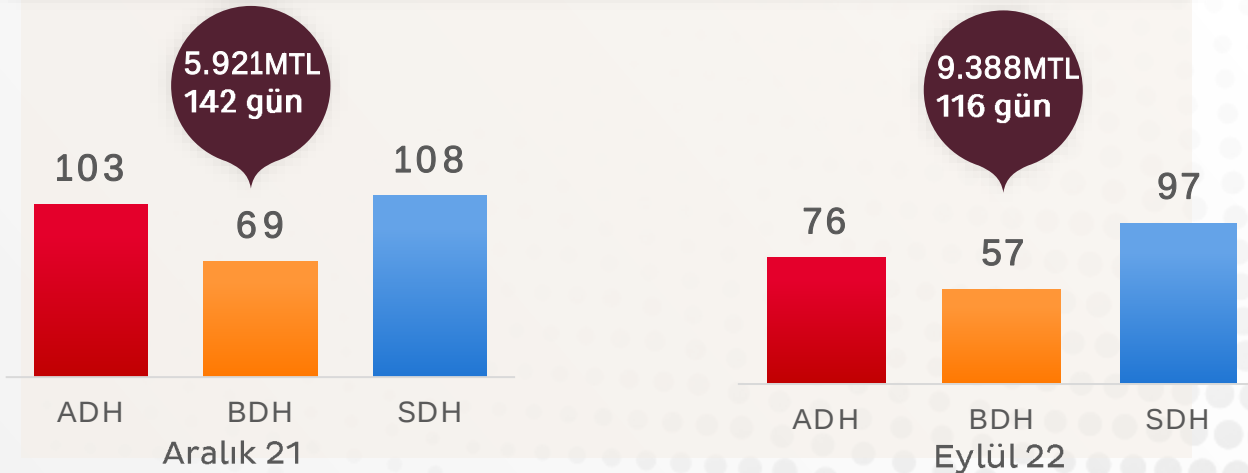


Gelişmiş oranlarla daha güçlü bilanço

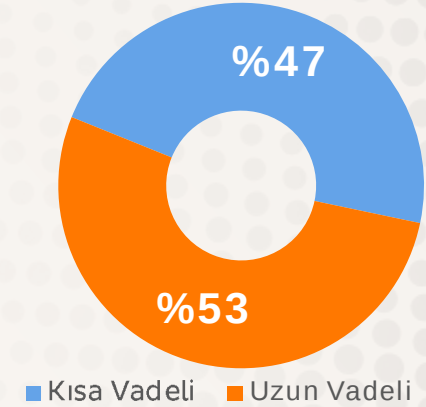
Kovenant Baz Net Borç/FAVÖK (X)



Net işletme sermayesi gün sayısı & Net işletme sermayesi



Vade Kırılımı Eylül 2022



FX Hedge Stratejimiz

- Açık pozisyonun yaklaşık %60'i kapatılmıştır. İlave Hedge işlemleri, piyasa koşullarına göre **Hedge Komitesi**'nin onayına tabidir.
- Eylül 2022 itibariyle, **268 Milyon Avro** açık pozisyon hedge edilmiştir.
- 59 Milyon Avro** Önem Gıda ve **22.5 Milyon Dolar** Ülker Bisküvi forward işlemi gerçekleştirilmiştir
- Kullanılan Enstrümanlar** : Cross Currency Swaps & Forwards

