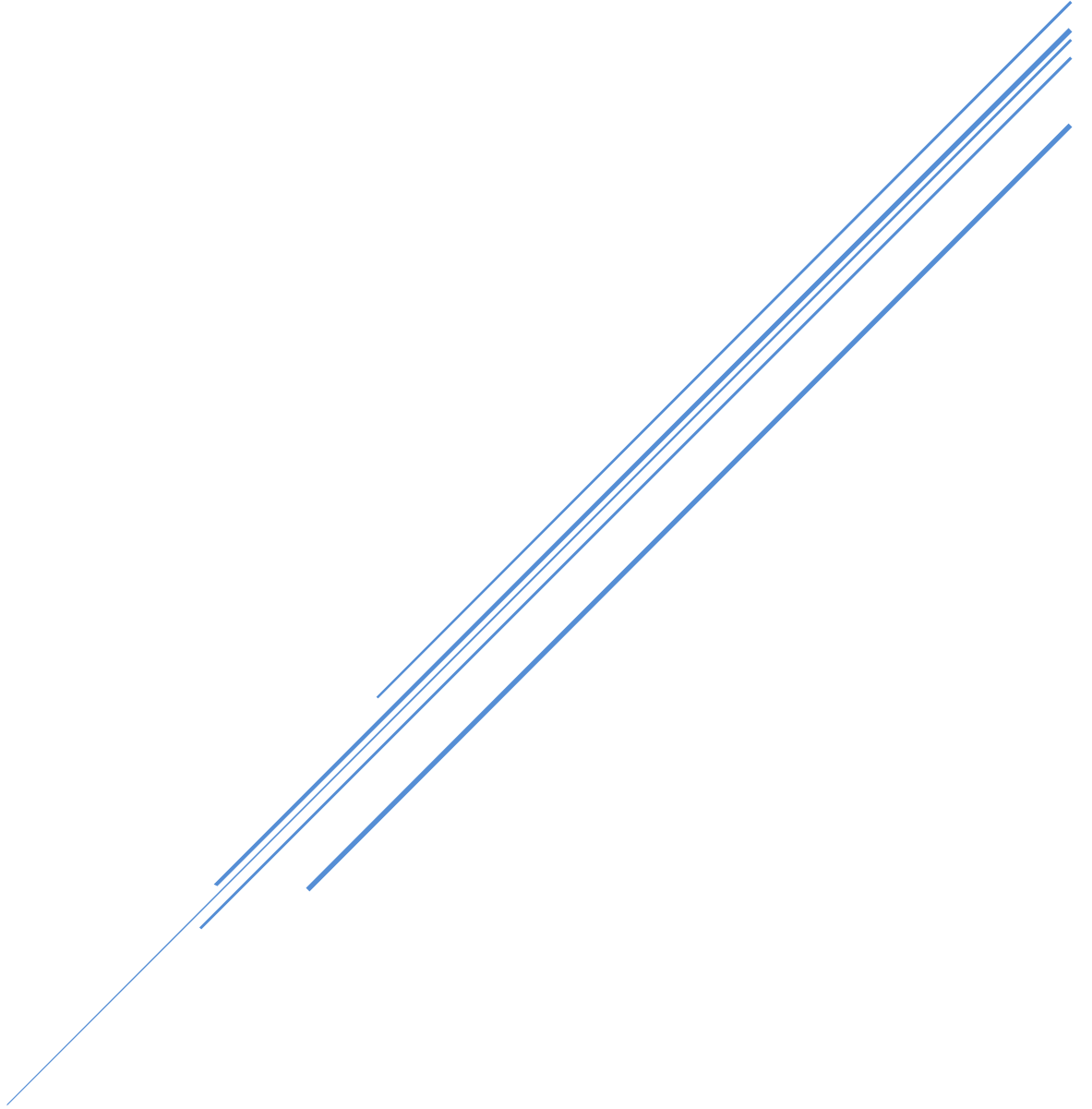


KEREVİTAŞ GIDA SANAYİ VE TİCARET A.Ş. VE BAĞLI ORTAKLIKLARI

1 Ocak – 30 Haziran 2022 Dönemi Faaliyet Raporu





ARA DÖNEM FAALİYET RAPORU UYGUNLUĞU HAKKINDA SINIRLI DENETİM RAPORU

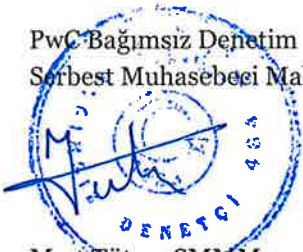
Kerevitaş Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş. Genel Kurulu'na

