

8 EKİM 2026



BESLER

ANALİST
GÜNÜ
SUNUMU

SuperFresh

ÜLKER
Bizim
برایم

ÜLKER
TEREM

DFU
DÖNÜŞ FİRENCİLİK ÜRÜNLERİ

ONA

USTAM
HAYATLIK İBRAHİM

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
- ✓ 30.06.2026 Finansal Bilgileri



BESLER

BİR BAKIŞTA BESLER

SuperFresh

ÜLKER
Bizim

ÜLKER
TEREM

DFU
DONUK FİREKLİ ÜRÜNLER

ONA

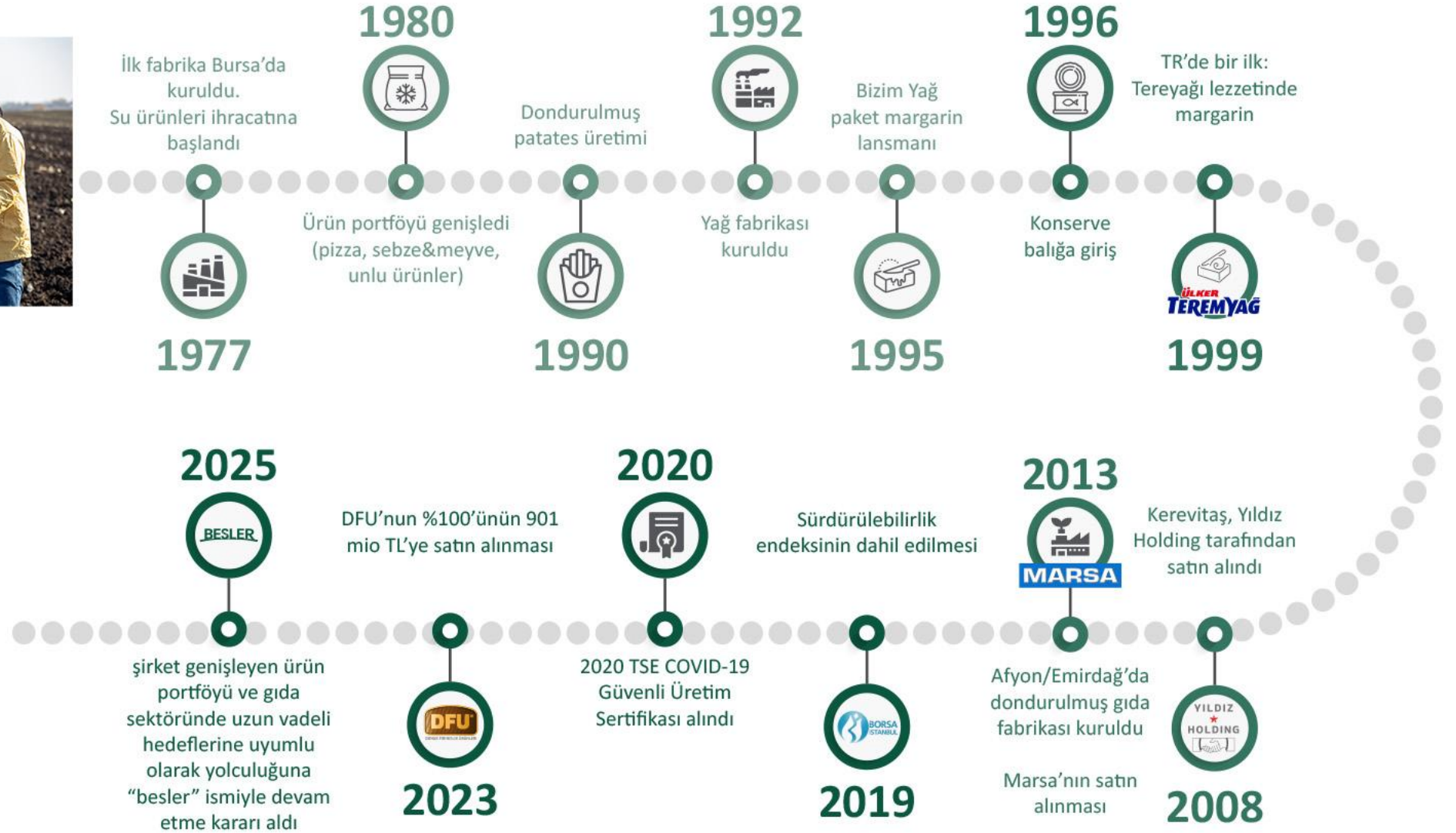
USTAW
PAZARLIK ÜRÜNLERİ

LUNA

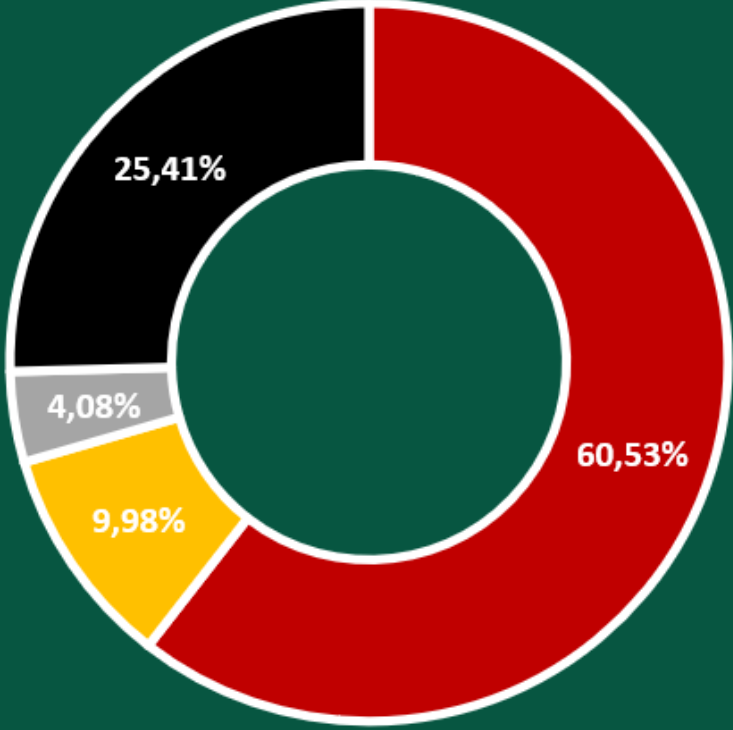
ÜLKER
SürMix



16 farklı ana kategoride yaklaşık 1.250 ürün ve 55 marka ile gıda sektöründe öncü olmaya devam ediyoruz.



BESLER ORTAKLIK YAPISI



■ Yıldız Holding ■ İstanbul Portföy Yıldız Serbest Özel Fon
■ Murat Ülker ■ Diğer

