

ÜLKER

Yatırımcı Sunumu
2.Çeyrek 2022

İstanbul, 18 Ağustos 2022

AJANDA

01

CEO 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 1Y'22'de olağanüstü sonuçlara ulaştık



Eşsiz performansı ile
bölgesel bir güç

Atıştırmalık
pazarında
%35 pazar
payı ile lider

Makro
atıştırmalıkta
1.sırada

% 20,0
konsolide
FAVÖK marjı

%118,2 ciro
büyümesi



1Y 2022 Konsolide performans



Ciro

11.877 MTL
Büyüme + %118,2



Brüt Kar

3.547 MTL
Büyüme + %125,4



Brüt Kar
marjı

%29,9
Büyüme + 90 baz puan



FAVÖK

2.379 MTL
Büyüme + %139,6



Net Borç/
FAVÖK

2022: **3,05x**
2021: **3,54x**



Operasyonel
Serbest
Nakit
Akış

2022: **550 MTL**
2021: **(11) MTL**

Dönemsel Gelişmeler

Satış Operasyonları ve Tedarik zincirindeki güçlü üretkenlik

- Markalara yatırımımız devam etti
- Ülker, McVities & Godiva ana markalarımız altında gerçekleştirdiğimiz yeniliklerdeki güçlü ivmemizi sürdürdük
- Etkin & dengeli kanal dağılımı yönetimi
- Modern kanalda yüksek satış performansımız
- Başarılı fiyat ve miktar geçişleri

Outcomes

- Hacim / miks ve fiyat geçişleri ile desteklenen kuvvetli satış büyümesi
- Yüksek enflasyonist ortamına rağmen kuvvetli operasyonel karlılık
- Yeni ürün lansmanlarımızın ciroya katkısı artış gösterdi (İlk yarı yurt içi satışlarımızın %13,4'ü)





Makro bakış

2.Çeyrek gelişmeleri

Aşağı yönlü risklerin hakim olduğu dönem

- Rusya/Ukrayna krizi kaynaklı küresel tedarik sorunları (Enerji & Ham madde)
- Enflasyona karşı dünya çapında savaş
- Küresel gıda fiyatları son aylarda istikrar kazandı ancak 2021'dekinden çok daha yüksek kaldı
- Türkiye ve Suudi Arabistan bir dizi alanda ilişkileri ilerletme konusunda anlaştı. Suudi Arabistan ve Türkiye arasında seyahat yasağı kaldırıldı
- Yükselen enflasyon ve döviz kurları Türkiye'de fiyatlar üzerinde baskı oluşturmaya devam etti (TR gıda enflasyonu: %94,65 @ 22 Temmuz)





Operasyonel hızımızı ilk yarıda devam ettirerek üç haneli satış ve FAVÖK büyümesine ulaştık

TL ('000)	1Y'22	1Y'21	%	
Toplam Hacim (Ton)	337.447	315.485	%7,0	●
Ciro	11.877.060	5.442.824	%118,2	●
Brüt Kâr	3.546.800	1.573.696	%125,4	●
Brüt Kâr Marjı	%29,9	%28,9	0,9 ppt	●
FAVÖK	2.378.996	993.008	%139,6	●
FAVÖK Marjı	%20,0	%18,2	1,8 ppt	●
Net Kâr / Zarar (Ana Ortaklık)	-1.119.340	652.198	-%271,6	●
Net Kâr / Zarar %	-%9,4	%12,0	-21,4 ppt	●

Güçlü satış performansı, sağlam hacim artışı ve başarılı marjlar



Başarımız lokal ve global olarak ödüllendirildi



Dünyanın önde gelen sertifika programlarından biri olan En İyi İşverenler sertifikasına layık görüldük. Yapılan değerlendirmeler sonucunda en iyi işveren markası olarak değerlendirilen 1.856 şirketin ilk %25'inde yer alıyoruz.



Fast Company Dergisi'nin Türkiye'deki en iyi 50 sürdürülebilirlik lideri arasında bu hafta ikinci kez üst üste yer alan Ülker CEO'su ve pladis Türkiye, Doğu Avrupa ve Orta Asya Genel Müdürü Mete Buyurgan'ı tebrik ederiz.



Capital Dergisi'nin düzenlediği Türkiye'nin En Mutlu İş Yerleri Araştırması'nda atıştırmalık sektörünün 1.'si olduk

