

## SAYFA 5

Herkese merhaba.

Öncelikle, katılımınız için teşekkür ederek, kendimi tanıtmak istiyorum.

Adım Veysel Memiş. Tat Gıda'nın Genel Müdürü ve Yönetim Kurulu Başkan Vekiliyim.

Bugün, sizler ile Tat Gıda'nın 3. Çeyrek faaliyetlerini ve 9 aylık finansal sonuçlarını paylaşacağım.

Geçtiğimiz dönemde, Türkiye'de domates işleme alanında tek çatı altında en yüksek kapasiteye sahip lider Tat Gıda'yı, Avrupa'da beşinci ve dünyada ise 13. sırada konumlayan unsurları detaylıca paylaşmıştık.

Dolayısıyla, bu dönemde, bizi rekabetten ayıran üç temel unsur olarak değindiğimiz Yüksek Kapasiteli Lider Üretim Tesislerimizde; Yaygın Tedarik Zincirimiz ve Dağıtım Ağımızda; ve de Güçlü Marka Değerimiz ve Satış Kanallarımızda 3. Çeyrekte yaşanan gelişmelerden söz edeceğim.

Bildiğiniz üzere, yılın 3. Çeyreğinde yıllık hasat gerçekleştirildiği için, bütün yılın operasyonel açıdan en kritik dönemi.

Global pazarlardaki trendlere ve Türkiye Pazarındaki verilere sonradan değinmek kaydı ile, bu hasat döneminden bahsedeceğim. Bu yıl, odağımız her alanda verimlilik artışı oldu.

Bu dönemde, yaklaşık 414.000 ton domates işledik.

Hammadde alımında, 450 sözleşmeli tedarikçi portföyümüzden, girdilerimizin yaklaşık %50'sini tedarik ettik. Spot alımlarda, ciddi maliyet avantajı sağladık.

Üretim süreçlerindeki çalışmalarımız ile, 1 kg salça üretmek için kullandığımız domates miktarında son 10 yılın en iyi değerine ulaştık.

Toplam tedarikimizin yaklaşık %5'lik payını, yaklaşık 2.500 dekar alanda sürdürdüğümüz kendi tarımsal faaliyetlerimizden elde ettik.

Türkiye'de hektar başına ortalama 7-8 ton olan verimliliğin üzerinde, hektar başına 10-11 ton seviyesinde verimlilik kaydetmemizi sağlayan dijital tarım çalışmalarımıza devam ettik.

Hasat döneminde, uydu görüntü analizleri ile, kendi tarlalarımıza kurduğumuz akıllı otomatik sulama ve gübreleme sistemlerinin verimlilik testlerini gerçekleştirdik.

Devreye aldığımız Stok Dashboard uygulaması sayesinde, stok ve sipariş entegrasyonunu sağlayarak, sipariş süreçlerimizi daha etkin bir şekilde yönetmeye başladık.

Yıllık üretimi büyük ölçüde tamamladıktan sonra, yaygın satış kanallarımızda, 2025 dönemi için satış sözleşmelerimize başladık.

Hem yurt içinde, hem yurt dışında; marka değerimizi güçlendirmeye yönelik aksiyonlarımıza devam ediyoruz.

Son zamanlarda ürün ve müşteri portföyümüzü genişletmek üzere yaptığımız çalışmalar ile Yurt içinde, Tat markalı çeşnili mayonez lansmanı, Yeni müşterilere yönelik özel etiketli domates ürünleri üretimi, Bir kosher gıda markası için atıştırmalık üretimi, Organik salça ve rende üretimi ile sertifikasyon çalışmaları gerçekleştirdik.

Yurt dışında ise özel markalı ketchup kategorisinde portföyümüze yeni müşteriler ekledik.

## **SAYFA 6**

Türkiye pazarındaki konumumuza baktığımızda; Tat Gıda olarak, uzun yıllar süregelen kalite odaklı yaklaşımımız ve güçlü markamızın yansıması sonucu; salça kategorisinde sürekli pazar liderliğine sahibiz.

Yılın üçüncü çeyreğinde, rekabet özellikle süpermarketlerde, fiyat odaklı, agresif kampanyalarına devam etti.

Tat Gıda olarak, karlılık odağımızı koruduk.

İndirim marketlerinde bu dönemde aldığımız aksiyonların zamanlamasının geçen yıla kıyasla farklılık göstermesinin de etkisiyle, domates ürünleri ve ketchup kategorilerinde küçük bir pay kaybı ile 2. sırada yer aldık.

