

## **Tat Gıda Sanayi AŞ 29 Nisan 2026 tarihli Olağan Genel Kurul Toplantısı Soru ve Cevapları**

**Soru 1:** Genel Kurula Saygılarımı sunarım. 09.01.2024 KAP açıklamasında, 08.01.2024 tarihinde Memişoğlu Tarım Ürünleri Ticaret Limited Şirketi ile Koç Holding, Koç Topluluğu, Koç Aile üyeleri, Koç Topluluğu ile ilişkili vakıflar Tat Gıda sermayesinin %49,04'üne denk gelen payı 66.693.852,46 TL'lik pay 80.915.335,72 ABD Doları karşılığında devralacağı belirtilmiş, bir anlaşma yapılmıştır. Ayrıca Koç topluluğu ana ortağı Temel Ticaret AŞ'nin 3,29'luk payını satın alma hakkı sözleşmede yer almıştır. Sözleşme konusu pay toplamı %52,33'tür. 25.04.2024 tarihli ilk genel kurulda, yönetim kurulunda 5 Yönetim kurulu sayın Memiş soyadını taşıyan sayın yönetim kurulu üyelerinden oluşmuştur. Yani yönetim ve icra Memişoğlu gruba geçmiştir. Hakim ortak olarak, yönetim kontrolü icra Memişoğlu gruba geçmiştir. Bahse konu hisse devri ve hakim hissedarın değişmesi ve yönetim ile icra kontrolünün değişmesi nedeniyle diğer ortaklara ABD Doları bazlı aynı fiyattan çağrı zorunluluğu doğduğu kanaatindeyim. Zira yapılmakta olan genel kurulda 31.12.2025 tarihli Faaliyet Raporunda Memişoğlu Tarım %51,93 oranında görünmektedir. Beraber hareket eden hisse oranları bilinmemektedir. Son yönetim kurulunda bağımsız olmayan 6 yönetim kurulu üyesinin 5'i sayın Memiş ailesinden sayın yönetim üyelerinden oluşmaktadır. Bahse konu ilgili çağrı zorunluluğunun incelenmesi konusunda Ticaret Kanununu ve Sermaye Piyasası Kurulu Yönetmelikleri kapsamında incelenmesini Sayın Sanayi ve Ticaret Bakanlığınca ve Sermaye Kurulunca incelenmesi ve gereğini arz ederim.

**Cevap 1:** Muhalefet şerhinizi tutanağa işleyerek devam ediyoruz.

**Soru 2:** Yanılmıyorsam en son gayrimenkullerin yeniden değerlendirilmesi ile ekspertizi ile ilgili çalışma yapıyordu o konuda bilgi verir misiniz? Zamanlaması hangi bilançoya dahil olacaktır vs.

**Cevap 2:** Gayrimenkullerimizin Şirketimizin içerisinde yeniden değerlendirme yaparak muhasebeleştireceğimizi KAP'ta duyurduk. Söz konusu muhasebeleştirilmenin etkisini de 2026 yılı ilk çeyreğinde bilançolarımızda göreceksiniz. Bildiğiniz üzere, 2026 yılı 1. Çeyrek bilançolarımızı 5 Mayıs 2026 tarihinde açıklayacağımızı duyurmuştuk. Böylece, 5 Mayıs 2026'da güncel rakamları görmüş olacağız.

**Soru 3:** Merhaba, Tat Gıda hissedarıyım, aynı zamanda sivil toplumda hayvan refahı alanında çalışmalar yapıyorum. Geçen sene de genel kurula gelerek hayvan refahı bakımından kafessiz yumurta kullanımını gündeme getirmiştik. Tat Gıda'nın daha önce bununla ilgili kamuoyuna yayınladığı bir sözü vardı, 2025 yılı itibarıyla %100 kafessiz yumurtaya geçmekle ilgili. Daha sonra geçen sene genel kurulda bunu gündeme getirdiğimde hızlıca aksiyon alınıp tekrar web sitesine 2025 yılı itibarı ile %100 kafessiz yumurtaya geçileceğine dair bir ibare eklenmişti. Fakat bu seneki faaliyet raporunda bu konuda ne gibi gelişmeler kaydedildiğine dair bir ilerleme paylaşılmamış. Oysa ki hem yurt içinde hem yurt dışında hayvan refahı sözü

veren firmalar yıl içindeki gelişmelerini bu faaliyet raporlarında yayınlıyorlar. Belki bununla ilgili ilerlemeler yetişmemiştir diyerek sürdürülebilirlik ekibine ulaşmaya çalıştım, onlarla yürütüyorduk daha önce bu süreci fakat oradan da cevap alamadık. Hayvan refahını umursayan bir hissedar olarak bu konudaki gelişmeleri merak ediyorum ve kamuoyu ile paylaşılmasını rica ediyorum. Çok teşekkürler.

