



KOROPLAST TEMİZLİK AMBALAJ ÜRÜNLERİ SANAYİ VE DIŞ TİCARET A.Ş.

01.01.2026 – 31.03.2026 DÖNEMİ

YÖNETİM KURULU FAALİYET RAPORU

30 Nisan 2026

A. GENEL BİLGİLER

1. Raporun Dönemi

01.01.2026 – 31.03.2026

2. Şirketle İlgili Bilgiler

Ticaret Unvanı	Koroplast Temizlik Ambalaj Ürünleri Sanayi ve Dış Ticaret A.Ş.
Ticaret Sicil Numarası	257893
Vergi Dairesi	İstanbul Esenyurt Vergi Dairesi
Vergi Numarası	9650026515
Adres	Atatürk Mh. Orhan Veli Cd. No:12/1 Esenyurt/İstanbul
Telefon Numarası	2128666600
Faks Numarası	2128867171
İnternet Sayfası	www.koroplast.com
Kayıtlı Sermaye Tavanı	350.000.000 TL
Ödenmiş/Çıkarılmış Sermaye	174.600.000 TL

3. Ortaklık Yapısı ve Sermaye Dağılımı

Ortağın Adı Soyadı/Unvanı	Pay Grubu	Pay Tutarı (TL)	Oranı (%)
Koroza Ambalaj San. ve Tic. A.Ş.	A	34.920.000	20,00
	B	61.180.000	35,04
Halka Açık	B	78.500.000	44,96
Toplam		174.600.000	100

4. İmtiyazlı Paylar ve Oy Haklarına İlişkin Açıklamalar

A Grubu payların toplamının Şirket'in çıkarılmış sermayesinde temsil ettiği oranın en az %20 (%20 dahil) olması şartıyla, A Grubu payların Yönetim Kurulu'na aday gösterme ve ağırlaştırılmış karar nisabı gerektiren bazı Genel Kurul kararları bakımından veto hakkı imtiyazları bulunmaktadır. B Grubu payların hiçbir imtiyazı yoktur. A Grubu payların sahip olduğu imtiyazlar aşağıda belirtilmiştir:

Yönetim Kurulu Üye Seçiminde Aday Gösterme ve Yönetim Kurulu'nda Temsil Edilme İmtiyazı

A Grubu payların Yönetim Kurulu'na aday gösterme imtiyazı, Şirket Esas Sözleşmesi'nin "Yönetim Kurulu" başlıklı 10'uncu maddesinde düzenlenmiştir. Bu doğrultuda, Şirket'in işleri ve idaresi Genel Kurul tarafından Türk Ticaret Kanunu ("TTK") ve sermaye piyasası mevzuatı ile Sermaye Piyasası Kurulu ("SPK")'nın düzenlemeleri çerçevesinde seçilecek 6 (altı) kişilik bir Yönetim Kurulu tarafından yürütülür. Şirket Yönetim Kurulu üyelerinin 3 (üç) tanesi A Grubu pay sahipleri tarafından aday gösterilecek kişiler arasından seçilecektir. Ayrıca Yönetim Kurulu Başkanı ve onun bulunmadığı toplantılarda vekalet edecek Başkan Yardımcısı A Grubu pay sahiplerinin aday gösterdiği Yönetim Kurulu üyeleri arasından seçilir. Öte yandan Şirket Esas Sözleşmesi'nin "Yönetim Kurulu Görev Süresi" başlıklı 11'inci maddesi uyarınca, A Grubu pay sahipleri tarafından aday gösterilerek seçilmiş Yönetim Kurulu üyesi yerine, yine A Grubu pay sahiplerinin aday göstermesi suretiyle seçilen Yönetim Kurulu üyelerinden göreve devam edenlerin tamamının müştereken önerdiği aday Yönetim Kurulu'nun onayı ile atanır.

Ağırlaştırılmış Genel Kurul Karar Nisabı Gerektiren Konular Açısından Veto Hakkı İmtiyazı

A Grubu payların “Ağırlaştırılmış Genel Kurul Karar Nisabı Gerektiren Konularda Veto Hakkı”, Şirket Esas Sözleşmesi’nin “Genel Kurul Toplantıları” başlıklı 16’ncı maddesinde şu şekilde düzenlenmiştir: Sermaye Piyasası Kanunu (“SPKn”) ve TTK’da yer alan nisaplar korunmak kaydıyla, Şirket Genel Kurulu’nun aşağıdaki konularda ve bu konuların kapsamına giren Esas Sözleşme değişikliklerinde (“Ağırlaştırılmış Genel Kurul Karar Nisabı Gerektiren Konular”) karar alabilmesi için ayrıca A Grubu payların temsil ettiği sermayenin çoğunluğuna sahip pay sahiplerinin olumlu oyu gerekir:

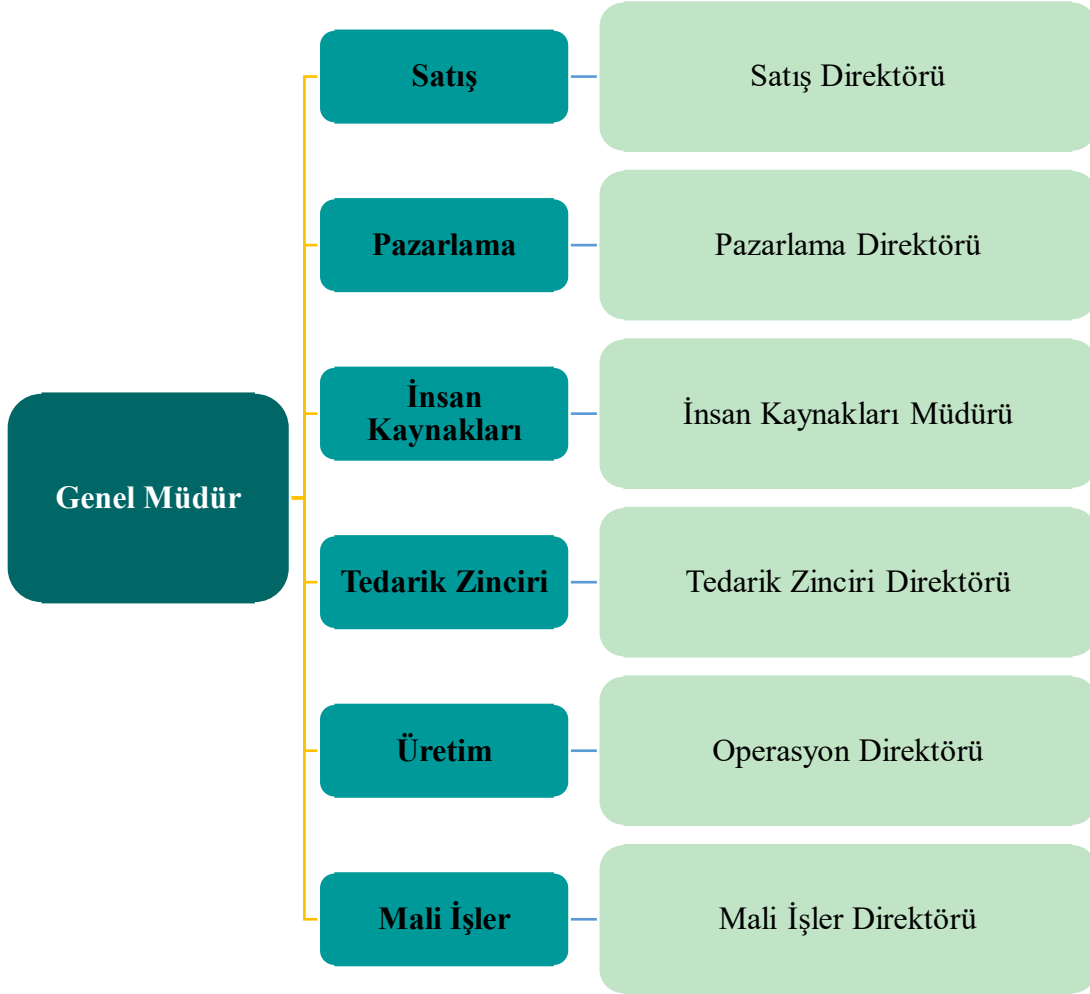
- Şirket’in tasfiyesi veya sona erme kararı alınması;
- İflas, konkordato, finansal yeniden yapılandırma, iflasın ertelenmesi için başvuruda bulunulması veya bu konularda karar alınması;
- Şirket’in birleşme veya bölünme işlemlerine taraf olması;
- Şirket Esas Sözleşmesi’nin değiştirilmesi;
- Kayıtlı sermaye sistemi dışında gerçekleştirilecek sermaye artırımları, sermaye azaltımı ve kayıtlı sermaye tavanının artırılması ile kayıtlı sermaye tavanı izninin yenilenmesi;
- Denetçinin değiştirilmesi;
- A Grubu pay sahiplerinin Yönetim Kurulu üyesi belirleme imtiyazının kaldırılması veya Yönetim Kurulu komitelerine ilişkin yapının değiştirilmesi;
- Ticari işletmenin kısmen ya da tamamen devredilmesi veya önemli miktarda Şirket malvarlığının satışı;
- Kâr dağıtım politikasının değiştirilmesi,
- Sermaye piyasası mevzuatında belirtilen “önemli nitelikteki işlemler” hakkında karar alınması.

