

ARALIK 2025



# BESLER

YATIRIMCI  
SUNUMU

SuperFresh

ÜLKER  
Bizim  
yağ

ÜLKER  
TEREM YAG

DFU  
DONUK FIRINCILIK ÜRÜNLERİ

ONA

USTAM  
PASTİCİLİK ÜRÜNLERİ

LUNA

# İÇİNDEKİLER

- ✓ Bir Bakışta Besler
- ✓ 2025 Yılı Karnemiz
- ✓ Dondurulmuş ve Konserve İş Birimi ve Pazara Genel Bakış
- ✓ Yağ İş Birimi ve Pazara Genel Bakış
- ✓ Sürdürülebilirlik
- ✓ 31.12.2025 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 şirket olmak**

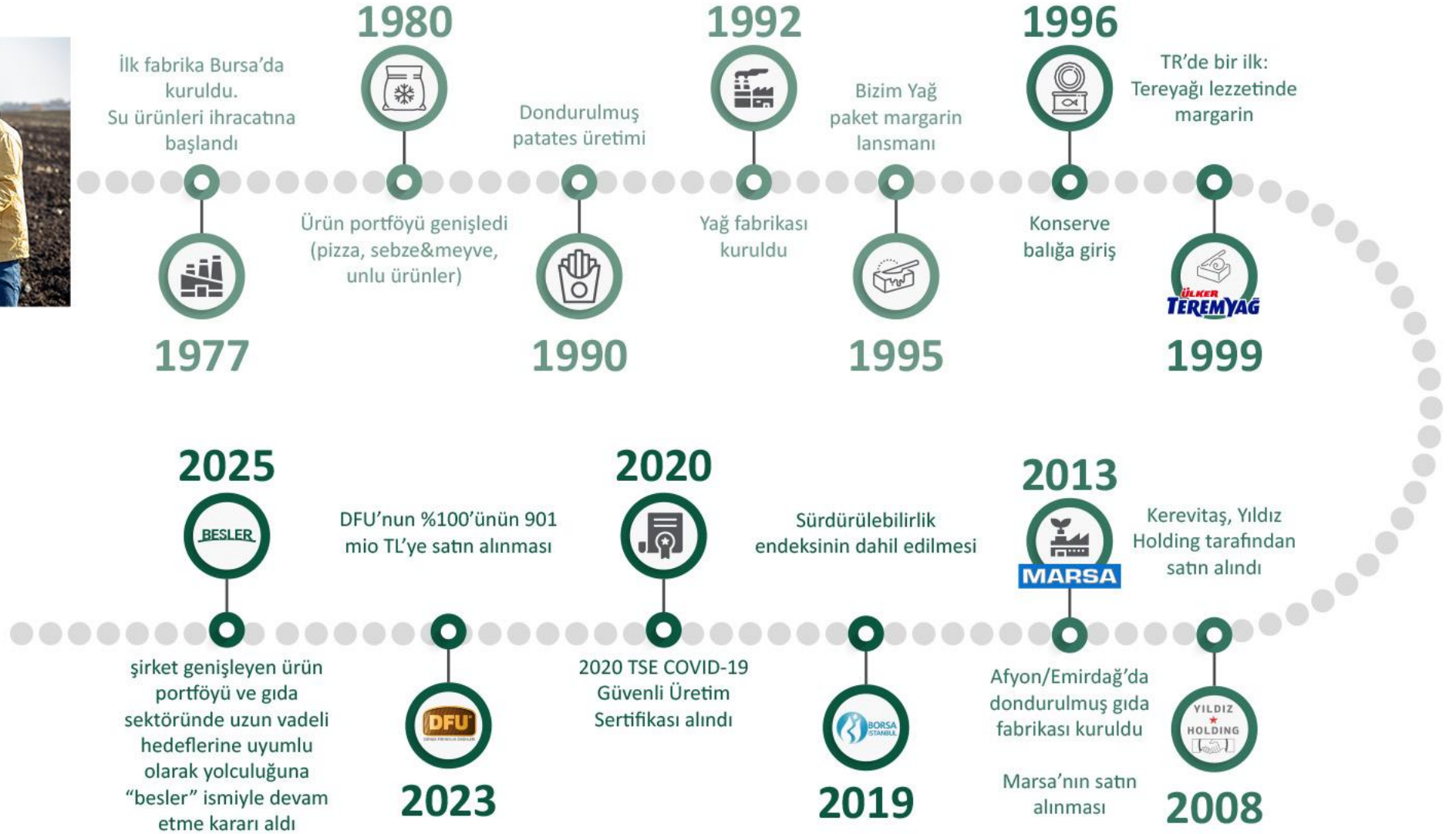


## Değerlerimiz

- 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**

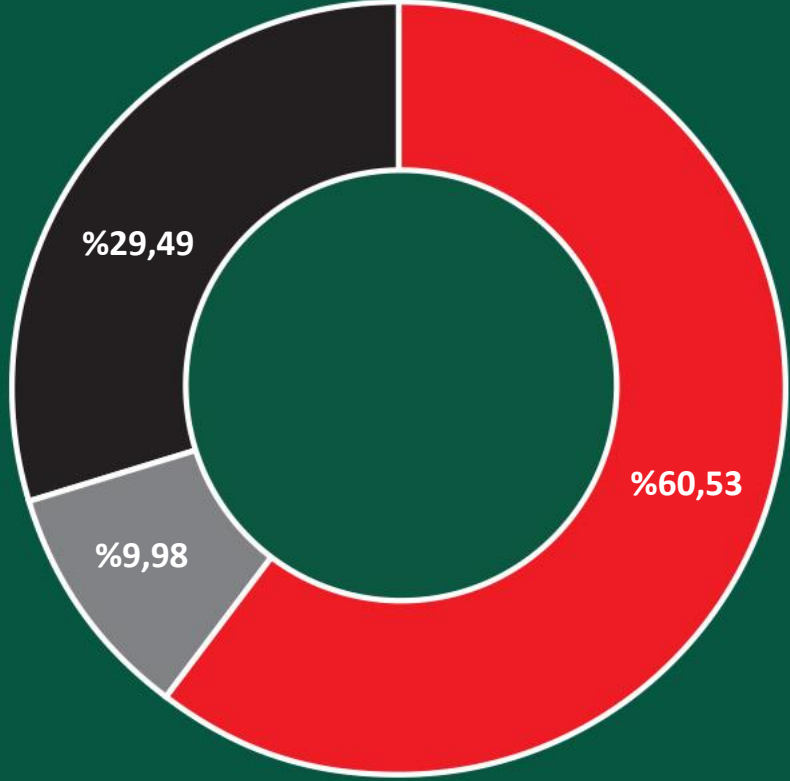
(Sinerji Gücü)



**H**  
**IGH**  
**LEVEL of**  
**INNOVATION**

(Yüksek İnovasyon  
Kapasitesi)





■ Yıldız Holding ■ Murat Ülker ■ Diğer

**Fiili Dolaşımdaki Pay Oranı: 28%**



**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

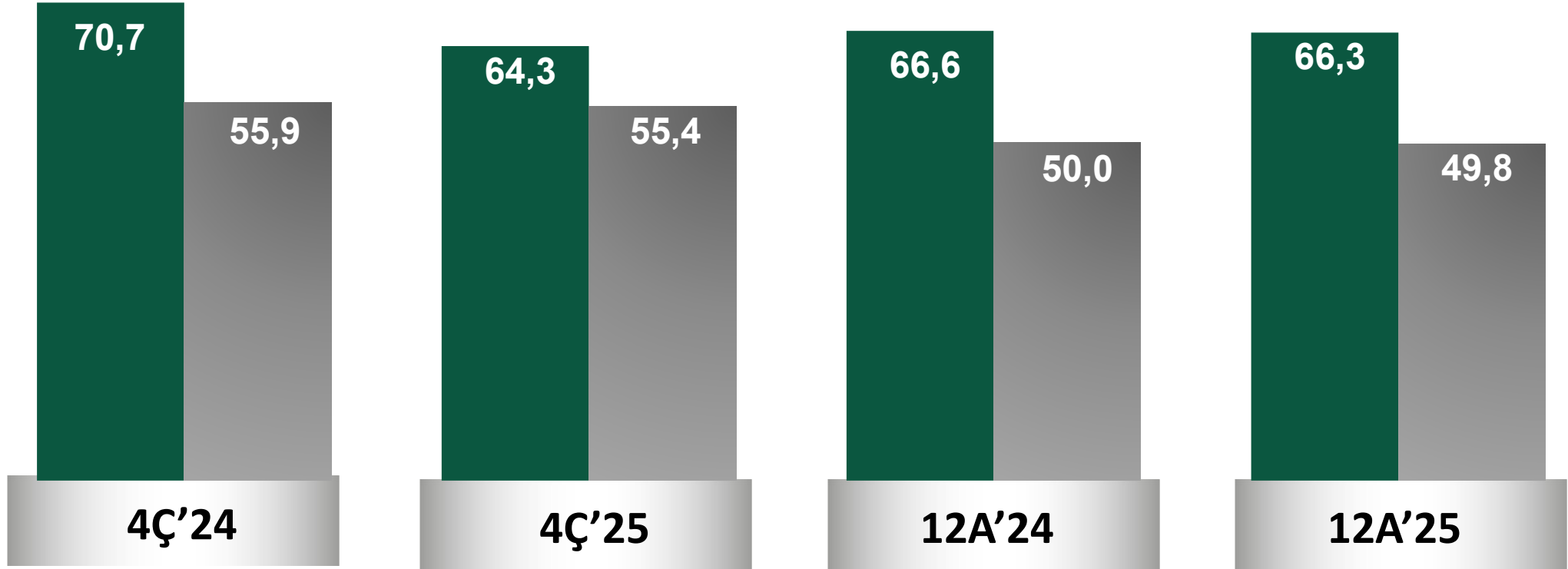
**Toplam Alan:** 20.000 m2

**Üretim Kapasitesi:** 60.000 Ton



## KAPASİTE KULLANIM ORANLARI (%)

**BESLER**



■ Dondurulmuş & Konserve

■ Yağ ve Mutfak



## 2025 Karlılık Hedefimizi Sağladık

- %13,3 FAVÖK Marjı
- 4,3 Milyar TL FAVÖK



## Q4'te En Yüksek Kara Ulaştık

- +8,2 puan vs Q3 FAVÖK karlılık artışı
- %18 ile yılın en yüksek FAVÖK marjı



## Operasyonel Karlılığımızı Artırdık

- Operasyonel mükemmellik kapsamında toplam 359 Milyon TL tasarruf
- İndirim Market markalı satışlarımızda yüksek tonaj getirisi ve karlılık artışı



## + 50 Yeni Ürün Lanse Ettik

- Tüm kategorilerde yeni ürün lansmanları
- Dondurulmuş Gıda → 19
- DFU → 10
- Ton Balığı → 5
- Yağ İş Birimi → 16



## Yeni Kategorilere Giriş Yaptık

- Ülker Sürmix: 3 çeşit Sürülebilir Peynir
- 1lt ve 5lt Bizim Ayçiçek Yağı
- Bitkisel ve Hayvansal Bizim Krema
- Ton salata ve Hazır Yemek pazarlarında lansmanlar



## İnovasyonla Büyüdük

- Superfresh'in Perakende kanalındaki büyümesinin %31'i yeni ürünlerden gelmektedir.
- Yağ inovasyonları +3.680 ton yıllık satış artışı getirmiştir.



## En Yüksek Marka Değerine Ulaştık

- Kesintisiz iletişim ile yükselen Superfresh marka değeri (%47, +3 puan)
- +6 puan artışla dondurulmuş gıdanın en sevilen markasıyız



## Toplumsal Fayda Sağladık

- Tarımın Kadın Yıldızları, Blindlook,
- Kapsayıcı Sözlük, Otizmlili çalışan istihdamı

# BESLER

**DONDURULMUŞ VE  
KONSERVE İŐ BİRİMİ**

1

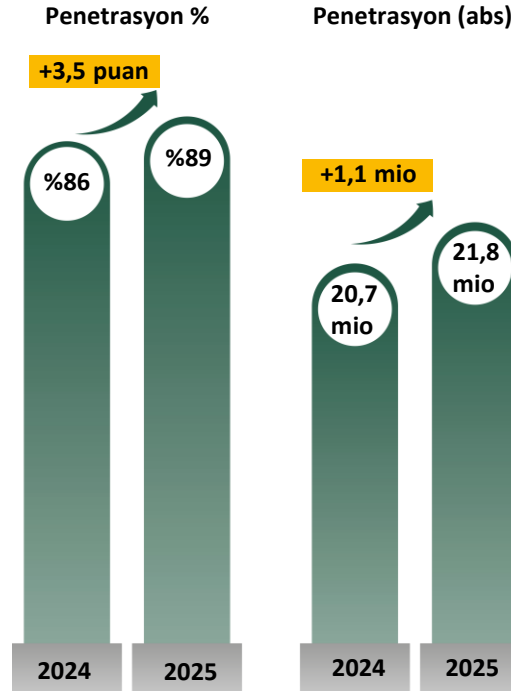
SON 12 AYDA  
42,8 MİLYAR CİRO\*

**%60**

CİRO  
BÜYÜMESİ

2

YÜKSEK  
PENETRASYON ARTIŞI\*\*



3

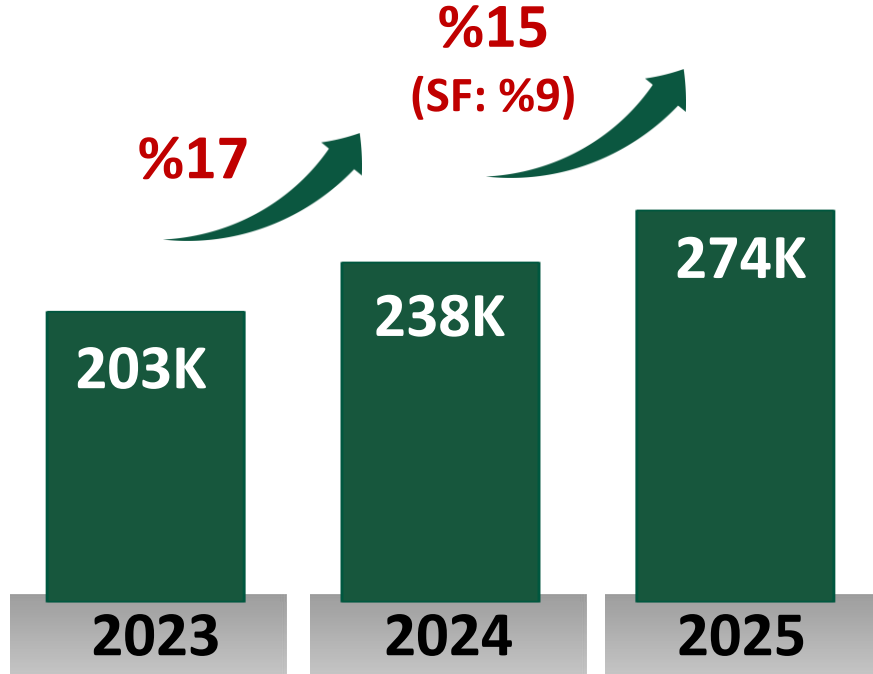
YENİLİKLE BÜYÜYEN  
KATEGORİ

**+400**

SKU

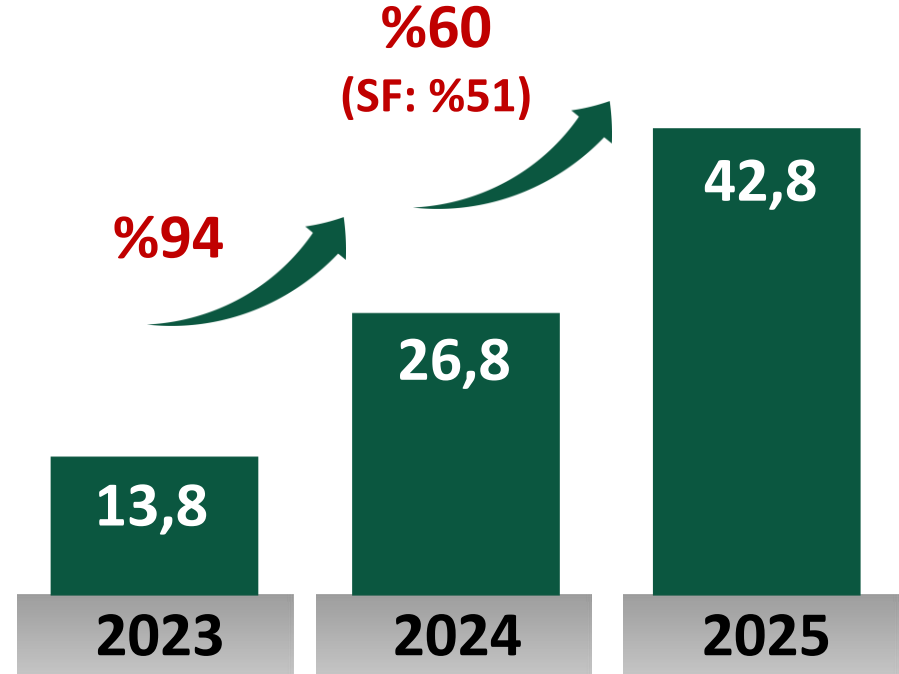
## PERAKENDE PAZAR TONAJI (Ton)

Son 36 ayda **+85 bin ton büyüme** gösteren pazar, 2025 döneminde geçen seneye göre **%15 büyüme** göstermiştir.

