



BESLER GIDA VE KİMYA SANAYİ VE TİCARET A.Ş. VE BAĞLI ORTAKLIKLARI

**1 OCAK – 30 HAZİRAN 2026 ARA HESAP
DÖNEMİ FAALİYET RAPORU**



ARA DÖNEM FAALİYET RAPORU UYGUNLUĞU HAKKINDA SINIRLI DENETİM RAPORU

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

Görüş

Besler Gıda ve Kimya Sanayi ve Ticaret A.Ş.(“Şirket”) ve bağlı ortaklıklarının (“Grup”) 30 Haziran 2026 tarihi itibarıyla hazırlanan ara dönem özet konsolide faaliyet raporunda yer alan konsolide finansal bilgilerin, sınırlı denetimden geçmiş ara dönem özet konsolide finansal tablolar ile tutarlı olup olmadığının sınırlı denetimini yapmakla görevlendirilmiş bulunuyoruz. Rapor konusu ara dönem Faaliyet Raporu Grup yönetiminin sorumluluğundadır. Sınırlı denetim yapan kuruluş olarak üzerimize düşen sorumluluk, ara dönem faaliyet raporunda yer alan konsolide finansal bilgilerin, sınırlı denetimden geçmiş ve 19 Ağustos 2026 tarihli sınırlı denetim raporuna konu olan ara dönem özet konsolide finansal tablolar ve açıklayıcı notlar ile tutarlı olup olmadığına ilişkin ulaşılan sonucun açıklanmasıdır.

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

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



Diğer Husus

Grup'un 31 Aralık 2025 tarihinde sonra eren hesap dönemine ait konsolide finansal tablolarının bağımsız denetimi ve 30 Haziran 2025 tarihinde sona eren altı aylık ara hesap dönemine ait ara dönem özet konsolide finansal bilgilerinin sınırlı denetimi başka bir bağımsız denetim şirketi tarafından gerçekleştirilmiş olup, 11 Mart 2026 tarihli bağımsız denetçi raporunda ve 15 Ağustos 2025 tarihli bağımsız sınırlı denetim raporunda sırasıyla olumlu görüş ve olumlu sonuç bildirilmiştir.

DRT BAĞIMSIZ DENETİM VE SERBEST MUHASEBECİ MALİ MÜŞAVİRLİK A.Ş.
Member of **DELOITTE TOUCHE TOHMATSU LIMITED**

Gülşen Tiryaki Sönmez, SMMM
Sorumlu Denetçi,

İstanbul, 19 Ağustos 2026

Deloitte; İngiltere mevzuatına göre kurulmuş olan Deloitte Touche Tohmatsu Limited ("DTTL") şirketini, üye firma ağındaki şirketlerden ve ilişkili tüzel kişiliklerden bir veya birden fazlasını ifade etmektedir. DTTL ve üye firmalarının her biri ayrı ve bağımsız birer tüzel kişiliktir. DTTL ("Deloitte Global" olarak da anılmaktadır) müşterilere hizmet sunmamaktadır. Global üye firma ağımla ilgili daha fazla bilgi almak için www.deloitte.com/about adresini ziyaret ediniz.

© 2026. Daha fazla bilgi için Deloitte Türkiye (Deloitte Touche Tohmatsu Limited üye şirketi) ile iletişime geçiniz.

İÇİNDEKİLER

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

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

a. Genel Bilgiler

Raporun İlgili Olduğu Hesap Dönemi:	01.01.2026 – 30.06.2026
Ticaret Ünvanı:	Besler Gıda ve Kimya Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi
Ticari Sicil No:	114597
Ödenmiş/Çıkarılmış Sermaye:	662.000.000 TL
Merkez ve varsa şubelerine ilişkin iletişim bilgileri:	Merkez: Kısıklı Mah. Ferah Cad. No:1/A Üsküdar/İstanbul Bursa Fabrika: Akçalar Mah. Gölyolu Cad. No.46 Nilüfer/Bursa Afyon Fabrika: Emirdağ Organize Sanayi Bölgesi, Kuruca/Emirdağ/Afyonkarahisar Kurtköy Fabrika: Ramazanoğlu Mah., Mahmut Bayram Cd. No:88, 34906 Pendik/İstanbul
İnternet sitesinin adresi:	www.besler.com.tr
Yatırımcı İlişkileri e-posta adresi:	yatirimci@besler.com.tr