AJANDA

01

CEO 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



2.Çeyrek 2022 Konsolide performans



Ciro

5.991 MTL

Büyüme + %125,3



Brüt Kar

1.698 MTL

Büyüme + %138,7



Brüt Kar
marjı

%28,3

Büyüme + 160 baz puan



FAVÖK

1.134 MTL

Büyüme + %154,0



Net Borç/
FAVÖK

2022: **3,05x**

2021: **3,54x**



Operasyonel
Serbest
Nakit
Akış

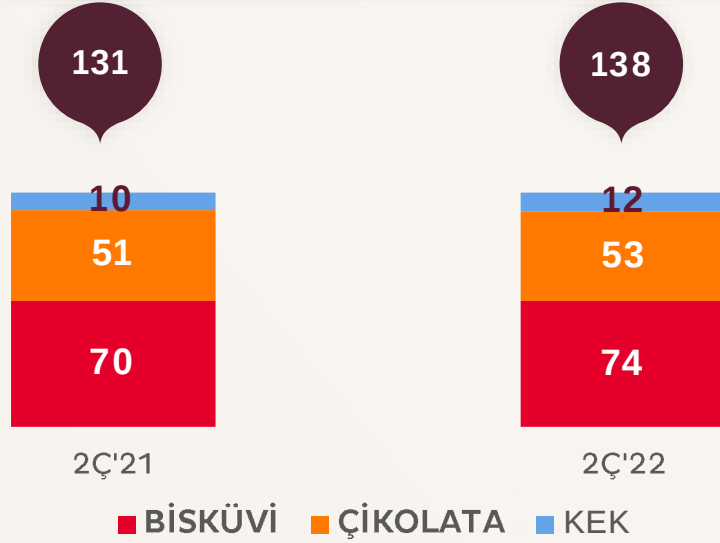
Q2'22: **260 MTL**

Q2'21: **206 MTL**



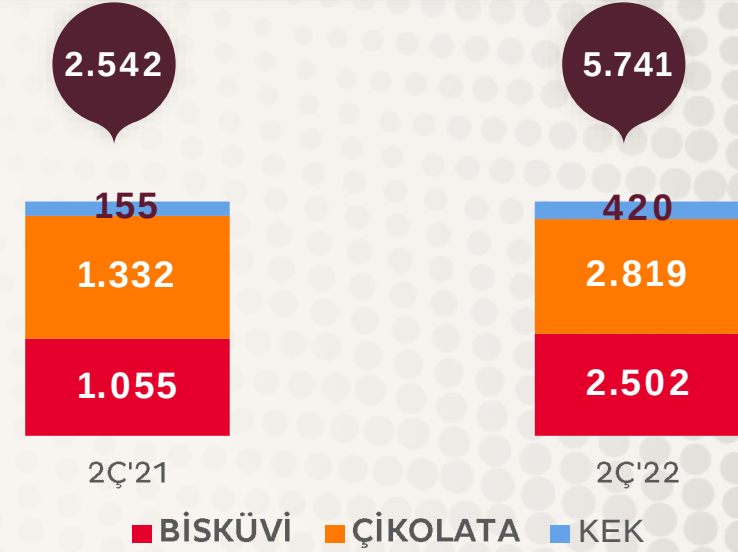
Başarılı ihracat, yeni lansmanlar ve sinerji ürünlerimize yapılan yatırım ile desteklenen 2.Çeyrek

Atıştırmalık Satış Hacmi (Bton)



- Toplam atıştırmalık hacim etkin ve zamanında yapılan fiyat geçişleri ve yeni lansmanların etkisi ile 2.Ç'22 'de **%5,7** artış göstermiştir
- Bisküvi hacmi Türkiye operasyonlarının kuvvetli katkısı ile **%5,2** artış göstermiştir
- Çikolata hacmi Ramazan bayramı kaynaklı ikramlık kategori desteği ile **% 3,0** artış göstermiştir
- Kek hacmi Türkiye pazarının kuvvetli etkisi ve kategori yatırımlarının pozitif dönüşü kaynaklı **% 23,3** artış göstermiştir

Atıştırmalık Satışları (Mtl)

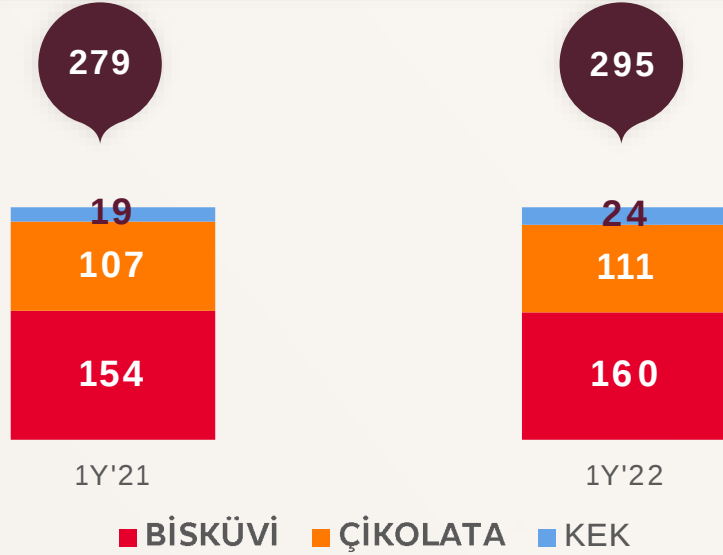


- Toplam atıştırmalık cirosu tüm bölgelerimizdeki olumlu ürün ve kanal kırılımı, yeni lansmanlar ve fiyat geçişleri ile **%125,8** artış göstermiştir
- Bisküvi satışları etkinli ve zamanında yapılan fiyat geçişleri ve MENA bölgesi pazarlarındaki toparlanma kaynaklı **%137,1** artış göstermiştir
- Çikolata satışları yeni ve katma değer yaratan lansmanlar kaynaklı **% 111,6** artış göstermiştir
- Kek satışları kategori yatırımının başarılı sonuçları kaynaklı artan hacim ve pazar payının etkisi ile **%170,9** artış göstermiştir



