

HAZİRAN 2026



BESLER

YATIRIMCI
SUNUMU

SuperFresh

ÜLKER
Bizim

ÜLKER
TEREM

DFU
DÖNÜŞ FİBRÜLİN ÜRÜNLERİ

ONA

USTAM
HAYATLI İZLENLER

LUNA

ÜLKER
SürMix

İÇİNDEKİLER

- ✓ Bir Bakışta Besler
- ✓ 2026 Yılı İlk Yarı Karnemiz
- ✓ Dondurulmuş ve Konserve İş Birimi ve Pazara Genel Bakış
- ✓ Yağ İş Birimi ve Pazara Genel Bakış
- ✓ Sürdürülebilirlik
- ✓ 30.06.2026 Finansal Bilgileri



BESLER

BİR BAKIŞTA BESLER

SuperFresh

ÜLKER
Bizim

ÜLKER
TEREM

DFU
DONUK FİBRÖLÜK ÜRÜNLER

ONA

USTAW
FARMACIA SANA

LUNA

ÜLKER
SürMix

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**

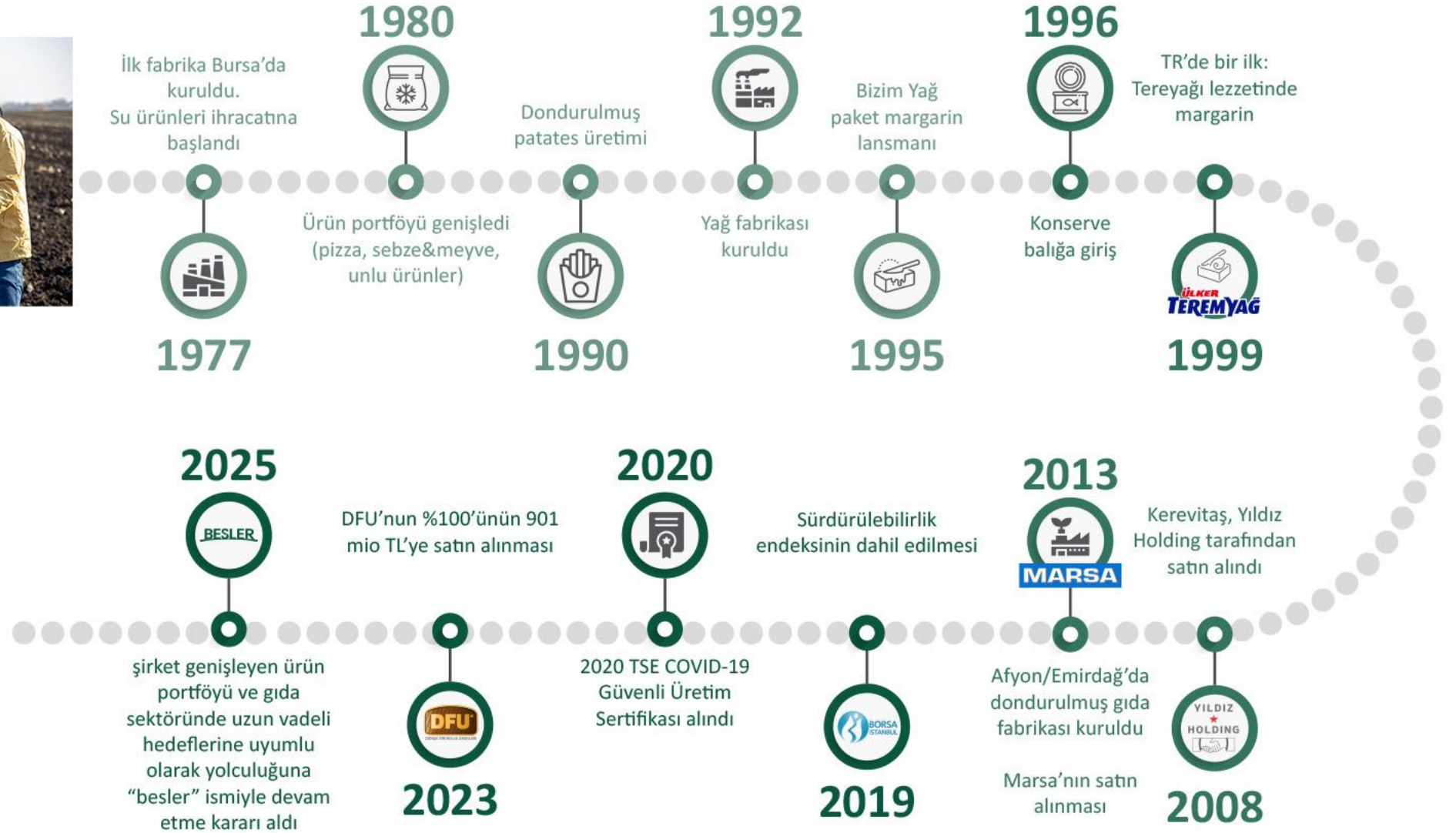


Değerlerimiz

- 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.



16 farklı ana kategoride yaklaşık 1.250 ürün ve 55 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

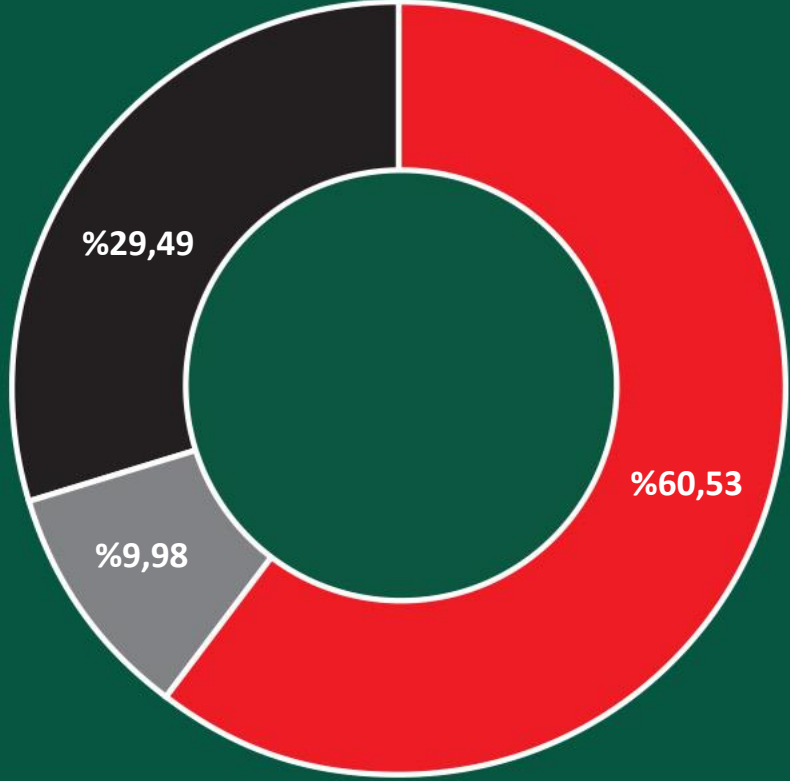
(Sinerji Gücü)



H
IGH
LEVEL of
INNOVATION

(Yüksek İnovasyon
Kapasitesi)





■ Yıldız Holding ■ Murat Ülker ■ Diğer

Fiili Dolaşımdaki Pay Oranı: 23,94%



**300'den fazla
marka**



**5 kıtada ulaşılan
4 milyar insan**



**Türkiye'nin
her noktasındaki
perakende
şirketler**



**80 bin
çalışan**



**20'si yurt dışında
olmak üzere toplam
45 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: 235.000 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: 70.250 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: 14.900 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: 97.121 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: 217.000 Ton



Western Foods (Brunei)

Açılış Yılı: 2017

Üretilen Ürün Kategorileri:

Tüketici margarin, catering/pastacılık,
endüstriyel, yemeklik yağlar

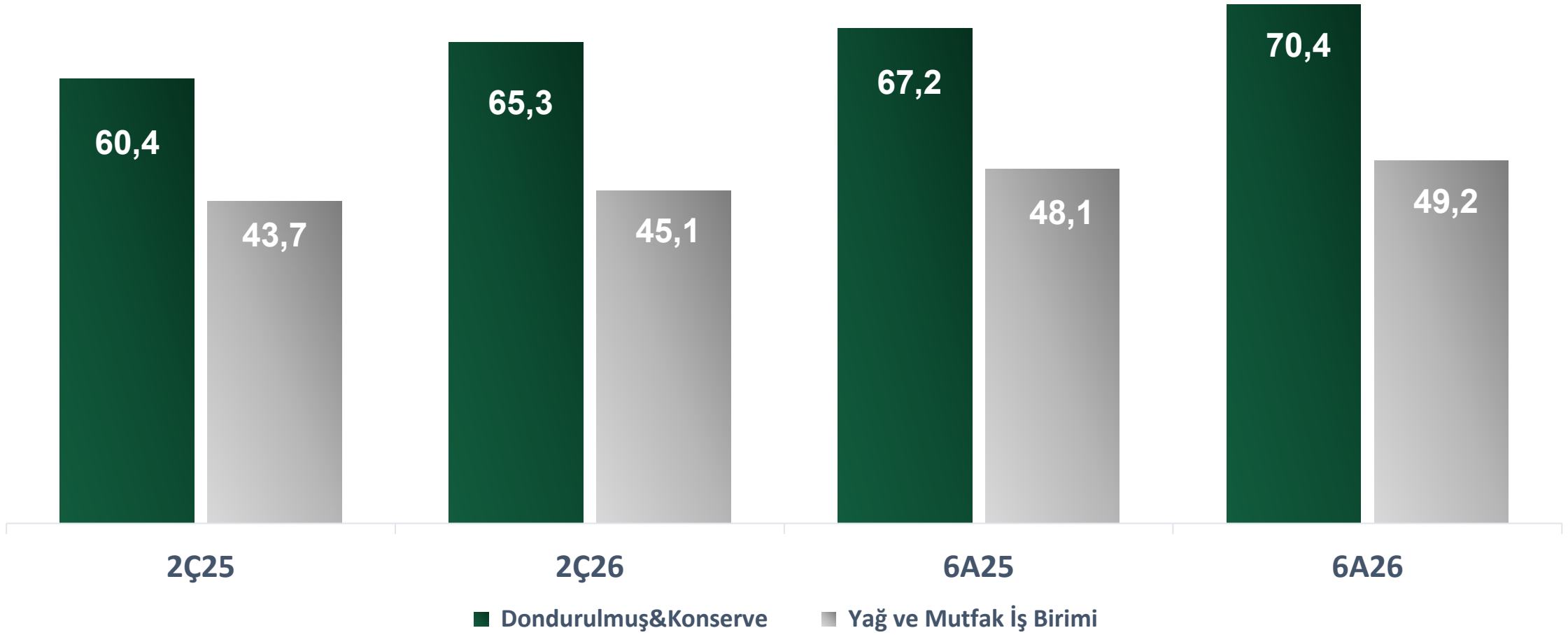
Kapalı Alan: 6.000 m²

Toplam Alan: 20.000 m²

Üretim Kapasitesi: 60.000 Ton



KAPASİTE KULLANIM ORANLARI (%)





Hasılatımızı hedeflerimizin üzerinde gerçekleştirdik.

- 19,6 Milyar TL Hasılat
- %7,6 yıllık artış



Bake off işimizi büyüttük

- H1 döneminde bake-off satışlarımızı geçen seneye göre %53 artırdık. (TMS 29 etkileri hariçtir.)



Yatırımlarla Büyümemizi Güçlendiriyoruz

- İnovasyon gücümüzü, üretim kapasitemizi ve verimliliğimizi artırmak üzere, Avrupa İmar ve Kalkınma Bankası (EBRD)'dan 25 milyon Euro finansman sağladık.
- 2026 yılının ilk yarısında 346 milyon TL konsolide yatırım yaptık.



Tasarruf ettik

- Operasyonel mükemmellik çalışmalarımızla tüm iş birimlerimizde toplam 127,3 milyon TL tasarruf elde ettik.



İnovasyonla büyümeye devam ettik

- İlk yarıda dondurulmuş gıdada 16; yağ iş birimi iç piyasa ürünlerinde 5, ihracat ve ev dışı tüketim ürünlerinde ise 9 yeni ürün lansmanını tüketicilerimizle buluşturduk.



Öncü Sürdürülebilirlik Uygulamalarımıza Devam Ettik

- Akıllı Tarım projemiz SAFER'i Polonya'da da pilot uygulamaya başladık.
- Emirdağ fabrikamızda Güneş Enerjisi Santralimiz faaliyete başladı.

BESLER

DONDURULMUŞ VE KONSERVE İŞ BİRİMİ

1

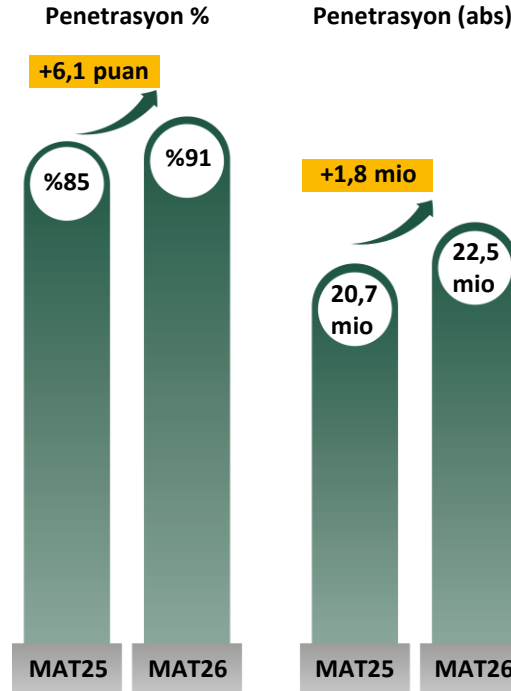
SON 12 AYDA
57,6 MİLYAR CİRO*

%56

CİRO
BÜYÜMESİ

2

YÜKSEK
PENETRASYON ARTIŞI**



3

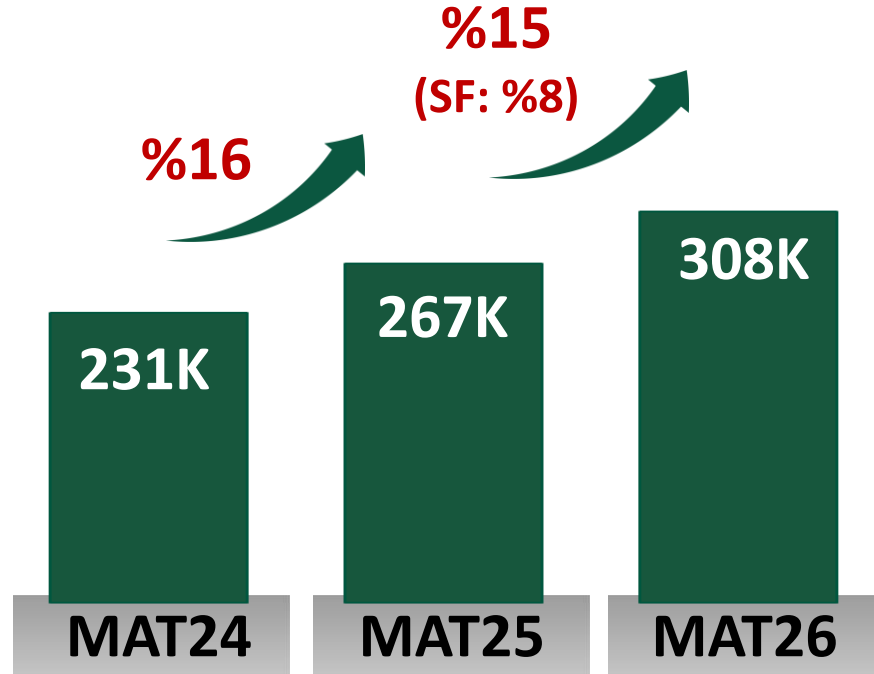
YENİLİKLE BÜYÜYEN
KATEGORİ

+600

SKU

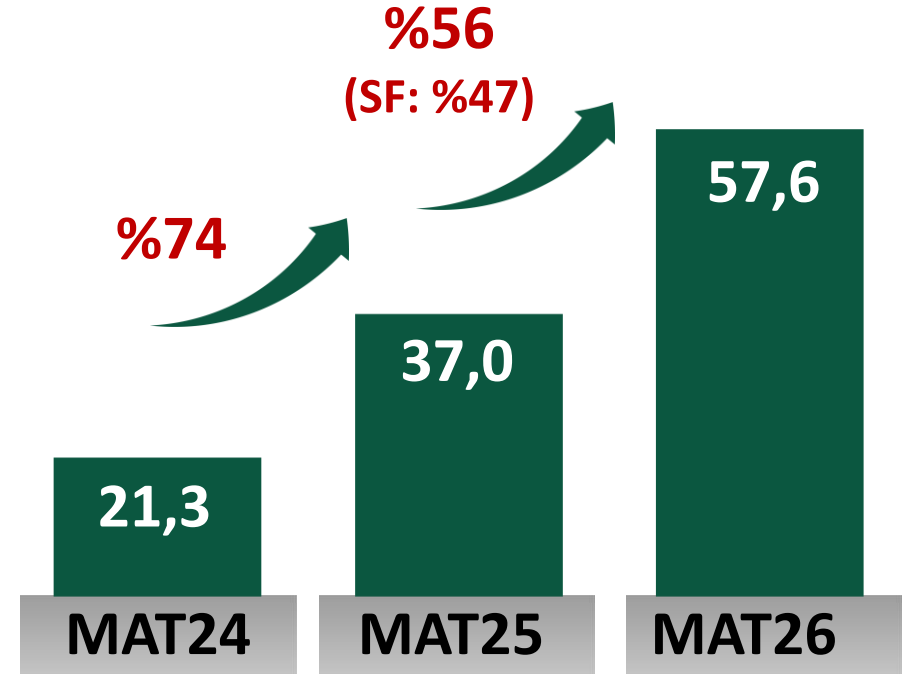
PERAKENDE PAZAR TONAJI (Ton)

Son 36 ayda **+77 bin ton büyüme** gösteren pazar, MAT26 döneminde geçen seneye göre **%15 büyüme** göstermiştir.

