

29.10.2024

1. GENEL BİLGİLER 3
2. ŞİRKET'İN ORGANİZASYONU VE FAALİYET KONUSU ..... Hata! Yer işareti tanımlanmamış.
3. İŞLETMENİN PERFORMANSINI ETKİLEYEN ANA ETMENLER, İŞLETMENİN FAALİYETTE BULUNDUĞU ÇEVREDE MEYDANA GELEN ÖNEMLİ DEĞİŞİKLİKLER, İŞLETMENİN BU DEĞİŞİKLİKLERE KARŞI UYGULADIĞI POLİTİKALAR, İŞLETMENİN PERFORMANSINI GÜÇLENDİRMEK İÇİN UYGULADIĞI YATIRIM VE TEMETTÜ POLİTİKASI 17
4. SATIŞLAR ..... Hata! Yer işareti tanımlanmamış.20
5. ŞİRKETİN SERMAYE VE ORTAKLIK YAPISI İLE BUNLARA İLİŞKİN HESAP DÖNEMİNDEKİ DEĞİŞİKLİKLERE İLİŞKİN BİLGİ 20
6. ŞİRKETİN SERMAYE VE OY HAKKI İLE BUNLARA İLİŞKİN HESAP DÖNEMİNDEKİ DEĞİŞİKLİKLER VE İMTİYAZLI PAYLARA İLİŞKİN BİLGİ 21
7. RAPORUN DÖNEMİ, DÖNEM İÇİNDE YÖNETİM KURULUNDA GÖREV ALAN BAŞKAN VE ÜYELERİN, MURAHHAS ÜYELERİN AD VE SOYADLARI, YETKİ SINIRLARI, BU GÖREVLERİN SÜRELERİ, YÖNETİCİLERİN ŞİRKET DIŞINDA YÜRÜTTÜKLERİ GÖREVLER HAKKINDA BİLGİ ve BAĞIMSIZ YÖNETİM KURULU ÜYELERİNİN BAĞIMSIZLIK BEYANLARI 21
8. YÖNETİM ORGANI ÜYELERİ İLE ÜST DÜZEY YÖNETİCİLERE SAĞLANAN HUZUR HAKKI, ÜCRET, PRİM VE İKRAMİYE, KÂR PAYI GİBİ MALÎ MENFAATLERİN TOPLAM TUTARLARI 24
9. YÖNETİM ORGANI ÜYELERİ İLE ÜST DÜZEY YÖNETİCİLERE VERİLEN ÖDENEKLER, YOLCULUK, KONAKLAMA VE TEMSİL GİDERLERİ İLE AYNÎ VE NAKDÎ İMKÂNLAR, SİGORTALAR VE BENZERİ TEMİNATLARIN TOPLAM TUTARLARINA İLİŞKİN BİLGİLERİ 24
10. ŞİRKETİN İŞLEM GÖRDÜĞÜ BORSA VE PAZAR İLE GENEL KURUL HAKKINDA BİLGİ 25
11. YATIRIMCI İLİŞKİLERİ BÖLÜMÜ 25
12. DÖNEM İÇİNDE ESAS SÖZLEŞMEDE YAPILAN DEĞİŞİKLİKLER VE NEDENLERİ 25
13. ŞİRKETİN DOĞRUDAN VE DOLAYLI İŞTİRAKLERİ VE PAY ORANLARINA İLİŞKİN BİLGİLER 25
14. İLİŞKİLİ TARAFLAR 25
15. PERSONEL VE İŞÇİ HAREKETLERİ, TOPLU SÖZLEŞME UYGULAMALARI, PERSONEL VE İŞÇİYE SAĞLANAN HAK VE 27
16. DEVLET TEŞVİK VE YARDIMLARI 27
17. YATIRIMLARA İLİŞKİN BİLGİLER 27
18. İŞLETMENİN FİNANSAL KAYNAKLARI 28
19. ARAŞTIRMA VE GELİŞTİRME FAALİYETLERİ 28
20. RİSK YÖNETİMİ UYGULAMALARI 29
21. DAVA VE YAPTIRIMLAR 29
22. BAĞIŞ VE YARDIMLAR 29
23. KONSOLİDASYONA TABİ İŞLETMELERİN ANA ORTAKLIK SERMAYESİNDEKİ PAYLARI HAKKINDA BİLGİ 29
24. KONSOLİDE FİNANSAL TABLOLARIN HAZIRLANMA SÜRECİYLE İLGİLİ OLARAK; GRUBUN İÇ DENETİM, İÇ KONTROL VE RİSK YÖNETİM SİSTEMLERİNİN ANA UNSURLARINA İLİŞKİN AÇIKLAMALAR VE YÖNETİM ORGANI GÖRÜŞÜ 29
25. FİNANSAL TABLOLAR VE ORAN ANALİZİ 29
26. ŞİRKETİN İKTİSAP ETTİĞİ PAYLARINA İLİŞKİN BİLGİLER 333
27. FAALİYET DÖNEMİ İÇİNDE YAPILAN ÖZEL DENETİME VE KAMU DENETİMİNE İLİŞKİN AÇIKLAMALAR 333
28. GRUP ALEYHİNE AÇILAN VE GRUP'UN MALÎ DURUMUNU VE FAALİYETLERİNİ ETKİLEYEBİLECEK NİTELİKTEKİ DAVALAR VE OLASI SONUÇLARI HAKKINDA BİLGİLER ..343
29. MEVZUAT HÜKÜMLERİNE AYKIRI UYGULAMALAR NEDENİYLE ŞİRKET YÖNETİM ORGANI ÜYELERİ HAKKINDA UYGULANAN İDARÎ VEYA ADLİ YAPTIRIMLARA İLİŞKİN AÇIKLAMALAR 343
30. ŞİRKETLER TOPLULUĞUNA BAĞLI BİR ŞİRKETSE; HÂKİM ŞİRKETLE, HÂKİM ŞİRKETE BAĞLI BİR ŞİRKETLE, HÂKİM ŞİRKETİN YÖNLENDİRMESİYLE ONUN YA DA ONA BAĞLI BİR ŞİRKETİN YARARINA YAPTIĞI HUKUKÎ İŞLEMLER VE GEÇMİŞ FAALİYET YILINDA HÂKİM ŞİRKETİN YA DA ONA BAĞLI BİR ŞİRKETİN YARARINA ALINAN VEYA ALINMASINDAN KAÇINILAN TÜM DİĞER ÖNLEMLER 343
31. ŞİRKETLER TOPLULUĞUNA BAĞLI BİR ŞİRKETSE; 33. BAŞLIKTA BAHSEDİLEN HUKUKÎ İŞLEMİN YAPILDIĞI VEYA ÖNLEMİN ALINDIĞI VEYAHUT ALINMASINDAN KAÇINILDIĞI ANDA KENDİLERİNCE BİLİNEN HAL VE ŞARTLARA GÖRE, HER BİR HUKUKÎ İŞLEMDE UYGUN BİR KARŞI EDİM SAĞLANIP SAĞLANMADIĞI VE ALINAN VEYA ALINMASINDAN KAÇINILAN ÖNLEMİN ŞİRKETİ ZARARA UĞRATIP UĞRATMADIĞI, ŞİRKET ZARARA UĞRAMIŞSA BUNUN DENKLEŞTİRİLİP DENKLEŞTİRİLMEDİĞİ 343
32. ŞİRKETİN SERMAYESİNİN KARŞILIKSIZ KALIP KALMADIĞINA VEYA BORCA BATIK OLUP OLMADIĞINA İLİŞKİN TESPİT VE YÖNETİM ORGANI DEĞERLENDİRMELERİ 343
33. BİR SERMAYE ŞİRKETİNİN SERMAYESİNİN, DOĞRUDAN VEYA DOLAYLI OLARAK, YÜZDE BEŞİNİ, ONUNU, YİRMİSİNİ, YİRMİ BEŞİNİ, OTUZ ÜÇÜNÜ, ELLİSİNİ, ALTMIŞ YEDİSİNİ VEYA YÜZDE YÜZÜNÜ TEMSİL EDEN MİKTARDA PAYLARINA SAHİP OLUNDUĞU VEYA PAYLARI BU YÜZDELERİN ALTINA DÜŞTÜĞÜ TAKDİRDE BU DURUM VE GEREKÇESİ 343
34. İÇSEL BİLGİYE SAHİP OLANLAR LİSTESİ 34
35. FAALİYET DÖNEMİ BİTİMİNDEN RAPOR TARİHİNE KADAR GERÇEKLEŞEN ÖNEMLİ GELİŞMELER 34

1. GENEL BİLGİLER

Yönetim Kurulu Faaliyet Raporu, Sermaye Piyasası Kurulu'nun Resmi Gazete'de 13 Haziran 2013 tarihinde yayımlanan Seri II-14.1 sayılı "Sermaye Piyasasında Finansal Raporlamaya İlişkin Esaslar Tebliği" ve Türk Ticaret Kanunu hükümleri gereği hazırlanmıştır.

Hesap Dönemi	**:** 01.01.2024 – 30.09.2024
Ticaret Unvanı	**:** Durukan Şekerleme San. ve Tic. A.Ş.
Ticaret Sicili ve Sicil No	: Ankara Ticaret Sicil Müdürlüğü-65768
Merkez Adresi	: A.S.O 1.Organize Sanayi Bölgesi Dağıstan Caddesi No:11 06935 Sincan – Ankara/TÜRKİYE
Fabrika	: A.S.O 1.Organize Sanayi Bölgesi Dağıstan Caddesi No:11 06935 Sincan – Ankara/TÜRKİYE
İstanbul Pazarlama & Satış Ofisi	: Mahmutbey Mahallesi 2414.Sokak YT Blok No:5 Kat:6 İç Kapı No:67 Tepe Plaza İSTOÇ 34218 Bağcılar – İstanbul/ TÜRKİYE
Merkez Telefon	+90 312 268 71 71
Merkez Faks	+90 312 268 73 73
e-posta adresi	info@durukan.com.tr
İnternet Sitesi	www.durukan.com.tr
Kayıtlı Sermaye Tavanı	**:** 175.000.000.-TL
Çıkarılmış Sermayesi	**:** 132.500.000.-TL

2. ŞİRKETİN ORGANİZASYONU VE FAALİYET KONUSU

Şirket esas sözleşmesinin "Amaç ve Konu" başlıklı 3'üncü maddesi uyarınca faaliyet konusu, her türlü şekerleme, çikolata ürünlerini imal etmek, pazarlamasını yapmak, her safhasında ihracatını, dağıtımını ticaretini ve satışını yapmaktadır. Şirket fiilen gıda ve şekerleme sektöründe sert şekerleme (top lolipop, yassı lolipop, bonbon, toz banmalı lolipop), yumuşak şeker (draje, şerit şeker, toffee), sıvı şekerleme, çikolata kategorilerini içeren ürün gruplarının üretimi ve satışını gerçekleştirmektedir.

Şirket merkezi Ahi Evran OSB Mahallesi Dağıstan Cad. No:11 Sincan/ANKARA adresinde olup, üretimin tamamı bu adreste bulunan, mülkiyeti Şirket'e ait üretim tesisinde gerçekleştirilmektedir. Şirket Ankara, Sincan 1.OSB'de 19.802 m^2 arsa alanının üzerine kurulu yaklaşık 31.000 m^2 kapalı alana sahip mülkiyeti kendisine ait Ankara'daki üretim tesisi ile pazarlama ve satış faaliyetlerinin yürütüldüğü İstanbul Şubesi'nde 30.09.2024 tarihi itibarıyla toplam 372 çalışanı ile faaliyetlerine devam etmektedir. Pazarlama ve satış faaliyetleri, başta Şirket'in merkezi Ankara olmak üzere,

İstanbul Satış ve Pazarlama Şubesi olarak konumlandırılmış olan Mahmutbey Mahallesi 2414. Sk. Yt Blok No:5 İç Kapı No:67 Bağcılar/İstanbul adresindeki İstanbul Şubesi vasıtası ile gerek yurt içi gerek yurt dışı pazarlara yönelik olarak sürdürülmektedir. İstanbul Şubesi, 2141 Ada, 8 Parsel'de 296 m^2'lik alanda sıhhî müessese niteliğinde işyeridir. Şirket, 15.01.2021 imza ve 15.02.2021 başlangıç tarihli, 5 (beş) yıl süreli kira sözleşmesine istinaden ofisi kiracı sıfatıyla kullanmaktadır.

Şirket merkezi/fabrika yerleşkesi





Çalışan Sayısı ve Dağılım Bilgileri

Şirket'in 30.09.2024 tarihi itibarıyla mavi ve beyaz yakalı toplam personel sayısı 372 kişidir. Bunlardan 65'i beyaz yaka personel, kalan 307'si ise mavi yaka personeldir. 30.09.2024 tarihi itibariyle mavi yaka kadın personel sayısı 155, erkek personel sayısı 152'dir. Beyaz yaka personelde kadın çalışan sayısı 25, erkek çalışan sayısı ise 40 kişidir. Toplam çalışan sayısı içerisinde kadın çalışan sayısının oranı ise %48'dir.

Ürün Grupları, Üretim Hatları ve Marka Mimarisi

Şirket'in üretim ve satışını yaptığı ürün grupları, üretim hatları ve marka portföyüne aşağıda yer verilmektedir. Türkiye'de ve Dünya'daki gelişmeler ve trendler takip edilerek tüketici eğilimleri doğrultusunda AR-GE projeleri kapsamında yeni çalışmalar ve yatırımlar yapılarak ürün portföyü geliştirilmektedir.

Ürün Grupları

Üretilen mamûl grupları sert şekerlemeler, yumuşak şekerlemeler, sıvı şekerlemeler ve butik çikolata olarak dörde ayrılmaktadır.