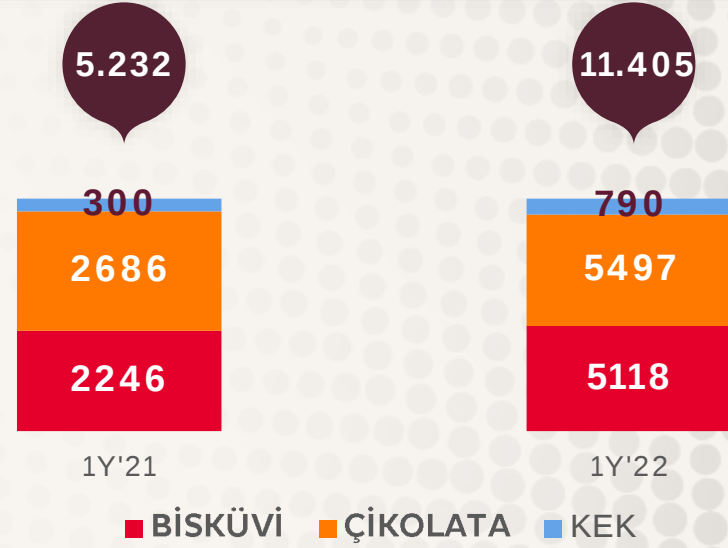
Hacim ve ciro büyümesinden fedakarlık etmedik

Atıştırmalık Satış Hacmi (Bton)



- Toplam atıştırmalık hacmi birinci ve ikinci çeyreklerin başarılı katkısı, ihracat ve uluslararası operasyonlar kaynaklı 1Y'22 'de **%5,6** artış göstermiştir
- Bisküvi hacmi Türkiye'deki güçlü ürün lansmanlarının katkısı ile **%4,4** artış göstermiştir
- Çikolata ve Kek hacmi başarılı SKU ve portföy optimizasyonları, kek kategorisindeki değer yaratan lansmanların ile sırasıyla **%4,0** ve **%24,5** artış göstermiştir

Atıştırmalık Satışları (Mtl)



- Toplam atıştırmalık cirosu tüm bölge ve kategorilerimizdeki ürünlerin pozitif katkısı, Covid 19 sonrası pazarların toparlanması ve fiyat geçişleri ile **%118,8** artış göstermiştir.
- Bisküvi satışları fiyat-miktar geçişleri ve covid sonrasında pazarlardaki toparlanma kaynaklı artan penetrasyon ile **%127,9** artış göstermiştir
- Çikolata satışları fiyat-miktar geçişleri ve yeni lansmanlar kaynaklı **%104,7** artış göstermiştir
- Kek satışları başarılı Türkiye pazarı performansı, relansmanların devam eden etkisi ve fiyat geçişleri kaynaklı **%162,7** artış göstermiştir

AJANDA

01

CEO 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 %35 pazar payı ile lider

Bisküvi-%40 Pazar Payı

#1

#1 Pötibör



#1 Krem Bisküvi



#1 Spesial Bisküviler



#2 Kraker



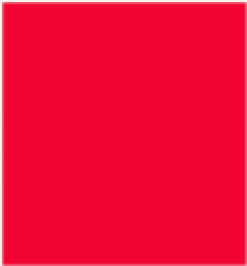
#1 Sandviç Bisküviler



#1 Çikolatalı Bisküvi



Pazar payı gelişimi - Değersel bazda(*)



MAT'21



MAT'22

Çikolata- % 40 Pazar Payı

#1

İlk 5 Çikolata Kaplamalı Ürünlerden 4'ü



#1 Katı Çikolata



Pazar payı gelişimi - Değersel bazda(*)



MAT'21



MAT'22

Kek- %20 Pazar Payı

#2

#1 Ev Tipi Aile Boyu Kek



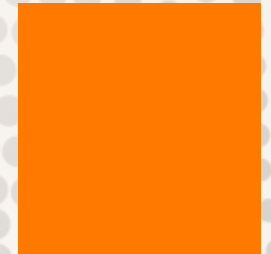
#2 Porsiyonluk Kek



Pazar payı gelişimi - Değersel bazda(*)