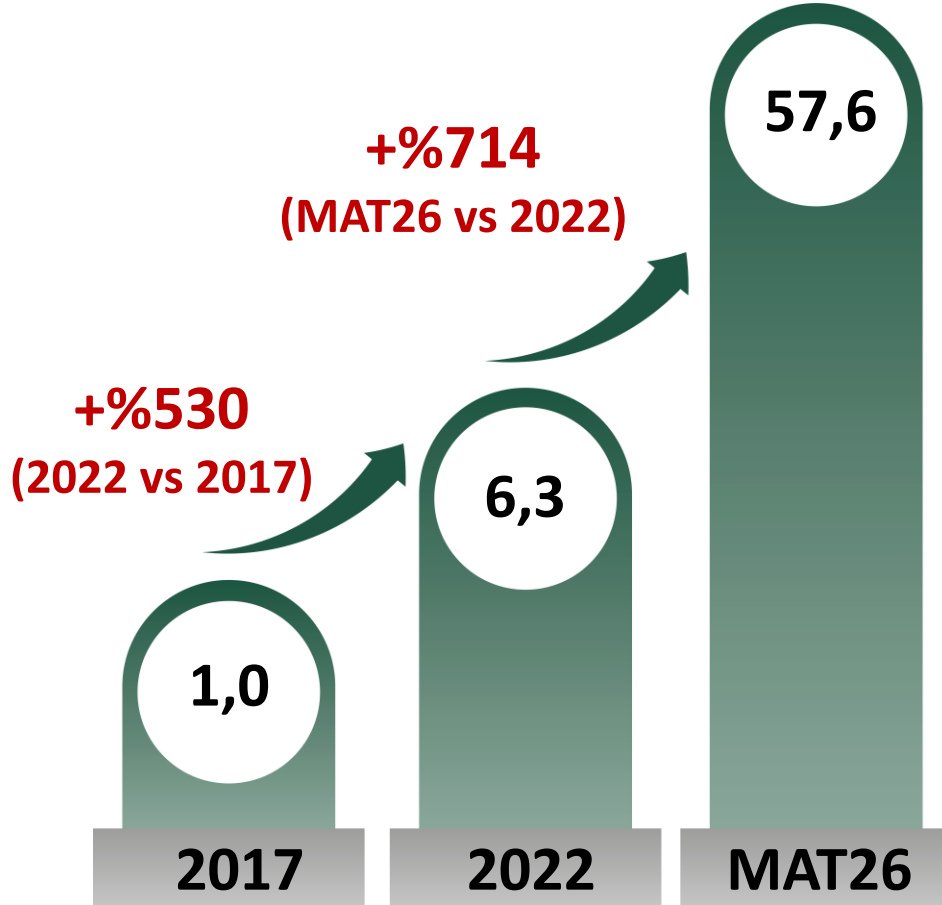


PERAKENDE PAZAR CİROSU (Milyar TL)

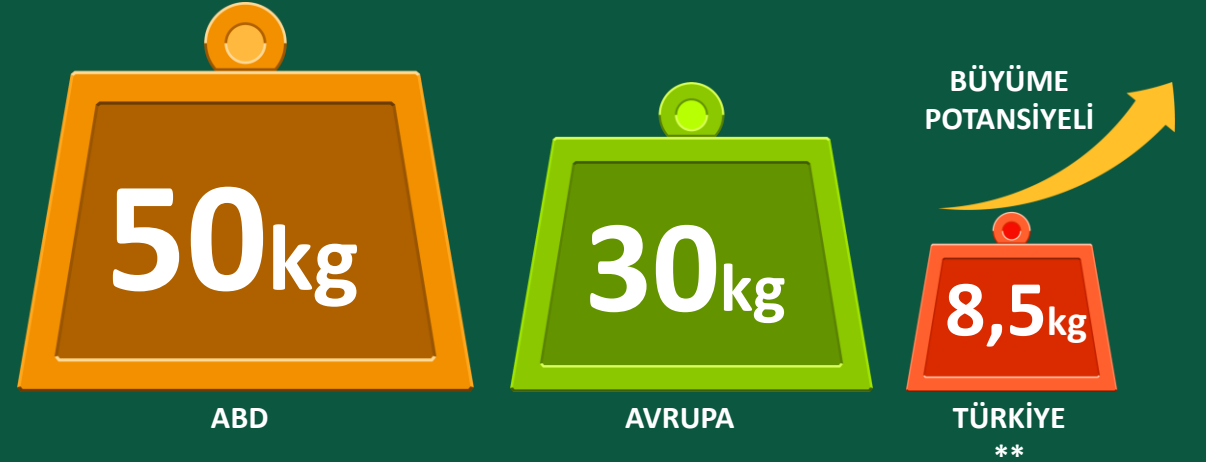
Son 36 ayda değeri neredeyse **x3 kat artan** pazarın, MAT26 döneminde geçen seneye göre **%56 büyüme** göstermiştir.



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 ZİRVEDE!

BESLER

CİRO DEĞİŞİM (%)
(YTD 26 VS YTD 25)

38

TOTAL FMCG
(excl. Tob&Alc.)

TONAJ DEĞİŞİM (%)
(YTD 26 VS YTD 25)

1

1

57

DONDURULMUŞ GIDA

17

2

51

KONSERVE GIDA

13

3

48

SOSLAR

10

4

47

SALÇALAR

2

5

47

SÜT & SÜT ÜRÜNLERİ

4

6

41

YAĞLAR

1

7

39

ŞARKÜTERİ

1

8

38

ATIŞTIRMALIK

-1

9

33

TON BALIĞI

9

10

32

MAKARNA

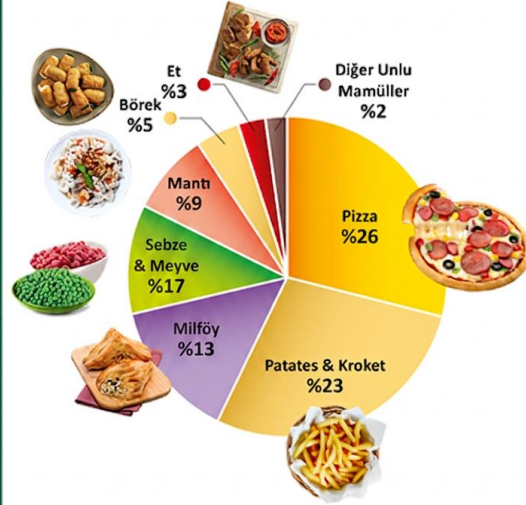
5

KATEGORİNİN KURUCUSU VE LİDERİ



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

EN GENİŞ ÜRÜN/ÇÖZÜM PORTFÖYÜNE SAHİP



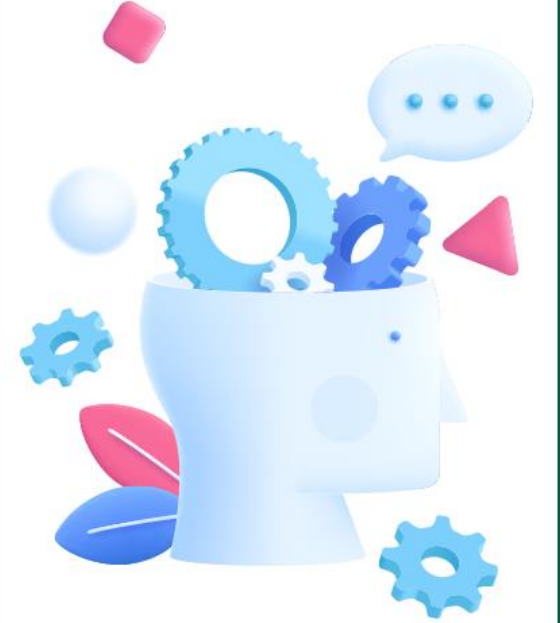
**12 alt kategori
& 400+ ürün**
Pazarda çığır açan ürünlerle
sektöre yön veren**

EN ÇOK HANEYE GİREN



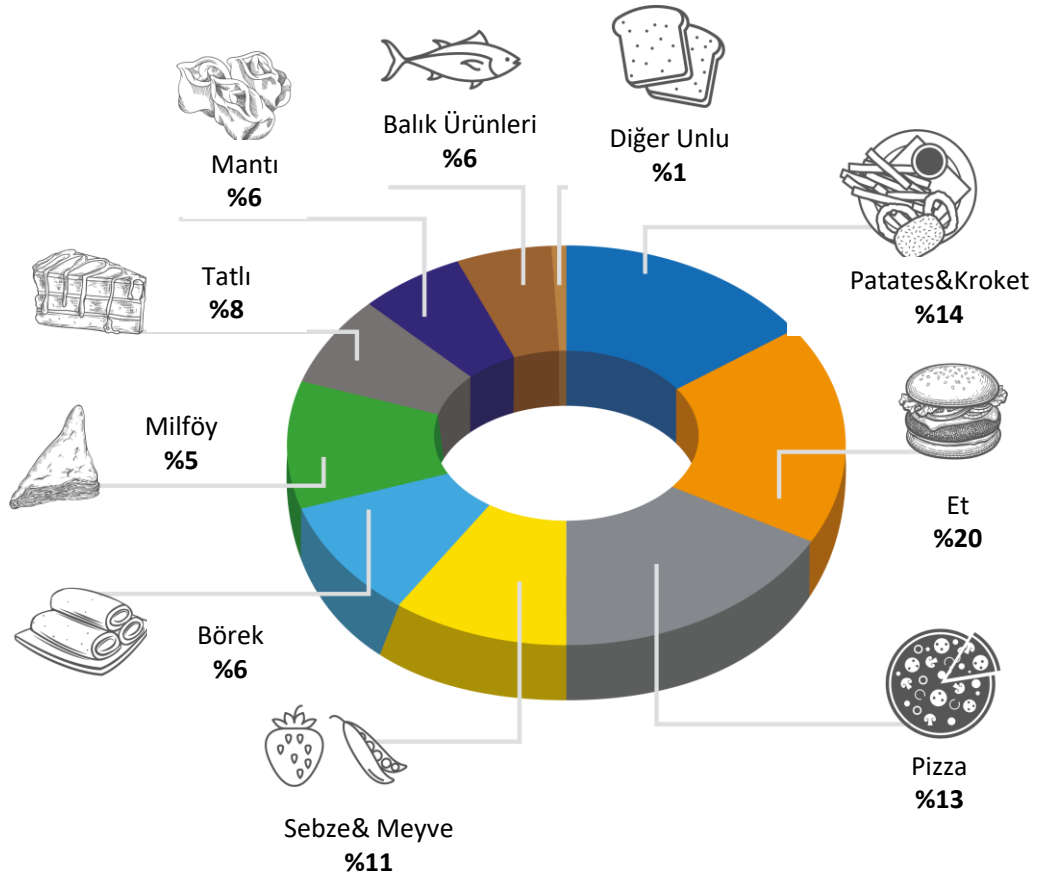
%44 ile
en yüksek hane
penetrasyonuna
sahip marka***

GÜÇLÜ MARKA BİLİNİRLİĞİNE SAHİP



%100
marka bilinirliği

KATEGORİ CİRO AĞIRLIKLARI, %



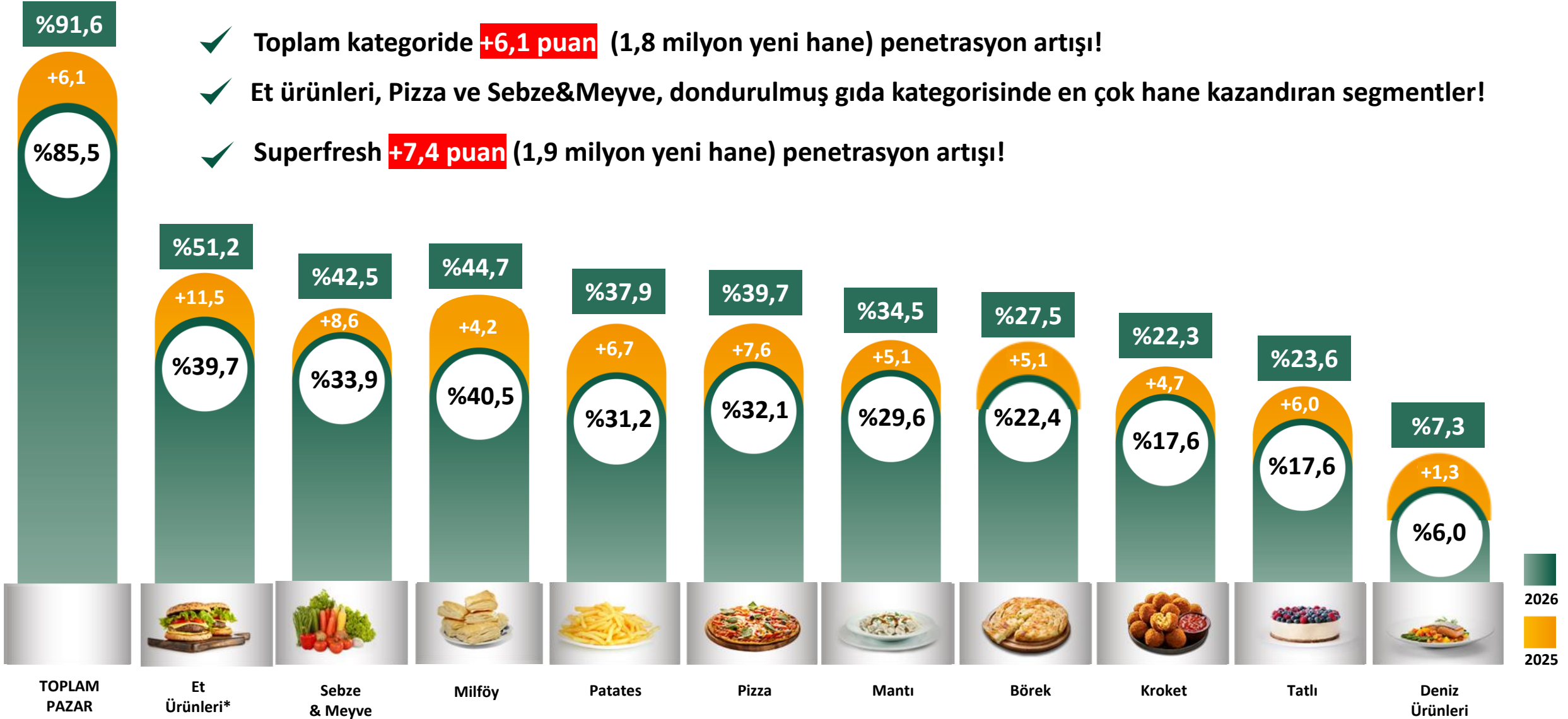
TÜM ANA KATEGORİLERDE ÜRÜNÜ BULUNAN,
EN GENİŞ PORTFÖYE SAHİP MARKA



ÇEŞİTLİLİK İLE DAHA ÇOK HANE ERİŞİM FIRSATI

BESLER

- ✓ Toplam kategoride **+6,1 puan** (1,8 milyon yeni hane) penetrasyon artışı!
- ✓ Et ürünleri, Pizza ve Sebze&Meyve, dondurulmuş gıda kategorisinde en çok hane kazandıran segmentler!
- ✓ Superfresh **+7,4 puan** (1,9 milyon yeni hane) penetrasyon artışı!



