

BESLER

**BESLER GIDA VE KİMYA SANAYİ VE TİCARET A.Ş.
VE BAĞLI ORTAKLARI**

1 Ocak – 30 Haziran 2025 Ara Hesap Dönemi Faaliyet Raporu





ARA DÖNEM FAALİYET RAPORU UYGUNLUĞU HAKKINDA SINIRLI DENETİM RAPORU

Besler Gıda ve Kimya Sanayi ve Ticaret A.Ş. Genel Kurulu'na

Besler Gıda ve Kimya Sanayi ve Ticaret A.Ş.'nin ("Şirket") ve bağlı ortaklıklarının (hep birlikte "Grup" olarak anılacaktır) 30 Haziran 2025 itibarıyla hazırlanan ara dönem faaliyet raporunda yer alan finansal bilgilerin, sınırlı denetimden geçmiş ara dönem konsolide finansal tablolar ile tutarlı olup olmadığının sınırlı denetimini yapmakla görevlendirilmiş bulunuyoruz. Rapor konusu ara dönem Faaliyet Raporu Şirket yönetiminin sorumluluğundadır. Sınırlı denetim yapan kuruluş olarak üzerimize düşen sorumluluk, ara dönem faaliyet raporunda yer alan finansal bilgilerin, sınırlı denetimden geçmiş ve 15 Ağustos 2025 tarihli sınırlı denetim raporuna konu olan ara dönem konsolide finansal tablolar ve açıklayıcı notlar ile tutarlı olup olmadığına ilişkin ulaşılan sonucun açıklanmasıdır.

Sınırlı denetim, Sınırlı Bağımsız Denetim Standardı ("SBDS") 2410 "Ara Dönem Finansal Bilgilerin, İşletmenin Yıllık Finansal Tablolarının Bağımsız Denetimini Yürüten Denetçi Tarafından Sınırlı Bağımsız Denetimi"ne uygun olarak yürütülmüştür. Sınırlı denetimimiz, ara dönem faaliyet raporunda yer alan finansal bilgilerin sınırlı denetimden geçmiş ara dönem konsolide finansal tablolar ve açıklayıcı notlar ile tutarlı olup olmadığına ilişkin incelemeyi kapsamaktadır. Ara dönem finansal bilgilerin sınırlı denetiminin kapsamı; Bağımsız Denetim Standartlarına uygun olarak yapılan ve amacı finansal tablolar hakkında bir görüş bildirmek olan bağımsız denetimin kapsamına kıyasla önemli ölçüde dardır. Sonuç olarak ara dönem finansal bilgilerin sınırlı denetimi, denetim şirketinin, bir bağımsız denetimde belirlenebilecek tüm önemli hususlara vâkıf olabileceğine ilişkin bir güvence sağlamamaktadır. Bu sebeple, bir bağımsız denetim görüşü bildirmemekteyiz.

Sınırlı denetimimiz sonucunda, ilişikteki ara dönem faaliyet raporunda yer alan finansal bilgilerin sınırlı denetimden geçmiş ara dönem konsolide finansal tablolar ve açıklayıcı notlarda verilen bilgiler ile, tüm önemli yönleriyle, tutarlı olmadığına dair herhangi bir hususa rastlanılmamıştır.

PwC Bağımsız Denetim ve
Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik A.Ş.

Mert Tüten, SMMM
Sorumlu Denetçi

İstanbul, 15 Ağustos 2025

İÇİNDEKİLER

- I. GRUP'UN ORGANİZASYONU, FAALİYET KONUSU VE ORTAKLIK YAPISI
- II. YÖNETİM KURULU
- III. MERKEZ DIŞI ÖRGÜTLER
- IV. DÖNEM İÇİNDEKİ ÖNEMLİ GELİŞMELER
- V. DÖNEM SONRASI ÖNEMLİ GELİŞMELER
- VI. İŞLETMENİN FAALİYET GÖSTERDİĞİ SEKTÖR VE BU SEKTÖR İÇERİSİNDEKİ YERİ
- VII. MAL VE HİZMET ÜRETİMİNE İLİŞKİN FAALİYETLER
- VIII. ÜST YÖNETİM
- IX. RİSK YÖNETİMİ POLİTİKALARI
- X. ÖZET KONSOLİDE MALİ TABLOLAR VE HİSSE SENEDİ PERFORMANSI
- XI. ESAS SÖZLEŞME DEĞİŞİKLİKLERİ

I. GRUP'UN ORGANİZASYONU, FAALİYET KONUSU VE ORTAKLIK YAPISI

a. Genel Bilgiler

Raporun İlgili Olduğu Hesap Dönemi:	01.01.2025 – 30.06.2025
Ticaret Ünvanı:	Besler Gıda ve Kimya Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi
Ticari Sicil No:	114597
Ödenmiş/Çıkarılmış Sermaye:	662.000.000 TL
Merkez ve varsa şubelerine ilişkin iletişim bilgileri:	Merkez: Kısıklı Mah. Ferah Cad. No:1/A Üsküdar/İstanbul Bursa Fabrika: Akçalar Mah. Gölyolu Cad. No.46 Nilüfer/Bursa Afyon Fabrika: Emirdağ Organize Sanayi Bölgesi, Kuruca/Emirdağ/Afyonkarahisar Kurtköy Fabrika: Ramazanoğlu Mah., Mahmut Bayram Cd. No:88, 34906 Pendik/İstanbul
İnternet sitesinin adresi:	www.besler.com.tr
Yatırımcı İlişkileri e-posta adresi:	yatirimci@besler.com.tr

Besler Gıda ve Kimya Sanayi ve Ticaret A.Ş. ("Besler" veya "Şirket") ve bağlı ortaklıklarının ("Grup") faaliyet konusu, dondurulmuş, konserve gıda ve margarin alanlarında üretim yaparak Türkiye'de ve dış pazarlarda bu ürünlerin satış ve pazarlamasını gerçekleştirmektir. Dondurulmuş ürün kategorisinde yer alan ürünler; unlu mamuller, sebze ve meyve ürünleri, patates ve kroket ürünleri, et ürünleri, tatlı ve donuk fırıncılık ürünleri ürünleridir. Konserve ürün kategorileri; ton balığı konserve ve sebze konserve ürünleridir. Yağ kategorisinde tüketici margarin, endüstriyel yağlar, ev dışı tüketim ve yemeklik yağ ürünleri bulunmaktadır. Şirket, 1978 yılında su ürünleri ihracatı amacı ile kurulmuş, yıllar içinde yaptığı yatırımlarla 1990 yılından itibaren gıda sektörünün önde gelen şirketlerinden birisi olmuştur.