Fiili Dolaşımdaki Pay Oranı: 23,61%

YILDIZ HOLDİNG



**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

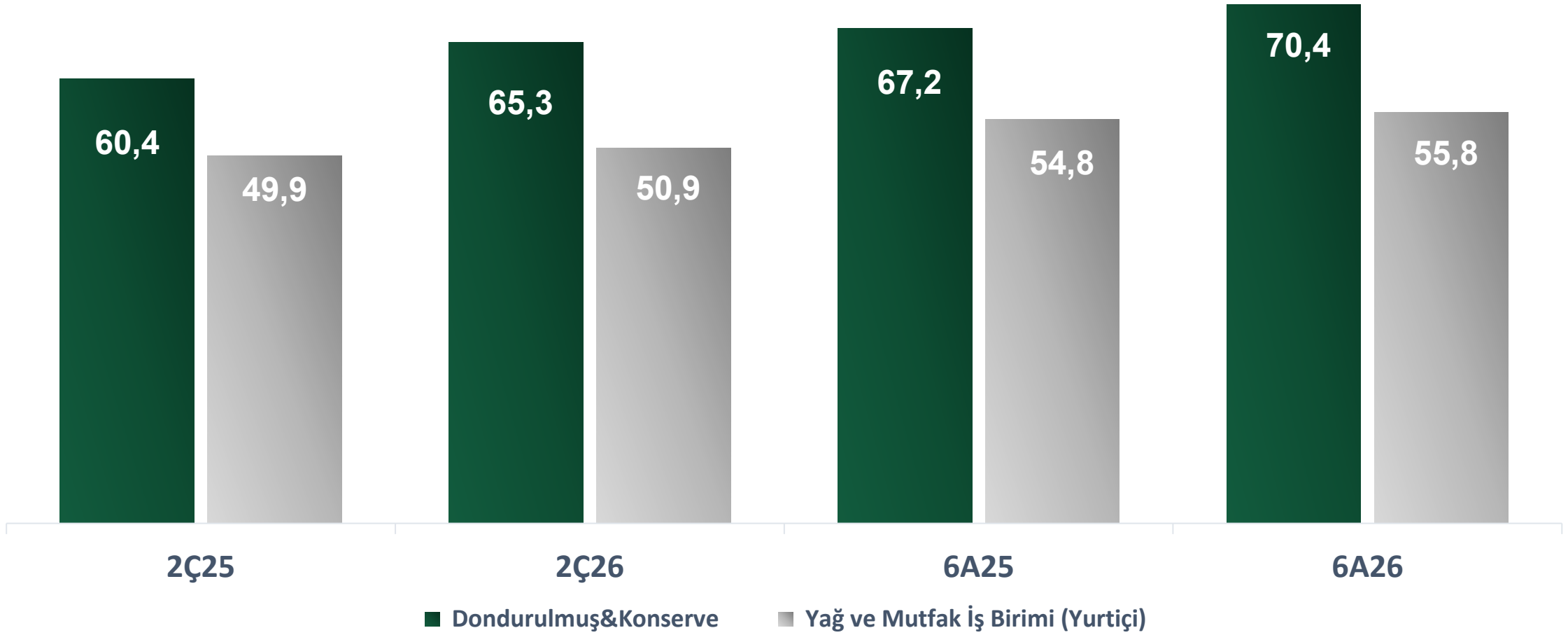
Kapalı Alan: 6.000 m²

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

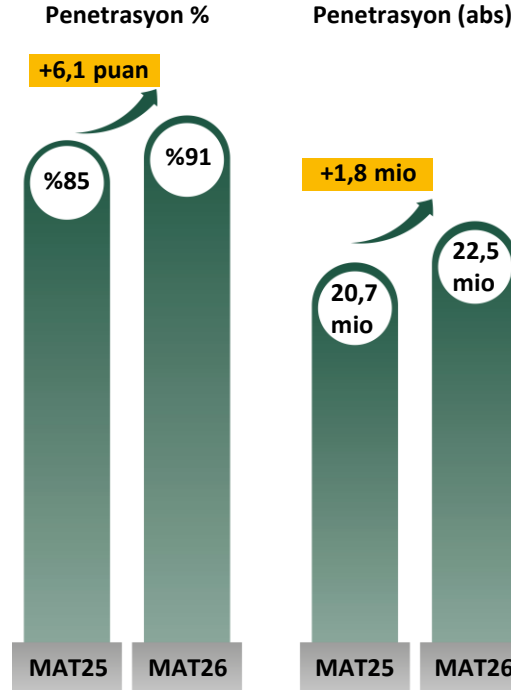
SON 12 AYDA
57,6 MİLYAR CİRO*

%56

CİRO
BÜYÜMESİ

2

YÜKSEK
PENETRASYON ARTIŞI**



3

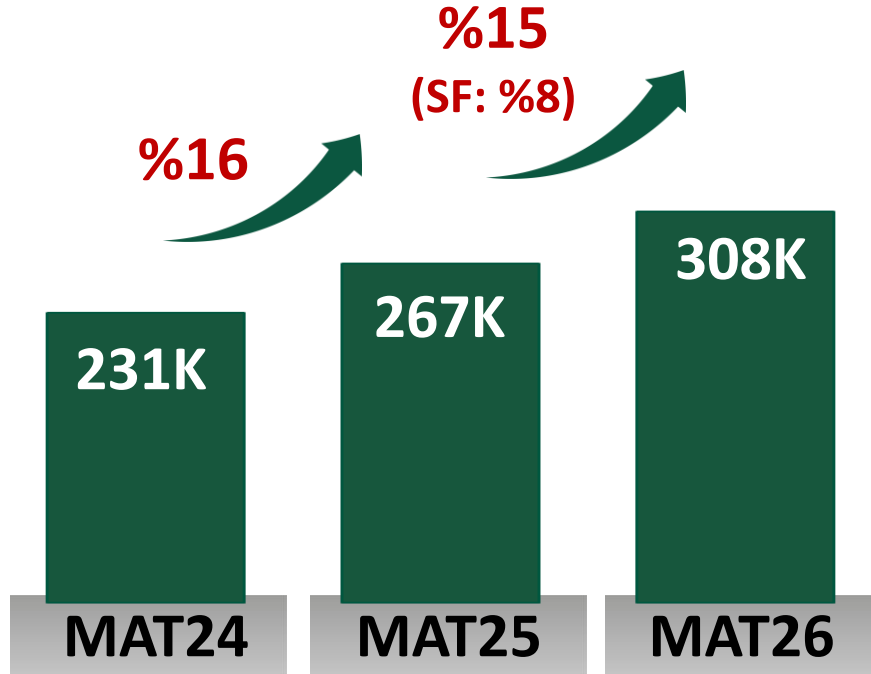
YENİLİKLE BÜYÜYEN
KATEGORİ

+600

SKU

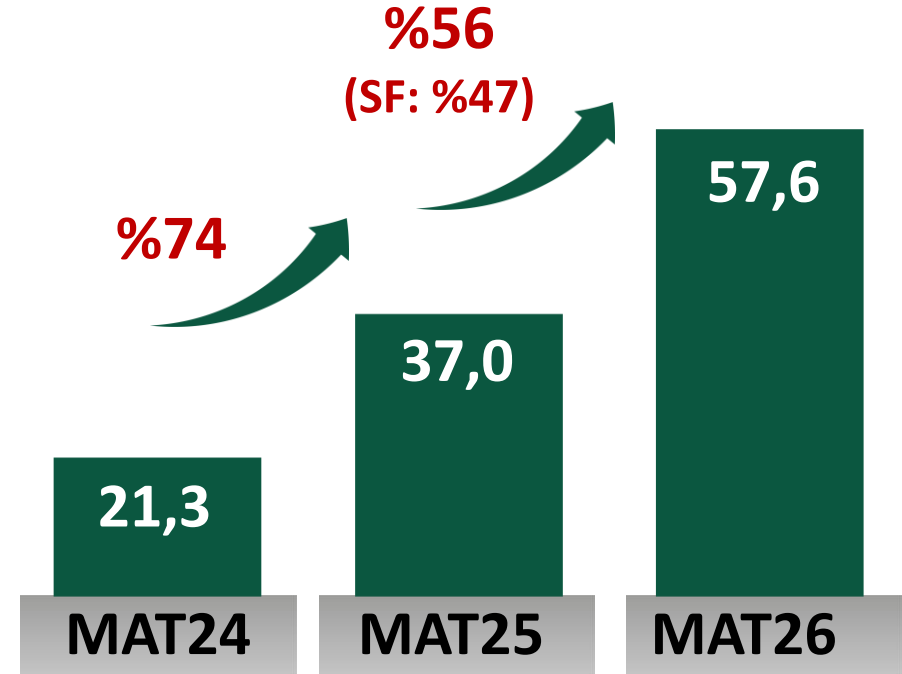
PERAKENDE PAZAR TONAJI (Ton)

