

HAZİRAN 2025



BESLER

YATIRIMCI
SUNUMU

SuperFresh

ÜLKER
Bizim
yağ

ÜLKER
TEREM YAG

DFU
DONUK FIRINCILIK ÜRÜNLERİ

ONA

USTAM
PASTANELİK ÜRÜNLERİ

LUNA

İÇİNDEKİLER

- ✓ Bir Bakışta Besler
- ✓ Dondurulmuş ve Konserve İş Birimi ve Pazara Genel Bakış
- ✓ Yağ İş Birimi ve Pazara Genel Bakış
- ✓ Sürdürülebilirlik
- ✓ 30.06.2024 Finansal Bilgileri



BESLER

BİR BAKIŞTA BESLER

SuperFresh

ÜLKER
Bizim
yağ

ÜLKER
TEREM YAĞ

DFU®
DÖNÜK FIRINCILIK ÜRÜNLERİ

ONA

USTAM
PASTACILIK ÜRÜNLERİ

LUNA

BESLER | Misyon, Vizyon, Değerlerimiz



Misyon

Her eve güvenilir ve kaliteli gıda ulaştırmak için çalışıyoruz; insanların yaşam kalitesini artırmayı ve sofralara değer katmayı amaçlıyoruz.



Vizyon

Sürdürülebilirliği odağına alarak, **güvenilirliği ve liderliğiyle geleceğe ilham veren bir gıda şirketi olmak**

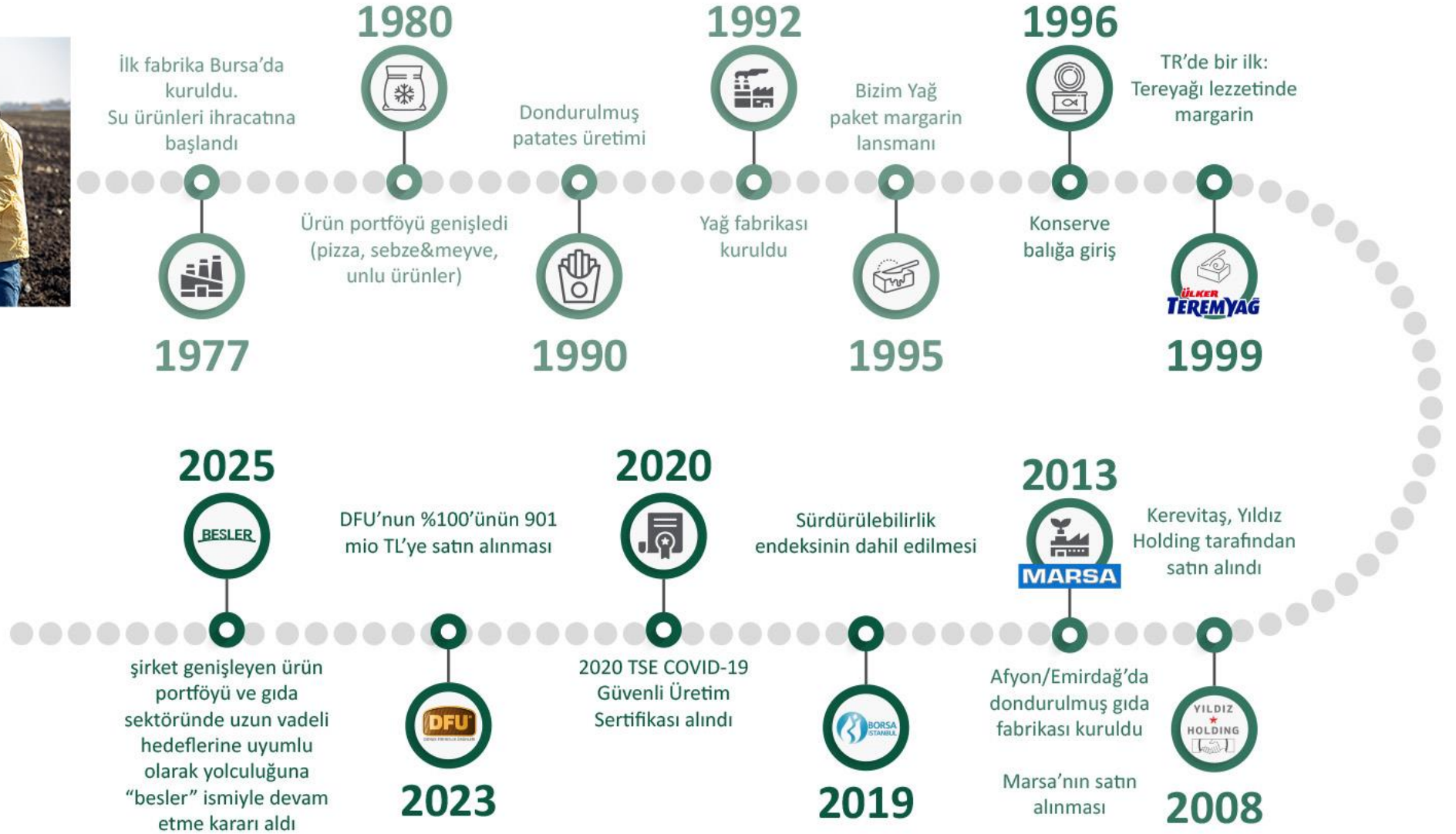


Değerlerimiz

- Birlikte çalışıyor, birlikte üretiyoruz
- Erişilebilir, kaliteli ve güvenilir gıdaya herkesin ulaşması için çalışıyoruz.
- Sürdürülebilirlik işimizin doğasında var.
- Lider markalarımızla sektörün büyümesine öncülük ediyoruz.
- Entegre iş modelimizle inovasyonu önceliklendiriyoruz.
- Rekabet gücümüzü insan odaklı kültürümüzle pekiştiriyoruz.



40 farklı kategoride yaklaşık 1.500 ürün ve 57 marka ile gıda sektöründe öncü olmaya devam ediyoruz.



F
AMOUS
BRANDS

(Bilinen Markalar)



R
EORGANIZED
STRUCTURE

(Yenilenen
Organizasyonel Yapı)



E
FFECTIVE
PRODUCTION
PROCESS

(Etkili
Üretim Süreçleri)



S
YNERGY
POWER

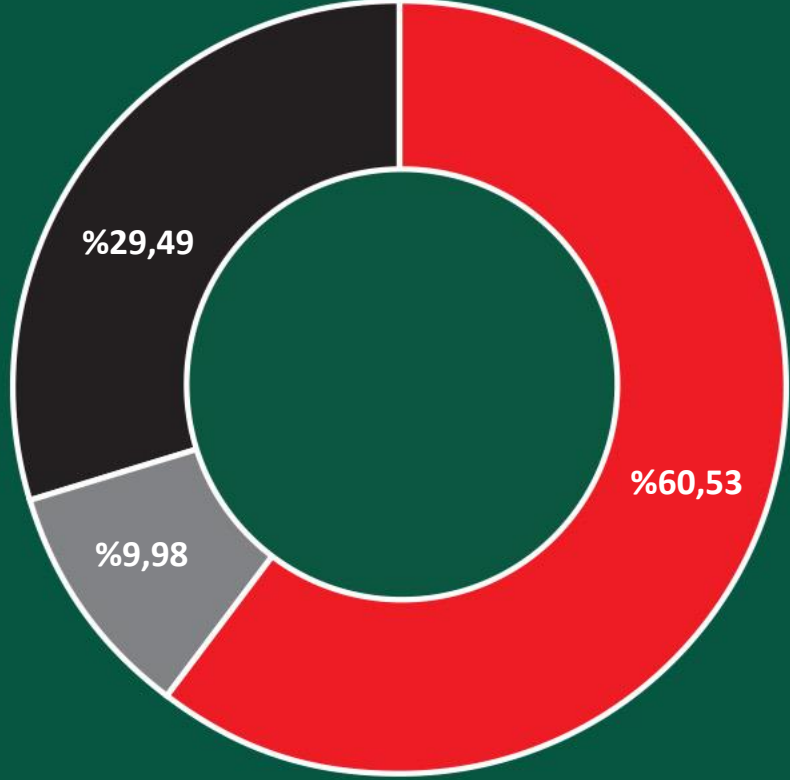
(Sinerji Gücü)



H
IGH
LEVEL of
INNOVATION

(Yüksek İnovasyon
Kapasitesi)





■ Yıldız Holding ■ Murat Ülker ■ Diğer

Fiili Dolaşımdaki Pay Oranı: 27,33%



**300'den fazla
marka**



**5 kıtada ulaşılan
4 milyar insan**



**Türkiye'nin
her noktasındaki
perakende
şirketler**



**80 bin
çalışan**



**21'i yurt dışında
olmak üzere toplam
46 fabrikada**
bisküviden çikolataya,
dondurulmuş gıdadan
ambalaja kadar geniş bir
yelpazede üretim

Besler (Kurtköy)

Açılış Yılı: 1992

Üretilen Ürün Kategorileri:

Tüketici margarin,
catering/pastacılık,
endüstriyel, yemeklik yağlar

Kapalı Alan: 40.468 m²

Toplam Alan: 60.992 m²

Üretim Kapasitesi: 220.000 Ton

Besler (Bursa)

Açılış Yılı: 1972

Üretilen Ürün Kategorileri:

Dondurulmuş Unlu mamuller, Dondurulmuş Et ürünleri,
Dondurulmuş Kaplamalı Ürünler, Konserve ton balığı,
Konserve Sebze ürünleri

Kapalı Alan: 43.000 m²

Toplam Alan: 132.000 m²

Üretim Kapasitesi: 66.720 Ton

Donuk Fırıncılık (Dudullu/İstanbul)

Açılış Yılı: 2014

Üretilen Ürün Kategorileri:

Donuk Unlu Mamuller

Kapalı Alan: 10.980 m²

Toplam Alan: 18.010 m²

Üretim Kapasitesi: 14.300 Ton

Besler (Afyon Emirdağ)

Açılış Yılı: 2013

Üretilen Ürün Kategorileri:

Dondurulmuş Kızartmalık Parmak Patates ürünleri,
Dondurulmuş Sebze-Meyve ürünleri, Dondurulmuş Kaplamalı Ürünler

Kapalı Alan: 33.000 m²

Toplam Alan: 272.000 m²

Üretim Kapasitesi: 96.824 Ton

Marsa (Adana)

Açılış Yılı: 1947

Üretilen Ürün Kategorileri:

Tüketici margarin, catering/pastacılık,
endüstriyel, yemeklik yağlar

Kapalı Alan: 48.180 m²

Toplam Alan: 88.480 m²

Üretim Kapasitesi: 225.000 Ton



Western Foods (Brunei)

Açılış Yılı: 2017

Üretilen Ürün Kategorileri:

Tüketici margarin, catering/pastacılık,
endüstriyel, yemeklik yağlar

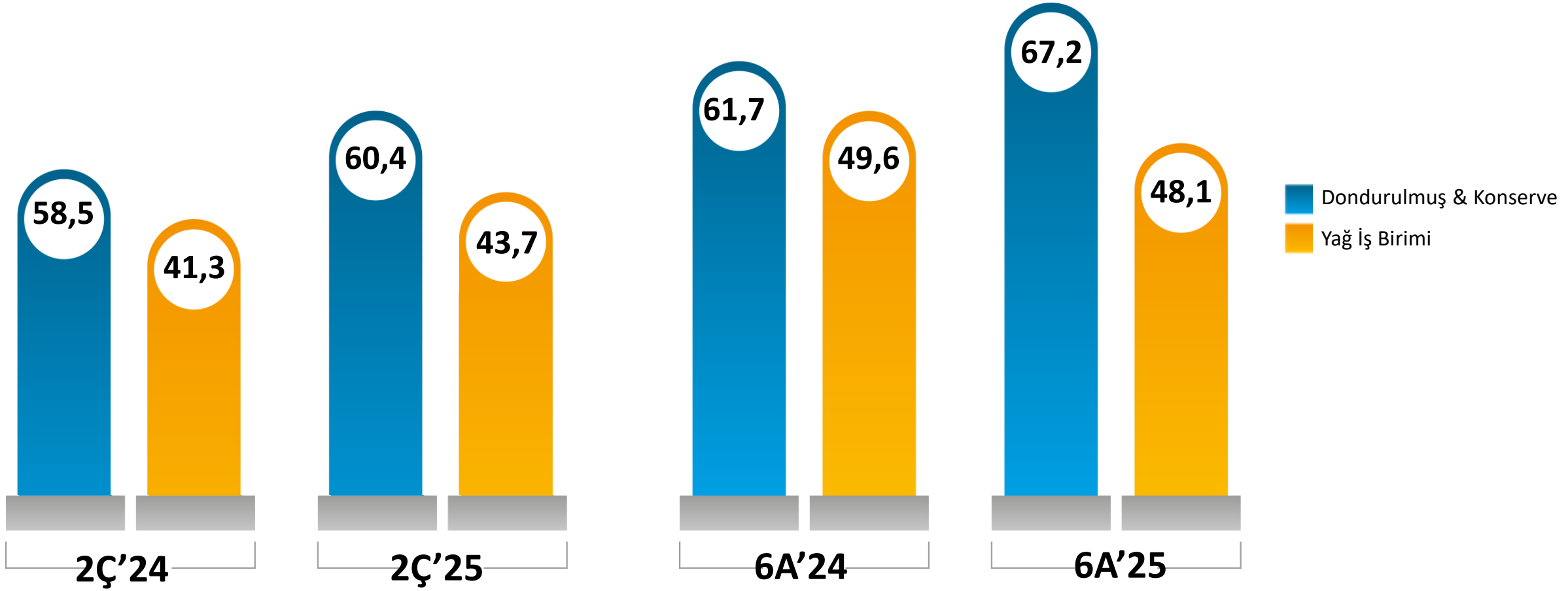
Kapalı Alan: 6.000 m²

Toplam Alan: 20.000 m²

Üretim Kapasitesi: 60.000 Ton

KAPASİTE KULLANIM ORANLARI (%)