MAT'21



MAT'22

(*) Kaynak : Nielsen & Ipsos



Yeni ürünlerin yurt içi satışa katkısı 2.Ç'22 'de %15 olarak gerçekleşti

2022 Yeni Ürün Lansmanları

BİSKÜVİ



KEK



ÇİKOLATA

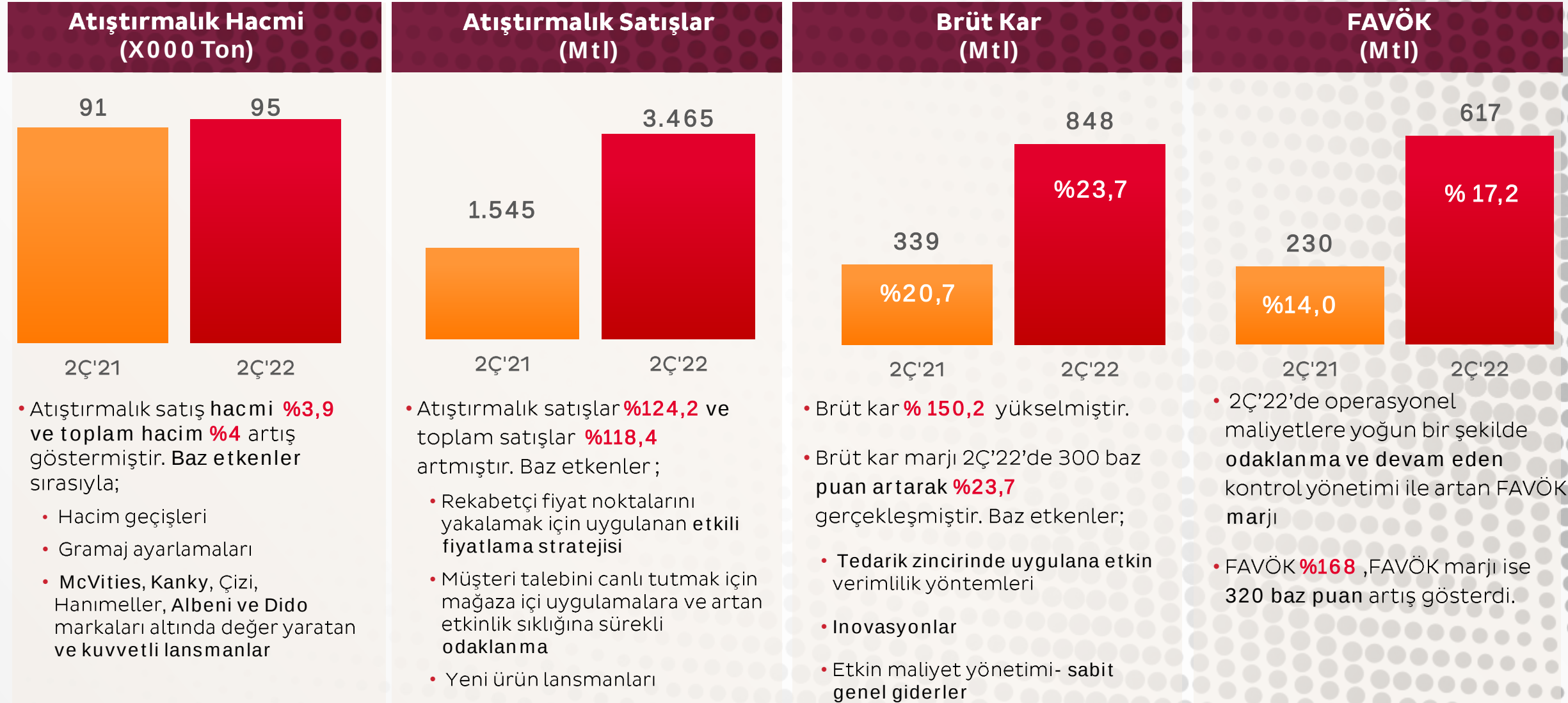


ÇOCUK



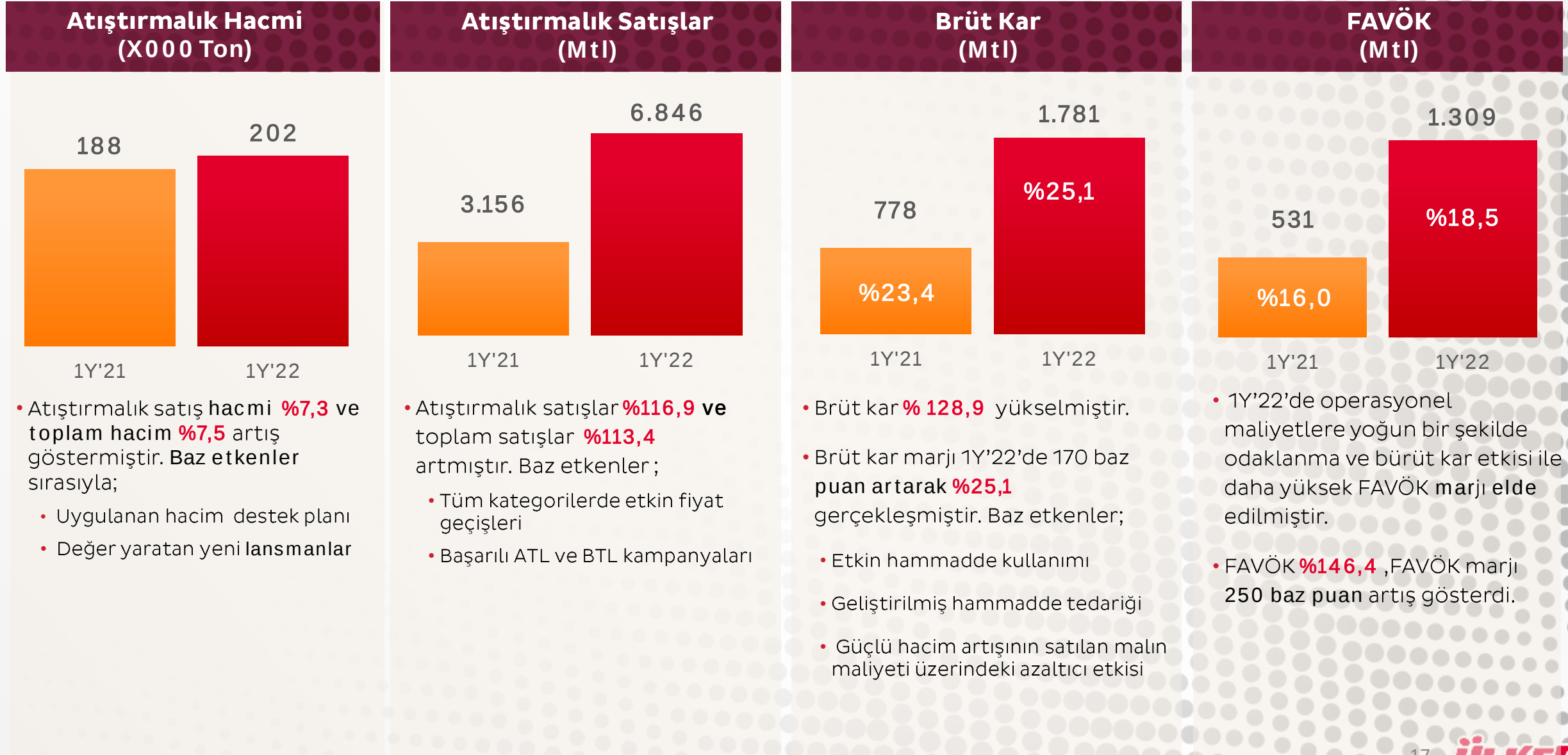


Türkiye : Güçlü kanal yönetimi , ürün kırılımı ve tedarik zinciri yönetimi ile başarılı 2Ç'22