Kerevitaş Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.'nin ("Şirket") ve bağlı ortaklıklarının (hep birlikte "Grup" olarak anılacaktır) 30 Haziran 2022 itibarıyla hazırlanan ara dönem faaliyet raporunda yer alan finansal bilgilerin, sınırlı denetimden geçmiş ara dönem özet konsolide finansal tablolar ile tutarlı olup olmadığının sınırlı denetimini yapmakla görevlendirilmiş bulunuyoruz. Rapor konusu ara dönem Faaliyet Raporu Şirket yönetiminin sorumluluğundadır. Sınırlı denetim yapan kuruluş olarak üzerimize düşen sorumluluk, ara dönem faaliyet raporunda yer alan finansal bilgilerin, sınırlı denetimden geçmiş ve 17 Ağustos 2022 tarihli sınırlı denetim raporuna konu olan ara dönem özet konsolide finansal tablolar ve açıklayıcı notlar ile tutarlı olup olmadığına ilişkin ulaşılan sonucun açıklanmasıdır.

Sınırlı denetim, Sınırlı Bağımsız Denetim Standardı ("SBDS") 2410 "Ara Dönem Finansal Bilgilerin, İşletmenin Yıllık Finansal Tablolarının Bağımsız Denetimini Yürüten Denetçi Tarafından Sınırlı Bağımsız Denetimi"ne uygun olarak yürütülmüştür. Sınırlı denetimimiz, ara dönem faaliyet raporunda yer alan finansal bilgilerin sınırlı denetimden geçmiş ara dönem özet konsolide finansal tablolar ve açıklayıcı notlar ile tutarlı olup olmadığına ilişkin incelemeyi kapsamaktadır. Ara dönem finansal bilgilerin sınırlı denetiminin kapsamı; Bağımsız Denetim Standartlarına uygun olarak yapılan ve amacı finansal tablolar hakkında bir görüş bildirmek olan bağımsız denetimin kapsamına kıyasla önemli ölçüde dardır. Sonuç olarak ara dönem finansal bilgilerin sınırlı denetimi, denetim şirketinin, bir bağımsız denetimde belirlenebilecek tüm önemli hususlara vâkıf olabileceğine ilişkin bir güvence sağlamamaktadır. Bu sebeple, bir bağımsız denetim görüşü bildirmemekteyiz.

Sınırlı denetimimiz sonucunda, ilişikteki ara dönem faaliyet raporunda yer alan finansal bilgilerin sınırlı denetimden geçmiş ara dönem özet konsolide finansal tablolar ve açıklayıcı notlarda verilen bilgiler ile, tüm önemli yönleriyle, tutarlı olmadığına dair herhangi bir hususa rastlanılmamıştır.

PwC Bağımsız Denetim ve
Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik A.Ş.



Mert Tüten, SMMM
Sorumlu Denetçi

İstanbul, 17 Ağustos 2022

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. DÖNEM SONRASI GELİŞMELER
- XI. ÖZET KONSOLİDE MALİ TABLOLAR
- XII. 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 yarıyılıda Taze Dondurulmuş Gıda Pazarında %43,6 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 53 marka ve 541 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 Yeni Teközel şirketleri tarafından yapılmaktadır. Endüstriyel, pastacılık ve catering satışları ise şirketin kendi bünyesindeki satış teşkilatı ve distribütör yapısı ile birlikte Yıldız Holding şirketlerinden G2m Eksper Satış ve Dağıtım Hizmetleri A.Ş. tarafından, ihracat ise; kendi satış organizasyonu tarafından 50’den fazla ülkeye yapılmaktadır.

II. ORTAKLIK YAPISI

30 Haziran 2022 itibarıyla Şirket'in ortaklık yapısı aşağıdaki gibidir;

Ortaklığın Unvanı	30 Haziran 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	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

Hisse Senedi Performansı

Borsa İstanbul'da KERVT kodu ile işlem gören hisse senetlerinin 30 Haziran 2022 tarihli kapanış fiyatı 5,12 TL olmuştur. Şirket hisse senetleri BIST GIDA, İÇECEK / BIST TİM / BIST BURSA / BIST YILDIZ / BIST SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK / BIST SİNİ / BIST TİM-100 endekslerine dahildir.