1. Sert şekerlemeler iki farklı formda üretilmektedir. Bu ürünlerin üretilmesi için 5 farklı sert şekerleme hattı, 3 farklı sert şekerleme pişirimi, 6 farklı ambalajlama, 5 farklı paketleme bölümü bulunmaktadır.

a. Lolipop Şekerlemeler

i. **Yassı lolipoplar:** İki farklı çeşitte; 2 boyutlu kabartmalı lolipoplar ve standart yassı şekerlemeler olmak üzere üretilmektedir. İki ayrı üretim hattı mevcuttur. Ürünler pişirildikten sonra, aroma ve boya eklemesi yapılıp hatlara beslenerek şekillendirme işlemi gerçekleştirilir. Sapı takılarak lolipop formuna gelen ürün ambalajlanarak paketleme bölümüne gönderilir. Paketleme bölümünde kutu paketleme, poşet paketleme, silindir ve pet kavanoz paketleme gibi işlemlerin ardından ürünler kolilere konularak depoya teslim edilir.



ii. **Top lolipoplar**: Dolgusuz, sakız dolgulu, toz dolgulu meyve suyu katkılı, çift renk çift aroma, organik, şekersiz, vitamin ve mineral içerikli olmak üzere farklı formlarda üretilmektedir. Şekerli ya da şekersiz pişirimden çıkan ürünler, reçete bilgilerine göre aroma, boya, vitamin, mineral, meyve suyu gibi gerekli hammaddelerin eklemesi yapıldıktan sonra hatlara beslenerek şekillendirme işlemi gerçekleştirilir. Toz ve sakız dolgu ürün özelliğine göre lolipop içine beslenir. Sapı takılan ürünler ambalajlama işleminden sonra paketleme bölümüne sevk edilir. Paketleme bölümünde bayrak etiketi, kutu paketleme, poşet paketleme, silindir ve pet kavanoz paketleme gibi işlemlerin ardından ürünler kolilere konularak depoya teslim edilir.



b. Bonbon Şekerlemeler: Pastil formunda, sakız dolgulu, sıvı dolgulu şekersiz, vitamin ve mineral içerikli olmak üzere farklı formlarda üretilmektedir. Şekerli ya da şekersiz pişirimden çıkan ürünler, reçete bilgilerine göre aroma, boya, vitamin, mineral, meyve suyu gibi gerekli hammaddelerin eklemesi yapıldıktan sonra hatlara beslenerek şekillendirme işlemi gerçekleştirilir. Hattın sonunda çıkan ambalajlı ürün, paketleme bölümüne sevk edilir. Paketleme bölümünde, kutu paketleme, poşet paketleme, silindir ve pet kavanoz paketleme gibi işlemlerin ardından ürünler kolilere konularak depoya teslim edilir.



2. Yumuşak şekerlemeler altında 3 ayrı formda ürün bulunmaktadır. Bu ürünlerin üretilmesi için ortak pişirim, 3 farklı şekillendirme hattı, 4 farklı kaplama operasyonu, 5 farklı ambalajlama ve 6 farklı paketleme alanı ile çalışılmaktadır.

a. Draje Şekerlemeler: Çiğnenebilir şekerlemenin 1-0,5 gram ağırlığında ve yuvarlak formdaki ürünlerin özel bir kaplama ile 40 kat kaplanarak dışı çıtır, içi çiğnenebilir formda kaldığı bir üründür. Meyveli, sütlü lezzetlerin yanı sıra ekşi kaplamalı çeşitlere sahip olan bu kategori sayılı firma tarafından üretilebilmektedir. Pişirim sonrası üretilen ürünler



şekillendirme işleminden geçerek iki farklı kaplama aşamasından geçer. Kaplama sonrasında ambalajlama ve paketleme işlemlerinden sonra ürünler depoya sevk edilir.

b. Şerit Şekerlemeler: Çiğnenebilir şekerlemelerin yassı ince formundaki haline verilen isimdir. Meyveli, sütlü, ekşili olmak üzere talep edilen birçok lezzette bu ürün üretilmektedir. 2 renkli ve 2 aromalı; kare, dikdörtgen gibi çeşitli, farklı uzunluklarda ve genişlikte ürünler üretilmektedir. Ürünler pişirim sonrasında şekillendirme işlemine tabi tutulur. Bu işlem sonrasında ambalajlanan ürünler ürün özelliğine göre paketleme alanına gönderilir. Paketlenen ürünler depoya sevk edilir. Paketleme bölümünde, kutu paketleme, poşet paketleme gibi işlemlerin ardından ürünler kolilere konularak depoya teslim edilir.





c. Toffee Şekerlemeler: Çiğnenebilir şekerlemenin, içi sıvı dolgulu ya da dolgusuz formudur. Ürünler pişirim sonrasında şekillendirilmek üzere ilgili hatta gönderilir. Sıvı dolgulu olanların içine sıvı beslenir. Şekillendirme işlemi sonrasında çift büküm denilen bayramlık şeker formunda ambalajlanan ürünler paketleme bölümüne sevk edilir. Paketleme bölümünde, kutu paketleme, poşet paketleme, silindir ve pet kavanoz paketleme gibi işlemlerin ardından ürünler kolilere konularak depoya teslim edilir.



3. Sıvı şekerlemeler, ekşi ve meyveli lezzetlerde şişelenerek satışa sunulmaktadır. Sıvı formundaki şekerin plastik şişelere dolumu ile üretimi gerçekleşir. Tanklardaki sıvı şeker pompalanarak dolum hattına aktarılır. Şişeleme ve etiketleme işleminden sonra kutulanan ürünler kolilere konularak depoya sevk edilir.



4. Butik çikolata üretim tesisinde dolgulu ve kaplamalı ürünler üretilmektedir. Çikolata kaplamalı kuru meyveler, sezonlara göre teması oluşturulan çikolatalar, hediyelik çikolatalar üretilmektedir.

   Durukan Şekerleme, doğal içerikli, organik ve şekersiz gibi farklı ürünleri üretebilecek personel ve üretim kapasitesine sahiptir.





Ankara'da bulunan Fabrika'daki üretim tesislerinde bulunan ana hatlar aşağıda sıralanmıştır:

1. Sert Şeker
2. Draje Çiğnenebilir Yumuşak Şeker
3. Şerit Çiğnenebilir Yumuşak Şeker
4. Sıvı Şeker
5. Sap Üretimi
6. PVC Silindir Üretimi
7. Dolgu Sakız Üretimi
8. Butik Çikolata Üretimi

Üretim kapasiteleri ve satışları sert şeker ve yumuşak şeker kategorilerinde tonaj bazlı takip edilirken, sıvı şeker kategorisinde adet bazlı takip edilmektedir.

Üretim tesislerinin 30.09.2024 itibarıyla 6.000 ton / yıl (sert şekerleme top lolipop) + 2.000 ton / yıl (sert şekerleme yassı lolipop) + 3.500 ton / yıl (sert şekerleme bonbon) + 2.500 ton / yıl (yumuşak draje şekerleme) + 6.500 ton / yıl (yumuşak şerit şekerleme, toffee) + 2.000 ton / yıl (sıvı şekerleme) + 200 ton / yıl butik çikolata olarak toplamda 22.700 ton üretim kapasitesi mevcuttur. Üretim kapasitesi önceki yıllarda ağırlıkla sert şeker ürün gruplarından gelse de son üç yılda yapılan yeni yatırımlar ile çiğnenebilir, yumuşak ve sıvı şekerleme kapasiteleri, sert şeker kapasitesi seviyelerine gelmiştir.

Şirket farklı tüketici kitlelerine, farklılaştırdığı ürünlerle hitap etmektedir. Sıvı şekerleme de dâhil olmak üzere, ürünlerini farklı formlarda üretme kapasitesine sahiptir. Örneğin lolipop ürününü dil boyayan, ekşili, meyveli ve iki boyutlu kabartmalı lolipoplarıyla eğlenceli özelliklerde üretirken, Fabrika'nın sahip olduğu altyapı ve ekipmanlar sayesinde, üretimi sırasında özel parametrelere gerek duyulan şekersiz şekerleme üretimi de yapılabilmektedir. Ayrıca, fabrikanın sahip olduğu gıda güvenliği sertifikaları ile periyodik olarak alınan uluslararası denetimler neticesinde takviye edici gıda kategorisinde ürün üretme izni alınmıştır. Bu sayede AR-GE merkezinin geliştirdiği reçetelerle gıda takviyesi özelliğinde şekerleme ürünlerinin üretimleri yapılmaktadır.

Yumuşak şeker kategorisinde 2023 yılı itibarıyla üretim kapasitesi 2.500 ton/yıl olup, bu kategoride hâlihazırda yapılan ve yapılacak olan yatırımlar neticesinde kapasitenin kademeli olarak; 2024 yılında 6.500 ton/yıl, 2025 yılında 10.500 ton/yıl seviyesine ulaşması

beklenmektedir. Yeni yumuşak şeker üretim hattı, 2024 yılının ilk çeyreğinde devreye alınmıştır. 2024 yılında siparişi verilen üçüncü hattın ise, 2025 yılının son çeyreğinde devreye alınması öngörülmektedir.

Böylelikle mevcut üretim kapasitesi toplamda 18.700 ton/yıl olan fabrikanın, yapılan yatırımlar neticesinde 2024 yılında yeni kapasitesi; 6.000 ton/yıl (sert şekerleme top lolipop) + 2.000 ton/yıl (sert şekerleme yassı lolipop) + 3.500 ton/yıl (sert şekerleme bonbon) + 2.500 ton/yıl (yumuşak draje şekerleme) + 6.500 ton/yıl (yumuşak şerit şekerleme, toffee) + 2.000 ton/yıl (sıvı şekerleme) + 200 ton butik çikolata olmak üzere toplamda 22.700 ton/yıl seviyesine ulaşmıştır.

Pazarlama Stratejisi

Şirket'in pazarlama faaliyetleri İstanbul şubesinden yürütülmektedir. Şirket global trendleri, sektörel raporları, saha ziyaretlerini temel alarak, tüketici ihtiyacına yönelik ürünleri oluşturduğu yeni markalar veya mevcut markaları ile satışa sunmaktadır. Pazarlama stratejileri, AR-GE departmanının da çalışmalarıyla, farklı ürünlerin tüketici ile buluşmasına olanak sağlamaktadır. Markaların alt kategorilerinin belirlenmesi, doğru ürünün doğru marka ve ambalaj ile pazara sunulması faaliyetleri yürütülmektedir. Yazılı, basılı görsel, grafik çalışmaları, promosyon ve aktivite planları pazarlama stratejilerine bağlı kalınarak yürütülmektedir.

Marka Mimarîsi

Şirket'in toplam 67 adet tescilli ulusal markası bulunmaktadır. Ayrıca farklı ülkelerde tescilli 12 adet uluslararası markası, 4 adet de başvuru aşamasında olan uluslararası markası bulunmaktadır. Şirket'in sahip olduğu marka gruplarından bir kısmının hedeflenen tüketici kitlelerine, içerdikleri ürün gruplarına ve özelliklerine aşağıda yer verilmektedir.

U Markası: (i) U POPS, (ii) U TOO, (iii) U FRESH markalarından oluşmaktadır.

Tüketici hedef kitlesi özellikle gençleri esas alan, havalı bir eğlence vadeden, anı deneyimleyen ve anın tadını çıkaran, paylaşmayı seven bir marka imajı yaratılması amaçlanmıştır. Draje, top lolipop, bonbon ürün gruplarını kapsamaktadır.





JOX Markası: Eğlence ve sürprizlerle dolu olan Jox markasıyla anneler ve çocuklar hedeflenmektedir. Ürün içeriklerinde doğal aroma ve boyalar kullanılır.

Draje, top lolipop, bonbon, yassı lolipop, şerit şeker ürün gruplarını kapsamaktadır. Jox markası aynı zamanda Şirket'in yurtiçi pazarda geleneksel kanalda odaklandığı ve örgün dağıtıma sahip olan markasıdır.

PIXI Markası: (i) Pixichews, (ii) Pixipops Gum ve (iii) Pixipops olarak üç alt markası ile eğlenceli ve dili boyayan ürünlerden oluşur.

Top lolipop, bonbon, yassı lolipop, şerit şeker ürün gruplarını kapsamaktadır.





SWEET ROUTE Markası: Özel günler, bayram ve kutlamalarda kişilerin sevdikleriyle birlikte geçirdikleri anlara mutluluk katan ürünlerden oluşması hedeflenmiştir.

Bu marka altında toffee ürün grubu bulunmaktadır.

MAGICAL ORGANIC MOODS Markası:



Magical Organic Moods (MOM), Şirket'in organik sertifikalı olarak satışa sunduğu tüm ürünlerin ana markasıdır. MOM markası altında E kodu, koruyucu madde içermeyen, temiz içerikler ile üretilen, çevre dostu, mümkün olduğunca geri dönüştürülebilir ambalajlara sahip, kağıt saplı, meyve konsantreleri ile lezzetlendirilmiş ve meyve suları ile renklendirilmiş bir üründür. USDA, BIO ve Organik Tarım Standartları'na uygun üretilen ürünlerden biridir. MOM markası marketler, hiper marketler, pazarlar, benzinlikler gibi satış noktalarında ve Trendyol, Hepsiburada gibi online satış kanallarında satılmakta ve yoğun talep görmektedir.



SUPER DUPER Markası: Vitamin ve mineral bileşenlerinden oluşan, bağışıklık sistemine katkı sağlayan özellikleriyle hem çocuklara hem yetişkinlere ürün grubu sunmaktadır.

Bu ürün grubunda pastil ve lolipoplar bulunmaktadır. Super Duper Kids Zero markası altında ise şekersiz, vitamin ve mineral ilaveli lolipop ürünleri bulunmaktadır.

PRETTY UP Markası: Şekersiz lolipop ve Dünya'da ilk kez üretilen şekersiz sakız dolgulu şekersiz top ve yassı lolipopların markasıdır. Doğal renklendiriciler ve eşsiz meyve aromaları içerir. Alerjen içermeyen, glutensiz ve vegan içeriği ile çocuk ve yetişkinleri hedeflemektedir. Bu ürün grubunda tüm şekersiz reçeteli ürün grupları bulunmaktadır.



WARNING Markası: Ağız sulandıran, ekşi ve/veya toz banmalı lolipoplar, ekşi çiğnenebilir şerit şekerlemeler, ekşi bonbonlar, ekşi, toz banmalı draje ve ekşi sıvı şekerlerden oluşan bir markadır. Ekşili ürünlerin satışları, şekerleme sektörü genelinde bir büyüme sergilemektedir. Şirket, ekşi ürünler kategorisi üzerine yoğunlaşan Warning markasını lanse etmiştir.

CHOCOLATE CRAFTERS Markası: El yapımı, butik, dolgulu, dolgusuz spesiyal ürünler, çikolata kaplı meyve ve yemişli ürünlerin markasıdır.