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

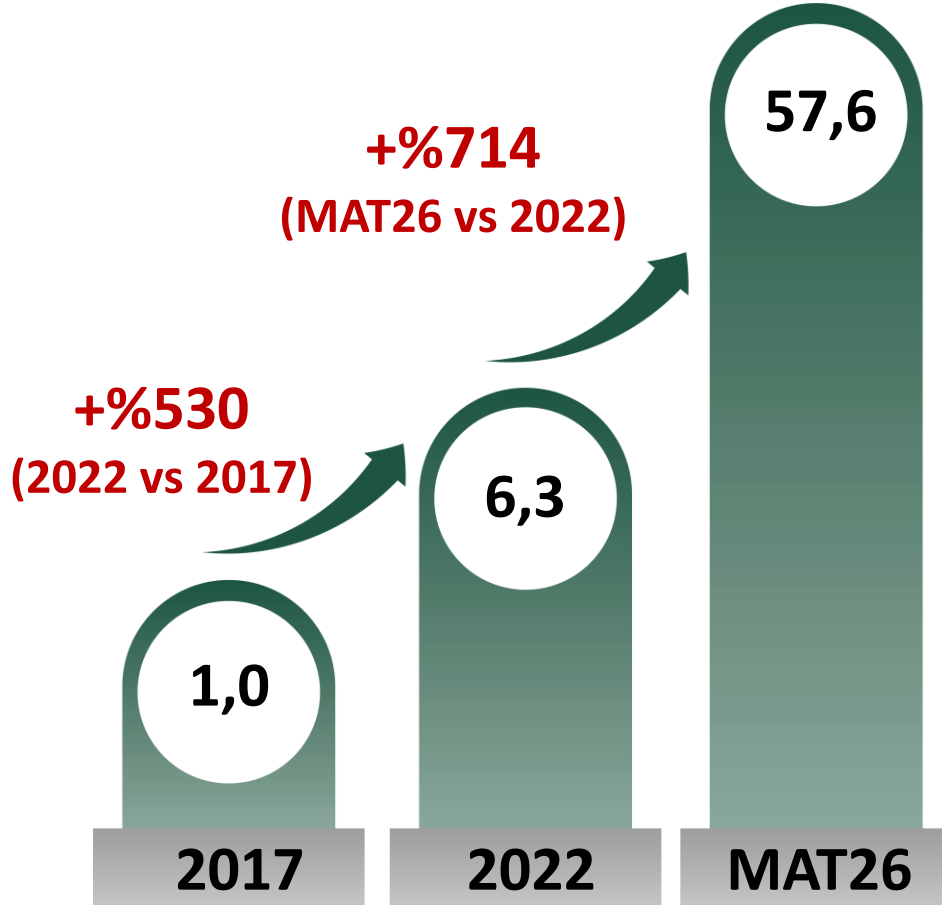


PERAKENDE PAZAR CİROSU (Milyar TL)

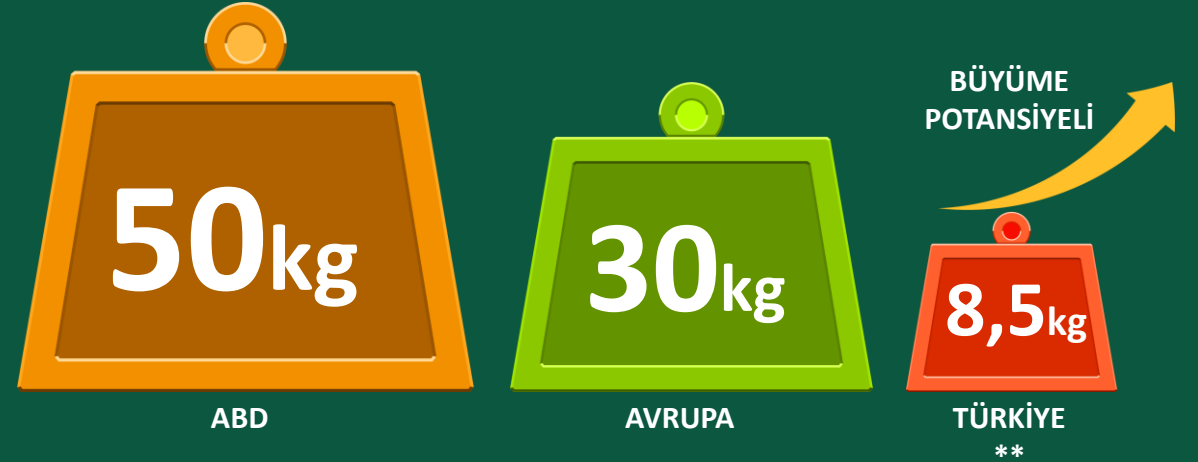
Son 36 ayda değeri neredeyse **x3 kat artan** pazarın, MAT26 döneminde geçen seneye göre **%56 büyüme** göstermiştir.



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!

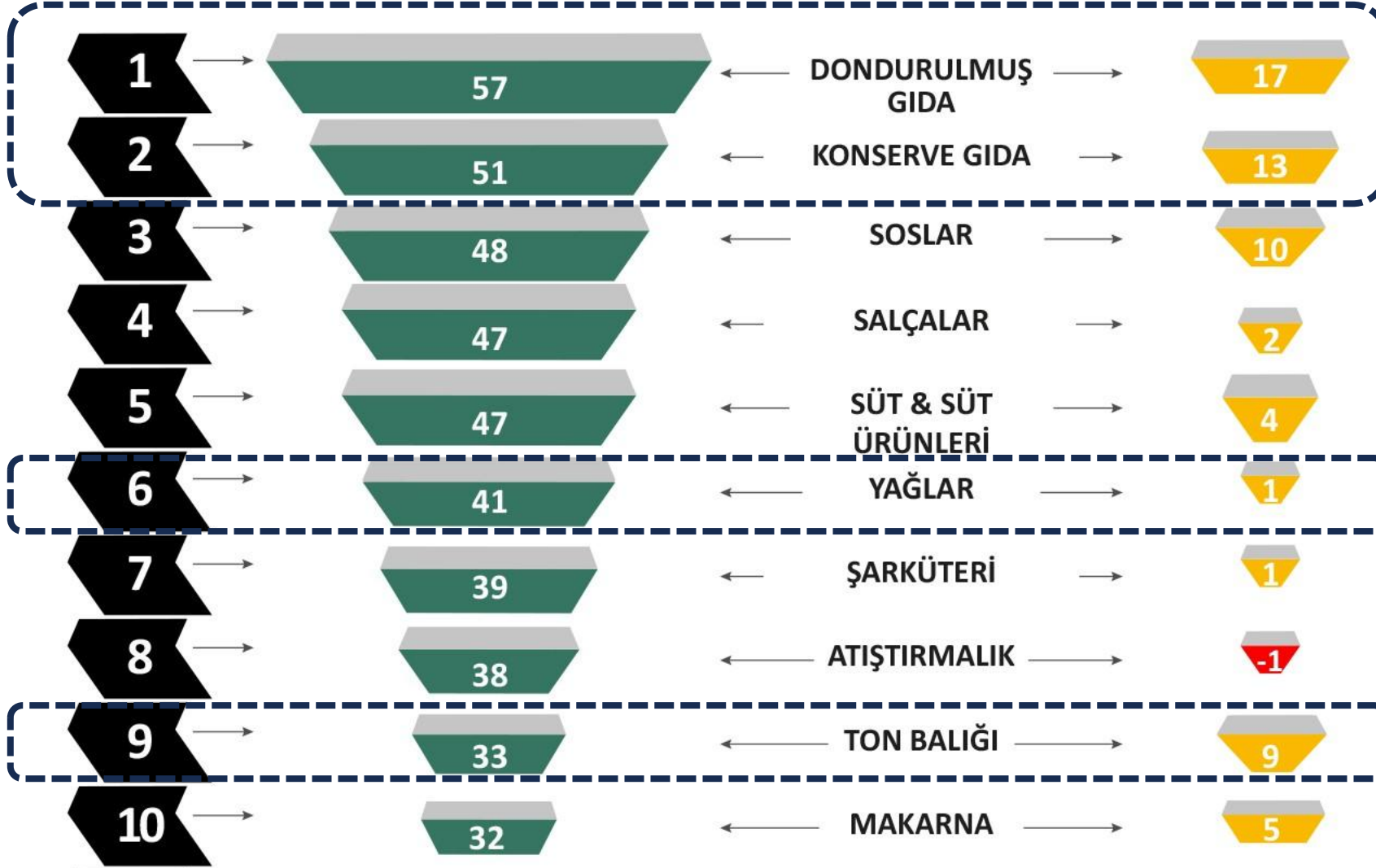
BESLER

CİRO DEĞİŞİM (%)
(YTD 26 VS YTD 25)