Özellikle Hazır Yemek ve Mayonez ürün gruplarındaki katma değerli kategorilerde büyümek ve marka konumumuzu korumak üzere, doğru dağıtım kanallarındaki iletişim yatırımlarımızı karlılık odağı ile sürdürüyoruz.

## **SAYFA 7**

Faaliyetler ile ilgili bilgi vermeden önce, Tat Gıda'nın ortaklık yapısındaki değişiklikten de bahsetmek isterim. 19 Şubat itibarıyla, Memişoğlu Tarım, Koç Topluluğu'na ait olan Tat Gıda hisselerini devraldı ve %49,04 oranı ile şirketin en büyük hissedarı oldu.

Son olarak, 27 Eylül ve 30 Eylül tarihlerinde kamu ile paylaştığımız üzere, Memişoğlu Limited Şirketinin ilave hisse alımları ardından, Tat Gıda'nın sermayesindeki payı %49,84'e çıktı.

Alımlar ardından Şirketin halka açıklık oranı %40,6 olurken; Kagome ve Sumitomo, %5,2 oranındaki hisselerini koruyor.

## SAYFA 9

Faaliyetlerimizden önce, global domates işleme pazarındaki son gelişmelere değineceğim.

Geçen dönem, pandemiye kadar, 37-38 milyon ton seviyesinde stabil kalan toplam global domates işleme hacminin, pandemide, tedarik zinciri ve lojistik alandaki sorunlar dolayısıyla raf ömrü uzun ürünlere yönelik talebi karşılamak için arttığını paylaşmıştık.

2023 yılında, Kaliforniya ve Güney Avrupa'daki sıcaklık ve olumsuz hava koşulları, global domates işleme hacminde düşüş beklentilerine ve dolayısıyla referans fiyat seviyelerinin 135 ABD doları seviyelerine yükselmesine yol açmıştı.

Dünya Domates İşleme Konseyi verilerine göre, 2024 yılında küresel domates işleme hacmi son 3 yıldır yükselme trendine devam ederken, 2023 yılında 135 ABD doları ile zirve yapan referans fiyatların da, 122 ABD dolarına gerilemesi bekleniyor.

Ancak; verimliliği artırmak için yapılan teknolojik yatırımlar ve yüksek maliyetler dolayısıyla, referans fiyatlar pandemi öncesinin üzerinde seyretmeye devam ediyor.

Global pazardaki domates işleme dağılımına baktığımızda ise; hasat dönemi birçok ülkede tamamlanma noktasına gelirken, aşırı sıcak veya yağmurlu hava koşullarının bazı bölgeleri etkilediğini görüyoruz.

Dünya Domates İşleme Konseyi'nin 2024 yılı için 46,9 milyon ton olarak tahmin ettiği domates işleme hacminin, güncel verilere göre yaklaşık 45,8 milyon ton seviyelerine gerilemesi bekleniyor.

Bu gerilemenin en büyük nedeni de, Çin'de 8 milyon tondan, 11 milyon tona çıkması beklenen işlenmiş domates hacminin, yaklaşık 10,5 milyon ton olarak revize edilmesinden kaynaklanıyor.

Türkiye'nin küresel domates işleme pazarından aldığı payın ise %7 seviyelerinde olması bekleniyor.

Türkiye'de ise büyümeyi son yıllarda özellikle Orta Doğu ve Avrupa pazarından gelen talep artışı desteklerken, 2022 yılına kadar enerji, iş gücü ve tarımsal girdilerdeki fiyat artışları, domates işleme maliyetlerini artırdı.

Son iki yılda, global piyasalardaki fiyat baskısı ve yurt içindeki talep daralması, özellikle hammadde maliyetlerinde düşüşe neden oldu.

Türkiye'de, 2024 yılının 3. sezonunda hasat dönemi büyük ölçüde tamamlandı. TÜİK verilerine göre; 2024 yılında domates üretiminin %9 oranında artarak 14,5 milyon tona çıkacağı tahmin ediliyor.

Domates işleme hacminin beklendiği üzere 3,1 milyon ton olması durumunda, geçen seneye kıyasla %8,8 ve 2017 yılından bu yana da ortalamada %7,2 oranında büyüme kaydetmiş olacak.

## **SAYFA 10**

Tat Gıda'ya baktığımızda; bu yılın hasat dönemi özelinde iki önemli unsura değinmek isterim.