BESLER



1

PERAKENDEDE
PAZARIN ÜSTÜNDE
BÜYÜMEYE DEVAM
ETTİK

2

İLETİŞİM İLE MARKA
GÜCÜMÜZÜ ARTIRDIK

3

BESLER OLDUK

4

SATIŞ NOKTASINDA
DAHA AKTİFİZ

5

ZİRAİ ÜRÜNLERİMİZDE
HASATI SAHİPLENDİK

6



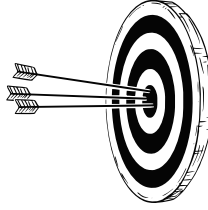
DİJİTALDE
LİDERLİĞİMİZ
GÜÇLENİYOR

7



KAPSAYICILIK ve
ÇEŞİTLİLİKLE İLKLERLE
BÜYÜYORUZ

8



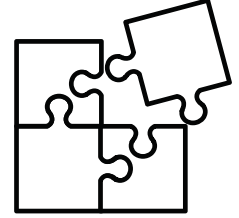
TASARRUF ETTİK

9



BAKE OFF İŞİMİZİ
BÜYÜTTÜK

10



İNOVASYON BÜYÜMEYE
DEVAM ETTİK

BESLER

DONDURULMUŞ VE KONSERVE İŞ BİRİMİ

1

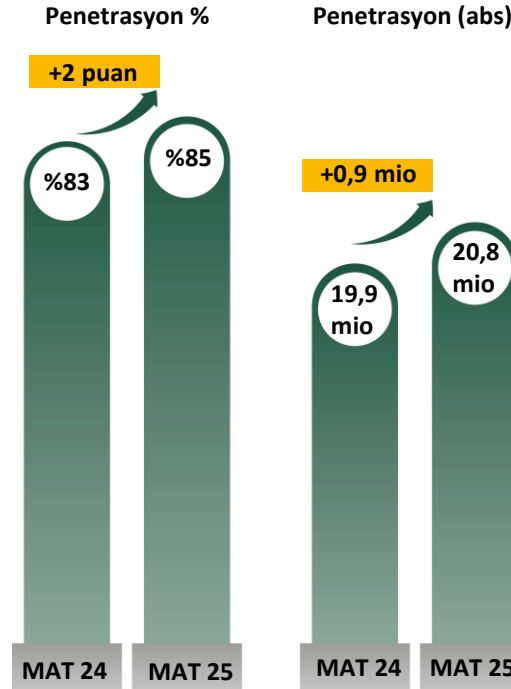
SON 12 AYDA
33,8 MİLYAR CİRO*

%71,8

CİRO
BÜYÜMESİ

2

YÜKSEK
PENETRASYON ARTIŞI**



3

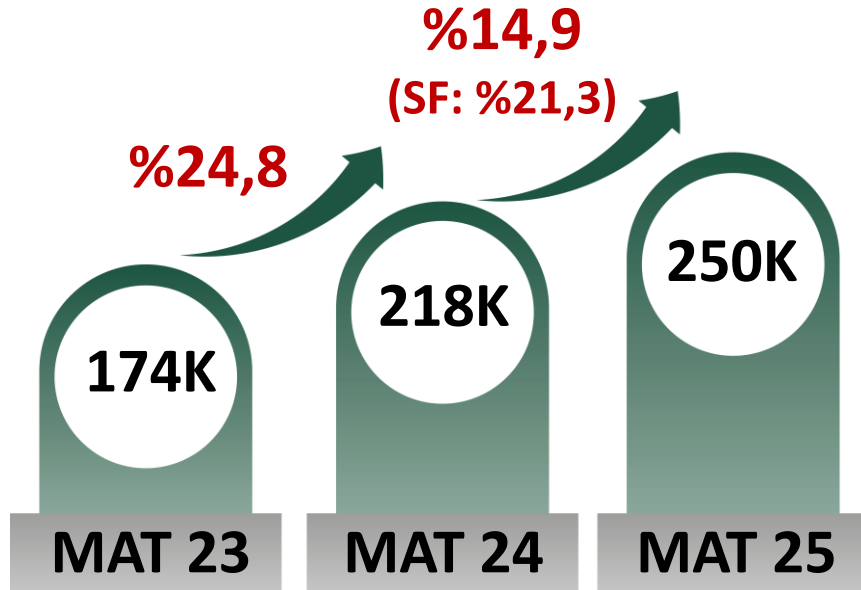
YENİLİKLE BÜYÜYEN
KATEGORİ

+400

SKU

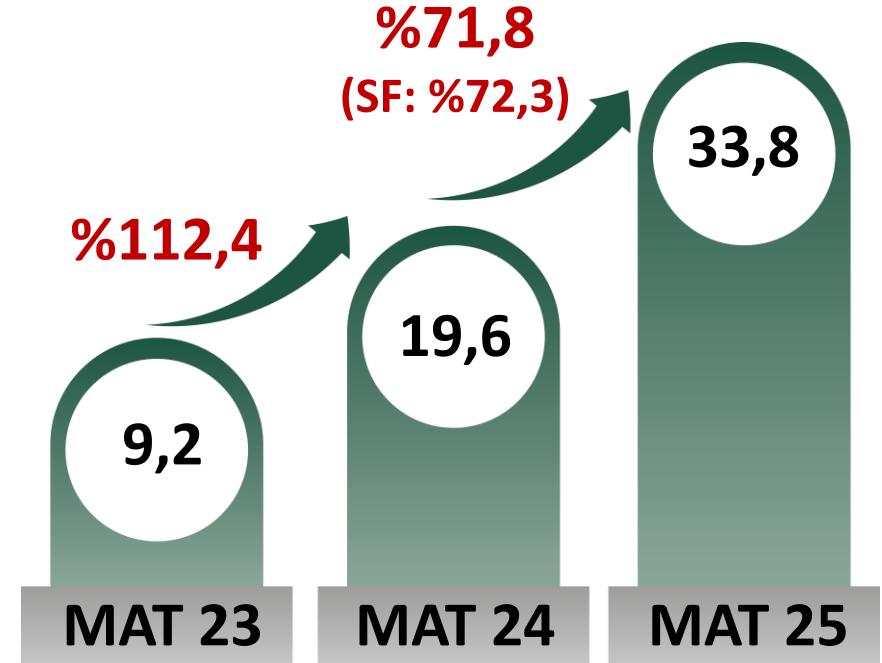
PERAKENDE PAZAR TONAJI (Ton)

Son 36 ayda **+76 bin ton büyüme** gösteren pazar, 2025 MAT döneminde geçen seneye göre **%15 büyüme** göstermiştir.

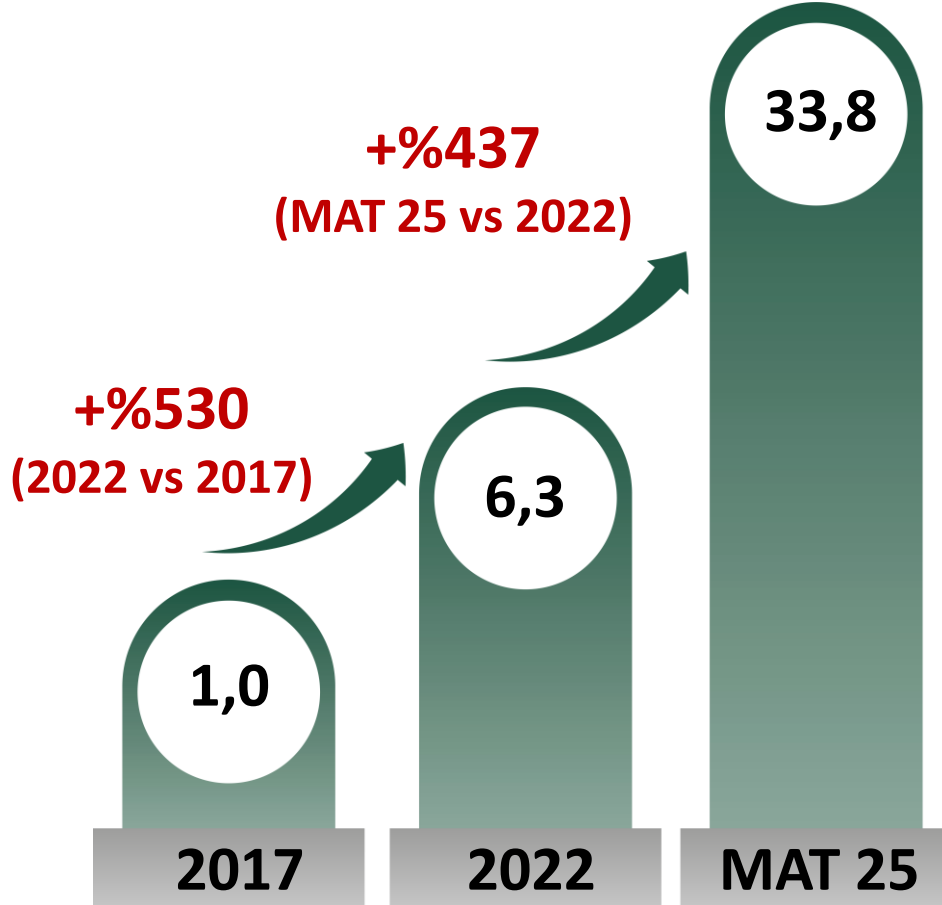


PERAKENDE PAZAR CİROSU (Milyar TL)

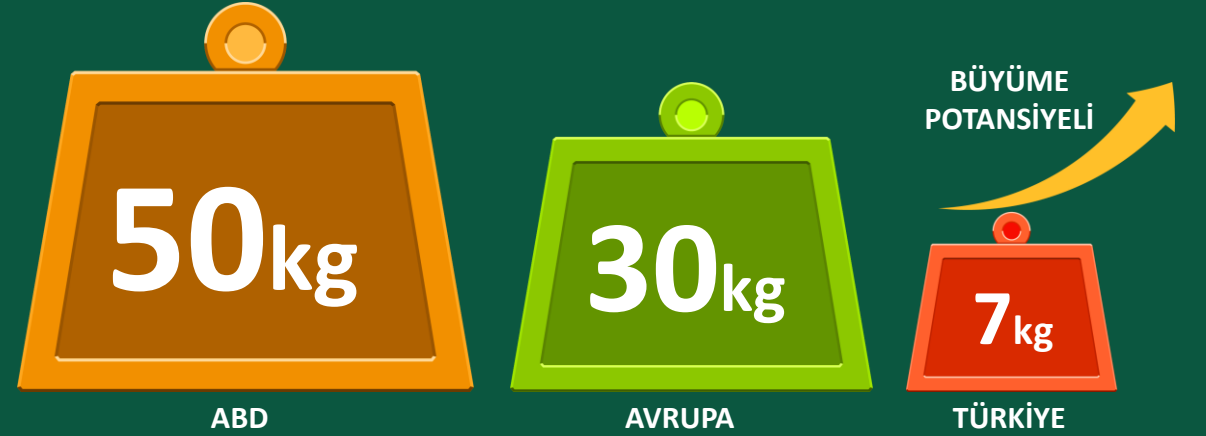
Son 36 ayda değeri **x3 kat artan** pazarın, 2025 MAT döneminde geçen seneye göre **%72 büyüme** göstermiştir.



TAZE DONDURULMUŞ GIDA PAZARI CİRO BÜYÜKLÜĞÜ (MİLYAR TL)



KİŞİ BAŞI YILLIK DONDURULMUŞ GIDA TÜKETİMİ

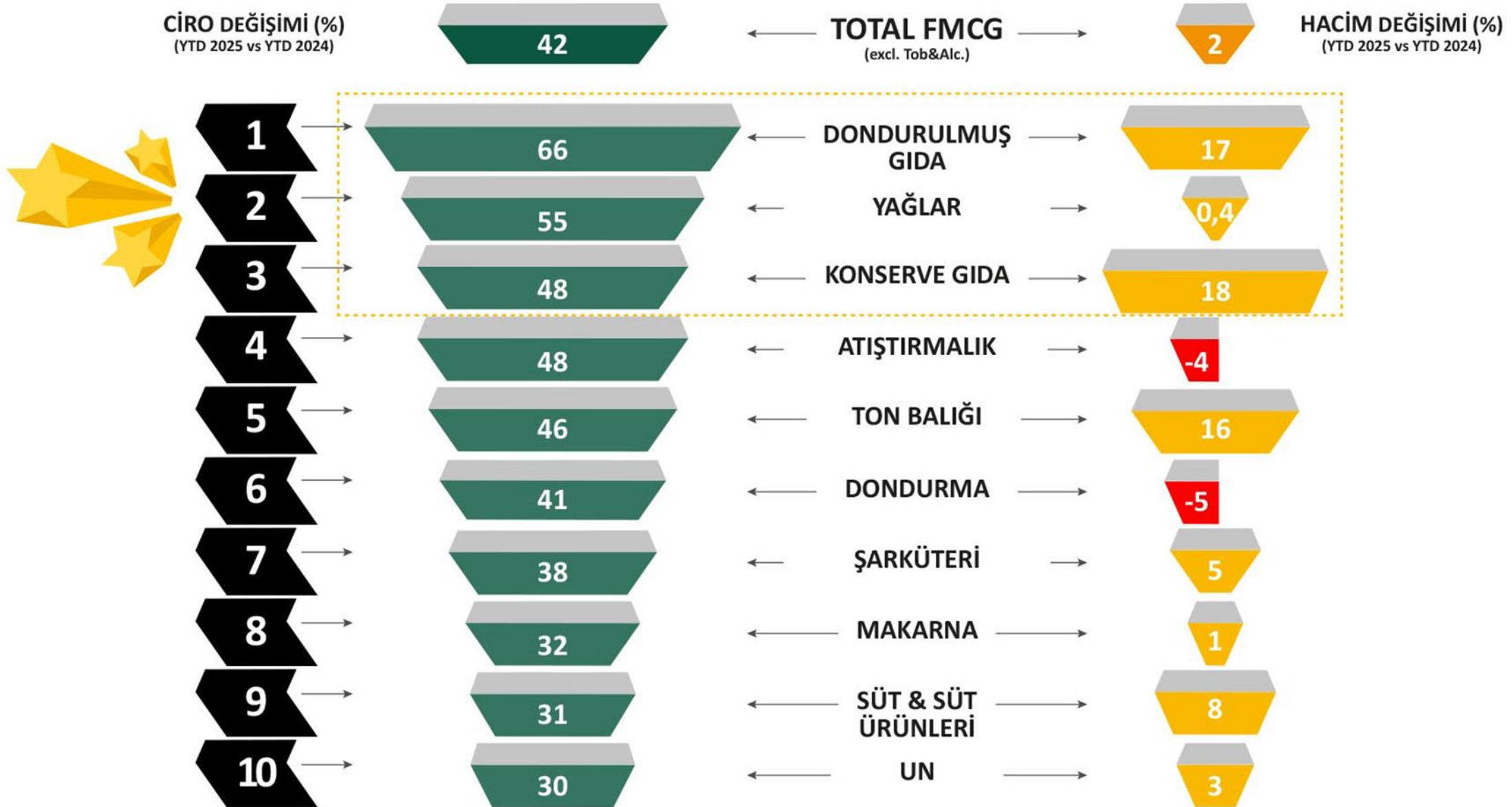


Global veriler, pazarın daha da büyüyeceğini gösteriyor!

**Türkiye'nin kullanımı
2019'dan bu yana 4 katına çıktı!**

EN ÇOK BÜYÜYEN GIDA KATEGORİLERİNDE DONDURULMUŞ GIDA & TON BALIĞI ZİRVEDE!