İmtiyazların Kaybı

A Grubu payların sahip olduğu imtiyazlar Şirket Esas Sözleşmesi’nin “Sermaye” başlıklı 7’nci maddesinde pay sahipliği açısından bir alt sınıra tabi kılınmıştır. Buna göre, A Grubu payların toplamının Şirket’in çıkarılmış sermayesinde temsil ettiği oranın %20 sınırının altına düşmesi durumunda, söz konusu duruma yol açan hukuki işlemin gerçekleştiği andan itibaren yukarıda belirtilen Yönetim Kurulu’na aday gösterme imtiyazı ile Ağırlaştırılmış Genel Kurul Karar Nisabı Gerektiren Konularda Veto Hakkı sonradan canlanmamak üzere kendiliğinden yürürlükten kalkacaktır. Ayrıca, bu durumun gerçekleşmesi üzerine yapılacak ilk Genel Kurul toplantısında Şirket Esas Sözleşmesi tadil edilerek pay grupları ve pay gruplarına yapılan atıflar kaldırılacaktır.

Yukarıda belirtilenler dışında, oy hakkında imtiyaz bulunmamaktadır. Her pay sahibinin veya vekilinin her bir pay için 1 (bir) oy hakkı vardır.

5. Organizasyon Şeması



6. Yönetim Kurulu, Üst Düzey Yöneticiler ve Personel ile İlgili Bilgiler

a.) Yönetim Kurulu

Şirket'in işleri ve idaresi Genel Kurul tarafından TTK ve sermaye piyasası mevzuatı ile SPK'nın düzenlemeleri çerçevesinde seçilecek 6 (altı) kişilik bir Yönetim Kurulu tarafından yürütülür. Yönetim Kurulu üyeleri en fazla 3 (üç) yıl süreyle görev yaparlar. Seçim süresi sona eren Yönetim Kurulu üyeleri yeniden seçilebilirler. Devredilmediği takdirde Şirket, Yönetim Kurulu tarafından yönetilir ve dışarıya karşı temsil olunur.

Yönetim Kurulu, TTK, sermaye piyasası mevzuatı ve ilgili sair mevzuat ile Esas Sözleşme uyarınca Genel Kurul'un yetkisinde bulunanlar haricinde, Şirket'in işletme konusunun gerçekleştirilmesi için gerekli olan her çeşit iş ve işlemler hakkında karar almaya yetkilidir.

Yönetim Kurulu, Şirket işleri ve muameleleri lüzum gösterdikçe toplanır. Yönetim Kurulu toplantıları, Şirket merkezinde veya Yönetim Kurulu çoğunluğunun kabul etmesi halinde Türkiye içinde veya dışında belirlenecek uygun mekânda da yapılabilir. Yönetim Kurulu üye tam sayısının çoğunluğu ile toplanır ve kararlarını toplantıda hazır bulunan üyelerin çoğunluğu ile alır.

Yönetim Kurulu:

Adı Soyadı	Görevi	Bağımsız Üye Mi?	Görev Süresi
Server Gamze Çuhadaroglu	Yönetim Kurulu Başkanı	Hayır	27.06.2024 – 27.06.2027
Mehmet Yağız Çekin	Yönetim Kurulu Başkan Yard.	Hayır	27.06.2024 – 27.06.2027
Özge Doğan*	Yönetim Kurulu Üyesi	Hayır	27.06.2024 – 27.03.2026
İlayda Mağden*	Yönetim Kurulu Üyesi	Hayır	27.03.2026 – 27.06.2027
Uğur Berke Demirhan	Yönetim Kurulu Üyesi	Hayır	27.06.2024 – 27.06.2027
Arda Konor	Yönetim Kurulu Üyesi	Evet	27.06.2024 – 27.06.2027
Zeynep Pınar Güventürk	Yönetim Kurulu Üyesi	Evet	27.06.2024 – 27.06.2027

Şirket'in 27.06.2024 tarihli Genel Kurulu'nda 3 (üç) yıl süreyle görev yapmak üzere 6 (altı) Yönetim Kurulu üyesi seçilmiş ve karar 22.07.2024 tarihinde tescil edilmiştir.

02.07.2024 tarihli Yönetim Kurulu toplantısında, Server Gamze Çuhadaroglu'nun Yönetim Kurulu Başkanı ve Mehmet Yağız Çekin'in Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı olarak seçilmelerine karar verilmiştir.

Şirket Yönetim Kurulu, Sn. Özge Doğan'ın istifasıyla boşalan Yönetim Kurulu üyeliği görevine, yapılacak ilk Genel Kurul'un onayına sunulmak üzere Sn. İlayda Mağden'i atamıştır.

Yönetim Kurulu dönem içerisinde 11 (onbir) kez toplanmış ve karar almıştır. Üyelerin toplantılara katılım oranı %99,5 olmuştur.

Komiteler

Şirket'in 30.11.2022 tarihli Yönetim Kurulu toplantısında SPKn, TTK ve ilgili tebliğlere uyum sağlanması amacıyla Riskin Erken Saptanması Komitesi, Denetim Komitesi ve Kurumsal Yönetim Komitesi oluşturulmasına karar verilmiştir. Tüm komitelerin çalışma esasları belirlenmiş olup, Şirket internet sitesinde ve Kamuyu Aydınlatma Platformu ("KAP")'nda yayımlanmıştır.

Yönetim Kurulu üye sayısının sınırlı olması sebebiyle Yönetim Kurulu üyeleri birden fazla komitede görev alabilmektedir.

Tüm komiteler çalışma esaslarında belirtilen sıklıkta toplanır ve karar alır. Komitelerin çalışma süreleri Yönetim Kurulu'nun çalışma süresi ile paraleldir.

a. Riskin Erken Saptanması Komitesi

Komite, kendi görev ve sorumluluk alanıyla ilgili olarak ulaştığı tespit ve önerileri Yönetim Kurulu'na yazılı olarak bildirmektedir. Komite raporlama döneminde 1 (bir) kez toplanmış ve kararlarını yazılı olarak Yönetim Kurulu'na sunmuştur.

Riskin Erken Saptanması Komitesi*

Zeynep Pınar Güventürk	Başkan
Arda Konor	Üye
Server Gamze Çuhadaroglu	Üye
Uğur Berke Demirhan	Üye

* Şirket Yönetim Kurulu'nun 02.07.2024 tarihli toplantısında belirlenmiştir.

b. Denetim Komitesi

Komite, kendi görev ve sorumluluk alanıyla ilgili olarak ulaştığı tespit ve önerileri Yönetim Kurulu'na yazılı olarak bildirmektedir. Komite raporlama döneminde 2 (iki) kez toplanmış ve kararlarını yazılı olarak Yönetim Kurulu'na sunmuştur. Komitenin üyelerinden en az biri muhasebe ve/veya finans alanında en az beş yıllık deneyime sahiptir.

Denetim Komitesi*

Zeynep Pınar Güventürk	Başkan
Arda Konor	Üye

* Şirket Yönetim Kurulu'nun 02.07.2024 tarihli toplantısında belirlenmiştir.

c. Kurumsal Yönetim Komitesi

Komite, kendi görev ve sorumluluk alanıyla ilgili olarak ulaştığı tespit ve önerileri Yönetim Kurulu'na yazılı olarak bildirmektedir. Komite raporlama döneminde 3 (üç) kez toplanmış ve kararlarını yazılı olarak Yönetim Kurulu'na sunmuştur. Şirket'in Yönetim Kurulu yapılanması gereği ayrı bir aday gösterme komitesi ve ücret komitesi oluşturulmamış olduğundan, Komite Kurumsal Yönetim İlkeleri'nde belirtilen aday gösterme ve ücret komitesi görevlerini de yerine getirir.

Kurumsal Yönetim Komitesi*

Arda Konor	Başkan
Zeynep Pınar Güventürk	Üye
Mehmet Yağız Çekin**	Üye
Server Gamze Çuhadaroglu	Üye
Serkan Doğru	Üye

* Şirket Yönetim Kurulu'nun 02.07.2024 tarihli toplantısında belirlenmiştir.

** 27.03.2026 tarihli yönetim kurulu kararıyla atanmıştır.

b.) Üst Düzey Yöneticiler

Adı Soyadı	Görevi	Göreve Başlama Tarihi
Şükrü Meriç Dayanğan	Genel Müdür	21.08.2023
Şenay Masse	Satış Direktörü	13.02.2023
Okan Kısakaya	Tedarik Zinciri Direktörü	02.10.2023
Ersen Yılmaz	Operasyon Direktörü	01.01.2024
Aslı Zeynep Südor	Pazarlama Direktörü	16.07.2024
Hülya Taşkın	Mali İşler Direktörü	03.03.2025

c.) Personel ile İlgili Bilgiler

Şirket'in 31.03.2026 tarihi itibarıyla personel sayısı 285'tir (31.12.2025: 284). Şirket çalışanları herhangi bir sendikaya üye olmayıp, toplu sözleşmeye imza atmamıştır.

Çalışan Profili

Şirketimizde toplam 285 çalışan bulunmakta olup, bunun 105'i beyaz yaka, 180'i mavi yaka çalışanlardan oluşmaktadır. Toplam çalışanların 233'ü erkek (%82), 52'si kadın (%18) olup, kadın çalışan oranının artırılmasına yönelik çalışmalar sürdürülmektedir. Bu kapsamda, özellikle üretim tarafında çeşitliliğin artırılması amacıyla 2026 yılı için mavi yaka kadın çalışan sayısının 12'ye çıkarılması hedeflenmektedir.