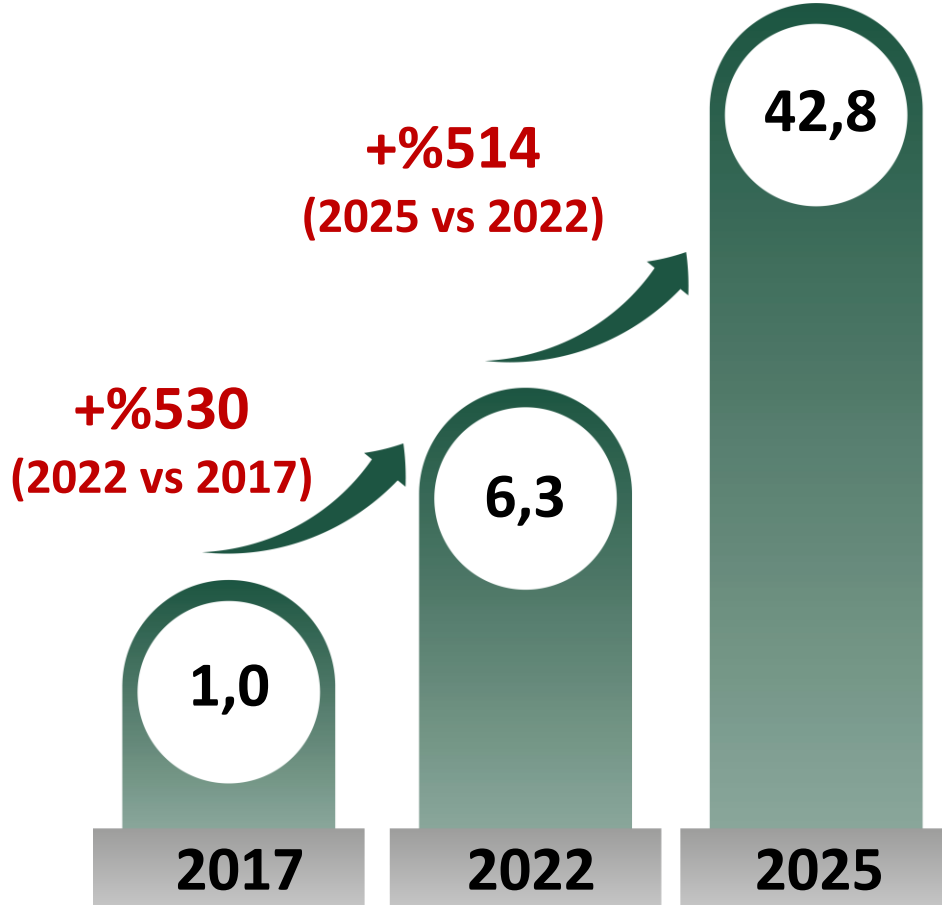


## PERAKENDE PAZAR CİROSU (Milyar TL)

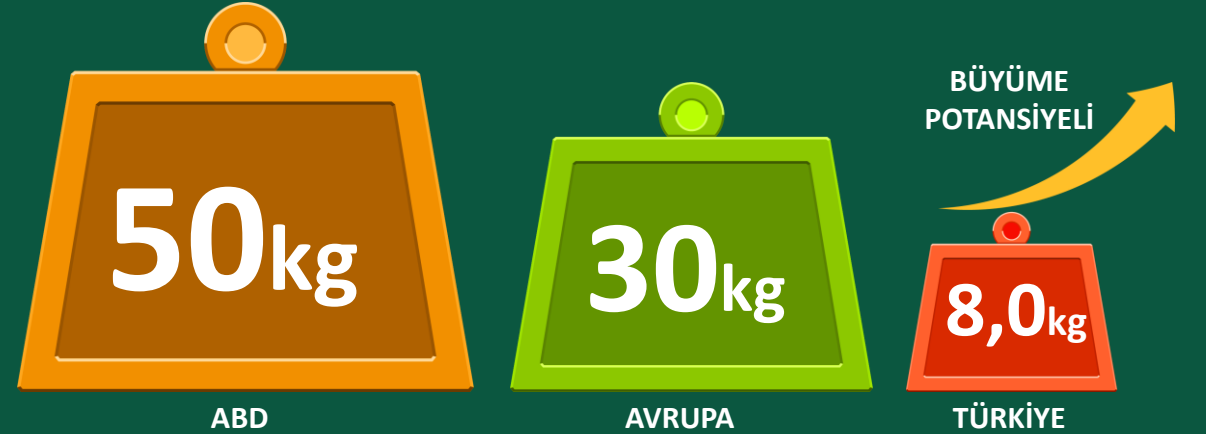
Son 36 ayda değeri **x3 kat artan** pazarın, 2025 döneminde geçen seneye göre **%60 büyüme** göstermiştir.



TAZE DONDURULMUŞ GIDA PAZARI  
CİRO BÜYÜKLÜĞÜ (MİLYAR TL)



KİŞİ BAŞI YILLIK  
DONDURULMUŞ GIDA TÜKETİMİ

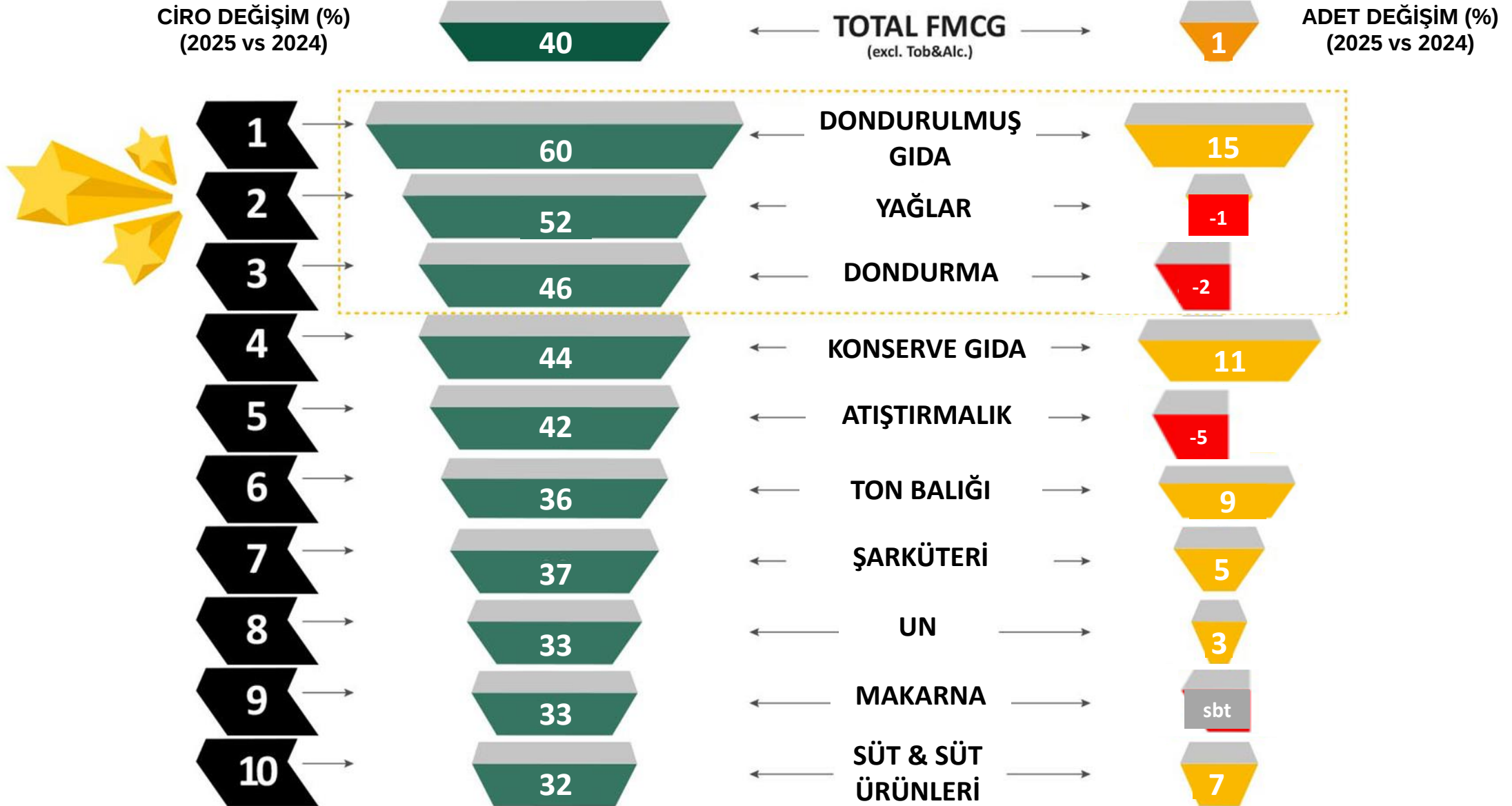


Global veriler, pazarın daha da büyüyeceğini gösteriyor!

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

# EN ÇOK BÜYÜYEN GIDA KATEGORİLERİNDE DONDURULMUŞ GIDA ZİRVEDE!

BESLER

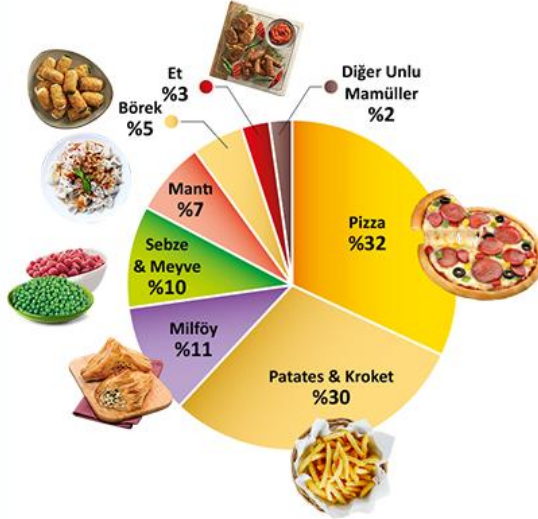


## KATEGORİNİN KURUCUSU VE LİDERİ



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

## EN GENİŞ ÜRÜN/ÇÖZÜM PORTFÖYÜNE SAHİP



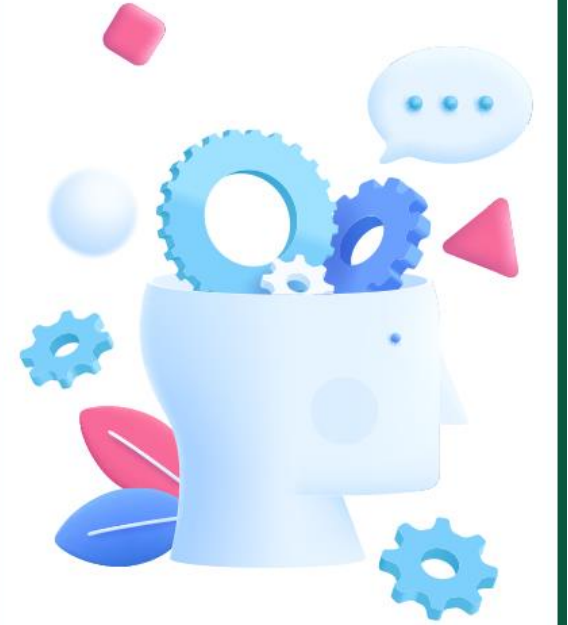
**12 alt kategori**  
**& 400+ ürün**  
Pazarda çığır açan ürünlerle  
sektöre yön veren\*\*

## EN ÇOK HANEYE GİREN



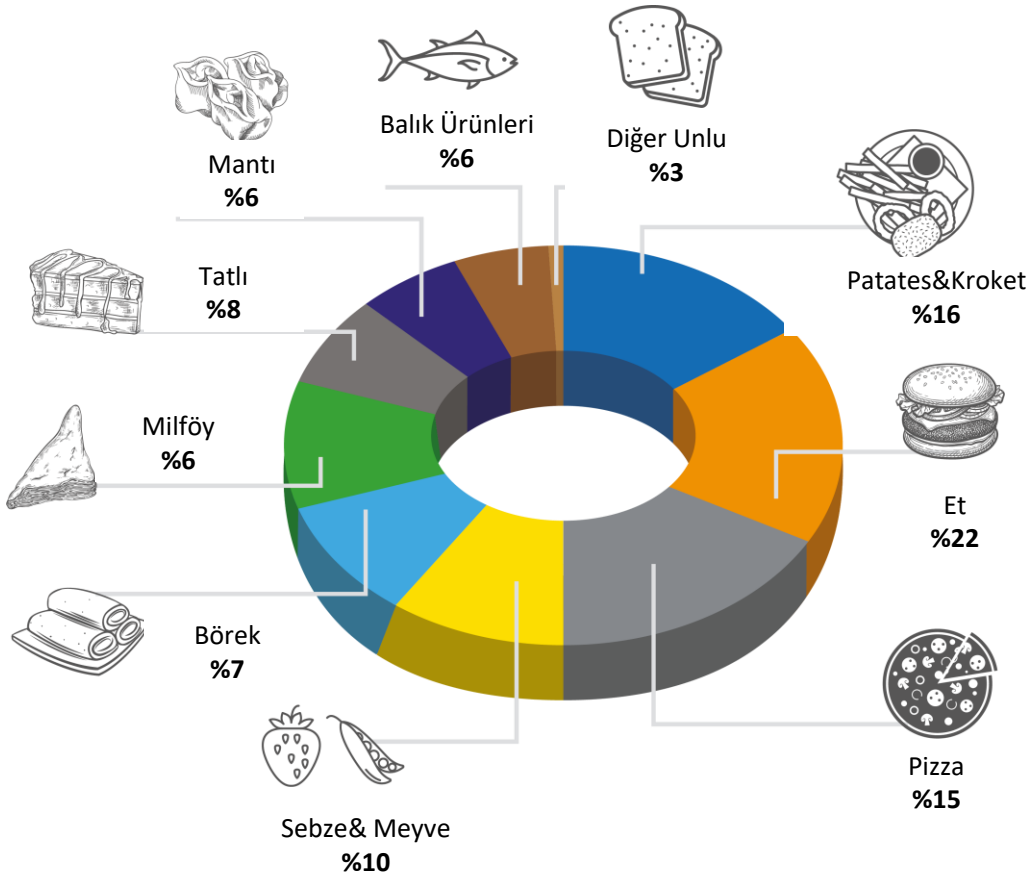
**%42** ile  
en yüksek hane  
penetrasyonuna  
sahip marka\*\*\*