BESLER

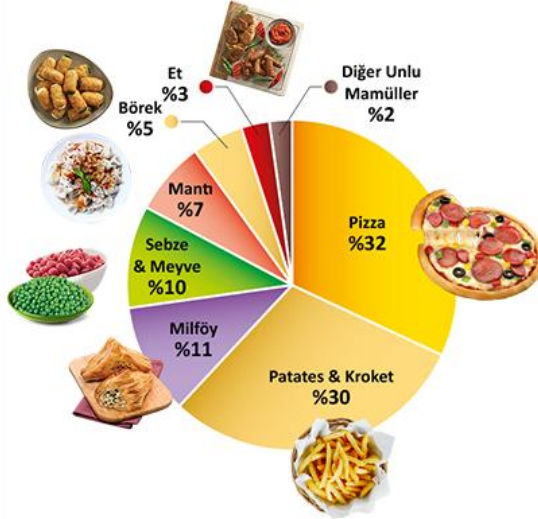


KATEGORİNİN KURUCUSU VE LİDERİ



Markalı ürünler pazarında,
%38 ciro
pazar payı ile
Dondurulmuş
Gıda'da açık ara lider*

EN GENİŞ ÜRÜN/ÇÖZÜM PORTFÖYÜNE SAHİP



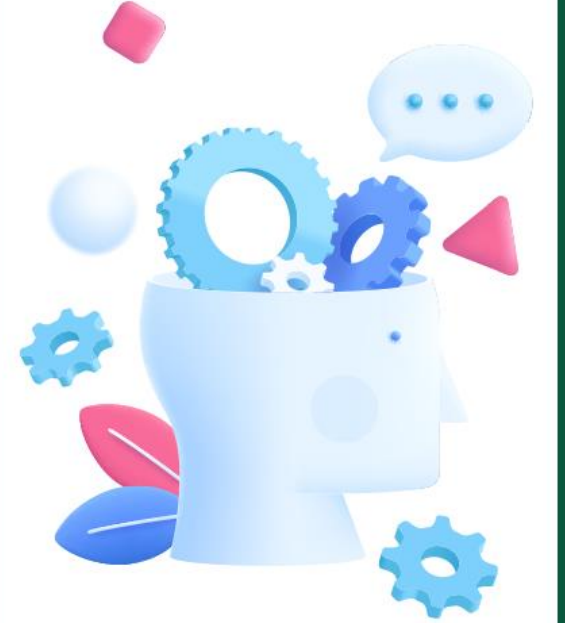
**12 alt kategori
& 400+ ürün**
Pazarda çığır açan ürünlerle
sektöre yön veren**

EN ÇOK HANEYE GİREN



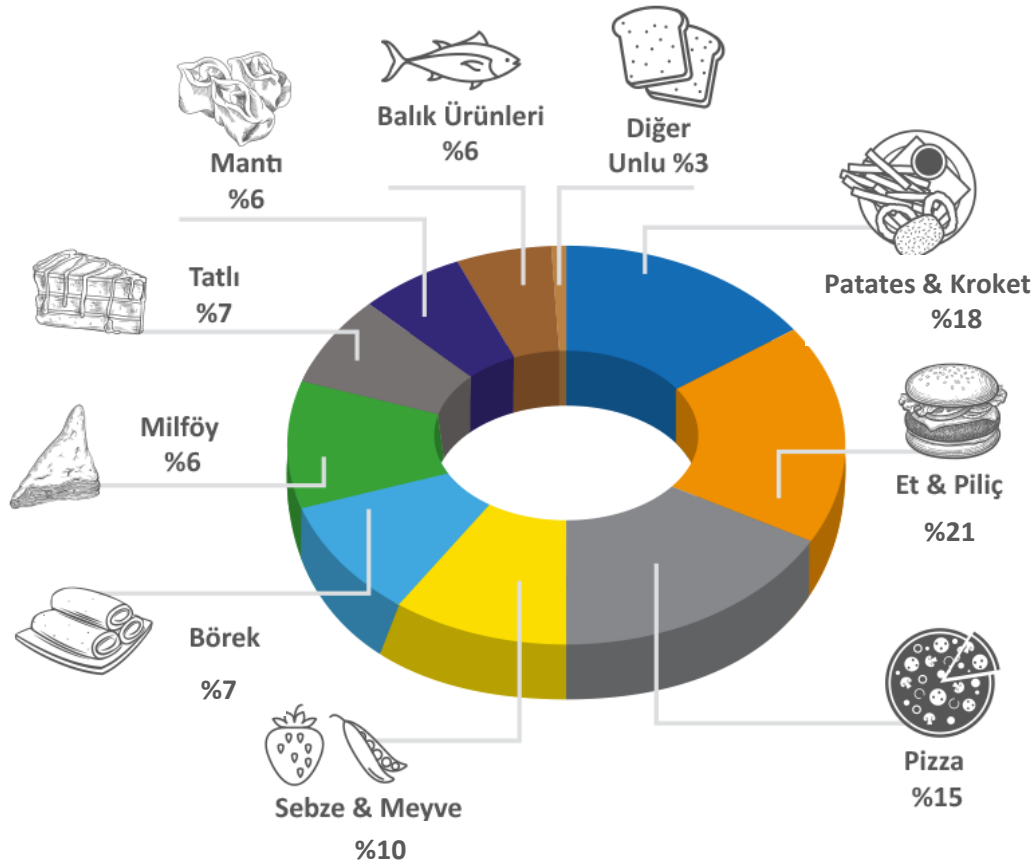
%37 ile
en yüksek hane
penetrasyonuna
sahip marka***

GÜÇLÜ MARKA BİLİNİRLİĞİNE SAHİP



%100
marka bilinirliği

KATEGORİ CİRO AĞIRLIKLARI, %



TÜM ANA KATEGORİLERDE ÜRÜNÜ BULUNAN,
EN GENİŞ PORTFÖYE SAHİP MARKA



ÇEŞİTLİLİK İLE DAHA ÇOK HANE ERİŞİM FIRSATI

BESLER

- ✓ Toplam kategoride **+3 puan** (0,9 mio yeni hane) penetrasyon artışı!
- ✓ Et ürünleri & Milföy, dondurulmuş gıda kategorisinde en çok hane kazandıran segmentler!
- ✓ Superfresh **+4 puan** (1,2 mio yeni hane) penetrasyon artışı!



SUPERFRESH, TÜM ODAK
KATEGORİLERİNDE
MARKALI LİDERDİR!

38

TOPLAM PAZAR PAYLARI

İnd. Mar. Hariç Pazar

8

7

6

5

4

SuperFresh

Rakip 1

Rakip 2

Rakip 3

Rakip 4

Rakip 5

ODAK: UNLU ÜRÜNLER

STRATEJİK: PATATES & KROKET

Segment
Ciro Payı %

33,3

(-3,8)

SuperFresh

PİZZA

26,3

(+4,1)

SuperFresh

MANTI

31,8

(+3,8)

SuperFresh

MİLFÖY

47,3

(+5,6)

SuperFresh

KROKET

27,5

(+4,2)

SuperFresh

PATATES

DONDURULMUŞ GIDANIN EN SEVİLEN MARKASI SUPERFRESH!

BESLER

Türkiye'nin Lovemark'ları 2024 Araştırması sonuçlarına göre SuperFresh, Türkiye'nin **EN SEVİLEN DONDURULMUŞ GIDA MARKASI** seçildi.
Bu gurur ve bu lezzet hepimizin.



SUPERFRESH, KATEGORİDEKİ ÖNCÜ İLETİŞİMLERİ İLE 2025 İLK YARISINDA **12 ADET ÖDÜLÜN** SAHİBİ OLDU!



**DOLAPTA
NE VAR?**



Sosyal Lezzetler'e 2 Ödül
Patatesin Hikayesi
Topraktan Tabığa



**DOLAPTA
NE VAR?**



Sosyal Lezzetler
& Blindlook



İLK KEZ SATIŞ ODAKLI 360 BİR KAMPANYA HAYATA GEÇİRİLEREK TÜM ZAMANLARIN EN YÜKSEK PERAKENDE SATIŞ REKORU KIRILDI!



+%40
TONAJ ARTIŞI



+3 Puan
HANE PENETRASYON
ARTIŞI



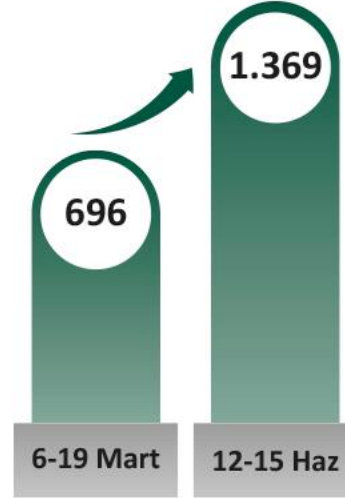
REKLAM FİLMİMİZ
+158
MİLYONDAN
DAHA FAZLA İZLENDİ

**DOLAPTA
NE VAR?**

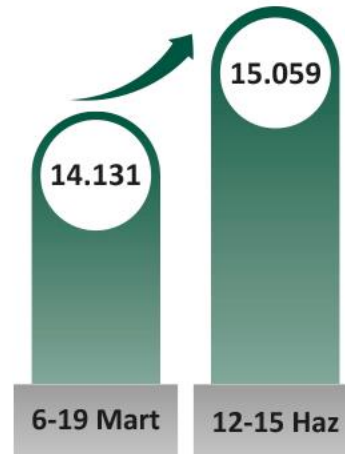


SuperFresh®

KATEGORİDE BİR İLK! SOSYAL SORUMLULUK PROJESİ İLK KEZ SOMUT BİR ÜRÜNE DÖNÜŞTÜ:
"TARIMIN KADIN YILDIZLARI'NIN EMEĞİYLE EGE'DEN HASAT BEZELYE"



x2
BEZELYE
GÜNLÜK ÇIKIŞ
ADETİ



AFİŞ DÖNEMİ
%7
ORANINDA
BÜYÜME

Ulusal kanalda tüm zamanların en yüksek tonaj pazar payı:

%10,5



TÜRKİYE'DE İLK DONDURULMUŞ GIDA AR-GE MERKEZİNE SAHİP MARKA



2017 yılında kuruldu.
Ar-Ge
merkezlerinden
özel firmalara
birçok kurum ile
toplamda
150'den fazla
iş birliği

Ürün, ambalaj,
makine ve ziraat
Ar-Ge birimleri
Yeni ürün geliştirme,
ürün iyileştirme,
süreç geliştirme ve
iyileştirme çalışmaları



İŞ BİRLİĞİ YAPILAN TOPLAM 150 KURUM

YÜRÜTME AŞAMASINDAKİ AVRUPA BİRLİĞİ PROJELERİ



Smart Agriculture Fields in the European Region (SAFER)

Tarım alanlarındaki gıda zincirinde ortaya çıkan sorunlara çözüm aramak ve işbirliği ağlarını güçlendirmek amacıyla yapılan proje, drone teknolojisi ile bitkisel hastalık ve zararlıların erken teşhis edilmesini sağlayacaktır.

Projenin başarılı bir şekilde entegre edilmesiyle birlikte, ürün kalitesinde %20 artış ve ürün verimliliğinde %15 iyileşme hedeflenirken; iş gücü dahil olmak üzere kaynak kullanımında %40 azalma öngörülmektedir. Bu projemiz ile inovasyon ve sürdürülebilirlik Ar-Ge projelerini fonlayan Avrupa İnovasyon ve Teknoloji Enstitüsü'nden (EIT Food) 2,8 milyon Euro destek almaya hak kazanılmıştır.

YENİ ÜRÜN LANSMANLARI İLE BÜYÜMEYİ SÜRDÜREN SUPERFRESH

BESLER

2025 YILININ İLK 6 AYINDA YENİ ÜRÜN LANSMANLARIMIZ İLE
732 TON & 235 MİLYON TL DEĞERE ULAŞTIK



YENİ KONUMLANDIRMA



İLETİŞİM ÇALIŞMALARI

Sektör Dergilerinde ve Basında Görünürlük Çalışmaları



YENİ ÜRÜN LANSMANI

Büyük Boy Kruvasan Lansmanı



BESLER

YAĞ İŞ BİRİMİ



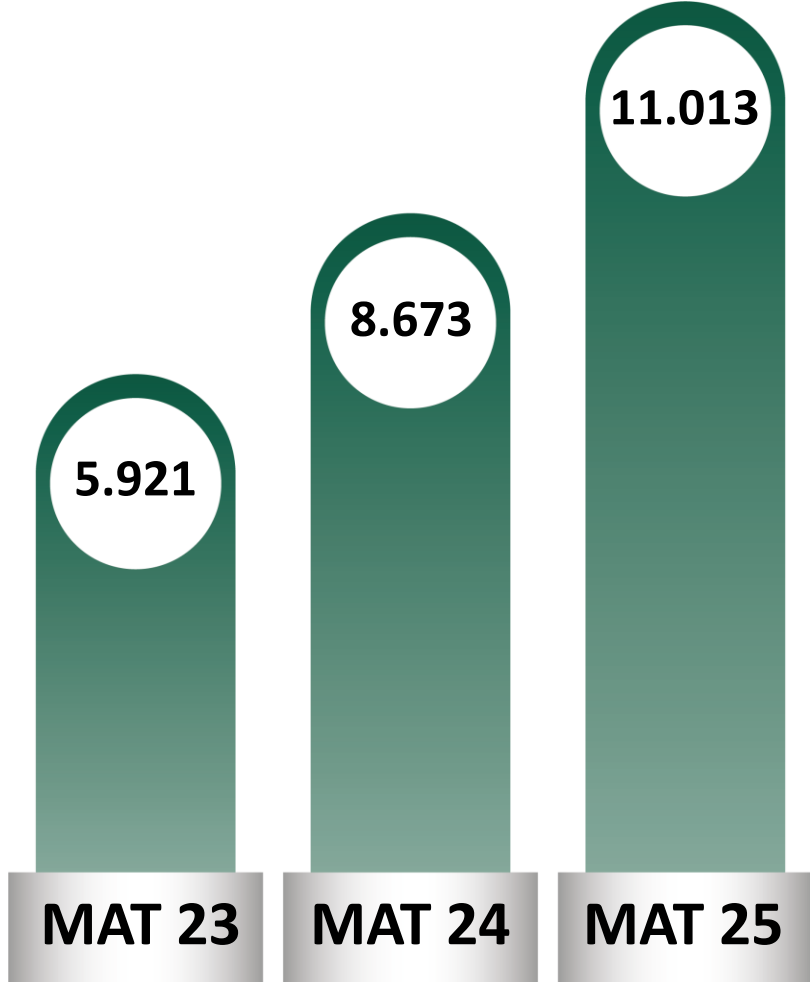
Yağ pazarında en büyük tonaj Ayçiçek yağındadır.
Margarin ise 2. sıradadır.