Grup, fabrikalarında ürettiği ürünleri bayiler ile tüm Türkiye'de pazarlamakta, aynı zamanda da bu ürünlerinin ihracatını gerçekleştirmektedir.

Şirket'in merkez ofisi, Kısıklı Mah. Ferah Cad. No:1/A Üsküdar İstanbul adresindedir.

Şirket, Sermaye Piyasası Kurulu'na ("SPK") kayıtlıdır ve hisseleri 1994 yılından beri Borsa İstanbul A.Ş.'de ("BIST") işlem görmektedir.

30 Haziran 2025 ve 31 Aralık 2024 tarihleri itibarıyla Şirket'in ortaklık yapısı aşağıdaki gibidir:

	30 Haziran 2025		31 Aralık 2024	
Ortaklığın Unvanı	Pay Oranı (%)	Tutar (TL)	Pay Oranı (%)	Tutar (TL)
Yıldız Holding A.Ş.	60,53	400.675.745	60,53	400.675.745
Murat Ülker	9,98	66.079.898	9,98	66.079.898
Diğer	29,49	195.244.357	29,49	195.244.357
Toplam	100	662.000.000	100	662.000.000

30 Haziran 2025 ve 31 Aralık 2024 tarihi itibarıyla Şirket'in bağlı ortaklıkları ve ortaklık oranları aşağıda gösterilmiştir.

	Doğrudan ve dolaylı etkin sahiplik oranları %	
Bağlı Ortaklıklar	30 Haziran 2025	31 Aralık 2024
Kerpe Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.	100,00	100,00
Besmar Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.	100,00	100,00
Donuk Fırıncılık Ürünleri Sanayi ve Ticaret A.Ş.	100,00	100,00
Berk Enerji Üretimi A.Ş.	88,17	88,17
Marsa Yağ Sanayi ve Ticaret A.Ş.	70,00	70,00
Western Foods and Packaging SDN BHD (*)	70,00	70,00

(*) Grup, ilgili şirkette dolaylı pay sahibidir.

b. Personel Sayısı

30 Haziran 2025 tarihi itibarıyla Grup'un bünyesinde istihdam edilen personel sayısı 2.045'tir. (31 Aralık 2024: 2.043).

c. Temettü Politikası

Besler, Türk Ticaret Kanunu hükümleri, Sermaye Piyasası Mevzuatı, Vergi Mevzuatı ve diğer ilgili mevzuat ile şirket esas sözleşmesindeki kâr dağıtım ile ilgili maddesi çerçevesinde kâr dağıtım yapmaktadır. Kâr dağıtım politikası ve SPK Kurumsal Yönetim İlkeleri'nde öngörülen hususları içeren Yönetim Kurulu'nun yıllık kâr dağıtım önerisi genel kurul öncesinde halka açıklanır. Genel Kurul'da ortakların onayına sunulur, ayrıca kâr dağıtım tarihçesi ve sermaye artırımlarına ilişkin detaylı bilgiler ile şirket internet sitesinde kamuya duyurulur.

d. Yatırımlar

Grup, fabrikalarda yeni kurulumlar, kapasite artırımları, üretim hatlarında yapılan değişiklikler, verimlilik artışları, hijyenik koşullar ve depolama süreçlerindeki iyileştirmeleri içeren yeni sermaye yatırımları ile pazardaki güçlü konumunu pekiştirmektedir. Yatırımların ortak amacı, Grup'un piyasadaki lider durumunu pekiştirmek, müşteri memnuniyetini artırmak, ürün kalitesini geliştirmek, etkinlik ve verimliliğe katkıda bulunarak maliyet tabanını daha da rekabetçi hale getirmektir. Grup, 2025 yılı Ocak – Haziran döneminde konsolide olarak 119.883.087 TL'lik yatırım gerçekleştirmiştir. Söz konusu yatırımlar, altyapı sürekliliği, verimlilik, kalite sürekliliği, bilgi teknolojileri ve Ar-Ge gibi alanlarda yapılan çalışmaları kapsamaktadır.

II. YÖNETİM KURULU

Bilanço tarihi itibarıyla yönetim kurulu aşağıdaki şekildedir:

Adı Soyadı	Görevi	Görev Süresi
Mehmet TÜTÜNCÜ	Başkan	26.04.2024-26.04.2027
Fahrettin Günalp ERTİK	Başkan Vekili	26.04.2024-26.04.2027
Yahya ÜLKER	Üye	08.05.2025-26.04.2027
Şükrü ÇİN	Üye	26.04.2024-26.04.2027
Fusun KURAN	Üye (Bağımsız)	26.04.2024-26.04.2027
Esra KIVRAK	Üye (Bağımsız)	26.04.2024-26.04.2027

Yetki Sınırları

Yönetim Kurulunun yetki sınırları Şirket ana sözleşmesinin 13. maddesi ve Türk Ticaret Kanunu hükümleri ile belirlenmiştir. Yönetim Kurulu üyelerinin şirketle kendisi veya başkası adına yaptığı işlemler ile rekabet yasağı kapsamındaki herhangi bir faaliyeti bulunmamaktadır.

Yönetim Kurulunun yetki sınırları Şirket Ana sözleşmesinin 13. maddesi ve Türk Ticaret Kanunu hükümleri ile belirlenmiştir.

Yönetim Kurulu ve Üst Düzey Yönetim üyelerine sağlanan faydalar aşağıda belirtilmektedir.

	1 Ocak - 30 Haziran 2025	1 Ocak - 30 Haziran 2024
Ücretler ve diğer faydalar	119.431.585	101.756.627
	119.431.585	101.756.627

III. MERKEZ DIŞI ÖRGÜTLER

Grup'un 3'ü dondurulmuş & konserve, 3'ü ise yağ iş biriminde olmak üzere 6 adet fabrikası bulunmaktadır.

Dondurulmuş& Konserve İş Birimi

Bursa Fabrikası:

1972 yılında açılmış olup, dondurulmuş unlu mamuller, dondurulmuş et ürünleri, dondurulmuş kaplamalı ürünler, konserve ton balığı, konserve sebze ürünleri üretimi yapılmaktadır. Bursa fabrikamız 43.000 m²'lik kapalı, 132.000 m²'lik toplam alana sahiptir ve yıllık 66.720 ton üretim kapasitesi bulunmaktadır.