Ücretlendirme ve Çalışan Hakları

Çalışanlarımıza adil, eşit ve sürdürülebilir çalışma koşulları sunmayı önceliklendiriyoruz. Ücret ve yan hakları; pozisyonun sorumluluk düzeyi, performans, yetkinlikler, yaşam maliyeti ve piyasa koşullarını dikkate alarak, sektörel ve bölgesel karşılaştırmalar doğrultusunda belirliyoruz.

Performans yönetimiyle entegre ücretlendirme yaklaşımımız kapsamında eşit işe eşit ücret ve fırsat eşitliği prensiplerini gözetiyor, adil ve rekabetçi ücret yapımızı düzenli olarak gözden geçiriyoruz. Cinsiyetler arası ücret eşitliğini izliyor, analiz ve bağımsız denetimlerle destekliyoruz. Ayrıca, iş-özel yaşam dengesini desteklemek amacıyla çalışanlarımızın ücretli yıllık izin haklarını etkin şekilde kullanmalarını teşvik ediyor ve düzenli olarak takip ediyoruz.

Ücret ve Ücretle İlgili Esaslar

Normal ücret, yıllık ikramiye, sosyal sigorta şirket payı, işsizlik sigortası fonu şirket payı ve ihbar önelleri

Ek Ödemeler

Satış ve pazarlama teşvik planı, üst düzey yönetici primleri, uzman pozisyonları için KPI bazlı prim ödemeleri, eğitim, doğum, evlilik yardımları, fabrika çalışanları için teşvik prim sistemi, yakacak yardımı, satış ekibi yemek yardımı, market çeki

Ek Menfaatler

İş ve statü gereği personele verilen Şirket arabaları ve cep telefonları, özel sağlık sigortası, tamamlayıcı sağlık sigortası (mavi yaka)

İzinler

Yıllık ücretli izin, mazeret izinleri, analık izinleri, doğum günü izni

7. Esas Sözleşmede Yapılan Değişiklikler

Bulunmamaktadır.

B. ARAŞTIRMA VE GELİŞTİRME ÇALIŞMALARI

Türkiye’de birçok çeşit ve özellikte ürünü ilk kez pazara sunan Şirket, sahip olduğu lider konumu sürdürmek ve müşterilerin ihtiyaçlarını en üst seviyede gidermeye devam etmek amacıyla Ar-Ge çalışmaları yürütmektedir. Koroplast, inovasyona verdiği önem sayesinde sar-pişir pişirme kâğıdı, hava akışına izin veren airfryer pişirme kağıtları, kokulu çöp torbaları gibi ürünleri geliştirmiş ve Türkiye’de ilk defa piyasaya sunmuştur. Şirket, deneyimli Ar-Ge ekibi ile (i) mevcut ürünlerin karbon ayak izini düşürmeye yönelik malzeme ve üretim yenilikleri gerçekleştirmiş olup, 2026 yılı ilk çeyreğinde 880 ton geri dönüştürülmüş granül kullanımına ve neticesinde 1.700 ton karbon salınımı azaltımına, (ii) yeni ürün üretimi, (iii) nihai ürün ve paketlenme kalitesinin artırılması ve (iv) hammadde ve üretim tekniklerine ilişkin kalite testleri yapılması suretiyle üretim etkinliğinin gelişimine odaklanmıştır. Şirket, bir ürünün üretiminde nihai safhaya gelmeden önce, teknik araştırma ve benzer ürünlerle kalite karşılaştırması yapmakta, müşteri ve tedarikçilerle düzenli olarak görüşmeler ve tesis içinde performans testleri gerçekleştirmektedir.

2022-2026 yıllarında dünyada yaşanan ekonomik sorunlar nedeniyle en önemli müşteri beklentilerinden biri olan kaliteyi ve ürün performansını bozmadan ürün maliyetlerinde iyileştirme yapmak amaçlı çalışmalar devam ettirilmiştir. Yeni tedarikçi ve yeni hammadde araştırmaları yapılmış, spektler içinde olan hammaddelerle denemeler yapıp performans ve kalite testlerinden geçen ürünlerin kullanımına geçilerek maliyet artışlarının etkisi azaltılmaya çalışılmıştır. 2026 yılının ilk çeyreğinde ortaya çıkan jeopolitik gelişmeler doğrultusunda hammadde tedarigi ve tedarik zincirindeki risk ve aksamalara rağmen, verimli üretim teknolojilerini kullanarak sürdürülebilir ve güvenli üretimi devam ettirebilmek için alternatif hammadde tedarik zinciri yönetimi geliştirilmiştir. Ürün tasarımlarında yenilikçiliğin ön planda tutulmasına, iç verim artırma çalışmaları yapılmasına ve sürdürülebilirlik ve enerji tasarrufunu ön plana çıkaran çalışmalara devam edilmiştir.

Müşteri istek ve ihtiyaçları, teknoloji ve rekabet sürekli değişmektedir. Bu değişen ihtiyaç ve trendleri daha iyi anlayabilmek için 2024-2025 yıllarında çöp, saklama, pişirme ve temizlik kategorisi müşterilerine yönelik çok detaylı bir tüketici araştırması programı hayata geçirdik. Bu araştırmalar sonrasında 2025 ve sonrası için kategori bazlı ürün gamı ve pazarlama iletişimi planlarımızı oluşturduk.

Koroplast, 2026 1. çeyreğinde tüketici ihtiyaçlarını daha etkin biçimde karşılamaya ve kategori içi konumlandırmayı güçlendirmeye yönelik kapsamlı bir ürün geliştirme ve ambalaj yenileme programı yürütmüştür. Bu kapsamda yapılan tüm çalışmalar, şirketin bağımsız pazar araştırmaları, tüketici içgörüler ve ürün performans analizleri temel alınarak şekillendirilmiştir.

Koroplast, çöp torbası kategorisinde tüketicilerin ürün faydalarını daha net ayırt edebilmesini hedefleyen yeni bir segmentasyon yapısını devreye almıştır. Bu kapsamda; giriş, orta ve üst segment yapısı güncellenmiş, maximum güç ürün ailesi teknik performans kriterleri doğrultusunda yeniden formüle edilmiş, ambalaj tasarımları tüketici beklentilerine uygun biçimde sadeleştirilmiş ve görünürlüğü artıracak şekilde optimize edilmiştir. Bu iyileştirme çalışmaları, ürün kalitesini artırmakta ve tüketici memnuniyetini güçlendirmeyi hedeflemektedir. Bu segmentasyon değişiklikleri, herhangi bir şekilde rakip firmalara yönelik ticari veri paylaşımı veya pazar koordinasyonu içermemektedir.

2025 yılı içerisinde yürütülen Ar-Ge çalışmaları sonucunda; üst segment ürünlerde %20’ye varan güçlendirme sağlanmış, “3 Katlı Yapı” gibi teknolojik faydalar daha görünür şekilde ambalaj iletişimine taşınmıştır. Şirketimiz, ürün portföyünü zenginleştirmeye yönelik olarak saklama ve pişirme kategorilerinde ambalaj mimarisini modernize etmiştir. Bu yenilikler yalnızca Koroplast’ın ürün geliştirme stratejisini yansıtmakta olup, maliyetlendirme, indirim politikaları veya rakip konumlandırmalarına ilişkin herhangi bir yönlendirici bilgi içermemektedir.

Koroplast, 2025 dönemi ürün geliştirme stratejisi kapsamında üst segment ürün ailesi içinde Maximum Güç-Lotus Çiçeği Kokulu çöp torbası ürününü, orta segment ürün ailesinde ise Extra Güçlü-Orkide Kokulu çöp torbası ürününü geliştirerek pazara sunmuştur. 2026'da, yüksek hacimli kullanım ihtiyacına yönelik geliştirilen Koroplast Extra Büyük (XL) beden Buzdolabı Poşeti 15 Adetli ürünümüz, Türkiye'de bir ilk olarak modern perakende kanalında raflara başarıyla taşınmıştır. Söz konusu ürün, tüketici beklentilerine doğrudan yanıt veren fonksiyonel özellikleriyle, kategori içerisindeki konumumuzu güçlendiren ve üst segmentte değer yaratan bir lansman olmuştur.

Ürün geliştirme süreçlerinde tüketici beklentileri, bağımsız araştırma sonuçları ve şirket içi kalite standartları esas alınmıştır. Yeni ürünler, mevcut portföyün güçlendirilmesi ve tüketicilere farklı ihtiyaç seviyelerine yönelik daha geniş bir seçenek sunulması amacıyla geliştirilmiştir.