Başarılı 1Ç&2Ç'22 olağanüstü ilk yarı sonuçlarına ulaştırdı



AJANDA

01

CEO 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



#Kaplmalı



#2 Dolgulu Gofret



#4 Gofret



#4 Sandviç



#2 Sağlıklı Atıştırmalık



Pazar Payı Gelişimi (Değersel Bazda)*



MAT'21



MAT'22

Bisküvi- % 18,0 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 -% 13,6 Pazar Payı #3



#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



2Ç'22'de yeni ürün lansmanların uluslararası ciroya katkısı %4 olarak gerçekleşti

Suudi Arabistan



Mısır

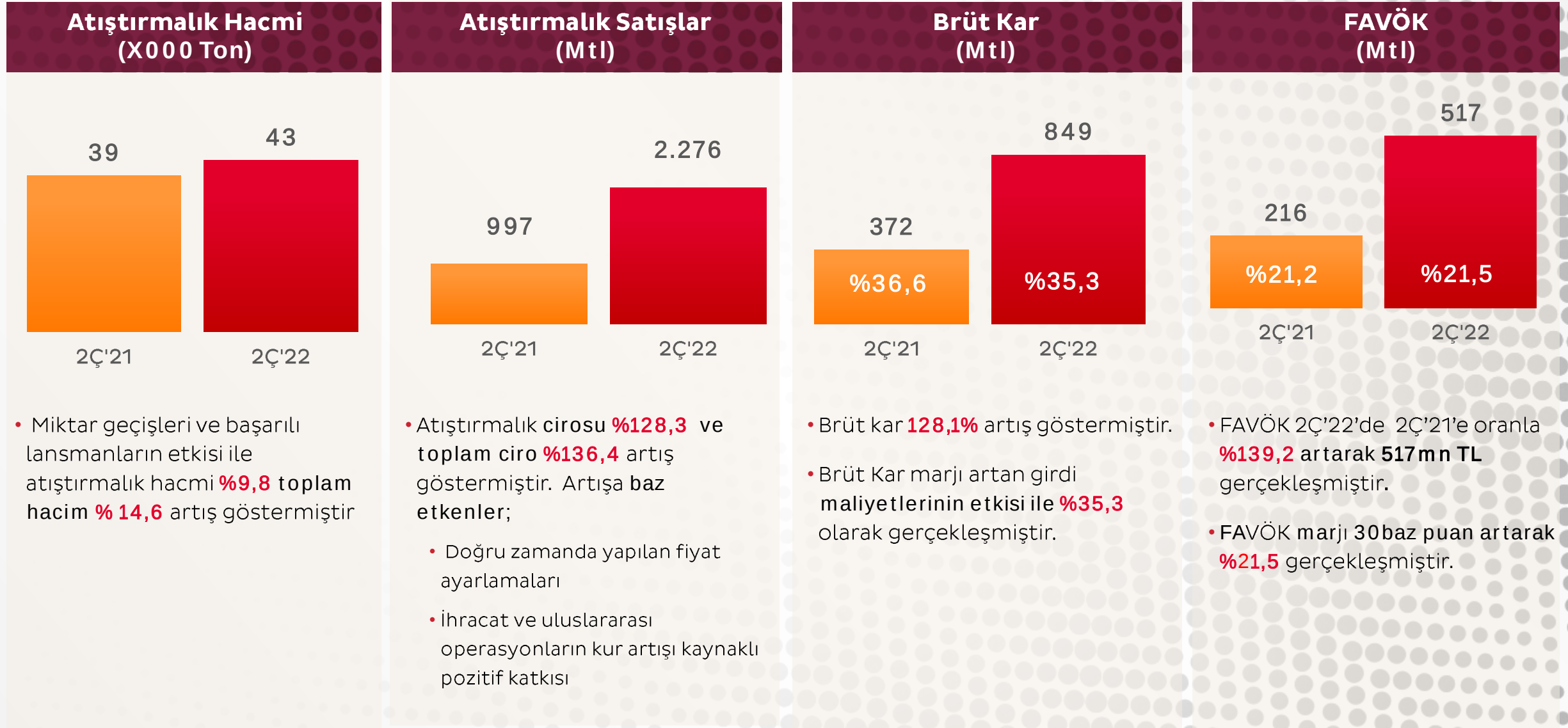


Kazakistan



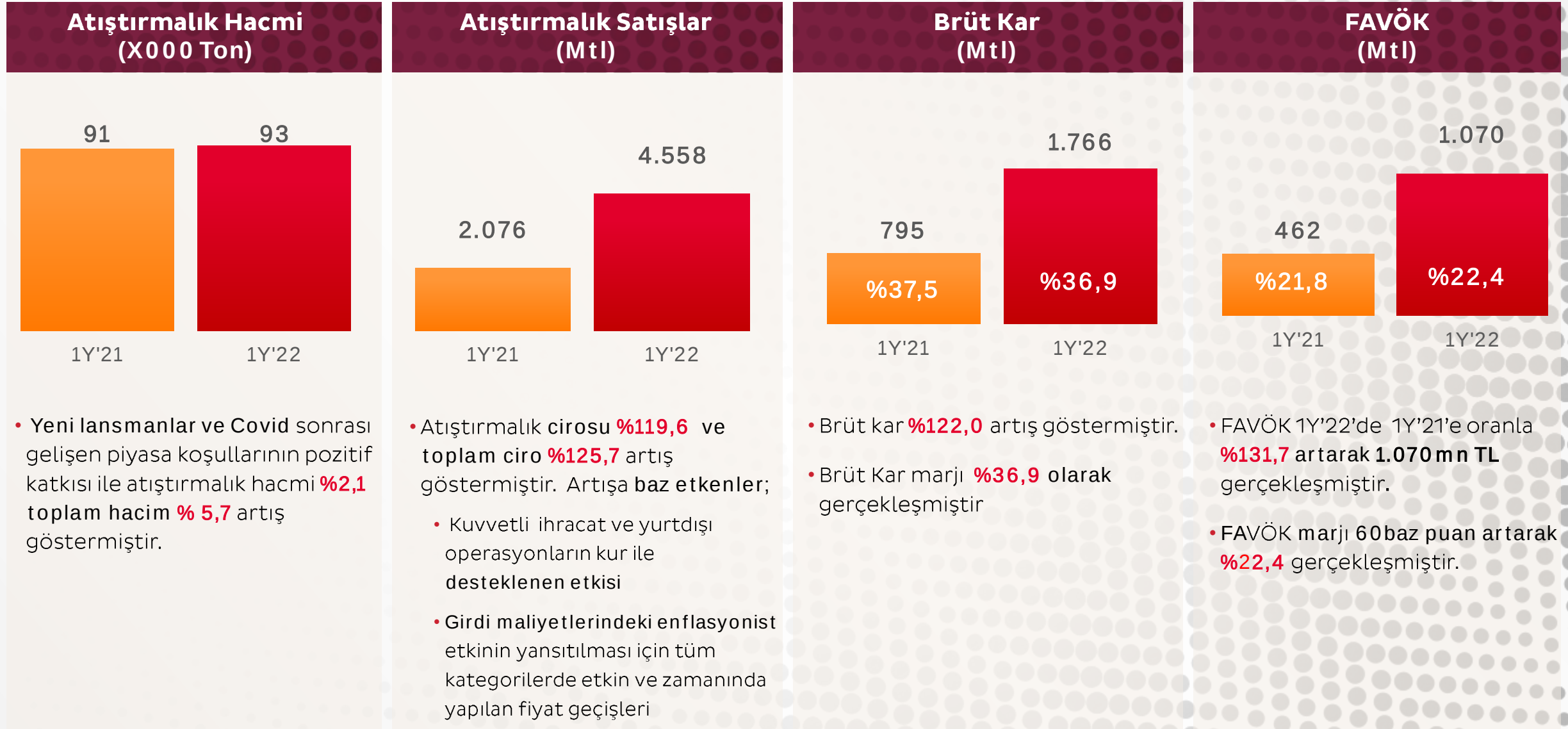


Güçlü momentum ve sağlam finansal sonuçlar





Sürdürülebilir dengeli büyüme ve uzun vadeli katma değere ulaşıldı





Kazanma stratejisi ile liderlik

Suudi Arabistan



FMC & IBC

Yıllık Hacim Büyümesi
(% -3,8)



Yıllık Ciro Büyümesi
%17,5



Yıllık FAVÖK Büyümesi
%36,6



FAVÖK Marjı
%20,8



Mısır



HI-FOOD

Yıllık Hacim Büyümesi
(%21,9)