## GÜÇLÜ MARKA BİLİNİRLİĞİNE SAHİP



**%100**  
marka bilinirliği

## KATEGORİ CİRO AĞIRLIKLARI, %



✓ TÜM ANA KATEGORİLERDE ÜRÜNÜ BULUNAN,  
EN GENİŞ PORTFÖYE SAHİP MARKA

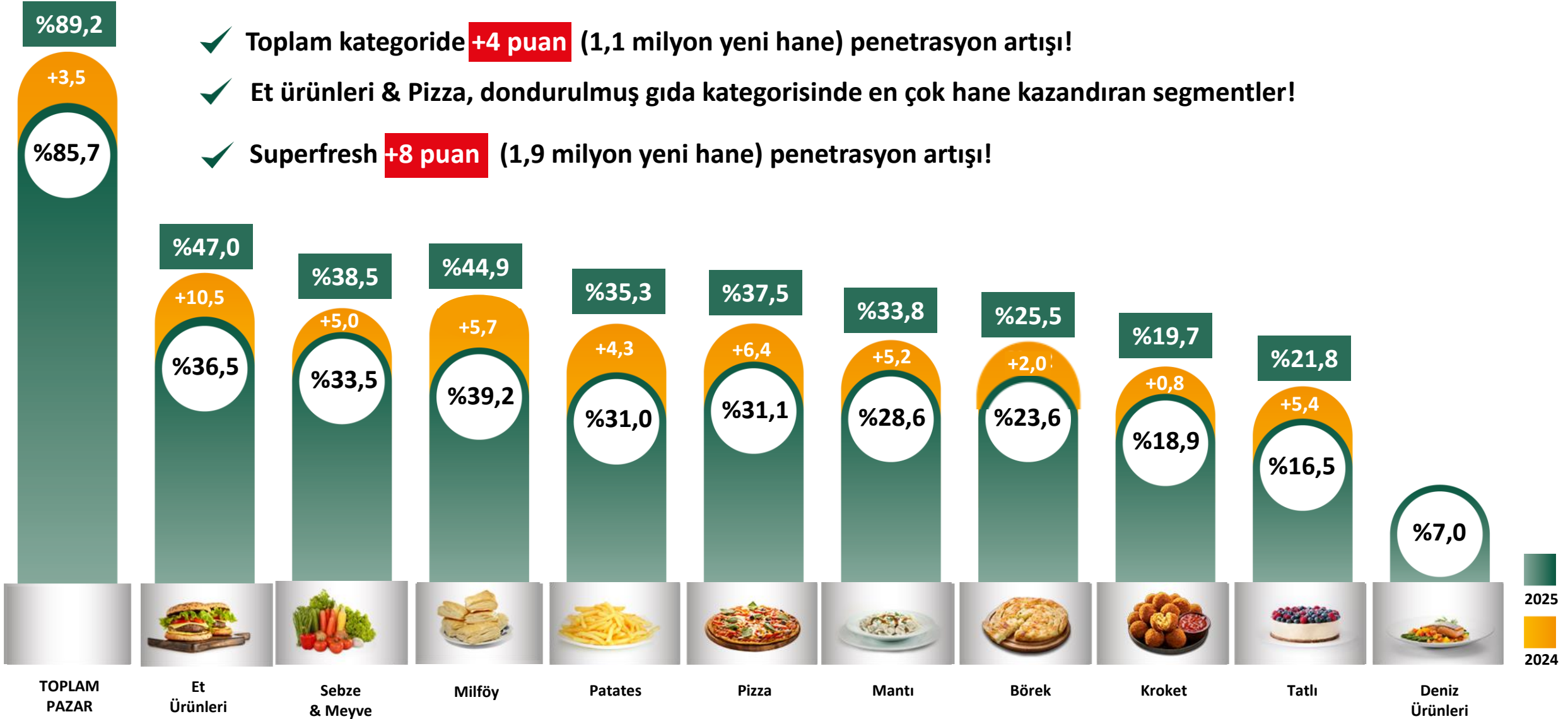
SuperFresh



# ÇEŞİTLİLİK İLE DAHA ÇOK HANE ERİŞİM FIRSATI

BESLER

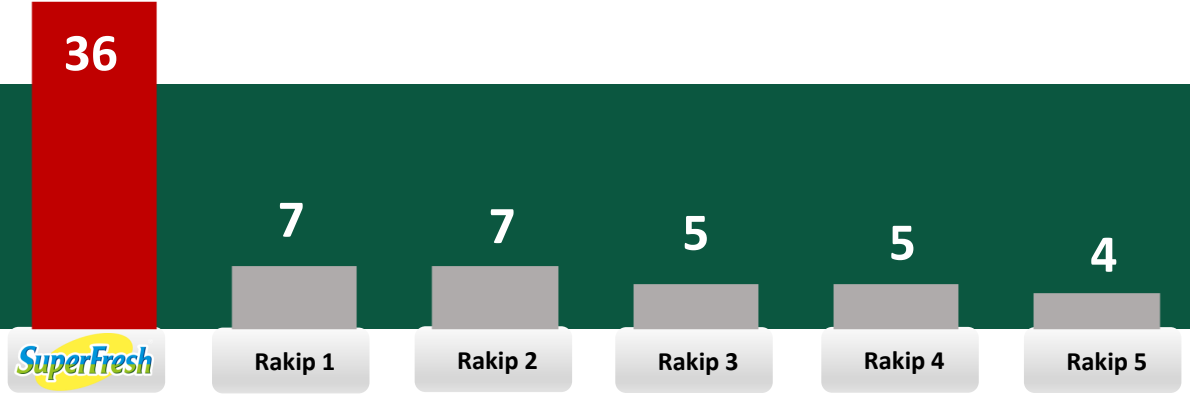
- ✓ Toplam kategoride **+4 puan** (1,1 milyon yeni hane) penetrasyon artışı!
- ✓ Et ürünleri & Pizza, dondurulmuş gıda kategorisinde en çok hane kazandıran segmentler!
- ✓ Superfresh **+8 puan** (1,9 milyon yeni hane) penetrasyon artışı!



TOPLAM PAZAR PAYLARI

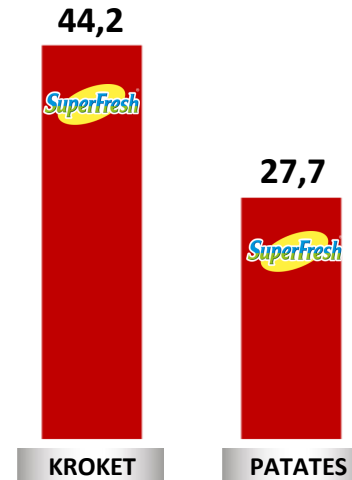
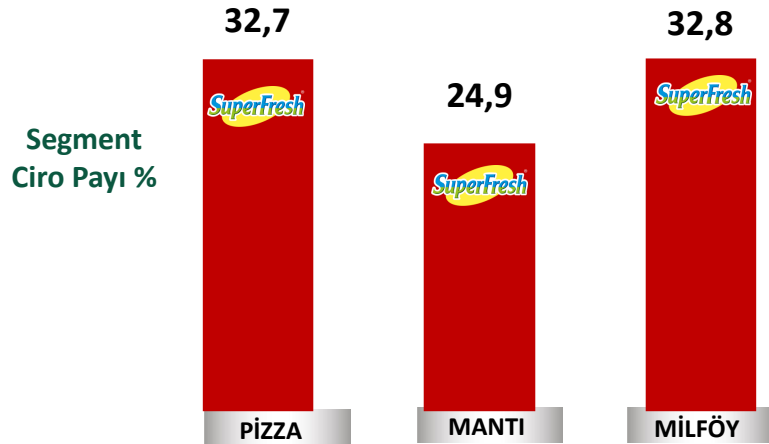
İnd. Mar. Hariç Pazar

SUPERFRESH, TÜM ODAK KATEGORİLERİNDE MARKALI LİDERDİR!



ODAK: UNLU ÜRÜNLER

STRATEJİK: PATATES & KROKET



# 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 2025 YILINDA **38 ADET ÖDÜLÜN** SAHİBİ OLDU!



Refika'yla Süper Hızlı Tarifler x2  
Safer x3  
Dolapta Ne Var  
Tarımın Kadın Yıldızları



tarımın kadın yıldızları



MMA  
SMARTIES  
TÜRKİYE

TKY EGE'DEN  
HASAT BEZELYE  
Toklara Sorduk



NİKA  
SMARTIES  
MEA

DOLAPTA  
NE VAR?



SMARTIES  
X GLOBAL

DOLAPTA  
NE VAR?



lab.  
mixx

tarımın kadın yıldızları



SuperFresh x Karaca  
Sosyal Lezzetler



tarımın kadın yıldızları



FAST  
COMPANY

SAFER



THE  
HAMMERS

Topraktan Tabığa  
Sıfır Gıda Kaybı  
SAFER  
Tarımın Kadın Yıldızları



KRISTAL ELMA  
DOLAPTA  
NE VAR?



BRANDVERSE  
AWARDS

SuperFresh x Karaca  
Sosyal Lezzetler  
İşte O Patatesin Hikayesi  
Topraktan Tabığa Sıfır Gıda Kaybı



BEST of  
SALES  
AWARDS

SuperFresh x Karaca  
Sosyal Lezzetler  
Blindlook



Global Compact  
Network Ukraine

tarımın kadın yıldızları



BEST  
BUSINESS  
AWARDS  
WINNER 2025  
GREEN  
EXCELLENCE AWARD

Sürdürülebilirlik  
Raporu



İSTANBUL  
MARKETING  
AWARDS

Toklara  
Sorduk



AWARDS  
DOLAPTA  
NE VAR?



KADIN DOSTU  
MARKALAR

tarımın kadın yıldızları



YTU  
YILDIZ TEKNİK  
UNİVERSİTESİ

Dondurulmuş ürünler  
kategorisinin yıldızı  
Hazır Yemek  
kategorisinin yıldızı



ULUSLARARASI  
GIDA  
ODULLARI

tarımın kadın yıldızları  
SAFER



SUSTAINABLE  
BUSINESS  
AWARDS  
2025

tarımın kadın yıldızları



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"

Tarımın Kadın Yıldızları'nın Emeğiyle

# EGE'DEN HASAT BEZELYE

**SINIRLI SÜREYLE SADECE MIGROS'TA**

SuperFresh  
Bezelye 450 g

tarımın kadın yıldızları emeğiyle

Ege'den hasat BEZELYE

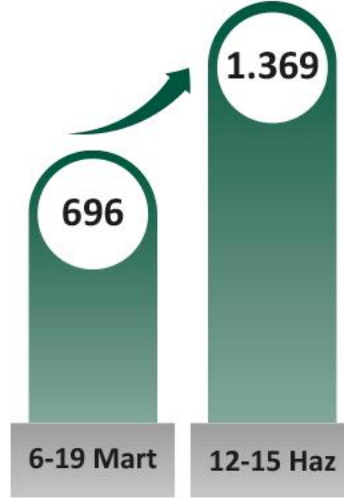
SuperFresh  
Bezelye 450 g

₺79,95  
MONEY'Lİ FİYAT

₺59,95  
Adet

tarımın kadın yıldızları

SuperFresh

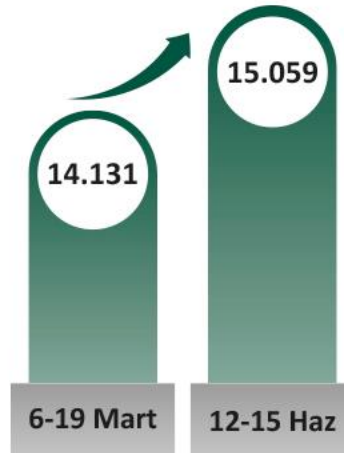


**x2**  
BEZELYE  
GÜNLÜK ÇIKIŞ  
ADETİ



Ulusal kanalda tüm zamanların en yüksek tonaj pazar payı:

**%10,5**



AFİŞ DÖNEMİ  
**%7**  
ORANINDA  
BÜYÜME



## 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 YILINDA YENİ ÜRÜN LANSMANLARIMIZ İLE  
1.173 TON & 413 MİLYON TL DEĞERE ULAŞTIK

+ 500.000 YENİ HANE

Büyümenin %31'i yeni ürünlerden



\* Yeni Ürünlerimizin 2025 Toplam Perakende büyümesindeki oranı

2025 yılında dondurulmuş gıda sektöründe piyasaya sürülen yeni ürünler arasında en yüksek satışa sahip ürün **SUPERFRESH GURME MANTI**





# BESLER

## YAĞ İŞ BİRİMİ



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

	MİKTAR (tonaj / kL)			PENETRASYON (%)			ALIŞVERİŞ MİKTARI		
	2024	2025	Chg (%)	2024	2025	Chg	2024	2025	Chg (%)
 *Ayçiçek Yağı	1.051.649	1.073.970	2,1	95,7%	96,1%	+0,4	5087	4896	-3,8
 *Margarin	124.733	116.279	-6,8	87,3%	86,9%	-0,4	521	518	-0,6
 **Tereyağı	75.639	79.019	4,5	68,4%	71,0%	+2,6	920	890	-3,3
 **Zeytinyağı	26.437	40.423	52,9	24,6%	30,0%	+5,4	2019	2296	+13,7
 *Mısır Özü	13.990	26.814	91,7	2,8%	6,5%	+3,7	4897	5222	+6,7