III. YÖNETİM KURULU

Adı Soyadı	Görevi	Görev Süresi
Mehmet TÖTÖNCÜ	Başkan	27.04.2021-27.04.2024
Ali ÖLKER	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 üyeleri ve üst düzey yöneticilere sağlanan faydalar aşağıda belirtilmektedir.

	1 Ocak- 30 Haziran 2022	1 Ocak- 30 Haziran 2021
Ücretler ve diğer faydalar	16.375.033	10.404.250
	16.375.033	10.404.250

IV. İŞTİRAKLER

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

Bağlı Ortaklıklar	Doğrudan ve dolaylı etkin sahiplik oranları %	
	30 Haziran 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.	%88,17	%88,07
Marsa Yağ Sanayi ve Tic. A.Ş.	%70,00	%70,00
Western Foods and Packaging SDN BHD	%70,00	%70,00

(*) Kerevitaş Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş., 17 Şubat 2022 tarihinde almış olduğu yönetim kurulu kararı ile, bağlı ortaklığı Besler Gıda Kimya Sanayi ve Ticaret A.Ş.'yi devir almak suretiyle şirketlerin kolaylaştırılmış usulde birleşmesi yönünde karar almış ve 17 Haziran 2022 tarihinde söz konusu birleşme için İstanbul İl Ticaret Müdürlüğü'ne başvurmuştur. Şirket'in başvurusu 30 Haziran 2022 tarihinde İstanbul İl Ticaret Müdürlüğü tarafından onaylanmış ve birleşme işlemi 30 Haziran 2022 tarihi itibarıyla tescil edilmiştir.

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 G2mEksper 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 Kerevitaş'ın iç piyasaya ilk kez sunduğu ürünlerle Dondurulmuş Gıda Pazarı gelişmeye başlamıştır. Bugün gelinen noktada; Pizza, Börek, Milföy, Manti, Pide, Sebze- Meyve, Patates&Patates Krokot, 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. %85 büyüme ile Perakende Taze Dondurulmuş Gıda Pazarı 2022 yılı ilk yarıyıl döneminde 2,7 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 yarısında +%98 büyüme göstererek 16,4 milyar TL** değere ulaşmıştır. Markalaşmaya en açık yağ kategorisi olan margarin kategorisi ise cirosal +%121 artış göstermiştir.

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

**Kaynak: Nielsen Toplam Türkiye, Yağ Pazarı Raporu Haziran 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, Mantı, Pide, Sebze- Meyve, Patates & Patates Krokot, 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, Mantı, 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 yarıyılıda Taze Dondurulmuş Gıda Pazarında %43,6 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 yarıyılıda yaklaşık 272 bin yeni haneye girerek 13 milyon kişinin sofrasına ulaşmaktadır. Bu yıl da "dondurulmuş gıdada lider & uzman markadır" imaj skorunda kategori liderliğini sürdürmüştür. SuperFresh 916 farklı ürünü perakende, ihracat, 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. Rekabette benzeri olmayan, kat kat kabaran hamuru ile kategoriden ayrılan Perfetto Pizza (2 SKU:Sucuklu&Mantarlı ve Jalapenolu); İndirim market müşterileri özelinde Pizza King Cheddarlı-ŞOK ve Pizza King Mix-A101 projeleri hayata geçirilmiştir. Mantı kategorisinde fark yaratacak fırında pişme özelliği ile ayrılan Fırında Mantı & 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. Pazarın hızlı büyüyen ve en büyük kategorisi olan Et kategorisinde büyüyen markalı pazarda lider olma stratejik hedefi doğrultusunda; pazarda olmayan yeni katma değerli Burger kategorisinde bir ilk olacak Sucuklu Burger üretimi gerçekleştirilmiştir. Pazarda farklı börek formatları, çeşitleri ile farklılaşma fırsatı görülmüş, SuperFresh'in PL ile fiyat makasını kapamak, börek pazarındaki konumunu katma değerli çeşitlerle güçlendirmek hedefiyle SuperFresh İspanaklı&Nohutlu ve Pırasalı&Havuçlu Gül Börekleri lansmanı yapılmıştır.