Chocolate Crafters
handmade chocolate

Özel Markalı Ürün (Private Label) Üretimleri

Şirket, faaliyetleri doğrultusunda belirli müşteri grupları için özel markalı üretimler yapmakta ve tanınmış marka sahibi olan ve/veya yüksek satış potansiyeline sahip müşterileri sayesinde özel markalı ürün üretimleri Şirket'in faaliyetleri içerisinde önemli yer tutmaktadır. Bu alanda Şirketin en önemli referansları Pepsico-Frito Lay (Rocco markalı ürünler), BİM Birleşik Mağazalar A.Ş. ("BİM") (Çeşitli ürünler), Yeni Mağazacılık A.Ş. ("A101") (Çeşitli ürünler) ve ABD, İngiltere, Rusya, Fransa, Almanya gibi ülkelerde yerleşik müşterileridir. Bu müşterilerden bazıları için detaylı bilgi, yukarıda ihracat başlığı altında verilmiştir.

Dağıtım Kanalları

Şirket yurt içi satışlarında dağıtım kanallarını modern ve geleneksel dağıtım kanalı olmak üzere iki kategoriye ayırmaktadır. Yurt dışı satışlarında ise modern ya da geleneksel kanal ayrımı yapılmamakta ihracat kanalı olarak izleme yapılmaktadır

Yurt içi Satış Kanalları

Modern Dağıtım Kanalı

Modern dağıtım kanalı, mini marketler, süper marketler ve hiper marketler gibi zincir perakendecilerin daha yapılandırılmış ve sofistike bir sistemini ifade eder. Uluslararası pazarda gelişmiş ülkelerde modern kanal üzerinden satış daha yoğun görülürken, gelişmekte olan piyasalarda geleneksel kanal pazara hâkim durumdadır. Modern kanalda ağırlıklı çalışılan

zincirler: BİM Birleşik Mağazalar A.Ş. (“BİM”), Yeni Mağazacılık A.Ş. (“A101”), Migros Ticaret A.Ş. (“Migros”), Macrocenter (Migros Ticaret A.Ş. markası), Hakmar Mağazacılık Ltd. Şti.(“Hakmar”), Dirk Rossmann Mağazacılık Ticaret Ltd. Şti. (“Rossman”), Tedi Discount Tekstil Mağazacılık A.Ş. (“Tedi”), Elvan Mağazacılık A.Ş. ve distribütörler üzerinden bazı yerel marketler, ekolojik ve organik marketler ile online satış kanallarıdır.

İzahnamede yer alması gereken mali dönemlerde, çeşitli zaman aralıklarında satış yapılan modern kanal müşterileri ve listelenen ürünlerin detayını gösteren tablo aşağıdaki gibidir.

Müşteri	**Ürün Grubu**	**Marka**
Bim Birleşik Mağazalar A.Ş.	Top Lolipop	U Pops Maxi
Bim Birleşik Mağazalar A.Ş.	Organik Şeker	Mom Organik Lolipop
Bim Birleşik Mağazalar A.Ş.	Top Lolipop	U Pops Juicy
Dirk Rossmann Mağazacılık Ticaret Ltd. Şti.	Organik Şeker	Mom Organik Lolipop
Hakmar Mağazacılık Ltd. Şti.	Top Lolipop	U Pops XL
Hakmar Mağazacılık Ltd. Şti.	Top Lolipop	U Pops Maxi
Hakmar Mağazacılık Ltd. Şti.	Yassı Lolipop	JOX Flat
Hakmar Mağazacılık Ltd. Şti.	Top Lolipop	U Pops Juicy
Migros Ticaret A.Ş.	Yassı Lolipop	JOX Flat
Migros Ticaret A.Ş.	Bonbon	JOX Bonbon Fruity
Migros Ticaret A.Ş.	Bonbon	JOX Bonbon Milky
Migros Ticaret A.Ş.	Bonbon	M LIFE ZENCEFIL-NANE; M LIFE ZENCEFIL-PORTAKAL; M LIFE
Migros Ticaret A.Ş.	Organik Şeker	Mom Organik Lolipop
Migros Ticaret A.Ş.	Top Lolipop	U Pops Juicy
Migros Ticaret A.Ş.	Draje	Kürecik Meyveli Draje
Migros Ticaret A.Ş.	Draje	Kürecik Ekşili Draje
Migros Ticaret A.Ş.	Toffee	Sweet Route Meyveli Dolgulu Toffee
Tedi Dıscount Tekstil Mağazacılık A.Ş.	Top Lolipop	U Pops Juicy
Tedi Dıscount Tekstil Mağazacılık A.Ş.	Yassı Lolipop	U Pops XL
Tedi Dıscount Tekstil Mağazacılık A.Ş.	Draje	JOX Minies Strawberry
Tedi Discount Tekstil Mağazacılık A.Ş.	Draje	JOX Minies Peach
Tedi Discount Tekstil Mağazacılık A.Ş.	Draje	JOX Minies Bubble Gum
Yeni Mağazacılık A.Ş.	Top Lolipop	U Pops Maxi
Yeni Mağazacılık A.Ş.	Bonbon	Super Duper Yaban Mersini
Yeni Mağazacılık A.Ş.	Bonbon	Super Duper Portakal

Yeni Mağazacılık A.Ş.	Top Lolipop	U Pops XL
Yeni Mağazacılık A.Ş.	Yassı Lolipop	U Pops XL
Yeni Mağazacılık A.Ş.	Bonbon	Sweet Route Sütlü Dolgulu Bonbon
Yeni Mağazacılık A.Ş.	Bonbon	Sweet Route Sütlü Bonbon
Yeni Mağazacılık A.Ş.	Bonbon	Sweet Route Meyveli Bonbon
Yeni Mağazacılık A.Ş.	Bonbon	Sweet Route Meyveli Dolgulu Bonbon
Yeni Mağazacılık A.Ş.	Bonbon	Sweet Route Kahveli Bonbon
Yeni Mağazacılık A.Ş.	Bonbon	Sweet Route Kahveli Dolgulu Bonbon
Yeni Mağazacılık A.Ş.	Draje	JOX Minies Strawberry
Yeni Mağazacılık A.Ş.	Draje	JOX Minies Bubble Gum
Yeni Mağazacılık A.Ş.	Draje	JOX Minies Sour Strawberry
Yeni Mağazacılık A.Ş.	Draje	JOX Minies Sour Rassberry
Yeni Mağazacılık A.Ş.	Top Lolipop	U Pops XL
Yeni Mağazacılık A.Ş.	Top Lolipop	U Fruit Dream
Yeni Mağazacılık A.Ş.	Şerit Şeker	Jox Chewy Bar Strawberry
Yeni Mağazacılık A.Ş.	Şerit Şeker	Jox Chewy Bar Watermelon
Yeni Mağazacılık A.Ş.	Bonbon	U Pops Karma Coffee
Yeni Mağazacılık A.Ş.	Şerit Şeker	Pixichewy Suprıse Chewy
Elvan Mağazacılık A.Ş.	Top Lolipop	U Pops Maxi, U Pops Juicy, Elvan Starball Gum
Elvan Mağazacılık A.Ş.	Organik Lolipop	Mom Organik Lolipop

2020 yılında COVID-19 salgınının başlaması ile Şirket fonksiyonel; temiz içerikli, şekeri azaltılmış veya şekersiz, organik, gıda takviyesi sınıfına giren ürünlerin üretimine yoğunlaşmış ve pazar çeşitliliği arttırmaya odaklanmıştır.

Modern kanalda büyümeyi tetikleyen katma değerli ürün ve markalara örnek vermek gerekirse; Şirket'e ait olan MOM organik lolipop ürünü, kendi kategorisinde USDA, BIO ve Organik Tarım Standartları'na uygun üretilen Türkiye'deki ürünlerden biridir. Organik, doğal bileşenli, C vitamini ilaveli, E kodu içermeyen, temiz içerikli, çevre dostu, kağıt saplı, meyve konsantreleri ile lezzetlendirilmiş ve meyve suları ile renklendirilmiş olması tüketici tarafından çok beğenilmiş ve hızlı bir şekilde modern kanalda dağılım göstermiştir. İlk olarak 2022 yılının ikinci yarısından itibaren lanse edilmiş olup, satış hacimleri büyüyerek devam etmektedir. MOM markalı lolipop ürünü Migros, File (BİM teşebbüsü), Rossman gibi zincir mağazaların yanı sıra benzin istasyonları, organik marketler, seçkin yerel zincirler ve on-line satış kanallarında aktif olarak satılmaktadır. Ülkenin en büyük on-line satış mecralarından olan Trendyol ve Hepsiburada web sitelerinde kendi kategorisinde en çok satan ürün olmuştur. MOM markasına ek olarak Şirket'in inovatif ve katma değerli ürün portföyü sayesinde modern kanal tüketicisine ürün sağlayabilmesi ve hızlı ve yüksek kapasiteli üretim hatları sayesinde indirim marketlerinin taleplerini karşılayabilmesi bu olumlu tablonun gerçekleşmesini sağlamıştır.

Geleneksel Dağıtım Kanalı

Geleneksel dağıtım kanalı, bakkal, büfe, eczane gibi bağımsız ve özerk işletmelerden oluşur. Şirket'in ürünlerinin ana tüketici kitlesi çocuklardır ve Türkiye'de çocuklar şekerleme ürünlerini hâlen ağırlıklı olarak bakkal ve benzeri küçük perakende satış noktalarından satın almaktadır. Son

dönemde özellikle indirim mağazaları hızlı tüketim ürünlerinin satışında büyük oranda büyüme göstermiş olsa da satışlar ağırlıklı olarak hâlen geleneksel kanal üzerinden ilerlemektedir.

Şirket geleneksel kanalda direkt dağıtım ve toptan satış kanallarını kullanan bir model uygulamaktadır. Şirket'e ait JOX markası, Türkiye'nin en büyük dağıtım gücüne sahip firmalarından Doğuş Çay ve Gıda Maddeleri Üretim Pazarlama İthalat İhracat A.Ş.- Doğuş Cips markası işbirliği ile Türkiye çapında doğrudan perakende noktalara dağıtılmaktadır. Bu sayede JOX markası, Türkiye çapında 35.000'in üzerinde noktaya doğrudan ulaşmaktadır. Bununla beraber, Şirket'e ait Pixi Pops markası seçkin bölge bayileri üzerinden iç pazarda aktif olarak satılmaktadır. Bu kanalda satış noktası sayısı tam olarak ölçülememekle birlikte yüksek satış hacimlerine erişilmektedir. Şirket'e ait MOM, Super Duper ve Pretty Up gibi markalar ise sağlığı geliştirici özelliklere sahip olması ile OTC kategorisindedir ve buna uygun olarak seçici dağıtım yapan distribütör partnerler üzerinden ülke çapında uygun satış noktalarına dağıtılmaktadır.

Şirket aynı zamanda büyük hızlı tüketim ürünleri firmalarından Pepsico markası altındaki Frito Lay Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş. ile yaptığı özel üretim anlaşması çerçevesinde Türkiye'nin en büyük şekerleme markalarından olan "Rocco" ürünlerinin ana üreticilerinden biridir. Şirket, ürettiği Rocco markalı ürün gruplarında PepsiCo'nun tek tedarikçisi konumundadır. Bu işbirliği çerçevesinde Şirket'in ürettiği ürünlerin satışı Türkiye çapında 50.000'in üzerinde satış noktasına PepsiCo dağıtım ağı ile doğrudan gerçekleştirilmektedir.

İhracat

Ankara Sincan 1. OSB'de kurulu olan üretim tesisi AIB, BRC, IFS, GMP, Sedex, ISO 9001, ISO 22000, ISO 27001 ve Helal sertifikalarına sahiptir. IFS belgesi global bir gıda güvenlik standardı olup işletmelerin güvenilir gıda ürettiğini belgelemektedir. AIB Belgesi, ABD menşeli olup o bölgede kabul gören bir belgedir. Sedex denetim ile Şirket'in tedarik zincirinde etik olarak sürdürülebilir üretim yaptığı denetlenmektedir. Şirket'in almakta olduğu kalite güvence denetimleri tüm dünyada aranan ve kabul gören belgelendirmelerdir. BRC Belgesi, İngiltere' de ürün satmak isteyen gıda kuruluşlarının sahip olmaları gereken bir sertifika olup, dünya çapında kabul görmüş global bir standarttır.

2021, 2022, 2023 yıllarında aşağıda listelenmiş 65 farklı ülkeye satış gerçekleştirilmiştir. 2024'ün ilk 6 aylık döneminde ise Şirket toplam 30 farklı ülkeye ihracat gerçekleştirmiştir. Bu ülkelerin bazıları COVID-19 sonrası gelişen lojistik ve maliyet artışları kaynaklı, bazıları ise Şirket'in mevcut kapasitelerini stratejik olarak farklı bölge ve müşterilere ayırmak istemesinden kaynaklı olarak devam etmemektedir. 2023 yılında Şirket satışlarının %67'si doğrudan ihracat satışlarından oluşmuştur. Yurt içi satışların ciro içerisindeki oranı ise %33 olarak gerçekleşmiştir. 2024 yılı ilk 6 aylık döneminde ise ihracat ciro oranı %62, iç piyasa ciro oranı ise %38 olarak gerçekleşmiştir.

Ortadoğu: Birleşik Arap Emirlikleri, Kuveyt, Lübnan, Irak, Ürdün, Yemen, İsrail, Umman, Filistin, Libya, Pakistan, Suriye, İran, Afganistan

Balkanlar: Makedonya, Polonya, Sırbistan, Bosna Hersek, Romanya, Arnavutluk, Kosova, Karadağ, Malta, Macaristan, Moldova, Hırvatistan

Avrupa: İngiltere, Fransa, Hollanda, Yunanistan, Bulgaristan, İsveç, Almanya, Ukrayna, İtalya, Avusturalya, Kıbrıs, Litvanya

Amerika & Güney Amerika: Guatemala, ABD, Haiti

Rusya ve Türki Cumhuriyetler: Özbekistan**,** Kazakistan**,** Kırgızistan, Türkmenistan, Tacikistan, Rusya, Gürcistan, Moğolistan, Azerbaycan

Asya & Afrika: Singapur, Barbados, Malezya, Burkino Faso, Kongo, Şili, Gine, Gine Bissau, Hindistan, Maldivler, Nijerya, Filipinler, Vietnam, Trinidad ve Tobago, Vanuatu, Japonya.