Afyon Fabrikası:

2013 yılında açılmış olup, dondurulmuş kızartmalık parmak patates ürünleri, dondurulmuş sebze-meyve ürünleri, dondurulmuş kaplamalı ürünler üretimi yapılmaktadır. Afyon fabrikamız 33.000 m²'lik kapalı, 272.000 m²'lik toplam alana sahiptir ve yıllık 96.824 ton üretim kapasitesi bulunmaktadır.

İstanbul Dudullu Fabrikası (DFU):

2014 yılında açılmış olup, donuk unlu mamuller üretimi yapılmaktadır. İstanbul fabrikamız 10.980 m²'lik kapalı, 18.010 m²'lik toplam alana sahiptir ve yıllık 14.300 ton üretim kapasitesi bulunmaktadır.

Yağ İş Birimi

Adana Fabrikası (Marsa):

1947 yılında açılmış olup, tüketici margarin, catering/ pastacılık, endüstriyel, yemeklik yağ üretimi yapılmaktadır. Adana fabrikamız 48.180 m²'lik kapalı, 88.480 m²'lik toplam alana sahiptir ve yıllık 225.000 ton üretim kapasitesi bulunmaktadır.

İstanbul Kurtköy Fabrikası:

1992 yılında açılmış olup, tüketici margarin, catering/ pastacılık, endüstriyel, yemeklik yağ üretimi yapılmaktadır. Kurtköy fabrikamız 40.468 m²'lik kapalı, 60.992 m²'lik toplam alana sahiptir ve yıllık 220.000 ton üretim kapasitesi bulunmaktadır.

Brunei Fabrikası (Western Foods):

2017 yılında açılmış olup, tüketici margarin, catering/ pastacılık, endüstriyel, yemeklik yağ üretimi yapılmaktadır. Brunei fabrikamız 6.000 m²'lik kapalı, 20.000 m²'lik toplam alana sahiptir ve yıllık 60.000 ton üretim kapasitesi bulunmaktadır.

IV. DÖNEM İÇİNDEKİ ÖNEMLİ GELİŞMELER

Şirketimizin derecelendirme notu kredi derecelendirme kuruluşu JCR Eurasia Rating'in hazırlamış olduğu 24 Ocak 2025 tarihli raporda geçtiğimiz yıla göre korunmuş, uzun vadeli ulusal notu "AA- (tr)", kısa vadeli ulusal notu "J1+ (tr)", görünümüleri ise "Stabil" olarak belirlenmiştir. JCR Eurasia Rating şirketimizin uzun vadeli, yabancı ve yerel para cinsinden uluslararası notunu ise "BB", görünümelerini ise "Stabil" olarak belirlemiştir.

Şirketimiz Yönetim Kurulu'nun 27 Aralık 2024 tarihli kararı uyarınca; şirket unvanının, "Besler Gıda ve Kimya Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi" olarak değiştirilmesine ve şirketimiz esas sözleşmesinin, "Şirketin Unvanı" başlıklı 3. maddesinin tadiline karar verilmişti. Şirketimiz Esas Sözleşmesinin 3. maddesinde yapılması planlanan değişikliğe uygun görüş verilmesi talebiyle 30 Aralık 2024 tarihinde Sermaye Piyasası Kurulu'na yaptığımız başvurumuz Sermaye Piyasası Kurulu'nun 27 Ocak 2025 tarih ve E-29833736-110.03.03-66880 sayılı yazısı ile onaylanmıştır. Hemen akabinde esas sözleşme değişikliğine uygun görüş verilmesi talebiyle Ticaret Bakanlığı İç Ticaret Genel Müdürlüğüne yaptığımız başvurumuz, Ticaret Bakanlığının 10 Şubat 2025 tarih ve E-50035491-431.02-00106063234 sayılı yazısı ile onaylanmıştır.

Yönetim Kurulu Başkan Vekili Sayın Ali Ülker 28 Nisan 2025 tarihi itibarıyla Yönetim Kurulu Başkan Vekilliği ve Yönetim Kurulu Üyeliği görevlerinden istifa etmiştir. 28 Nisan 2025 tarihinde istifa eden Sn. Ali Ülker'in Yönetim Kurulu Üyeliğinin görev süresini tamamlamak ve ilk genel kurulda onaylanmak üzere Sn. Yahya Ülker'in Yönetim Kurulu Üyesi olarak atanmasına karar verilmiştir. Şirketimiz Yönetim Kurulu Başkanlığına Sn. Mehmet Tütüncü'nün, Yönetim Kurulu Başkan Vekilliğine ise Sn. Fahrettin Günalp Ertik'in seçilmesine karar verilmiştir.

Şirketimizin 2024 yılına ait Olağan Genel Kurul toplantısı 8 Mayıs 2025 tarihinde saat 14:00'te "Kısıklı Mah. Ferah Cad. No:1 B.Çamlıca Üsküdar-İstanbul" adresinde yapılmıştır. 2024 yılı Olağan Genel Kurul Toplantısı kararları, İstanbul Ticaret Sicil Müdürlüğü tarafından tescil edilmiş olup, 15 Mayıs 2025 tarih ve 11332 sayılı Türkiye Ticaret Sicil Gazetesi'nde ilan edilmiştir. Tescil

ve ilanının akabinde; Şirketimizin ticaret unvanı "BESLER GIDA VE KİMYA SANAYİ VE TİCARET ANONİM ŞİRKETİ" olarak değiştirilmiştir.

Unvan değişikliğimiz sonrasında, Borsa İstanbul Yıldız Pazarı'nda işlem görmekte olan Şirketimizin mevcut "KERVİT" işlem kodu 2 Haziran 2025 tarihinden itibaren geçerli olmak üzere "BESLR" olarak değiştirilmiştir.

Şirketimiz, inovatif bir projeye sürdürülebilir tarımın geleceği için önemli bir adım atarak, Türkiye'de en çok tüketilen sebzelerden biri olan patatesin, üretim sürecini tarlada takip etme imkânı sunan ve ürün kalitesini hasat öncesi izleyebilmeyi hedefleyen yapay zekâ destekli Ar-Ge projemiz SAFER ile, inovasyon ve sürdürülebilirlik Ar-Ge projelerini fonlayan Avrupa İnovasyon ve Teknoloji Enstitüsü'nden (EIT Food) 2,8 milyon Euro destek almaya hak kazanmıştır.