Mixx Awards 2021'de 'Entegre Reklamlar' kategorisinde SuperFresh Pizza Tost Projesi ile Bronz ödüle layık görülmüştür. MMA SMARTIES TÜRKİYE 2021- SuperFresh Pizza Tost Cheddar Peynirli lansman projesi ile 'Ürün/Hizmet Lansmanı' & 'Sosyal Medya Pazarlama' kategorilerinde Gümüş ödül almaya hak kazanıldı. SuperFresh Ayçiçek Yağlı Ton Balığı ITQI Üstün Lezzet Ödülü'ne 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

gaminin 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 53 marka ve 541 SKU üretimi gerçekleştirmektedir. Üretime başladığı yıldan itibaren yağ sanayisinde örnek olan firma, 1999 yılında Entegre Yönetim Sistemi (ISO-9001, ISO-14001 ve OHSAS-18001) kurma kararı alarak çalışmalarına başlamış, sektöründe üç belgeyi ilk alan şirket olarak diğer sanayi kuruluşlarına örnek olmuştur. 2012 yılında AIB (American Institute of Baking) ve 2013 yılında ISO 22000 Gıda Güvenliği Belgelerini alarak kalite konusundaki önderliğini devam ettirmiştir. 2014 yılında da ISO 50001 Enerji Yönetim Sistemi Belgesi’ni alarak, enerji yönetimi ve sürdürülebilir çalışma alanlarında sektörün öncü kuruluşlarından olmuştur. 2020 yılında, Covid-19 sürecinde alınan önlemler ve hijyen standartları sonucunda, TSE COVID-19 Güvenli Üretim Belgesi belgeyi almaya hak kazanılmıştır. 2022 yılında ise ISO 17025:2017 Deney Laboratuvarı Akreditasyon Sertifikası’nı almıştır.

Satış ve Pazarlama

Yerli ve global oyuncuların bulunduğu margarin pazarında, %63 (Kaynak AC Nielsen Haziran 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. Yağ pazarındaki lider markalarla Ramazan Dönemi’nde yoğun saha çalışmaları ve iletişim desteği ile Toplam Türkiye’de +%6,1 puan rekor pay artışıyla %44,5 Pazar payına ulaşılmıştır (Kaynak: AC Nielsen Toplam Türkiye Haziran 2022, Toplam Margarin Pazarı)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 yılı ilk yarısında da perçinlemiştir (Kaynak: AC Nielsen Toplam Türkiye Haziran YTD 2022 Paket Margarin Ciro Payı, Ipsos HTP Haziran YTD 2022).

Pazar payındaki liderliğini, dijital platformlara da taşıyan Bizim Yağ, yılın ilk yarısında online’daki tecrübelerini offline’da bir ürüne dönüştürerek dijital dünyadan raflara yeni bir ürün çıkarmıştır. Hamur Bizim İşimiz Youtube Kanalında tüketicilerden alınan ilhamla geliştirilen yeni ürün “Bizim Yağ Hamur Bizim İşimiz” ile Türkiye’de bir ilke imza atılmıştır. Ürün lansmanını yenilikçi ve genç iletişim tonalitesi ile tüm mecralarda desteklemiştir. Youtube kanalında birbirinden ünlü şefler ve influencerlar ile hamur işlerinin ilkleri denenerek rekorlara imza atılmıştır. En yüksek tiraja sahip yemek dergilerinde ilan çalışmasıyla yer alınmış, lansman kitleri influencerlara gönderilerek etkileşim sağlanmıştır. Bu çalışmaların sonucunda Bizim Yağ, dijital skorlarını yükselterek sosyal medyada 391 bin takipçiye ulaşarak FMCG gıda kategorisinde 400’ü aşkın marka arasında ilk sırada yer almış, Youtube kanalları sıralamasında ise 260 bin takipçiyle 4.sırada yer almıştır.

Kase margarin segmentinde pazar lideri olan Ülker Teremyağ, 2022’nin ilk yarısında da açık ara liderliğini %39 ciro payı ile sürdürmüştür (Kaynak: AC Nielsen Toplam Türkiye Haziran YTD 2022 Kase & Sıvı Margarin Ciro Payı). En çok haneye giren kâse margarin markası olan Teremyağ, 2022’nin ilk yarısında marka değeri ve marka arzusu açık ara en yüksek marka olma konumunu sürdürmüştür. Tüketicileri tarafından tereyağının lezzet ikizi olarak bilenen Teremyağ, 2022’nin ilk yarısında da “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 yarısında hedef kitlenin yoğun vakit geçirdiği Instagram mecrası üzerinde Teremyağ’ın en önemli tüketim motivasyonu olan lezzete odaklanmış, ürettiği yüksek kaliteli içerikler ile Sosyal medyada gıda kategorisinin 2 hafta üst üste en çok konuşulan markası olmuştur (Kaynak: Mediacat, 29 Nisan- 6 Mayıs & 6 Mayıs- 13 Mayıs Somera Sosyal Medya Raporu). Ramazan Dönemi’nde Nefis Yemek Tarifleri iş birliği ile hayata geçirilen İftar Menü

Teremyağ'dan projesi ile tüketicilere birbirinden lezzetli Teremyağlı iftar menüleri sunulmuş ve hediyeler verilmiştir. Tüketicilerin oluşturduğu menü sayısı 287 bine ulaşmıştır.