Şirket ürünlerini JOX, U, Pixi, MOM, Warning ve Super Duper ana markaları altında sunmaktadır. Markaların pazarlama stratejileri, ürün portföyü ve satış kanalları marka stratejilerine bağlı olarak yönetilmektedir. Bölgeye, pazara ve satış kanalına yönelik farklı ürünler, farklı distribütörler ile dağıtılabilmektedir. Örneğin BAE'de eczane ve modern kanalda vitamin ve mineral katkılı, şekersiz, şekerli ve organik ürünlerin satışı OTC kanalına hâkim bir distribütör ile yapılırken JOX, U ve Warning gibi geleneksel kanal markaları için başka distribütörler ile çalışılmaktadır.

Şirket'in ürettiği ürünler; şirket markası veya özel markalı üretimler olarak dünyanın birçok yerinde, önde gelen zincir mağazalarda satılmaktadır. Şirket, Amerika pazarında önde gelen markalarla belirli ürün kategorilerinde üretim yapmaktadır.

Marka Adı	**Marka Sahibi Firma**	**Ürün Özellikleri**
Warheads	Flix Candy (Imaginings 3)	ABD'de tanınan ekşi şekerleme markalarından birisidir. (https://www.oldtimecandy.com/collections/walk-the-candy-aisle-warheads#collection-desc) Şirket'in ürettiği ürünler hâlihazırda Dollar Tree, Walmart ve Target gibi ABD'nin önde gelen ulusal zincir mağazalarında satılmaktadır.
Marka 1	Müşteri 1	Amerika'nın en büyük şekerleme şirketlerinden birisidir. Birçok markası yaygın olarak ABD'de ulusal market zincirlerde satılmaktadır. İhraççı, Müşteri 1'in ana markalarından ("Marka 1") birisi için üretim yapmaktadır.
Marka 2	Müşteri 2	Müşteri 2, şekerleme sektöründe yeni gelişen sağlık trendlerine uygun ürünler sunmaktadır. İhraççı, Müşteri 2'nin ana ürünlerinden bazılarını ve 2023'ün önemli yeni lansman ürününü üretmektedir.
Marka 3	Müşteri 3	Müşteri 3 halihazırda Walmart gibi büyük zincirlerde listeli olan tanınmış bir şekerleme markasıdır. İhraççı, Müşteri 3'ün ana ürün kategorilerinden birini 2023 yılından itibaren üretmektedir.

Şirket'in ürettiği ürünler ABD'deki ulusal zincir mağazalarda aktif olarak satılmaktadır. Şirket'in ürünlerinin bulunduğu dünya çapındaki bazı zincir mağazaların isimleri aşağıda listelenmiştir.

ABD: Dollar General, Dollar Tree, Walmart, Target, Seven-Eleven, Sam's Club, Family Dollar, Costco, TJ Max

İngiltere: Poundland, Sainsbury's

Almanya: EDEKA

Sırbistan: Lidl

Polonya: Biedronika

Rusya: X5, Monetka

Makedonya: Kipper, Ramstore

Bosna Hersek: Ekor, Onogost, Bazar

Kosova: Viva Fresh

Karadağ: Konzum, Franca

BAE: Carrefour, Nesto Group, Aswaq, Adnoc, Zoom, Dubai Coop, Sharjah Coop, Abu Dhabi Coop, Mirates Patrol Station, Waitros, Granduos

İsveç: Axfood, Coop, Matrebellerna

Eczaneler: (*Med 7 Gruop, Al Neem Gruop, Super Care Gruop, Al Eman Gruop, Health First Group, oxygen Group, Bait Al Maqdes Group, Nmc Group, Thumbay Group, City Group, Modern Group, Acoras Group, Boots Group, Soliman Habeb Group, Al Manara Group, United Group, Oryana Hospital, Al Sheaf Group, Al Nahda Group, Dr Nutrition Group, Al Ain Group, Astar Group, 12 Pharmacy, Novo Group, Makkah Group, Marhaba Group, Viva Group, Meedon Group, Zulekha Hospital and Pharmacy*)

Şirketin 31.12.2021, 31.12.2022 ve 31.12.2023 itibarıyla yurt dışı satışları sırasıyla 224 milyon TL, 462 milyon TL ve 670 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. Yurt dışı satışlarda 2022 yılında, 2021 yılına göre %106 büyüme, 2023 yılında ise 2022 yılına göre %45 hasılat büyümesi gerçekleşmiştir. Bu büyümeyi sağlayan ana etkenler Şirket'in ihracat müşterilerinin çeşitlenmesi, özellikle Amerika ve İngiltere pazarlarında yeni bağlantılar kurulması, portföye katma değerli yeni kategorilerin eklenmesi, mevcut üretim hatlarının katma değerli ürün üretimlerinde de kullanılmaya başlanması ve özellikle 2022 yılı itibarıyla COVID-19 etkilerinin azalmış olmasıdır.

2023 yılında toplam 42 ülkeye ihracat gerçekleştirilmiştir. 2023 yılı satış gerçekleşmelerine göre ihracatta en yüksek paya sahip olan 3 ülke Bosna Hersek (%32,23), Amerika Birleşik Devletleri (%31,96) ve İngiltere (%17,44)'dir. Bu ülkelerin toplam ihracat satış gelirleri içerisindeki payı yaklaşık %81,63 seviyesindedir. Şirket'in 2024 yılı ilk 6 aylık satış gerçekleşmelerine göre en yüksek satış yaptığı bölgeler sırası ile Bosna Hersek, ABD ve İngiltere olmuştur. Bu üç pazarda yapılan satışların toplam ihracattaki oranı %85 oranında gerçekleşmiştir. Şirket, Bosna Hersek bölgesini Avrupa Birliği de dahil olmak üzere geniş bir coğrafyadaki müşterilerine sunulan ürünler için bir dağıtım merkezi olarak kullanmaktadır. Bu sebeple Bosna Hersek merkezli satışların oranı 2024 yılının ilk 6 aylık döneminde de önemli derecede artış göstermiştir. Amerika Birleşik Devletleri ve İngiltere pazarlarında ise birden çok müşteriye, farklı ürün gruplarında satışlar yapmaktadır. Örneğin Şirket, en çok ihracat yaptığı ülkeler içerisinde; Amerika'da 4 farklı, İngiltere'de ise 7 farklı müşteriye satış gerçekleştirmiştir. Bu sayede ihracat operasyonunda konsolidasyon riski azaltılmaktadır. Bu stratejiye bağlı olarak, 2023 yılı sonu itibarıyla Şirket'in, tek başına toplam hasılatının %21'inden fazla hasılat payına sahip müşterisi bulunmamaktadır.

Şirket satışlarının kanal ve kategori bazlı kırılımları incelendiğinde geçmiş yıllarda sert şeker olan satış ağırlığının 2021 yılı itibarıyla draje ve yumuşak şeker kategorilerine kaydığı görülmektedir. Bu dönemde Şirket'in sert şeker satışlarında reel büyüme gerçekleşmesine rağmen draje ve yumuşak şeker kategorileri; yüksek büyüme oranı ile önemli bir ağırlığa sahip olmuştur. Şirket, 2022 yılında devreye aldığı yeni yassı lolipop üretim hattı ile yassı lolipop sert şeker kategorisindeki kapasitesini %150 oranında arttırmıştır. Bu nedenle 2022 yılı yassı lolipop satışlarında büyüme gerçekleşmiştir. Şirket, ticari mal olarak kategorilendirilen çeşitli ürünlerin satışlarını dışarıdan tedarik ederek dönemsel olarak gerçekleştirmektedir.

Şirket tarafından 2023 yılının ikinci yarısında butik çikolata üretim hattı yatırımı tamamlanmıştır. İç piyasada modern kanal iş hacmini arttırmak için birçok zincir mağaza ile projeler yürütülmektedir. Bu sayede modern kanal satış payı, yıllar içerisinde artış göstermiştir.

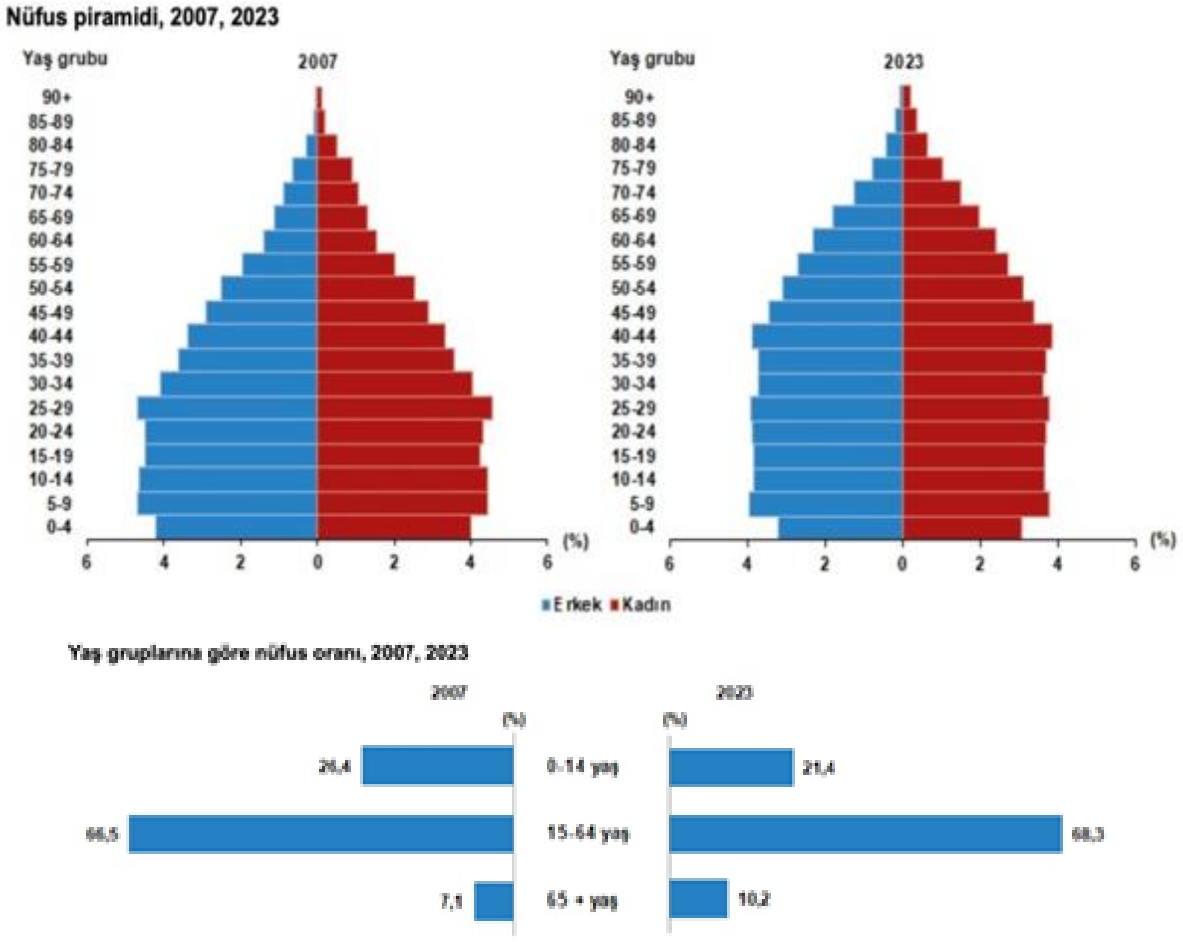
Şirket sert şeker kategorisinde ağırlıklı olarak iç piyasa satış kanallarına kapasite ayırırken, çiğnenebilir yumuşak şeker ve çiğnenebilir draje kategorilerinde ise ağırlıklı olarak ihracat kanallarına kapasite ayırmaktadır. Bu nedenle ürün grubu bazında satış kanalı dağılımına bakıldığında bu yönde bir ağırlık oluşmaktadır. Şirket, ilerleyen dönemde organik veya şekersiz içerikleri ile üretilen sert şekerleme kategoriler ile ihracat kanalında büyümeyi hedeflerken, yeni devreye alınan kapasiteler sayesinde iç piyasa satış kanallarına daha fazla çiğnenebilir draje ve yumuşak şeker kapasitesi ayırmayı hedeflemektedir. Bu sayede iç piyasa ve ihracat satış kanalları bazında ürün satış hacimlerinin dengelenmesi planlanmaktadır.

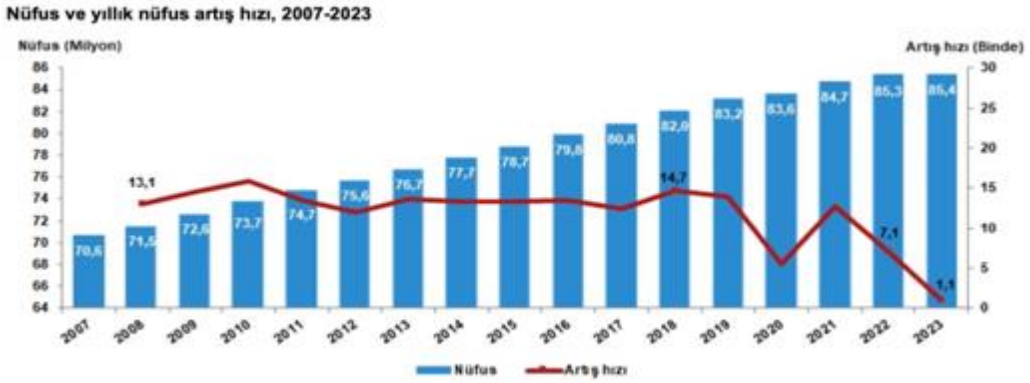
3.İŞLETMENİN PERFORMANSINI ETKİLEYEN ANA ETMENLER, İŞLETMENİN FAALİYETTE BULUNDUĞU ÇEVREDE MEYDANA GELEN ÖNEMLİ DEĞİŞİKLİKLER, İŞLETMENİN BU DEĞİŞİKLİKLERE KARŞI UYGULADIĞI POLİTİKALAR, İŞLETMENİN PERFORMANSINI GÜÇLENDİRMEK İÇİN UYGULADIĞI YATIRIM VE TEMETTÜ POLİTİKASI

Şirket'in ana faaliyet konusu olan şekerleme ürünlerine olan talep, genç ve hızlı büyüyen nüfus, turist sayısındaki artış ve geleneksel alışkanlıklar sebebi ile büyümektedir. Şekerleme ürünleri, dinî bayramlarda, kutlamalarda, düğün törenleri gibi toplu etkinliklerde en yaygın hediye olarak kullanılmaktadır.