V. DÖNEM SONRASI ÖNEMLİ GELİŞMELER

Bulunmamaktadır.

VI. İŞLETMENİN FAALİYET GÖSTERDİĞİ SEKTÖR VE BU SEKTÖR İÇERİSİNDEKİ YERİ

Dondurulmuş Gıda ve Konserve Pazarı

Besler'in faaliyet gösterdiği temel iş kolları arasında yer alan dondurulmuş gıda sektörü, dondurulmaya uygun hammaddenin temininden, (tohum seçimi, üretimi, satın alınması) hammaddenin uygun koşullarda tesislere taşınmasına, tesislerde bekletilmeden seçme&ayıklama, yıkama, boyutlama ve ürüne özel tekniklerle işlenmesine, hızlı dondurma ve tekniğine uygun şekilde paketlenmesine, depolama, yükleme, taşıma, dağıtım ve tüketimi sonucunda müşteri sonuçlarının izlenmesine kadar faaliyet gösteren bir gıda sanayi kolu konumundadır.

Dondurulmuş gıda pazarı, perakende kanalında son 6 yılda 13 kat büyümüş, H1 2025 döneminde %66 ciro artışıyla 19,4 milyar TL'ye ulaşmıştır. ⁽¹⁾ %16 tonaj büyümesi ile FMCG Gıda'nın en çok büyüyen kategorileri arasında yer almıştır. Konserve ton balığı pazarı ise H1 2025 döneminde ciroda %46 büyümeyle 4,3 milyar TL, tonajda %14 büyümeyle 10,9 bin ton olarak gerçekleşmiştir ⁽²⁾

SuperFresh, %38 pazar payı⁽³⁾ ile dondurulmuş gıda sektörünün açık ara lider markasıdır. Perakende, ev dışı tüketim ve ihracat kanallarında toplamda 400'den fazla SKU'dan oluşan geniş ürün portföyüyle SuperFresh, iletişim, ürün inovasyonu ve sürdürülebilirlik odaklı yaklaşımlarıyla 2024'ün "En Sevilen Dondurulmuş Gıda Markası"⁽⁴⁾ seçilmiştir.

1930'lardan bugüne gelişen dondurulmuş gıda pazarı yıllık yaklaşık 290 milyar ABD doları tutarında bir büyüklüğe ulaşmıştır. Kişi başı tüketim Amerika, Almanya, İngiltere gibi ülkelerde 30 kg'nin üzerinde bir büyüklük arz etmektedir. Türkiye pazarında ise yılında hane başı ortalama tüketim 7,6 kg⁽⁵⁾ olarak gerçekleşmiştir, bu da büyüme potansiyelinin olduğunu göstermektedir.

- (1) Nielsen Toplam Türkiye, Taze Dondurulmuş Gıda Pazarı Raporu H1 2025
(2) Nielsen Toplam Türkiye, Konserve Ton Balığı Pazarı Raporu, H1 2025
(3) Nielsen H1 2025, Ciro Payı, İndirim Marketler Hariç
(4) MediaCat dergisi ve Ipsos iş birliğiyle "Türkiye'nin Lovemark'ları 2024" araştırması
(5) Ipsos, Hane Tüketim Paneli, Dondurulmuş Gıda Pazarı Raporu, MAT Haziran 2025

Yağ Sektörü

Türkiye tüketici yağ pazarı H1 2025 döneminde, 2024 H1 2024'e göre %55 büyüme göstererek 57,5 milyar TL ciro değerine ulaşırken, markalaşmaya en açık yağ kategorisi olan margarin kategorisi ise aynı dönemde ciroda %23 büyüme ile 6 milyar TL ciro değerine ulaşmıştır. ⁽¹⁾

Besler olarak Ülker Bizim Yağ, Ülker Teremyağ, Luna gibi öncü markaların olduğu geniş bir portföye sahibiz ve %68,1 ⁽²⁾ ciro payı ile açık ara lider konumdayız.

(1) Nielsen, FMCG Raporu, H1 2025

(2) Nielsen, Margarin Raporu İndirim Marketleri Hariç Pazar, H1 2025

VII. MAL VE HİZMET ÜRETİMİNE İLİŞKİN FAALİYETLER

Dondurulmuş Gıda ve Konserve İş Birimi

Üretim

Dondurulmuş ve konserve gıda alanlarında SuperFresh ve DFU markasıyla faaliyet yürüten Şirket, bu iş kolunda gelişmiş bir üretim altyapısına sahiptir.

Üretim teknolojileri açısından donanımlı tesislerde ürünler, -40°C'de şoklanarak IQF (Tek Tek Hızlı Dondurma) yöntemiyle dondurulmakta, böylece hasat edildiği günkü tazeliği ve besin değeri korunmaktadır.

Soğuk zincir lojistiği sayesinde -18°C'de muhafaza edilen ürünler, tüketicilere ilk günkü haliyle ulaştırılmaktadır. Kalite standartları titizlikle takip edilmekte ve düzenli raporlanmaktadır. Müşteri ilişkileri konusunda kurulmuş organizasyon ile tüketici yorumları yakından takip edilmekte ve ürünler konusunda memnuniyeti artıracak sürekli gelişim süreci devam etmektedir.

Satış ve Dağıtım

SuperFresh, 57 bayi, 195 dağıtım aracı ve 20.339 dondurucu ile 137 binden fazla satış noktasına ulaşan güçlü bir dağıtım ağına sahiptir. Geleneksel ve ev dışı tüketim kanallarında bayiler, modern kanalda ise doğrudan satış organizasyonu ile hizmet vermektedir. Private Label iş birlikleriyle indirim marketleri ve uluslararası pazarlara da ürün sunulmaktadır.

Araştırma ve Geliştirme Çalışmaları

2025'in ilk yarısında SuperFresh'te 20 yeni ürün lansman ve relansmanı gerçekleştirerek toplam perakende SuperFresh ciromuzun %18'inin yeni ürünlerden gelmesini sağladık.