Besler Gıda ve Kimya Sanayi ve Ticaret A.Ş. ("Besler" veya "Şirket") ve bağlı ortaklıklarının ("Grup") faaliyet konusu, dondurulmuş, konserve gıda, yağ ve margarin alanlarında üretim yaparak Türkiye'de ve dış pazarlarda bu ürünlerin satış ve pazarlamasını gerçekleştirmektir. Dondurulmuş ürün kategorisinde yer alan ürünler; unlu mamuller, sebze ve meyve ürünleri, patates ve kroket ürünleri, et ürünleri, tatlı ve donuk fırıncılık ürünleridir. Konserve ürün kategorileri; ton balığı konserve ve sebze konserve ve yağ kategorisinde tüketici margarin, endüstriyel yağlar, ev dışı tüketim ve yemeklik yağ ürünleri bulunmaktadır. Şirket, 1977 yılında su ürünleri ihracatı amacı ile kurulmuş, yıllar içinde yaptığı yatırımlarla 1990 yılından itibaren gıda sektörünün önde gelen şirketlerinden birisi olmuştur.

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

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

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

30 Haziran 2026 ve 31 Aralık 2025 tarihleri itibarıyla Şirket'in ortaklık yapısı aşağıdaki gibidir:

	30 Haziran 2026		31 Aralık 2025	
Ortaklığın Unvanı	Pay Oranı (%)	Tutar (TL)	Pay Oranı (%)	Tutar (TL)
Yıldız Holding A.Ş.	60,53	400.675.745	60,53	400.675.745
Murat Ülker	9,98	66.079.898	9,98	66.079.898
Diğer	29,49	195.244.357	29,49	195.244.357
Toplam	100	662.000.000	100	662.000.000

30 Haziran 2026 ve 31 Aralık 2025 tarihi itibarıyla Şirket'in bağlı ortaklıkları ve ortaklık oranları aşağıda gösterilmiştir.

	Doğrudan ve dolaylı etkin sahiplik oranları %	
Bağlı Ortaklıklar	30 Haziran 2026	31 Aralık 2025
Kerpe Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş. (*)	100,00	100,00
Besmar Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş. (*)	100,00	100,00
Donuk Fırıncılık Ürünleri Sanayi ve Ticaret A.Ş. (*)	100,00	100,00
Berk Enerji Üretimi A.Ş. (*)	88,17	88,17
Marsa Yağ Sanayi ve Ticaret A.Ş. (*)	70,00	70,00
Western Foods and Packaging SDN BHD (**)	70,00	70,00

(*) Grup, ilgili şirkette doğrudan pay sahibidir.

(**) Grup, ilgili şirkette dolaylı pay sahibidir.

b. Personel Sayısı

30 Haziran 2026 tarihi itibarıyla Grup'un bünyesinde istihdam edilen personel sayısı taşeron çalışanlar dahil 2.172'dir (31 Aralık 2025: 2.076).

c. Temettü Politikası

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

d. Yatırımlar

Grup, fabrikalarda yeni kurulumlar, kapasite artırımları, üretim hatlarında yapılan değişiklikler, verimlilik artışları, hijyenik koşullar ve depolama süreçlerindeki iyileştirmeleri içeren yeni sermaye yatırımları ile pazardaki güçlü konumunu pekiştirmektedir. Yatırımların ortak amacı, Grup'un piyasadaki lider durumunu pekiştirmek, müşteri memnuniyetini artırmak, ürün kalitesini geliştirmek, etkinlik ve verimliliğe katkıda bulunarak maliyet tabanını daha da rekabetçi hale getirmektir. Grup, 2026 yılı Ocak – Haziran döneminde konsolide olarak 346.013.633 TL'lik yatırım gerçekleştirmiştir. Söz konusu yatırımlar, kapasite, altyapı sürekliliği, verimlilik, kalite sürekliliği, bilgi teknolojileri ve Ar-Ge gibi alanlarda yapılan çalışmaları kapsamaktadır.