AJANDA

01

Yönetim Değerlendirmesi

02

Dönemsel Performans

03

Türkiye Operasyonları

04

İhracat ve Yurtdışı Operasyonlar

05

Satın Alınan Şirket Performansları

06

Bilanço Performansı

07

2022 Yılı Beklentileri

ÜLKER



2022 Konsolide Beklenti

Net
Satış

FAVÖK
Marjı

2021 GERÇEKLEŞEN

12,5 MLTL

%18,6

2022 BEKLENTİ

22,0 MLTL

%18,6

2022 REVİZE
BEKLENTİ

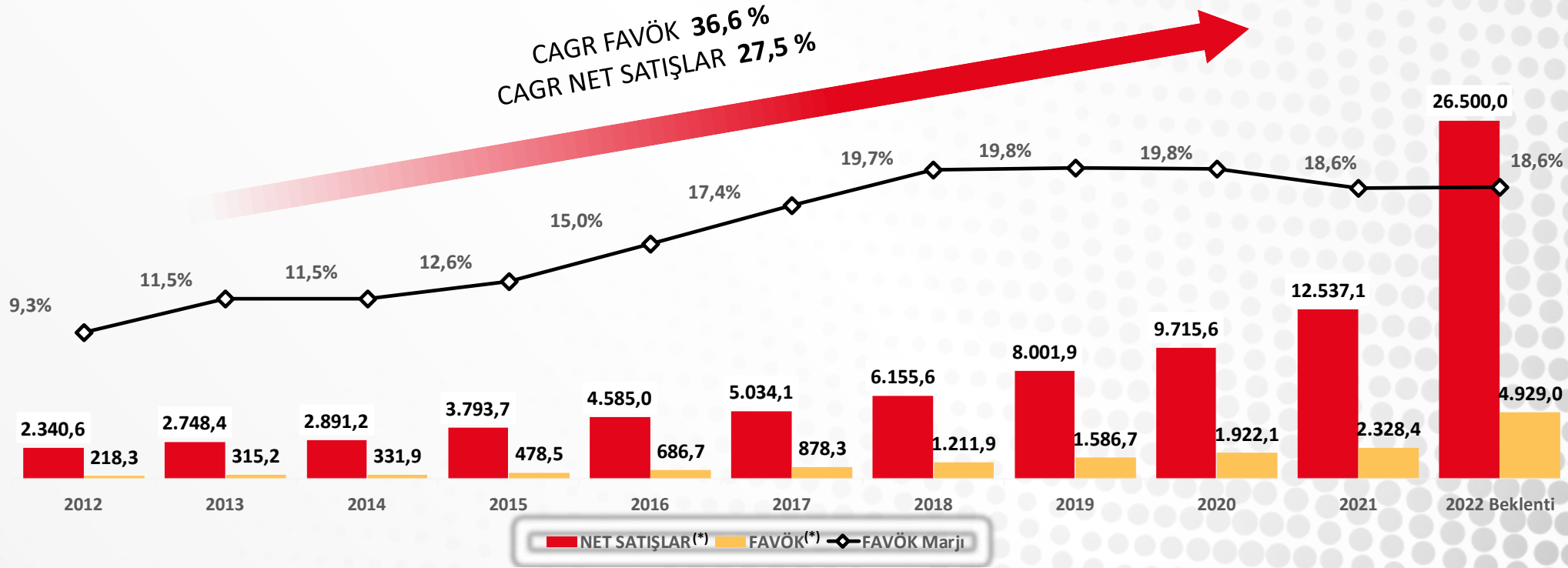
26,5 MLTL

%18,6



Güçlü büyüme ve karlılık devam ediyor

HACİM	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
('000 ton)	422	478	480	514	646	670	644	674	681	660



(*) Milyon TL



Önümüzdeki birkaç çeyrek kritik öneme sahip

ÜLKER olarak atıştırmalıkta en çok tercih edilen marka pozisyonumuzu kuvvetlendirmek

01

**Markalarımız
Desteklemeye
Devam**



02

**Hacim& Değer
Bazındaki
sonuçlarımızı
korumaya
Devam**



03

Büyümeye Devam



04

Pazar Artışı



Yatırımcı ilişkileri iletişim

**Sorularınız için
aşağıdaki e-posta
ve telefon
numarasından
ulaşabilirsiniz**

E- Mail

ir@ulker.com.tr



Telefon

+90 (216) 524 25 56





Çekince

Bu sunum yayınlandığı tarih itibarı ile geleceğe ilişkin belirli beklenti ve varsayımlara dayanan ileriye dönük ifadeler içerir ve bu beklenti ve varsayımların riske maruz olması nedeni ile gerçek sonuçlar bu sunumda belirtilen sonuçlardan farklı olabilir. Bu risklerin pek çoğu Ülker Bisküvi Sanayi A.Ş. (Ülker) kontrol kabiliyetinin ve kesin olarak tahmin edebilme yeteneğinin ötesindedir, örneğin gelecekteki piyasa ve iktisadi koşullar, diğer piyasa katılımcılarının davranışları, edinilen işleri başarı ile entegre etmek veya beklenen maliyet azaltımlarını veya verimlilik artışlarını gerçekleştirmek bunlar arasında sayılabilir. Okuyucular bu sunumda belirtilen geleceğe yönelik ifadeler gereğinden fazla itibar göstermemek konusunda uyarılmaktadırlar. Ülker bu sunum tarihinden sonra meydana gelebilecek gelişmeler nedeni ile bu sunumda yer alan geleceğe yönelik ifadeler konusunda olabilecek herhangi bir revizyonu kamuya açıklama konusunda hiç bir taahhüt altına girmemektedir.

Bu sunum, Ülker'in izni olmadan hiçbir surette basılmayacaktır, yeniden üretilmeyecektir ve dağıtılmayacaktır.

Bu sunumdaki rakamlar daha iyi bir genel bakış verebilmek maksadıyla yuvarlanmıştır. Sapmaların hesaplaması kesirleri de içeren figürlere dayanır. Bu nedenle yuvarlama farklılıkları oluşabilir.

Ülker yönetim kurulu, üst düzey yöneticileri, çalışanları veya herhangi bir diğer kişi bu sunumun kullanılmasından doğabilecek zararlardan sorumlu tutulamaz