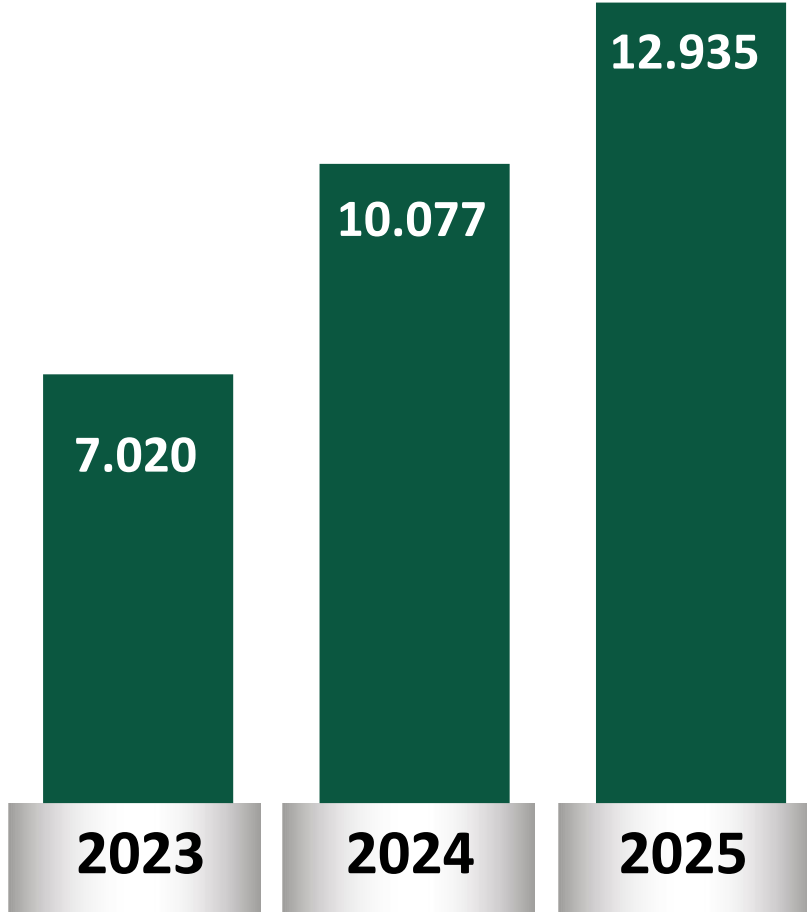
Kaynak: \*NielsenIQ, 2025 FY, \*\*IPSOS HTP, 2025 FY

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

# MARGARİN PAZARI 13 MİLYAR TL BÜYÜKLÜĞE ULAŞTI

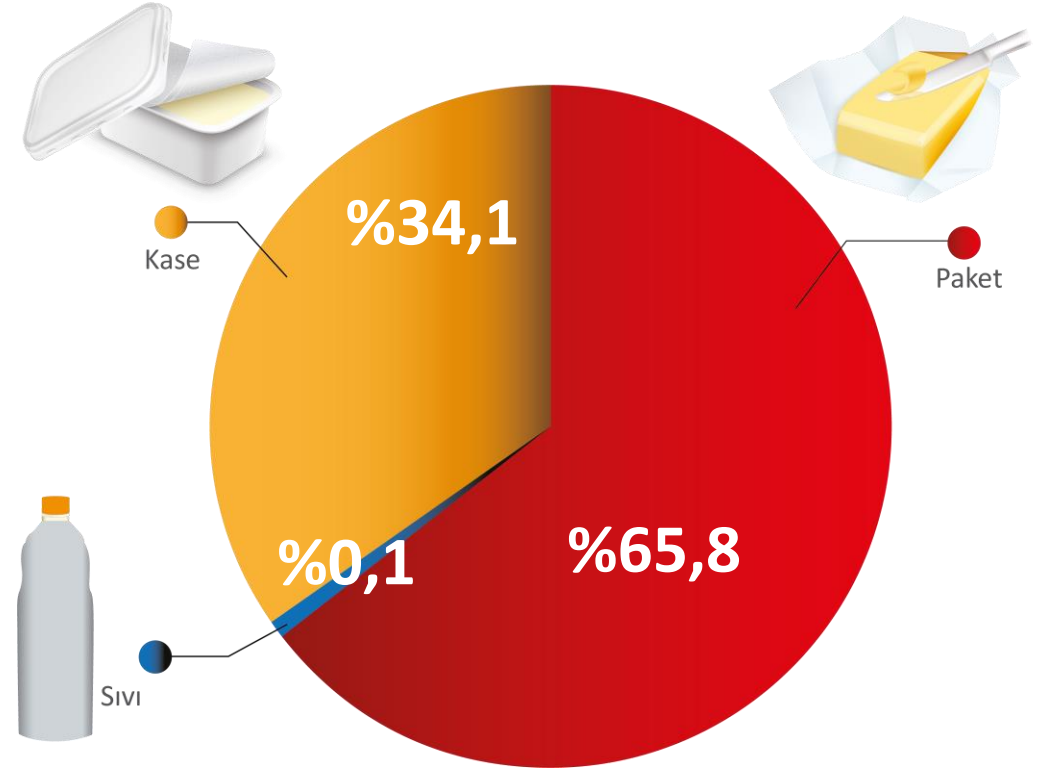
**BESLER**

**TOPLAM MARGARİN CİROSU (TL MİLYAR)**  
%28 CİRO BÜYÜMESİ



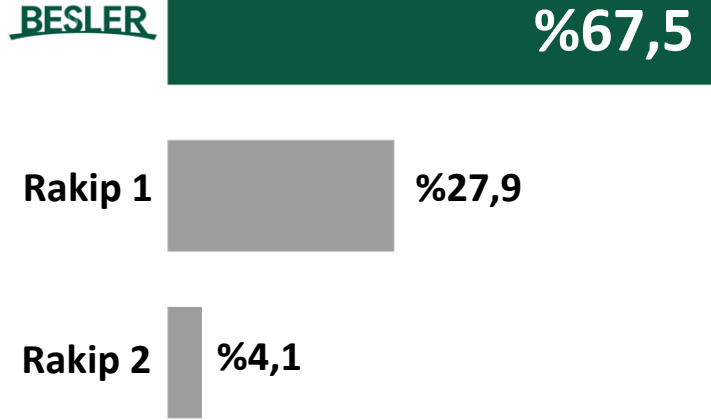
**Segment CİRO DAĞILIMI %**

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





### 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

Türkiye'nin  
Yıllardır En Çok  
Tercih Edilen Yağı



ÜLKER

**Bizim**  
yağ



Pazara Yön Veren  
En İnovatif Marka



ÜLKER  
**TEREM**



İlklerin Markası

**LUNA**



Taktiksel  
Markalarımız



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





MARKA  
DEĞERİNDE  
BİR YILDIZ

**%33**

KATEGORİNİN  
EN YÜKSEK MARKA  
DEĞERİ



PAZAR  
PAYINDA  
İSTİKRARLI  
BÜYÜME

**1,6 PUAN**

ARTIŞLA  
**%28,5**  
Ciro Pazar Payı



EN  
ÇOK  
HANEYE  
GİREN  
MARKA

**11 MİLYON**  
HANE



ARTAN  
TAKİPÇİ  
SAYISI

**442.000**  
Takipçi



TEREM  
GURME DE  
BÜYÜYOR !

**0,4PUAN**

ile  
**%17,7**  
Kase Ciro Payı



YAPILAN  
İLETİŞİMLE  
PAKETE YENİ  
HANE  
KAZANIMI

**+800B**  
YENİ HANE



ARTAN  
MARKA  
SADAKATI!

**34 PUAN**  
ile  
**+1 Puan Artış**

## TÜRKİYE'NİN YAĞI OLMA MİSYONU İLE BÜYÜYORUZ

+2.846 TON



## BÜYÜYEN KATEGORİ KREMADA GIDA MARKASI OLMA YOLUNDA İLK ADIM

+211 TON



## YAĞI VE KREMAYI DAHİL ETTİĞİMİZ SOSYAL MEDYA İLETİŞİMİ



## MARKA BİLİNİRLİĞİ ARTIŞI



# TAKTİKSEL MARKALARLA EK TONAJ GETİRİSİ

## BESLER

### 750 TON



ÜLKER SÜRİMİX LANSMANIMIZ İLE SÜRME KATEGORİSİNE GÜÇLÜ İLETİŞİMLERLE GİRİŞ YAPTIK

BESLER



Peynirli Ballı SürMix  
şimdi dolaplarda

Farklılaşan Mecra Uygulamaları



Yoğun Influencer İletişimi

Dikkat Çeken Outdoolar

**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 İRAK'TA PAZAR LİDERİ**

**EN KALİTELİ YAĞ TESİSLERİ**

LİDER MARKA PORTFÖYÜMİZLE FARK YARATIYORUZ

BESLER

# GÜÇLÜ MARKALAR & PORTFÖY



LUNA



ONA



ÜLKER  
Bizim  
yağ



EVET



ÜLKER  
Atlas



ÜLKER  
TEREYLAĞ



USTAM  
PASTACILIK ÜRÜNLERİ

NEW PRODUCTS / NEW CATEGORIES

BESLER

# IRAK PAZARI İÇİN GHEE PORTFÖYÜ

Yeni inovatif ürünler



# SURİYE PAZARI İÇİN YEPYENİ ÜRÜNLER

Orta Doğu'da Kategori Genişlemesi

YENİ ÜRÜNLER / YENİ KATEGORİLER

BESLER

# GÜRCİSTAN'DA YENİ KÂŞE MARGARİNLER

Lider Pazarda inovasyon

YENİ



# AVRUPA'DA YEPYENİ BİR ZEYTİNYAĞI

Avrupa Pazarında Yeni Bir Kategori

## EN PRESTİJLİ FUARLARDA YERİMİZİ ALDIK



Dubai



Moskova



Paris



İstanbul

EV DIŞI TÜKETİMDE USTAM MARKAMIZLA LİDERİZ

BESLER



2025 YILI TOPLAMINDA PASTACILIK KATEGORİSİNDE  
TÜM ZAMANLARIN EN BÜYÜK SATIŞ RAKAMI

33 YILLIK GELENEK VE LİDERLİK

UZMANLIK DENİNCE AKLA GELEN MARKA

ESŐİZ VE YENİLİKÇİ ÜRÜN PORTFÖYÜ

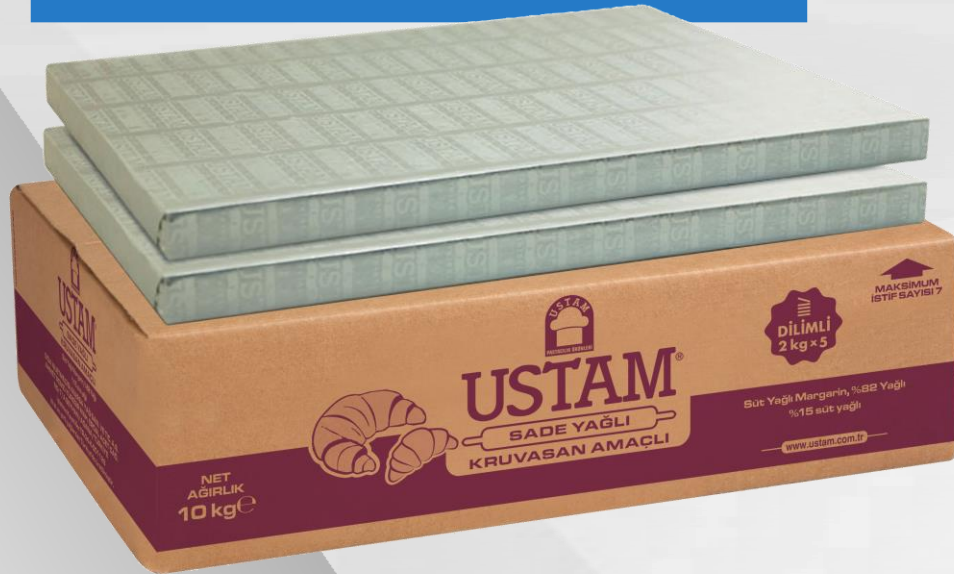


EV DIŞI TÜKETİMDE YENİ KATEGORİLER OLUŐTURUYORUZ

BESLER

# KRUVASANDA TEREYAĞI LEZZETİ İSTEYENLER İÇİN

İnovatif Yeni Ürün



# TEREM LEZZETİ ŞİMDİ KRUVASAN SEVENLERLE

Marka Portföyünde GeniŐleme

# BESLER

## SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

SuperFresh

ÜLKER  
Bizim  
yağ

ÜLKER  
TEREM YAĞ

DFU  
DÖNÜK 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.
- ✓ 2025 yılında sera gazı emisyonunu azaltmak adına **30** adet proje gerçekleştirdik.
- ✓ Enerji verimliliği sağlamak adına **60 milyon TL'nin** üzerinde yatırım yaptık. Projeler sayesinde **14.010 MWh** enerji ve **43 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.
- 65'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



## 6 Yurtdışı Olmak Üzere Toplam 26 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.



2025 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 **14.010 MWh** enerji ve **43 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  
kaybı 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 **311 çiftçi** ile çalışırken bu çiftçilerin **%92'sini** sözleşmeli çiftçilerimiz oluşturdu.