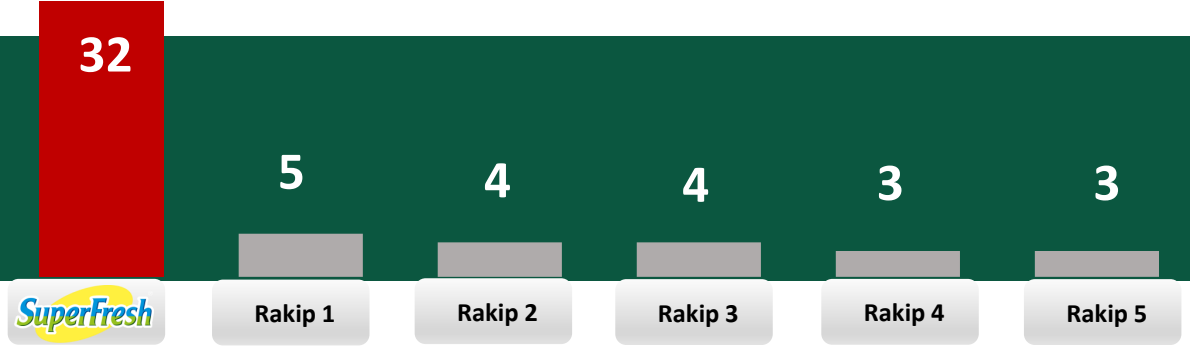
*Piliç dahil

Kaynak: IPSOS, HTP, MAT Haziran 2026

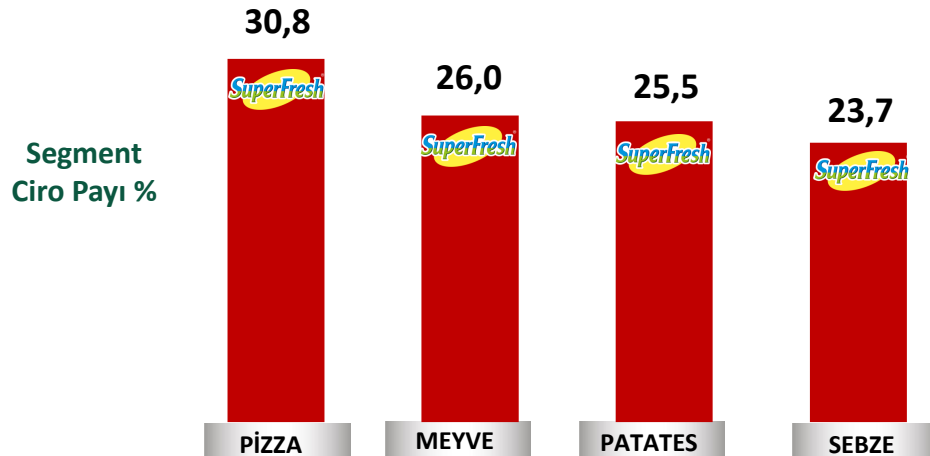
TOPLAM PAZAR PAYLARI

İnd. Mar. Hariç Pazar

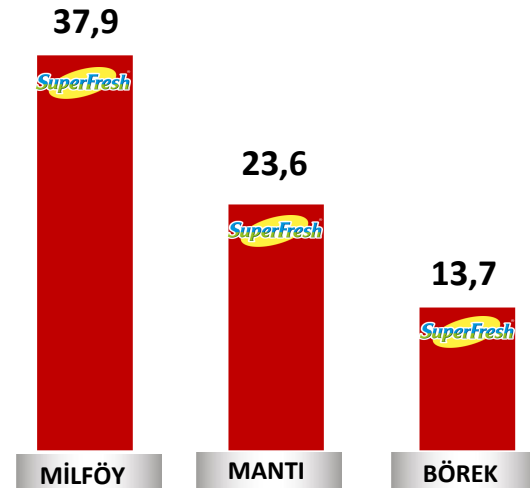
SUPERFRESH, TÜM ODAK
KATEGORİLERİNDE
MARKALI LİDERDİR!



ODAK ÜRÜNLER



STRATEJİK ÜRÜNLER



YENİ ÜRÜN LANSMANLARI İLE BÜYÜMEYİ SÜRDÜREN SUPERFRESH

BESLER

2026'NIN İLK YARISINDA YENİ ÜRÜN LANSMANLARIMIZ İLE DEĞER YARATTIK

+ 976 BİN HANE

BÜYÜMENİN %17'Sİ YENİ ÜRÜNLERDEN



Kaynak: Ipsos, Toplam Dondurulmuş Gıda, YTD Haziran 2026, toplam SuperFresh hane kazanımı.

*İç Satış verisi, 2026 Yeni Ürünlerimizin 2026 Toplam Perakende büyümesindeki oranı

HİNDİSTAN CEVİZLİ VE LİMONLU COOKIE



MINI BUN EKMEĞİ



BESLER

YAĞ VE MUTFAK İŞ BİRİMİ



Yağ pazarında en büyük tonaj Ayçiçek yağındadır. Margarin ise 2. sıradadır. Besler olarak margarin kategorisinin açık ara lideriyiz.

	MİKTAR (tonaj / kL)			PENETRASYON (%)			ALİŞVERİŞ MİKTARI		
	MAT25	MAT26	Chg (%)	MAT25	MAT26	Chg	MAT25	MAT26	Chg (%)
 *Ayçiçek Yağı	1.067.715	1.108.601	3,8%	93,3%	97,1%	3,9%	5.003	4.943	-1,2%
 *Margarin	120.791	115.701	-4,2%	85,2%	86,7%	1,5%	524	518	-1,1%
 **Tereyağı	77.460	82.005	5,9%	67,4%	71,3%	3,9%	890	912	2,5%
 **Zeytinyağı	32.238	40.088	24,3%	25,5%	30,7%	5,2%	2.079	2.350	13,0%
 *Mısır Özü	26.694	21.585	-19,1%	4,7%	6,0%	1,3%	5.322	5.146	-3,3%

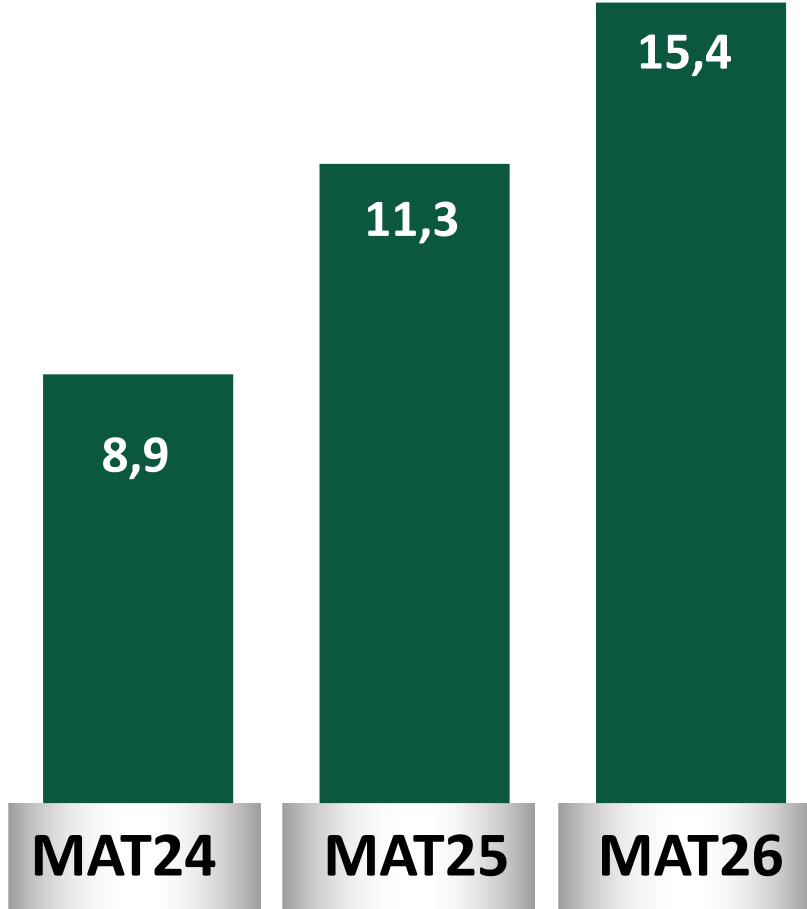
Kaynak: *NielsenIQ Yağlar , Mart MAT 2026, **IPSOS HTP, Yağlar MAT Haziran 2026

Tonaj verileri, * ve ** ile belirtilen iki farklı kaynaktan derlenmiştir. Penetrasyon ve tek seferde alım verileri ise yalnızca ** kaynağından alınmıştır.

MARGARİN PAZARI 15,4 MİLYAR TL BÜYÜKLÜĞE ULAŞTI

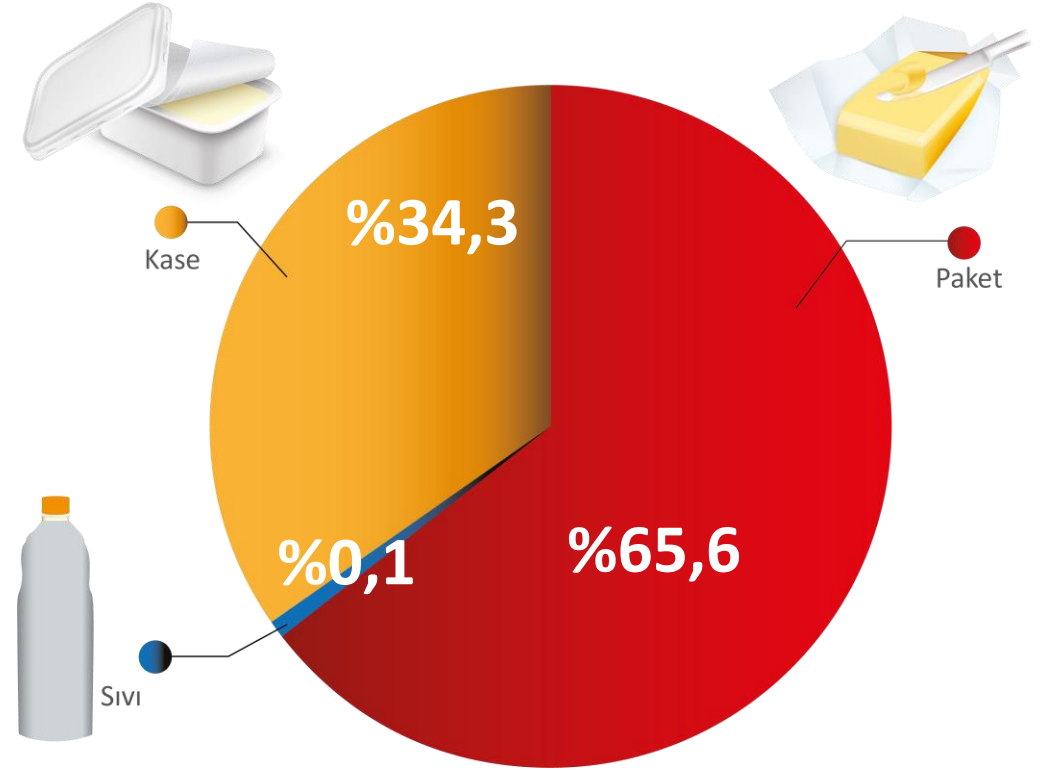
BESLER

TOPLAM MARGARİN CİROSU (TL MİLYAR)
%37 CİRO BÜYÜMESİ



Segment CİRO DAĞILIMI %

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

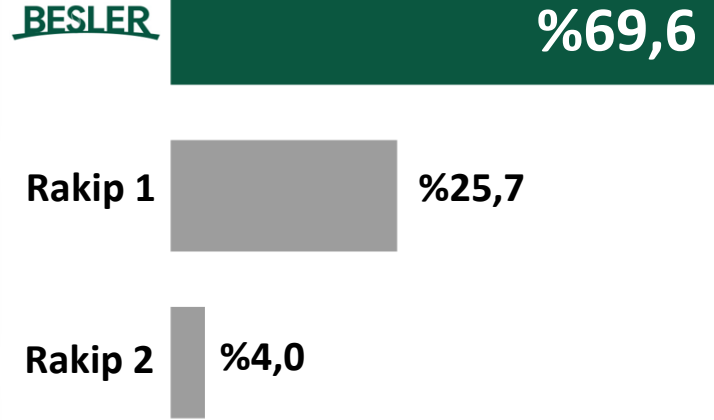


2 SEGMENTİN DE TARTIŞMASIZ LİDERİYİZ

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 MARKALAR!



KATEGORİDE
İNOVASYONUN
LİDERİ!

ÜLKER
TEREM

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



İlklerin Markası

LUNA



Taktiksel
Markalarımız

Hesaplı
Sabah
1964

Yayla
Lezzet dolu yaşam
Vitamin A & D kaynağı

Halk



YENİLİKÇİ LANSMAN VE FARKLI KATEGORİLERDE KANAL ODAKLI 20 YENİ ÜRÜN LANSMANI

Farklı
Kategorilerde
Yenilikçi
Lansmanlar



Ayçiçek Kategorisi



Krema Kategorisi



Peynirli Sürme Kategorisi

Margarin
kategorisinde
Kanal Odaklı
ve Okazyonel
Lansmanlar



İSTİKRARLI BÜYÜME PERFORMANSI GÖSTEREN TEREM

BESLER



PAZAR PAYINDA
İSTİKRARLI
BÜYÜME

%21

Sürülebilir büyüme ile
pazardaki güçlü
konumumuzu
pekiştiriyoruz.



TEREM GURME
BÜYÜYOR !

+%2,4

Pazar payı artışı

Gurme serimizle daha fazla
tüketiciye ulaşıyor,
tercih edilme oranımızı
artırıyoruz.



EN ÇOK HANEYE
GİREN MARKAYI
KORUYOR

11 Mio
hane

+2,1
puan artış

Daha fazla haneye girerek
liderliğimizi sürdürüyoruz.



YÜKSEK
PERFORMANS
ETKİSİ



Terem Paket şimdi
A101'de

Doğru iletişim ve dağıtım
gücümüzle performansımızı
destekliyoruz.



KATEGORİ DE BİR İLK
OLAN RETAIL
UYGULAMALARINA
DEVAM EDİLİYOR !



Max görünürlük ile
güçlü etki yaratıyoruz.

TÜRKİYE'NİN YAĞI OLMA MİSYONU İLE BÜYÜYORUZ



GÜÇLÜ
BÜYÜME
YOLCULUĞU

BÜYÜYEN KATEGORİ KREMADA GIDA MARKASI OLMA YOLUNDA İLK ADIM



KATEGORİDE BÜYÜMEYE
LİDERLİK EDECEK
YENİ BİR OYUNCU

SOSYAL MEDYANIN LİDER GIDA MARKASI



1.8M
ABONE



558K
TAKİPÇİ



TÜKETİCİYLE GÜÇLÜ
DUYGUSAL BAĞ
VE YÜKSEK ETKİLEŞİM



BİZİM YAĞ GÜÇLENEREK LİDERLİĞİNİ KORUYOR



TÜM KANALLARDA
PAZAR PAYI
KAZANIYOR



+170K HANE
KAZANIMI



SPONTEN MARKA BİLİNLİRLİĞİ

+6P ARTIŞ



LİDERLİĞİMİZİ
GÜÇLENDİREREK
SÜRDÜRÜYORUZ



Sürülebilir Peynir pazarı

Tonajda %16
büyümektedir.