II. YÖNETİM KURULU

Bilanço tarihi itibarıyla yönetim kurulu aşağıdaki şekildedir:

Adı Soyadı	Görevi	Görev Süresi
Mehmet TÜTÜNCÜ	Başkan	26.04.2024-26.04.2027
Fahrettin Günalp ERTİK	Başkan Vekili	26.04.2024-26.04.2027
Yahya ÜLKER	Üye	08.05.2025-26.04.2027
Emin Hakan EMİNSOY	Üye	30.04.2026-26.04.2027
Fusun KURAN	Üye (Bağımsız)	26.04.2024-26.04.2027
Esra KIVRAK	Üye (Bağımsız)	26.04.2024-26.04.2027

Yetki Sınırları

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

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

	1 Ocak - 30 Haziran 2026	1 Ocak - 30 Haziran 2025
Ücretler ve diğer faydalar	160.709.349	157.781.838
	160.709.349	157.781.838

III. MERKEZ DIŞI ÖRGÜTLER

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

Dondurulmuş & Konserve İş Birimi

Bursa Fabrikası:

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

Afyon Fabrikası:

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

İstanbul Dudullu Fabrikası (DFU):

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

Yağ ve Mutfak İş Birimi

Adana Fabrikası (Marsa):

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

İstanbul Kurtköy Fabrikası:

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

Brunei Fabrikası (Western Foods):

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

IV. DÖNEM İÇİNDEKİ ÖNEMLİ GELİŞMELER

- Şirketimizin derecelendirme notu kredi derecelendirme kuruluşu JCR Eurasia Rating'in hazırlamış olduğu 26 Ocak 2026 tarihli raporda geçtiğimiz yıla göre korunmuş, uzun vadeli ulusal notu "AA- (tr)", kısa vadeli ulusal notu "J1+ (tr)", görünümüleri ise "Stabil" olarak belirlenmiştir. JCR Eurasia Rating, şirketimizin uzun vadeli, yabancı ve yerel para cinsinden uluslararası notunu ise "BB", görünümelerini ise "Durağan" olarak belirlemiştir.
- Şirketimiz Yönetim Kurulu Üyesi Sayın Şükrü Çin 30 Nisan 2026 tarihi itibarıyla görevinden istifa etmiştir. Sayın Şükrü Çin'in Yönetim Kurulu Üyeliğinin görev süresini tamamlamak ve ilk genel kurulda onaylanmak üzere Sayın Emin Hakan Eminsoy'un Yönetim Kurulu Üyesi olarak atanmasına karar verilmiştir.
- Şirketimizin 2025 yılına ait Olağan Genel Kurul toplantısı 12 Mayıs 2026 tarihinde saat 14:00'te "Kısıklı Mah. Ferah Cad. No:1 B.Çamlıca Üsküdar-İstanbul" adresinde yapılmıştır. 2025 yılı Olağan Genel Kurul Toplantısı kararları, İstanbul Ticaret Sicil Müdürlüğü tarafından tescil edilmiş olup, 15 Mayıs 2026 tarih ve 11584 sayılı Türkiye Ticaret Sicil Gazetesi'nde ilan edilmiştir.
- Şirketimiz, 30 Haziran 2026 tarihinde Avrupa İmar ve Kalkınma Bankası (European Bank for Reconstruction and Development – EBRD) ile 25.000.000 Avro tutarında kredi sözleşmesi imzalamıştır. Söz konusu kredi; ilk 2 yılı anapara geri ödemesiz olmak üzere toplam 7 yıl vadelidir. Kredi tutarının, şirketimizin üretim kapasitesinin artırılması, ürün çeşitliliğinin genişletilmesi, operasyonel verimliliğinin güçlendirilmesi ve büyüme stratejilerinin desteklenmesi amacıyla kullanılması planlanmaktadır. Ayrıca enerji dönüşümü ve modern üretim teknolojilerine yapılacak yatırımların, Şirketimizin sürdürülebilirlik hedeflerine önemli katkı sunması ve ESG (Çevresel, Sosyal ve Yönetişim) performansını güçlendirmesi öngörülmektedir.

V. DÖNEM SONRASI ÖNEMLİ GELİŞMELER

Şirketimizin 17 Şubat 2026 tarihli özel durum açıklamasında Kamuyu Aydınlatma Platformu aracılığıyla duyurmuş olduğu, Afyonkarahisar ili Emirdağ ilçesinde bulunan fabrikamızdaki Güneş Enerjisi Santrali (GES) yatırımının kurulum çalışmaları tamamlanmış olup tesis 2 Temmuz 2026 itibarıyla devreye alınmıştır. Toplam yaklaşık 3.354,39 kWp kurulu güce sahip olan santral ile yenilenebilir enerji kaynaklarından elektrik üretimine başlanmıştır. Söz konusu santralin tam kapasiteyle işletilmesiyle birlikte, fabrikamızın yıllık elektrik tüketiminin yaklaşık %16'sının karşılanması, enerji maliyetlerinin azaltılması ve sürdürülebilirlik hedeflerimize katkı sağlanması beklenmektedir.