	TONAJ			PENETRASYON (%)			TEK SEFERDE ALIM MİKTARI		
	MAT 2024	MAT 2025	Değişim (%)	MAT 2024	MAT 2025	Fark	MAT 2024	MAT 2025	Değişim (%)
Toplam Yağ	980.241	997.697	1,8	100%	100%	-	2.488	2.480	-0,3
 Margarin	88.746	85.188	-4,0	88,1%	85,4%	-2,7%	517	524	1,3
 Tereyağı	75.921	77.865	2,6	69,6%	67,0%	-2,6%	963	902	-6,3
 Ayçiçek	777.632	789.699	1,6	95,8%	93,2%	-2,5%	5.089	5.021	-1,3
 Zeytinyağı	30.310	31.081	2,5	24,4%	24,4%	0,1%	2.344	2.057	-12,3
 Mısırözü	3.581	11.210	213,1	1,9%	4,3%	2,3%	3.917	5.336	36,2

MARGARİN PAZARI 11 MİLYAR TL BÜYÜKLÜĞE ULAŞTI

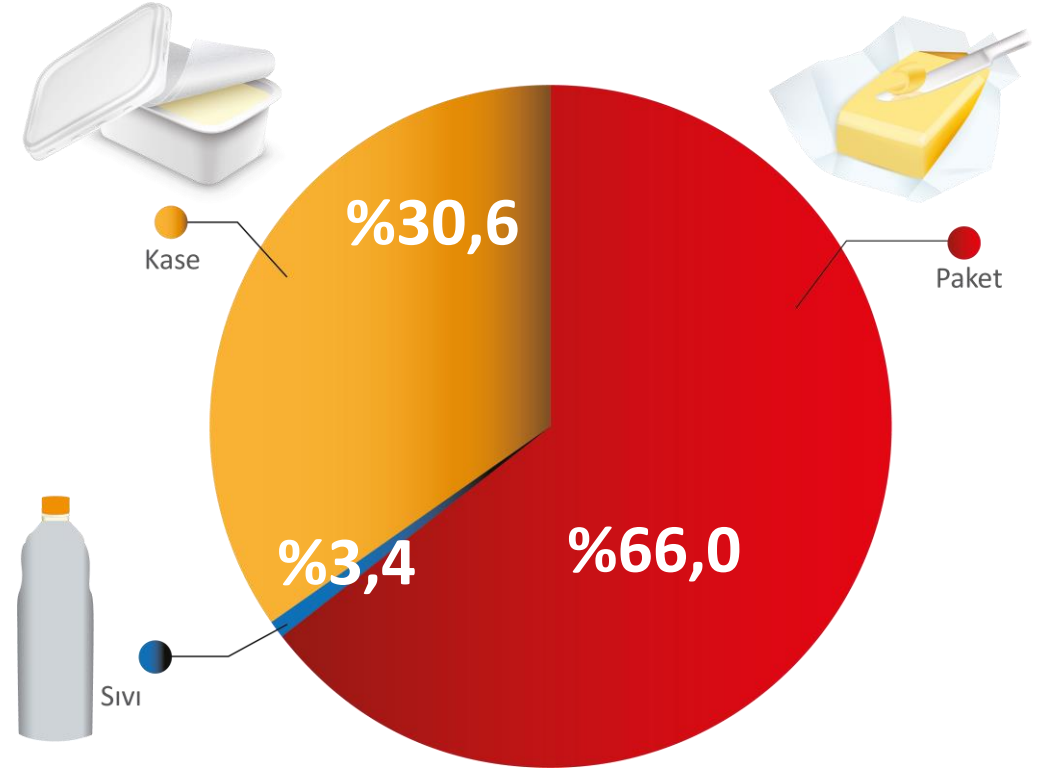
BESLER

TOPLAM MARGARİN CİROSU (TL MİLYAR)
%27 CİRO BÜYÜMESİ



Segment CİRO DAĞILIMI %

3 ana kategoriden oluşmakta olan
pazarda paket ve kase ağırlıklı satış vardır.

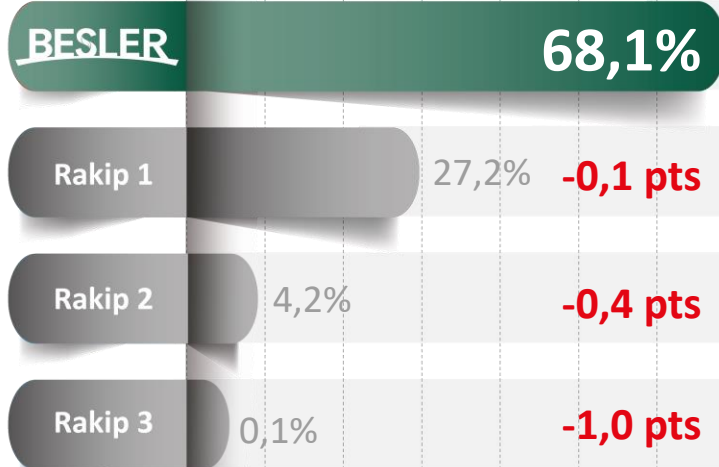


2 SEGMENTİN DE TARTIŞMASIZ LİDERİYİZ

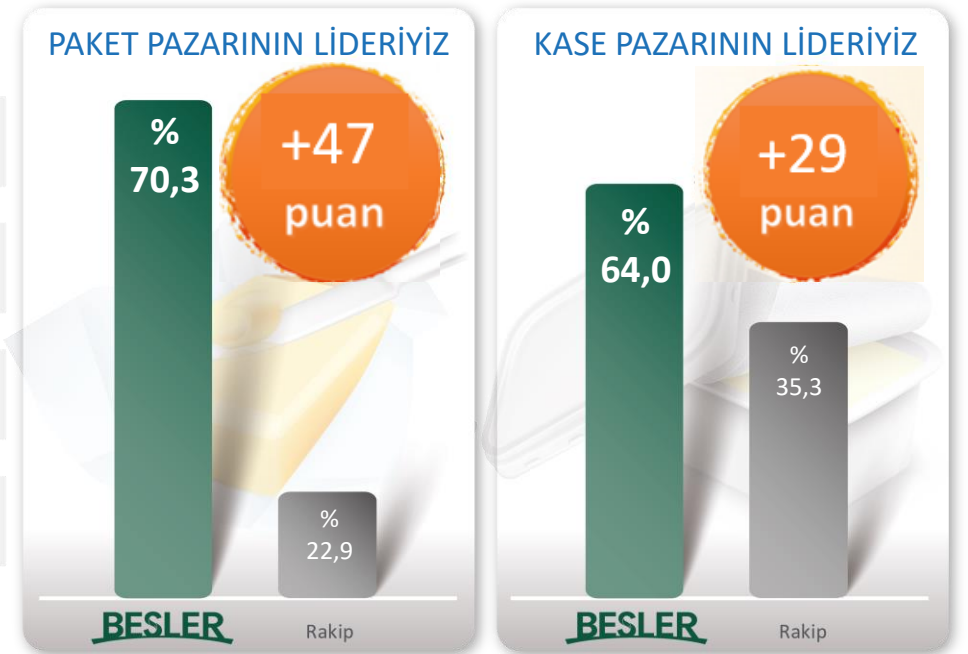
BESLER



Margarin Pazarı, Ciro Pazar Payı %



Margarin Pazarı, Ciro Pazar Payı %



PAZARIN
AÇIK ARA LİDERİ!



EN GENİŞ MARKA
VE ÜRÜN
PORTFÖYÜNE
SAHİP FİRMA!



EDT
3 MARKA
39 SKU

İHRACAT
14 MARKA

EN ÇOK HANEYE
GİREN FİRMA!



KATEGORİDE
İNOVASYONUN
LİDERİ!

ÜLKER
TEREM YAĞ

GÜÇLÜ MARKALAR VE GENİŞ ÜRÜN PORTFÖYÜ

BESLER

Türkiye'nin
Yıllardır En Çok
Tercih Edilen Yağı

ÜLKER

Bizim
yağ



Pazara Yön Veren
En İnovatif Marka

ÜLKER
TEREM YAĞ



İlklerin Markası

LUNA



Taktiksel
Markalarımız

Hesaplı
Sabah
1964

Yayla
Lezzet dolu yaşam
Vitamin A & D kaynağı

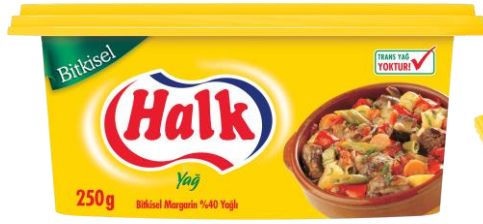
Halk



YENİ ÜRÜN LANSMANLARI İLE BÜYÜMEYİ SÜRDÜRÜYORUZ

BESLER

İLK YARI YILDA YENİLİKÇİ LANSMAN VE KANAL ODAKLI 11 ÜRÜN LANSMANI



MARKA
DEĞERİNDE
BİR YILDIZ



%33

İLE KATEGORİNİN
EN YÜKSEK
MARKA DEĞERİ

PAZAR
PAYINDA
İSTİKRARLI
BÜYÜME



2,1 PUAN

ARTIŞLA

%21
PAZAR PAYI

ÜLKER
TEREM

EN ÇOK
HANEYE
GİREN
MARKA



11
MİLYON
HANE

TAKİP
SAYISINDAKİ
ARTIŞ



430.000

TAKİPÇİ

GURME DE
BÜYÜYOR



+1,3 PUAN

İLE

%23
PAZAR PAYI



ÜLKER SÜRMİŞ LANSMANIMIZ İLE SÜRME KATEGORİSİNE GİRİŞ YAPTIK!

BESLER

★
Türkiye'de
İlk ve Tek



Peynirli Ballı Sürme



Peynirli Çikolatalı Sürme

TÜRKİYE'NİN LİDER MARGARİN İHRACATÇISI

BESLER



**445 BİN TON İLE BÖLGEDEKİ EN BÜYÜK
ÜRETİM KAPASİTESİ**

50'DEN FAZLA ÜLKEYE İHRACAT

450 SKU / 40 MARKA

ONA İLE GÜRCİSTAN VE IRAK'TA PAZAR LİDERİ

EN KALİTELİ YAĞ TESİSLERİ

YENİ ÜRÜNLER / YENİ KATEGORİLER

BESLER

GÜRCİSTAN'DA YENİ KASE MARGARİNLER

Lider Pazarda inovasyon



AVRUPA'DA YEPYENİ BİR ZEYTİNYAĞI

Avrupa Pazarında Yeni Bir Kategori



EN PRESTİJLİ
FUARLARDA
YERİMİZİ ALDIK

GULFOOD '25 DUBAI

PRODEXPO '25 MOSCOW

AGRIFOOD '25 DAKAR

EV DIŞI TÜKETİMDE USTAM MARKAMIZLA LİDERİZ

BESLER



33 YILLIK GELENEK VE LİDERLİK

UZMANLIK DENİNCE AKLA GELEN MARKA

ESŐİZ VE YENİLİKÇİ ÜRÜN PORTFÖYÜ

BESLER

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

SuperFresh

ÜLKER
Bizim
yağ

ÜLKER
TEREM YAĞ

DFU
DONUK FIRINCILIK ÜRÜNLERİ

ONA

USTAM
PASTACILIK ÜRÜNLERİ

LUNA



DOĞANIN GELECEĞİ İÇİN ÇALIŞIYORUZ

İklim kriziyle mücadele için şirket operasyonlarımızdan kaynaklanan çevresel etkiyi en düşük seviyeye indiriyor ve tüm değer zincirinde doğal kaynakların yenilenmesine olanak sağlıyoruz.



PAYDAŞLARIMIZLA GÜÇLENİYORUZ

Şirketlerimizin değer zinciri boyunca paydaş refahı odaklı, geleceğe uyumlu, sağlıklı yaşamı önceleyen iş modellerine yatırım yapmaları için destekleyici, dönüştürücü ve güçlendirici katkılar sağlıyoruz.



GELECEĞE İLHAM VERİYORUZ

Sorumlu ve yenilikçi iş modelleri ve ürünler ile müşterilerimize alternatifler sunmak, onları harekete geçirmek için ilham vermek ve ürünlerimiz ile pozitif dönüşümü mümkün kılmak için çabalıyoruz.





- ✓ 2050 yılı itibariyle değer zincirimiz boyunca net sıfır olma hedefimizi belirledik.
- ✓ Net sıfır hedefimiz kapsamında karbonsuzlaşma yol haritamız üzerinde çalışmalara devam ettik.
- ✓ Tüm değer zincirimiz üzerinden emisyon etkimizi nasıl azaltabileceğimize ilişkin hesaplamalar yaptık.
- ✓ Karbon emisyonunu azaltmak adına **14** adet proje gerçekleştirdik.
- ✓ Enerji verimliliği sağlamak adına 1,9 milyon TL'nin üzerinde yatırım yaptık. Projeler sayesinde **2.788 MWh** enerji ve **3,7 milyon TL**'nin üzerinde finansal tasarruf gerçekleştirdik.



1



3 Yıllık Hedeflere 1 Yılda Ulaşıldı

- 7.022 ton & 60 milyon TL değerinde ürün alımı.
- 68'e ulaşan kadın çiftçi sayısı.

2



İletişimle TV ve Dijitale Taşındı

- Dünya Kadın Çiftçiler Günü'nde TV iletişimi & 11 mio erişim.
- SM Engagement rate: %14 (benchmark: %1,5).

3



6 Yurtdışı Olmak Üzere Toplam 16 Ödül

- TR: Smarties, IMA, Fast Company, Toplumsal Fayda Ödülleri, Sales Network, Gıda+
- Yurt dışı: Stevie, Digital Communication Awards, Stevie Women In Business, Sustainable Development Goals 2030, Smarties

SU TASARRUFU

Tüm faaliyet alanlarımızda su ayak izimizi ölçmek için çalışmaya başladık.

2024 yılında da atık su geri kazanımı ve su kullanımı azaltımı projeleri olmak üzere toplamda 3 projeyi hayata geçirdik.

KARBONSUZLAŞMA

Kendi operasyonlarımızdan kaynaklanan karbon emisyonunu azaltmak adına gerçekleştirdiğimiz projelerimiz sayesinde yıllık **2.788 MWh** enerji ve **3,7 milyon TL**'nin üzerinde finansal tasarruf elde ettik.



GIDA İSRAFINA KARŞI TARLADAN TABAKLARA SIFIR ATIK MODELİ

DÜNYADA

SUPERFRESH'TE

100 kg gıda

-%6

-%34

Gıda Kaybı* Sonrası

66 kg

94 kg

-%50

-%0

Gıda Atığı Sonrası

33 kg

94 kg

SuperFresh ile,
1 paket gıdanın
tamamını gıda atığı
kayıbı olmadan
tüketebilirsiniz!

SÖZLEŞMELİ TARIM

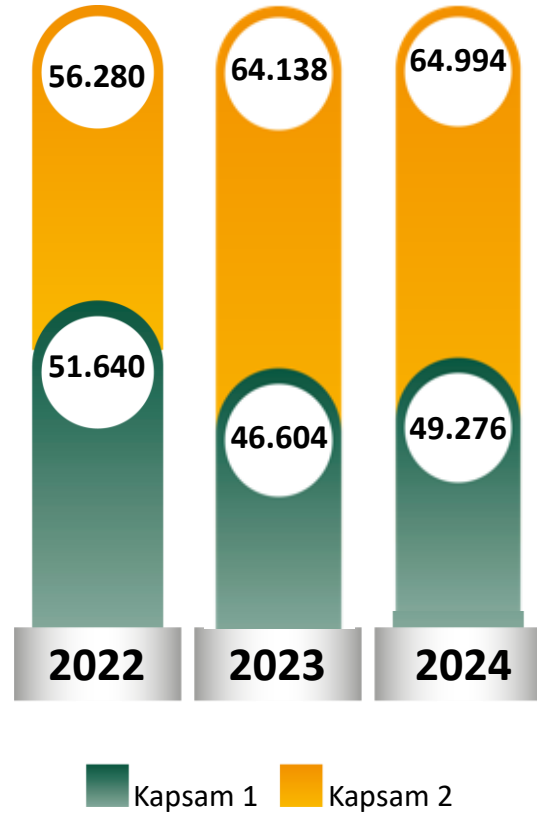
Tarımsal ürünler için alım garantisi verdiğimiz model kapsamında üreticiyi ekonomik olarak güvence altına alıyor, üretim miktarını önceden belirleyerek üretimin planlı şekilde yapılmasını teşvik ediyoruz.

Bu yıl tarımsal ham madde alımlarında **290 çiftçi** ile çalışırken bu çiftçilerin **%86'sını** sözleşmeli çiftçilerimiz oluşturdu.