Yıllık Ciro Büyümesi
%10,0



Yıllık FAVÖK Büyümesi
%30,6



FAVÖK Marjı
%10,8



Kazakistan



HAMLE

Yıllık Hacim Büyümesi
%5,8



Yıllık Ciro Büyümesi
%37,1



Yıllık FAVÖK Büyümesi
%100,2



FAVÖK Marjı
%14,6



AJANDA

01

CEO Değerlendirmesi

02

Dönemsel Performansı

03

Türkiye Operasyonları

04

İhracat ve Yurtdışı operasyonları

05

Satın Alınan Şirket Performansları

06

Bilanço Performansı

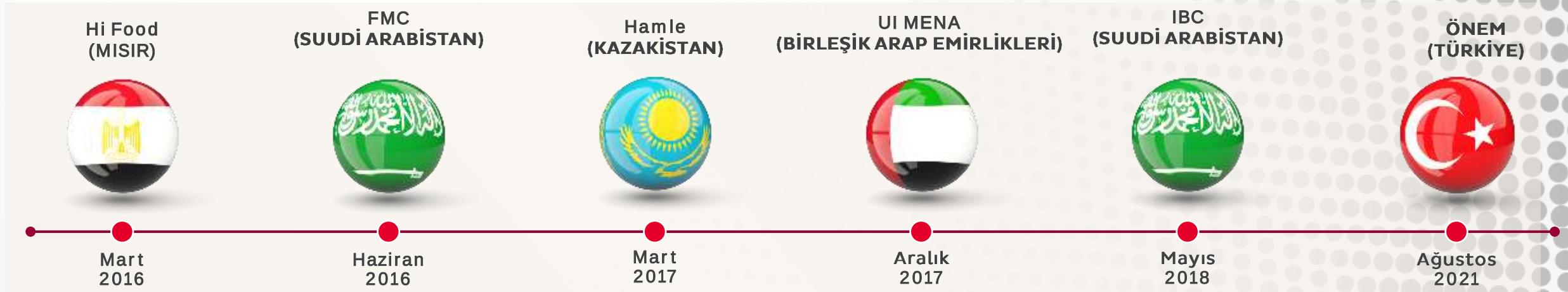
07

2022 Yıl sonu Beklentileri

ÜLKER

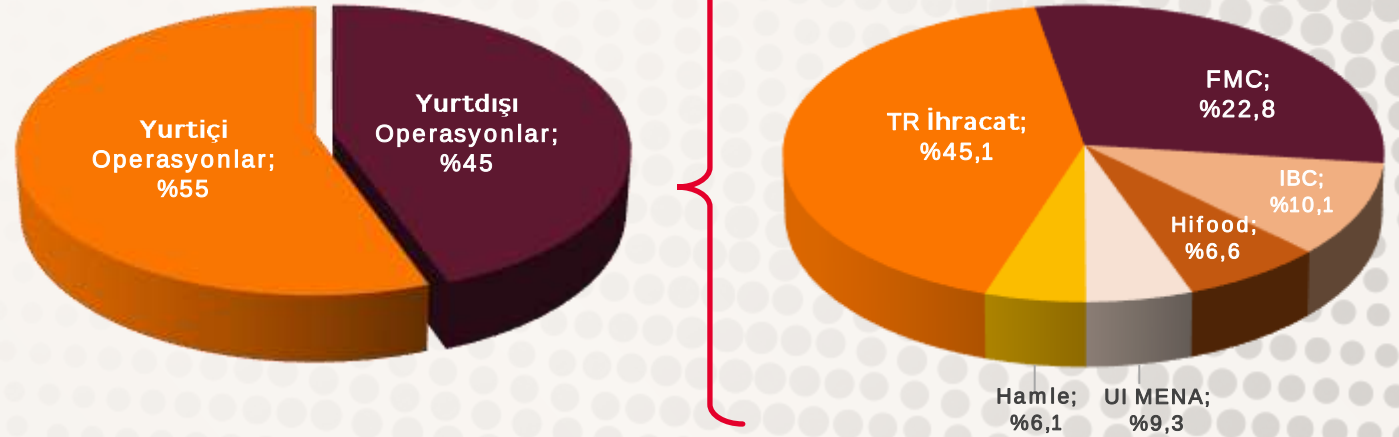


Satın Alımlar: Önemli bir FAVÖK marjına ulaştı



- 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 300 baz puan katkı sağladı (1Y'22)

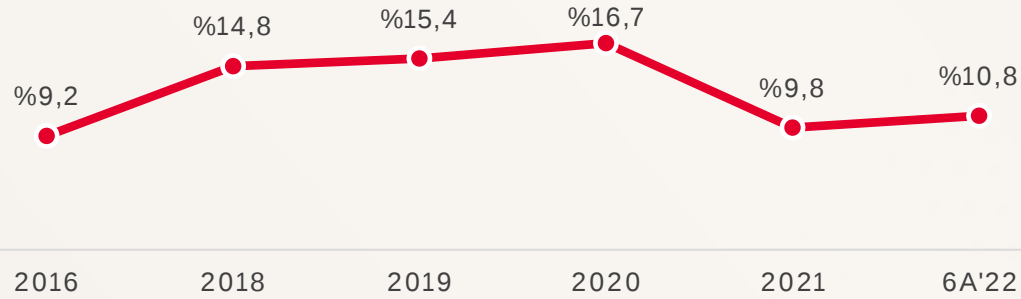
Satın alımların FAVÖK katkısı -1Y 2022





Satın Alımlar: Yıllar itibariyle FAVÖK % gelişimleri

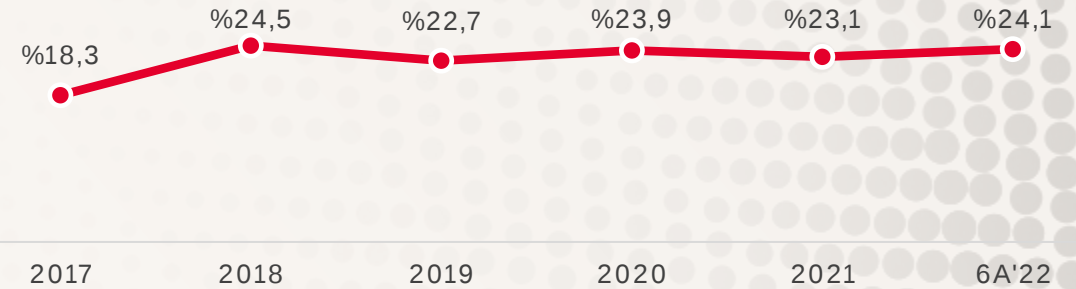
KUZEY AFRIKA (HIFOOD)