Çeşnili Pazar tonajda
%23 büyümüştür!
SÜRMİX hariç %4
daralmıştır.



TÜKETİCİ KAZANIMI



+150B
HANE KAZANIMI

Margarin satın almayan 150 bin yeni hane
ilk kez Besler ürünleriyle
Sürmix sayesinde buluştu.



PENETRASYON ARTIŞI



1,9
PENETRASYONDA
BÜYÜME

Geçen yıla göre
penetrasyon artışı



REKLAMIN GÜCÜ



Reklamı gören kullanıcıların marka algısı,
reklamı görmeyen kullanıcılara kıyasla
9,1 puan artış göstermiştir.



Reklamı gören kullanıcıların
marka bilinirliği, reklamı görmeyen
kullanıcılara kıyasla **7,2 puan**
artış göstermiştir.



3.087 TON

TÜİK verilerine göre yılın ilk 6 aylık diliminde, faaliyet gösterdiğimiz kategorilerde Türkiye İhracatının yarısını üstlendik.

MARSA'NIN TÜRKİYE İHRACATINDAKİ PAYI

%35

Geçen yılın aynı dönemi



%50

2026 Mayıs

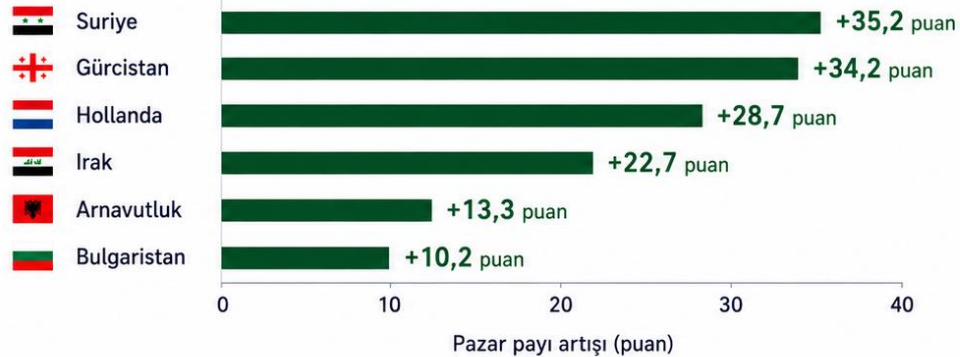
+15
puan

Pay artışı



Türkiye'den ihraç edilen her 2 ton ürünün
1 tonu Marsa tarafından gerçekleştirildi.

ANA PAZARLARDAN ELDE EDİLEN PAZAR PAYI KAZANIMI (puan)¹



EN BÜYÜK KATKI



IRAK

%23,4 → %46,1

Rakiplerden en yüksek
pazar payı kazanımı

2025 H1 sonu – 2026 H1 sonu, Türkiye toplam ihracatı içerisindeki pazar payı değişimi (puan)

Kaynak: TÜİK

2026'nın ilk 6 ayında Ev Dışı Tüketim Satış Tonajlarında Rekorlar Kırıyoruz.



HAZİRAN 2026 H1 SONUÇLARINA GÖRE
2026 H1'DE GEÇEN YILA GÖRE



+20%



TOPLAM TONAJ BÜYÜMESİ (vs. H1 2025)



PASTACILIK

+18%

GEÇEN YILA GÖRE
TONAJ BÜYÜMESİ



Büyümenin ana sürükleyicisi
USTAM Profesyonel Portföyü



CATERING

+10%

GEÇEN YILA GÖRE
TONAJ BÜYÜMESİ



Bütçenin üzerinde
sürdürülebilir büyüme



ENDÜSTRİYEL YAĞLAR

+52%

GEÇEN YILA GÖRE
TONAJ BÜYÜMESİ



En yüksek büyüme
gösteren iş kolu

BESLER

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

SuperFresh

ÜLKER
Bizim

ÜLKER
TEREM

DFU
DONUK FİBRÜLÜK ÜRÜNLER

ONA

ÜSTÜN
MARMARİS

LUNA

ÜLKER
SürMix



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.
- ✓ 2025 yılında sera gazı emisyonunu azaltmak adına **27** adet proje gerçekleştirdik.
- ✓ Enerji verimliliği sağlamak adına **21 milyon TL'nin** üzerinde yatırım yaptık. Projeler sayesinde **8.629 MWh** enerji ve **21 milyon TL'nin** üzerinde finansal tasarruf gerçekleştirdik.



1



3 Yıllık Hedeflere 1 Yılda Ulaşıldı

- 4 yılda toplam 22.038 ton & 169 milyon TL değerinde ürün alımı.
- 80'e ulaşan kadın çiftçi sayısı.

2



İletişimle TV ve Dijitale Taşındı

- Dünya Kadın Çiftçiler Günü'nü 3 senedir sahipleniyoruz
- SM Engagement rate: %14 (benchmark: %1,5)

3



2 Yurtdışı Olmak Üzere Toplam 10 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 ölçümledik.



2026 yılında da atık su geri kazanımı ve su kullanımı azaltımı projeleri olmak üzere toplamda 4'ü devam eden 14 projeyi hayata geçirdik.

KARBONSUZLAŞMA

Kendi operasyonlarımızdan kaynaklanan karbon emisyonunu azaltmak adına gerçekleştirdiğimiz projelerimiz sayesinde yıllık **8.629 MWh** enerji ve **21 milyon TL**'nin üzerinde finansal tasarruf elde ettik.

GIDA İSRAFINA KARŞI
TARLADAN TABAKLARA
SIFIR ATIK MODELİ

SÖZLEŞMELİ TARIM

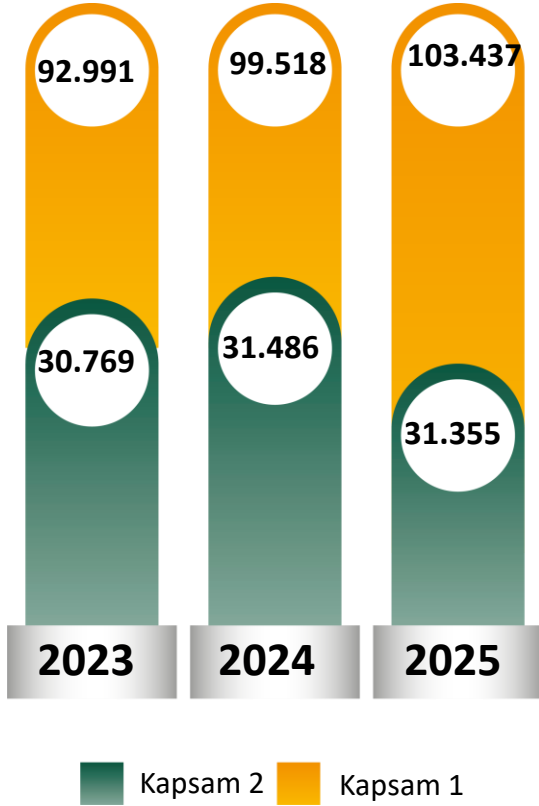
Tarımsal ürünler için alım garantisi verdiğimiz model kapsamında üreticiyi ekonomik olarak güvence altına alıyor, üretim miktarını önceden belirleyerek üretimin planlı şekilde yapılmasını teşvik ediyoruz.

Bu yıl tarımsal ham madde alımlarında **321 çiftçi** ile çalışırken bu çiftçilerin **%89'unu** sözleşmeli çiftçilerimiz oluşturdu.

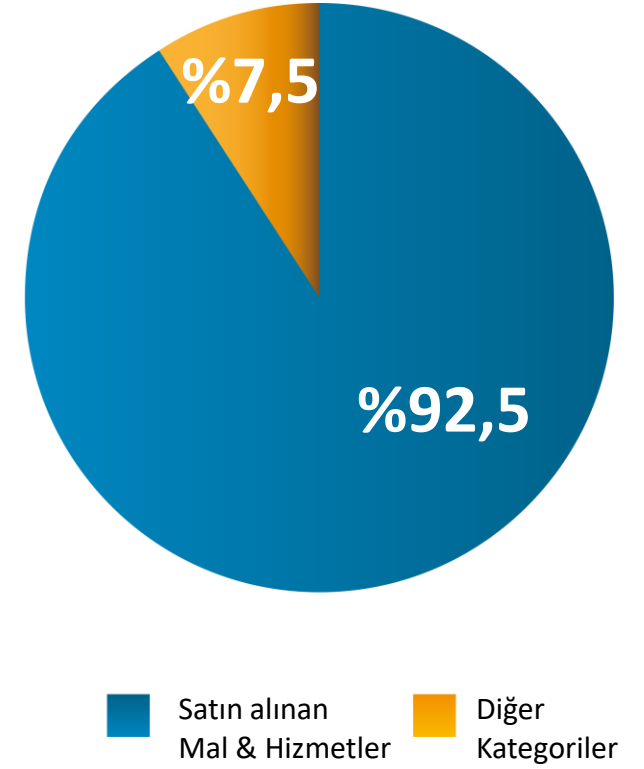
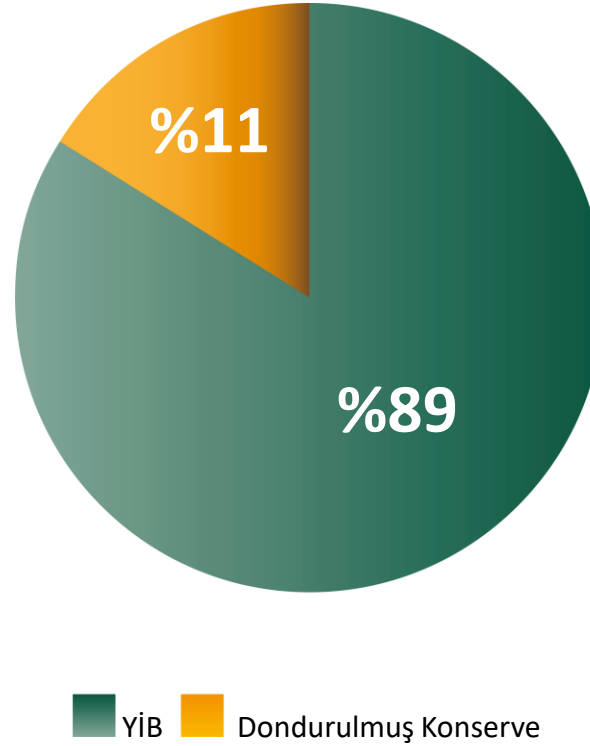


Kapsam 1 ve Kapsam 2 Emisyonları

KARBON EMİSYONLARI (ton CO₂e)