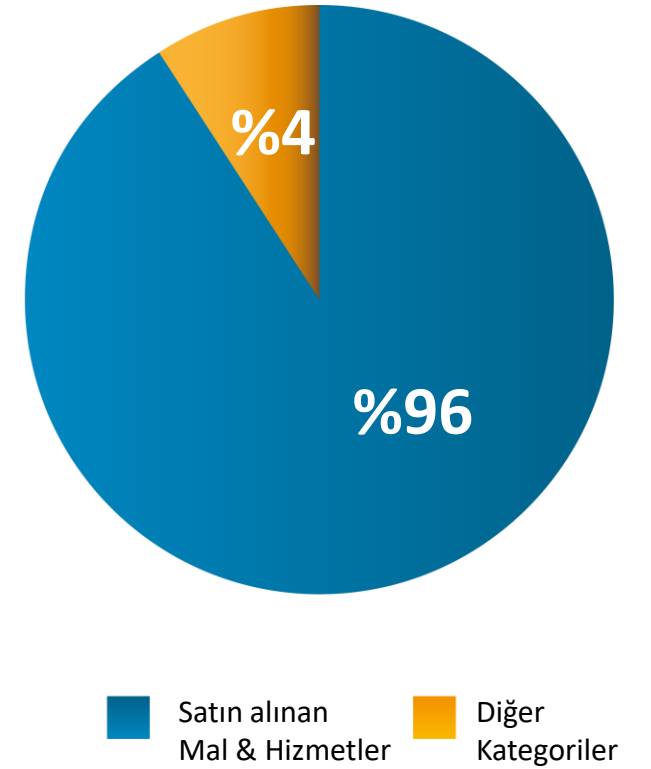
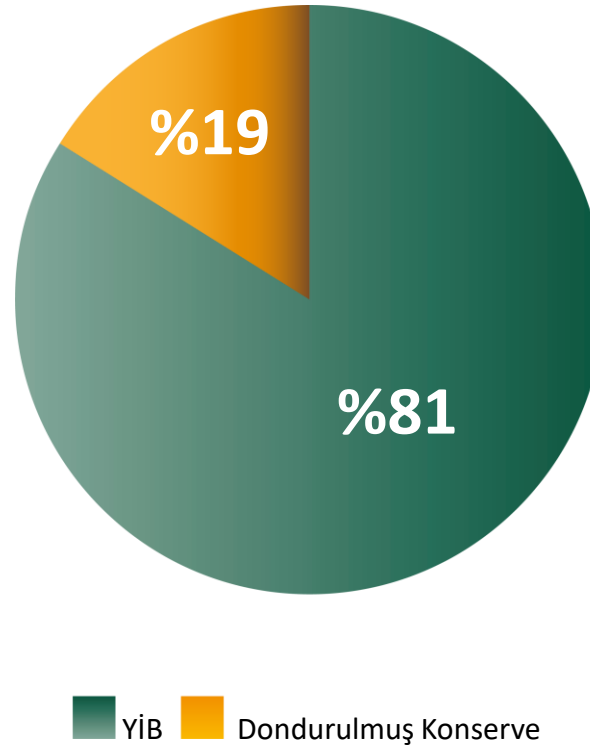


Kapsam 1 ve Kapsam 2 emisyonları

KARBON EMİSYONLARI (ton CO₂e)



2024 Kapsam 3 emisyonları hesaplandı.



BESLER

FİNANSAL SONUÇLAR

SuperFresh

ÜLKER
Bizim
yağ

ÜLKER
TEREM YAĞ

DFU
DÖNÜK FIRINCILIK ÜRÜNLERİ

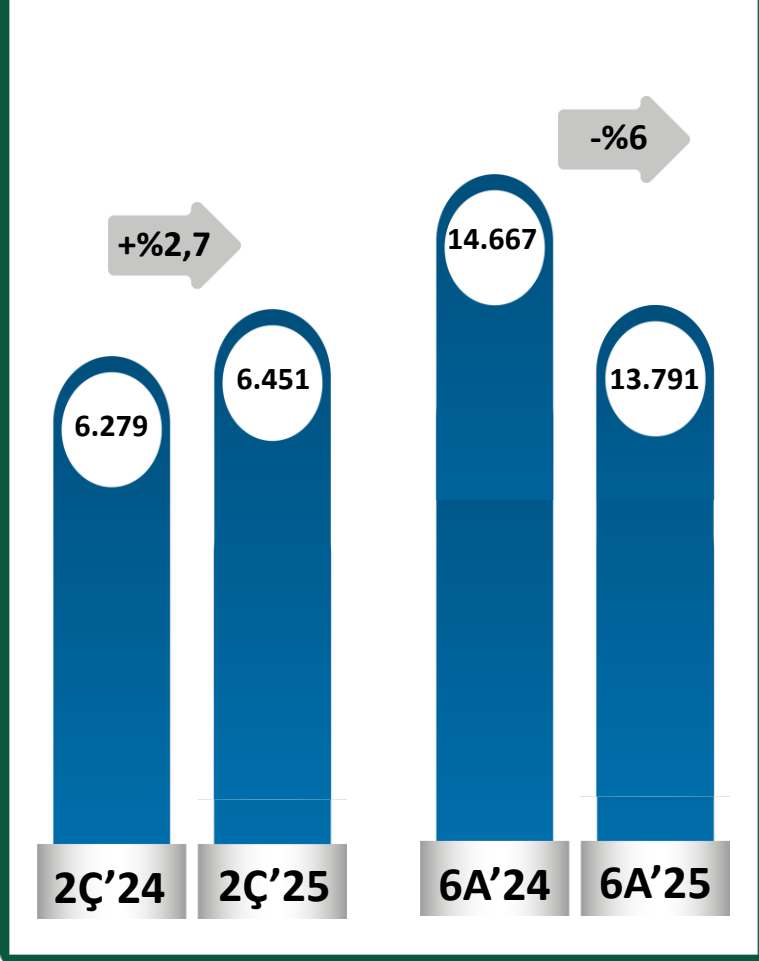
ONA

USTAM
PASTACILIK ÜRÜNLERİ

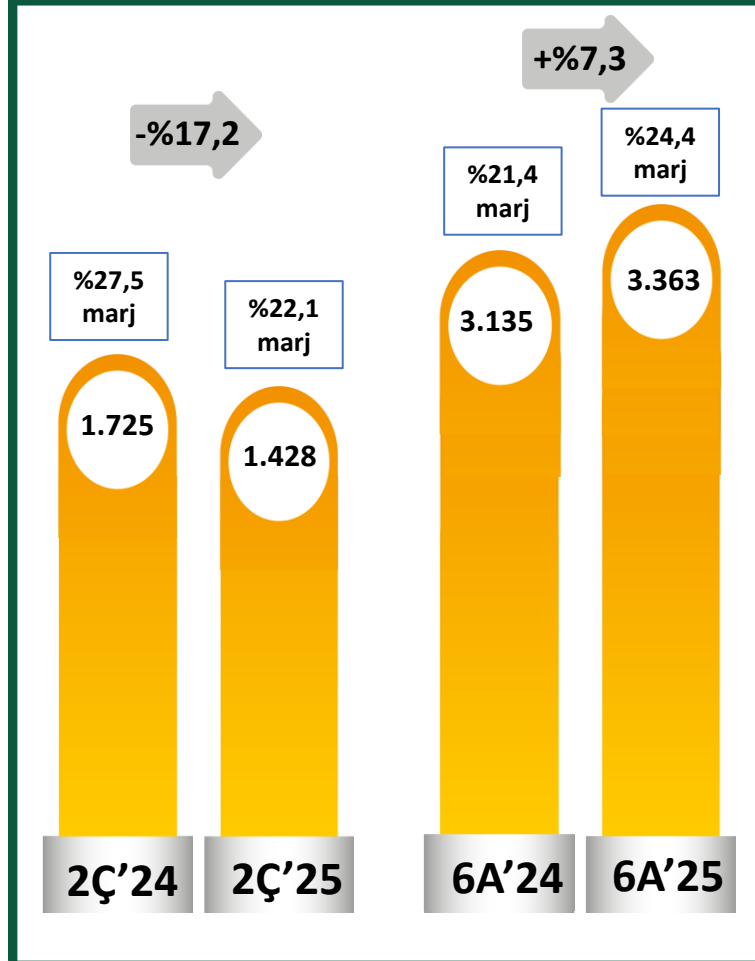
LUNA



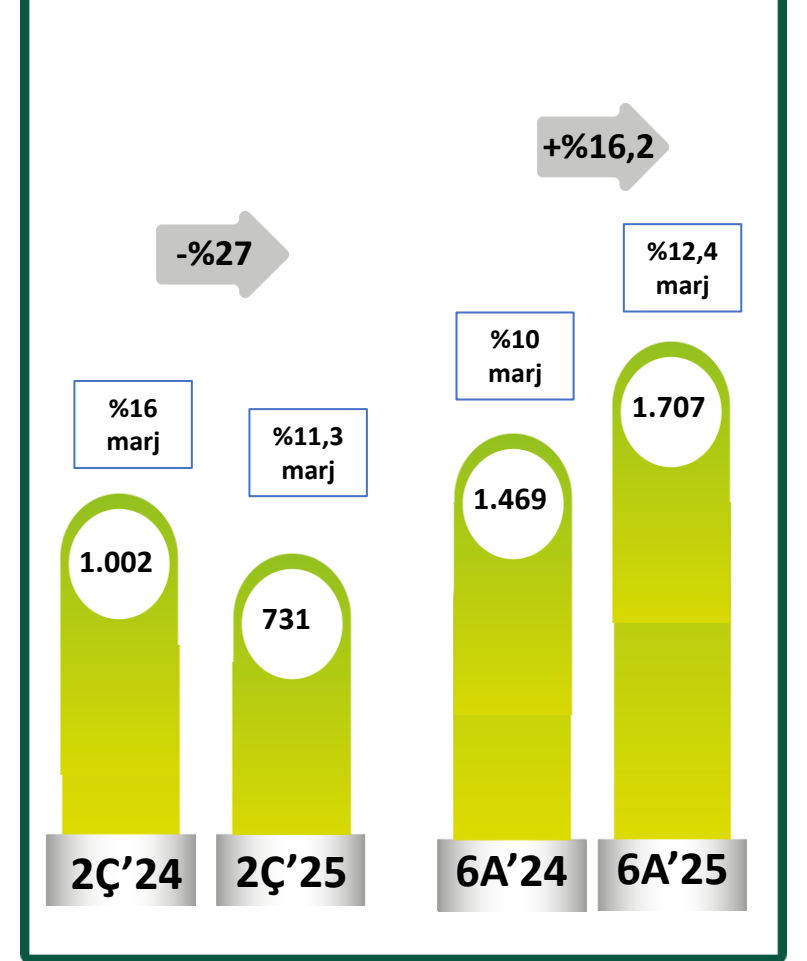
HASILAT



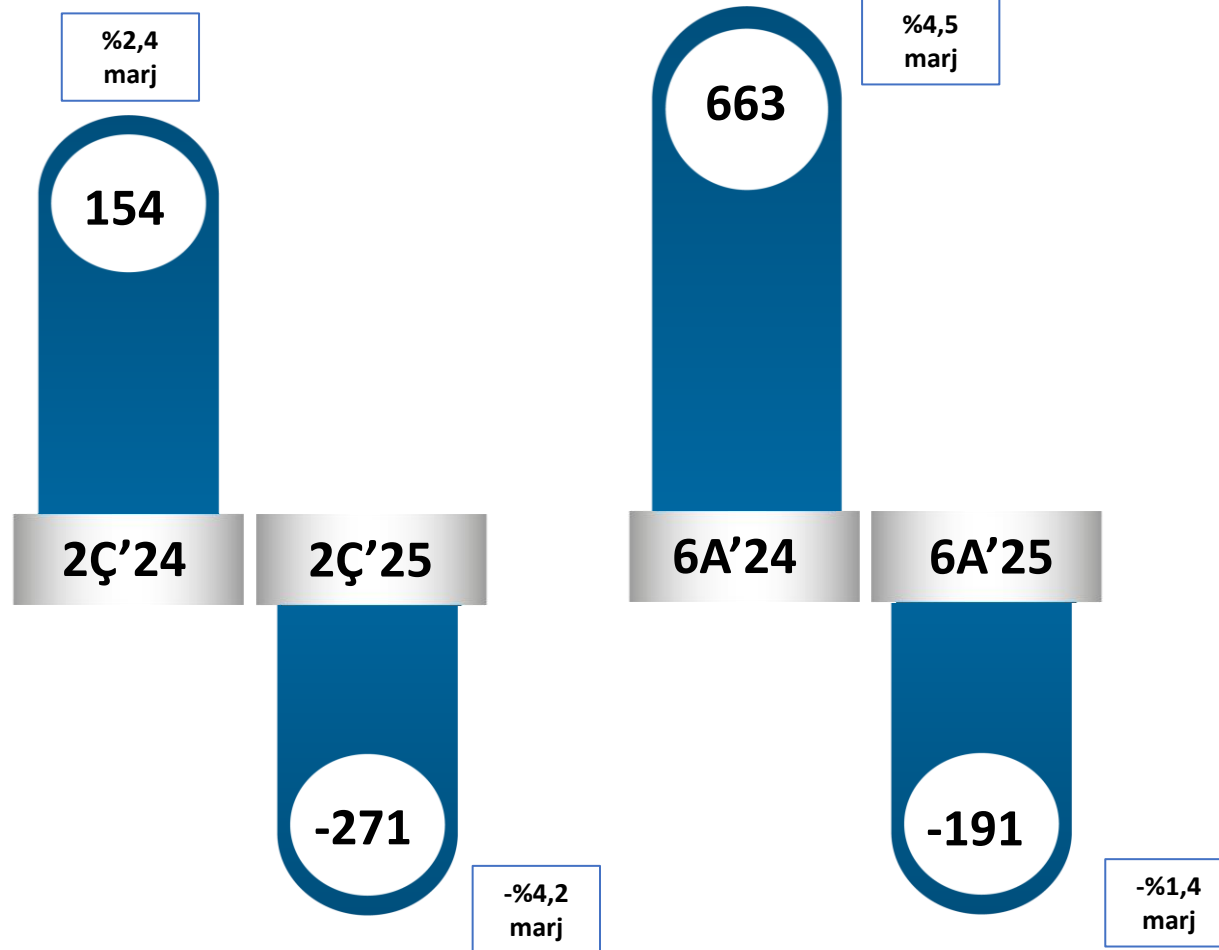
BRÜT KAR



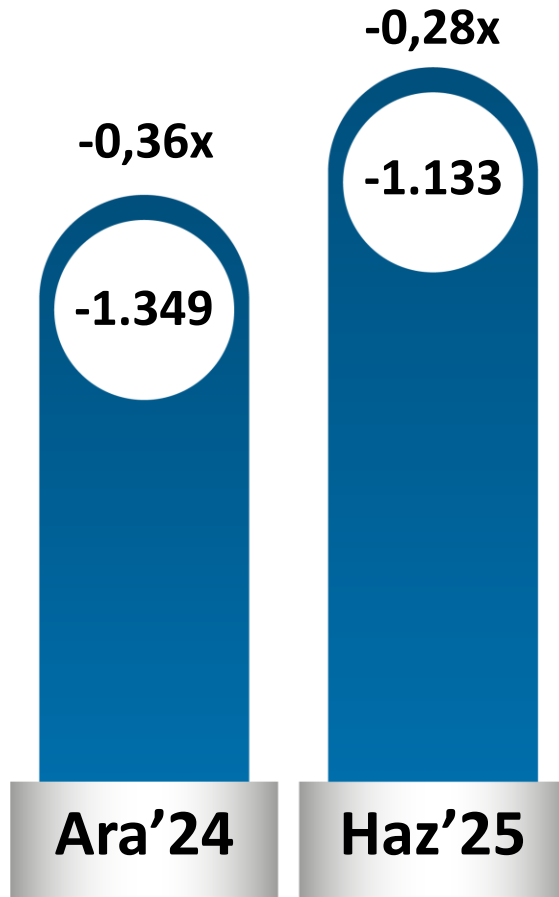
FAVÖK



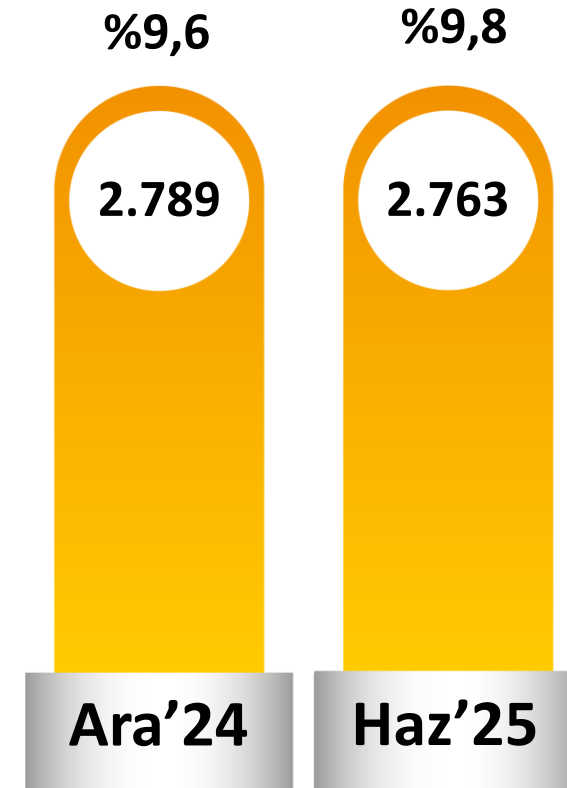
NET KAR / (ZARAR)