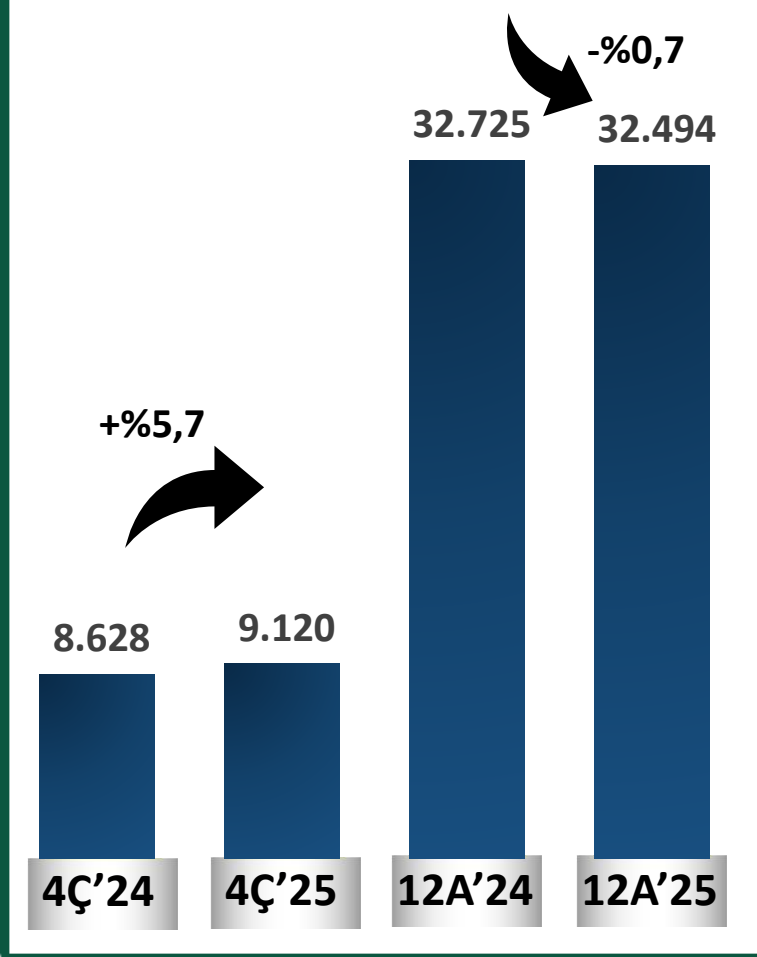
# BESLER

## FİNANSAL SONUÇLAR

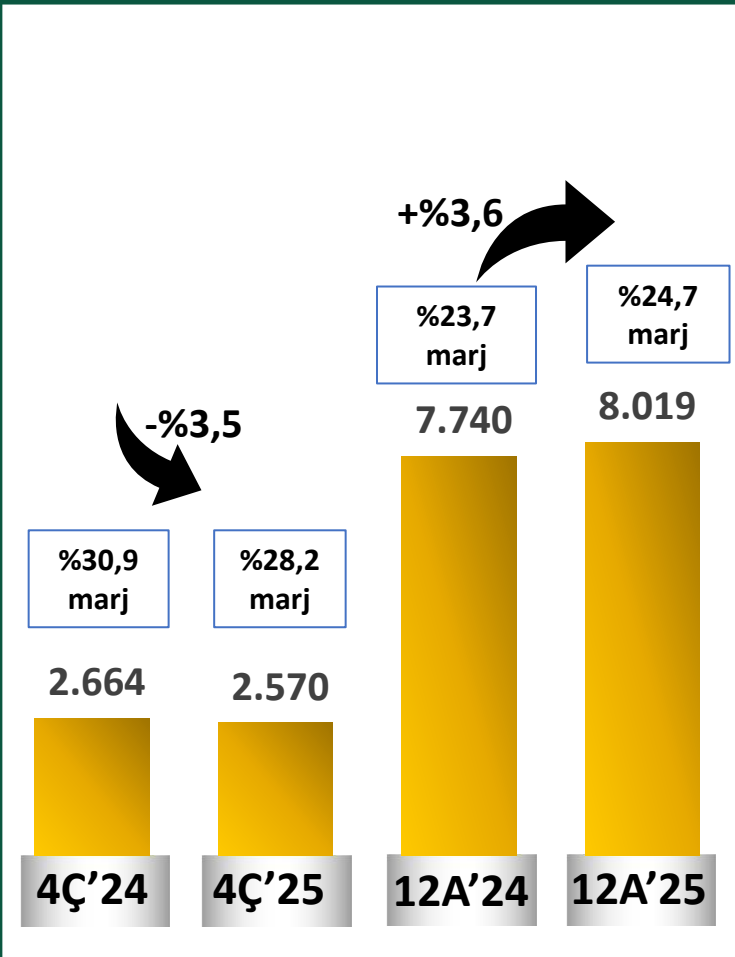




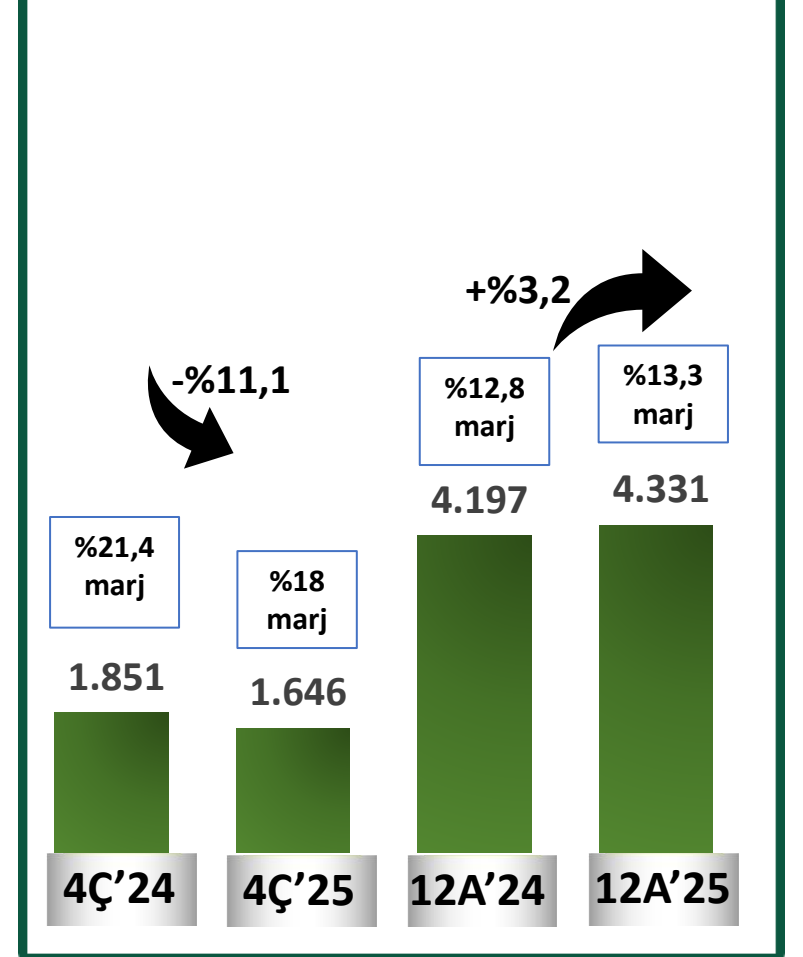
## HASILAT



## BRÜT KAR

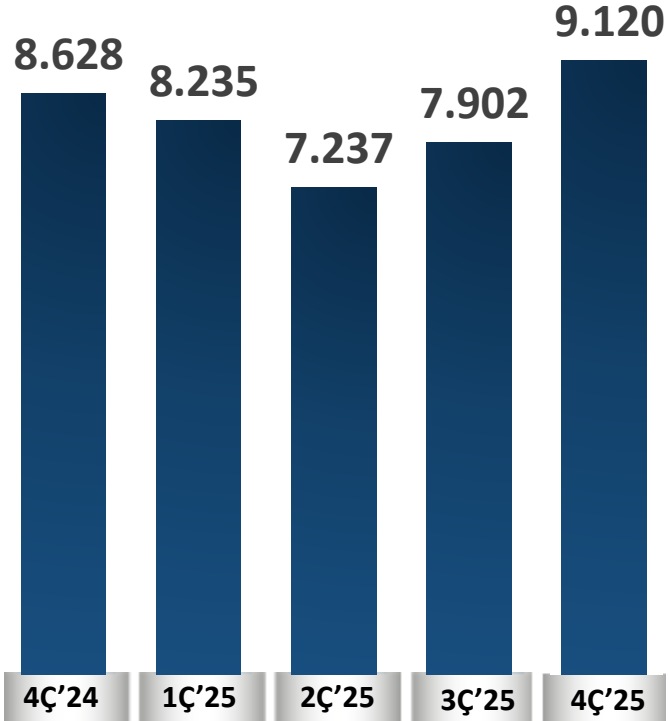


## FAVÖK

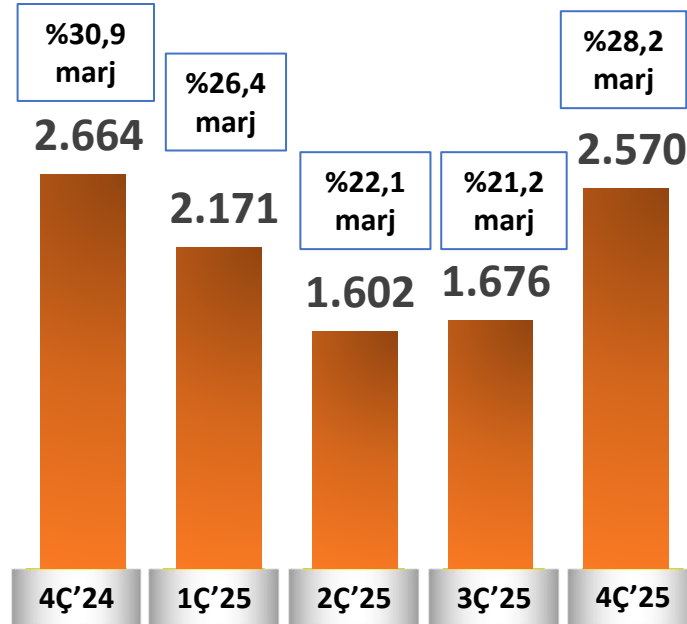




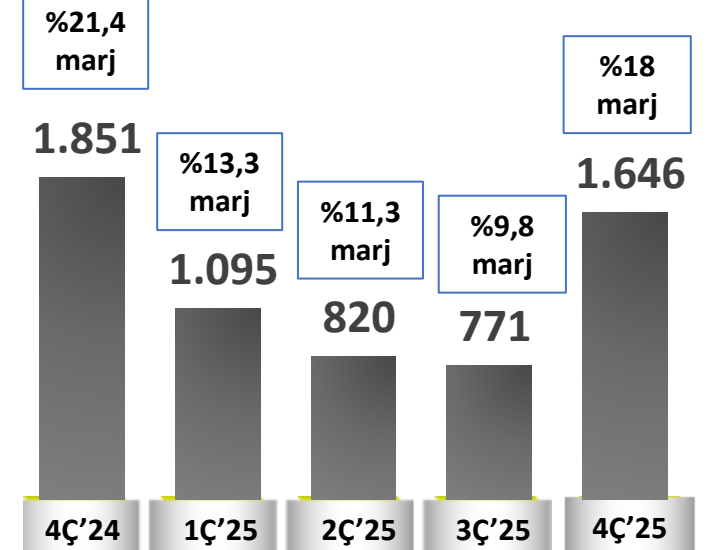
## HASILAT



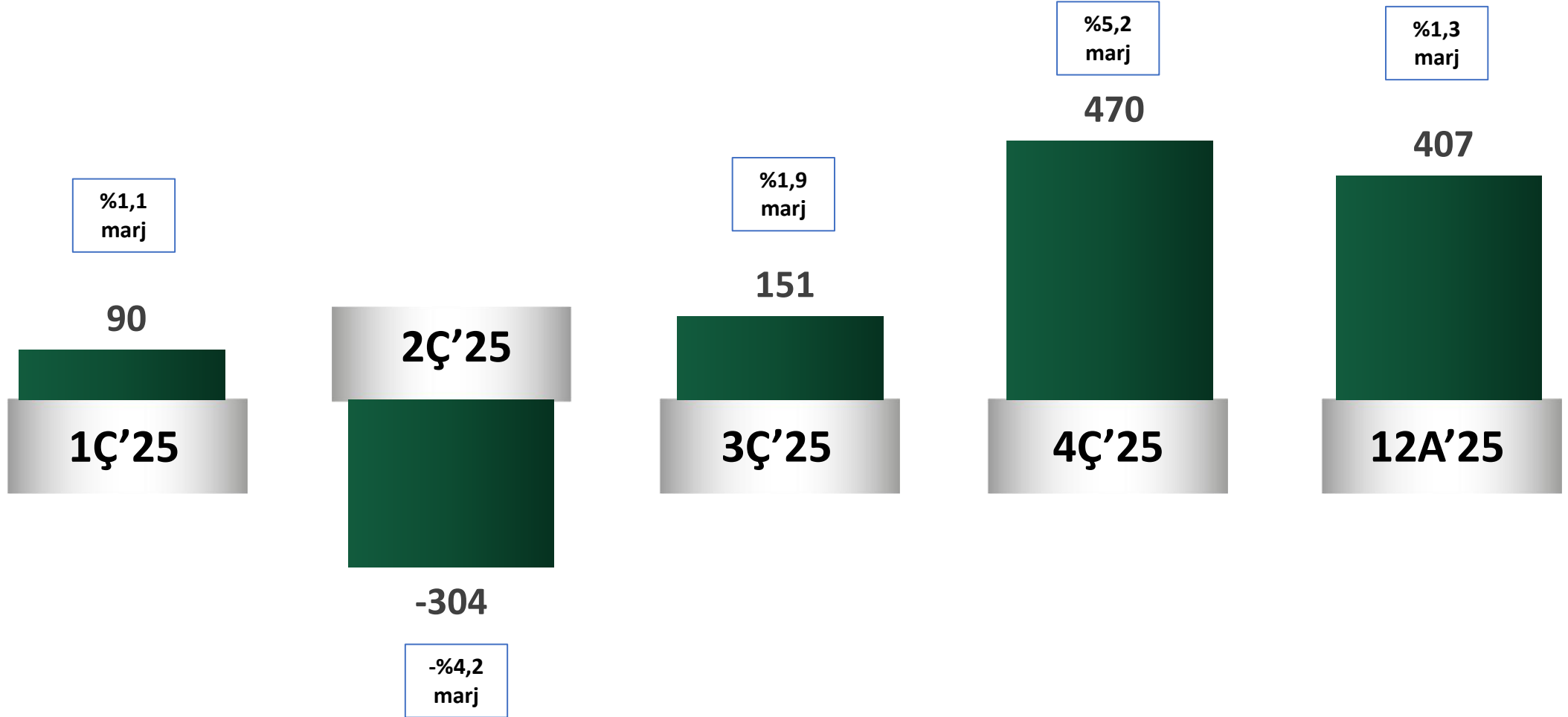
## BRÜT KAR



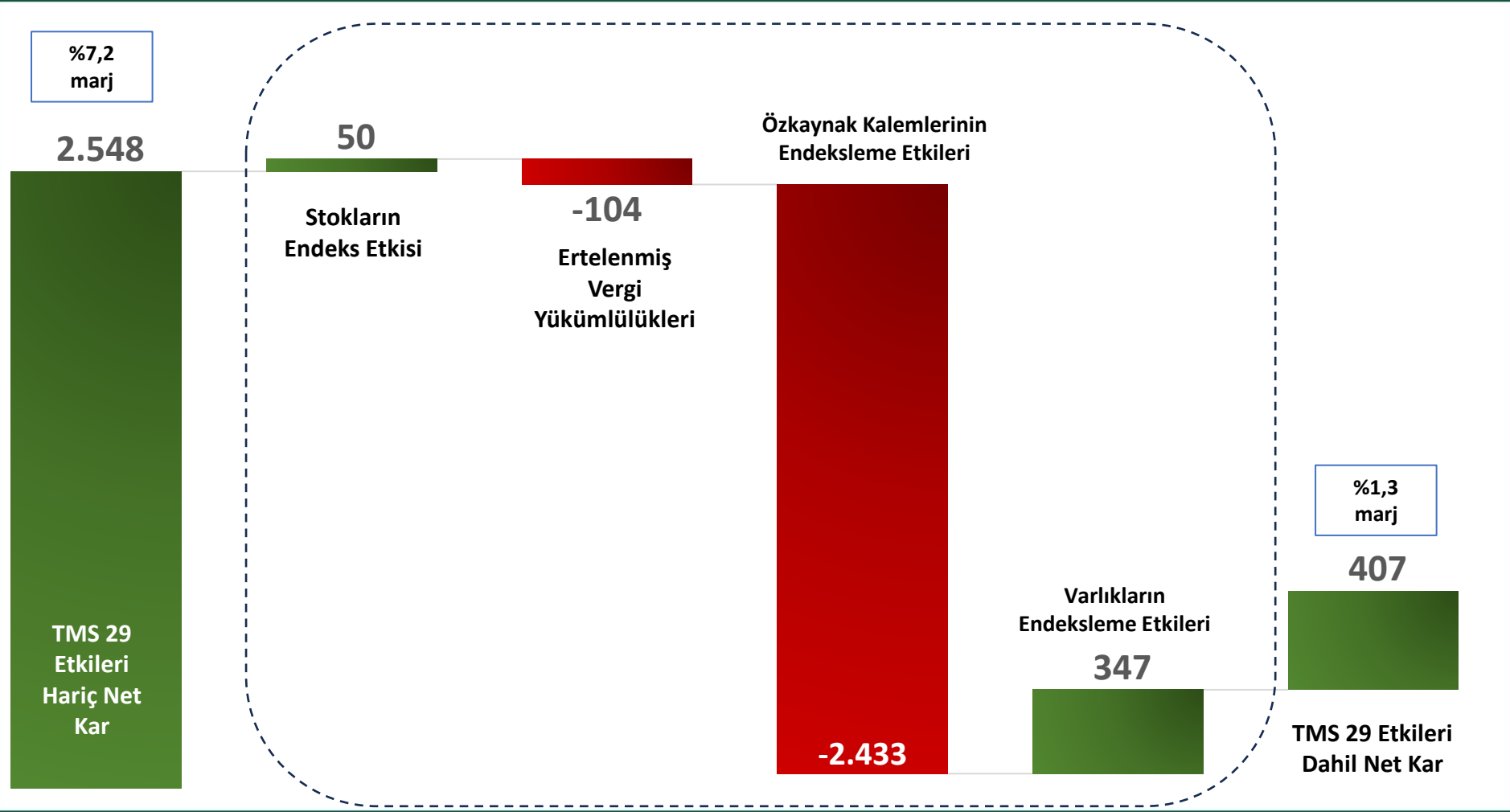
## FAVÖK



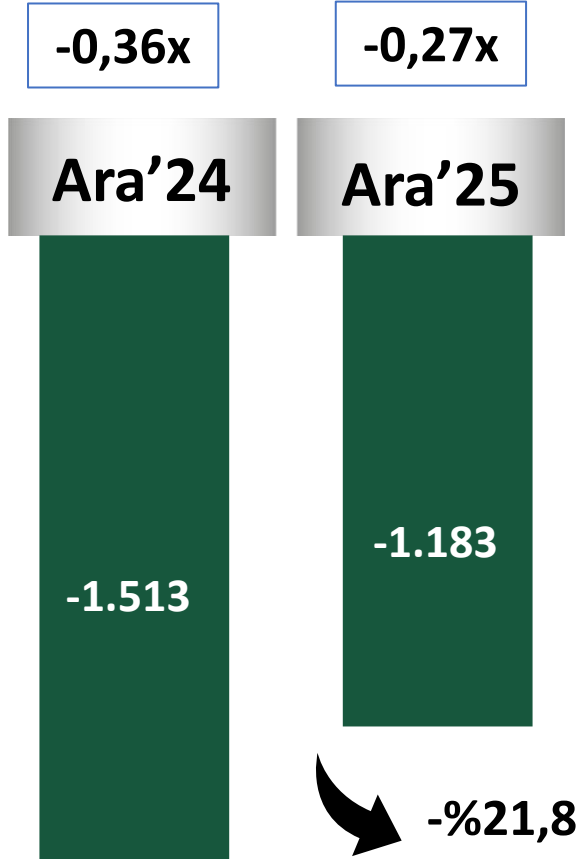
ÇEYREKLİK NET KAR / (ZARAR)



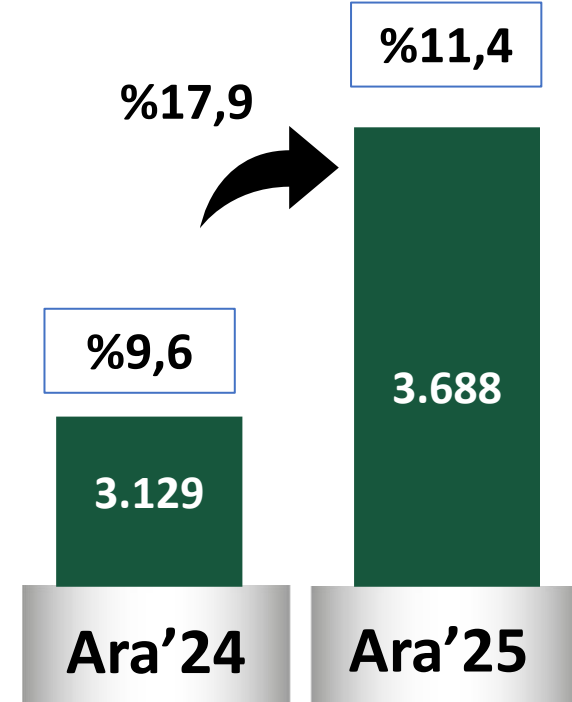
## ENFLASYON MUHASEBESİNİN NET KAR ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ



## NET FİNANSAL ALACAK / FAVÖK



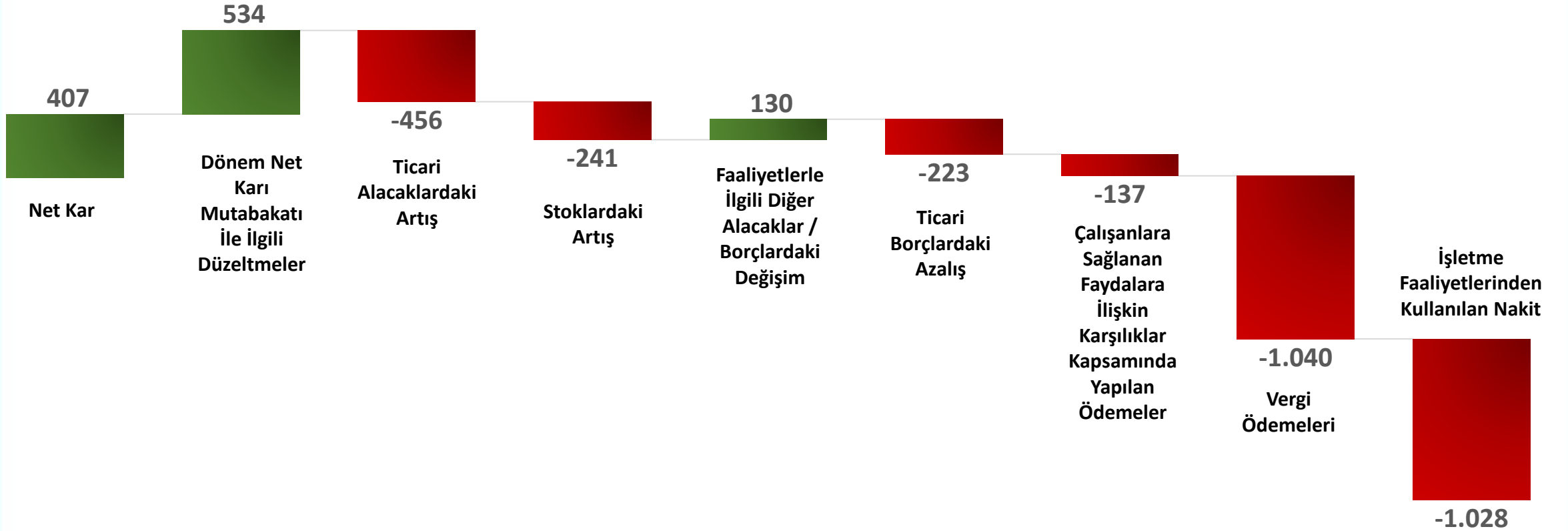