İlki, hammadde (domates) alım maliyetlerimizdeki düşüş. Alımlarımızın yaklaşık yarısı kontratlı olmakla beraber, spot alımlarımızda geçen yıla kıyasla ciddi bir maliyet avantajı yakaladık.

Diğer bir unsur da, hem üretim tesislerimiz arasında sinerji yaratarak, hem de üretim süreçlerinde yaptığımız iyileştirmeler sayesinde verimlilik artışı yakaladık.

Sonuç olarak, 1 kg salça üretiminde kullandığımız domates miktarı son 10 yılın en düşük seviyesine gerilerken, bazı ürünlerimizin üretim maliyetlerini düşürdük.

Bu yıl, elimizde 2023 yılından kalan stoklarımız olduğu için, verimlilik odağı ile, 413.700 ton domates işleyerek, Türkiye'nin toplam domates işleme pazarından %13 oranında pay aldık.

Bu rakam, 2023 yılına kıyasla %8,1 oranında bir düşüş ifade etse de; 2021 öncesi büyüme dönemi olan 340.000 tonun oldukça üzerinde gerçekleşti.

Bu hasat dönemi ardından, 2024 yılının dokuz aylık dönemini geçen yılın aynı dönemi ile karşılaştırdığımızda; elimizdeki stokları göz önünde bulundurarak gerçekleştirdiğimiz üretim, geçen yıla kıyasla %1,5 oranında düşerek, yaklaşık 116.000 ton oldu.

Bu yıl da, üretimden en büyük payı, Türkiye pazarında liderliğini sürdürdüğümüz domates salçası aldı.

İleriye dönük büyüme stratejimizin bir parçası olan Hazır Yemek kategorisinin üretimdeki payı, Memişoğlu Tarım ve Tat Gıda arasındaki sinerji sayesinde Dünya Gıda Programı'na tedarik için lanse edilen yeni ürünler ile birlikte 3 puan yükseldi.

Mevsimsellik dolayısıyla üretimin ağırlıklı olarak gerçekleştiği 3. Çeyrek özelinde ise, toplam üretim, domates ürünleri ve turşu kategorilerindeki düşüş dolayısıyla, geçen yılın aynı dönemine kıyasla yıllık bazda %3,4 oranında azalarak 90.459 ton oldu.

Aynı dönemde satış hacimlerine baktığımızda; toplam satış tonajı, geçen yılın üçüncü çeyreğine kıyasla %7,5 oranında artarak 34.759 ton oldu.

Yurt içinde, geçen yıl ürün portföyünde yer alan meyve püresinin bu yıl satışta olmaması dolayısıyla satış hacmi %10 oranında düştü.

Yurt dışında ise, farklı kanallardaki yoğun aksiyonlar sayesinde satış tonajı %59 oranında arttı.

## SAYFA 11

İhracat gelirlerimizden bahsederken, az önce global piyasalarda değindiğim fiyat baskısının, ihracat pazarlarımızı da etkilediğini ve nihai satış fiyatlarımızı baskıladığını anımsatmak isterim.

Öyle ki, 3. Çeyrekte bazı ihraç ürünlerimizin fiyatları, ABD doları bazında bir önceki yıla göre %40, bir önceki çeyreğe göre %20 oranında geriledi.

Bu nedenle, 3Ç 2024'te ihracat satış hacmi, geçen yıla kıyasla Hazır Yemek, Soslar ve Domates Ürünleri sayesinde artarken, aynı dönemde ihracat gelirleri TL bazında %14 düşerek 477 milyon TL, ABD doları bazında ise, %8,3 azalarak, 12,0 milyon ABD doları oldu.

Yine de, dokuz aylık dönemde 1,9 milyar TL olan ihracat gelirlerinin, toplam içindeki payı geçen yıla kıyasla 9 puan artarak %39 seviyelerine çıktı.

Üçüncü çeyrek özelinde ise, Avrupa pazarında, özel markalı pizza sosu ve ketçap kategorisindeki yeni fırsatlar; Dünya Gıda Programı kapsamındaki hazır yemek satışları; Fransa pazarı için özel markalı ketçap üretimi; yeni ihaleler; Rusya'da satış gücümüzün organizasyonu ve yanı sıra Almanya, İngiltere, Fransa ve Rusya'daki yeni distribütörlük anlaşmaları sayesinde, ihracat gelir payı geçen yıla kıyasla 4 puan artarak %34 seviyelerine çıktı.