Çok uluslu yatırımlar sayesinde şekerleme ürünleri kategorisinde dinamik büyüme devam etmektedir.

Şirket'in ürünlerinin ana tüketici kitlesi çocuklardır. Aşağıdaki grafiklerde 2007-2023 yılları arasında Türkiye nüfusunda meydana gelen değişim, yaş gruplarına göre meydana gelen değişim ve nüfus artış değişim hızı yer almaktadır. Verilere göre, Şirket'in ağırlık olarak hitap ettiği 5-19 yaş grubu da dahil olmak üzere Türkiye'de nüfus artışı devam etmektedir.





https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Adrese-Dayali-Nufus-Kayit-Sistemi-Sonuclari-2023-49684

Türkiye'de dinî bayramlar, özel günler ve diğer özel bayramlarda çikolata ve şekerlemenin hediye ve ikram edilmesi, son yıllarda bu ürünlerin kutulu çeşitlerinin sayısının artmasına ve pazarın büyümesini sürdürmesine yardımcı olmuştur. Özellikle kutulu çikolata ürünlerine talepteki artış nedeniyle, Şirket de butik çikolata üretimine eğilim göstermiştir. Bu kapsamda AR-GE çalışmaları devam etmekte olup 2024 yılının ikinci yarısında butik çikolata satış faaliyetleri başlamıştır.

Türkiye'de COVİD-19 salgını süresince, tüketicilerin büyük ölçüde evde kalması sonrasında atıştırmalık pazarı büyümüş, (COVİD-19 Pandemi Sürecinde Tüketici Davranışı ve E-Ticaretteki Değişimler, s.20, https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1636669) bu da çikolata ve şekerleme ürünleri dâhil olmak üzere atıştırmalık temelli ürünlerin satışını desteklemiştir. Pandemi ve mevcut teknolojik gelişmeler neticesinde "sağlık" fikrinin ön plana çıkmasıyla, farkındalıkları değişen tüketici profilinin tercihlerine ve eğilimlerine yönelen üreticiler, bu talepleri karşılayacak ürünler sunmaya ve bu yönde inovasyonlar gerçekleştirmeye başlamıştır.

Tüketici eğilimleri incelendiğinde sağlıklı ve doğal ürünlere eğilimin arttığı görülmektedir. Şekerleme sektöründe, lezzetin yanı sıra fizyolojik fayda sağlayan fonksiyonel ürünlere yönelim artmıştır. Sağlık kaygıları ile beslenmesine dikkat eden tüketici, alternatif ürünler arayışına girmiştir. Bu ürünler, "daha sağlıklı" ürün tanımlaması adı altında organik, doğal olarak sağlıklı, potansiyel alerjenleri içermeyenler olarak sınıflandırılabilir. Vitamin ve mineral katkılı, organik, GDO'suz, alerjen içermeyen, vegan, helal, şekersiz vb. özellikler tüketici tarafından aranılan özellikler haline gelmiştir. Bu trend içerisinde kalite ve gıda güvenliği standartlarına uygun üretim yapan ve bu standartları uluslararası sertifikalar ile belgelendirebilen işletmeler önem arz etmektedir.

Dünyadaki trendleri takip ederek tüketici odaklı ürün gruplarını üretme kabiliyeti, farklı pazarların ihtiyaçlarına uygun ürünleri sunabilmek, özel pazarlama stratejileri ile şekerleme sektörüne olan olumsuz yargıların doğru şekilde izah edilmesi, ürün formülasyonlarının tüketici talebini artıracak içerik bileşenleri ile üretilmesi, AR-GE faaliyetleri ile daha yenilikçi ürünlerin tasarlanması sonucunda şekerleme pazarı büyümüştür ve bu büyüme devam etmektedir. Durukan Şekerleme bu trendleri yakından takip ederek değişen tüketici ihtiyaçlarını hızla karşılayabilecek pazardaki rekabet gücü yüksek firmalar arasında bulunmayı vizyon edinmiştir.









Rapor döneminde olmak üzere Temmuz, Ağustos ve Eylül aylarında gerçekleştirilen saha ziyaretlerinde, Balkanlar bölgesinde Kosova, Sırbistan, Karadağ, Makedonya, Bosna Hersek ve Arnavutluk ülkelerine gidilmiştir. Türkî Cumhuriyetler bölgesinde ise Özbekistan, Kırgızistan ve Kazakistan ziyaret edilmiştir. Ayrıca, Arap Yarımadası'nda Birleşik Arap Emirlikleri ve Suudi Arabistan seyahatleri gerçekleştirilmiştir. Bu ziyaretler sırasında, mevcut müşterilerimizle 2025 yılı hedefleri detaylı bir şekilde görüşülmüş, yeni müşterilerle de çeşitli toplantılar organize edilmiştir. Bölgesel faaliyetlerimizin geliştirilmesine yönelik bu stratejik adımlar, iş hacmimizi artırmaya yönelik planlarımızın bir parçası olmuştur



ISM DUBAI 2024 fuarında, ziyaretçilerimizin büyük bir bölümü Birleşik Arap Emirlikleri, Suudi Arabistan, Katar, Kuveyt, Bahreyn, Özbekistan, Pakistan, Ürdün, Hollanda, ABD ve Macaristan gibi ülkelerden gelmiştir. Ayrıca, Hong-Kong, Filipinler, Vietnam ve Avrupa ülkeleri gibi farklı bölgelerden gelen müşteri adayları ve tüketicilerle ürünlerimizi tanıtma fırsatı bulunmuştur.

Temettü Politikası

Şirketin kar dağıtım esasları, Esas Sözleşme'nin "*Kârın Tespiti ve Dağıtımı*" başlıklı 14. maddesinde düzenlenmiştir. Buna göre, Şirket kâr tespiti ve dağıtımı konusunda TTK ve sermaye piyasası mevzuatı hükümlerine uygun hareket eder. Öte yandan 13.10.2023 tarihli ve 2023/12 sayılı yönetim kurulu kararıyla Şirket, kâr dağıtım politikasını belirlemiş olup söz konusu politika, yapılacak ilk genel kurul toplantısında pay sahiplerinin onayına sunulacaktır. Buna göre ilke olarak, mevzuat ve finansal imkânlar elverdiği sürece piyasa beklentileri, Şirket'in uzun vadeli stratejisi, sermaye gereksinimi, yatırım ve finansman politikaları, ilgili mevzuatta gerçekleşen değişiklikler, borçluluk, kârlılık ve nakit durumu ve ulusal ve küresel ekonomik şartlar da dâhil olmak ve bunlarla sınırlı olmamak üzere birtakım unsurlar dikkate alınarak Yönetim Kurulu'nun uygun görmesi ile kâr dağıtımına karar verilir. Bu kapsamda Şirket, ilke olarak Sermaye Piyasası Kurulu ve TTK hükümleri çerçevesinde, 2024 hesap yılı kâr dağıtımından başlamak üzere dağıtılabilir kâr oluşması halinde hesaplanan yıllık dağıtılabilir kârının en az 5 yıl boyunca asgarî %25'inin nakit kâr payı olarak dağıtılmasını hedeflemektedir.

4. SATIŞLAR

Şirketimizin, 1 Ocak-30 Eylül 2023 ve 1 Ocak-30 Eylül 2024 dönemlerine ilişkin karşılaştırmalı satış hasılatının dağılımı aşağıdaki gibidir:

	01.01.2024-30.09.2024	**01.01.2023-30.09.2023**
Yurtiçi satışlar	292.703.918	270.910.176
Yurt dışı satışlar	397.884.833	405.858.946
İskonto ve İadeler	-9.661.617	-21.629.234
HASILAT	**680.927.134**	**655.139.888**

DURUKAN ŞEKERLEME ağırlıklı olarak satışlarını yurt dışında gerçekleştirmektedir; 2023 yılı ilk dokuz ayında yurtiçi satışların toplam hasılat içindeki payı %41 ve yurtdışı satışların payı %62 olarak gerçekleşmiştir. 2024 yılı ilk dokuz ayında ise yurtiçi satışların payı %43 düzeyinde ve yurtdışı satışların payı %58 seviyesinde gerçekleşmiştir.

5. ŞİRKETİN SERMAYE VE ORTAKLIK YAPISI İLE BUNLARA İLİŞKİN HESAP DÖNEMİNDEKİ DEĞİŞİKLİKLERE İLİŞKİN BİLGİ

Şirketimizin 30 Eylül 2024 ve 30 Eylül 2023 tarihleri itibariyle ortaklık yapısı aşağıdaki gibidir:

Ortağın Adı Soyadı	**Sermayedeki Payı (30.09.2024)**		**Ortağın Adı Soyadı**	**Sermayedeki Payı (31.12.2023)**	
	Tutarı (TL)	**Oranı (%)**		**Tutarı (TL)**	**Oranı* (%)**
Uğur DURUKAN	45.000.000	33,96	Uğur DURUKAN	50.000.000	50,00

Mahmut Nedim DURUKAN	41.250.000	31,13	Mahmut Nedim DURUKAN	45.000.000	45,00
DİĞER	46.250.000	34,91	DİĞER	5.000.000	5,00
TOPLAM	**132.500.000**	**100,00**	**TOPLAM**	**100.000.000**	**100,00**

Söz konusu payların 30.000.000,00 TL nominal değerli kısmı A grubu paylardan, 102.500.000,00 TL nominal değerli kısmı ise B grubu paylardan oluşmaktadır.
30.09.2024 tarihi itibarı ile yatırımcı sayısı 182.384 kişi olup dolaşımdaki hisse adedi 42.482.227 ve oranı %32,06'dır.

6. ŞİRKETİN SERMAYE VE OY HAKKI İLE BUNLARA İLİŞKİN HESAP DÖNEMİNDEKİ DEĞİŞİKLİKLER VE İMTİYAZLI PAYLARA İLİŞKİN BİLGİ

A Grubu payların yönetim kurulu üyelerinin çoğunluğuna aday gösterme ve genel kurulda her pay için 5 oy imtiyazı bulunmaktadır. B Grubu payların hiçbir imtiyazı yoktur.

	Oy Hakkı* (30.09.2024)			**Oy Hakkı (31.12.2023)**	
Ortağın Adı-Soyadı/Ticaret Unvanı	**Oy Adedi (TL)**	**Oranı (%)**	**Ortağın Adı-Soyadı/Ticaret Unvanı**	**Oy Adedi (TL)**	**Oranı (%)**
Uğur DURUKAN	105.000.000	41,58	Uğur DURUKAN	110.000.000	50
Mahmut Nedim DURUKAN	95.250.000	37,72	Mahmut Nedim DURUKAN	99.000.000	45
DİĞER	52.250.000	20,7	DİĞER	11.000.000	5
TOPLAM	**252.500.000**	**100**	**TOPLAM**	**212.000.000**	**100**

7. RAPORUN DÖNEMİ, DÖNEM İÇİNDE YÖNETİM KURULUNDA GÖREV ALAN BAŞKAN VE ÜYELERİN, MURAHHAS ÜYELERİN AD VE SOYADLARI, YETKİ SINIRLARI, BU GÖREVLERİN SÜRELERİ, YÖNETİCİLERİN ŞİRKET DIŞINDA YÜRÜTTÜKLERİ GÖREVLER HAKKINDA BİLGİ ve BAĞIMSIZ YÖNETİM KURULU ÜYELERİNİN BAĞIMSIZLIK BEYANLARI

Adı Soyadı	**Son 5 Yılda İhraççıda Üstlendiği Görevler**	**Görev Süresi/Kalan Görev Süresi**
Mehmet Ertuğrul DURUKAN	Yönetim Kurulu Başkanı	2 yıl / 14 ay
Nehir DURUKAN BAYIRLI	Yönetim Kurulu Başkan Vekili	18 ay / 14 ay
Elif Kübra KÜÇÜKALİ	Yönetim Kurulu Üyesi	18 ay/ 14 ay
Özkan AYDIN	Bağımsız Yönetim Kurulu Üyesi	3 yıl / 14 ay
Hamit KÖKSEL	Bağımsız Yönetim Kurulu Üyesi	3 yıl / 14 ay

Yönetim kurulu üyelerinin ihraççı ve ihraççı dışında mevcut durum itibarıyla yürüttükleri görevler aşağıda verilmiştir:

Adı Soyadı	Şirket Adı	Görevi
Nehir Durukan BAYIRLI	Altogo Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.	Yönetim Kurulu Başkan Vekili
Elif Kübra KÜÇÜKALİ	Nureart Tasarım A.Ş.	Yönetim Kurulu Üyesi ve Ortak
	Techpart Teknoloji Gıda ve Ticaret A.Ş.	Yönetim Kurulu Üyesi ve Ortak
Özkan AYDIN	Türkiye Seramik Federasyonu	Kamu İletişim Koordinatörlüğü
	Özkan Aydın Şahıs İşletmesi	Gerçek kişi şahıs işletmesidir. Kurucu ortağı ve yöneticisidir.
	Atılım Üniversitesi	Son dönem vermemiş olmakla birlikte zaman zaman ders vermektedir.
Hamit KÖKSEL	İstinye Üniversitesi	Profesör
	ICC (Uluslararası Tahıl Bilimi ve Teknolojisi Birliği) Akademi	Başkan
	Avrupa Gıda Kimyası Topluluğu	Türkiye Ulusal Delegesi
	GHI (Global Harmonizasyon İnisiyatifi)	Türkiye Büyükelçisi

Yönetim Kurulu Üyeleri ve Yönetimde Sözsahibi Personelin Özgeçmişleri:

Mehmet Ertuğrul DURUKAN (Yönetim Kurulu Başkanı):

Şirket ortağı ve Genel Müdür Yardımcısı Mehmet Ertuğrul Durukan, 1988 yılı Ankara Yenimahalle doğumludur. İlkokul ve Lise öğrenimini MEV Özel Ankara Eğitim Kurumlarında tamamlamıştır. İhsan Doğramacı Bilkent Üniversitesi İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü mezunudur. 2021 yılında Koç Üniversitesinde "Turquality Yönetici Geliştirme" programını tamamlamıştır. 2011 yılından itibaren aktif iş hayatına devam etmektedir. Durukan Şekerleme içerisinde sırası ile Pazarlama Yöneticisi, Pazarlama Müdürü, Satış Bölge Yöneticisi, Yeni İş Geliştirme Direktörü görevlerinde bulunmuş ve hâli hazırda Genel Müdür Yardımcılığı görevini yürütmektedir. Evli ve 2 çocuk babasıdır.