## NET İŞLETME SERMAYESİ / HASILAT



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

\*\* Net finansal alacak, nakit ve nakit benzerleri ve ilişkili taraflardan alacakların 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

53.9432

67.1345

SuperFresh

ÜLKER  
Bizim  
yağ

ÜLKER  
TEREM YAĞ

DFU®  
DÖNÜK FIRINCILIK ÜRÜNLERİ

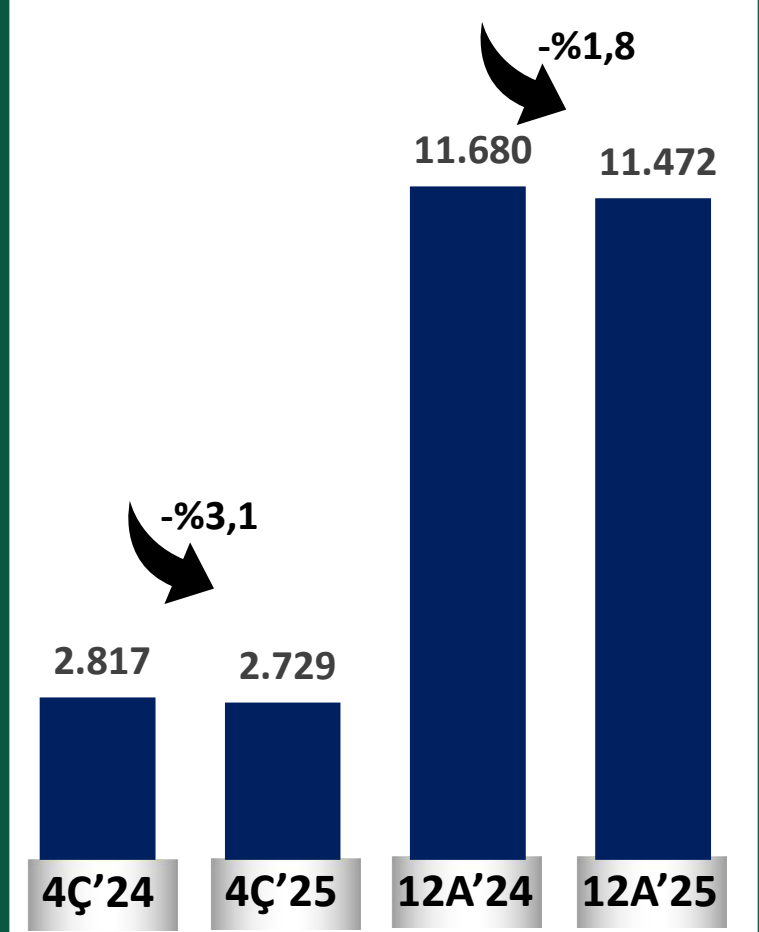
ONA

USTAM  
PASTACILIK ÜRÜNLERİ

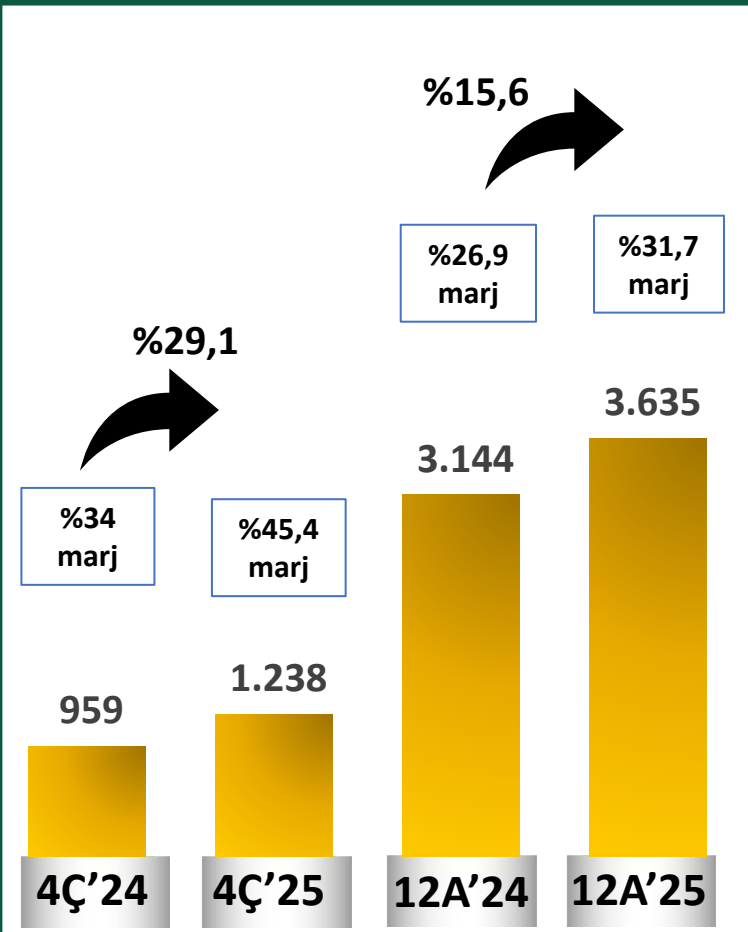
LUNA



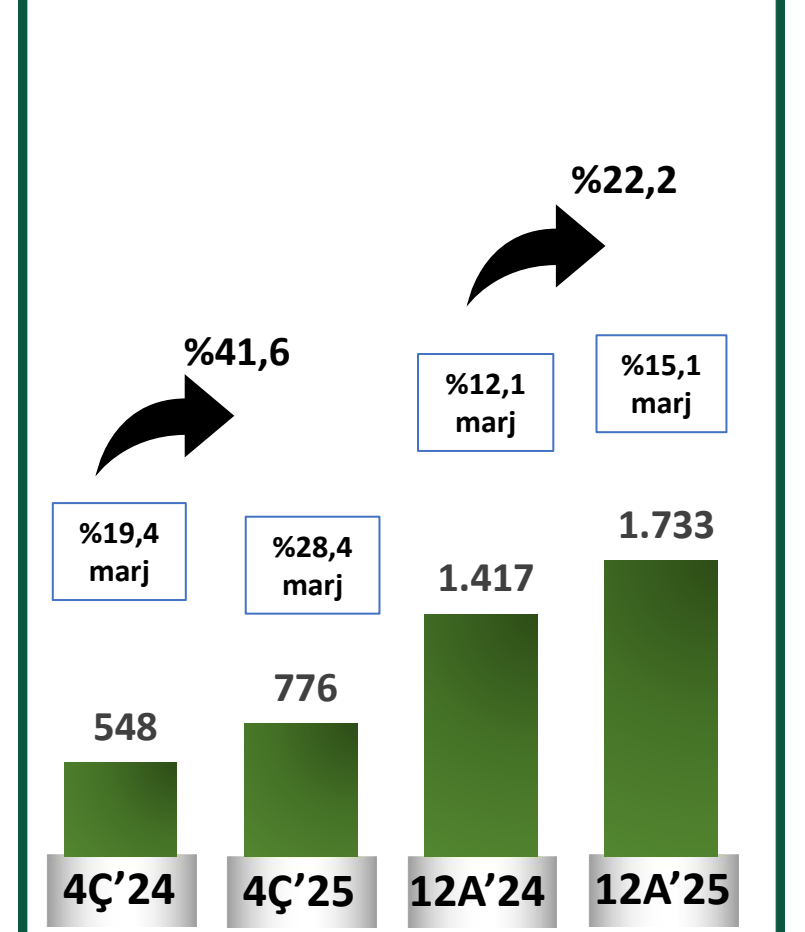
## HASILAT



## BRÜT KAR



## FAVÖK

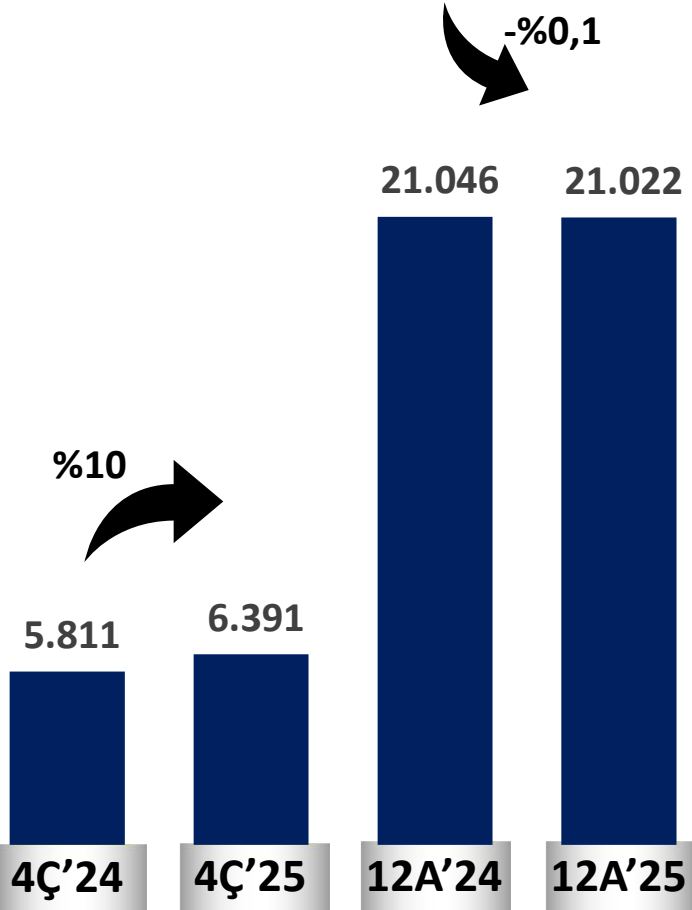


• Milyon TL, TMS 29 etkileri dahil edilmiştir.