38

TOTAL FMCG
(excl. Tob&Alc.)

TONAJ DEĞİŞİM (%)
(YTD 26 VS YTD 25)

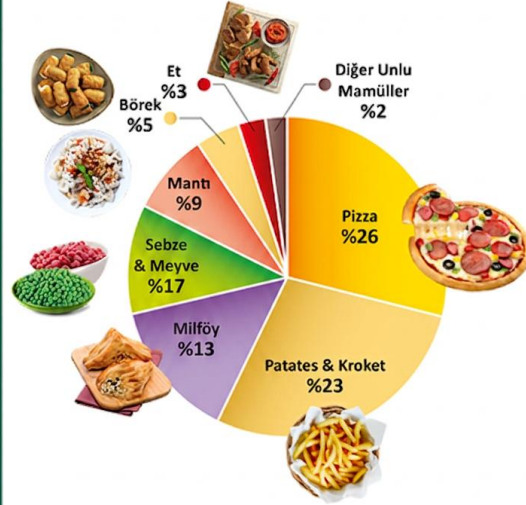


KATEGORİNİN KURUCUSU VE LİDERİ



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

EN GENİŞ ÜRÜN/ÇÖZÜM PORTFÖYÜNE SAHİP



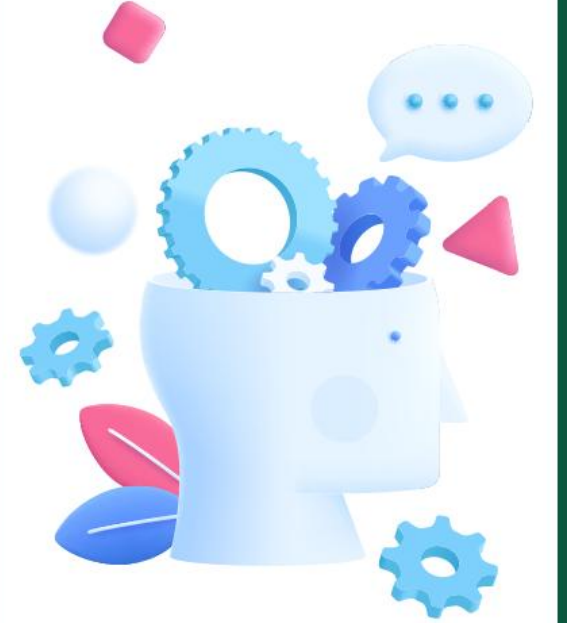
**12 alt kategori
& 400+ ürün**
Pazarda çığır açan ürünlerle
sektöre yön veren**

EN ÇOK HANEYE GİREN



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

GÜÇLÜ MARKA BİLİNİRLİĞİNE SAHİP

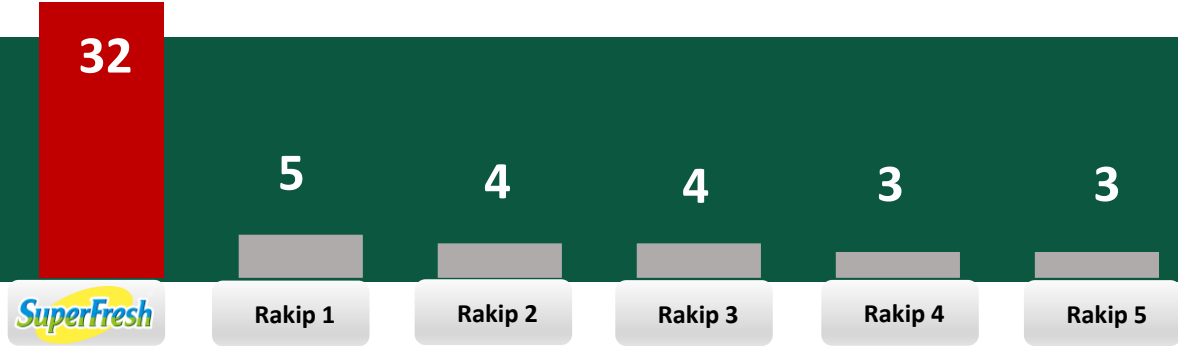


%100
marka bilinirliği

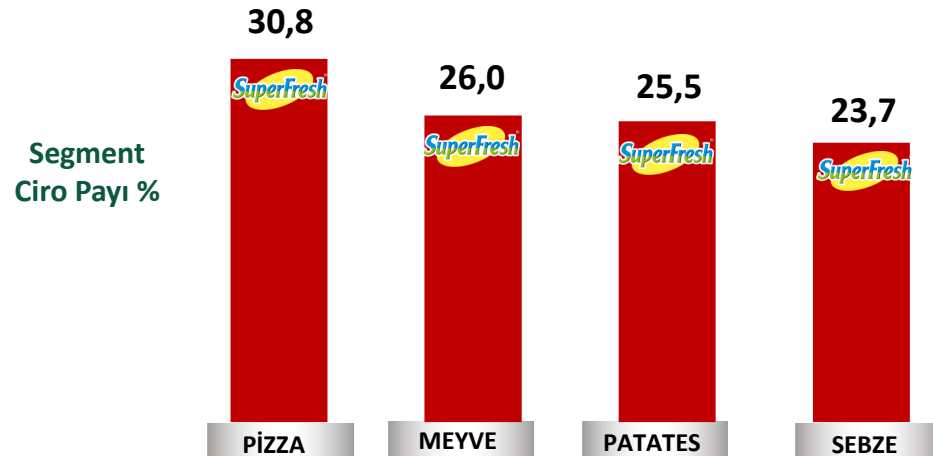
TOPLAM PAZAR PAYLARI

İnd. Mar. Hariç Pazar

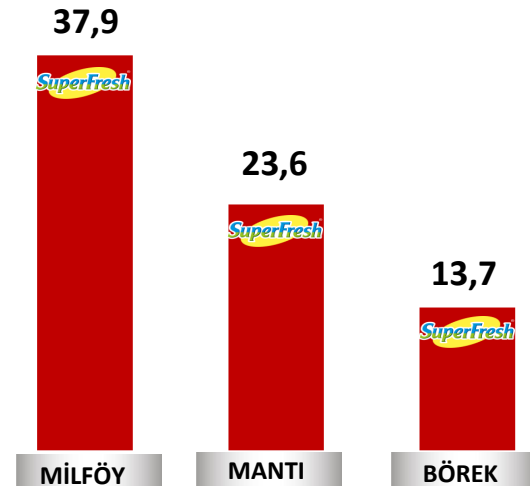
SUPERFRESH, TÜM ODAK
KATEGORİLERİNDE
MARKALI LİDERDİR!