ABD doları bazında baktığımızda ise, ürün portföyümüzde yeni bir yapılanmaya yönelik yatırımlara başladığımız 2019 yılı ve 2023 yılı arasında, ihracat gelirlerimizde ABD doları bazında yıllık ortalama büyüme oranımız %41,5 oldu.

Portföyümüzü 12 yeni ülke ve 28 müşteri ile genişlettiğimiz 2023 yılında, ihracat gelirimiz bir önceki yıla kıyasla yaklaşık %11 oranında artarak, 64 milyon ABD dolarına ulaştı.

Bu yılın dokuz aylık döneminde ise, özellikle Hazır Yemek kategorisinde, Dünya Gıda Programı kapsamında yapılan satışların katkısı ile ihracat gelirlerimiz %6,3 oranında artarak, 49 milyon ABD doları oldu.

## SAYFA 12

Finansal sonuçlarımızda; global piyasalardaki fiyat baskısının ve yurt içinde daralan talep nedeniyle, enflasyonla endekslenmiş maliyetlerin nihai satış fiyatlarına yansıtılmamasının negatif etkisini görmeye 3. Çeyrekte de görmeye devam ettik.

Yurt içi gelirlerimiz, daralan talep ile yıllık bazda %30 oranında düşerek, 924 milyon TL oldu.

Aynı dönemde, artan ihracat satış tonajına rağmen, global pazardaki fiyat baskısı dolayısıyla ihracat gelirlerimiz de düşünce, toplam gelirlerimiz %25,0 oranında geriledi.

Dokuz aylık dönemde ise, %22 oranında düşerek, 4,7 milyar TL oldu.

Satışların Maliyeti, 3. Çeyrekte, 2024 üretim sezonunda hammadde fiyatlarındaki gerileme ve üretim süreçlerinde artan verimlilik sayesinde geçen yıla kıyasla %32 oranında düşerek 1,2 milyar TL oldu. Aynı dönemde, Brüt Kar Marjı 9 puan artarak, %14 seviyesine yükseldi.

3. çeyrekteki iyileşmenin de katkısıyla, dokuz aylık Brüt Karımız geçen yıla kıyasla %2,4 oranında artarak, 440 milyon TL oldu.

Operasyonel karlılığımızın göstergesi olan FAVÖK Marjı ise karlılık odağımız sayesinde, 3. Çeyrekte de artmaya devam etti.

İkinci çeyreğe kıyasla; brüt kar marjı 5,3 puan artarken, faaliyet giderleri 2,1 puan düştü.

Sonuç olarak, 3. Çeyrekte, FAVÖK Marjı, geçen yılın negatif seviyelerinden 10 puan üzerinde artış kaydederek, %10,2 oldu.

Ancak, dokuz aylık dönemde, FAVÖK Marjı %2,6 oranında, geçen yıl ile benzer seviyelerde kaldı.

Bunun nedeni;

satın alma gücündeki gerileme dolayısıyla iç piyasada gerçekleşen fiyat baskısı ve satış azalışı, Pazar liderliğimizi korunmak için aldığımız aksiyonlar, ve ticari alacıklardan kaynaklanan vade ve kur farkı gelirindeki azalmadır.

### **SAYFA 13**

Operasyonlarımızın netinde ise; geçen yılın aynı döneminde kaydettiğimiz 277 milyon TL Net Kara karşılık, bu yıl 545 milyon TL tutarında Net Zarar kaydettik.

Geçen yılın dokuz aylık dönemine kıyasla faaliyet giderlerindeki 212 milyon TL, Brüt kardaki 10 milyon TL'lik iyileşmeye rağmen; enflasyon endekslemesi sonucu 703 milyon TL tutarında Parasal Kayıp kaydettik.

Bunun nedeni, önceki hasat dönemi stokları azalırken; yeni hasat dönemine hazırlık sürecinde parasal varlıkların artarak, parasal kazancın düşmesi idi.

Yanı sıra; Diğer Faaliyetlerden Net Gelirler, 2023 yılındaki hızlı kur yükselişine bağlı olarak ticari alacıklardan kaydedilen yüksek tutardaki vade ve kur farkı gelirinin düşmesine bağlı olarak, 201 milyon TL tutarında azaldı.

Son olarak; bu yılın ilk yarısında, geçen yıla kıyasla yükselen kur ve faiz oranları dolayısıyla, Net Finansman Gideri 120 milyon TL tutarında arttı.