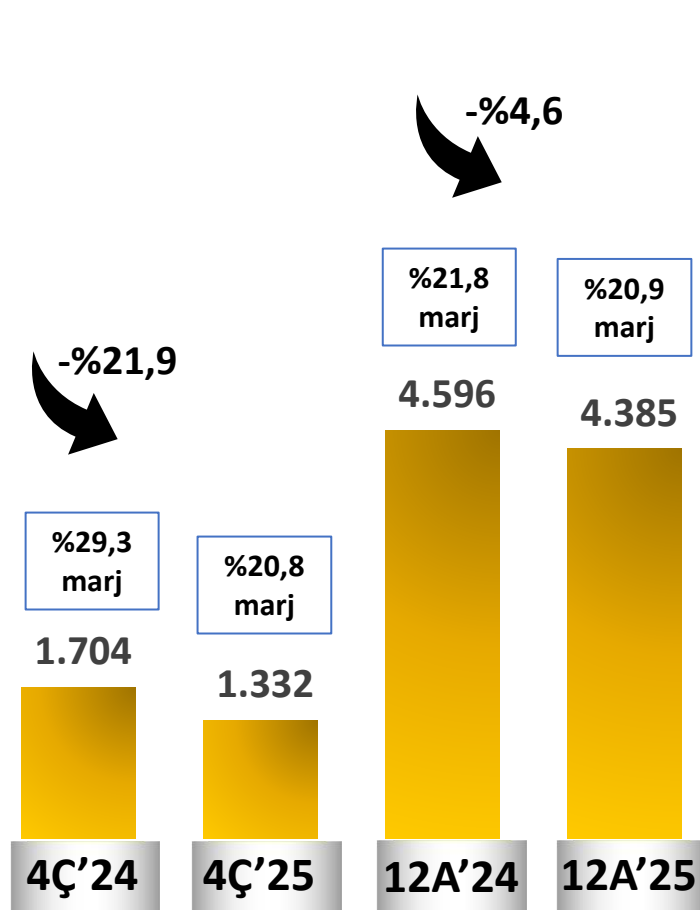
• 2024 yıl sonu itibarıyla Dondurulmuş Gıda ve Yağ İş Birimi arasında gerçekleşen işlemlerin maliyet eliminasyonuna ilişkin 414.110.163 TL tutarındaki eliminasyon sınıflaması düzeltilmiştir.



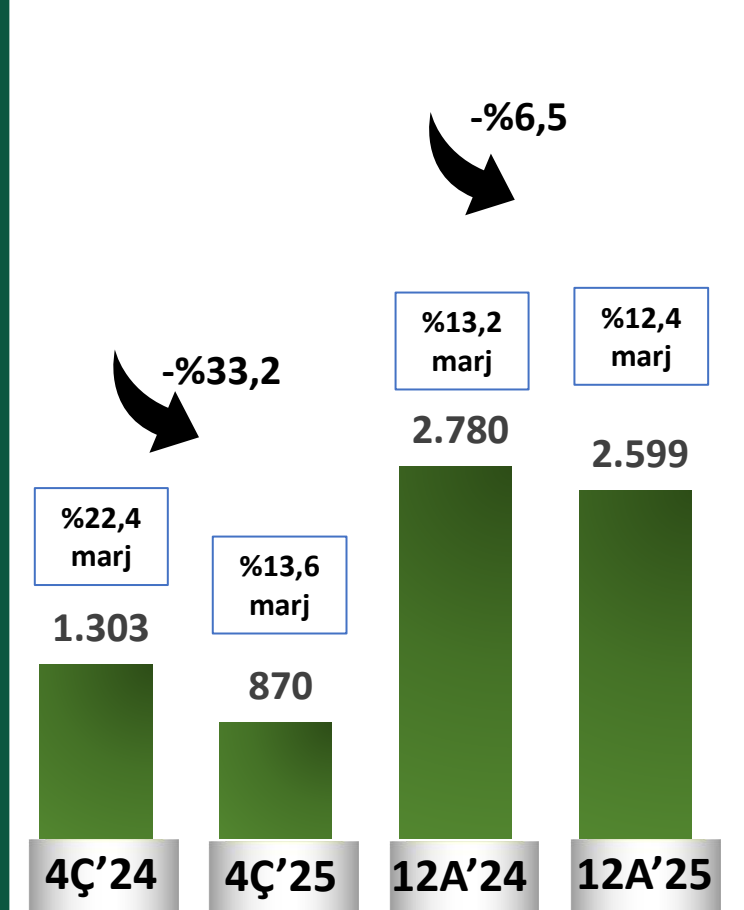
## HASILAT



## BRÜT KAR



## FAVÖK



• Milyon TL, TMS 29 etkileri dahil edilmiştir.

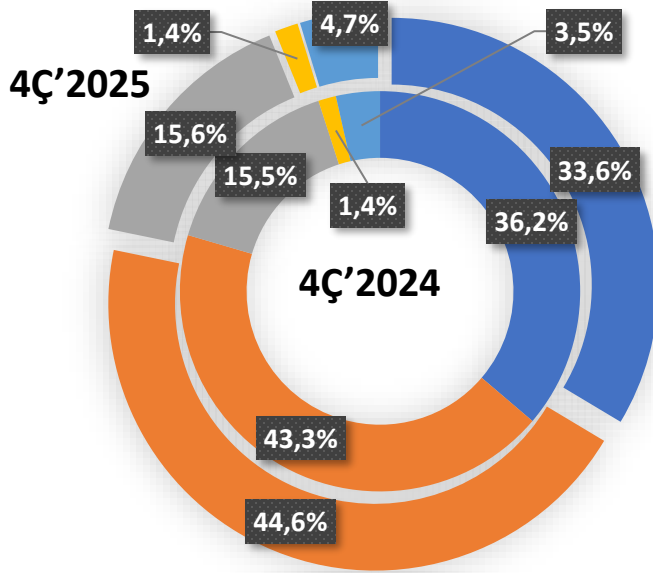
• 2024 yıl sonu itibarıyla Dondurulmuş Gıda ve Yağ İş Birimi arasında gerçekleşen işlemlerin maliyet eliminasyonuna ilişkin 414.110.163 TL tutarındaki eliminasyon sınıflaması düzeltilmiştir.

# İŞ BİRİMİ BAZLI HASILAT

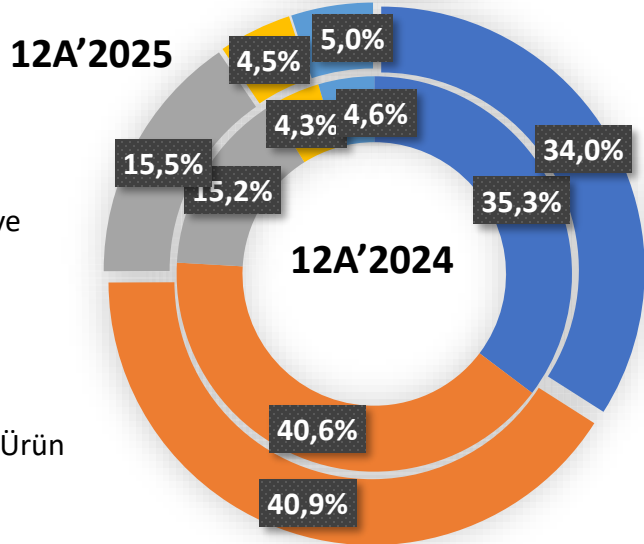
# BESLER

## DONDURULMUŞ & KONSERVE İŞ BİRİMİ

4Ç'24 Hasılat  
2.817 TRY  
4Ç'25 Hasılat  
2.729 TRY



12A'24 Hasılat  
11.680 TRY  
12A'25 Hasılat  
11.472 TRY

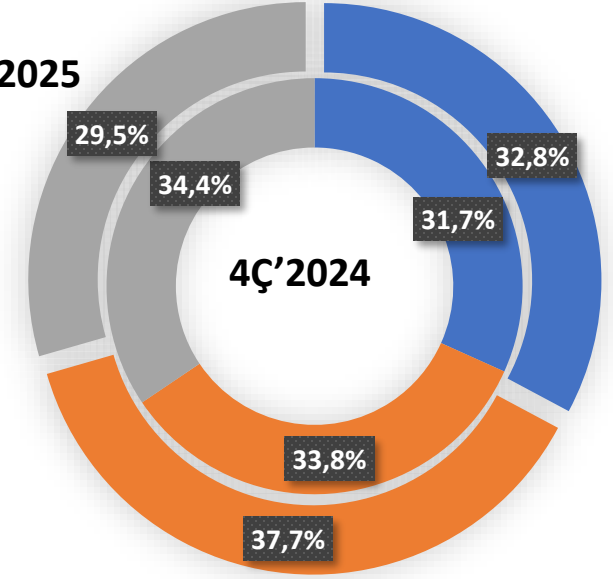


- Patates & Sebze Meyve Dondurulmuş
- Unlu Mamüller
- Ton Balığı & Sebze Meyve Kons.
- Zirai Malzeme ve Yan Ürün Satışları
- Diğer

4Ç'24 Hasılat  
5.811 TRY  
4Ç'25 Hasılat  
6.391 TRY

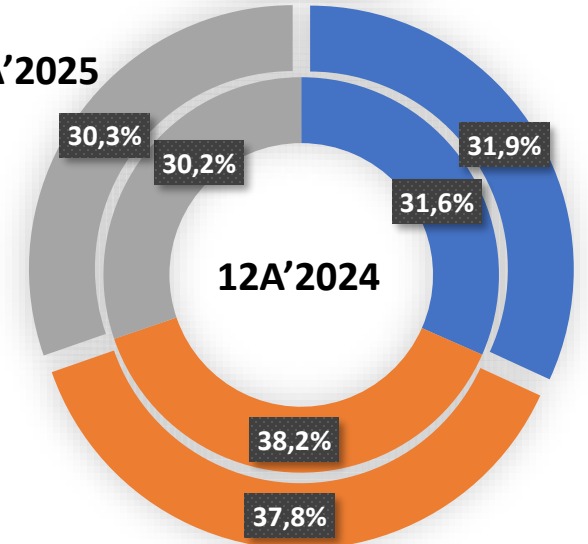
## YAĞ VE MUTFAK İŞ BİRİMİ

4Ç'2025



12A'24 Hasılat  
21.046 TRY  
12A'25 Hasılat  
21.022 TRY

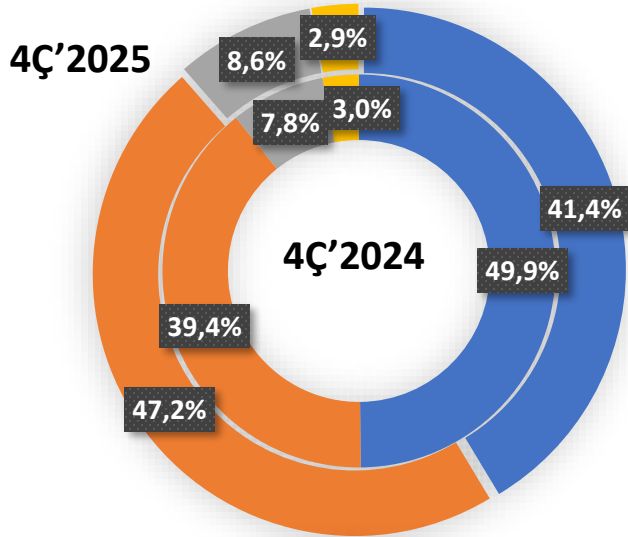
12A'2025



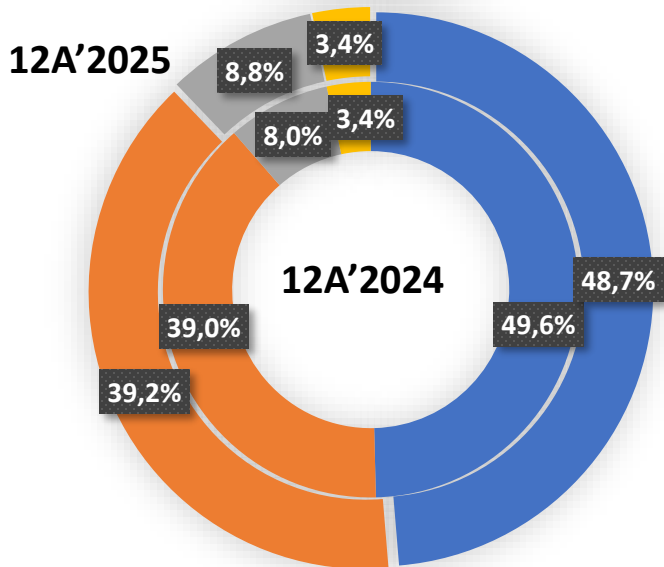
- Tüketici Margarin
- Endüstriyel
- Pastacılık & Catering & Yemeklik Yağlar

## DONDURULMUŞ & KONSERVE İŞ BİRİMİ

4Ç'24 Satış Hacmi  
31.469 ton  
4Ç'25 Satış Hacmi  
31.488 ton



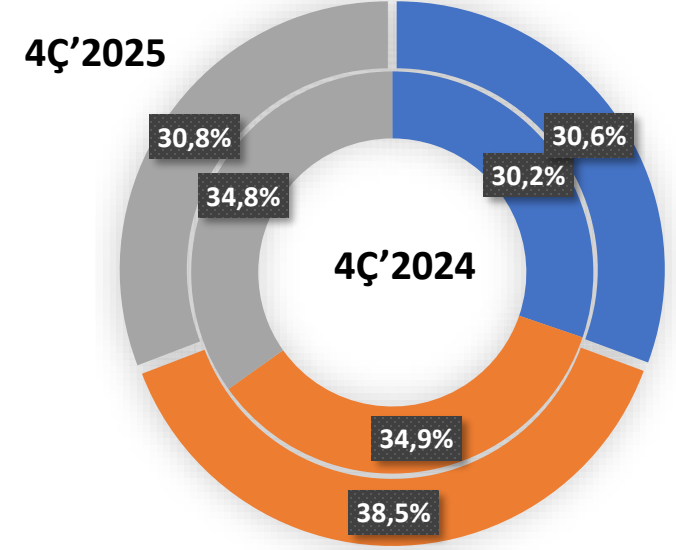
12A'24 Satış Hacmi  
119.446 ton  
12A'25 Satış Hacmi  
119.310 ton