Dondurulmuş gıdada öne çıkan lansmanlarımız:

- Pizzada büyük boyda yeni çeşitler: margarita & kumru pizza
- Sebzede bir ilk: 9 dakikada yemeğe dönüşen baharatlı & yağlı pratik sebze sote ve Tarımın Kadın Yıldızları'nın Emeğiyle Limited Edition bezelye lansmanı
- Mantıda yeni gurme çeşitler: kıymalı pelmeni & patatesli
- Börekte yeni çeşitler: elmalı rulo börek & peynirli kat kat börek
- İletişim odaklı ambalaj relansmanları: Ramazan konseptli & Türkiye'nin en sevilen dondurulmuş gıda markası vurgulu ambalajlar

İletişim Çalışmaları:

- Satış noktası olan dolapları kahramanlaştıran, frekans ve tüketici çekişini arttırmayı hedefleyen, ana iletişim kampanyası "Dolapta Ne Var? SuperFresh" 360 olarak hayata geçirildi. Tüm zamanların satış rekoru kırıldı; %40 tonaj büyümesi ile +3 puan penetrasyon artışı sağlandı. (YTD 2025 vs 2024) "Dolapta Ne Var" devam iletişimi kapsamında; kampanya konsepti ramazan ve yaz dönemlerinde de uyarlanarak mağaza içi ve dijital iletişim çalışmaları hayata geçirilmiştir.
- Tüketici araştırmaları ile Türkiye'nin en sevilen dondurulmuş gıda markası (LOVEMARK) seçilme başarısını duyurduğumuz entegre iletişim çalışmaları hayata geçirilerek marka imaj skorları güçlendirildi.
- Dondurulmuş pizza kategorisinin lideri olarak; 9 Şubat Dünya Pizza Günü geleneksel olarak sahiplenilmeye devam edildi. Okazyonel TV iletişimi yapılmış olup, müşterilere özel indirim kurguları ve online iletişim ile desteklendi.
- Öncü projemiz "Tarımın Kadın Yıldızları" ile kategoride ilkler gerçekleştirildi. İlk kez bir sosyal sorumluluk projesi somut ürüne dönüştürüldü; "TKY Emeğiyle Ege'den Hasat Bezelye" ürünü Migros'a özel olarak lanse edildi. Michelin tavsiye restoran menüsüne giren ürün, taze ürünlerin bol olduğu hasat döneminde yüksek satış elde etti. Lansman etkinliği, mağaza içi uygulamalar, haber yayını ve dijital iletişim çalışmaları ile yüksek erişim elde etti. Gençlere ilham olma ve tarım sektörü istihdamının sürdürülebilirliğini sağlama hedefiyle ilk kez TKY sponsorluğunda staj programı hayata geçirildi.
- Halkla ilişkiler çalışmaları ile yüksek görünürlük elde edildi; toplam 30 milyon kişiye ulaşıldı. 13 bülten, 2 basın etkinliği, 2.731 adet haber olan bülten, 12 yayında 29 özel ilan ile 8 haber çalışması yapıldı. Öne çıkan çalışmalar; Besler şirket dönüşümünün kontrollü iletişimi, öncü inovasyon projesi Safer'in basın duyurusu, bezelye hasat haberi.
- Kategorinin ilk Eyebrand'i olarak yer aldığımız görme engellilere yönelik Blindlook platformunda, kapsayıcılık odağımızla, uygulamada ilk kez tarif yayınlayan marka olduk.

- **Sürdürülebilirlik ve marka iletişim çalışmalarımız ile toplam 12 ödül kazanıldı:** Dolapta Ne Var kampanyası ile 2 Kristal Elma ve 1 AAwards, SuperFresh&Karaca Sosyal Lezzetler kampanyası ile 2 Brandverse Awards ve 1 Best of Sales Network Ödülü, Sürdürülebilirlik iletişim çalışmalarımız ile “Tarımın Kadın Yıldızları” projemizle 3 adet ödül (Kadın Dostu Markalar Uluslararası Farkındalık Ödüllerinde 1 adet Toplumsal Cinsiyet Eşitliği kategori ödülü ve MIXX ödüllerinde Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kampanyaları ile Sürdürülebilirlik Kampanyaları kategorilerinde 2 adet ödül), Topraktan Tabağa Sıfır Gıda Kaybı projemizle 1 Brandverse Awards, Blindlook projemiz ile 1 BoSa ve İşte O Patatesin Hikayesi kampanyası ile 1 Brandverse Awards

İhracat

SuperFresh, 5 kıtada 30’dan fazla ülkeye ihracat yapmaktadır. Başlıca ihracat pazarları arasında Irak, Kıbrıs, Azerbaycan, Yunanistan, Gürcistan, Avrupa, ABD, Orta Doğu ve Asya yer almaktadır. Türkiye ve dünyadaki gıda fuarlarına katılım sağlayarak dağıtım ağını genişletmektedir.

Yağ İş Birimi

Üretim

2 ülkede 3 fabrikadaki üretimlerimizle, farklı ihtiyaçlara cevap veren ürün portföyümüzü her geçen gün geliştiriyor, inovatif bir bakış açısıyla yenilikçi ürünlerimizi müşterilerimiz ile buluşturuyoruz.

Üretim süreçlerimizi yağ bileşiminin belirlenmesi, fazların hazırlanması, emülsiyon hazırlama ve kristalizasyon olarak detaylandırıyoruz. Ürünlerimizin üretimi tamamlandıktan sonra doğru koşullarda ambalajlanıp depolanmasını sağlıyor ve güçlü satış pazarlama ağıımız ile tüketicilerimize sunuyoruz.

Margarin, çeşitli yağların, su ve yağsız süt gibi malzemelerin karışımından oluşan ince kristalli bir besin maddesidir. Tamamen bitkisel kökenli yağlardan yapılır ve kase margarinlerin doymuş yağ içeriği zeytinyağı, ayçiçek yağı vb. sıvı yağlarla neredeyse aynıdır. Kolesterol ve trans yağ içermez. Paket margarinler yaklaşık %70, kase margarinler yaklaşık %60 yağ içeriğine sahiptir.

Türkiye’de üretilen margarinlerde genellikle palm, ayçiçeği, soya, pamuk, kanola ve türevleri gibi bitkisel yağlar kullanılmaktadır. Doğada bulunan yağların hiçbirisi, sızma zeytinyağı hariç, ham olarak tüketilemez. Çeşitli fiziksel ve kimyasal işlemler uygulanarak yenilebilir hale getirilir.

Margarin üretmenin sadece tek bir yolu yoktur ama süreç oldukça basit içeriklere sahiptir. Önce uygun olan yağ bileşimi belirlenir. Daha sonra bu bileşim, yağsız süt veya süt proteini, gerekli vitaminler ve su ile karıştırılarak istenilen lezzet ve besin değerleri sağlanır.