Nehir DURUKAN BAYIRLI (Yönetim Kurulu Başkan Vekili):

Şirket Yönetim Kurulu Başkan Vekili Nehir Durukan Bayırlı, 1995 yılı Yenimahalle Ankara doğumludur. İlkokul öğrenimini MEV Özel Ankara Eğitim Kurumu'nda, lise öğrenimini ise Arı Okulları Fen Lisesi'nde tamamlamıştır. İhsan Doğramacı Bilkent Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme Bölümü 2021 yılı mezunudur. 2024 yılında Bilkent Üniversitesi "Turquality Yönetici Geliştirme" programını tamamlamıştır.

2022 yılından itibaren Durukan Şekerleme içerisinde aktif iş hayatındadır. Görev süresinin ilk senesinde Proje Yöneticiliği yapmıştır. Hâli hazırda ise İnsan Kaynakları Yöneticiliği görevini yürütmektedir. Evlidir.

Elif Kübra KÜÇÜKALİ (Yönetim Kurulu Üyesi):

Şirket Yönetim Kurulu Üyesi Elif Kübra Küçükali, 1986 yılı Çankaya, Ankara doğumludur. İlkokul ve Lise öğrenimini MEV Özel Ankara Eğitim Kurumlarında tamamlamıştır. İhsan Doğramacı Bilkent Üniversitesi Mühendislik Fakültesi, Endüstri Mühendisliği Bölümü mezunudur. 2020 yılında Koç Üniversitesinde "Turquality Yönetici Geliştirme" programını tamamlamıştır. 2016 yılından itibaren aktif iş hayatına devam etmektedir. Durukan Şekerleme içerisinde sırası ile Satınalma Yöneticisi, Pazarlama Yöneticisi görevlerinde bulunmuş ve hâli hazırda Pazarlama Müdürü görevini yürütmektedir. Evli ve 3 çocuk annesidir.

Özkan AYDIN (Bağımsız Yönetim Kurulu Üyesi):

Şirket Bağımsız Yönetim Kurulu Üyesi Özkan Aydın, 8 Eylül 1957 Merzifon doğumludur. İlkokul öğrenimini Ankara Teğmen Kalmaz İlkokulu'nda, ortaokul öğrenimini Ankara Gazi Osman Paşa Ortaokulu'nda ve lise öğrenimini Ankara Atatürk Lisesi'nde tamamlamıştır.

Ankara İktisadi ve Ticai İlimler Akademisi Yönetim Bilimleri Fakültesi Uluslararası İlişkiler Bölümü mezunudur. İlk olarak 1978 yılında üniversite yıllarında Ticaret Bakanlığı'nda memur olarak iş hayatına atılmıştır.

1980 yılında Fakülte'den mezun olduktan sonra kamu görevine devam etmiştir. 1983 yılında kısa dönem er olarak askerlik görevini tamamlamıştır. Evli ve iki çocuk babasıdır. İleri seviyede İngilizce bilmektedir.

Hamit KÖKSEL (Bağımsız Yönetim Kurulu Üyesi):

Şirket Bağımsız Yönetim Kurulu Üyesi Prof. Dr. Hamit Köksel, 1952 Gaziantep doğumludur. 1978 yılında Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Gıda Bilimi ve Teknolojisi Bölümü'nden mezun olmuş; Tarla Bitkileri Merkez Araştırma Enstitüsü'nde araştırmacı olarak göreve başlamış ve burada 1990'a kadar görev yapmıştır. 1980 yılında Meksika'da CIMMYT'de (International Wheat and Maize Improvement Center) 8 ay çalışmıştır. IDRC tarafından sağlanan bursla Kanada Manitoba Üniversitesi'nde MSC çalışmasını tamamlamıştır (1986).

1987'de ICARDA'da (International Center of Agricultural Research in Dry Areas) 1 ay çalışmıştır. 1990 yılında Doktorasını Ankara Üniversitesi'nde tamamlamış ve Hacettepe Üniversitesi'nde (HÜ) çalışmaya başlamıştır. HÜ Gıda Mühendisliği Bölümünde Gıda Teknolojisi ABD Başkanı ve Bölüm Başkanı (2009-2012) olarak görev yapmıştır.

2004'ten beri Avrupa Gıda Kimyası Topluluğu (European Association of Chemical and Molecular Sciences, Food Chemistry Division) Ulusal Delegesi, 2012'den beri GHI (Global Harmonizasyon İnisiyatifi) Türkiye Büyükelçisidir. 2002'den beri Merkezi Viyana'da bulunan ICC (International Association for Cereal Science & Technology) Ulusal Delegesidir.

2015-2016'da ICC Seçilmiş Başkanı, 2017-2018 ICC Başkanı olarak görev yapmış, 2021'den beri ICC Akademi'nin Başkanı olarak görev yapmaktadır. Birçok Uluslararası ve Ulusal bilimsel dergide Yayın Kurulu Üyesi/Başkanı ve Hakem olarak görev yapmaktadır.

2019'den beri Uluslararası Operasyonel Değirmenciler Birliği (IAOM) Avrasya Bölgesi İcra Komitesi Danışmanı, 2018'den beri Değirmen ve Sektör Makine Üreticileri Derneği (DESMÜD) Eğitim Komitesi Üyesi olarak görev yapmaktadır. Orta Anadolu İhracatçılar Birliği'nde Teknik Danışmanlık yapmaktadır. 2019'dan beri İstinye Üniversitesi'nde Profesör olarak görev yapmaktadır. İleri düzeyde İngilizce bilmektedir. Evli ve 2 çocuk babasıdır.

Abdullah İMAL (Mali İşler Direktörü):

Mali İşler Direktörü Abdullah İMAL, 1976 yılı Çorum Bayat doğumludur. İlkokul öğrenimini Ankara Aşık Veysel İlkokulu'nda, ortaokul öğrenimini Ankara Orhangazi Ortaokulu'nda ve lise öğrenimini Ankara Aydınlıkevler Ticaret Meslek Lisesi'nde tamamlamıştır. Ankara Üniversitesi Kastamonu Meslek Yüksek Okulu Muhasebe Bölümü ve Anadolu Üniversitesi İşletme Bölümü mezunudur. İlk olarak 1995 yılında çalışma hayatına atılmıştır. 1995-1997 yılları arasında muhasebe elemanı olarak Akabe Boya İnşaat Malzemeleri Ticaret Sanayi A.Ş. ve Aksan Boya Kimya Sanayi ve Ticaret Ltd.Şti.'nde görev yapmıştır. 1997-1997/08 yılında Grup Muhasebe Şefi olarak Uzun Şirket Grubunda görev yapmıştır. 1997/08'den itibaren Durukan Şekerleme Sanayi ve Ticaret A.Ş.'nde görev yapmaktadır. SMMM ve Bağımsız Denetçi belgelerini haizdir. Evli ve 2 çocuk babasıdır.

Suat Bora YEŞİLTEPE (Mühendislik Direktörü)

Şirket Mühendislik Bölümü Direktörü Suat Bora YEŞİLTEPE, 1978 yılında Ankara'da doğmuştur. Ortaokul ve lise eğitimlerini Ankara Atatürk Anadolu Lisesi'nde; tüm üniversite eğitim programlarını da Orta Doğu Teknik Üniversitesi'nde tamamlamıştır. Kimya Yüksek Mühendisi olup; Biyoteknoloji Yüksek Lisans ve İşletme Yüksek Lisans diplomaları vardır. İş hayatına Cargill Turkiye'de başlamış olup Durukan Şekerleme firmasında, çok farklı bölümleri yönetmek suretiyle 16 yıldır görev yapmaktadır. İngilizce ve İtalyanca bilmektedir. Evli ve 1 çocuk babasıdır.

Melike ŞENEL (SAP ve Stratejik Planlama Yöneticisi)

SAP ve Stratejik Planlama Yöneticisi 1994 yılı Ankara doğumludur. Ankara Üniversitesi Fen Fakültesi İstatistik Bölümünü, akabinde Ankara Üniversitesi İstatistik Bölümünde yüksek lisansını tamamlamıştır. İlk olarak 2017 yılında yüksek lisans yaparken Eray Teknoloji A.Ş.'de Yazılım Destek Uzmanı olarak iş hayatına atılmıştır. 2018 yılında Ersa Mobilya Sanayi ve Ticaret A.Ş. çeşitli birimlerde görev alıp, en son Anaveri Yöneticisi olarak görevini tamamlamıştır. 2021 yılında Durukan Şekerleme Sanayi ve Ticaret A.Ş.'de çalışmaya başlamış olup halen Durukan Şekerleme'de çalışmaya devam etmektedir.

8. YÖNETİM ORGANI ÜYELERİ İLE ÜST DÜZEY YÖNETİCİLERE SAĞLANAN HUZUR HAKKI, ÜCRET, PRİM VE İKRAMİYE, KÂR PAYI GİBİ MALÎ MENFAATLERİN TOPLAM TUTARLARI

	1 Ocak–30 Eylül 2024	1 Ocak – 31 Aralık 2023
Yönetim Kurulu Üyeleri ve Üst Düzey Yöneticiler	8.925.820	5.071.506
Toplam	**8.925.820**	**5.071.506**

9. YÖNETİM ORGANI ÜYELERİ İLE ÜST DÜZEY YÖNETİCİLERE VERİLEN ÖDENEKLER, YOLCULUK, KONAKLAMA VE TEMSİL GİDERLERİ İLE AYNÎ VE NAKDÎ İMKÂNLAR, SİGORTALAR VE BENZERİ TEMİNATLARIN TOPLAM TUTARLARINA İLİŞKİN BİLGİLERİ

İlgili dönemde sözkonusu kalem için yapılan harcama toplamı 0,00 TL.dir.

10. ŞİRKETİN İŞLEM GÖRDÜĞÜ BORSA VE PAZAR İLE GENEL KURUL HAKKINDA BİLGİ

Şirket payları 2024 yılının Eylül ayında halka arz edilmiş olup 17 Eylül 2024 tarihinden itibaren Borsa İstanbul A.Ş. Pay Piyasası Ana Pazar'da işlem görmektedir. Bu bağlamda, SPK'nın II-17.1 sayılı Kurumsal Yönetim Tebliği'nin 5'inci maddesi uyarınca, Şirketimiz üçüncü grupta yer alan ortaklıkların kurumsal yönetim yükümlülüklerine tâbidir. Rapor tarihinde 2023 yılı Olağan Genel Kurulu yapılmamış durumdadır.

11. YATIRIMCI İLİŞKİLERİ BÖLÜMÜ

3 Ocak 2014 tarih ve 28871 Sayılı Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren Kurumsal Yönetim Tebliği'nde (II-17.1) Yatırımcı İlişkileri Bölümü'nün kurulması öngörülmüş olup Yatırımcı İlişkileri Bölümü'nün görevleri belirtilmiştir. Sermaye Piyasası Kurulu'nun (II-17.1) Sayılı Kurumsal Yönetim Tebliği'nin 11.Maddesi uyarınca yatırımcı ilişkileri bölümü henüz oluşturulmamıştır.

12. DÖNEM İÇİNDE ESAS SÖZLEŞMEDE YAPILAN DEĞİŞİKLİKLER VE NEDENLERİ

Ortaklığın çıkarılmış sermayesi 100.000.000 TL'den 132.500.000 TL'ye artırılmış olup artırılan 32.500.000 TL nominal değerli 32.500.000 adet B grubu pay ve mevcut ortaklarından Uğur DURUKAN'ın sahip olduğu 5.000.000 TL nominal değerli 5.000.000 adet B grubu pay, Mahmut Nedim DURUKAN'ın sahip olduğu 3.750.000 TL nominal değerli 3.750.000 adet B grubu pay, Mehmet Ertuğrul DURUKAN'ın sahip olduğu 1.250.000 TL nominal değerli 1.250.000 adet B grubu pay olmak üzere toplam 42.500.000 TL nominal değerli 42.500.000 adet B grubu pay halka arzedilmiştir. Şirketimiz payları 17.09.2024 tarihinden itibaren Borsa İstanbul Ana Pazar'da işlem görmeye başlamıştır.

13. ŞİRKETİN DOĞRUDAN VE DOLAYLI İŞTİRAKLERİ VE PAY ORANLARINA İLİŞKİN BİLGİLER

Yoktur.

14. İLİŞKİLİ TARAFLAR

30 Eylül 2024 ve 31 Aralık 2023 tarihleri itibariyle ilişkili taraflarla yapılan işlemlere ilişkin bilgiler aşağıdaki tablolarda sunulmaktadır:

1 Ocak-30 Eylül 2024					
	Diğer satışlar	**Kira geliri**	**Satım**	**Alım**	**Ciro Primi**
Durukan Pazarlama Satış Dağıtım A.Ş.	-	-	-	36.525	-
Ankara Durukan Lojistik A.Ş.	-	-	-	-	-
Techpart Tekn. Gıda ve Ticaret A.Ş.	-	-	-	-	-
Toplam	**-**	**-**	**-**	**36.525**	**-**

1 Ocak-30 Eylül 2023					
	Diğer	**Kira geliri**	**Satım**	**Alım**	**Ciro Primi**
Durukan Pazarlama Satış Dağıtım A.Ş.	-	-	-	-	-
Ankara Durukan Lojistik A.Ş.	-	-	-	-	-
Techpart Tekn. Gıda ve Ticaret A.Ş.	-	-	-	-	-
Toplam	-	-	-	-	-

15. PERSONEL VE İŞÇİ HAREKETLERİ, TOPLU SÖZLEŞME UYGULAMALARI, PERSONEL VE İŞÇİYE SAĞLANAN HAK VE MENFAATLER

30 Eylül 2024 ve 31 Aralık 2023 tarihleri itibariyle Şirket bünyesinde istihdam edilen personel sayısı sırasıyla 372 ve 309 kişidir. Şirket çalışanları için maaş ödemesi, bayram yardımları, yol ücreti vb. hak ve menfaatlere sağlanmakta olup işyerinde toplu sözleşme bulunmamaktadır.