2025 Kapsam 3 Emisyonları



BESLER

FİNANSAL SONUÇLAR

SuperFresh

ÜLKER
Bizim

ÜLKER
TEREM

DFU
DONUR FİBRÜLÜK ÜRÜNLERİ

ONA

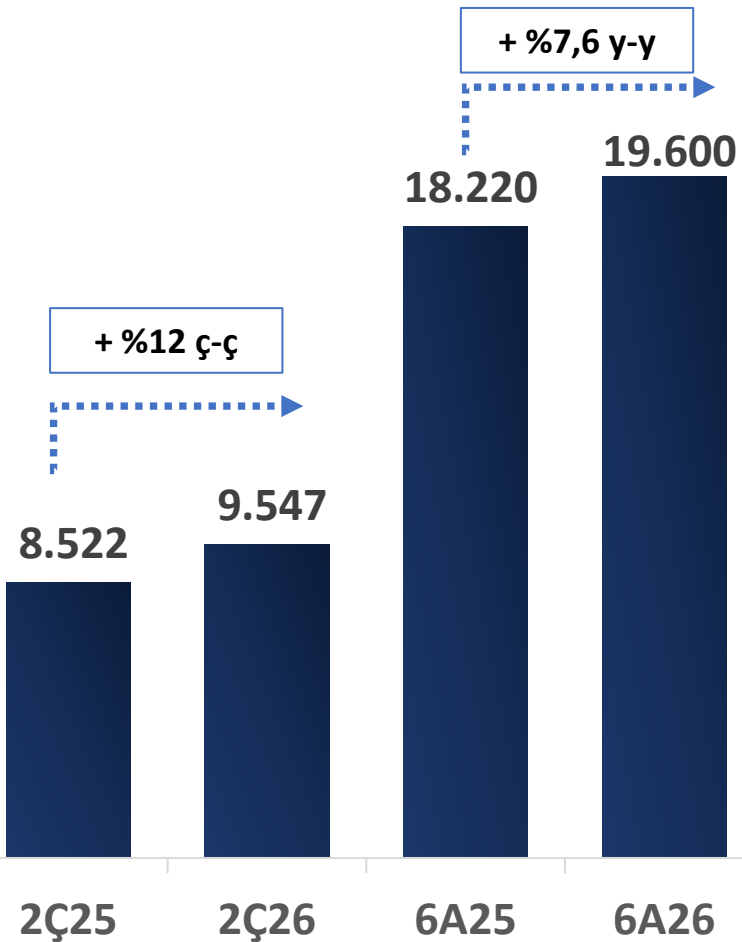
USTAK
MİLLÎ MÜHÜR

LUNA

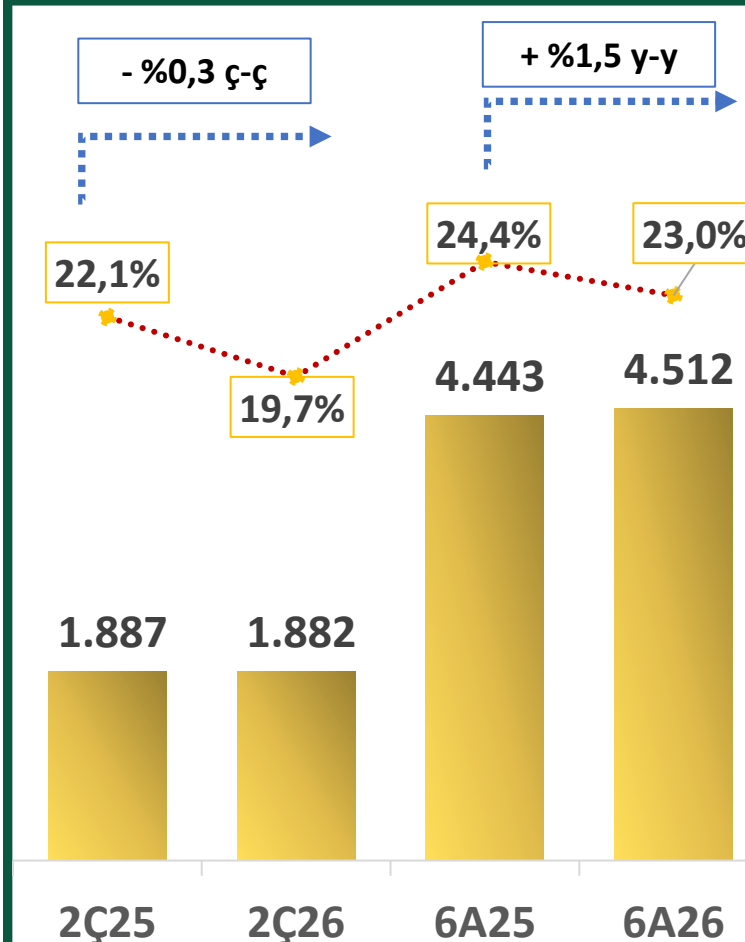
ÜLKER
SürMix



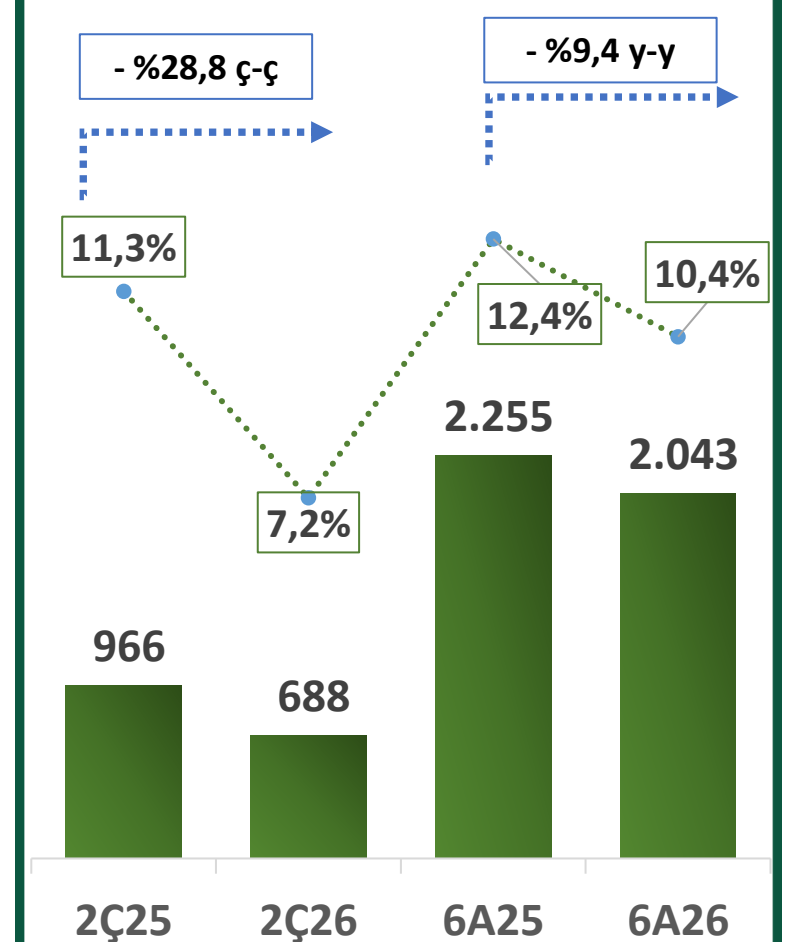
HASILAT



BRÜT KAR

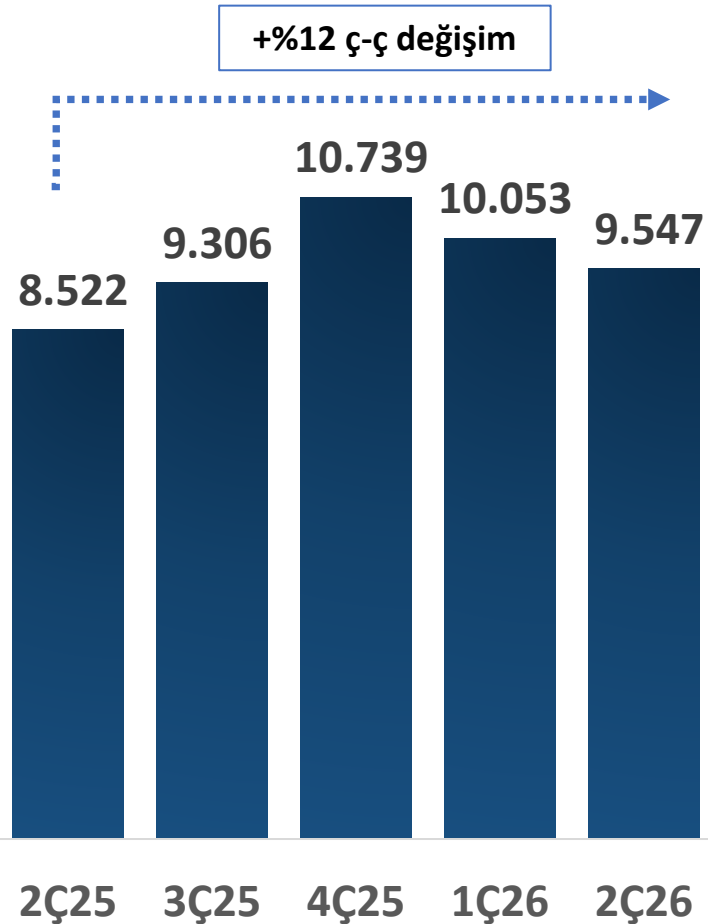


FAVÖK

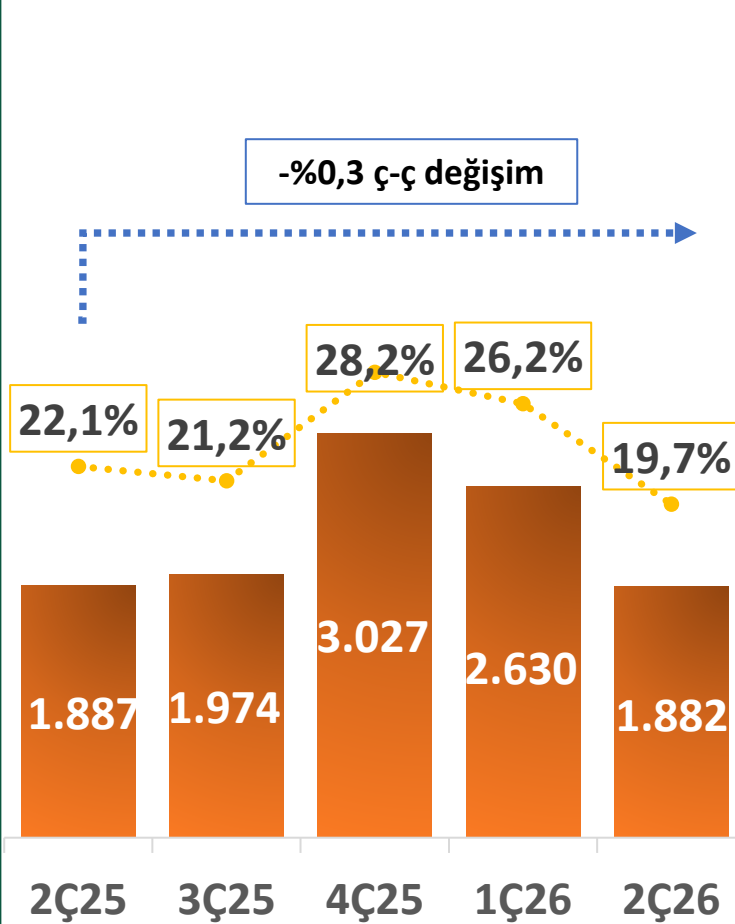




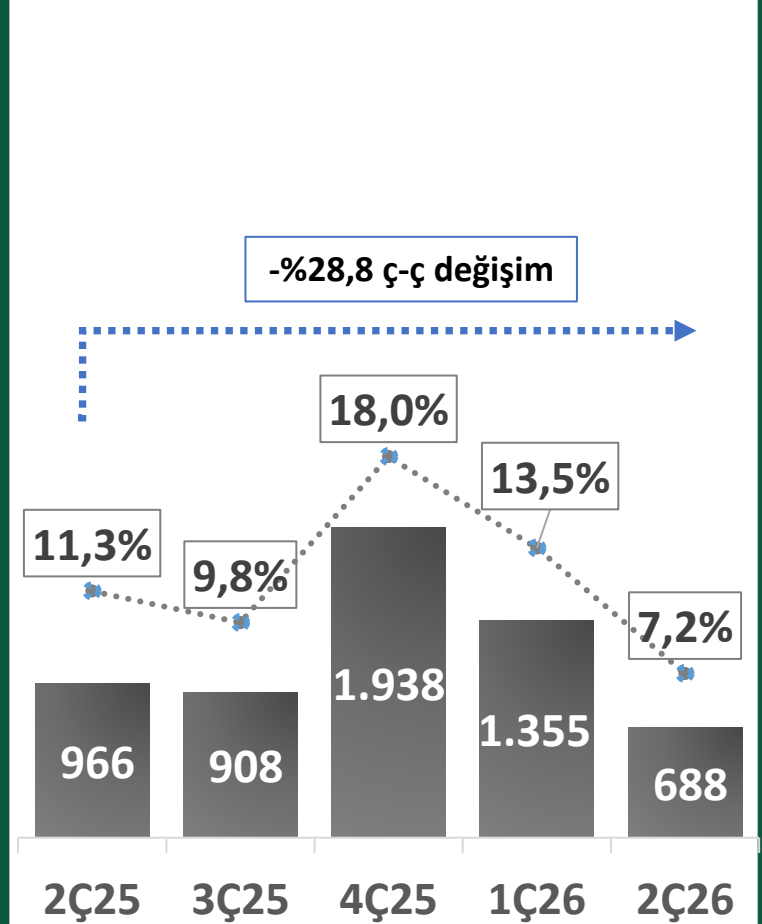
HASILAT



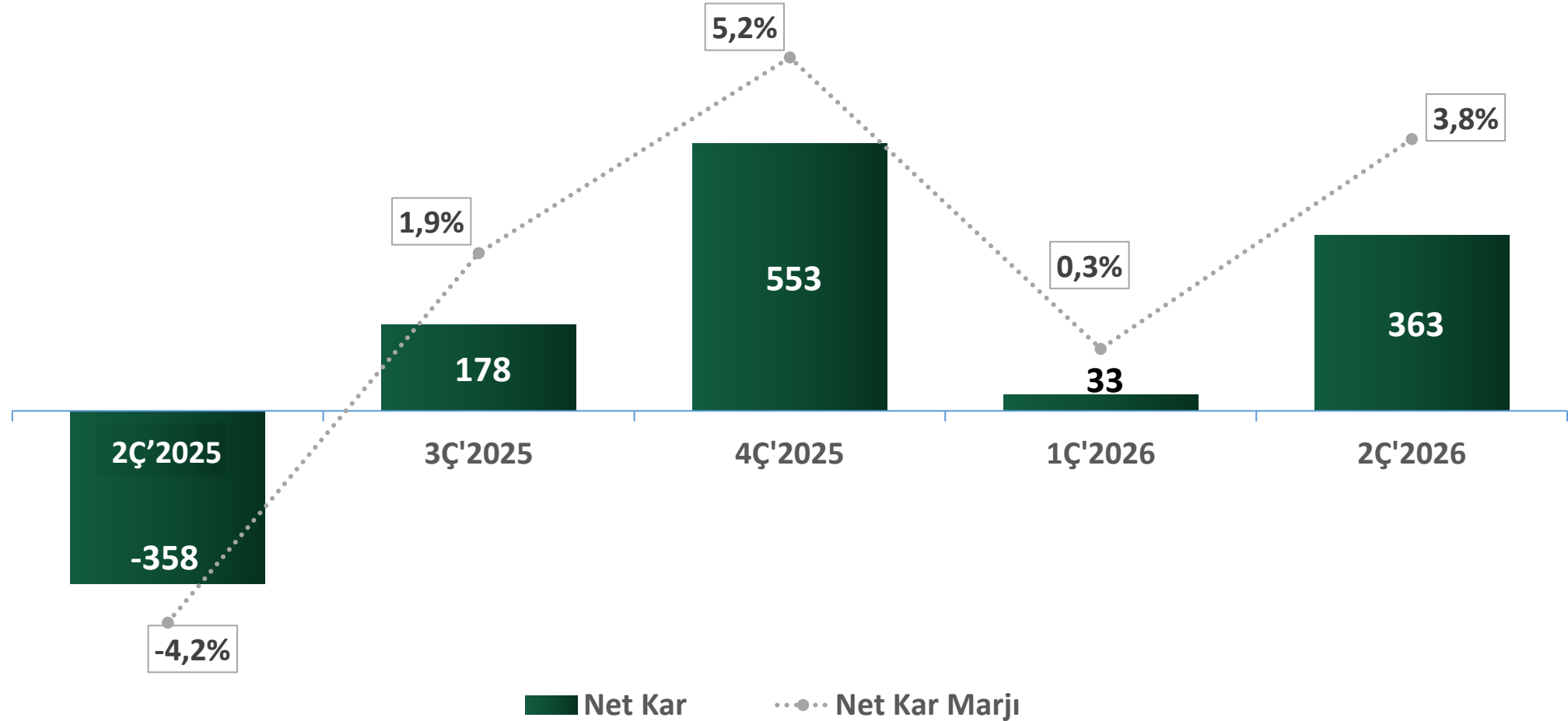
BRÜT KAR



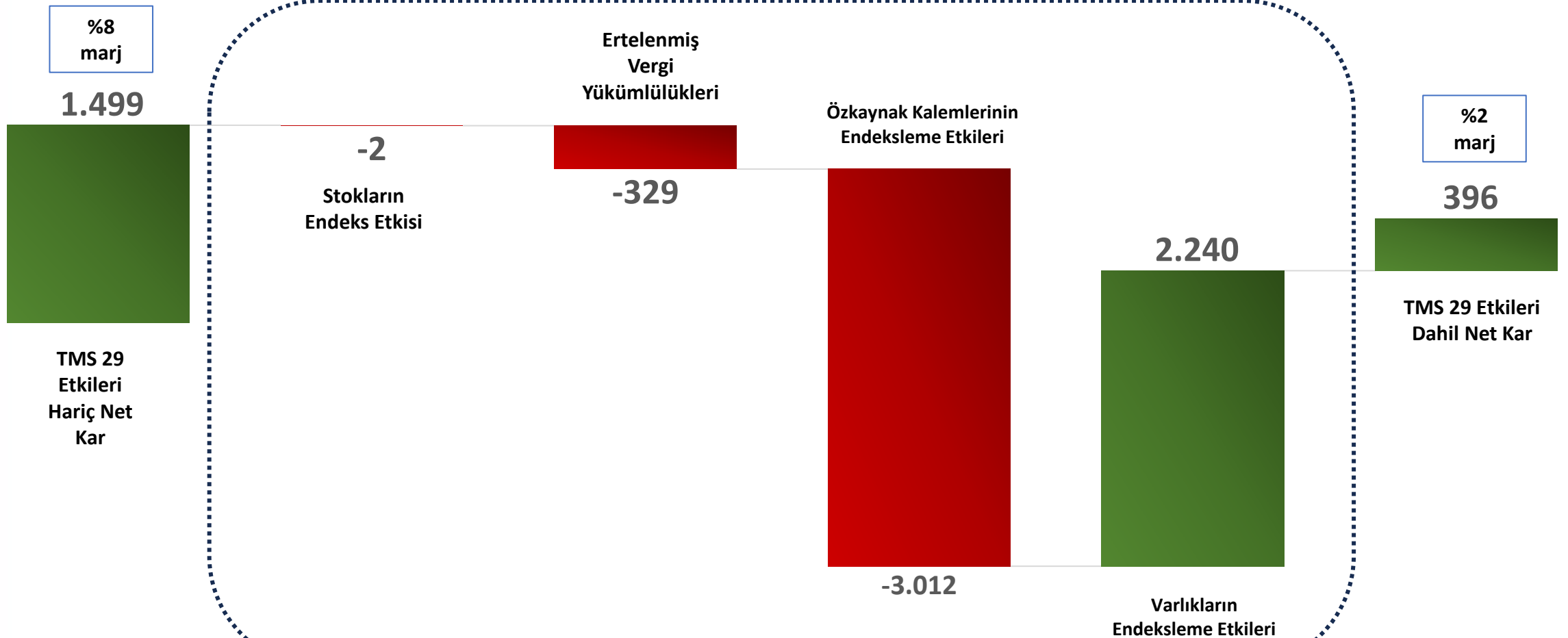
FAVÖK



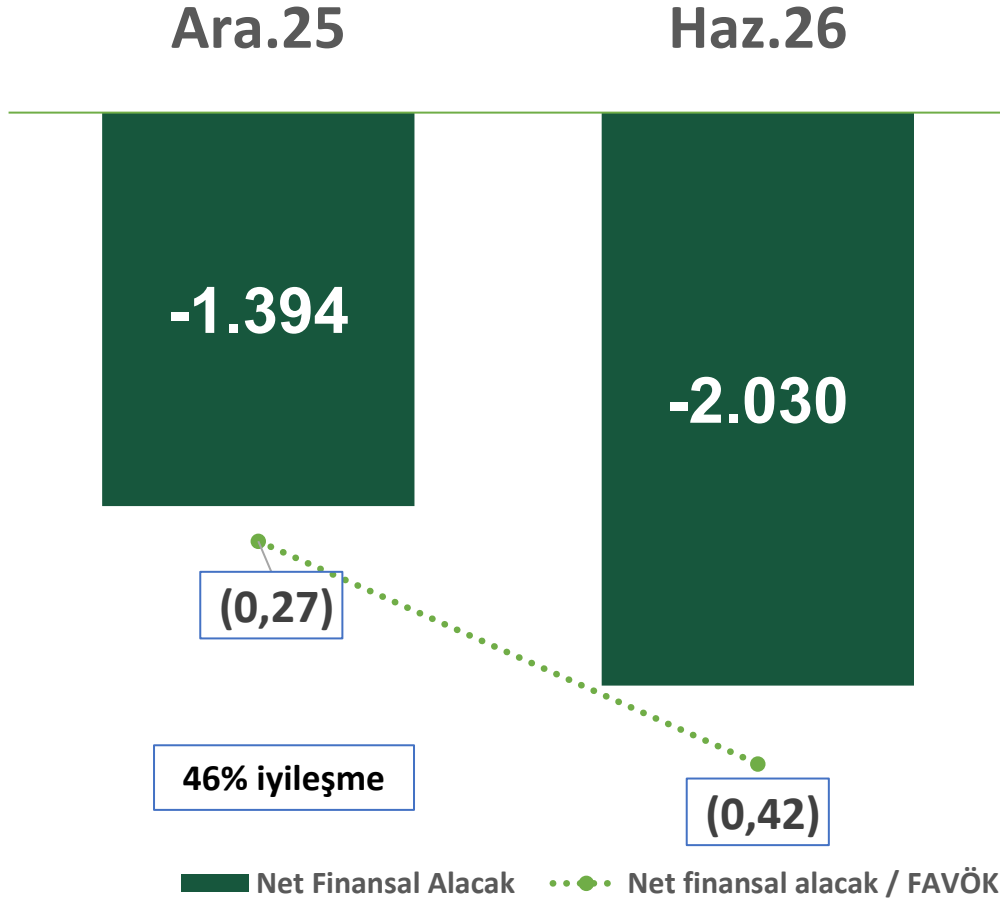
ÇEYREKLİK NET KAR / (ZARAR)