VI. İŞLETMENİN FAALİYET GÖSTERDİĞİ SEKTÖR VE BU SEKTÖR İÇERİSİNDEKİ YERİ

Dondurulmuş Gıda ve Konserve Pazarı

Dondurulmuş gıda pazarı, perakende kanalında son 3 yılda FMCG Gıda'nın en çok büyüyen kategorilerinden biri haline gelmiş; 2026 yılının ilk yarısını ciroda %57; tonajda ise %16 büyüme ile kapatmıştır. ⁽¹⁾

1930'lerden bugüne gelişen dondurulmuş gıda pazarı, dünya genelinde ise yıllık yaklaşık 290 milyar ABD doları tutarında bir büyüklüğe sahiptir. Kişi başı tüketim Amerika'da 50 kg iken, Avrupa'da 30 kg seviyesindedir. Türkiye pazarında ise hane başı ortalama tüketim geçen yıla göre +1 kg üstünde artarak 8,6 kg⁽²⁾ olarak gerçekleşmekle birlikte, gelişmiş pazarlarla kıyaslandığında pazarın yüksek büyüme potansiyeli öne çıkmaktadır.

SuperFresh, dondurulmuş gıda kategorisinde %32⁽³⁾ ciro payıyla açık ara sektör lideridir. Perakende, ev dışı tüketim ve ihracat kanallarında 400'ü aşkın SKU'dan oluşan geniş portföyü, inovasyona dayalı ürün geliştirme gücü, yıl boyu kesintisiz devam ederek tüketici ile duygusal bağ kuran iletişim faaliyetleri ve sürdürülebilirlik odaklı marka yaklaşımı sayesinde 2025'te de 2. kez "Türkiye'nin En Sevilen Dondurulmuş Gıda Markası" seçildi. Üstelik araştırma sonuçlarına göre, geçtiğimiz yıla göre +7 puanlık yüksek bir artışla tüketicinin gönlündeki yerini daha da sağlamlaştırdı. ⁽⁴⁾

Yağ Sektörü

FMCG Gıda'da en çok pay kazananlar arasında yer alan yağ pazarı YTD 2026'da, önceki yıla göre ciroda %41 büyüme göstermiştir. Markalaşmaya en açık yağ kategorisi olan margarin kategorisi ise aynı dönemde ciroda %40 büyüme oranına ulaşmıştır. ⁽⁵⁾

Yerli ve global oyuncuların bulunduğu margarin pazarında, %69,6⁽⁶⁾ ciro payı ile açık ara lider konumundayız. Pazarın en yüksek hane penetrasyonuna sahip, hem segmentinde hem de tüketici zihninde lider markalarımız Ülker Bizim Yağ ve Ülker Terem, sektöre yön vermeye devam etmektedir.

Bunun yanı sıra, taktiksel ikincil markalarımız Luna, Sabah, Halk ve Yayla ile kanal ve bölge odaklı stratejiler geliştirerek pazardaki varlığımızı güçlendirmekteyiz.

(1) Nielsen Toplam Türkiye, Dondurulmuş Gıda Pazarı Raporu YTD Haziran 2026

(2) Ipsos, Hane Tüketim Paneli, Dondurulmuş Gıda Pazarı Raporu MAT Haziran 2026 (Son 12 Ay Verisi)

(3) Nielsen YTD Haziran 2026, Ciro Payı, İndirim Marketler Hariç

(4) MediaCat dergisi ve Ipsos iş birliğiyle "Türkiye'nin Lovemark'ları 2025" Araştırması

(5) Nielsen, FMCG Raporu, YTD Haziran 2026

(6) Nielsen, Margarin Raporu İndirim Marketleri Hariç Pazar, YTD Haziran 2026

VII. MAL VE HİZMET ÜRETİMİNE İLİŞKİN FAALİYETLER

Dondurulmuş Gıda ve Konserve İş Birimi

Üretim

Dondurulmuş ve konserve iş birimimiz, Bursa'daki fabrikasında sebze, meyve, ton balığı konserve, unlu mamuller ve pizza, Afyon'daki fabrikasında patates, sebze ve meyve, İstanbul'daki fabrikasında dondurulmuş unlu mamuller üretimi yapmaktadır.