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



Üreticiyi destekleyen, tarımsal tedariki güçlendiren iş modeli

+%85

Tarımsal ham madde
temininin
sözleşmeli tarım
modeliyle
gerçekleşen payı

ÜRETİCİYE SUNULAN DESTEKLER

Alım garantisi

Üretici için güvence

Eğitim

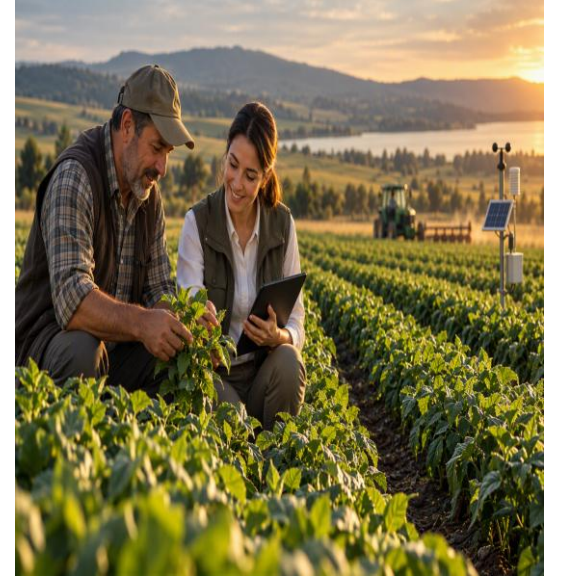
Yetkinlik gelişimi

Finansal destek

Üretim sürecine destek

Ziraat mühendisi danışmanlığı

Sahada uzmanlık desteği

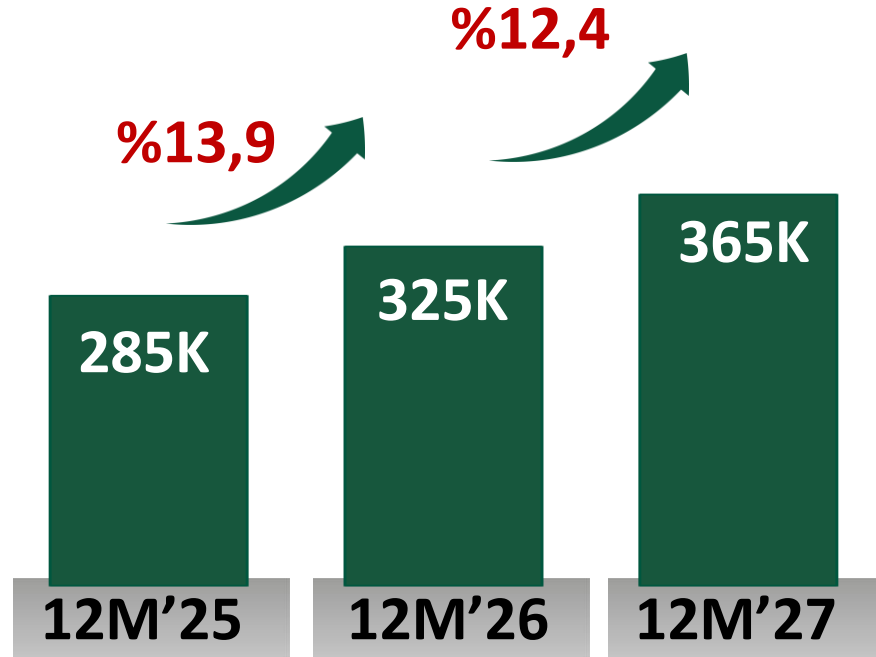


Sürdürülebilir üretim
+ yerli üretim odağı

HEDEF | Verimliliği artırmak + Tedariği güvence altına almak + Maliyet dalgalanmalarını hedge etmek

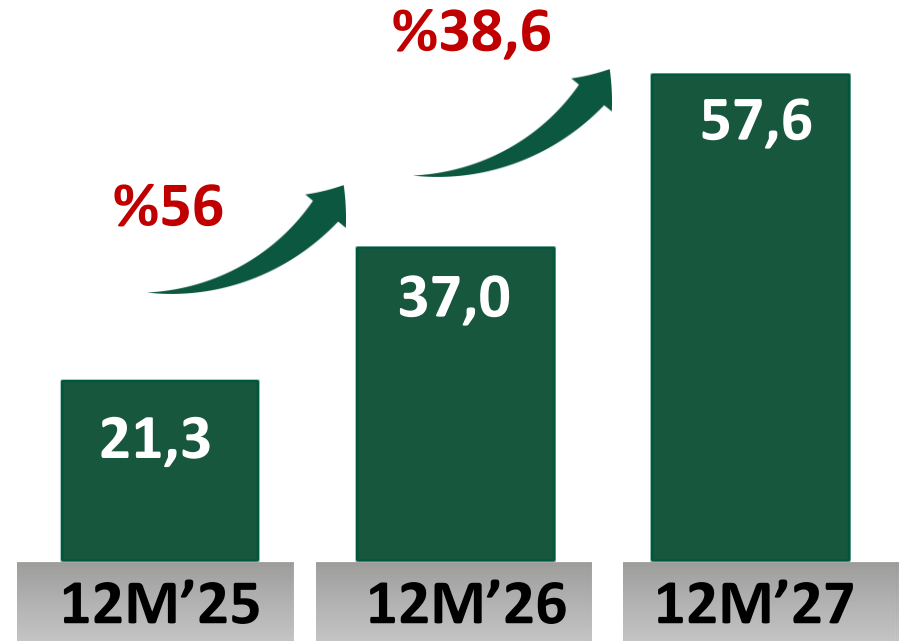
PERAKENDE PAZAR TONAJI (Ton)

Perakende Pazar tonajının 2026 yılını **325 bin ton**, 2027 yılını ise **%12,4 artışla 365 bin ton** seviyesinde gerçekleşmesini bekliyoruz.



PERAKENDE PAZAR CİROSU (Milyar TL)

Perakende Pazar cirosunun 2026 yılını **71,2 milyar TL**, 2027 yılını ise **%38,6 artışla 98,7 milyar TL** seviyesinde gerçekleşmesini bekliyoruz.