Koroplast olarak sürdürülebilir büyüme, operasyonel mükemmeliyet ve kaynak verimliliği hedeflerimiz doğrultusunda ürün ve ambalaj geliştirme süreçlerimizi sürekli olarak yeniden tasarlamaktayız. 2025 yılı içerisinde gerçekleştirdiğimiz lansman kapsamında, "4 Aİ 3 Öde" kampanyalı buzdolabı poşetlerimiz için hayata geçirilen yeni üretim modeliyle hem maliyet hem de çevresel sürdürülebilirlik açısından önemli kazanımlar elde edilmiştir. Daha önce dört ayrı kutu halinde sunulan bu kampanyalı ürün, geliştirdiğimiz entegre ambalaj sistemi sayesinde tek bir "Dev Ekonomik Paket" formatında yeniden yapılandırılmıştır. Bu dönüşüm; ambalaj malzemesi tüketiminin azaltılmasını, üretim süre ve maliyetinin iyileştirilmesini, lojistik ve depolama verimliliğinin artırılmasını ve iş gücü ve operasyonel giderlerde tasarruf sağlanmasını mümkün kılarak birim ürün başına düşen proses maliyetinde anlamlı bir azalma yaratmıştır. Elde edilen bu maliyet avantajı doğrudan tüketici fiyatlarına yansıtılmış, böylece ürünümüz daha ulaşılabilir hale getirilerek marka sadakatinin ve satış hacminin artmasına katkı sağlanmıştır. Ayrıca tek ambalaj uygulaması sayesinde yıllık bazda önemli miktarda kağıt ve plastik tasarrufu gerçekleştirilmiş, çevresel ayak izimiz azaltılmıştır. Bu başarılı modelden elde edilen deneyim doğrultusunda, "Dev Eko Paket" konsepti 2025 yılının üçüncü çeyreğinde pişirme kâğıdı ve doğal pişirme kâğıdı kategorilerine de genişletilmiştir. Böylece tüketicilerimize daha yüksek fayda ve ekonomik avantaj sunan yeni ürünlerimizi piyasaya sunarken, sürdürülebilir üretim stratejilerimizle de tam uyum içinde bir büyüme ivmesi yakalanmıştır. Koroplast, yatırımcılarına uzun vadeli değer yaratma vizyonu doğrultusunda inovatif, çevre dostu ve maliyet avantajı sağlayan üretim modellerine yatırımlarını kararlılıkla sürdürmektedir.

Koroplast olarak inovasyonu, tüketici memnuniyetini ve sürdürülebilir büyümeyi stratejik önceliklerimizin merkezine konumlandırıyoruz. Bu doğrultuda, temizlik kategorisindeki güçlü ürün portföyümüzü pazarın değişen ihtiyaçları ve tüketici beklentileriyle uyumlu hale getirmek amacıyla Yüzey Temizlik Havlusu ürün grubumuzu kapsamlı bir şekilde yeniledik. Yenilenen ürünlerimiz; detaylı pazar araştırmaları ve tüketici içgörülerini doğrultusunda geliştirilen, yüksek emicilik ve dayanıklılık sağlayan yeni doku teknolojisi, kullanım ergonomisini artıran yenilikçi katlama sistemi ve ambalaj tasarımı ile öne çıkmaktadır. Modern tüketici estetik algısına hitap eden çağdaş görsel kimlik ile ürünlerimiz raflarda farklılaşarak yeniden konumlandırılmıştır. Bu stratejik dönüşümle birlikte, çeşitlendirme stratejimiz kapsamında Beyaz Sabun Kokulu ürünümüz ile birlikte yenilikçi Lotus Çiçeği kokusu ile zenginleştirilmiş yeni varyantımızı da ürün ailesine dahil ettik. Bu yenilik, hem farklı tüketici segmentlerine ulaşma hem de markamızın premium konumunu güçlendirme açısından önemli bir adım olarak değerlendirilmektedir. Yüzey temizlik havlusu grubunda gerçekleştirilen bu yenilenme; katma değerli ürün oranının artırılmasını, perakende raflarında marka görünürlüğünün güçlendirilmesini ve orta-uzun vadede satış hacmi ile pazar payı büyümesine doğrudan katkı sağlamayı hedeflemektedir. Koroplast olarak, yenilikçi ürün geliştirme, sürdürülebilir üretim ve müşteri odaklı büyüme vizyonumuz doğrultusunda, ürün portföyümüzü çeşitlendirerek yatırımcılarımıza uzun vadeli değer yaratmaya kararlılıkla devam ediyoruz.

2025 döneminde İdeal markası, Koroplast portföyü içindeki rolünü güçlendirmek amacıyla stratejik bir yeniden konumlandırma sürecine alınmıştır. Bu süreç, bağımsız pazar araştırmaları, tüketici beklenti analizleri ve marka mimarisi çalışmaları doğrultusunda yürütülmüştür. Markanın tüketici nezdindeki algısını güçlendirmek amacıyla; ambalaj tasarımı tamamen yenilenmiş, renk paleti ve logo modernize edilmiş, paket içi adetler maliyet yapısı ve hedef müşteri profili analizleri eşliğinde optimize edilmiştir. İdeal’de ürün gamı genişletme ve performans iyileştirmeleri çalışmaları sonucunda 2025 yılında; Ekstra Güçlü-Orman Esintisi Kokulu çöp torbası ürünü portföye eklenmiş, saklama kategorisinde Eko serisi devreye alınmış, kuşaklı ürünlerde paketleme formatı geliştirilmiş ve opp ambalajlı olarak üretilmeye başlanmıştır. Bu iyileştirmeler, tüketicilere daha erişilebilir maliyet-segment kombinasyonları sunmayı ve raf verimliliğini artırmayı hedeflemektedir.

Koroplast, yalnızca yerel pazarda değil, aynı zamanda küresel düzeyde de büyüme fırsatlarını değerlendirmeye kararlı bir şekilde ilerlemektedir. Küreselleşen dünya ekonomisinde, her geçen gün artan ticaret ve büyümeyle, şirketimizin ihracat pazarı stratejisi, uzun vadeli sürdürülebilir büyüme için büyük bir potansiyel gelişmeye işaret ediyor. Koroplast, yüksek kalite anlayışını ve müşteri odaklı yaklaşımını küresel pazarlara taşımak için ilerleme adımları atmaktadır. İhracat pazarına sunduğumuz ürünler, uluslararası kaliteye uygun, gelişmiş ve müşteri taleplerine göre şekillendirilmiş seçenekler sunmaktadır. Bu sayede yalnızca yerel pazarda değil, dünya çapındaki kişilere de hitap etme fırsatını yakalayabiliyoruz. Küresel pazarda büyüme stratejisi ve ihracatta yeni fırsatlar yaratmak adına Küçük, Orta, Büyük, Battal ve Jumbo boyları içeren yeni çöp torbası serimiz piyasaya sürülmüştür.

Koroplast, attığı bu adımlarla; ürün portföyünü daha rekabetçi ve dengeli hale getirmeyi, operasyonel etkinliği artırmayı, tüketici odaklı inovasyonu sürdürmeyi ve tüm bunlar doğrultusunda sürdürülebilir büyüme yolculuğunu güçlendirmeyi hedeflemektedir. Yılın geri kalanında da, değişen pazar dinamiklerine hızlı adaptasyon, veri odaklı karar alma ve yüksek katma değerli ürün geliştirme yaklaşımımız ile hem iç pazarda hem de farklı satış kanallarında büyüme fırsatlarını değerlendirmeye devam edeceğiz.

İşbu raporda yer alan stratejik ve operasyonel faaliyetler 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun ve Kurumsal Yönetim İlkeleri’ne tam uyum prensibiyle hazırlanmıştır. Stratejik kararlarımıza dayanak teşkil eden tüm pazar verileri, bağımsız araştırma kuruluşu Nielsen ve kamuya açık kaynaklardan temin edilmiştir. Şirketimiz, rekabet hukuku çerçevesinde ‘ticari hassas bilgi’ değişiminden kaçınma konusundaki kararlılığını sürdürmekte olup, tüm süreçlerini şeffaflık ve etik rekabet ilkeleri doğrultusunda yürütmektedir.

C. ŞİRKETİN FAALİYETLERİ VE FAALİYETLERE İLİŞKİN ÖNEMLİ GELİŞMELER

Şirket, kalite ve teknolojiyle kurulduğu günden bu yana tüm ürün ve hizmetlerini tüketicilerin ihtiyaçlarını gözeterek ve onların hayatını kolaylaştırmayı hedefleyerek çöp torbası, saklama ürünleri (buzdolabı poşeti, streç film, kilitli poşet vb.) ve pişirme ürünlerini (pişirme kâğıdı, fırın torbası, airfryer pişirme kâğıdı) içine alan poşet pazarında ve son olarak 2020 yılının son çeyreğinde güçlü bir lansman ile eklenen temizlik kategorisi ile kimyasal olmayan ev temizleyicileri pazarında (temizlik pazarı) faaliyet göstermektedir.

Poşet Pazarı

Şirket, mutfak yardımcı ürünleri ve çöp torbası ürünlerini içine alan Poşet Pazarı’nda 40 yılı geçen bilgi birikimi, teknolojik donanımı, geniş dağıtım ağı, yenilikçi ve üstün kalitede çeşitli ürün portföyü, Ar-Ge yatırımları ve uzman satış-pazarlama kadrosu sayesinde lider, trend belirleyici ve güçlü bir marka olarak konumlanmıştır. Koroplast 2026 yılı ilk iki ayı itibarıyla Türkiye’de toplam Poşet Pazarı’nda (çöp

torbası + buzdolabı poşeti + pişirme kâğıdı + fırın torbası) %30,1 ciro payı ile lider olup en yakın markalı rakibinin ciro payı ise %12,3 seviyesindedir.¹

Şirket, 2026 yılı ilk iki ayı itibariyle Türkiye’de mutfak yardımcı ürünleri ve çöp poşeti ürünlerini içine alan Poşet Pazarı’nda (i) çöp poşeti segmentinde %24,3 (ii) buzdolabı poşeti segmentinde %41,5 (iii) pişirme kâğıdı segmentinde %33 ve (iv) fırın torbası segmentinde %39,3 ciro payı ile lider marka konumundadır.²

Şirket öte yandan ev dışı tüketim ve perakende sektörlerine özel ürünler üreterek sektöre öncülük etmekte ve bu sektörde trendleri kendisi belirlemektedir. Yenilikçi ve kaliteli ürünleriyle tüketicinin güvenini kazanan Koroplast tercih edilen marka olmayı 2026 yılında da sürdürmüştür.