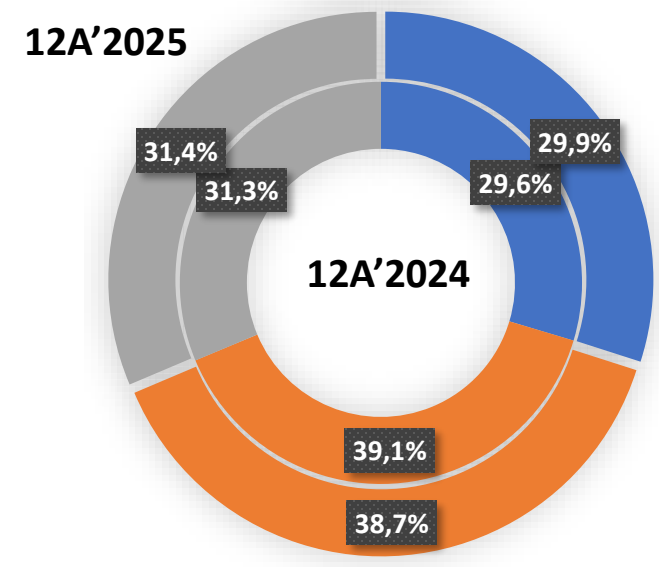
- Patates & Sebze Meyve Dondurulmuş
- Unlu Mamuller
- Ton Balığı & Sebze Meyve Kons.
- Diğer

## YAĞ VE MUTFAK İŞ BİRİMİ

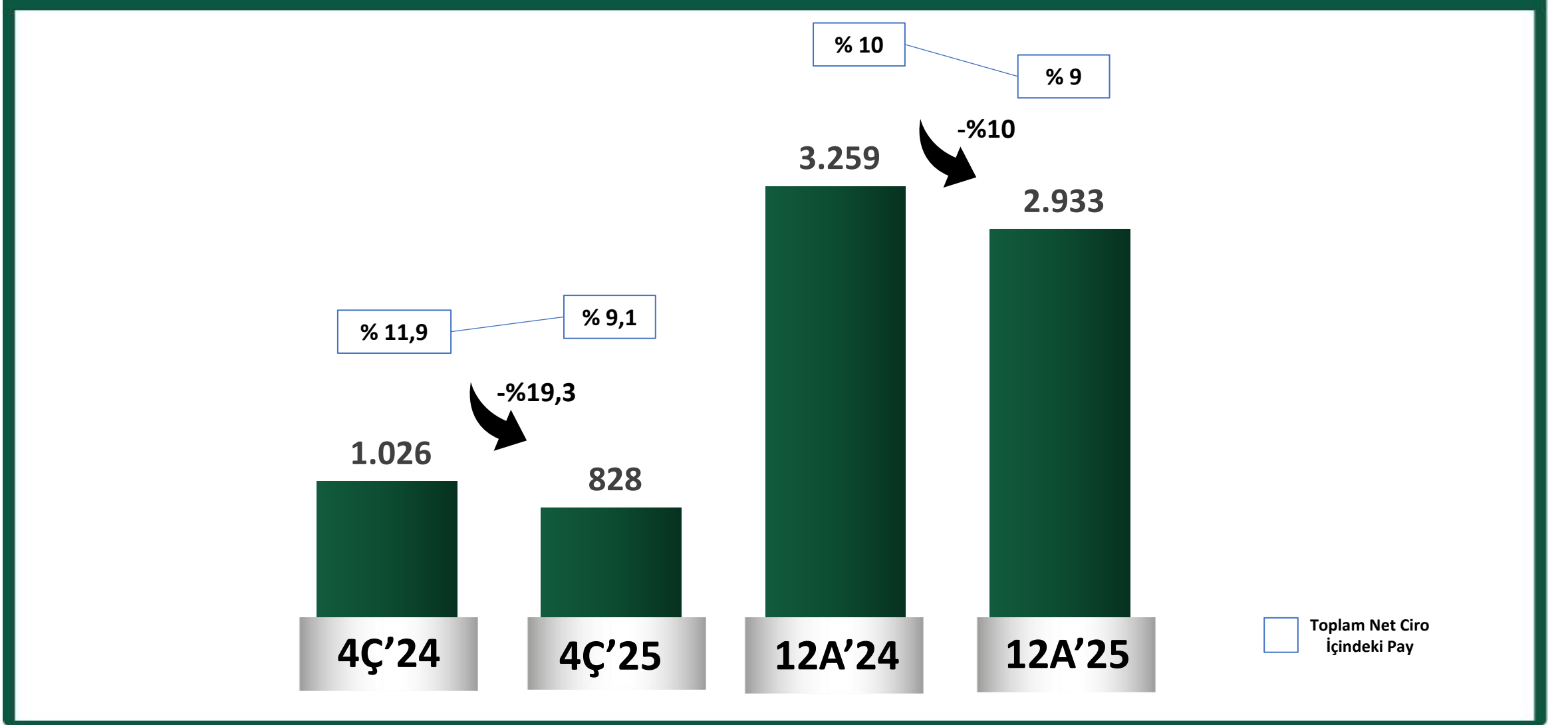
4Ç'24 Satış Hacmi  
73.282 ton  
4Ç'25 Satış Hacmi  
70.987 ton

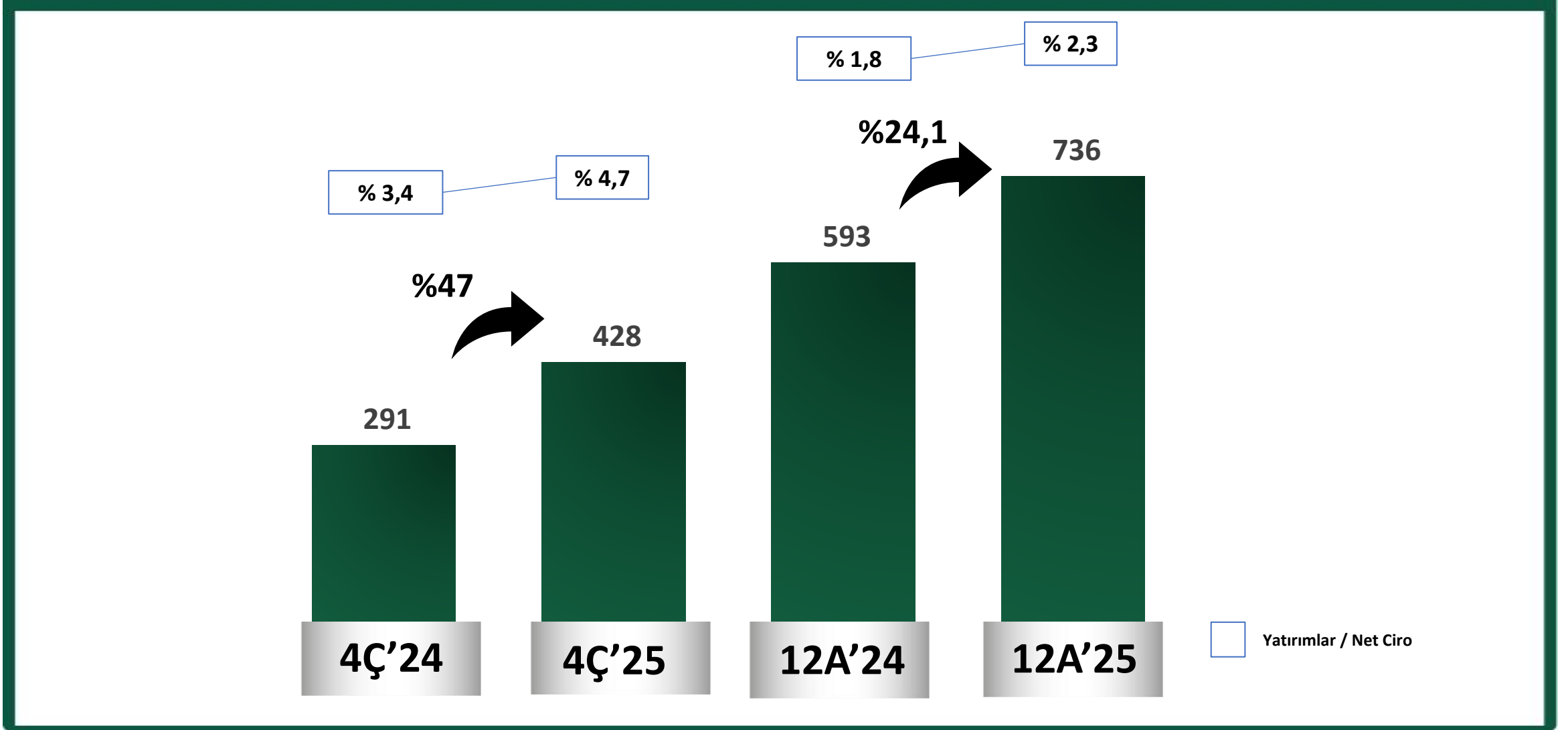


12A'24 Satış Hacmi  
259.489 ton  
12A'25 Satış Hacmi  
254.919 ton



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





# ÖZET KONSOLİDE BİLANÇO

# BESLER

VARLIKLAR (Milyon TL)	Ara.25	Ara.24	Değişim
<b>Dönen Varlıklar</b>	<b>25.424</b>	<b>21.398</b>	<b>18,8%</b>
Nakit ve Nakit Benzerleri	2.921	2.761	5,8%
Ticari Alacaklar	5.044	4.637	8,8%
Diğer Alacaklar	11.648	8.243	41,3%
Stoklar	4.945	4.703	5,1%
Peşin Ödenmiş Giderler	304	504	-39,7%
Diğer Dönen Varlık Kalemleri	562	551	2,0%
<b>Duran Varlıklar</b>	<b>15.409</b>	<b>14.992</b>	<b>2,8%</b>
YAGM, Maddi ve Maddi Olmayan DV (Net)	15.151	14.454	4,8%
Ertelenmiş Vergi Varlığı	104	447	-76,7%
Diğer Duran Varlık Kalemleri	155	90	71,4%
<b>TOPLAM VARLIKLAR</b>	<b>40.833</b>	<b>36.389</b>	<b>12,2%</b>
<b>KAYNAKLAR</b> (Milyon TL)	<b>Ara.25</b>	<b>Ara.24</b>	<b>Değişim</b>
<b>Kısa Vadeli Yükümlülükler</b>	<b>18.979</b>	<b>15.448</b>	<b>22,9%</b>
Finansal Borçlar	8.424	5.285	59,4%
Ticari Borçlar	6.335	6.558	-3,4%
Diğer Borçlar	2.883	1.957	47,3%
Kısa Vadeli Karşılıklar	426	270	57,8%
Diğer Kısa Vadeli Yükümlülük Kalemleri	912	1.379	-33,8%
<b>Uzun Vadeli Yükümlülükler</b>	<b>4.360</b>	<b>4.625</b>	<b>-5,7%</b>
Uzun Vadeli Finansal Borçlar	1.446	1.315	10,0%
Diğer Borçlar	486	666	-27,0%
Ertelenmiş Vergi Yükümlülüğü	1.899	2.172	-12,6%
Diğer Uzun Vadeli Yükümlülük Kalemleri	529	471	12,2%
<b>ÖZKAYNAKLAR</b>	<b>17.494</b>	<b>16.317</b>	<b>7,2%</b>
Ana Ortaklığa Ait Özkaynaklar	16.711	15.458	8,1%
Kontrol Gücü Olmayan Paylar	783	858	-8,8%
<b>TOPLAM KAYNAKLAR</b>	<b>40.833</b>	<b>36.389</b>	<b>12,2%</b>

# ÖZET KONSOLİDE GELİR TABLOSU

# BESLER

(Milyon TL)	1 Ocak - 31 Aralık 2025	1 Ocak - 31 Aralık 2024	Değişim	1 Ekim - 31 Aralık 2025	1 Ekim - 31 Aralık 2024	Değişim
Hasılat	32.494	32.725	-0,7%	9.120	8.628	5,7%
Satışların Maliyeti	(24.475)	(24.986)	-2,0%	(6.550)	(5.965)	9,8%
<b>BRÜT KAR</b>	<b>8.019</b>	<b>7.740</b>	<b>3,6%</b>	<b>2.570</b>	<b>2.664</b>	<b>-3,5%</b>
<b>BRÜT KAR MARJI</b>	<b>24,7%</b>	<b>23,7%</b>		<b>28,2%</b>	<b>30,9%</b>	
Toplam Faaliyet Giderleri	(4.438)	(4.263)	4,1%	(1.100)	(997)	10,3%
<b>Faaliyet Karı (Yatırımcı İlişkileri)</b>	<b>3.581</b>	<b>3.476</b>	<b>3,0%</b>	<b>1.470</b>	<b>1.666</b>	<b>-11,8%</b>
Esas Faaliyetlerden Diğer Gelirler&Giderler, net	(1.681)	(1.560)	-7,8%	(150)	(250)	40,1%
<b>Esas Faaliyet Karı</b>	<b>1.900</b>	<b>1.917</b>	<b>-0,9%</b>	<b>1.321</b>	<b>1.416</b>	<b>-6,8%</b>
Yatırım Faaliyetlerinden Gelirler&Giderler, net	3.846	4.390	-12,4%	537	2.174	-75,3%
<b>Finansman Giderleri Öncesi Faaliyet Karı</b>	<b>5.746</b>	<b>6.307</b>	<b>-8,9%</b>	<b>1.857</b>	<b>3.591</b>	<b>-48,3%</b>
Finansman Gelirleri&Giderleri, net	(4.257)	(2.421)	-75,8%	(1.116)	(305)	-266,2%
Parasal Kazanç / Kayıp, net	(781)	(415)	-88,0%	(437)	(1.090)	59,9%
<b>Faaliyetler Vergi Öncesi Karı</b>	<b>708</b>	<b>3.471</b>	<b>-79,6%</b>	<b>304</b>	<b>2.196</b>	<b>-86,2%</b>
Vergi Geliri&Gideri, net	(302)	(1.308)	-76,9%	166	(1.359)	-112,2%
<b>DÖNEM NET KARI</b>	<b>407</b>	<b>2.163</b>	<b>-81,2%</b>	<b>470</b>	<b>837</b>	<b>-43,9%</b>
Amortisman Gideri	(750)	(721)	-4,0%	(175)	(184)	4,8%
<b>FAVÖK</b>	<b>4.331</b>	<b>4.197</b>	<b>3,2%</b>	<b>1.646</b>	<b>1.851</b>	<b>-11,1%</b>
<b>FAVÖK MARJI</b>	<b>13,3%</b>	<b>12,8%</b>		<b>18,0%</b>	<b>21,4%</b>	

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](mailto:yatirimci@besler.com.tr)

Borsa İstanbul: BESLR.IS - Bloomberg: BESLR TI