BESLER

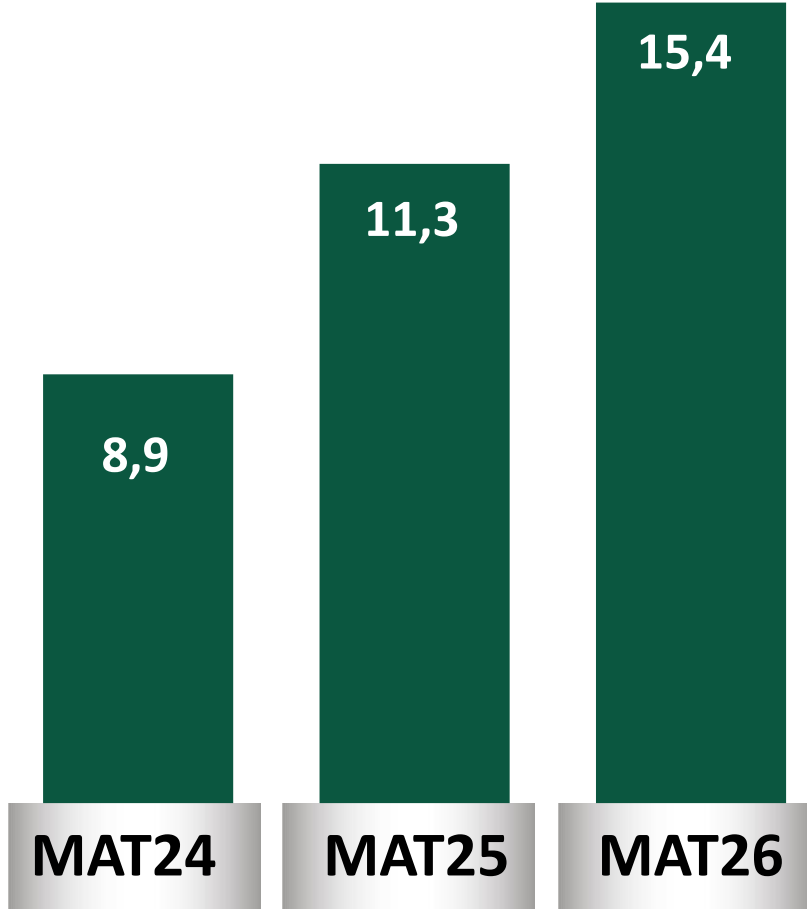
YAĞ VE MUTFAK İŞ BİRİMİ



MARGARİN PAZARI 15,4 MİLYAR TL BÜYÜKLÜĞE ULAŞTI

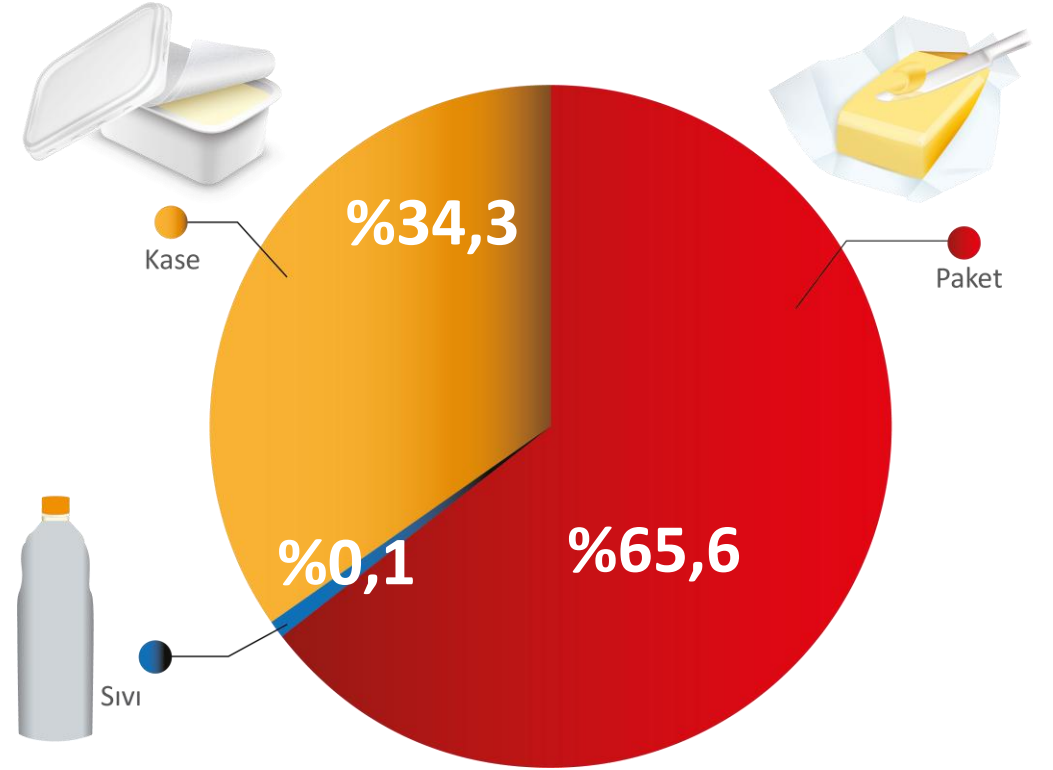
BESLER

TOPLAM MARGARİN CİROSU (TL MİLYAR)
%37 CİRO BÜYÜMESİ



Segment CİRO DAĞILIMI %

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

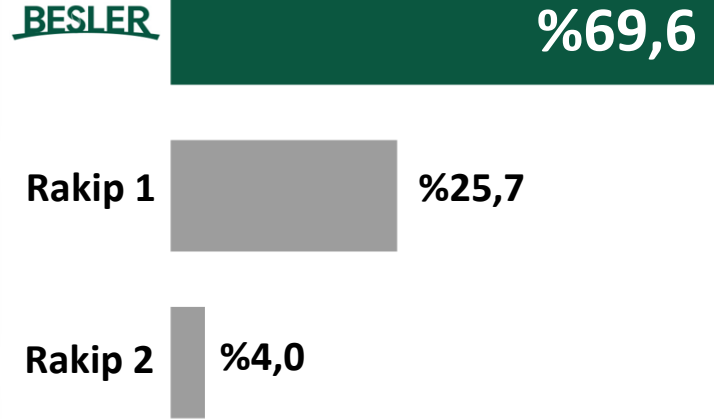


2 SEGMENTİN DE TARTIŞMASIZ LİDERİYİZ

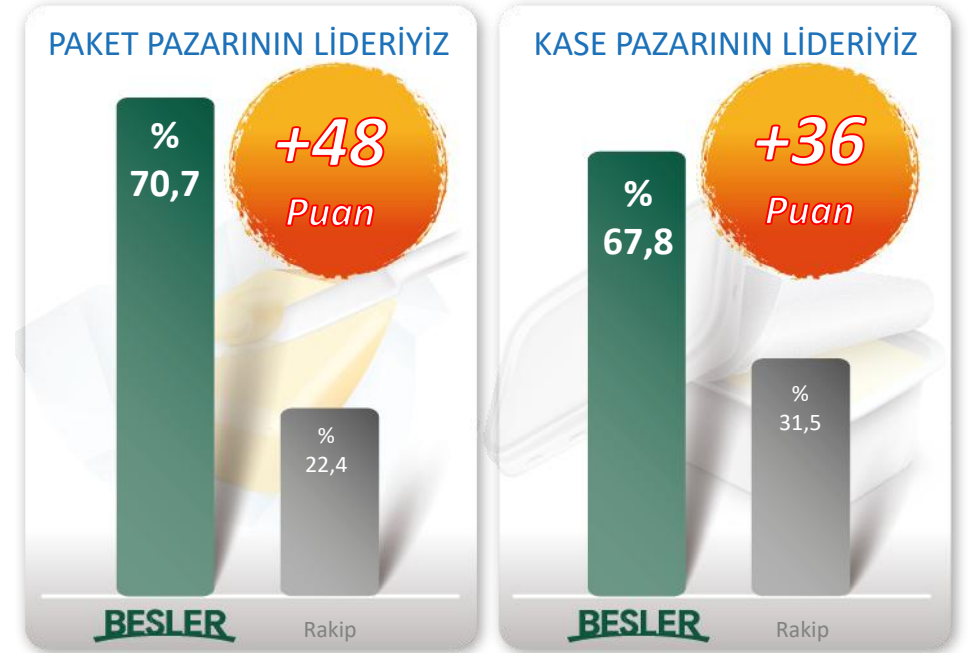
BESLER



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

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





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.

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

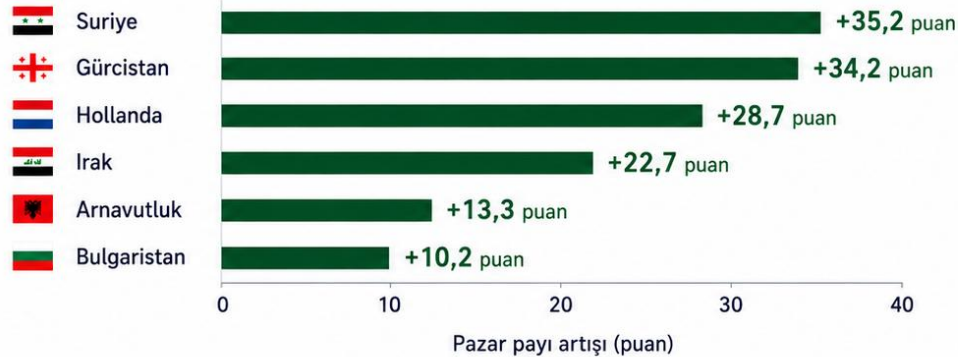
**+15
puan**

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

Yıllık yaklaşık 200 bin ton ham yağ ithal etmekteyiz.