### **SAYFA 14**

Özet Bilançomuza baktığımızda; işimizin mevsimsel doğası gereği azalan stoklar ve ticari alacaklar dolayısıyla; 2023 sonunda 6,7 milyar TL olan dönen varlıklarımızın Eylül sonunda, 5,6 milyar TL seviyesine gerilediğini;

Aynı dönemde Duran Varlıklarımızın benzer seviyede kalarak, 2,3 milyar TL olduğunu görüyoruz.

Dolayısıyla, Eylül sonu itibarıyla, toplam varlıklarımız 7,9 milyar TL'ye ulaşmış durumda.

Toplam Kaynaklarımızın kırılımına baktığımızda;

Hasat dönemine girerken, ticari borçların arttığını ancak uzun vadeli borçlanmaların kısa vadeli kısımlarındaki düşüş dolayısıyla Kısa Vadeli Yükümlülüklerimizin 100 milyon TL dolayında düşerek 4,3 milyar TL'ye ve

Uzun Vadeli Yükümlülüklerimizin de, borç geri ödemeleri sayesinde düşerek 872 milyon TL seviyesine gerilediğini görüyoruz.

Sonuç olarak, 2023 sonunda 5,8 milyar TL olan Toplam Yükümlülüğümüz, Eylül sonunda 5,1 milyar seviyesine düşerken;

Enflasyon muhasebesi dolayısıyla yansıtılan sermaye düzeltmesi sonucu; Özkaynaklarımız da, 3,2 milyar TL'den, 2,7 milyar TL seviyesine gerilemiş durumda.

Mevsimsel trendlerin de etkisi ile, İşletme sermayesi 4,8 milyar TL seviyelerinden, 3,5 milyar TL'ye gerilerken;

Net Finansal Borcumuz da; 3,9 milyar TL'den 3,0 milyar TL'ye düştü.

Nakit ve borç kırılımına baktığımızda, 33,4 milyon TL olan nakitimizin %44'ünün; 3,0 milyar TL olan toplam borcumuzun da %44'ünün döviz bazlı olduğunu görüyoruz.

Öte yandan, 2,4 milyar TL olan Kısa Vadeli borcumuzun %29'u ve 639 milyon TL olan Uzun Vadeli Borcumuzun da tamamı döviz bazlı.

3. çeyrekte ürettiğimiz stoğumuzun satışına yönelik aksiyonlarımızı hızlandırırken; karlılık odağımızı sürdürerek; nakit yaratmaya ve işletme sermayesi ihtiyacını etkin bir şekilde yönetmeye odaklanıyoruz.

## **SAYFA 15**

Tarihi verilerimizi de paylaşmadan önce, sizlere geçen dönem detaylıca anlattığımız, 2019 - 2021 yılları arasındaki Yapılandırma ve 2021 – 2023 yılları arasındaki Odaklanma dönemini geçerek; 2024 yılındaki yeni hissedarlık yapısından sonra başlayan BÜYÜME DÖNEMİ sürecine yönelik aksiyonlarımızdan bahsetmek istiyorum.

Geçtiğimiz dönem de paylaştığımız üzere, Memişoğlu Tarım'ın, yurt içi ve yurt dışında, Tat Gıda'dan daha rekabetçi olduğu alanlarda, iki şirketin oluşturacağı sinerjilere odaklandık.

Her iki şirketin ürün portföyünde en fazla sinerji alanı gördüğümüz soslar ve hazır yemekler kategorilerinde kapasite artışına yönelik 10 milyon Euro'luk bir yatırım başlattık.

Bu kapsamda, sos kategorisi yıllık üretim kapasitesini, 40 milyon adetlik bir artış ile 120 milyona çıkarmayı hedeflediğimizi paylaşmıştık.

Ekim ayında, bu yatırımın yaklaşık 2,6 milyon Euro'luk kısmını tamamlayarak, 10 milyon adetlik ilave kapasiteyi devreye aldık.

Ketçap/mayonez ve diğer lezzetlendirici sos kategorilerinde, mevcut durumda, 75 milyon adet olan plastik şişe sos üretim kapasitemiz 85 milyon adete yükseldi.

Tüm yatırımı, 2025 yılında tamamlamayı hedefliyoruz.

Tat Gıda'yı gelecekte, küresel pazarda da daha etkin ve rekabetçi bir oyuncu olarak konumlandırmak üzere, ihracat pazarlarındaki yayılımını artırmaya odaklanıyoruz.

Bu kapsamda, Memişoğlu Tarım'ın ihracat portföyündeki ülke ve müşterilere ulaşmaya ve uluslararası ihalelere katılmaya devam ettik.