Pazarın köklü markası Luna, 2021 yılında satış şirketi değişikliği ile Besler üzerinden satılmaya başlamıştır. 2022'nin ilk yarısında ulusal kanalda pazar payını geçen yılın aynı dönemine göre +5 puan artırarak %8 pazar payı ile 3. kase markası konumunu pekiştirmiştir (Kaynak: AC Nielsen Toplam Türkiye Haziran YTD 2022 Kâse Margarin Tonaj 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. Ustam Ramazan'da "Ustalardan Bölgesel Ramazan Lezzetleri" konsepti ile bölgelerin Ramazan'da popüler olan pastane lezzetlerini sosyal medya hesaplarından pastacı ustaları ile buluşturmuştur. 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 Ibaktech Fuarı'na katılmıştır. Yerli, yabancı binlerce ziyaretçinin katılımıyla gerçekleşen Ibaktech'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. Tüketici margarin, pastacılık ve endüstriyel kategorilerde 10'u aşkın yeni müşteri portföye dahil edilmiştir.

Marsa'nın ihracattaki yıldız markası Ona; uzun yıllardır Ortadoğu ve Orta Asya pazarlarında tüketici margarinini 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. Büyüme 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 Yeni Teközel şirketleri tarafından yapılmaktadır. 115.000'den fazla noktaya tüketici ürünleri ile ulaşılmaktadır. Endüstriyel, pastacılık ve catering satışları ise Şirket'in kendi bünyesindeki satış teşkilatı ve distribütör yapısı ile 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 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) Şirket Yönetim Kadrosu

Şirketimizin üst düzey yöneticileri ve görevleri aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Mehmet Tütüncü	CEO	Yıldız Holding
Mert Altınkılınç	CEO	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 30 Haziran 2022 itibarıyla bünyesinde istihdam edilen personel sayısı 1.580' dir. (31 Aralık 2021: 1.565).

IX. DÖNEM İÇİNDEKİ GELİŞMELER

Kerevitaş Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş. 17 Şubat 2022 tarihinde almış olduğu yönetim kurulu kararı ile, bağlı ortaklığı Besler Gıda Kimya Sanayi ve Ticaret A.Ş.'yi devir almak suretiyle şirketlerin kolaylaştırılmış usulde birleşmesi yönünde karar almış ve 17 Haziran 2022 tarihinde söz konusu birleşme için İstanbul İl Ticaret Müdürlüğü'ne başvurmuştur. Şirket'in başvurusu 30 Haziran 2022 tarihinde İstanbul İl Ticaret Müdürlüğü tarafından onaylanmış ve birleşme işlemi 30 Haziran 2022 tarihi itibarıyla tescil edilmiştir.

X. DÖNEM SONRASI GELİŞMELER

Yoktur.

XI. ÖZET KONSOLİDE MALİ TABLOLAR

ÖZET BİLANÇO (TL)

	30.Haz.22	31.Ara.21
VARLIKLAR		
Dönen Varlıklar	5.048.440.434	3.272.199.465
Duran Varlıklar	1.555.722.213	1.449.847.908
TOPLAM VARLIKLAR	6.604.162.647	4.722.047.373
KAYNAKLAR		
Kısa Vadeli Yükümlülükler	3.531.788.335	2.455.866.002
Uzun Vadeli Yükümlülükler	705.025.741	684.245.719
Toplam Özkaynaklar	2.367.348.571	1.581.935.652
TOPLAM KAYNAKLAR	6.604.162.647	4.722.047.373

ÖZET GELİR TABLOSU (TL)

	Cari Dönem	Önceki Dönem
	01.01- 30.06.2022	01.01.- 30.06.2021
Hasılat	5.144.377.118	2.009.823.900
Brüt kar	1.548.997.784	452.496.243
Brüt kâr marjı	30,1%	22,5%
Faaliyet Karı (*)	1.180.129.897	239.522.619
Faaliyet kâr marjı	22,9%	11,9%
FAVÖK	1.211.838.760	265.309.686
FAVÖK marjı	23,6%	13,2%

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

XII. ESAS SÖZLEŞME DEĞİŞİKLİKLERİ

Yoktur.