NET BORÇ / FAVÖK



NET İŞLETME SERMAYESİ / HASILAT

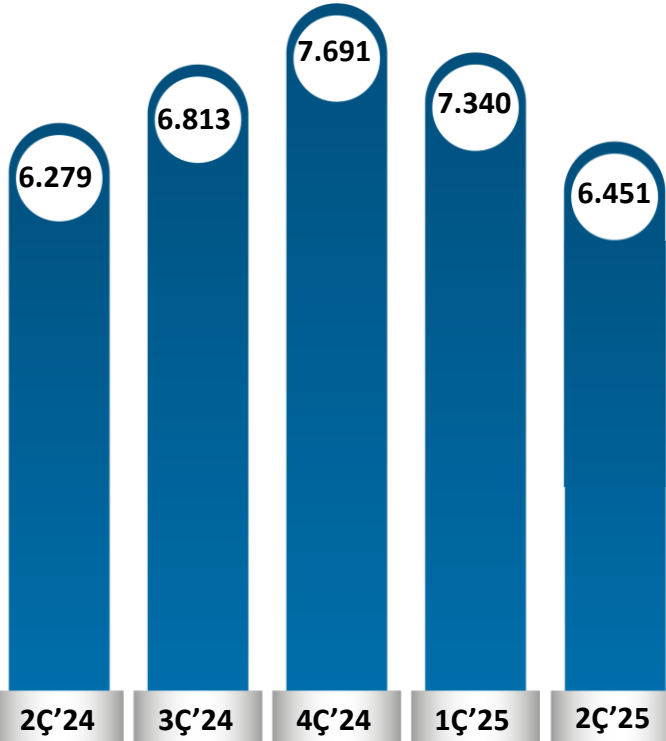


* Net İşletme Sermayesi= Ticari Alacaklar+Stoklar+Kısa Vadeli Peşin Ödenmiş Giderler-Ticari Borçlar-Kısa Vadeli Ertelenmiş Gelirler

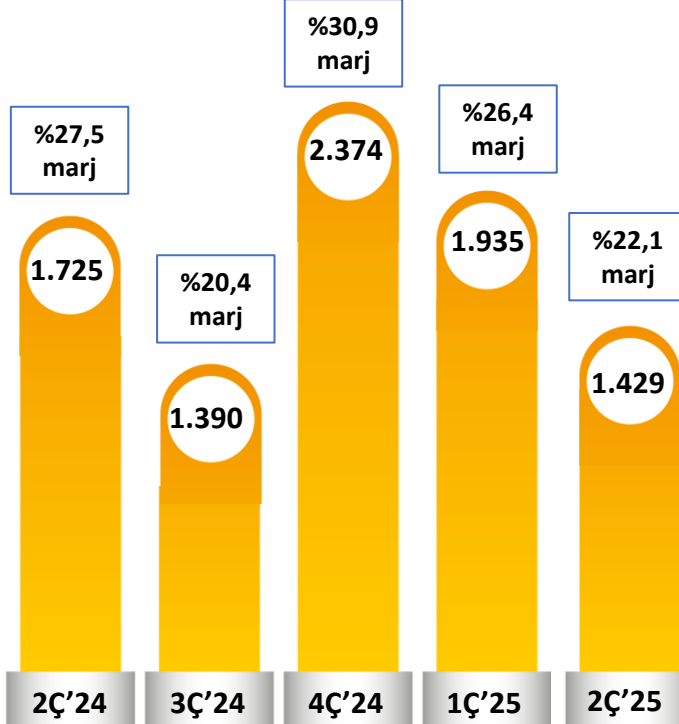
** Net borç, nakit ve nakit benzerleri ve ilişkili taraflardan alacakların toplam finansal borç tutarından düşülmesi ile hesaplanmaktadır. *** Milyon TL, TMS 29 etkileri dahil edilmiştir.