Kimyasal Olmayan Ev Temizleyicileri Pazarı (Temizlik Pazarı)

Koroplast, Poşet Pazarı’nda kurulduğu günden bu yana öncü marka olmanın verdiği güçle 2020 yılının son çeyreğinde itibaren, gerçekleştirilen güçlü bir lansman ile kimyasal olmayan temizlik ürünleri de satmaya başlayarak temizlik ürünleri pazarında da faaliyet göstermektedir. Temizlik bezleri ve sünger ürünlerini kapsayan temizlik ürünleri kategorisinde satış yapan Şirket, çok kısa sürede kayda değer bir pazar başarısı yakalamıştır.

Koroplast’ın köklü geçmişinde sektöre getirdiği yenilikler bir yana, Türkiye gibi henüz doymamış bir pazarda hala yapılacak çok iş olduğu düşünülmektedir. Bu nedenle Koroplast aynı zamanda pazarı da büyütmek konusunda çalışmaktadır. Evsel katı atık yönetimi başta olmak üzere; verimlilik ve tasarruf dahil, A’dan Z’ye hane ekonomisinin yönetimi konusunda farkındalığı artırmak, pazara yeni tüketiciler kazandırmak, onları markaya çekmek, kategorileri büyütmek ve çeşitlendirmek Koroplast’ın ana faaliyet konuları arasında yer almaktadır. Bu anlamda yapılan iletişim çalışmaları markanın hedefleri ve vizyonu ile örtüşecek şekilde planlanmaktadır.

Bu bağlamda Şirket tarafından izlenen strateji en basit ve işlevsel görünen ürünlerle, pazara çektiği yeni kullanıcıların hayatını daha çok kolaylaştıracak, bu kullanıcıların üst segmentteki pratik, yenilikçi ve katma değeri yüksek ürünlerle tanışmasına vesile olacaktır. Nitekim, pazarın ve dolayısıyla Şirket’in her yıl büyümesinin altında yatan en önemli parametrelerden biri de kategoriye yeni kullanıcılar kazandırmak ve kullanıcıların alım miktarlarını artırmaktır. Şirket olarak markaya yeni gelen tüketicinin önemi de çok büyüktür.

Koroplast 2026 yılının başında pişirme ürünleri kategorisi ile tüketici iletişimine en çok yatırım yapan marka olmaya devam etmektedir.

%100 toplam marka bilinirliğine sahip Koroplast, sahiplendiği güçlü imajları da arkasına alıp, uzun zamandır faaliyet gösterdiği sektör ile ilişkili kategorilere de giriş yaparak firmanın değerini ve büyümesini destekleyen projeleri hayata geçirme hedefindedir.

Etik ve İnsan Hakları

Şirketimiz, tüm faaliyetlerini etik değerler, yasal düzenlemeler ve kurumsal ilkeler doğrultusunda yürütmektedir. Eşitlikçi yaklaşım kapsamında çalışanlar arasında ayırım gözetmeksizin adil uygulamalar benimsenmekte; işe alım, ücretlendirme, terfi ve eğitim süreçlerinde fırsat eşitliği sağlanmaktadır.

Çalışan haklarına saygı temelinde; zorla çalıştırma, çocuk işçi çalıştırma, taciz ve şiddet gibi uygulamalara kesinlikle tolerans gösterilmemekte, güvenli ve sağlıklı bir çalışma ortamı

¹ Kaynak: Nielsen, İndirim Marketleri Hariç Ciro Payı – 2026 Şubat datası

² Kaynak: Nielsen, İndirim Marketleri Hariç - Çöp Poşeti, Buzdolabı Poşeti ve Pişirme Kağıdı ve Fırın Torbası Segmentleri Ciro Payı – 2026 Şubat datası

sağlanmaktadır. Şirketimiz, çevresel ve toplumsal sorumluluklarını gözetirken yasal mevzuata ve iş etiği kurallarına tam uyum sağlamaktadır.

Etik ihlallerin bildirimine yönelik mekanizmalar oluşturulmuş olup, bildirimler etikhat@koroplast.com adresi üzerinden iletelebilmekte ve gizlilik esasına uygun şekilde değerlendirilmektedir.

Rekabet Hukukuna Uyum

Şirketimiz, tüm faaliyetlerini rekabet hukuku düzenlemelerine tam uyum çerçevesinde yürütmeyi temel öncelikleri arasında görmektedir. Bu kapsamda, çalışanlarımızın rekabeti kısıtlayıcı anlaşmalar, hassas ticari bilgi paylaşımı, fiyat belirleme ve pazar paylaşımı gibi uygulamalardan kaçınması esastır.

Tedarikçi, müşteri ve rakiplerle ilişkilerde şeffaflık ve adil rekabet ilkeleri benimsenmekte, tüm iş süreçleri ilgili mevzuata uygun şekilde yürütülmektedir. Rekabet hukukuna uyum konusunda çalışan farkındalığını artırmaya yönelik bilgilendirme ve yönlendirme mekanizmaları uygulanmaktadır.

Olası ihlal veya şüpheli durumlar ilgili uyum kanalları üzerinden bildirilebilmekte olup, tüm bildirimler gizlilik esasına uygun şekilde değerlendirilmektedir

Rüşvet ve Yolsuzlukla Mücadele

Şirketimiz, tüm faaliyetlerinde rüşvet ve yolsuzluğa karşı “sıfır tolerans” ilkesiyle hareket etmekte, iş süreçlerini etik, şeffaf ve yasal çerçevede yürütmektedir. Bu kapsamda, çalışanlar, yöneticiler ve iş ortaklarını kapsayan Rüşvet ve Yolsuzluk Önleme Prosedürü ile risk alanları (hediye ve ağırlama, tedarikçi ilişkileri, bağış ve sponsorluklar vb.) açık şekilde tanımlanmakta ve gerekli kontrol mekanizmaları uygulanmaktadır.

Tedarikçi ve iş ortakları ile ilişkilerde objektiflik ve şeffaflık esas alınmakta, çıkar çatışmalarına yol açabilecek uygulamalara izin verilmemektedir. Çalışanlarımızın etik kurallara uygun hareket etmesi teşvik edilmekte, ihlal durumlarında disiplin süreçleri işletilmektedir.

Olası ihlal bildirimleri etikhat@koroplast.com adresi üzerinden Etik Kurulu’na iletilmekte olup, tüm bildirimler gizlilik esasına uygun şekilde değerlendirilmektedir. Şirketimiz, etik kurallara uygun hareket eden çalışanların korunmasını taahhüt etmektedir

Çalışan Geri Bildirim ve Şikayet Yönetimi

Şirketimizde çalışanlardan gelen geri bildirim ve şikayetlerin etkin şekilde yönetilmesi amacıyla yapılandırılmış bir değerlendirme süreci uygulanmaktadır. Çalışanlar, yazılı veya sözlü olarak, dilerlerse anonim şekilde şikayetlerini iletebilmekte, tüm bildirimler kayıt altına alınarak ilgili komite tarafından değerlendirilmektedir.

Şikayetler doğrultusunda gerekli aksiyonlar planlanmakta, uygun durumlarda çalışanlara geri bildirim sağlanmakta ve süreç sonuçları periyodik olarak raporlanmaktadır. Tüm süreçler gizlilik ilkesi çerçevesinde yürütülmekte olup, elde edilen veriler sürekli iyileştirme çalışmalarında kullanılmaktadır

1. İç Kontrol Sistemi ve İç Denetim Faaliyetleri

Koroplast, faaliyet gösterdiği her yerde en yüksek etik iş yapma standartlarına ve tüm yasa ve yönetmeliklere uyum sağlamaya çalışan bir kültürü teşvik eder. Politikalarımız ve programlarımız, Koroplast’ın tüm iş faaliyetlerinde etik bir şekilde faaliyet gösterme hedefimizle uyumludur. Koroplast, iç kontrol için entegre bir yaklaşıma sahiptir. Yönetim, en baştan uygun üslubu belirlemekten, risk değerlendirmelerini yapmaktan ve iç kontrolün tasarımı, uygulamasını ve sürdürülmesini sahiplenmekten sorumludur. Koroplast, etik iş politikalarına ve uygulamalarına uyulduğuna dair güvence sağlamak için her yıl önemli süreçlerinde iç denetimler gerçekleştirir. Yönetim Kurulu ve

Denetim Komitesi, dış ve iç denetçiler tarafından sağlanan güvencenin yardımıyla yönetimin eylemlerini denetler ve oluşturulan kontrollerin etkinliğini izler.

2. Doğrudan ve Dolaylı İştirakler

Bulunmamaktadır.

3. Şirket'in İktisap Ettiği Kendi Paylarına İlişkin Bilgiler

Bulunmamaktadır.

4. Özel Denetime ve Kamu Denetimine İlişkin Açıklamalar

Rekabet Kurulu'nun 20.12.2024 tarihli ve 24-54/1189-M sayılı kararıyla, 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4. maddesinin ihlal edilip edilmediğinin tespitine yönelik olarak, aynı Kanun'un 41. Maddesinin 1.fıkrası uyarınca Şirketimiz hakkında soruşturma açılmasına karar verilmiştir.