Mevcut FAVÖK %
%10,8

Toplam FAVÖK'e Katkısı
%3,0

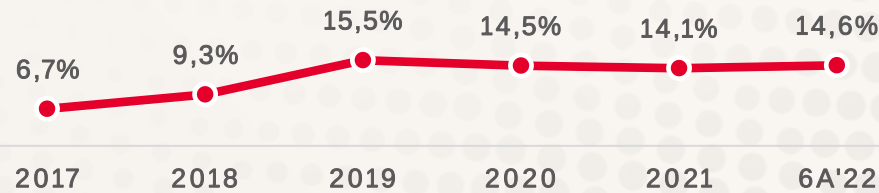
ORTA DOĞU (FMC-IBC-UI MENA)



Mevcut FAVÖK %
%24,1

Toplam FAVÖK'e Katkısı
%19,0

ORTA ASYA (HAMLE)



Mevcut FAVÖK %
%14,6

Toplam FAVÖK'e Katkısı
%2,8

AJANDA

01

CEO Değerlendirmesi

02

Dönemsel Performans

03

Türkiye Operasyonları

04

İhracat ve Yurtdışı Operasyonlar

05

Satın Alınan Şirket Performansları

06

Bilanço Performansı

07

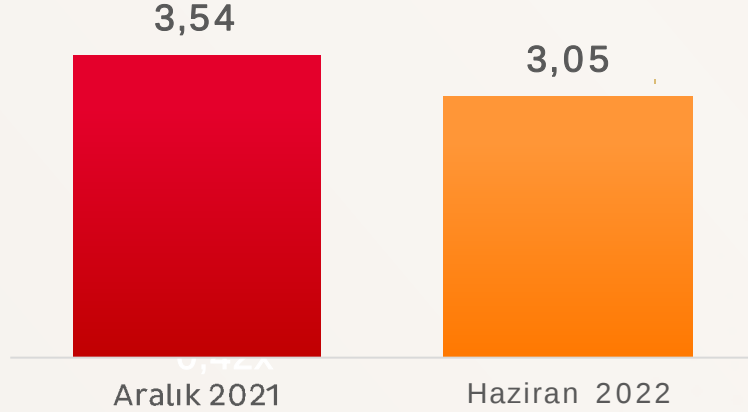
2022 Yıl sonu Beklentileri

ÜLKER

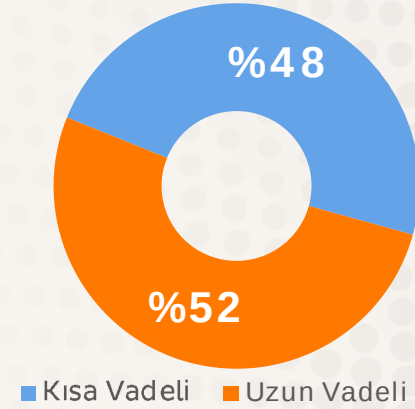


Gelişmiş oranlarla daha güçlü bilanço

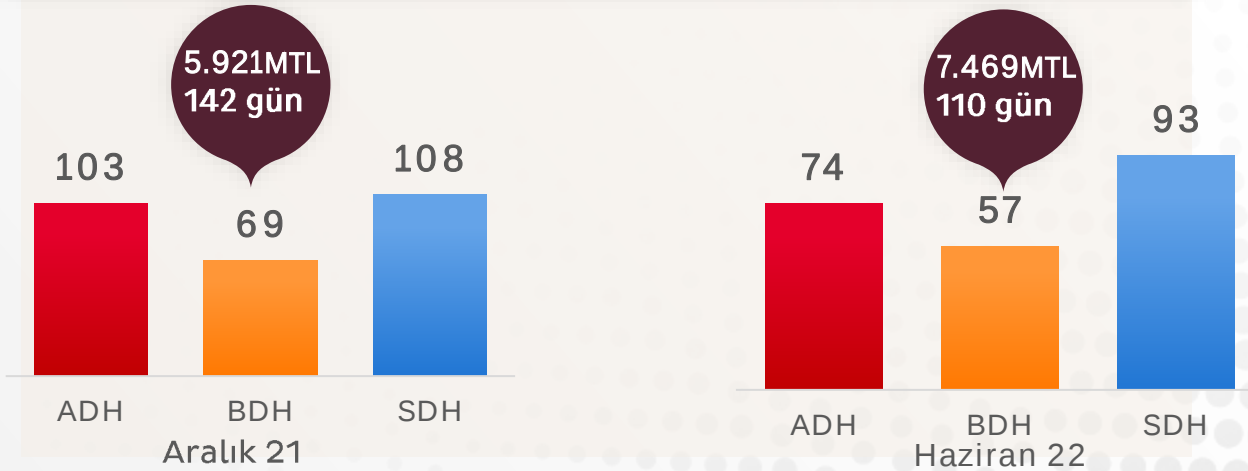
Net Borç/FAVÖK (X)



Vade Kırılımı Haziran 2022



Net işletme sermayesi gün sayısı & Net işletme sermayesi



FX Hedge Stratejimiz

- Açık pozisyonun yaklaşık %45'i kapatılmıştır. İlave Hedge işlemleri, piyasa koşullarına göre **Hedge Komitesi**'nin onayına tabidir.
- Ağustos 2022 itibariyle, **200 Milyon Avro** açık pozisyon hedge edilmiştir.
- 42 Milyon Avro** Önem Gıda ve **22.5 Milyon Dolar** Ülker Bisküvi forward işlemi gerçekleştirilmiştir
- Kullanılan Enstrümanlar**: Cross Currency Swaps & Forwards

AJANDA

01

CEO 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

23,5 MLTL

%18,6

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 ifadelere 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