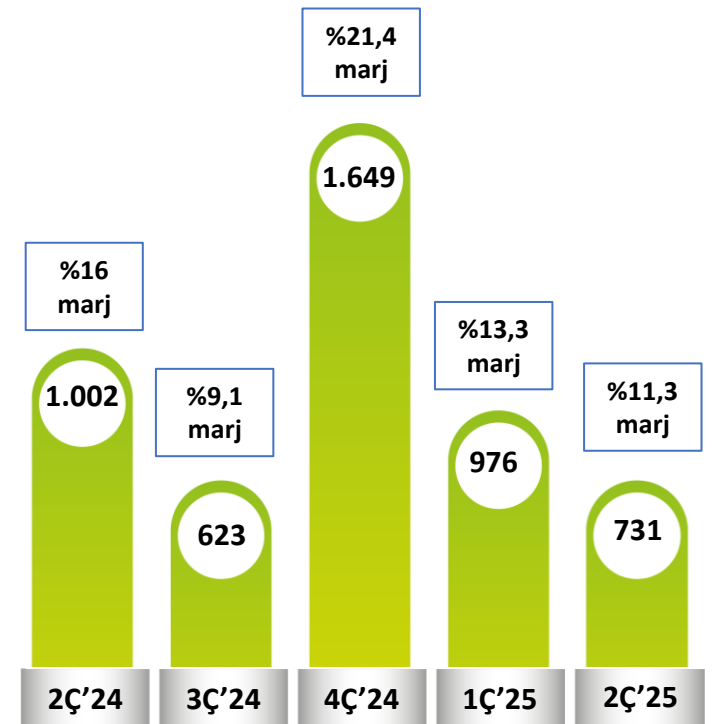
HASILAT



BRÜT KÂR



FAVÖK



BESLER

İŞ BİRİMİ BAZINDA SONUÇLAR

SuperFresh

ÜLKER
Bizim
yağ

ÜLKER
TEREM YAĞ

DFU®
DONUK FIRINCILIK ÜRÜNLERİ

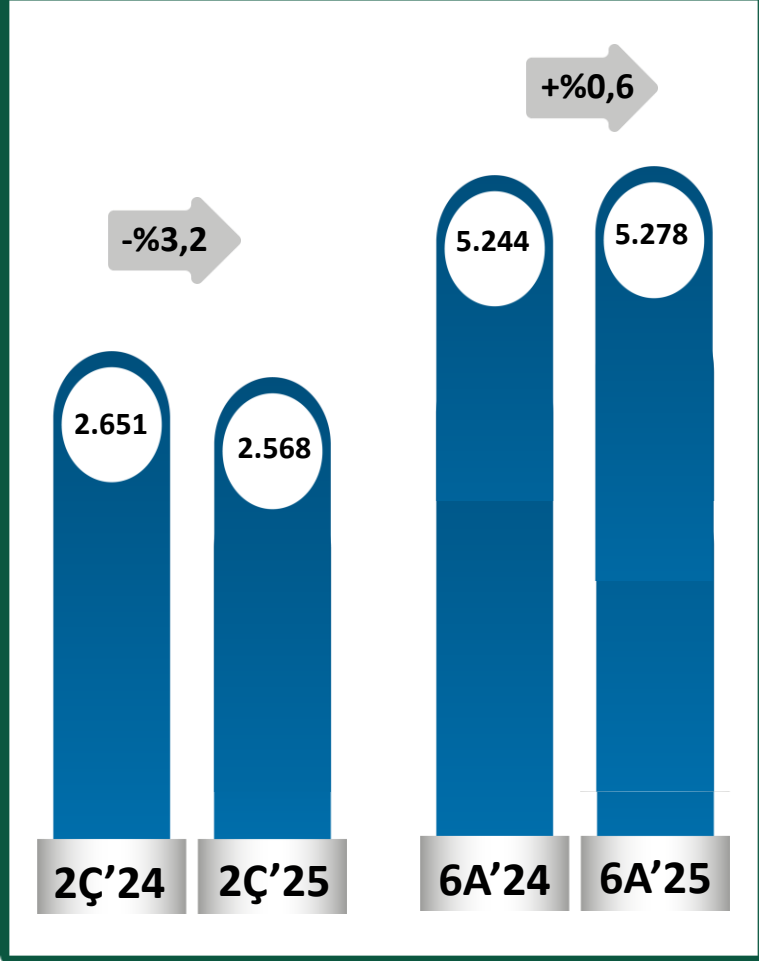
ONA

UŞAK
PASTACILIK ÜRÜNLERİ

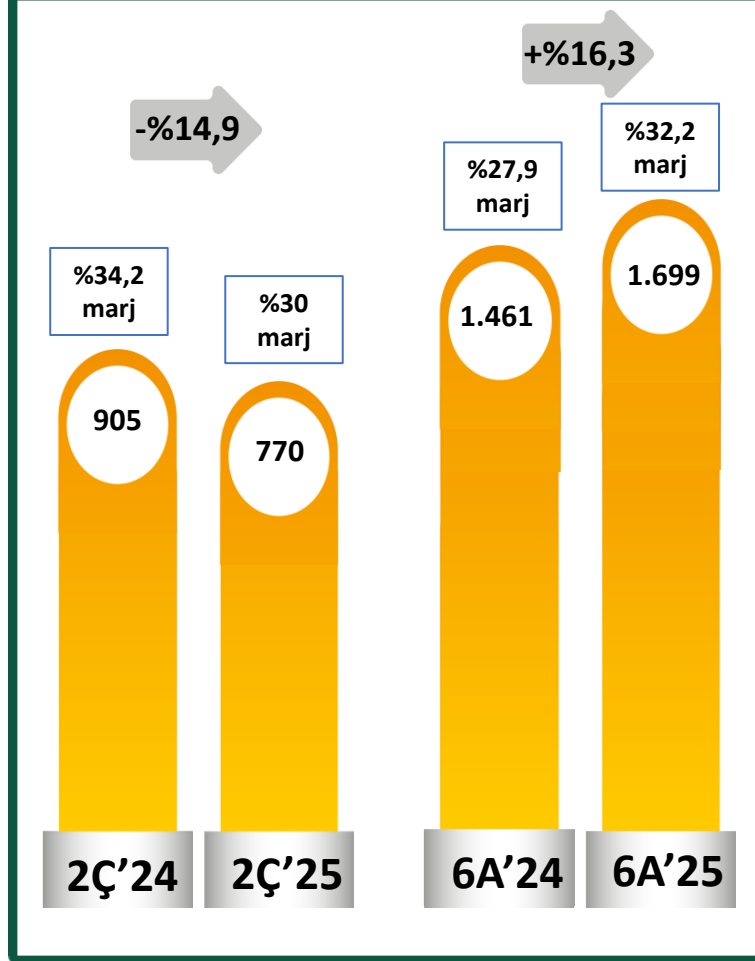
LUNA



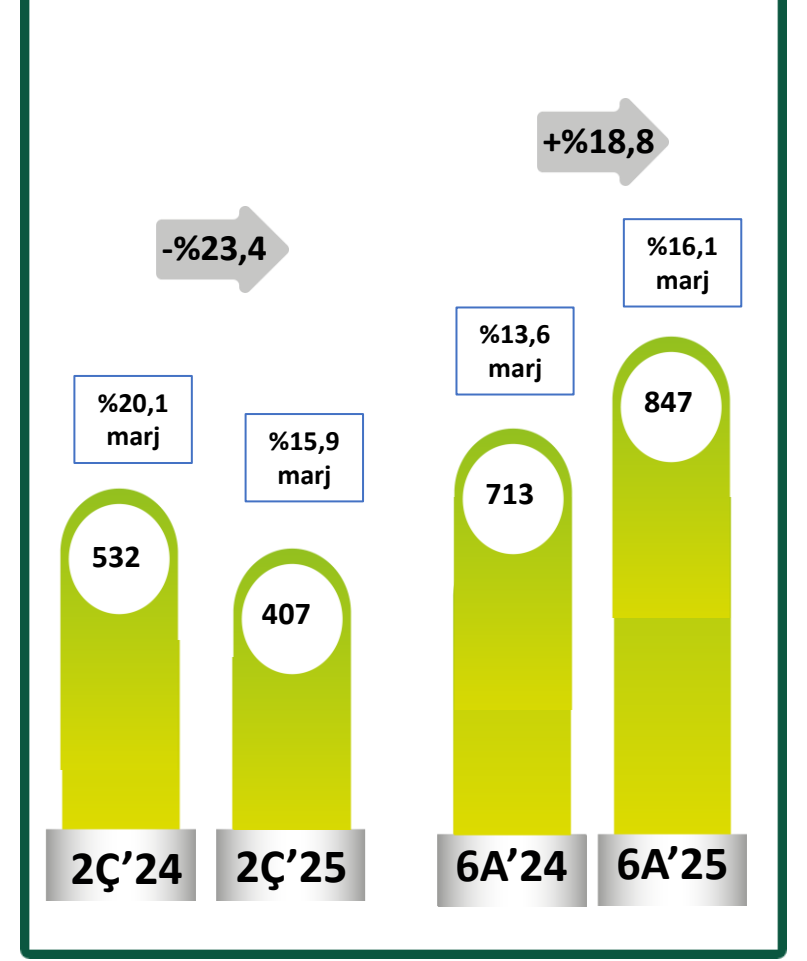
HASILAT



BRÜT KAR

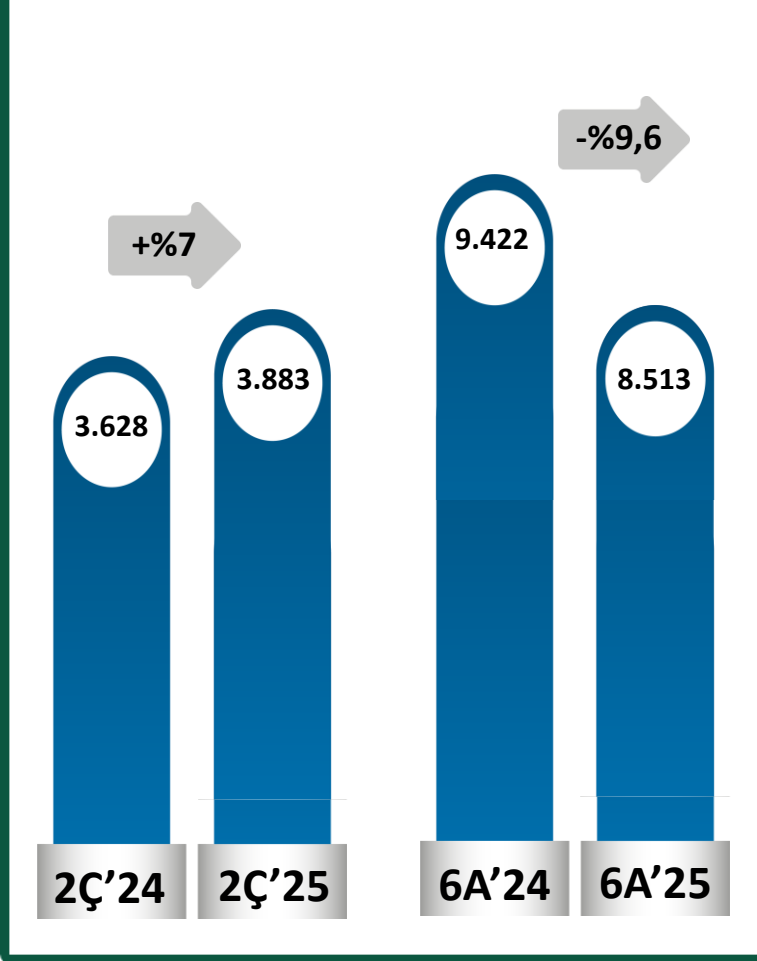


FAVÖK

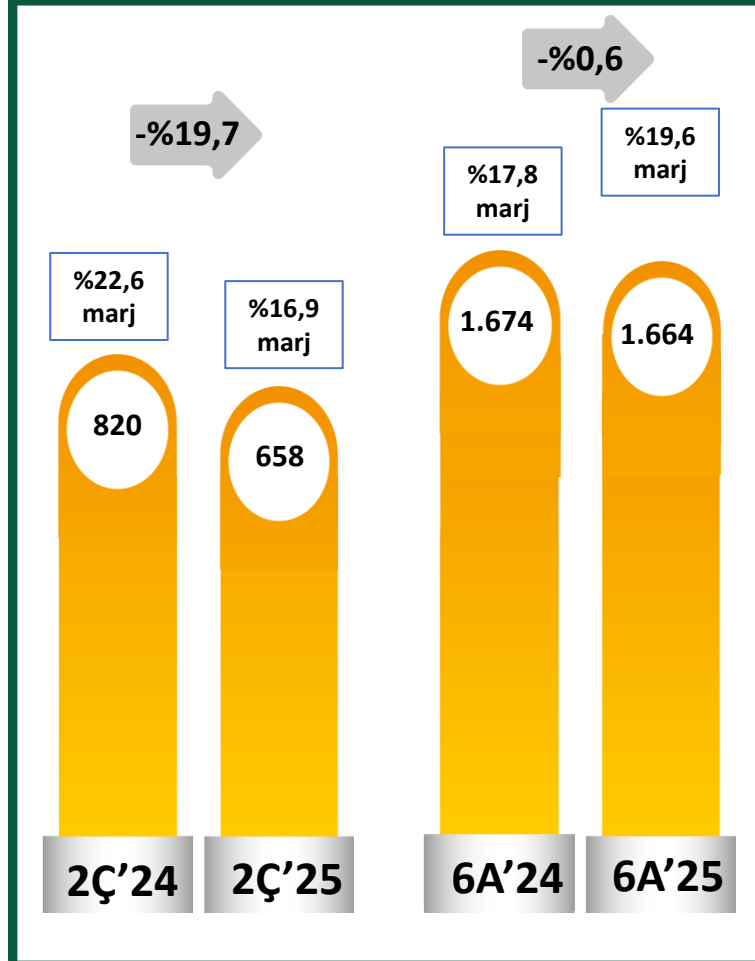




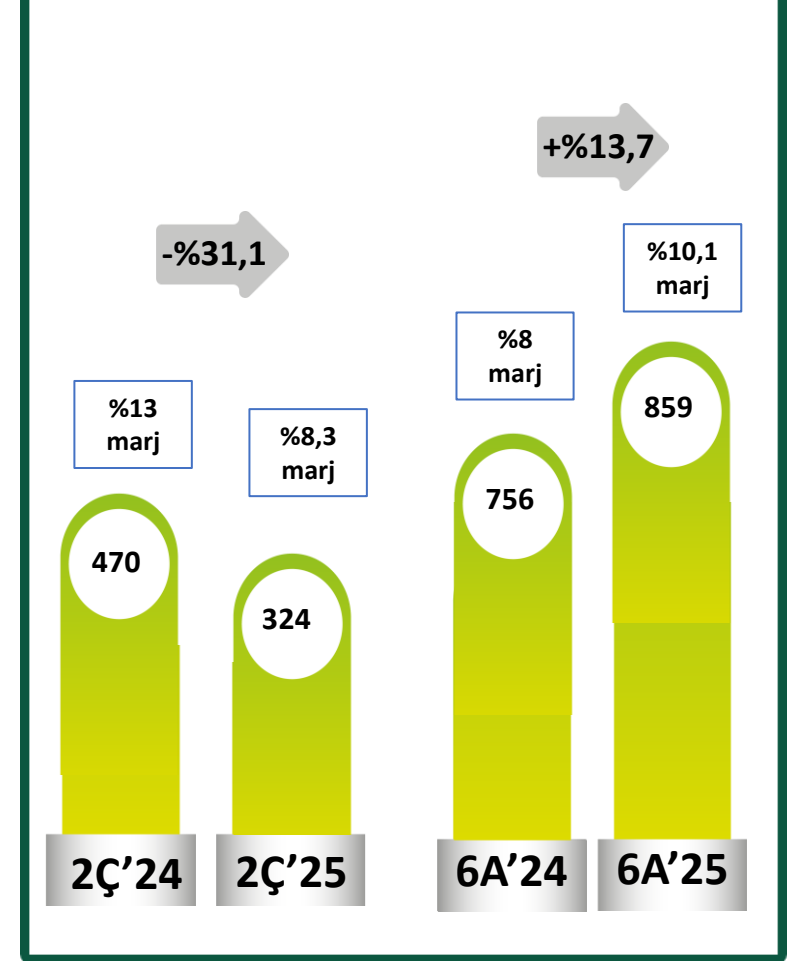
HASILAT



BRÜT KAR

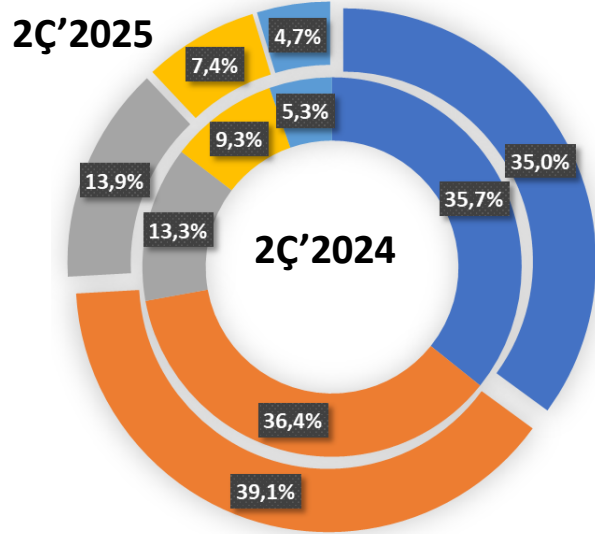


FAVÖK

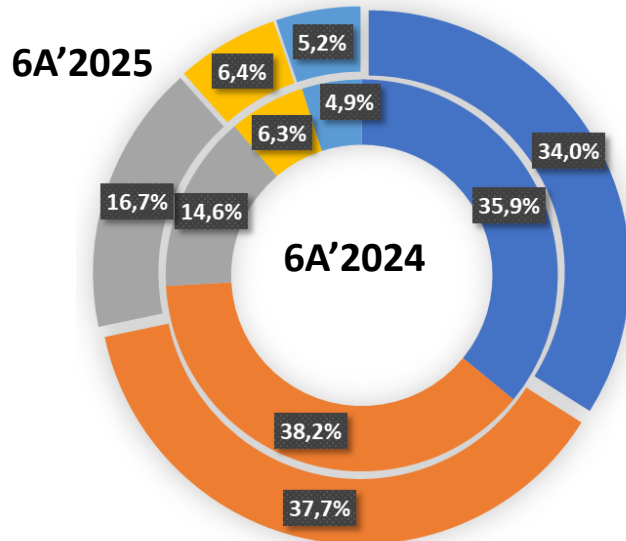


DONDURULMUŞ & KONSERVE İŞ BİRİMİ

2Ç'24 Hasılat
2.651 TL
2Ç'25 Hasılat
2.568 TL



6A'24 Hasılat
5.244 TL
6A'25 Hasılat
5.278 TL



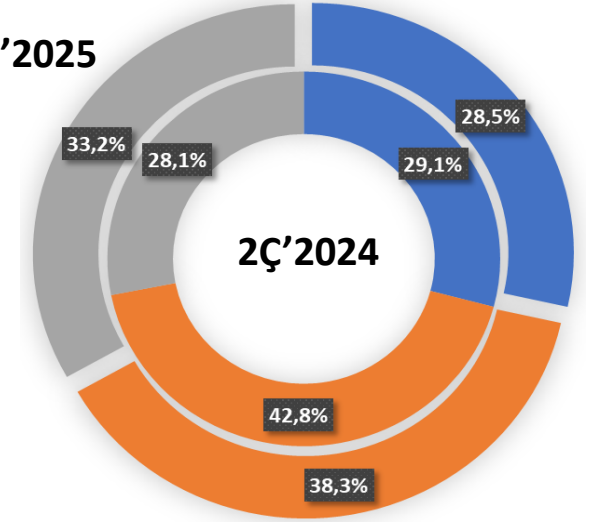
- Patates & Sebze Meyve Dondurulmuş
- Unlu Mamüller
- Ton Balığı & Sebze Meyve Kons.
- Zirai Malzeme ve Yan Ürün Satışları
- Diğer

2Ç'24 Hasılat
3.628 TL
2Ç'25 Hasılat
3.883 TL

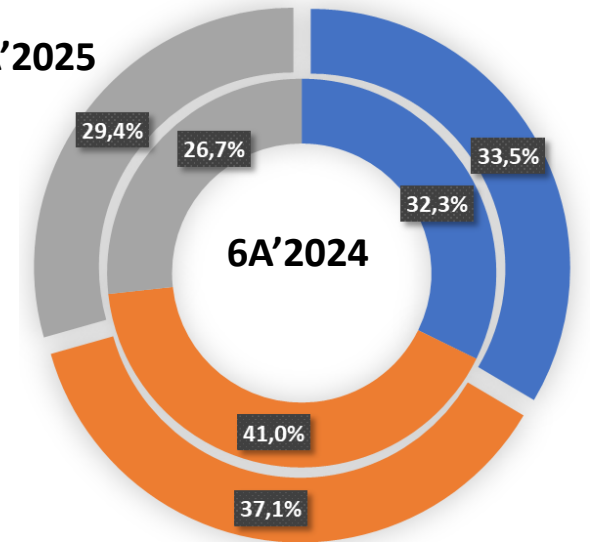
- Tüketici Margarin
- Endüstriyel
- Pastacılık & Catering & Yemeklik Yağlar

YAĞ İŞ BİRİMİ

2Ç'2025



6A'2025

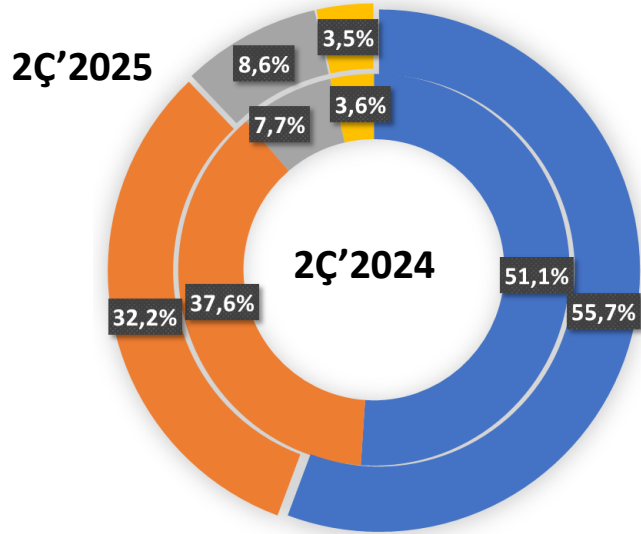


İŞ BİRİMİ BAZLI SATIŞ HACİMLERİ

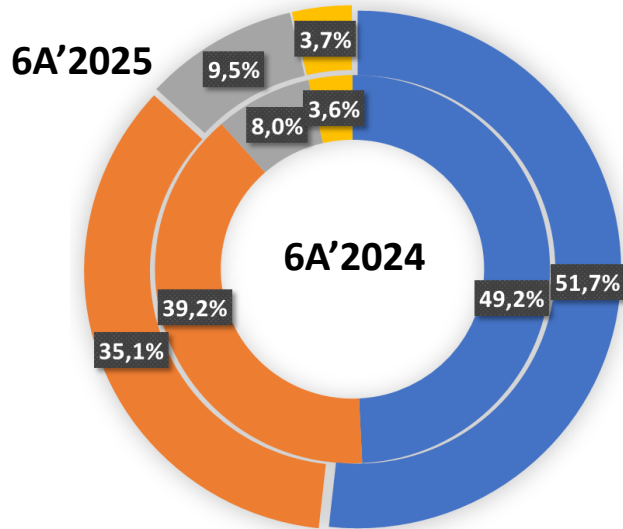
BESLER

DONDURULMUŞ & KONSERVE İŞ BİRİMİ

2Ç'24 Satış Hacmi
28.442 ton
2Ç'25 Satış Hacmi
27.944 ton



6A'24 Satış Hacmi
58.423 ton
6A'25 Satış Hacmi
57.803 ton



- Patates & Sebze Meyve Dondurulmuş
- Unlu Mamüller
- Ton Balığı & Sebze Meyve Kons.
- Diğer