**Cevap 3:** Efendim biz de teşekkür ediyoruz. Hayvan refahı hakkında sizlerin görüşlerinize çok saygı duyuyoruz, biz de aynı görüşteyiz. Bu konuda mücadele ettiğimizi bilmenizi isteriz. Biz de isteriz ki bu süreçte ticari olarak elimizden geleni yapalım. Tabi Türkiye şartları, mevcut ticari koşullar bu işleri yapmamıza çok rahat bir ortam sağlamıyor. Tabi ki bu süreçlerde, satın aldığımız, sattığımız, ürettiğimiz birçok alanda sürdürülebilirlik konuları, hayvan refahı gibi birçok sürecin çalışmalarımızın merkezinde olduğunu belirtmek isteriz. Bu konuda aynı görüşte ve aynı insiyatifte olduğumuzu bilmenizi isteriz. Lakin, çalışmalarımızda ticaretimizi düşürecek veya azaltacak işlemlere de, sonuç olarak bir çok ortağımızın da olduğunu biliyorsunuz, o açıdan da baktığımızda ticaretimizi azaltacak herhangi bir şey yapmamamız lazım. Bu süreci nasıl daha iyi yapabiliriz diye, emin olun sürdürülebilirlik ekibimiz ve tüm üretim ekibimiz ciddi çalışmalar yapıyor. Bu konuda da bir çok çalışmayı da faaliyet raporlarımızda görebilirsiniz. Hayvan refahı ile ilgili de çalıştığımızı da bilmenizi istiyoruz, onu da ilerleyen günlerde, ilerleyen süreçte raporlarımızda görebilirsiniz. Teşekkür ederim sorunuz için.

**Soru 4:** Çin salça fiyatlarının piyasa etkisini merak ediyorum. Bizim buradaki etkilenmemiz ne boyutta? Bir diğer sorum da ihracattaki açığımızı neyle kapatacağımız noktasında bir çalışmamız var mı?

**Cevap 4:** Salça piyasası, bu yıl için, yine istediğimiz gibi, ihracatta aslında etkisini göremedik. Tat Gıda, 2024 yılı öncesinde, aseptik yanı endüstriyel salça satışlarında yoğun bir ticarete sahipmiş, yani ihracatının %60'ını bu ticaret kaplıyormuş. Tabi biz bu süreçte fiyat tutmayınca neler yaptık. Markalı ve private label (özel markalı) ticaretlerimizi artırdık yurt dışında, 40 ülkeye ihracat yaparken şu an 50'yi geçtik, 52'lerdeyiz, ülke sayımızı artırdık. Tabi orada yoğun bir ticaret olduğu için yine istediğimiz hacimleri yakalayamıyoruz ama bu süreçte iç piyasada da ciddi bir tonaj artışına girdik. Bu yurt dışındaki açığı, yurt içindeki satışlarımız ve arttırdığımız ülkelerle kapattık diyebilirim. Şunu da söyleyebilirim, yurt dışı karlılığı yurt içine göre çok daha düşük kalıyor. Bu anlamda bunu bu şekilde değerlendirmek şirketimize de ciddi katkısı var. Şirket prensibi gereğince, tat ürünlerini dünyada kim kullanıyorsa biz orayı müşteri olarak belirliyoruz ve o pazarda pay sahibi olmak istiyoruz. Dolayısıyla, yurt dışını büyütme azmimiz çok daha fazla, şirket vizyonumuz bir dünya markası olmak, bu yolda da ilerleme kaydediyoruz. Avrupa'da ciddi bir bayi teşkilatlanması yaptık. Şirketi hisselerini ilk satın aldığımız dönemde Almanya, Fransa, Hollanda, Belçika ve Avusturya bölgesi için Avrupa'da bir tane bayimiz vardı. Şu an o bölgede dokuz tane bayimiz var, daha adanmış ve

detaylı çalışıyoruz. Onun dışında, Hollanda’da bir şirket kurduk, aslında bu şirket aracılığıyla aseptik satışlarında daha küçük montanlı satın alma yapan firmalara servis vermeye çalışıyoruz. Daha bu konuda sürecin başındayız, uzun vadeli bir proje aynı zamanda şirketimizin bir dünya markası olması için de bir adım diyebilirim. Ancak şu an için şirketimizin finansal kaynaklarına bir katkısı yok ama ilerde olabileceğini düşünüyoruz, onun için de çalışıyoruz. Çin ile alakalı olarak sözü Genel Müdür Yardımcımız Hakan Bey’e vereyim.