Arz konsantrasyonu yüksek; fiyat dinamiklerinde politika, hava ve ikame yağlar belirleyici

ANA ÜRETİCİ ÜLKELER | 2025/26

Endonezya	57,3%	46,7 mn ton
Malezya	24,8%	20,2 mn ton
Tayland	4,8%	3,9 mn ton

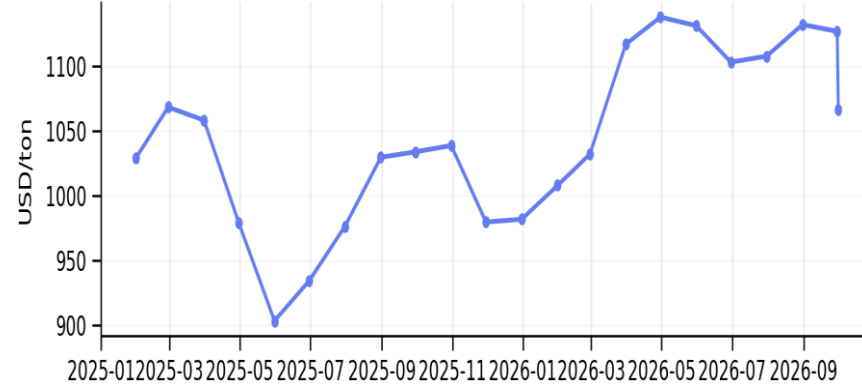
Küresel üretim: 81,44 mn ton | yıllık +%3

GLOBAL TREND

2025/26 küresel üretim önceki sezona göre %3 artıyor. 2026/27'de Endonezya üretiminin 48 mn tona yükselmesi öngörülüyor.

FİYAT GÖRÜNÜMÜ

Palm Oil USD Futures | Aylık ortalama + 1 Ekim 2026 kapanışı



Geçtiğimiz yılın başından bu yana 880 USD ile 1.170 USD arasında fiyatlanan ham palm yağının güncel fiyatı 1.060 USD civarındadır. Geçtiğimiz yılın ilk 9 ayında ortalama 1.000 USD iken, 2026 yılının ilk 9 ayında ortalama 1.100 USD seviyesinde gerçekleşmiştir.

FİYATI ETKİLEYEN ANA UNSURLAR

Endonezya biyodizel politikası ve iç tüketim

Güneydoğu Asya hava koşulları ve verim

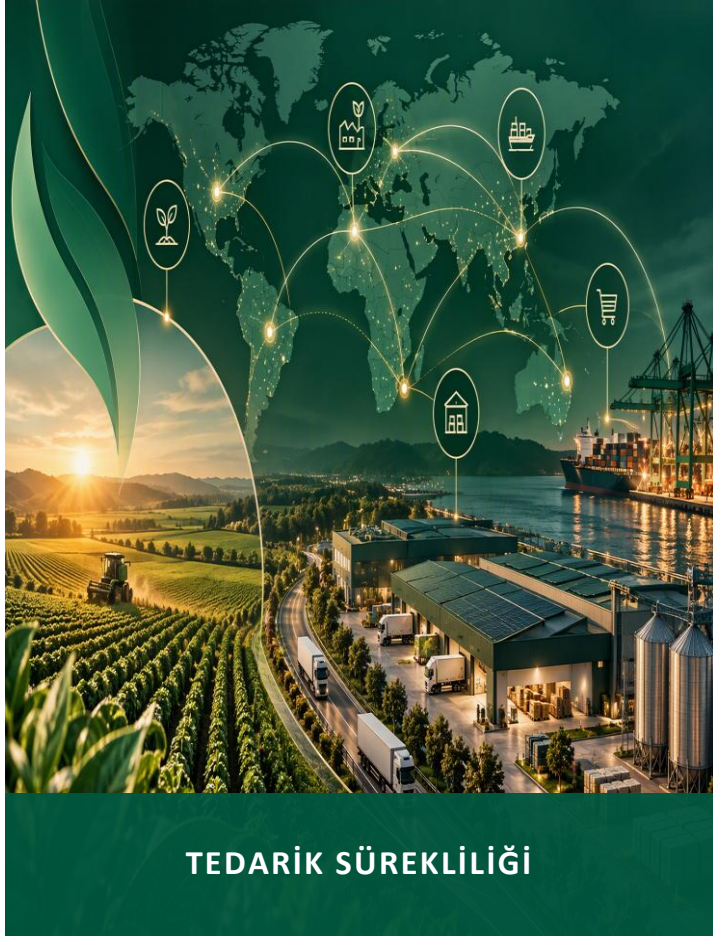
Soya yağı başta olmak üzere ikame bitkisel yağ fiyatları

Üretim, stok ve ihracat dengesi

İthalat politikaları / tarifeler

Petrol fiyatı

Değişken dış koşullara karşı sürekliliği güçlendirecek dört temel aksiyon alanı



TEDARİK SÜREKLİLİĞİ

BELİRSİZLİK ORTAMI

JEOPOLİTİK
RİSKLER

VERGİLER

KÜRESEL
ISINMA

DEĞİŞEN
REGÜLASYONLAR



Belirsizliklerle dolu bir dünya

Tedarik risklerini tek bir kaynağa veya senaryoya göre yönetmek yerine, alternatifli ve esnek bir yapı gerekiyor.