Rapor tarihi itibarıyla süreç devam etmektedir.

5. Şirket Faaliyetlerini Önemli Derecede Etkileyebilecek Mevzuat Değişiklikleri

Bulunmamaktadır.

6. Şirket'in Yatırım Danışmanlığı ve Derecelendirme gibi Konularda Hizmet Aldığı Kurumlarla Arasındaki Çıkar Çatışmaları ve Bu Çıkar Çatışmalarını Önlemek için Alınan Tedbirler

Şirketimize bu ve benzeri hizmetler alınan kurumlarla arasında herhangi bir çıkar çatışmasının varlığına dair bilgi ulaşmamış olup, bu konuda bir tespit yapılmamıştır.

7. Sermayeye Doğrudan Katılım Oranının %5'i Aştığı Karşılıklı İştirakler

Sermayeye doğrudan katılım oranının %5'i aştığı iştirak bulunmamaktadır.

8. Hukuki Konular

a.) Şirket Aleyhine Açılan ve Şirket'in Mali Durumunu ve Faaliyetlerini Etkileyebilecek Nitelikteki Davalar ve Olası Sonuçları Hakkında Bilgi

Şirket aleyhine açılmış Şirket faaliyetlerini ve mali durumunu etkileyebilecek nitelikte bir dava bulunmamaktadır.

b.) Mevzuat Hükümlerine Aykırı Uygulamalar Nedeniyle Şirket ve Yönetim Organı Üyeleri Hakkında Uygulanan İdari veya Adli Yaptırımlara İlişkin Açıklamalar

Dönem içinde Şirket veya Yönetim Kurulu üyeleri hakkında verilmiş önemli bir idari veya adli yaptırım bulunmamaktadır.

9. Genel Kurullar

Dönem içerisinde Genel Kurul toplantısı yapılmamıştır.

10. Yapılan Bağışlar ve Sosyal Sorumluluk Projeleri Harcamaları

Dönem içerisinde bağış/yardım veya sosyal sorumluluk projeleri için harcama yapılmamıştır.

11. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri

Sürdürülebilirlik

Sürdürülebilirlik gerek tedarik, gerek üretim, gerekse ürün kullanımı sonrası geri dönüşüm süreçlerinde Koroplast'ın merkeze aldığı bir konudur. Bu anlayış bir kurum içi ilke olarak benimsenmiş olup Şirket, müşterilerinin de bu bilinçle hareket etmesine yönelik politikalar geliştirmektedir. Şirket; ürünlerinin, tüm dünyada ve Türkiye'de ciddi bir sorun olan su israfı ve kirliliği, gıda israfı ve çöp problemlerini, bu üç koldan azaltma konusunda önemli katkısının olduğuna inanmaktadır.

Su israfı bakımından, Koroplast'ın pişirme kağıtları fırın tepsilerinin kirlenme miktarını azalttığı için yıkanma miktarlarını da azaltmaktadır. Böylece hem temizlikte kullanılan su hem de kimyasal temizlik ürünlerinin kullanımı azalmaktadır. Aynı mutfak yardımcı ürünleri kategorisi altındaki pişirme torbaları ve sar-pişir ürünleri yemeklerin daha hızlı pişmesini sağlayarak enerji tasarrufu sağlamaktadır.

Gıda israfı bakımından, saklama ürünleri (buzdolabı poşeti, kilitli poşetler ve streç film) gıdaların daha uzun süre boyunca ve sağlıklı bir şekilde korunmasını sağlamaktadır. Özellikle Türkiye'deki yıllık et üretiminin büyük bir kısmının sadece Kurban Bayramı döneminde gerçekleştiği göz önünde bulundurulduğunda etlerin uzun süre boyunca ve sağlıklı bir biçimde saklanması ihtiyacı Koroplast'ın saklama ürünleri ile karşılanabilmektedir. Diğer yandan kilitli poşetler tekrar kullanılabilir olduğu için, evsel atık miktarını da azaltmaktadır.

Çöp problemi açısından, Koroplast'ın ürettiği çöp torbaları kontrollü bir atık toplama yöntemi sunmaktadır. Bu da çevre kirliliğini azaltmakta, atıkların usulüne uygun bir şekilde toplanmasını ve ilgili atık toplama merkezlerine yollanmasını sağlamaktadır.

Dev Paket ürün gamı lansmanı ile beraber ürün gamımızın çok önemli bir kısmını kapsayan ürün grubumuzda %45'e yaklaşan ambalaj malzemesi tasarrufu sağlanmıştır.

Sosyal Sorumluluk

Şirket, sürdürülebilirlik hedeflerine uygun olarak 2001 yılından beri sosyal sorumluluk projeleri gerçekleştirmektedir. Gerçekleştirdiği her sosyal sorumluluk çalışmasının uzun soluklu olmasını amaçlamaktadır. Bu doğrultuda ürettiği ürünler, çevre temizliği ve geri dönüşüm çalışmaları kapsamında sürdürülebilirlik çatısı altında konuyla örtüşen, bağlantılı ve alanında çalışmalar yapan STK'lar ile iş birlikleri yapmaktadır.

Projelerini; çöplerin toplanmasını sağlamak ve dönüşümünde bilinçlenmeyi artırmak, çevre kirliliğini azaltmak ve geri dönüşüm ile atıkların yeniden değerlendirilmesini sağlamak amaçlarıyla hayata geçirmektedir.

Koroplast'ın çöplerin toplanması ve dönüşümünde bilinçlenme yönündeki sosyal sorumluluk projeleri 2001 yılında "Çöpler Çöp Torbasına" kampanyası ile başlamıştır. Bu kampanya ile, tüketicilerde davranış değişikliği oluşmasını sağlamak, toplum sağlığının korunmasına yardımcı olmak ve çöplerin etrafa saçılmasına, çöp kamyonlarından sızan kötü kokuların ve çöplerin çevreyi kirlletmesine engel olmak amaçlanmıştır. Koroplast, Türkiye'de ilk çöp torbası üreticisi olarak toplumda çöpleri çöp torbasına atma alışkanlığının temellerini attığına inanmaktadır. Şirket, 1996 yılında Çevre Bakanlığı'na resmi sponsor olmuştur ve bu sponsorluk dönemi boyunca çöplerin çöp torbasına, ambalajların ise ayrı bir torbaya atılması gerektiğini anlatan animasyon televizyon filmleri yayınlamıştır. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı ile iş birliği kapsamında geri kazanım torbasını üretmiştir. Sağlık Bakanlığı ile olan iş birliği kapsamında ise tıbbi atık torbası üretmiştir.

Koroplast, çevresel duyarlılığının küçük yaştan başlayarak geliştirileceği inancıyla yıllardır gençlere ve çocuklara yönelik eğitimler ve çalışmalar yürütmektedir.

Çevre kirliliğini azaltmak için belediye ve sivil toplum kuruluşlarıyla iş birlikleri yaparak sokakların ve sahillerin temizliği için birçok projede yer almıştır.

Şirket, 2021 yılında “Yaşanılabilir Bir Dünya Birlikte Kolay” sürdürülebilirlik projesi ile evsel atıkların büyük bölümünün sanılanın aksine “çöp olmadığı” ve bu atıkları ayrıştırmanın önemine değinerek, çevre için A’dan Z’ye atılacak her adımda “Yaşanılabilir Bir Dünya Birlikte Kolay” mottosu altında iletişimlerini sürdürmektedir.

Konuya dikkat çekmek amacıyla yüzde 80’i geri dönüştürülmüş malzemelerden üretilmiş ve geri dönüşebilen “Koroplast Geri Dönüşüm Torbası”nı üretmiştir. Koroplast, geçmişte yapılan çöp torbası bağışlarını, çevreye olan duyarlı tutumunu daha da pekiştirmek adına, atık toplamak ve ayrıştırmak isteyenlere destek vermekte ve “Geri Dönüşüm Torbası” göndermeye devam etmektedir.

Koroplast, projenin ilk adımı olarak 2021 yılında başlattığı “40 farklı noktada atık toplama hareketi” kapsamında STK’lar, belediyeler ve gönüllülerle birlikte bir ekip kurarak Türkiye’nin birçok ilinde bu farkındalığın oluşması için çalışmalar yapmıştır. Toplam 18.257 geri dönüşüm torbası ile 8.000 kg atık toplanmış, ayrıştırılarak geri dönüştürülmesi için ilgili belediyelerin geri dönüşüm tesislerine teslim edilmiştir.

Aynı zamanda “40 farklı noktada atık toplama hareketi” dahilinde toplanan atıkların geri dönüştürülmesi ile oluşturulan ve geri dönüşüm bilincini küçük yaşlardan itibaren aşılacak amacıyla “Kuşlara Fısıldayan Kız” çocuk kitabını hayata geçirmiştir. 2022 yılının Mart ayında lansmanı yapılan kitabın 1.000 adetinin dış kapağı toplanan atıkların geri dönüştürülmesiyle oluşan özel plastikten üretilmiştir.