Satış ve Dağıtım

Yaygın ve güçlü yurt içi ve yurt dışı satış ağıımızla, ürünlerimizi müşterilerimizle ihtiyaç duyulan her an buluşturmayı hedefliyoruz. Tüketici ürünlerimizin satışlarını; geleneksel kanalda Yıldız Holding iştiraki Horizon, modern kanalda ise kendi organizasyon yapımız yürütmektedir. İkincil markalarımız Halk, Yayla ve Luna’nın geleneksel kanal satışlarını da kendi organizasyonumuz

sürdürüyor. Private Label ürünlerimiz Yıldız Holding grup şirketlerinden Yeni Teközel tarafından satılmaktadır.

Endüstriyel ürünlerin satışı Besler, pastacılık ve catering ürünleri G2M Eksper, ihracat ürünlerinin satışı ise Marsa satış organizasyonu tarafından gerçekleştirilmektedir.

İletişim Çalışmaları:

Ülker Bizim Yağ

Paket margarin pazarında en çok haneye giren ⁽²⁾ ve en sadık tüketiciye sahip Ülker Bizim Yağ, %34,6⁽¹⁾ ciro payı ile liderliğini sürdürmektedir.

- Türkiye'deki ilk ve tek hamur işi odaklı altın plakete sahip kanal olan "Hamur Bizim İşimiz", 100 milyonun üzerinde izlenme ve 1,5 milyon aboneye ulaştı.
- En prestijli reklam ve pazarlama iletişim kampanyalarının ödüllendirildiği Effie Türkiye Reklam Etkinliği Ödülleri'nde, Türkiye'nin en büyük FMCG YouTube kanalı "Hamur Bizim İşimiz" ile Ülker Bizim Yağ, Topluluk Yönetimi kategorisinde Altın Effie Ödülü'ne layık görüldü.
- IAB Türkiye tarafından düzenlenen Mixx Awards'ta ise "Hamur Bizim İşimiz" YouTube kanalı, rekabetin yoğun olduğu Markalı İçerik Kampanyaları kategorisinde Altın Mixx Ödülü'nün sahibi oldu.
- Instagram'da 558 bin takipçiye ulaşarak, FMCG gıda sektöründe en yüksek takipçi sayısına ve yüksek etkileşim oranına sahip marka konumunu korudu.
- Bizim Yağ'ın 30.yılına özel Migros çekiliş kampanyası düzenlenerek mağaza içi görünürlük ile desteklendi. Kampanya sonucunda Ulusal Kanal Pazar payında +3,8 puan kazanç elde edilmiştir.

Ülker Teremyağ

Kase margarin segmentinde pazar lideri konumunda bulunan Ülker Teremyağ markası, %59,8 ciro payına ulaşarak açık ara liderliğini sürdürmüş ve bu konumunu daha da güçlendirmiştir ⁽¹⁾.

- "İyi Yemeğin Sırrı" iletişim kampanyası kapsamında TV, dijital, radyo ve outdoor mecralarında tüketiciyle buluşuldu ve toplamda 1.425 GRP elde edildi. Sektörde bir ilke imza atılarak, reklam filminde mutfakta gençler, kadınlar ve erkekler gibi farklı hedef kitlelere yer verildi. Kampanya sonucunda %43 penetrasyon oranına ulaşarak, en çok haneye giren marka konumuna gelindi ⁽²⁾.
- Teremyağ, en yüksek marka arzusuna sahip marka olarak, kategorisinde tonaj bazında en fazla büyüme gösteren marka oldu ⁽³⁾.
- Teremyağ FMCG Gıda kategorisinde en yüksek etkileşime sahip 2.marka konumunu korumuştur.

- Effie Türkiye Reklam Etkinliği Ödülleri'nde, "Dönüştüren Lezzet" reklam kampanyası ile Ülker Teremyağ, Temel Gıda kategorisinde Bronz Effie Ödülü'ne ve Brandverse Awards 2025 Yeniden Doğanlar kategorisinde Gümüş Ödül'e layık görüldü.
- Ramazan döneminde Nefis Yemek Tarifleri (NYT) iş birliğiyle hazırlanan, her güne özel menü önerileri içeren strateji sayesinde, Teremyağ mart ayında Instagram'da Hızlı Tüketim / Gıda kategorisinde en yüksek performans skoruna ulaşan marka oldu ⁽⁴⁾.

(1) Nielsen, Margarin Raporu İndirim Marketleri Hariç Pazar, H1'25

(2) Ipsos Hane Tüketim Paneli, Margarin Raporu, MAT Haziran 2025

(3) Ipsos, BHT Raporu, H1 2025

(4) Boomsocial Raporu, Mart 2025

Yeni Kategori Lansmanı

Yağ kategorisinin dışında ilk kez yeni bir alana adım atılarak, sürme kategorisinde Ülker Sürmix Ekmeküstü markasıyla lansman gerçekleştirildi. Peynirli Çikolatalı ve Peynirli Ballı gibi yenilikçi lezzetlerle pazara farklı bir yaklaşım sunuldu. Ürünler, ulusal ve yerel zincirlerde dağılımla Türkiye genelinde tüketiciyle buluşturuldu. İndirim marketlerde ise farklı çeşit ve gramajlarda in&out uygulamalarıyla raflarda yer aldı. Tüm bu çalışmalar dijital iletişim destekleriyle pekiştirilerek, markanın tüketiciyle buluşması sağlandı.

Ev Dışı Tüketim

Ev Dışı Tüketim kanalında pastacılık yağları kategorisinde, geniş ürün portföyü, kullanım kolaylığı, yüksek lezzet performansı ve güçlü marka iletişimiyle "Ustam Pastacılık Yağları" pazar liderliğini sürdürmekte ve konumunu her geçen gün daha da güçlendirmektedir.

Bu liderliğimizi bir adım ileriye taşıyarak Ustam markamız altında geliştirilen yeni ürünümüz "Sade Yağlı Kruvasan"ı pazara sunuyoruz. Aynı zamanda Terem markamızda da kruvasan amaçlı yeni bir ürün geliştirerek turlamalı hamur kategorisinde iddiamızı artırıyoruz.