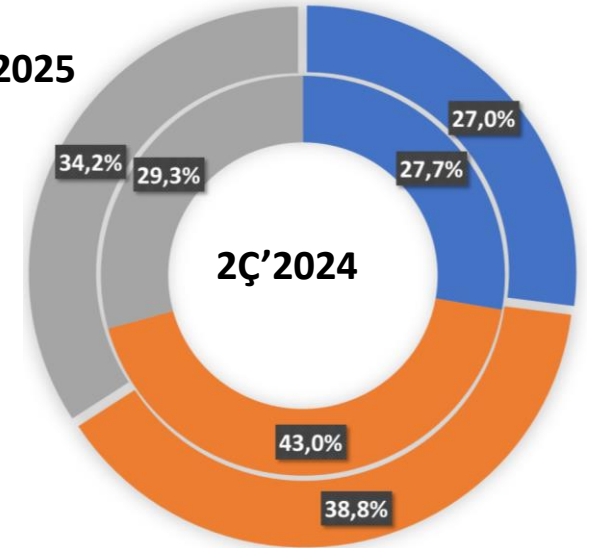
2Ç'24 Satış Hacmi
50.895 ton
2Ç'25 Satış Hacmi
54.862 ton

6A'24 Satış Hacmi
125.337 ton
6A'25 Satış Hacmi
119.051 ton

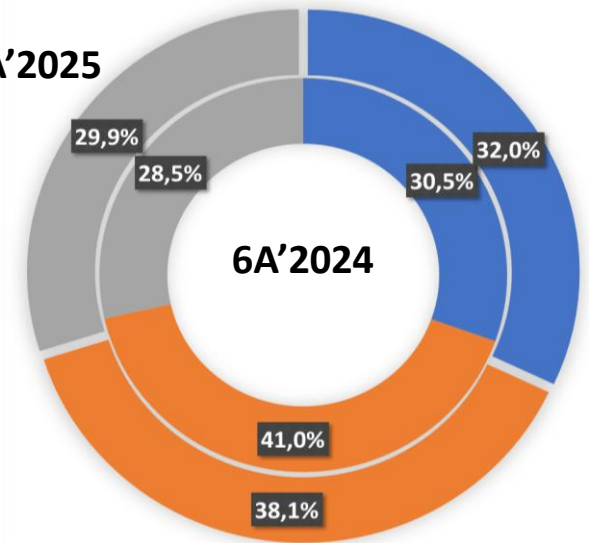
- Tüketici Margarin
- Endüstriyel
- Pastacılık & Catering & Yemeklik Yağlar

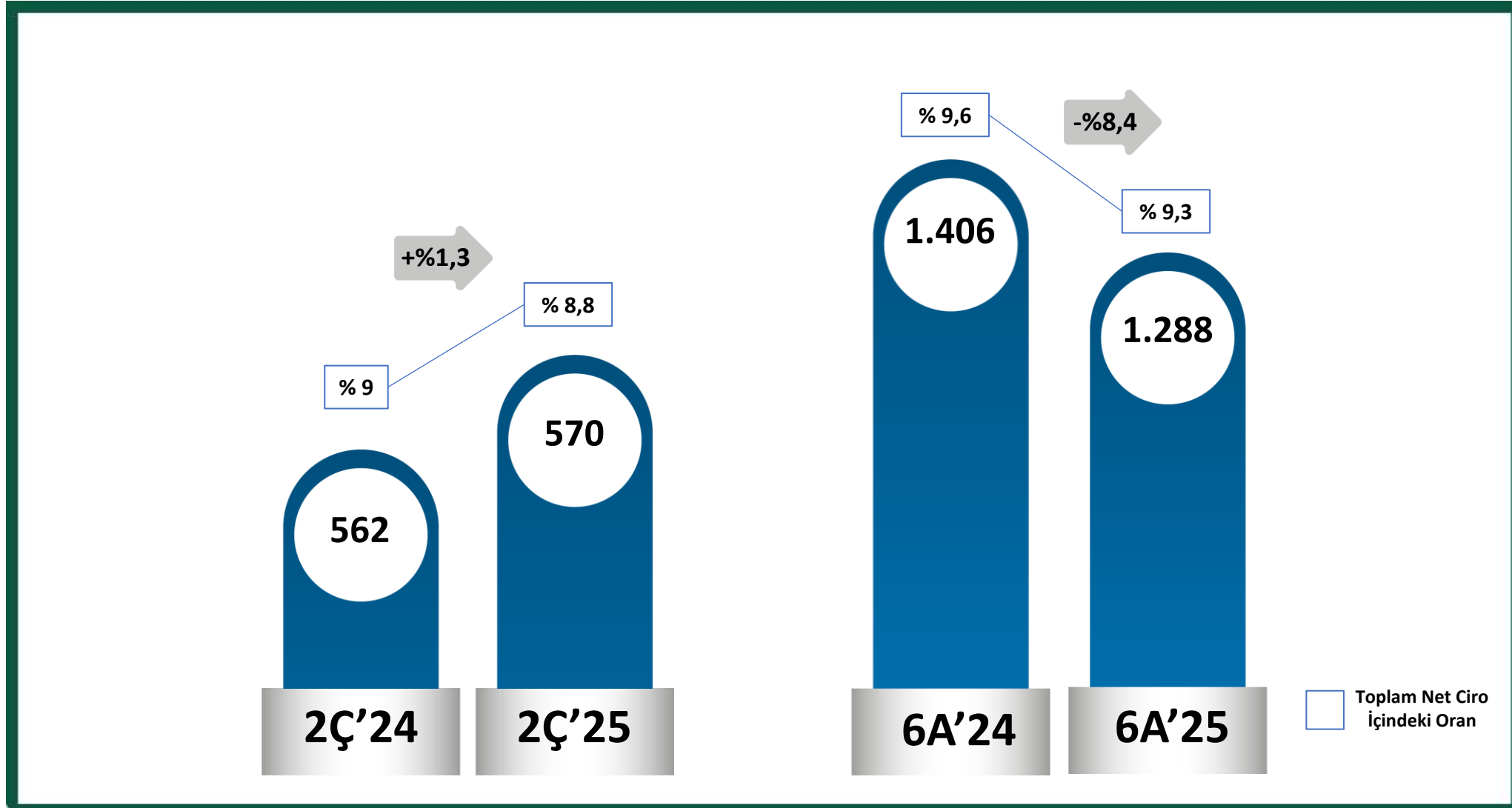
YAĞ İŞ BİRİMİ

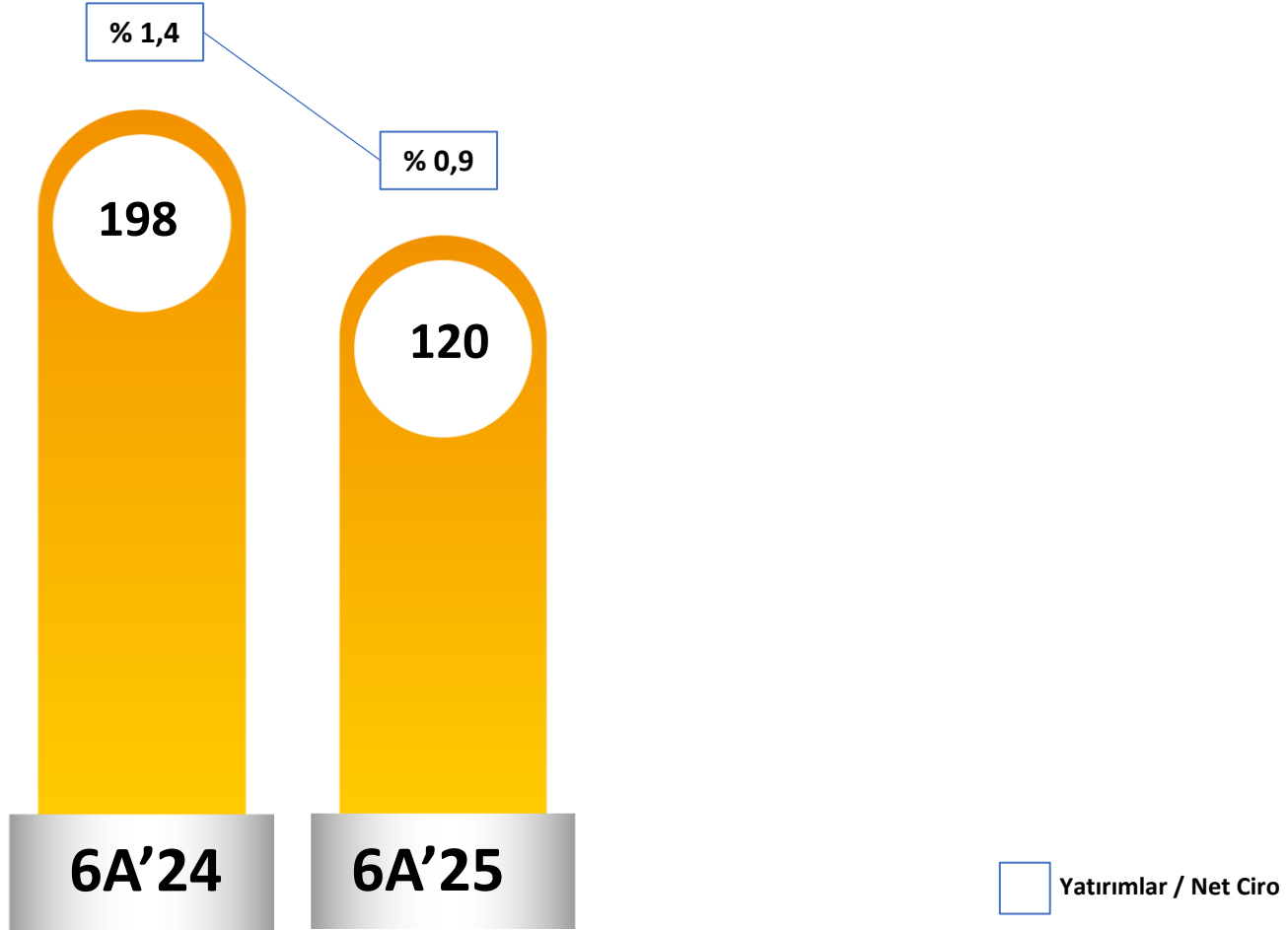
2Ç'2025



6A'2025







ÖZET KONSOLİDE BİLANÇO

BESLER

VARLIKLAR (Milyon TL)	Haz.25	Ara.24	Değişim
Dönen Varlıklar	19.745	19.073	3,5%
Nakit ve Benzerleri	1.591	2.461	-35,3%
Ticari Alacaklar	4.165	4.133	0,8%
Diğer Alacaklar	8.529	7.348	16,1%
Stoklar	4.338	4.192	3,5%
Peşin Ödenmiş Giderler	657	449	46,2%
Diğer Dönen Varlık Kalemleri	465	491	-5,3%
Duran Varlıklar	12.988	13.363	-2,8%
YAGM, Maddi ve Maddi Olmayan DV (Net)	12.728	12.884	-1,2%
Ertelenmiş Vergi Varlığı	177	399	-55,7%
Diğer Duran Varlık Kalemleri	83	80	3,6%
TOPLAM VARLIKLAR	32.732	32.436	0,9%
KAYNAKLAR (Milyon TL)	Haz.25	Ara.24	Değişim
Kısa Vadeli Yükümlülükler	13.936	13.770	1,2%
Finansal Borçlar	5.627	4.711	19,5%
Ticari Borçlar	6.051	5.846	3,5%
Diğer Borçlar	1.043	1.744	-40,2%
Kısa Vadeli Karşılıklar	225	240	-6,5%
Diğer Kısa Vadeli Yükümlülük Kalemleri	990	1.229	-19,4%
Uzun Vadeli Yükümlülükler	4.295	4.122	4,2%
Uzun Vadeli Finansal Borçlar	1.645	1.172	40,3%
Diğer Borçlar	552	594	-7,0%
Ertelenmiş Vergi Yükümlülüğü	1.637	1.936	-15,5%
Diğer Uzun Vadeli Yükümlülük Kalemleri	461	420	9,8%
ÖZKAYNAKLAR	14.501	14.544	-0,3%
Ana Ortaklığa Ait Özkaynaklar	13.730	13.779	-0,4%
Kontrol Gücü Olmayan Paylar	771	765	0,8%
TOPLAM KAYNAKLAR	32.732	32.436	0,9%

ÖZET KONSOLİDE GELİR TABLOSU

BESLER

(Milyon TL)	1 Ocak - 30 Haziran 2025	1 Ocak - 30 Haziran 2024	Değişim	1 Nisan - 30 Haziran 2025	1 Nisan - 30 Haziran 2024	Değişim
Hasılat	13.791	14.667	-6,0%	6.451	6.279	2,7%
Satışların Maliyeti	(10.428)	(11.531)	-9,6%	(5.023)	(4.555)	10,3%
BRÜT KAR	3.363	3.135	7,3%	1.428	1.725	-17,2%
BRÜT KAR MARJİ	24,4%	21,4%		22,1%	27,5%	
Toplam Faaliyet Giderleri	(2.033)	(2.035)	-0,1%	(896)	(889)	0,8%
Faaliyet Karı (Yatırımcı İlişkileri)	1.331	1.100	20,9%	532	836	-36,3%
Esas Faaliyetlerden Diğer Gelirler&Giderler, net	(1.056)	(766)	-37,8%	(698)	(262)	-166,6%
Esas Faaliyet Karı	274	334	-17,9%	(166)	574	-128,9%
Yatırım Faaliyetlerinden Gelirler&Giderler, net	2.161	1.146	88,5%	1.250	724	72,6%
Finansman Giderleri Öncesi Faaliyet Karı	2.435	1.480	64,5%	1.084	1.298	-16,5%
Finansman Gelirleri&Giderleri, net	(1.961)	(1.068)	-83,7%	(996)	(520)	-91,7%
Parasal Kazanç / Kayıp	(427)	204	-309,5%	(265)	(478)	44,5%
Faaliyetler Vergi Öncesi Karı	47	616	-92,3%	(178)	300	-159,1%
Vergi Gideri	(238)	46	615,8%	(94)	(147)	-36,2%
DÖNEM NET KARI	(191)	663	-128,8%	(271)	154	-276,6%
Amortisman Gideri	(376)	(369)	-2,0%	(199)	(166)	-19,6%
FAVÖK	1.707	1.469	16,2%	731	1.002	-27,0%
FAVÖK MARJİ	12,4%	10,0%		11,3%	16,0%	

Bu sunum Besler Gıda ve Kimya Sanayi ve Ticaret A.Ş.'ye (Besler) ait finansal tablolar, bilgiler ve pazara ilişkin çeşitli bilgi ve analizler içermekte olup, sadece bilgilendirme amacıyla paylaşılmaktadır.

Sunum, geleceğe ilişkin belirli görüşleri, ifadeleri içerebilir. Bu görüşler sunumun hazırlandığı tarihte geçerli olan, makro-ekonomik değerler, pazar koşulları v.b. gibi Besler'in kontrolünde olmayan ve tam olarak tahmin edilmesi olanaksız çeşitli beklenti ve varsayımlara dayanmakta olup, bu beklenti ve varsayımlarda oluşabilecek değişiklik ve gelişmelerden etkilenebilir ve gerçekleşen sonuçlar ile aralarında önemli farklılıklara neden olabilir.

Bu sunum Besler'in izni olmadan çoğaltılamaz, paylaşılamaz ya da yayımlanamaz.

Sunumda kullanılan rakamlar kolay gösterim amacıyla yuvarlanabilirler, gösterim nedeniyle yuvarlama farklılıkları oluşabilir.

Besler yönetim kurulu, üst düzey yöneticileri, çalışanları veya herhangi bir diğer kişi bu sunumun kullanılmasından doğabilecek zararlardan sorumlu tutulamaz.



Yatırımcı İlişkileri
yatirimci@besler.com.tr

Borsa İstanbul: BESLR.IS - Bloomberg: BESLR TI