Sürdürülebilirlik projesi kapsamında “Yaşanılabilir Bir Dünya Birlikte Kolay” mottosu ile geri dönüşümün sürdürülebilir bir yaşam için önemini vurgulamak ve çocuklara farkındalık kazandırmak amaçlanmıştır. Bu doğrultuda Türkiye’nin sevilen çocuk yazarlarından Sara Şahinkanat tarafından ilgi çekici, keyifli ve farkındalık yaratan bir dille kaleme alınan, Hüseyin Sönmezay’ın resmettiği “Kuşlara Fısıldayan Kız” kitabında çevre bilincinin önemi vurgulanmakta, doğaya ve çevreye zarar verebilecek atıkların geri dönüştürülebileceği ve yeniden kullanılabilceği Kora ve arkadaşı Mori karakteriyle anlatılmaktadır. Bu zamana kadar kitabımızı 31.000 çocukla buluşturduk. Ayrıca, her daim erişilebilir olması için dijital kurgusunun yapıp animasyonlarla hareketlendirilen “Kuşlara Fısıldayan Kız” kitabına www.koroplast.com sitesi üzerinden de ulaşılabilir. Böylece çocuklar kitabı okurken eş zamanlı olarak bir anlatıcı tarafından dinleyebilmektedir. Kitabımızın dijital versiyonu bu zamana kadar 135.000 ziyaret almıştır.

2022-2023 eğitim-öğretim döneminde DasDas iş birliğiyle de hikaye kitabı tiyatro oyununa dönüştürülerek çocuklara yönelik düzenli olarak sahnelenmeye başlanmıştır. 13 oyunda 941 çocukla biraraya gelinmiştir.

Hikaye kitabıyla farkındalık yaratmayı hedefleyen Koroplast, çocukların eğlenerek bilgi sahibi olması, onları geri dönüşüme dair somut eylemlere karşı teşvik etmek amacıyla web sayfasında “Geri Dönüşüm Eğitim Videoları”nı hayata geçirmiştir. 3 videodan oluşan eğitim serisi tamamlandığında “Dönüşüm Kahramanı” sertifikası almaya hak kazanılmaktadır.

Aynı zamanda yürütülen sürdürülebilirlik projesi kapsamında ÇEVKO ve TOÇEV ile bir işbirliği gerçekleştirilmiştir. ÇEVKO’nun desteği ile geri dönüşüm eğitim içerikleri hazırlanmış, onlardan yararlanarak TOÇEV’in katkısı ve yönlendirmesiyle ilkokul seviyesindeki çocuklara yönelik eğitici ve

öğretici online eğitimler hazırlanmıştır. 2022 yılından bu yana toplam 48 okulda yaklaşık 11.800 öğrenciye geri dönüşüm bilincini oluşturmak adına tasarlanan eğitimler verilmiştir. Bu okullara hikaye kitabı dağıtılarak edinilen farkındalığın davranışa dönüşmesi amacıyla ihtiyaç halinde geri dönüşüm üniteleri gönderilmiştir. 2023-2024 eğitim-öğretim döneminde yapılan eğitimler sonrası geri dönüşüm eğitimi farkındalık ölçümleme anketleri yapılmış olup, çocukların bilinç düzeyinin en az %85,9 oranında, çevre kirliliğine olan dikkat seviyesinin %96,9 oranında ve geri dönüşümü öğrenme seviyesinin %94,1 oranında arttığı tespit edilmiştir.

Eğitimin yanı sıra en güzel öğrenmenin deneyimleme olduğunun bilinciyle, Kidzania ve Migros'un gerçekleştirdiği festival ve etkinliklerde, farklı kurum iş birliklerinde çocuklarla buluşarak 90 adet "Geri Dönüşüm Atölyesi" düzenlenmiş, 10.066 çocuğa ulaşılmıştır.

Bu süreçte geri dönüşümü önemseyip gönül veren birçok gönüllünün sesi olduk ve bu sayede "Dönüşüm Kahramanı" video serileri oluşturuldu. Atık en çok mutfaktan çıkar dedik ve 2022 - 2025 yılları arasında Aydan Üstkanat ile "Dönüşüm Mutfağı" serileri yayımlandı. Ayrıca gönüllüler ve STK'lar ile birlikte bu zamana kadar toplam 1.830.000 torba atık toplanmasına katkı sağlanmıştır.

"Yaşanılabilir bir dünya birlikte kolay" çatısı altında yapılan tüm çalışmalar ile Brandverse Awards'da "Sosyal Sorumluluk ve Sürdürülebilirlik" başlığı altında "İsrafla Mücadele ve Geri Dönüşüm Kategorisi"nde bronz ödülün sahibi olunmuştur.

Çevre bilincinin gençler üzerindeki önemini artırmak adına yeni bir yaklaşım ve çözüm getiren yapay zeka teknolojileri projelere dahil edilmiştir. Yapay zeka destekli "Generative Fill" uygulaması ile hayata geçirilen "Yapay Zeka ile Genişletildi, İnsan Eli ile Kirletildi" isimli kampanya daha çok ses getirmek adına 16 Eylül 2023 Dünya Temizlik Günü'nde yayına alınmıştır. Kampanya 35 milyon üzerinde görüntüleme elde etmiştir. Çevre kirliliği üzerine farkındalık yaratması hedeflenen kampanya ile Toplumsal Fayda Ödülleri'23 ve İstanbul Marketing Awards'23'de ödül alınırken, Marketing Türkiye'nin yılın en beğenilen projeleri arasında yerini almıştır.

"Yaşanılabilir bir dünya birlikte kolay" çatısı altında yapılan tüm çalışmalar ile 2024 IPRA Golden World Awards(GWA)'ın "Çevre" kategorisinde ödül sahibi olunmuştur.

Koroplast, doğal kaynakların daha iyi kullanılması, çevre temizliği ve geri dönüşümü öğretmek amacıyla hayata geçirdiği "Yaşanılabilir Bir Dünya Birlikte Kolay" sürdürülebilirlik projesi ile 2024 İstanbul Marketing Awards'ta 2 ayrı kategoride 2 ödüle sahip olmuştur.

Koroplast, aynı proje ile PRİDA İletişim Ödülleri 2024'te Kurumsal Sosyal Sorumluluk İletişimi ve Çevresel Sürdürülebilirlik Faaliyetleri kategorilerinde BAŞARI ödülü almış, UNICEF Çocuklara Umut Dağıtan Kampanyalar özel kategorisinde Prida Ödülü sahibi olmuştur.

Koroplast Temmuz 2024 itibarıyla kendi sektöründe bir ilke daha imza atarak RecyClass Traceability Sertifikasyon sürecini başarılı bir şekilde tamamlayan ilk kuruluş olmuştur. RecyClass Traceability Sertifikası ile çevreci ürün portföyünde yer alan geri dönüştürülmüş ürünlerde kullanılan granüllerin Avrupa Birliği'nin mevcut ve gelecekteki yasalarıyla tam uyumlu olduğunu resmi olarak belgelemiştir. Plastik atıkların kaynağının güvenilir şekilde izlenebilirliği, plastik ürünlerde geri dönüştürülmüş içeriğin hesaplanması ve doğrulanması için hizmet sağlayan RecyClass, plastik ambalajlar için Geri Dönüştürülebilirlik Sertifikaları ve hemen hemen tüm plastik ürünler için Geri Dönüştürülmüş İçerik İzlenebilirlik Sertifikası sunuyor.

Koroplast, 2026 yılı toplam enerji tüketimini yenilenebilir enerji kaynaklarından karşılamak amacıyla, SEPAŞ Enerji ile I-REC (International Renewable Energy Certificate) enerji sözleşmesi anlaşması imzalamıştır. Bu sertifika, yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımını teşvik ederken, karbon

salınımını azaltmaya yönelik sürdürülebilirlik hedefleri doğrultusunda önemli bir adımı temsil ediyor. Koroplast, 2025 yılında tüketeceği enerji karşılığında, I-REC sertifikası sayesinde 3.823 ton CO2 daha az salınım yaparak çevreye duyarlılığını somutlaştırıyor.

Koroplast, Almanya Federal Hükûmeti tarafından verilen ve dünyanın en prestijli çevre etiketlerinden biri olan Blue Angel sertifikasını 28 Mart 2025'te çöp kategorisi ürünlerinde almaya hak kazanmıştır. Blue Angel sertifikası, ürünlerin yalnızca çevreye olan etkilerini değil, aynı zamanda insan sağlığına olan etkilerini de değerlendiren titiz bir denetim sürecinin ardından verilmektedir. Bu kapsamda, %80 oranında PCR (Post-Consumer Recycled – tüketici sonrası geri dönüştürülmüş plastik) içeren çöp torbası ürünleri, bu yüksek standartları karşılayarak sertifikalandırılmıştır.

Sosyal Uygunluk

Koroplast, etik, şeffaf ve sürdürülebilir iş yapma anlayışımız doğrultusunda SEDEX SMETA 4 PILLAR Sosyal Uygunluk denetimini başarıyla tamamlamış ve Sedex üyeliğimizi gerçekleştirmiş bulunmaktadır.

SMETA denetimi kapsamında Şirketimiz; çalışma standartları, iş sağlığı ve güvenliği, çevresel sorumluluk ve iş etiği başlıkları altında değerlendirilmiş, incelemeler sonucunda ulusal ve uluslararası standartlara uyumumuz ve sistemlerimizin etkinliği doğrulanmıştır. Bu sonuç, kurumsal yönetim ve sorumlu iş yapma anlayışımıza verdiğimiz önemin bir göstergesi niteliğindedir.

Bu yaklaşım doğrultusunda, sürekli iyileştirme ve uyum odaklı uygulamalarımızı bundan sonraki süreçte de kararlılıkla sürdürmeyi taahhüt etmekteyiz.

Koroplast, ilerleyen dönemlerde de ses getirecek projeleri hayata geçirerek “Yaşanabilir Bir Dünya” için çalışmaya devam edecektir.