Tüm bu yeniliklerle birlikte, Ustam, Bizim Yağ ve Terem markalarımızın ev dışı tüketim portföylerini güçlendirmeye ve genişletmeye devam ediyoruz; profesyonellere daha fazla seçenek, daha fazla lezzet ve daha fazla güven sunuyoruz.

Araştırma ve Geliştirme Çalışmaları

Yağ kategorisinde öne çıkan lansmanlarımız:

- Ülker Sürmix (peynirli ballı ve peynirli çikolatalı),
- Ekonomi segmentinde Halk Kase 250gr ve Sabah Kase 250g

İhracat

TÜİK verilerine göre 2025 yılının ilk yarısında Marsa olarak Türkiye'nin yağ ihracatının %35'ini tek başımıza üstlendik. Beş kıtada 50'den fazla ülkeye ulaşarak küresel ölçekteki gücümüzü sürdürmeye devam ettik.

İhracat yaptığımız ülkeler arasında; komşu pazarlarımız Irak, Suriye ve Gürcistan'ın yanı sıra Avrupa, Orta Doğu, Asya ve Afrika'daki geniş bir coğrafya yer alıyor. Tüketici margarini kategorisinde 30 yılı aşkın süredir faaliyet gösterdiğimiz Irak ve Gürcistan'da "Ona" markamızla; Madagaskar'da ise yine tüketici margarini kategorisinde etkinliğimizi sürdürüyoruz. Ev dışı tüketim alanında ise; pastacılık kategorisinde Arnavutluk'ta, catering alanında ise Irak, Romanya ve Kazakistan'da pazar lideriyiz.

Bulgaristan pazarında ise catering, pastacılık ve tüketici ürünleri kategorilerinde %15'lik bir büyüme elde ederken, Türkiye çıkışlı ihracatımız baz alındığında pazar payımız %11 oranında artış gösterdi. Afrika kıtasında toplam ihracatın %70'ini iştirakimiz Marsa ile gerçekleştirirken; Libya ve Mısır pazarlarında endüstriyel, tüketici ve pastacılık kategorilerinde Türkiye ihracatının %60'ına tek başımıza imza atıyoruz.

2025 yılı itibarıyla, Gürcistan'da hızla büyüyen kase margarin pazarına inovatif bir ürünle güçlü bir giriş yaptık. Yeni Ona Kase ürünümüzü pazara sunduk ve kısa sürede ülke genelinde 100'ün üzerinde satış noktasında aktif hale getirdik. Bu atılım, hem tüketici alışkanlıklarını dönüştürme hem de kategoriye yeniden şekillendirme vizyonumuzun somut bir göstergesi oldu.

Türkiye'nin en büyük margarin ihracatçısı olarak, 2025'in ilk yarısında dağıtım ağıımızı yeni müşterilerle genişletmek ve küresel pazardaki gücümüzü pekiştirmek amacıyla sektörün en prestijli fuarlarında yer aldık. Gulfood Dubai, Prodexpo Moskova ve Senegal Agrifood gibi uluslararası etkinliklerde geniş ürün portföyümüzü sergileyerek 10'dan fazla yeni müşteri portföyümüze kattık ve ihracat kapasitemizi daha da büyüttük.

VIII. ÜST YÖNETİM

Grup'un üst düzey yöneticileri ve görevleri aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Mert Altınkılınç	CEO	Dondurulmuş Gıda ve Konserve İş Birimi, Yağ İş Birimi
Gülizar Öcal Doğan	CMO	Dondurulmuş Gıda ve Konserve İş Birimi, Yağ İş Birimi
Özhan Nuri Özesenli	COO	Dondurulmuş Gıda ve Konserve İş Birimi, Yağ İş Birimi
Ufuk Kasar	CFO	Dondurulmuş Gıda ve Konserve İş Birimi, Yağ İş Birimi
Utku Ünal	CCO	Dondurulmuş Gıda ve Konserve İş Birimi
İlgin Hasırcıoğlu	Genel Müdür	Donuk Fırıncılık Ürünleri
Ali Ertuğrul Yemiş	Satış ve Ticari Pazarlama Direktörü	Yağ İş Birimi
Akif Yiğit	İhracat Direktörü	Yağ İş Birimi
Engin Aksoy	İşletmeler Direktörü	Yağ İş Birimi
Hamide Güven Şen	İnsan Kaynakları Direktörü	Dondurulmuş Gıda ve Konserve İş Birimi, Yağ İş Birimi, Donuk Fırıncılık Ürünleri
Hatice İçeli	Ar-Ge Direktörü	Yağ İş Birimi
Kerem Çetin	Ar-Ge Direktörü	Dondurulmuş Gıda ve Konserve İş Birimi, Donuk Fırıncılık Ürünleri
Nejla Yılmaz Eker	Kalite Direktörü	Yağ İş Birimi
Uğur Tendik	Satış Direktörü	Yağ İş Birimi
Aytül Tunalı	Kıdemli Kalite Müdürü	Dondurulmuş Gıda ve Konserve İş Birimi
Mehmet Ekiz	İş Geliştirme Kıdemli Müdürü	Dondurulmuş Gıda ve Konserve İş Birimi, Yağ İş Birimi, Donuk Fırıncılık Ürünleri
Egemen Hopalı	Bilgi Teknolojileri Müdürü	Dondurulmuş Gıda ve Konserve İş Birimi, Yağ İş Birimi, Donuk Fırıncılık Ürünleri
Korcan Aydın	Sürdürülebilirlik Müdürü	Dondurulmuş Gıda ve Konserve İş Birimi, Yağ İş Birimi, Donuk Fırıncılık Ürünleri

IX. RİSK YÖNETİM POLİTİKALARI

İç Kontrol

Besler, faaliyetlerini etkin bir şekilde yönetmek, riskleri minimize etmek ve hedeflerine ulaşmak için iç kontrol sistemi oluşturmuştur. Bu sistem, Şirket'in varlık ve bilgi bütünlüğünü korumak, operasyonel etkinliği artırmak, yasal düzenlemelere uygunluğu sağlamak amaçları doğrultusunda tasarlanmıştır. İç kontrol sistemi, Yıldız Holding bünyesinde kurulu olan İç Denetim Başkanlığı tarafından; operasyonel süreçler, mali raporlama, risk yönetimi ve uyumluluk gibi alanlarda düzenli olarak değerlendirilmektedir. İç Denetim Başkanlığı, iç kontrol sistemlerine ilişkin yaptığı analiz ve değerlendirmelere ek olarak Besler üst yönetimine geliştirme önerileri de sunmaktadır. İç Denetim Başkanlığı, yapmış olduğu çalışmaların sonuçlarını yılda dört kere Besler Denetim Komitesi ile paylaşmaktadır.