Irak, Fransa, ABD, Kanada, Japonya, Çekya, İtalya, İngiltere, Suudi Arabistan, Yeni Zelanda, Avustralya, Yunanistan ve Macaristan'da yeni kontaklar ile iletişime geçtik ve 2025 için açılan ihalelere katıldık.

Dokuz aylık dönemde, Dünya Gıda Programı için, yaklaşık 6,3 milyon ABD doları değerinde tedarik sağladık.

Hane penetrasyonunda ilk ve lider konumda olduğumuz yurtiçi pazarda da; Memişoğlu Tarım'ın daha güçlü olduğu doğu bölgelerinde dağıtımını güçlendirerek fayda sağlamaya, yine Memişoğlu'nun gücünden yararlanarak, Horeca pazarındaki büyüme fırsatlarını değerlendirmeye odaklanıyoruz.

Tedarikçilerimiz ile yeşil satınalma ve sürdürülebilirlik odağında global yönelimler ve bunlara nasıl uyumlanacağımız hakkında çalışmalar yapıyoruz.

Gelecekte, Tat Gıda'nın, Yeni Ürünlerle, Yeni Pazarlarda, Dengeli Bir Portföy ile Sürdürülebilir ve Karlı Büyüme elde edeceğini ön görüyoruz.

## **SAYFA 20**

Şimdi de, Tat Gıda'nın geçmiş dönemlerdeki performansını daha sağlıklı bir şekilde analiz edebilmeniz amacıyla, geçmiş dönemlerde kullanılan tarihi maliyetlere göre hazırlanan ve bağımsız denetimden geçmemiş verilerden bahsedeceğim.

Enflasyon muhasebesi uygulanmamış rakamlara baktığımızda;

Yılın 3. Çeyreğinde, hem yurt içi, hem yurt dışı satış gelirlerinin geçen yıla kıyasla artarak toplamda 1,4 milyar TL'ye yükseldiğini,



Dokuz aylık dönemde ise, toplam gelirlerin yaklaşık %27 oranında artarak 4,2 milyar TL'ye çıktığını görüyoruz.

Dokuz aylık dönemde, yurt içinde gelirler, fiyat odaklı kampanyalar sayesinde, %11 oranındaki sınırlı bir artış ile 2,6 milyar TL oldu.

Aynı dönemde, yeni ihracat pazarları, yeni müşteriler ve ihalelerin yanı sıra; TL'nin, geçen yıla kıyasla yabancı kurlar karşısındaki değer kaybı sonucu, ihracat gelirleri yaklaşık %65 oranında artarak 1,6 milyar TL oldu.

## **SAYFA 21**

Operasyonel karlılığa baktığımızda; üçüncü çeyrekte de, Satılan Malın Maliyeti enflasyon nedeniyle yükselmeye devam etti ve dokuz aylık dönemde, geçen seneye kıyasla %30 oranında artarak 3,2 milyar TL oldu.

Aynı dönemde, Brüt Kar %19 oranında sınırlı bir artış ile 1 milyar TL seviyesine çıkarken, Brüt Kar Marjı 6,6 puan düşerek %21 oldu.

FAVÖK Marjı ise,

3. çeyrekte, karlılık odağı ile düşen faaliyet giderlerine rağmen, üretim giderlerindeki enflasyon kaynaklı artış dolayısıyla geçen yıla kıyasla 2,2 puan düşerek %16,2 oldu.

Sonuç olarak, dokuz aylık dönemde, enflasyon ile artan üretim maliyetleri ve ticari alacaklardan kaynaklanan vade ve kur farkı gelirlerinin azalması dolayısıyla geçen yıla kıyasla 3,4 puan düşerek %16,8 oldu.

Dokuz aylık dönemde net borcumuz, geçen yıla kıyasla yaklaşık %35 oranında artarak 3,0 milyar TL oldu. Aynı dönemde, Net borç/FAVÖK çarpanımız ise, 2,8 seviyelerinden, 3,3 seviyelerine çıktı.

## **SAYFA 22**

Nette ise; 2023'ün dokuz aylık döneminde 195 milyon TL net kâr elde ederken, bu yılın aynı döneminde 149 milyon TL net zarar kaydettik.

Bu düşüş, gelirler sayesinde 161 milyon TL tutarında yükselen brüt kara karşılık; faaliyet giderlerinde 152 milyon TL; net finansman giderlerinde ise 351 milyon TL'ye ulaşan artıştan kaynaklandı.

Dinlediğiniz için teşekkür ederim, şimdi sorularınızı alabiliriz.