D. FİNANSAL DURUM

a.) Özet Mali Tablolar

Finansal Durum Tablosu

TL	31.03.2026	31.12.2025
Dönen Varlıklar	1.070.857.843	949.864.905
Duran Varlıklar	582.639.666	596.235.699
Toplam Varlıklar	1.653.497.509	1.546.100.604
Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar	581.465.196	466.435.439
Uzun Vadeli Yabancı Kaynaklar	139.217.915	122.932.155
Özkaynaklar	932.814.398	956.733.010
Toplam Kaynaklar	1.653.497.509	1.546.100.604

Kâr veya Zarar Tablosu

TL	01.01.2026 – 31.03.2026	01.01.2025 – 31.03.2025
Hasılat	516.113.850	505.269.495
Brüt Kâr	240.929.968	194.084.883
FAVÖK	91.149.834	51.097.677
Esas Faaliyet Kârı/(Zararı)	47.883.980	(628.871)
Vergi Öncesi Kârı/(Zararı)	(1.182.610)	(61.724.715)
Net Dönem Kârı/(Zararı)	(20.343.122)	(67.013.389)
Pay Başına Kazanç/(Kayıp)	(0,12)	(0,38)

b.) Önemli Oranlar

Likidite Oranları	2026	2025
<i>Cari Oran</i>	1.84	2.04
<i>Asit - Test Oranı</i>	1.40	1.57
<i>Stok Bağımlılık Oranı</i>	2.23	2.06
Finansal Yapı Oranları	2026	2025
<i>Kaldıraç Oranı</i>	43.59%	38.12%
<i>Kısa Vadeli Borç Oranı</i>	35.17%	30.17%
<i>Uzun Vadeli Borç Oranı</i>	8.42%	7.95%
<i>Finansman Oranı</i>	129.43%	162.33%
Kârlılık Oranları	2026	2025
<i>Brüt Kâr Marjı</i>	46.68%	38.41%
<i>FAVÖK Marjı</i>	17.66%	10.11%
<i>Esas Faaliyet Kâr Marjı</i>	9.28%	a.d.
<i>Ekonomik Rantabilite</i>	2.90%	a.d.

c.) Finansman Kaynakları

Şirket'in temel finansman kaynakları operasyonel karlılığı ve kısa vadeli banka kredileridir. Piyasa koşullarına uygun yeni finansman alternatifleri araştırılmakta ve öneriler değerlendirilmektedir. Şirket'in daha sağlıklı bir finansal yapıya kavuşması ve olası risklerin bertaraf edilebilmesi amacıyla türev işlemler dahil olmak üzere tüm seçenekler gözden geçirilmektedir.

d.) Çıkarılmış Bulunan Sermaye Piyasası Araçlarının Niteliği ve Tutarı

Bulunmamaktadır.

e.) Kâr Payı Dağıtımı

Şirket kârının dağıtımı Esas Sözleşme'nin "Kârın Tespiti ve Dağıtımı" başlıklı 17.maddesinde düzenlenmiştir.

İlke olarak; mevzuat ve finansal imkanlar 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 dahil olmak ve bunlarla sınırlı olmamak üzere birtakım unsurlar dikkate alınarak kâr dağıtımına karar verilir. Kâr dağıtımında, Kurumsal Yönetim İlkeleri'ne uygun olarak pay sahipleri ve Şirket menfaatleri arasında dengeli ve tutarlı bir politika izlenmektedir. Bu çerçevede Şirket, yürürlükte olan mevzuat çerçevesinde dağıtımına konu edilebilecek net kârın en az %25'ini nakit kâr payı olarak dağıtmayı hedeflemektedir.

f.) İlişkili Taraf İşlemleri

İlişkili taraf işlemleri ile ilgili detaylı bilgiler finansal raporun 4 Numaralı dipnotunda bulunmaktadır.

E. RİSKLER VE YÖNETİM KURULUNUN DEĞERLENDİRMESİ

a.) Kurumsal Risk Yönetimi

Şirket, finansal araçların kullanımına bağlı olarak kredi riski, likidite riski, piyasa riski ve kur riskine maruz kalabilmektedir. Şirket Yönetim Kurulu, Şirket'in risk yönetimi çerçevesinin kurulmasında ve gözetiminde genel olarak sorumluluk sahibidir. Risk yönetimi politikaları, Şirket'in maruz kalabileceği riskleri belirlemek ve maruz kalabileceği riskleri analiz etmek için oluşturulmuştur. Risk yönetimi politikalarının amacı Şirket'in riskleri için uygun risk limit kontrolleri oluşturmak, riskleri izlemek ve limitlere bağlı kalmaktır. Şirket, çeşitli eğitim ve yönetim standartları ve süreçleri yoluyla, disiplinli ve yapıcı bir kontrol ortamı yaratarak tüm çalışanların rollerini ve sorumluluklarını anlamasına yardımcı olmaktadır. Kredi, piyasa ve likidite gibi dışsal riskler haricinde, Şirket'in süreçleri, çalışanları, teknoloji ve altyapı gibi çeşitli sebeplerden oluşabilecek doğrudan ve dolaylı riskleri ifade eden ve yasal düzenleyicilerin zorunluluklarından oluşan risklere operasyon riski denir. Operasyon riski Şirket'in faaliyetlerinden oluşmaktadır.

b.) İleriye Dönük Riskler

a. Kredi Riski

Kredi riski, bir müşterinin ya da bir finansal enstrümana taraf olan karşı tarafın sözleşmeye bağlı yükümlülüklerini yerine getirmeme riskidir. Temel olarak Şirket'in alacaklarından doğabilecek finansal zararlar kredi riskini oluşturmaktadır.

Ticari ve diğer alacaklar

Şirket'in maruz kaldığı kredi etkisi temelde istikrarlı ekonomiden etkilenir. İstikrarlı bir ekonomide Şirket tüm alacaklarını düzenli olarak toplamaktadır. Yönetimin yerinde bir kredi politikası vardır ve bu nedenle kredi riski göz önünde bulundurulur. Şirket, kredi riskini minimuma indirmek için kredibilitesi yüksek taraflarla çalışmayı ve temerrüt durumundaki finansal zarar riskini azaltmak adına da gerekli gördüğü durumlarda teminat alma politikasını benimsemiştir. Şirket, piyasadan elde ettiği bilgileri ve ticari kayıtlarını kullanarak önemli müşterilerinin kredibilitelerine ilişkin değerlendirmelerini kendi yapar. Şirket, bu değerlendirmeleri düzenli olarak günceller ve ilgili taraflarla yapılan toplam işlem bedellerini de göz önünde bulundurarak kredi riskini yönetir. Yeni bir müşteri kabul edilirken müşterinin kredibilitesi ilgili departmanlar tarafından değerlendirilir ve gerekli görülen durumlarda teminat alınarak uygun kredi limitleri tanımlanır. Kredi riski, karşı tarafın sözleşmeden doğan yükümlülüklerini yerine getirememesi sonucu Şirket'in finansal zarara uğrama riskidir. Kredi riskini en aza indirmek için Şirket, karşı tarafların temerrüt risklerini göz önünde bulundurarak kredi derecelendirmeleri yapmıştır. Şirket, ayrıca mümkün olduğunca alacak sigortası ile süreçleri ilerletmektedir.

b. Likidite Riski

Likidite riski Şirket'in ileri tarihlerdeki finansal yükümlülüklerini karşılayamaması riskidir. Şirket'in likidite riski, mevcut ve ilerideki muhtemel borç gereksinimlerinin normal koşullarda ya da kriz durumlarında fonlanabilmesi için çeşitli finansal kuruluşlardan Şirket'i zarara uğratmayacak ya da itibarını zedelemeyecek şekilde yeterli finansman olanakları temin edilerek yönetilmektedir.

c. Piyasa Riski

Piyasa riski; döviz kurları, faiz oranları veya menkul kıymetler piyasalarında işlem gören enstrümanların fiyatları gibi para piyasasındaki değişikliklerin Şirket'in gelirinin veya sahip olduğu finansal varlıkların değerini değiştirmesi riskidir. Piyasa riski yönetimi, piyasa riskine maruz kalmayı kabul edilebilir sınırlar dahilinde kontrol ederken getiriye optimize etmeyi amaçlamaktadır.

d. Kur Riski

Şirket, döviz cinsinden varlık ve yükümlülüklerinin Türk Lirası'na çevriminde kullanılan kur oranlarının değişimi nedeniyle kur riskine maruz kalmaktadır. Şirket, yapmış olduğu alımlar ve genel olarak fonksiyonel para birimi dışındaki kurlar olan Avro ve ABD Doları bazında kur riskine tabidir. Bu riski minimize etmek için türev işlemler dahil çeşitli finansal enstrümanların kullanılması değerlendirilmektedir.

Faiz oranı duyarlılığı

Şirket'in sabit faiz oranları üzerinden borçlanması, Şirket'i faiz oranı riskine maruz bırakmaktadır. Söz konusu risk, Şirket tarafından, riskten korunma stratejileri, faiz oranı beklentisi ve tanımlı olan risk ile uyumlu olması için düzenli olarak değerlendirilmektedir. Böylece optimal riskten korunma stratejisinin oluşturulması, gerek bilançonun pozisyonunun gözden geçirilmesi gerekse faiz harcamalarının farklı faiz oranlarında kontrol altında tutulması amaçlanmaktadır.