Risk Yönetimi

Risk yönetimi süreçleri ile belirlenen riskler, nicel ve nitel olarak belirlenen ölçüm kriterleri kullanılarak, Şirketin sürdürülebilir performansı için hayati önem taşıyan risk yönetimi stratejileri kapsamında, uluslararası standartlara uygun yazılı risk politikaları ve Şirket'in kurumsal risk alma iştahı doğrultusunda sistematik olarak izlenmekte ve ölçülmektedir. Bu süreçler hem şeffaflığı artırmakta hem de alınan yatırım ve işletme kararlarında risklerin daha sistematik bir biçimde değerlendirilmesini sağlamaktadır.

Şirket faaliyetleri kapsamında alınacak veya halihazırda alınmış olan kararları etkileyen ve şirketin varlığını, gelişimini ve sürekliliğini tehlikeye düşürecek her türlü riskin, risk sahipleri ile birlikte tespiti, gerekli önlem ve aksiyonların planlanarak uygulanması, risklerin bir yönetim sistemi dâhilinde koordineli bir şekilde yönetilmesinin sağlanması, gözden geçirilmesi ve Üst Yönetime raporlanması amacıyla Şirket genelinde ilgili kurumsal risk yönetimi çalışmalarının gerçekleştirilmesi, faaliyetlerini Mali İşler Direktörlüğü'ne bağlı olarak yürüten Yatırımcı İlişkileri ve Risk Yönetim Müdürlüğü tarafından gerçekleştirilmektedir. Üst düzey yöneticiler, kendi iş fonksiyonlarına veya organizasyonlarına ilişkin risklerin yönetiminden, söz konusu risklerin aksiyon planları çerçevesinde etki ve olasılıklarının azaltılması amacıyla gerekli aksiyonların alınması ve takibinden sorumludur. Şirket genelinde uygulanmakta olan kurumsal risk yönetimi sisteminin tesis edilmesi, gelişiminin sağlanması, etkin bir şekilde işleyişinin gözlemlenmesi ve takip edilerek Yönetim Kuruluna raporlanması faaliyetleri ise Besler Riskin Erken Saptanması Komitesi tarafından gerçekleştirilmektedir.

X. ÖZET KONSOLİDE MALİ TABLOLAR VE HİSSE SENEDİ PERFORMANSI

ÖZET KONSOLİDE BİLANÇO (TL)

	Bağımsız Denetimden Geçmemiş Cari Dönem	Bağımsız Denetimden Geçmiş Önceki Dönem
	30 Haziran 2025	31 Aralık 2024
VARLIKLAR		
Dönen Varlıklar	19.744.809.904	19.073.298.285
Duran Varlıklar	12.987.566.642	13.363.200.998
TOPLAM VARLIKLAR	32.732.376.546	32.436.499.283
KAYNAKLAR		
Kısa Vadeli Yükümlülükler	13.936.427.343	13.769.690.496
Uzun Vadeli Yükümlülükler	4.294.630.736	4.122.447.622
Toplam Özkaynaklar	14.501.318.467	14.544.361.165
TOPLAM KAYNAKLAR	32.732.376.546	32.436.499.283

ÖZET KONSOLİDE GELİR TABLOSU (TL)

	Sınırlı Bağımsız Denetimden Geçmiş Cari Dönem	Sınırlı Bağımsız Denetimden Geçmiş Önceki Dönem
	1 Ocak – 30 Haziran 2025	1 Ocak – 30 Haziran 2024
Hasılat	13.791.407.030	14.666.566.842
Brüt kar	3.363.454.507	3.135.071.875
Brüt kâr marjı	%24,39	%21,38
Faaliyet karı (*)	1.330.555.084	1.100.394.714
Faaliyet kâr marjı	%9,65	%7,50
FAVÖK	1.706.898.228	1.469.296.131
FAVÖK marjı	%12,38	%10,02

(*) Esas faaliyetlerden diğer gelir ve giderler öncesi faaliyet karıdır.

Hisse Senedi Performansı

Borsa İstanbul'da BESLR kodu ile işlem gören hisse senetlerinin 30 Haziran 2025 tarihli kapanış fiyatı 13,51 TL olmuştur. Hisse senetleri BIST GIDA, İÇECEK / BIST TÜM / BIST 500 / BIST BURSA / BIST YILDIZ / BIST SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK / BIST SINAİ / BIST TÜM-100 endekslerine dahildir.

XI. ESAS SÖZLEŞME DEĞİŞİKLİKLERİ

Şirketimiz Yönetim Kurulu'nun 27 Aralık 2024 tarihli kararı uyarınca; şirket unvanının, "Besler Gıda ve Kimya Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi" olarak değiştirilmesine ve şirketimiz esas sözleşmesinin, "Şirketin Unvanı" başlıklı 3. maddesinin tadiline karar verilmişti. Şirketimiz Esas Sözleşmesinin 3. maddesinde yapılması planlanan değişikliğe uygun görüş verilmesi talebiyle 30 Aralık 2024 tarihinde Sermaye Piyasası Kurulu'na yaptığımız başvurumuz Sermaye Piyasası Kurulu'nun 27 Ocak 2025 tarih ve E-29833736-110.03.03-66880 sayılı yazısı ile onaylanmıştır. Hemen akabinde esas sözleşme değişikliğine uygun görüş verilmesi talebiyle Ticaret Bakanlığı İç Ticaret Genel Müdürlüğüne yaptığımız başvurumuz, Ticaret Bakanlığının 10 Şubat 2025 tarih ve E-50035491-431.02-00106063234 sayılı yazısı ile onaylanmıştır.

Şirketimiz Esas Sözleşmesinin 3. maddesinde yapılması planlanan değişiklik 8 Mayıs 2025 tarihli 2024 Yılı Olağan Genel Kurul toplantısında kabul edilmiştir. Şirketimizin 8 Mayıs 2025 tarihli Olağan Genel Kurul kararlarının 15 Mayıs 2025 tarihinde tescil ve ilan edilmesiyle birlikte; Şirketimizin ticaret unvanı "BESLER GIDA VE KİMYA SANAYİ VE TİCARET ANONİM ŞİRKETİ" olarak değiştirilmiştir.