16. DEVLET TEŞVİK VE YARDIMLARI

Şirket'in 2014 yılında taşındığı mevcut fabrikasının yatırımı için T.C. Ekonomi Bakanlığı Teşvik Uygulama ve Yabancı Sermaye Genel Müdürlüğü'nden 09.07.2018 tarihli ve E107930 belge numaralı yatırım teşvik belgesi alınmıştır.

Teşvikler (TL)	**2021**	**2022**	**2023**	**2024/09**
İstihdam				
5510 Sayılı Kanun	595.779,16	1.259.642,46	3.232.038,29	4.039.015,20
6111 Sayılı Kanun	29.161,85	70.828,02	1.070.726,11	3.609.063,58
4857 Sayılı Kanun	14.239,16	34.183,66	79.124,56	88.159,79
17103-27103 Sayılı Teşvik	757.140,75	2.418.694,48	264.731,48	-
6661 Sayılı Teşvik	116.531,43	28.036,79	388.751,61	163.902,78
7252 Nolu Teşvik	8.752,22	-	-	-
6764 sayılı Kanun (MESEM) Teşvik	-	-	1.175.468,96	-
03294 Sayılı Kanun	-	-	36.489,09	51.296,72
15510 Sayılı Kanun	-	-	305.794,82	959.297,68
5746 Sayılı Kanun	-	-	443.300,50	398.779,74
Diğer	-	-	334.982,42	2.178.131,82
Toplam	1.521.604,57	3.811.385,41	7.331.407,84	11.487.647,31
Turquality	-	-	-	-
Teşvik Tutarları	309.742,27	336.715,00	461.056,00	437.446,00
Toplam	309.742,27	336.715,00	461.056,00	437.446,00
KOSGEB				-
Teşvik Tutarları	-	-	100.000,00	-
Toplam	-	-	100.000,00	-
Ar-Ge Merkezi				-
Teşvik Tutarları	1.014.268,14	1.162.684,74	2.798.659,00	**3.999.530,42**
Toplam	1.014.268,14	1.162.684,74	2.798.659,00	**3.999.530,42**
TOPLAM	**2.845.614,98**	**5.310.785,15**	**10.691.122,80**	**9.077.201,24**

17. YATIRIMLARA İLİŞKİN BİLGİLER

Geleneksel çift büküm yumuşak şeker üretimi için yatırım yapılarak devreye alımlar tamamlanmıştır. Yatırımı tamamlanan hatlardan birisi de 2019 yılında tamamlanan TÜBİTAK 1501- Çiğnenebilir Şerit Yumuşak Şeker Ürün ve Prosesinin Geliştirilmesi projesinin ürünü olan çiğnenebilir şerit yumuşak şekerdir. Bunun yanında, draje ürünlerinin ihracata ve müşteriye özel kutulu şekilde üretimi amacıyla kutulu draje paketleme hattı devreye alınmıştır. TÜBİTAK ile gerçekleştirilen başka bir proje neticesinde şerit şeker ürünü geliştirilmiş ve hat yatırımı yapılarak devreye alınmıştır.

Daha önceden 1 hattı bulunan ve oldukça fazla talep gören yassı lolipop ürünlerinin üretimi için ikinci hat yatırımı yapılmış ve devreye alınmıştır. Yeni yassı hat yatırımı, pazarda sıklıkla görülen yassı lolipop ürünlerinden farklı, inovatif ve yenilikçi ürünler üretilmesine olanak sağlamaktadır. Yassı lolipoplar yeni teknolojiyle, 2 boyutlu olarak üzerinde tasarımlarını Şirket'in kendisinin oluşturduğu kabartmalar ile çıkmakta ve eğlence yönünü ön plana çıkaran ürünler olarak pazarda yerini almaktadır.

2022 yılında yatırım fizibilitesi tamamlanıp yatırım kararı alınan yenilikçi bir ürün olan Sıvı Şekerleme hattının 2023 yılında kurulumu tamamlanıp üretime geçilmiştir. Hattın kapasitesi mevcut durumda yılda 2.000 tondur. Hat kurulurken, bu kapasiteyi iki katına çıkarabilecek altyapı ve alan da ayrılmıştır.

Sıvı şekerleme ürünü sayesinde yenilikçi bir kategoride üretim yapabilme fırsatı doğmuştur. Yatırım hat kapasitesinin büyük bir bölümünün satışı önceden planlanmıştır. Sıvı şekerin dünya çapında gelişmekte olan önemli bir trend olduğu düşünülmektedir. Şirket, özellikle ABD ve Avrupa gibi pazarlarda sıvı şekerleme ürününe talebin artacağını öngörmektedir.

Gelişmiş pazarlarda zincir marketlerden gelen artan talep doğrultusunda çiğnenebilir ürün gruplarında yeni yatırım kararları uygulanmıştır. 2022 yılında sipariş edilen ve 2023 yılında devreye alınan yeni hatlar ile draje kaplamalı ve çiğnenebilir yumuşak şeker kategorilerinde toplam kurulu kapasite 2.500 ton/yıl'dan 5.000 ton/yıl'a arttırılmıştır.

Tüketicilerin sağlıklı ürün arayışı neticesinde şekersiz şekerleme ürünleri son dönemde büyüyen bir kategoridir. Münferit şekersiz lolipop markaları bulunmasına rağmen, teknik kısıtlar nedeniyle sektör genelinde bu ürünlerde çeşitli dolgular veya farklılaştırıcı özellikler çok fazla uygulanamamaktadır. Şirket, şekersiz lolipop ürünü içerisine şekersiz sakız dolgusu eklemeyi başarmıştır. Bu ürün hâlihazırda ABD başta olmak üzere Birleşik Krallık gibi önemli pazarlarda yerini almaktadır.

Butik çikolata üretim tesisi yatırımının tamamlanarak faaliyete geçirilmiş olup Ar-Ge çalışmaları büyük oranda tamamlanmıştır.

Mevcutta 2.500 ton/yıl olan Yumuşak Şekerleme üretim kapasitesi, 4.000 ton/yıl daha artırılarak toplamda 6.500 ton/yıl'a çıkarılmıştır. Bu yeni yatırım, pazarda bulunan yumuşak şeker çeşitlerinden farklı, daha inovatif ve yenilikçi ürünlerin üretilmesine imkan sağlayarak ürün yelpazesini genişletmektedir. Yumuşak şekerler, yeni teknolojiyle çeşitli tat ve renklerde, şirketin kendine has yenilikçi tasarımları ile sunulmaktadır.

18. İŞLETMENİN FİNANSAL KAYNAKLARI

Firmamız alacak ve stok finansmanına yönelik olarak ağırlıkla bch/spot kredi kullanmakta olup 30.09.2024 dönem itibariyle toplam 535.228.536,00TL tutarında banka kredisi bulunmakta olup,

bu kredilerin 472.548.932,00TL'lik kısmı 1 yıl içerisinde 62.679.604,00TL'lik kısmı ise 1 yıldan uzun vadede ödenmesi gerekmektedir. Kredilerin azami vadesi 49 aydır ve aylık taksitler halinde geri ödenecektir.

19. ARAŞTIRMA VE GELİŞTİRME FAALİYETLERİ

Ar-Ge birimi tarafından geliştirilmekte olan 5 adet proje bulunmaktadır. Bu ürünlerin formülasyonları ve prosesleri Durukan Şekerleme bünyesinde bulunan Ar-Ge ekibi tarafından geliştirilmektedir.

	AR-GE Projesi	Açıklama
1	Şekersiz Yumuşak Şekerleme Ürün ve Prosesinin Geliştirilmesi	Proje öncelikle, belirli sağlık sebeplerinden dolayı şeker tüketemeyen kişilerin de tüketebileceği ürünlerin ve prosesinin geliştirilmesini hedeflemektedir. Şekersiz şekerleme ürünleri düşük kalori değerlerine sahip olduğundan sadece şeker tüketmemesi gereken tüketicilere (diyabet hastaları vs.) değil, aynı zamanda birçok farklı beslenme tarzına sahip tüketiciye hitap etmektedir. Ağız ve diş sağlığına uzun vadede olumsuz anlamda etkileri olmayacak şekerleme ürünlerinin de geliştirilmesi projenin hedeflerinden birisidir. Çalışmalar devam etmektedir.
2	QualASChon Projesi (Marie-Curie Destek Programı)	Proje, şekerin ve şekerleme endüstrilerinin özgünlüğü ve kalite sorunlarının üstesinden gelmek için yeni analitik metodolojiler geliştirerek farklı alanlarda uzmanlık ve becerilere sahip uluslararası ve sektörler arası bir organizasyon ağı oluşturmayı amaçlamaktadır. Çalışmalar devam etmektedir.
3	Horizon Projesi	Proje, gıda ve içecek ambalajlarının kullanımını daha verimli hale getirebilmek için enzimatik mühendislik yoluyla PE ve PET depolimerizasyonu geliştirmeyi hedeflemektedir. Verimli ve çevre dostu bir yöntem kullanarak biyoplastik geri kazanım süreci üzerinde çalışmalar yürütülmektedir.
4	Şekersiz Sakız Dolgulu Şekersiz Lolipop Ürün ve Prosesinin Geliştirilmesi	Proje öncelikle, belirli sağlık sebeplerinden dolayı şeker tüketemeyen kişilerin de tüketebileceği ürünlerin ve üretim metotlarının geliştirilmesini hedeflemektedir. Şekersiz sakız bileşenini dolgu malzemesi olarak kullanarak "Şekersiz Sert Şekerleme Ürün ve Prosesinin Geliştirilmesi" projesinin çıktısı şekersiz sert şekerleme ürünü ile birleştirerek yenilikçi bir ürün ortaya koymak projenin en önemli hedefidir.

5	Katlanabilir ve Sarılabilir Esnek Şekerleme Ürün ve Prosesinin Geliştirilmesi	Proje, temel olarak esnek formda ve katlanabilen şekerleme ürününün formülasyonunun ve prosesinin geliştirilmesini amaçlamaktadır. Şekerleme ürününü alışagelmedik katlanabilir ve sarılabilir forma sokarak daha keyifli ve çiğnenebilir hale getirmek projenin önemli bir hedefidir. Ülkemizde geleneksel olarak pazarlanan pestil ürününün yeni teknolojilerle harmanlanması ve daha sürdürülebilir, endüstriyel ölçeğe taşınması ve globaldeki tüketim alışkanlıklarıyla buluşması projenin diğer önemli hedeflerindendir.

20. RİSK YÖNETİMİ UYGULAMALARI

Risk yönetimi, Şirketimiz Yönetim Kurulu tarafından onaylanan politikalar doğrultusunda yapılmaktadır. Yönetim Kurulumuz, 20.09.2024 tarihli toplantısında; SPK'nın Kurumsal Yönetim Tebliği (KYT) hükümleri çerçevesinde Şirket'in varlığını, gelişmesini ve devamını tehlikeye düşürebilecek risklerin erken teşhisi, tespit edilen risklerle ilgili gerekli önlemlerin alınması ve risklerin yönetilmesi amacıyla çalışmalar yapmak üzere Riskin Erken Saptanması Komitesinin oluşturulmasına ve Yönetim Kurulu Üyeleri Nehir DURUKAN BAYIRLI, Hamit KÖKSEL ve Özkan AYDIN'ın Riskin Erken Saptanması Komitesi'nde görevlendirilmesine karar vermiştir. Riskin Erken Saptanması Komitesi işbu hesap döneminde henüz toplantı yapmamıştır.

21. DAVA VE YAPTIRIMLAR

İzahnamede belirtilen dava ve takipler devam etmekte olup gelişme bulunmamaktadır. Faaliyet raporuna konu dönemde Şirket aleyhine açılan ve Şirketimizin malî durumu ve faaliyetleri üzerinde önemli derecede olumsuz etkisi olabilecek bir dava, tahkim, takip veya sair hukuki uyuşmazlık bulunmamaktadır. Faaliyet dönemi içinde mevzuat hükümlerine aykırı uygulamalar nedeniyle Şirket, Yönetim Kurulu üyeleri ve üst düzey yöneticiler hakkında uygulanan idarî veya adlî yaptırım yoktur.

22. BAĞIŞ VE YARDIMLAR

Faaliyet dönemi içinde bağış ve yardım yapılmamıştır.

23. KONSOLİDASYONA TABİ İŞLETMELERİN ANA ORTAKLIK SERMAYESİNDEKİ PAYLARI HAKKINDA BİLGİ

Konsolidasyona tâbi işletmeler yoktur.

24. KONSOLİDE FİNANSAL TABLOLARIN HAZIRLANMA SÜRECİYLE İLGİLİ OLARAK; GRUBUN İÇ DENETİM, İÇ KONTROL VE RİSK YÖNETİM SİSTEMLERİNİN ANA UNSURLARINA İLİŞKİN AÇIKLAMALAR VE YÖNETİM ORGANI GÖRÜŞÜ

Konsolidasyona tâbi işletme olmadığı için konsolide malî tablo da yoktur.