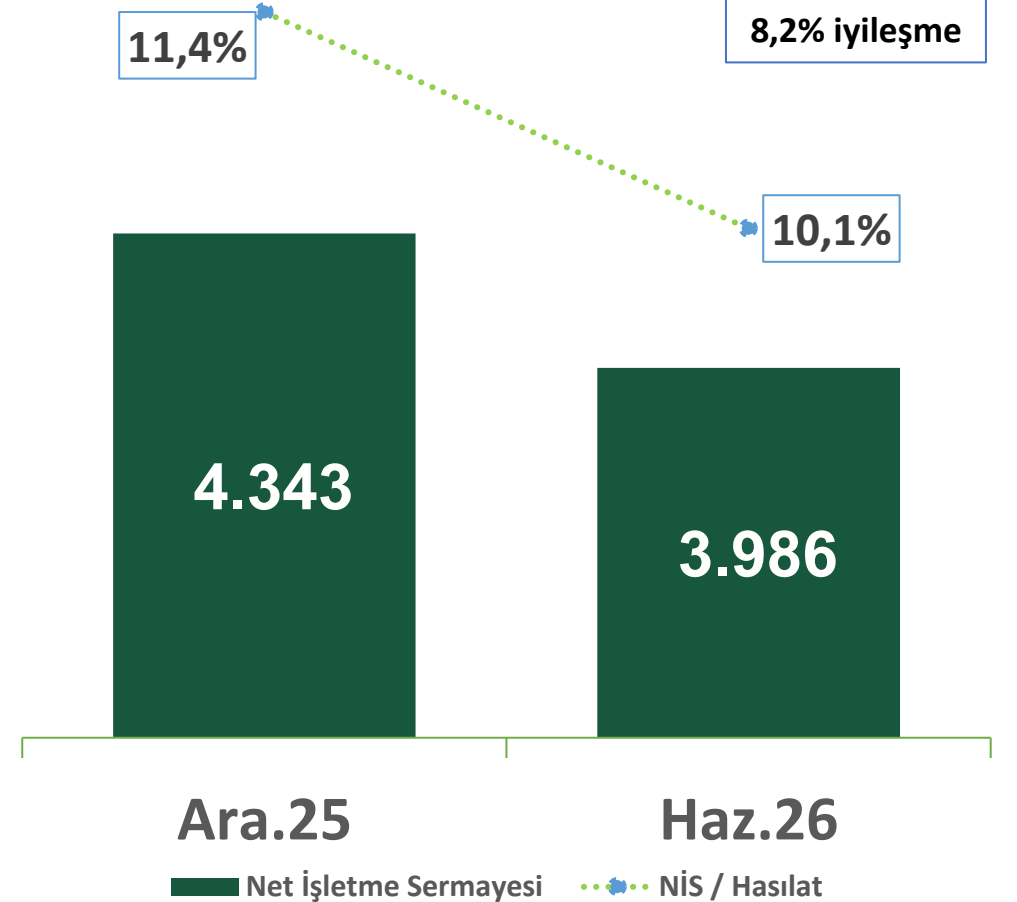
ENFLASYON MUHASEBESİNİN NET KAR ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ



NET FİNANSAL ALACAK / FAVÖK



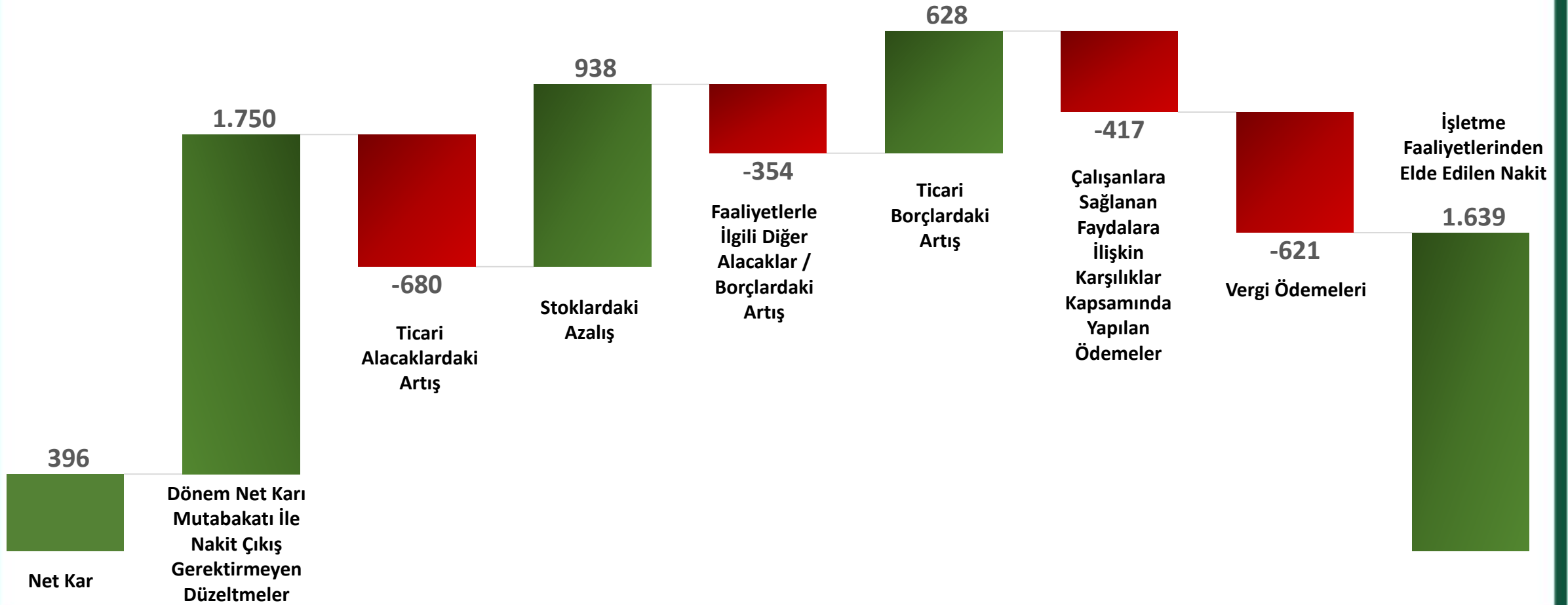
NET İŞLETME SERMAYESİ / HASILAT



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

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

İŞLETME FAALİYETLERİNDEN ELDE EDİLEN / (KULLANILAN) NAKİT AKIŞ



BESLER

İŞ BİRİMİ BAZINDA SONUÇLAR

SuperFresh

ÜLKER
Bizim

ÜLKER
TEREM

DFU
DONUR FİBRÜLÜK ÜRÜNLERİ

ONA

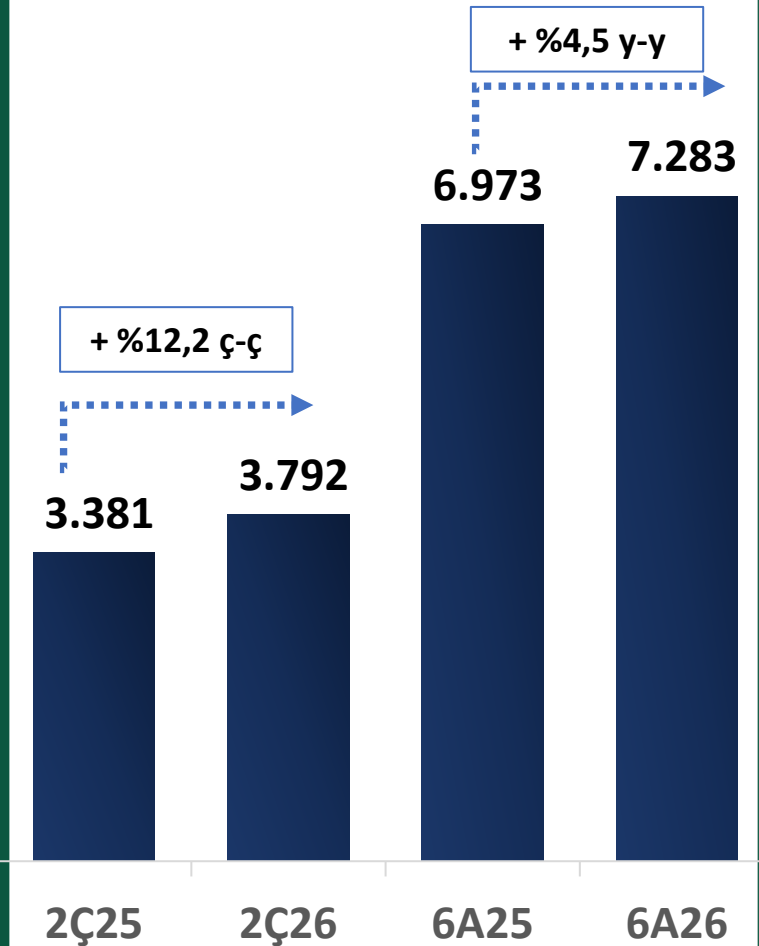
USTAM
MARMARA DONDURU

LUNA

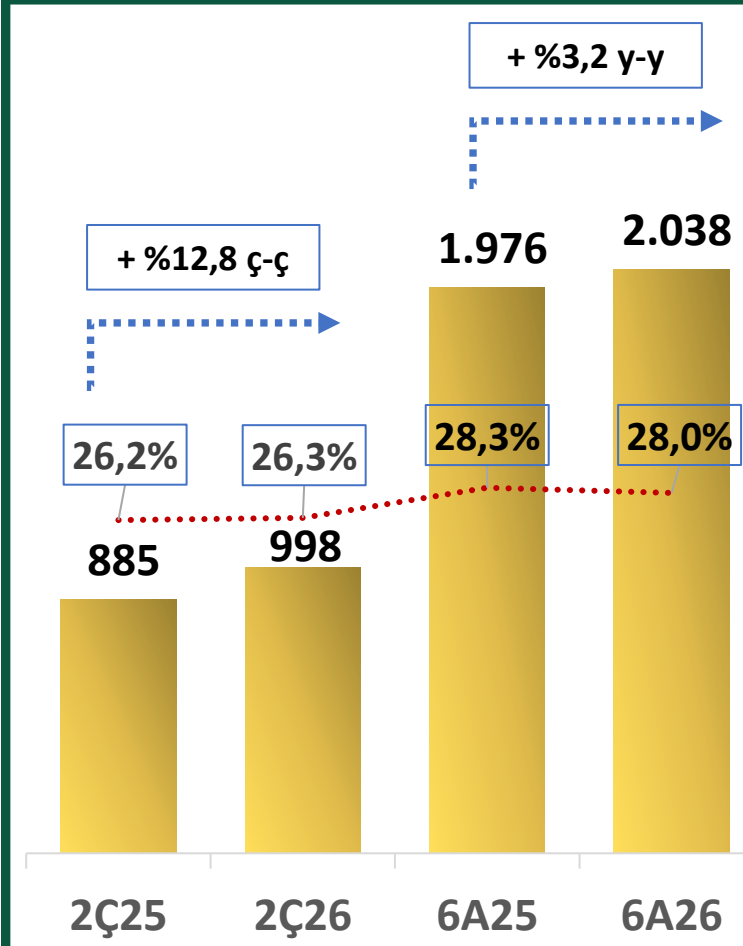
ÜLKER
SürMix



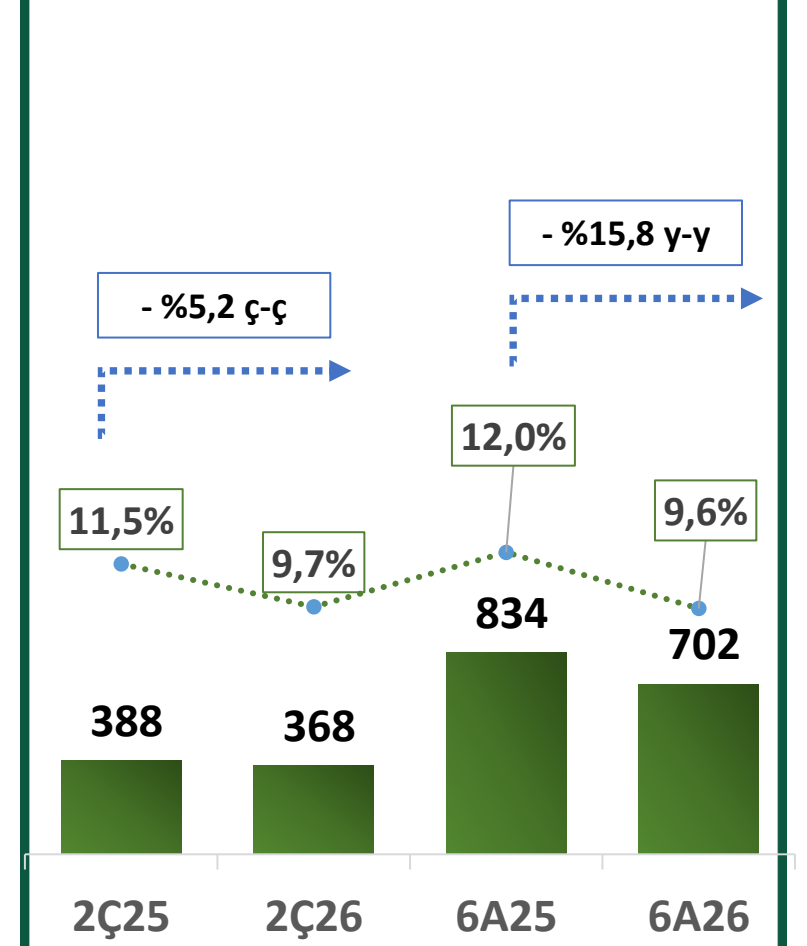
HASILAT



BRÜT KAR



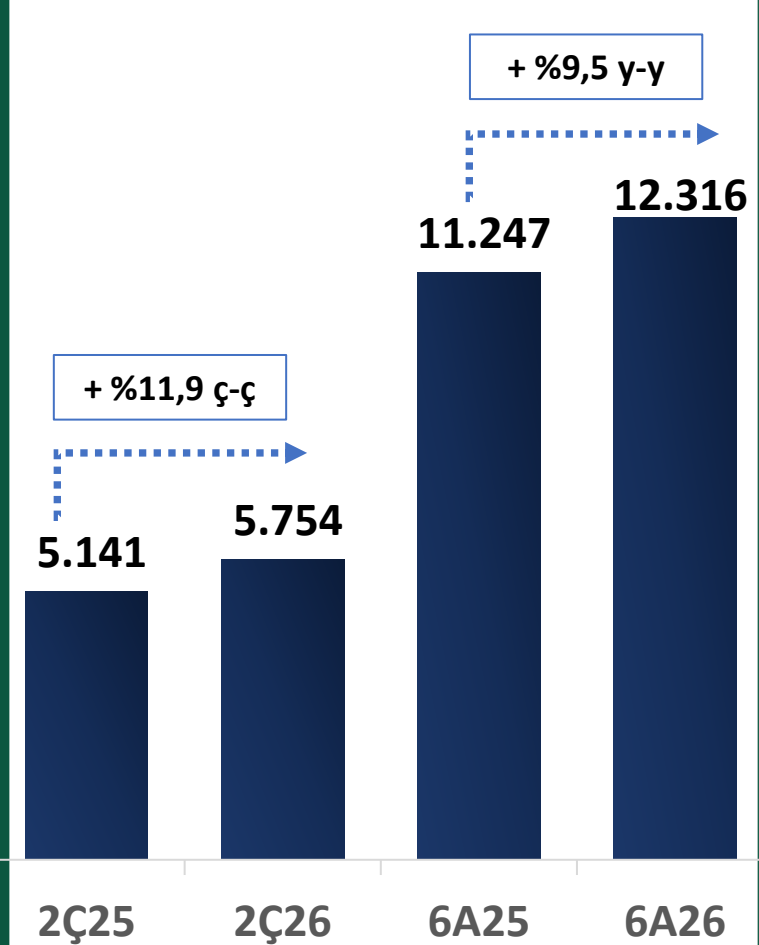
FAVÖK



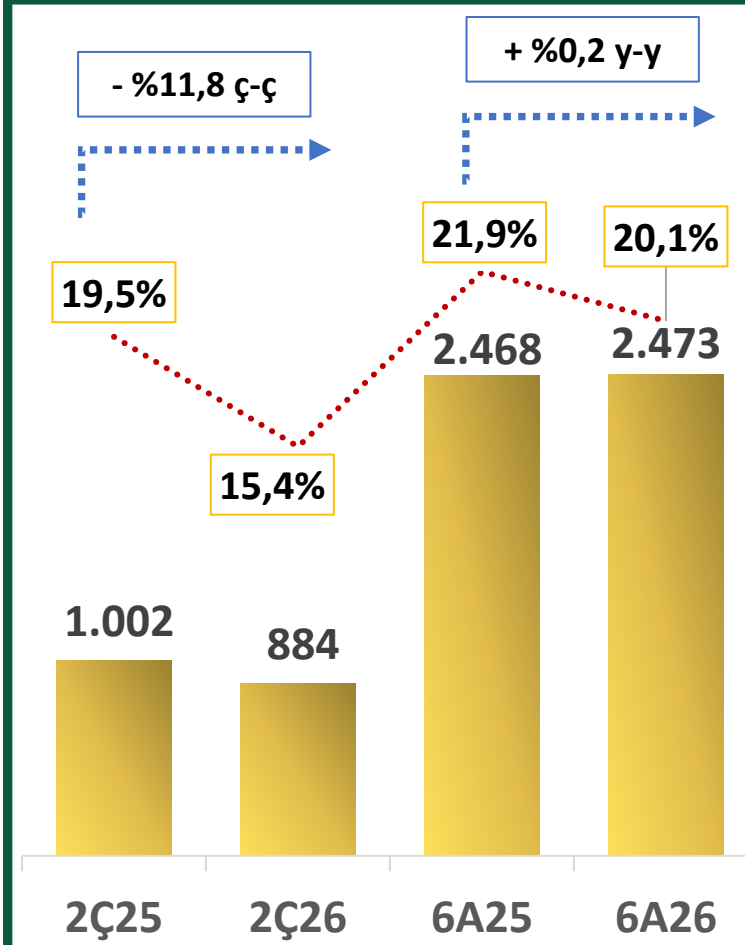
- Milyon TL, TMS 29 etkileri dahil edilmiştir.
- 2025 yılı ilk yarısı itibarıyla Dondurulmuş Gıda ve Yağ İş Birimi arasında gerçekleşen işlemlerin maliyet eliminasyonuna ilişkin 268.633.369 TL tutarındaki eliminasyon sınıflaması düzeltilmiştir.



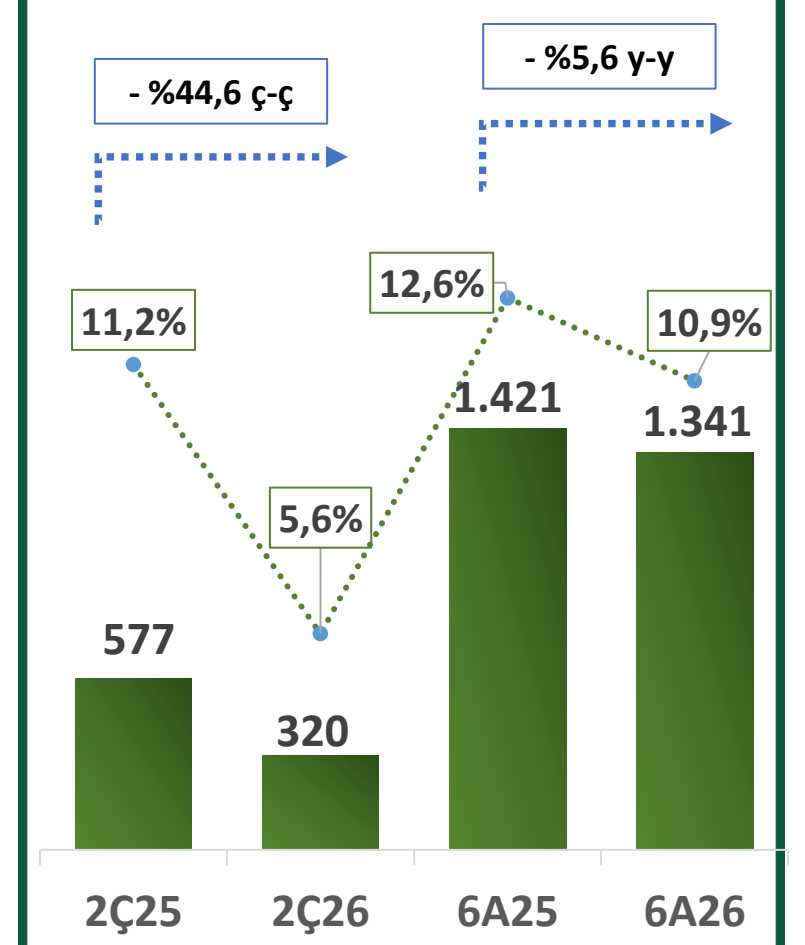
HASILAT



BRÜT KAR



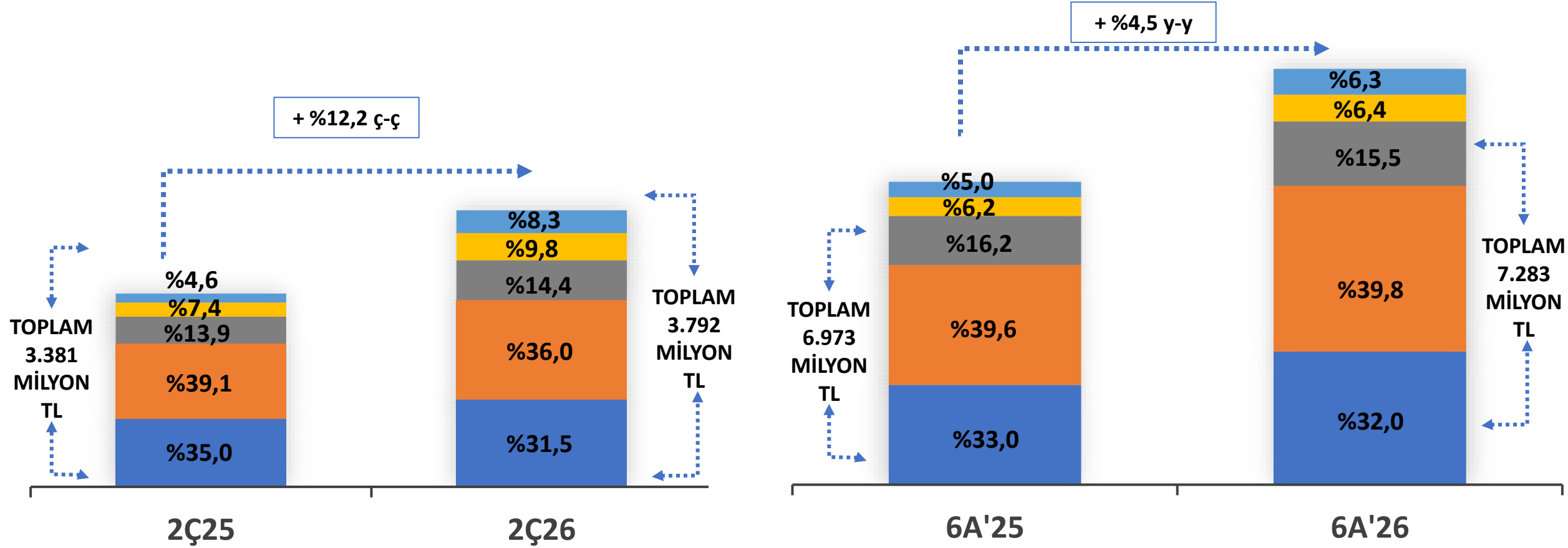
FAVÖK



- Milyon TL, TMS 29 etkileri dahil edilmiştir.
- 2025 yılı ilk yarısı itibarıyla Dondurulmuş Gıda ve Yağ İş Birimi arasında gerçekleşen işlemlerin maliyet eliminasyonuna ilişkin 268.633.369 TL tutarındaki eliminasyon sınıflaması düzeltilmiştir.

İŞ BİRİMİ BAZLI HASILAT – DONDURULMUŞ & KONSERVE

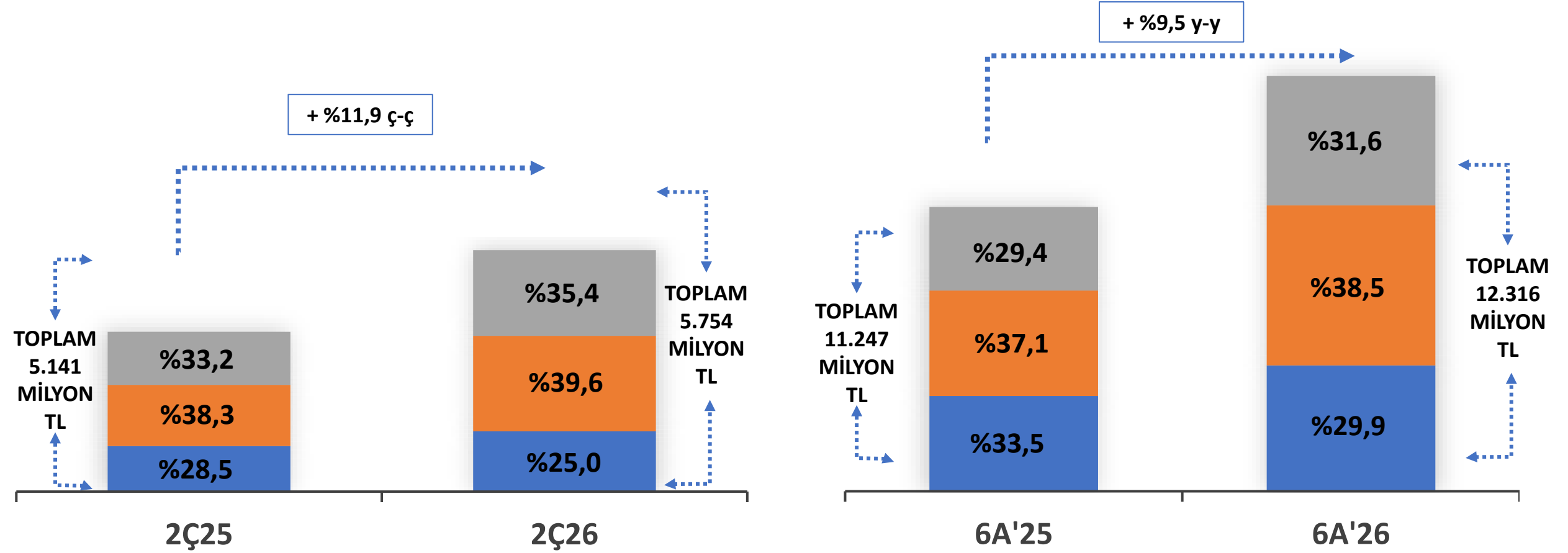
BESLER



* Milyon TL, TMS 29 etkileri dahil edilmiştir.

İŞ BİRİMİ BAZLI HASILAT – YAĞ VE MUTFAK İŞ BİRİMİ

BESLER



Tüketici Ürünleri

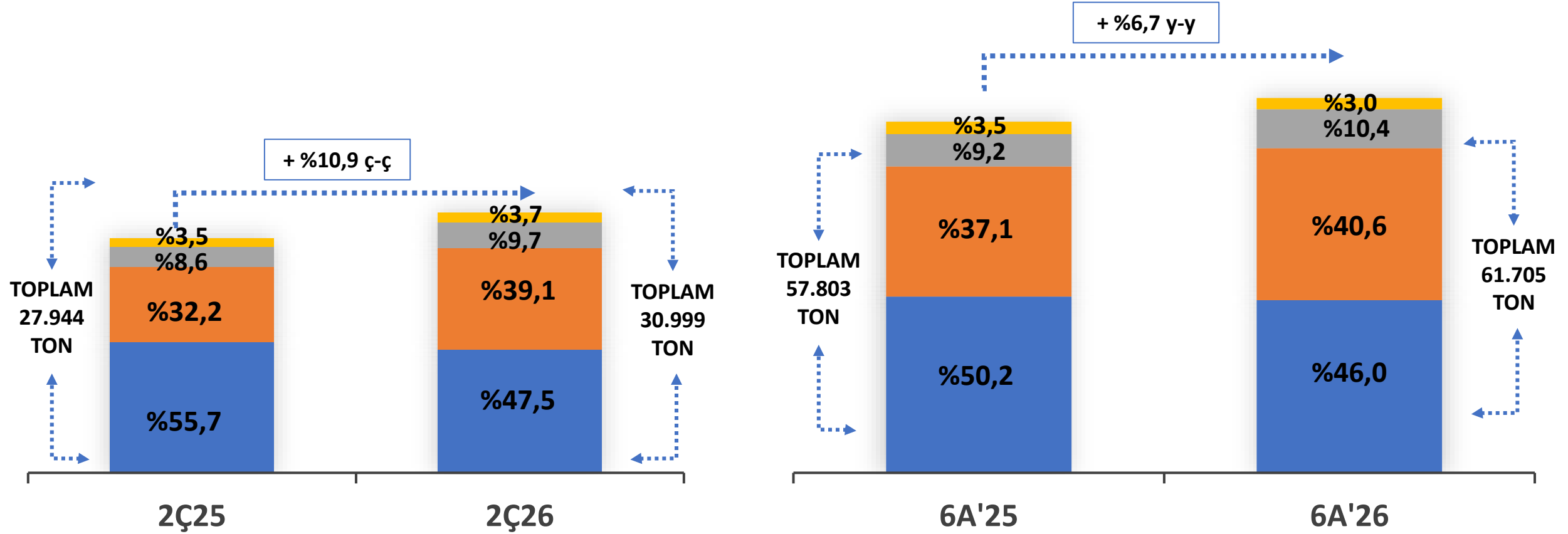
Endüstriyel

Pastacılık & Catering & Yemeklik Yağlar

* Milyon TL, TMS 29 etkileri dahil edilmiştir.