**Cevap 4 – (Devamı):** Dünyada salçalık domates üretiminde Türkiye 4. Sırada yere alıyor. Başta Amerika, Çin, İtalya, Türkiye ve İspanya gibi bir sıralamamız var. 2023 yılında Çin, normal şartlarda 7 milyon ton civarında bir üretim yaparken salçalık domates üretimini 10 milyon tona çıkardı. Dolayısıyla, bu durum dünya üzerinde çok ciddi bir baskı yarattı. Çin’de malum birçok başka üründe olduğu gibi domates ve salça üretiminde son derece düşük maliyette üretim yapabiliyor ve dünya piyasasına bunu arz ediyor. Bu sebeple, geçtiğimiz iki yıl içerisinde ciddi bir arz fazlasıyla birlikte dünya piyasalarında fiyatlarda şiddetli düşüşler oldu. Dolayısıyla, bizim de malum maliyetlerimiz Avrupa’nın altında olmasına rağmen Çin’in üzerinde gerçekleşiyor ve kur sebebiyle de ihracat konusunda yaşadığımız zorluklarda buna ilave bir etki yaratıyor. Dolayısıyla, dünya pazarında bu şekilde bir konjonktür oluştu, fiyatlar çok düştü, Çin hakimiyet elde etti. Bu sene üretimlerini normal seviyeye 6 milyon tonlara çektiler ama hala dünyada arz fazlası stok devam ediyor, yani üzerimizdeki endüstriyel anlamdaki baskı devam ediyor. Tabi bu her kriz içerisinde bir de fırsat barındırdığı için bu da bizim şirketimizin markalı ve private label (özel markalı) tarafındaki ürünlere ağırlık vermemizi ve bu kaslarımızı güçlendirmemize olanak verdi. Demin Veysel beyin bahsettiği gibi bayilik yapısı, yeni segmentler, yeni ülkeler çok hızlı bir şekilde bu açığı kapatmak üzere aksiyonlarımız devam ediyor.

**Soru 5:** İran Savaşı Ortadoğu’ya olan ihracatımızı nasıl etkiliyor biraz bilgi verebilir misiniz?

**Cevap 5:** İran’ın Ortadoğu’da ihracat yaptığı çok fazla ülke var. İran da bildiğiniz gibi iyi bir domates üreticisi ve salça ihracatçısı. Bu ülkelerin aralarındaki husumetten kaynaklı bu durumun bize bir fayda sağlayacağını düşünüyoruz. Bunu kısa vadede hissettik, bazı ihracatlarımız oldu geçen sene yapamadığımız ama anlamlı, büyük bir satışı yok bunu da söyleyebilirim. Ancak bu taleplerin daha da artacağını öngörüyorum. Aynı zamanda da genel olarak ülkemize de fayda sağlayacağını düşünüyorum.

**Soru 6:** Şirketimiz 2025 yılında elde edilen büyümenin ne kadarı fiyat artışından, ne kadarı hacim artışından?

**Cevap 6:** 2025 yılında, yurt içi satışlarımızda %13,6 oranında hacim artışı, yurt dışı satışlarımızda ise %27,2 oranında hacimde daralma sonucunda toplam satışlarda hacim kaynaklı daralma %3,3 oranında gerçekleşmiştir.

**Soru 7:** Şirketimiz Önümüzdeki 3 yıl için şirketin organik büyüme hedefi nedir?

**Cevap 7:** Bildiğiniz üzere, Şirketimiz 2025 ve 2026 yıllarına ilişkin geleceğe ilişkin beklentilerini 29.09.2025 tarihinde açıklamıştı. Daha sonra, 17.02.2026 tarihinde de 2025 yılına ilişkin geleceğe ilişkin beklentilerinin gerçekleşmesini duyurmuş, söz konusu duyuruda 2026 yılına ilişkin beklentilerini de değiştirmemiştir.

<https://www.kap.org.tr/tr/Bildirim/1557715>

<https://www.kap.org.tr/tr/Bildirim/1493892>

Bu kapsamda, Şirketimizin 2026 yılı büyüme hedefi hacimsel olarak %15, satış hasılatı olarak ise %23'tür.

**Soru 8:** Şirketimiz İklim değişikliğine bağlı üretim risklerine karşı nasıl bir strateji uygulanıyor?

**Cevap 8:** İklim risklerine karşı risklerimizi her yıl düzenli olarak TSRS Uyumlu Sürdürülebilirlik Raporu aracılığıyla yayınlıyoruz. 2024 yılında belirlemiş olduğumuz ve en büyük risk olarak gördüğümüz kuraklığa ilişkin kısa, orta ve uzun vade de oluşabilecek finansal etkileri saptadık. Su verimliliği eğitimleri, sözleşmeli tarım modelinin uygulanması halihazırda devam etmektedir. Bu risk alanına yönelik hedef belirlenmesi ve önceliklendirilmesi planlanmaktadır. Aşağıda ton başına su tüketimine ilişkin kısa, orta ve uzun vadeli hedefleri görüntüleyebilirsiniz. Uzun vadede ton başına su tüketim oranını % 10 azaltmayı hedefliyoruz.

Ton başına su tüketimi:

Kısa Vade (0-1 yıl) % 2

Orta Vade (1-5 Yıl) % 7

Uzun Vade (5+yıl) % 10