25. FİNANSAL TABLOLAR VE ORAN ANALİZİ

Şirketimizin 30 Eylül 2024 ve 31 Aralık 2023 tarihleri itibariyle karşılaştırmalı Finansal Durum Tablosu aşağıdaki gibidir:

		Cari Dönem	Geçmiş Dönem
VARLIKLAR	**Dipnotlar**	**30.Eyl.24**	**31.Ara.23**
Nakit ve nakit benzerleri	3	469.193.095	34.109.832
Finansal varlıklar	5	5.061.005	176.436
Ticari alacaklar			
- *İlişkili taraflardan alacaklar*	4	19.246.270	-
- *İlişkili olmayan taraflardan alacaklar*	6	441.268.629	340.127.040
Diğer alacaklar			
- *İlişkili taraflardan alacaklar*	4	14.448.468	822.994
- *İlişkili olmayan taraflardan alacaklar*	8	12.656.151	10.765.671
Stoklar	9	540.701.670	414.690.830
Peşin ödenmiş giderler	10	33.204.634	21.292.788
Diğer dönen varlıklar	15	51.711.624	43.506.637
Toplam dönen varlıklar		**1.587.491.546**	**865.492.228**
Diğer alacaklar			
- *İlişkili olmayan taraflardan alacaklar*	8	138.818	145.468
Maddi duran varlıklar	11	887.816.773	887.569.077
Maddi olmayan duran varlıklar	12	37.687.070	36.326.066
Toplam duran varlıklar		**925.642.661**	**924.040.611**
TOPLAM VARLIKLAR		**2.513.134.207**	**1.789.532.839**

		Cari Dönem	Geçmiş Dönem
KAYNAKLAR	**Dipnotlar**	**30.Eyl.24**	**31.Ara.23**
Kısa vadeli borçlanmalar	7	109.208.360	116.132.183
Uzun vadeli borçlanmaların kısa vadeli kısımları	7	330.699.588	138.665.092
Kısa vadeli finansal kiralama borçları	7	32.640.984	31.935.184
Diğer finansal yükümlülükler	7	840.969	1.800.386
Ticari borçlar			

- İlişkili olmayan taraflardan borçlar	6	230.151.113	246.910.814
Diğer borçlar			
- İlişkili taraflara borçlar	4	-	1.149.313
- İlişkili olmayan taraflardan borçlar	8	6.204.481	5.344.712
Çalışanlara sağlanan faydalara ilişkin borçlar	14	16.807.115	13.081.055
Ertelenmiş gelirler	10	38.586.413	41.692.188
Kısa vadeli karşılıklar			
- Çalışanlara sağlanan faydalara ilişkin kısa vadeli karşılıklar	14	3.645.279	2.707.452
- Diğer kısa vadeli karşılıklar	14	3.064.900	1.596.420
Diğer kısa vadeli yükümlülükler	15	5.833.638	2.486.532
Kısa vadeli yükümlülükler		**777.682.840**	**603.501.331**
Uzun vadeli borçlanmalar	7	47.267.662	84.133.209
Uzun vadeli finansal kiralama borçları	7	15.411.942	36.186.860
Uzun vadeli karşılıklar			
- Çalışanlara sağlanan faydalara ilişkin uzun vadeli karşılıklar	14	4.553.341	2.695.446
Ertelenmiş vergi yükümlülüğü	22	71.935.023	60.824.601
		139.167.968	**183.840.116**
Ödenmiş sermaye	16	132.500.000	100.000.000
Sermaye düzeltmesi olumlu farkları	16	446.411.581	446.411.581
Hisse senedi ihraç primleri	16	481.089.620	-
Kar ve zararda yeniden sınıflandırılmayacak birikmiş diğer kapsamlı gelirler ve giderler			
- Duran varlıklar yeniden değerleme artışları	16	445.703.070	445.703.070
- Tanımlanmış fayda planlarının yeniden ölçüm kazançları / (kayıpları)	16	151.054	543.652
Kardan ayrılmış kısıtlanmış yedekler	16	12.239.050	7.350.430
Geçmiş yıllar (zararları)		-2.705.961	-87.412.857
Net dönem karı		80.894.985	89.595.516
ÖZKAYNAKLAR		**1.596.283.399**	**1.002.191.392**
TOPLAM KAYNAKLAR		**2.513.134.207**	**1.789.532.839**

Şirketimizin 30 Eylül 2024 ve 31 Aralık 2023 tarihli finansal durum tablolarındaki ana hesap gruplarındaki değişimler aşağıda verilmektedir:

Ana Hesap Grupları	31.12.2023	30.09.2024	Değişim Oranı (%)
Toplam Dönen Varlıklar	865.492.228	1.587.491.546	83,42%
Toplam Duran Varlıklar	924.040.611	925.642.661	0,17%
Toplam Kısa Vadeli Yükümlülükler	603.501.331	777.682.840	28,86%
Toplam Uzun Vadeli Yükümlülükler	183.840.116	139.167.968	-24,30%
Toplam Özkaynak	1.002.191.392	1.596.283.399	59,28%
TOPLAM VARLIKLAR/KAYNAKLAR	**1.789.532.839**	**2.513.134.207**	**40,44%**

Temel Oranlar	31.12.2023	30.09.2024
Cari Oran (Dönen Varlıklar/Kısa Vadeli Yükümlülükler)	1,43	2,04
Likidite Oranı ((Dönen Varlıklar-Stoklar) /Kısa Vadeli Yükümlülükler)	0,75	1,35
Kaldıraç Oranı (Kısa ve Uzun Vadeli Yükümlülükler/Aktif Toplamı)	0,44	0,36
Borç/Özkaynak Oranı (Toplam Yükümlülükler/Özkaynaklar)	0,79	0,57
Özkaynaklar/Aktif Toplamı	0,56	0,64

Şirketimizin 01.01-30.09.2024 ve 01.01-30.09.2023 dönemleri ile 01.07-30.09.2024 ve 01.07-30.09.2023 ara dönemlerine ilişkin karşılaştırmalı Kâr veya Zarar Tablosu ile Kapsamlı Gelir Tablosu aşağıda verilmektedir:

		Cari Dönem	Geçmiş Dönem	Cari Dönem	Geçmiş Dönem
		01.01-30.09.2024	01.01-30.09.2023	01.07-30.09.2024	01.07-30.09.2023
	Dipnotlar	30.Eyl.24	30.Eyl.23	30.Eyl.24	30.Eyl.23
Hasılat	17	680.927.134	655.139.888	130.485.319	206.393.906
Satışların maliyeti (-)	17	-385.570.081	-481.685.553	-63.938.340	-126.541.774
Brüt kar		**295.357.053**	**173.454.335**	**66.546.979**	**79.852.132**
Genel yönetim giderleri (-)	18	-67.694.171	-57.093.850	-28.172.523	-28.408.138
Pazarlama, satış ve dağıtım giderleri (-)	18	-70.798.722	-53.211.120	-22.209.017	-15.991.200
Araştırma ve geliştirme giderleri (-)		-6.194.125	-2.547.364	-3.377.139	395.883
Esas faaliyetlerden diğer gelirler	19	52.833.844	46.207.275	17.596.946	10.907.769
Esas faaliyetlerden diğer giderler (-)	19	-28.785.266	-47.957.345	-6.040.800	-22.216.905
Esas faaliyet karı		**174.718.613**	**58.851.931**	**24.344.446**	**24.539.541**
Yatırım faaliyetlerinden gelirler/ (giderler), net		6.194.880	7.298.086	3.811.688	-134.924
Finansman faaliyetleri öncesi faaliyet karı		**180.913.493**	**66.150.017**	**28.156.134**	**24.404.617**
Finansman gelirleri	21	759.391	2.260.379	-454.676	-138.500
Finansman giderleri (-)	21	-134.512.405	-109.464.180	-32.355.236	-31.000.244

Net parasal (kayıp) / kazanç	69.599.321	93.819.268	28.287.352	99.232.888
Vergi öncesi karı	**116.759.800**	**52.765.484**	**23.633.574**	**92.498.761**
Dönem vergi (gideri)	-6.006.566	-1.280.289	-3.837.734	302.511
Ertelenmiş vergi geliri / (gideri)	-29.858.249	-45.102.302	42.458.103	-95.410.489
Dönem karı/(zararı)	**80.894.985**	**6.382.893**	**62.253.943**	**-2.609.217**
DİĞER KAPSAMLI GELİR / (GİDER)	**-392.598**	**15.985**	**303.718**	**1.131.615**
Kar veya zararda yeniden sınıflandırılmayacaklar:				
Tanımlanmış fayda planlarının yeniden ölçüm kazanç / (kayıpları)	-523.464	19.981	404.957	1.414.519
Ertelenmiş vergi geliri	130.866	-3.996	-101.239	-282.904
TOPLAM KAPSAMLI GELİR/ (GİDER)	**80.502.387**	**6.398.878**	**62.557.661**	**-1.477.602**

Şirketimizin 30 Eylül 2024 ve 30 Eylül 2023 dönemlerinde başlıca gelir tablosu kalemlerindeki değişimler ile kâr marjları ise aşağıdaki gibi gerçekleşmiştir:

Kârlılık Oranları	01.01-30.09.2024	01.01-30.09.2023
Brüt kâr marjı	43,38%	26,48%
Esas faaliyet kâr marjı	25,66%	8,98%
Net kâr marjı	11,88%	0,97%
FAVÖK marjı	28,62%	17,20%

26. ŞİRKETİN İKTİSAP ETTİĞİ PAYLARINA İLİŞKİN BİLGİLER

Faaliyet dönemi içinde böyle bir durum gerçekleşmemiştir.

27. FAALİYET DÖNEMİ İÇİNDE YAPILAN ÖZEL DENETİME VE KAMU DENETİMİNE İLİŞKİN AÇIKLAMALAR

22-23 Eylül 2024 Migros Gıda Güvenliği ve Etik Denetimi
Denetim; Migros müşteri denetimidir. Denetimin ilk günü; ürün güvenliği, ikinci günü; etik değerler denetlenir. Denetim başarı ile sonuçlanmıştır.

26-27 Eylül 2024 FDA Ön Denetimi
FDA (Food and Drug Administration), ABD'nin gıda güvenliği, ilaç, tıbbi cihazlar, biyolojik ürünler ve diğer bazı sağlık ürünleri ile ilgili düzenleyici otoritesidir. FDA denetimi, bu ürünlerin güvenliğini, etkinliğini ve kalitesini sağlamak amacıyla yürütülen bir denetim sürecidir. Denetim sonrasında, FDA gerekliliklerinin değerlendirilmesi ve ana denetime hazırlık yapılması sağlanmıştır.

29 Eylül 2024 Organik Denetimi
MOM organik lolipop ürününe ait denetim gerçekleşmiştir. Denetim sonrasında, TR, EU ve NOP organik sertifikaları alınmıştır.

28. GRUP ALEYHİNE AÇILAN VE GRUP'UN MALÎ DURUMUNU VE FAALİYETLERİNİ ETKİLEYEBİLECEK NİTELİKTEKİ DAVALAR VE OLASI SONUÇLARI HAKKINDA BİLGİLER

Yoktur.

29. MEVZUAT HÜKÜMLERİNE AYKIRI UYGULAMALAR NEDENİYLE ŞİRKET YÖNETİM ORGANI ÜYELERİ HAKKINDA UYGULANAN İDARÎ VEYA ADLİ YAPTIRIMLARA İLİŞKİN AÇIKLAMALAR

Faaliyet dönemi içinde mevzuat hükümlerine aykırı uygulamalar nedeniyle Şirket, Yönetim Kurulu üyeleri ve üst düzey yöneticiler hakkında uygulanan idarî veya adlî yaptırım yoktur.

30. ŞİRKETLER TOPLULUĞUNA BAĞLI BİR ŞİRKETSE; HÂKİM ŞİRKETLE, HÂKİM ŞİRKETE BAĞLI BİR ŞİRKETLE, HÂKİM ŞİRKETİN YÖNLENDİRMESİYLE ONUN YA DA ONA BAĞLI BİR ŞİRKETİN YARARINA YAPTIĞI HUKUKÎ İŞLEMLER VE GEÇMİŞ FAALİYET YILINDA HÂKİM ŞİRKETİN YA DA ONA BAĞLI BİR ŞİRKETİN YARARINA ALINAN VEYA ALINMASINDAN KAÇINILAN TÜM DİĞER ÖNLEMLER

Şirketler topluluğuna bağlı bir şirket değildir. Faaliyet dönemi içinde böyle bir durum gerçekleşmemiştir.

31. ŞİRKETLER TOPLULUĞUNA BAĞLI BİR ŞİRKETSE; 33. BAŞLIKTA BAHSEDİLEN HUKUKÎ İŞLEMİN YAPILDIĞI VEYA ÖNLEMİN ALINDIĞI VEYAHUT ALINMASINDAN KAÇINILDIĞI ANDA KENDİLERİNCE BİLİNEN HAL VE ŞARTLARA GÖRE, HER BİR HUKUKÎ İŞLEMDE UYGUN BİR KARŞI EDİM SAĞLANIP SAĞLANMADIĞI VE ALINAN VEYA ALINMASINDAN KAÇINILAN ÖNLEMİN ŞİRKETİ ZARARA UĞRATIP UĞRATMADIĞI, ŞİRKET ZARARA UĞRAMIŞSA BUNUN DENKLEŞTİRİLİP DENKLEŞTİRİLMEDİĞİ

Şirketler topluluğuna bağlı bir şirket değildir. Şirket, şirketler topluluğuna bağlı bir şirket niteliğinde değildir.

32. ŞİRKETİN SERMAYESİNİN KARŞILIKSIZ KALIP KALMADIĞINA VEYA BORCA BATIK OLUP OLMADIĞINA İLİŞKİN TESPİT VE YÖNETİM ORGANI DEĞERLENDİRMELERİ

Faaliyet dönemi içinde böyle bir durum gerçekleşmemiştir.

33. BİR SERMAYE ŞİRKETİNİN SERMAYESİNİN, DOĞRUDAN VEYA DOLAYLI OLARAK, YÜZDE BEŞİNİ, ONUNU, YİRMİSİNİ, YİRMİ BEŞİNİ, OTUZ ÜÇÜNÜ, ELLİSİNİ, ALTMIŞ YEDİSİNİ VEYA YÜZDE YÜZÜNÜ TEMSİL EDEN MİKTARDA PAYLARINA SAHİP OLUNDUĞU VEYA PAYLARI BU YÜZDELERİN ALTINA DÜŞTÜĞÜ TAKDİRDE BU DURUM VE GEREKÇESİ

Faaliyet dönemi içinde böyle bir durum gerçekleşmemiştir.

34. İÇSEL BİLGİYE SAHİP OLANLAR LİSTESİ

Ad Soyad	Görev
Mehmet Ertuğrul DURUKAN	Yönetim Kurulu Başkanı
Nehir DURUKAN BAYIRLI	Yönetim Kurulu Başkan Vekili
Elif Kübra KÜÇÜKALİ	Yönetim Kurulu Üyesi
Özkan AYDIN	Bağımsız Yönetim Kurulu Üyesi

Hamit KÖKSEL	Bağımsız Yönetim Kurulu Üyesi
Abdullah İMAL	Malî İşler Direktörü
Uğur DURUKAN	Kurucu Ortak
Mahmut Nedim DURUKAN	Kurucu Ortak
Işınsu AKDURUCAK	Hukuk Müşaviri
Melike ŞENEL	SAP ve Stratejik Planlama Yöneticisi
İsmail BAYRAM	Finans Müdürü

35. FAALİYET DÖNEMİ BİTİMİNDEN RAPOR TARİHİNE KADAR GERÇEKLEŞEN ÖNEMLİ GELİŞMELER

Yoktur.

DURUKAN ŞEKERLEME SANAYİ VE TİCARET A.Ş. YÖNETİM KURULU