DAYANIKLILIK İÇİN 4 AKSİYON

01

EK GÜVENLİK STOĞU

Kritik girdilerde kesinti riskine karşı tampon kapasite

02

YENİDEN YERELLEŞME

Tedarik ağını daha yakın ve çeşitlendirilmiş kaynaklarla destekleme

03

YENİDEN FORMÜLİZE ETME

Alternatif hammadde ve reçete opsiyonlarıyla çeviklik

04

ESNEK TEDARİK

Alternatif tedarikçi ve rota seçeneklerini hazır tutma

HEDEF | Daha dayanıklı • çevik • sürekliliği yüksek tedarik ağı

BESLER

FİNANSAL SONUÇLAR

SuperFresh

ÜLKER
Bizim

ÜLKER
TEREM

DFU
DONUR FİNCANLIK SEKİLERİ

ONA

USTAK
MARMARIS

LUNA

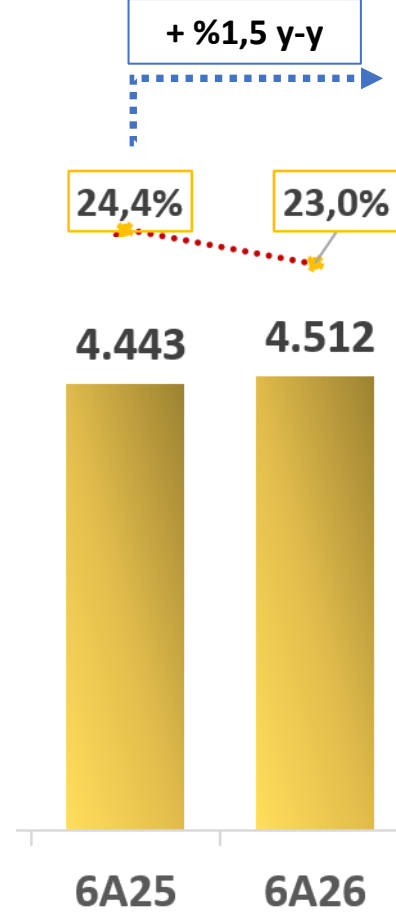
ÜLKER
SürMix



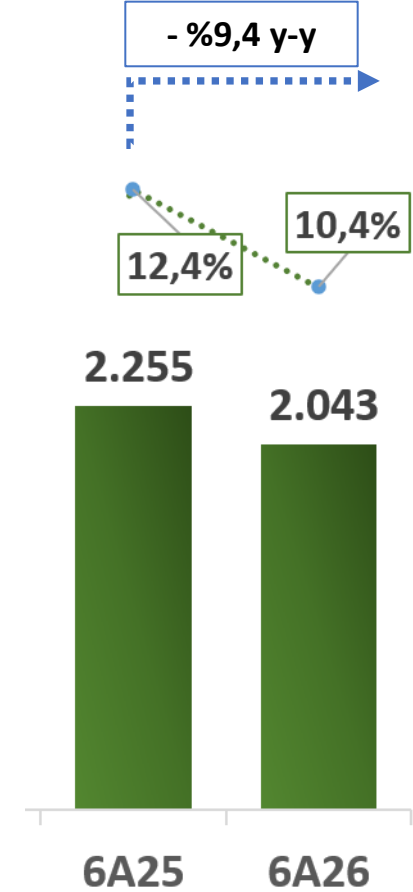
HASILAT



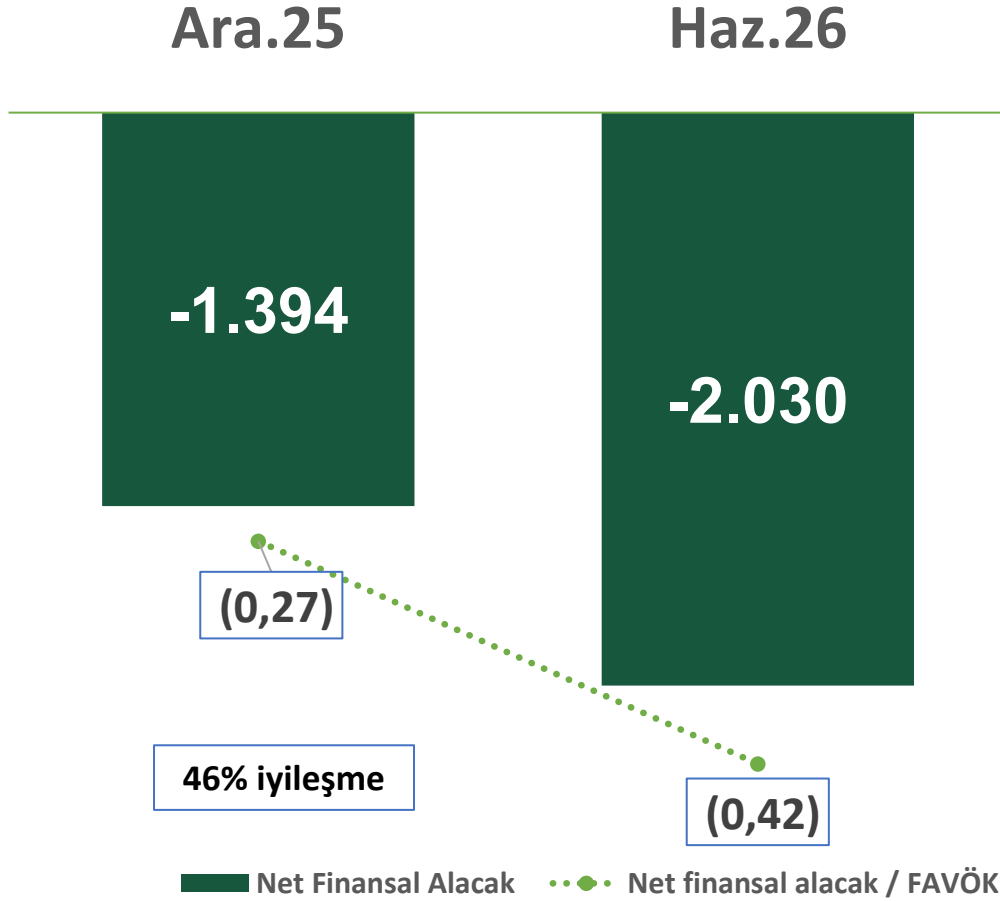
BRÜT KAR



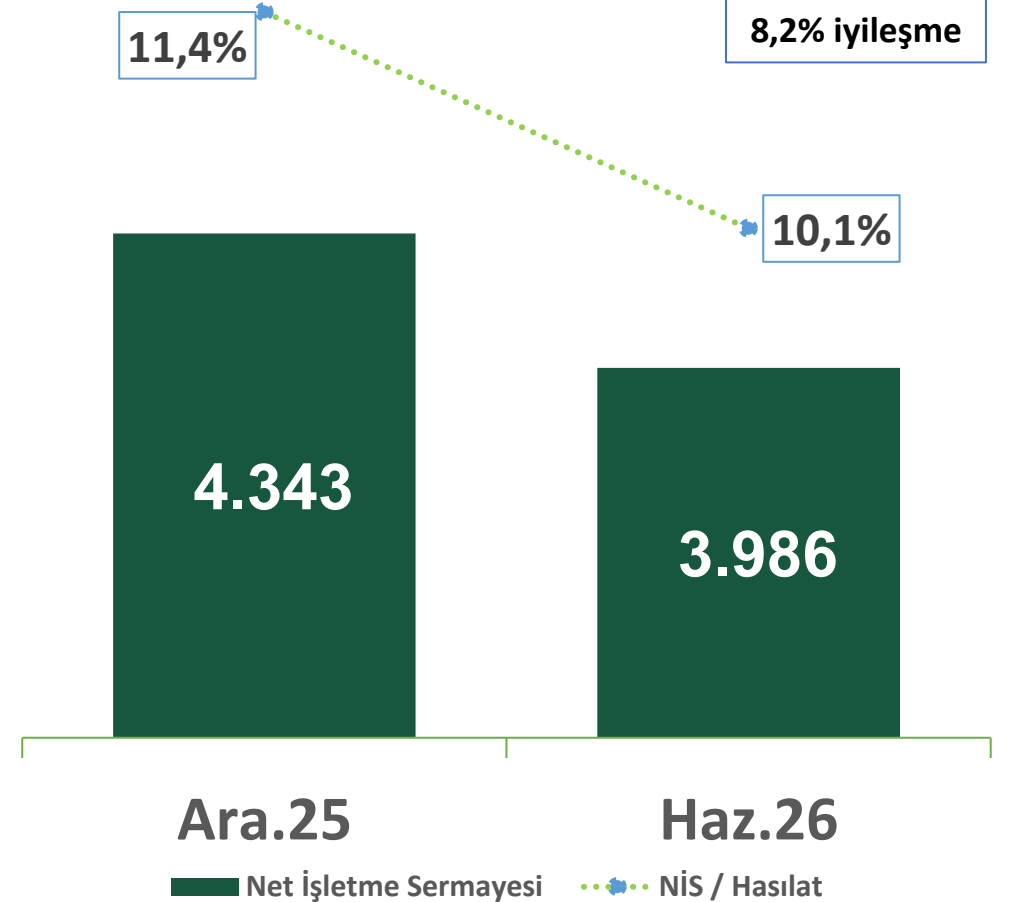
FAVÖK



NET FİNANSAL ALACAK / FAVÖK



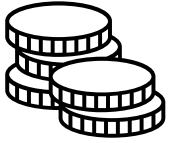
NET İŞLETME SERMAYESİ / HASILAT



* 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.

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



HASILAT BÜYÜMESİ

FAVÖK MARJI

2026 YILI HEDEF

%3 (± %1)

%13,5 (± %1)

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

BESLER

Yatırımcı İlişkileri
yatirimci@besler.com.tr

Borsa İstanbul: BESLR.IS - Bloomberg: BESLR TI