İŞ BİRİMİ BAZLI SATIŞ HACİMLERİ – DONDURULMUŞ & KONSERVE

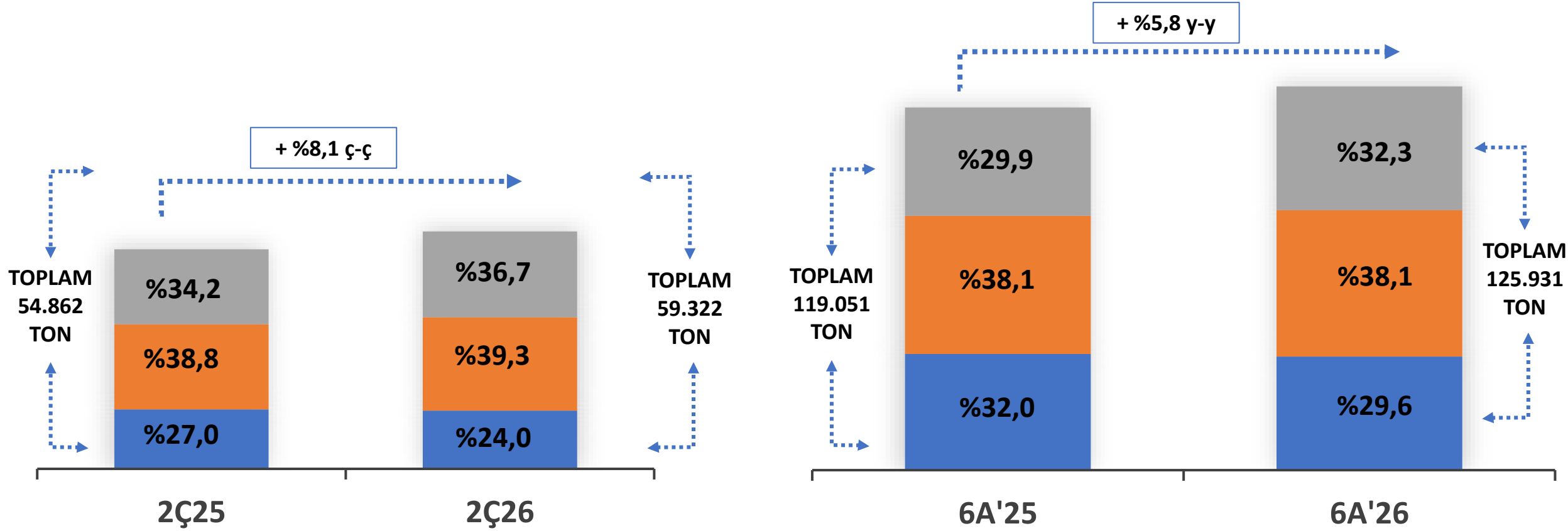
BESLER



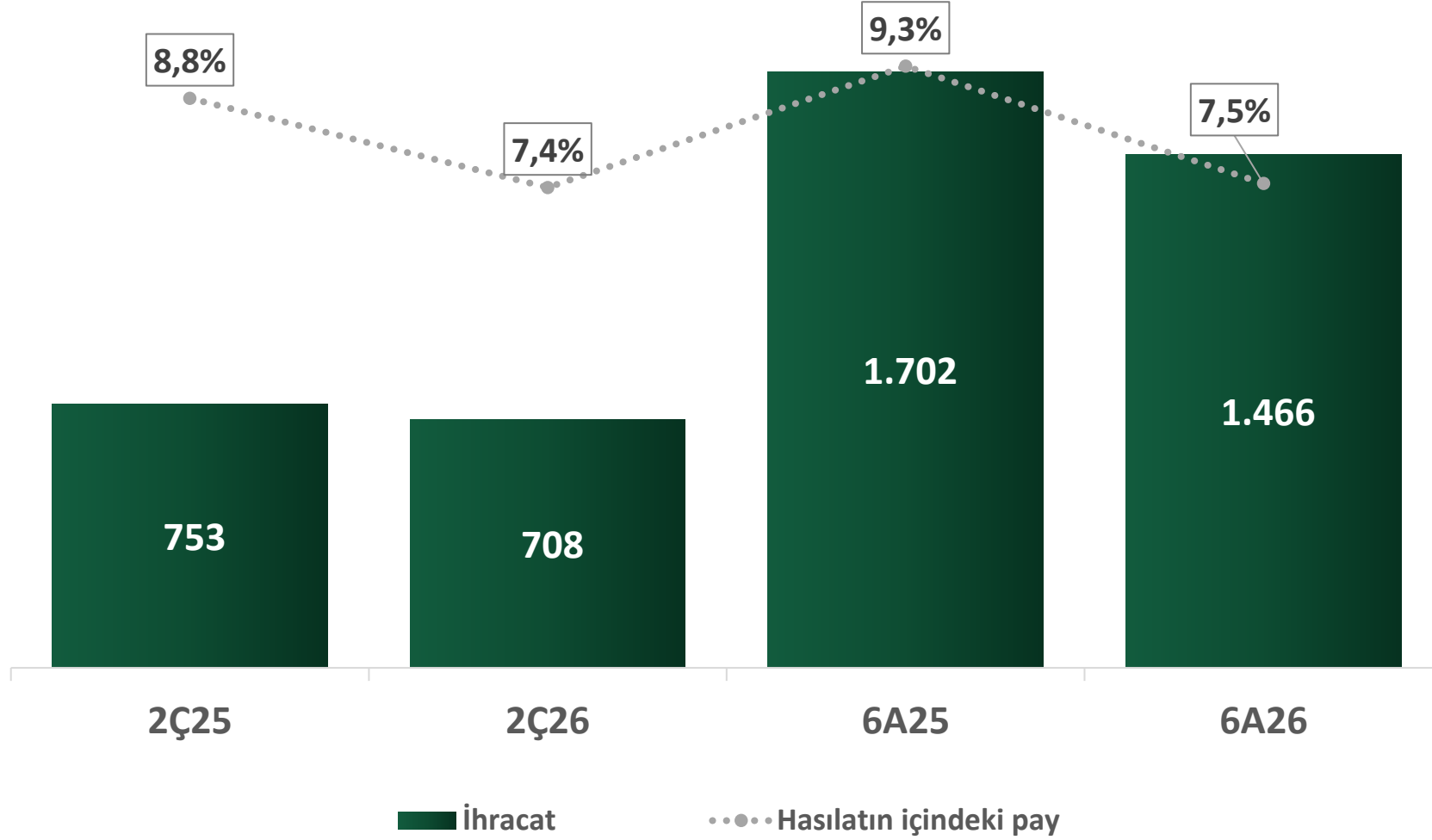
- Patates & Sebze Meyve Dondurulmuş
- Unlu Mamuller
- Ton Balığı & Sebze Meyve Kons.
- Diğer

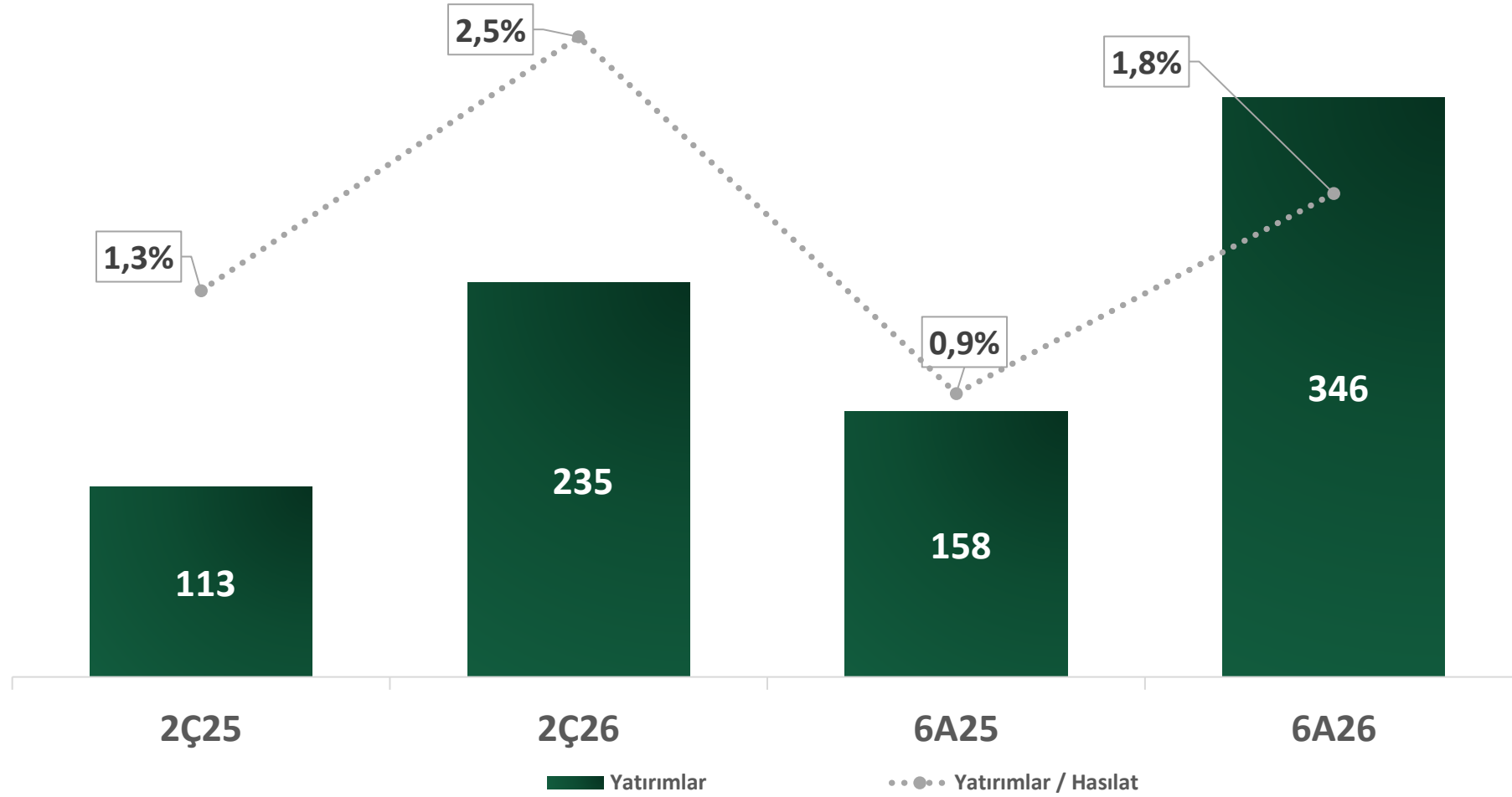
*Zirai ürün ve yan ürün satışları yüksek tonajlı yapısı sebebiyle hesaplama dahil edilmemiştir.

İŞ BİRİMİ BAZLI SATIŞ HACİMLERİ – YAĞ VE MUTFAK İŞ BİRİMİ

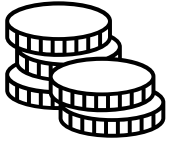


- Tüketici Ürünleri
- Endüstriyel
- Pastacılık & Catering & Yemeklik Yağlar





"Güçlü Hasılat ve Marj Baskıları"
İkinci yarıda dengelenme beklentisiyle yılsonu hedefimizi koruyoruz.



HASILAT BÜYÜMESİ

2026 YILI HEDEF

%3 (± %1)



FAVÖK MARJİ

%13,5 (± %1)

TMS 29 Enflasyon Muhasebesi etkileri dahildir.
2026 yılsonu enflasyon beklentisi %30 olarak dikkate alınmıştır.

ÖZET KONSOLİDE BİLANÇO

BESLER

VARLIKLAR (Milyon TL)	Haz.26	Ara.25	Değişim
Dönen Varlıklar	27.977	29.939	-6,6%
Nakit ve Nakit Benzerleri	5.186	3.440	50,8%
Ticari Alacaklar	5.730	5.940	-3,5%
Diğer Alacaklar	11.007	13.716	-19,8%
Stoklar	4.884	5.823	-16,1%
Peşin Ödenmiş Giderler	553	358	54,5%
Diğer Dönen Varlık Kalemleri	616	661	-6,8%
Duran Varlıklar	17.801	18.146	-1,9%
YAGM, Maddi ve Maddi Olmayan DV (Net)	17.565	17.842	-1,5%
Ertelenmiş Vergi Varlığı	14	123	-88,9%
Diğer Duran Varlık Kalemleri	222	182	22,1%
TOPLAM VARLIKLAR	45.778	48.085	-4,8%
KAYNAKLAR (Milyon TL)	Haz.26	Ara.25	Değişim
Kısa Vadeli Yükümlülükler	20.992	22.350	-6,1%
Finansal Borçlar	9.734	9.920	-1,9%
Ticari Borçlar	6.963	7.460	-6,7%
Diğer Borçlar	2.951	3.395	-13,1%
Kısa Vadeli Karşılıklar	365	501	-27,2%
Diğer Kısa Vadeli Yükümlülük Kalemleri	979	1.074	-8,8%
Uzun Vadeli Yükümlülükler	3.829	5.134	-25,4%
Uzun Vadeli Finansal Borçlar	750	1.703	-56,0%
Diğer Borçlar	490	573	-14,5%
Ertelenmiş Vergi Yükümlülüğü	1.913	2.236	-14,4%
Diğer Uzun Vadeli Yükümlülük Kalemleri	676	623	8,6%
ÖZKAYNAKLAR	20.957	20.601	1,7%
Ana Ortaklığa Ait Özkaynaklar	19.915	19.679	1,2%
Kontrol Gücü Olmayan Paylar	1.042	922	13,0%
TOPLAM KAYNAKLAR	45.778	48.085	-4,8%

* TMS 29 etkileri dahil edilmiştir. Tüm tutarlar Türk Lirası'nın 30.06.2026 satın alım gücüne göre düzeltilmiştir.

ÖZET KONSOLİDE GELİR TABLOSU

BESLER

(Milyon TL)	1 Ocak - 30 Haziran 2026	1 Ocak - 30 Haziran 2025	Değişim	1 Nisan - 30 Haziran 2026	1 Nisan - 30 Haziran 2025	Değişim
Hasılat	19.600	18.220	7,6%	9.547	8.522	12,0%
Satışların Maliyeti	(15.088)	(13.776)	9,5%	(7.664)	(6.636)	15,5%
BRÜT KAR	4.512	4.443	1,5%	1.882	1.887	-0,3%
BRÜT KAR MARJİ	23,0%	24,4%		19,7%	22,1%	
Toplam Faaliyet Giderleri	(3.007)	(2.686)	12,0%	(1.472)	(1.184)	24,4%
Faaliyet Karı (Yatırımcı İlişkileri)	1.505	1.758	-14,4%	410	703	-41,7%
Esas Faaliyetlerden Diğer Gelirler&Giderler, net	(134)	(1.091)	87,7%	(65)	(756)	91,4%
Esas Faaliyet Karı	1.371	667	105,5%	345	(53)	755,6%
Yatırım Faaliyetlerinden Gelirler&Giderler, net	1.707	2.855	-40,2%	892	1.651	-46,0%
Finansman Giderleri Öncesi Faaliyet Karı	3.078	3.522	-12,6%	1.237	1.599	-22,6%
Finansman Gelirleri&Giderleri, net	(2.044)	(2.896)	29,4%	(964)	(1.483)	35,0%
Parasal Kazanç / Kayıp, net	(370)	(564)	34,3%	(105)	(351)	70,1%
Faaliyetler Vergi Öncesi Karı	663	62	961,5%	169	(235)	172,0%
Vergi Geliri&Gideri, net	(268)	(315)	-15,0%	194	(124)	-256,9%
DÖNEM NET KARI	396	(253)	256,7%	363	(358)	201,3%
Amortisman Gideri	(539)	(497)	-8,3%	(278)	(262)	-5,8%
FAVÖK	2.043	2.255	-9,4%	688	966	-28,8%
FAVÖK MARJİ	10,4%	12,4%		7,2%	11,3%	

* TMS 29 etkileri dahil edilmiştir. Tüm tutarlar Türk Lirası'nın 30.06.2026 satın alım gücüne göre düzeltilmiştir.

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.

BESLER

Yatırımcı İlişkileri
yatirimci@besler.com.tr

Borsa İstanbul: BESLR.IS - Bloomberg: BESLR TI