Dondurulmuş ve konserve gıda alanlarında lider markalarımız SuperFresh ve DFU markasıyla faaliyet yürütürken, bu iş kolunda gelişmiş bir üretim altyapısına sahibiz.

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

Soğuk zincir lojistiği sayesinde -18°C'de muhafaza edilen ürünlerimizi, tüketicilere ilk günkü haliyle ulaştırmaktayız. Kalite standartlarını titizlikle takip etmekte ve düzenli raporlamaktayız. Müşteri ilişkileri konusunda kurulmuş organizasyonumuz ile tüketici yorumlarını yakından takip edip, ürünler konusunda memnuniyeti artıracak sürekli gelişim sürecini sağlamaktayız.

Satış ve Dağıtım

57 bayi, bayilerimizin sahip olduğu 190 dağıtım aracı ve kendi sahipliğimizde bulunan 20 bine yakın dondurucu ile 140 binden fazla satış noktasına ulaşan güçlü bir dağıtım ağına sahibiz. Geleneksel ve ev dışı tüketim kanallarında bayiler, modern kanalda ise doğrudan kendi satış organizasyonumuz ile hizmet vermekteyiz. Private Label iş birlikleriyle indirim marketleri ve uluslararası pazarlara da ürün sunmaktayız.

Araştırma ve Geliştirme Çalışmaları

SuperFresh, 2026 yılının ilk 6 ayında, 16 yeni ürün lansmanı gerçekleştirdi. Bu dönemde toplam perakende büyümesinin %17'si yeni ürün lansmanlarından geldi.

Dondurulmuş gıdada öne çıkan lansmanlarımız:

- **Lezzetini meyveden alan yenilikçi tatlı serisi Frulove ailesi:** Çikolata Kaplı Frambuaz, Orman Meyveli Tatlı Topları, Cheesecake Topları, Brownie Topları
- Dondurulmuş gıda pazarının en büyük kategorisi pizzada yeni çeşitler: Evde restoran lezzeti sunan Napoliten Pizza, paylaşımlık büyük boy pizza ailesinin yeni üyesi Sucuklu XL Pizza, ikonik Pizza King lezzetine yeni çeşit Pizza King Sucuklu
- Dondurulmuş gıdanın en hacimli kategorisi patatesten yeni tırtıklı kesim: ZikZak Patates
- Fırında da çıtırlığını koruyan, üçgen şekilli pizza tadında yeni kroket çeşidi: Üçgen Kroket
- İster kızartarak ister haşlayarak hazırlanabilen yeni gurme mantı çeşidi: Üçgen Şekilli Manti
- SuperFresh meyve ailesinin liderliğini pekiştiren yeni çeşitler: Yaban Mersini 300g, Çilek 300g

- Rulo Börek ailesinin yeni çeşidi: Patlıcanlı Rulo Börek
- Konserve Ton Balığında yeni çeşitler: Pazardaki rekabetten farklılaşan büyük boy gramajlı Ayçiçek yağlı Ton Balığı 2x165, Ekonomik Ton ailesinin yeni üyeleri Ayçiçek yağlı Ekonomik Ton Balığı 3x75 ve Ayçiçek yağlı Ekonomik Ton Balığı 3x135

İletişim Çalışmaları:

- Satış noktası olan dolapları iletişimin merkezine alan ana kampanya "Dolapta Ne Var? SuperFresh" devam filmiyle farklı tüketim anlarına ve çeşitli hedef kitlelere odaklandı. Çoklu kare formatında hazırlanan reklam filmiyle, SuperFresh ile evlerdeki buzdolapları arasında bağ kurularak her öğünde akla gelen "Dolapta Ne Var? Ne yemek yiyeceğiz?" sorusunun cevabı "SuperFresh" olarak konumlandırıldı. 360 derece hayata geçirilen kampanya sonucunda, %71 ile son üç yılın en yüksek ilk akla gelen marka skoruna ulaşıldı. Kampanya, aktif saha desteği ve mağaza içi iletişim çalışmalarıyla desteklenerek bütçe hedeflerinin üzerinde ciro ve tonaj satış performansı elde etti (1Ç 2026 – 1Ç 2025).
- Türkiye'nin en çok izlenen televizyon programları ve reyting lideri dizilerinde sebze ürünlerine yönelik ürün entegrasyonları gerçekleştirildi. Ürün yerleştirmeleriyle dondurulmuş gıdanın pratik kullanım ve besin değerini koruyan üretim yaklaşımı öne çıkarılırken, özel sahnelerle entegre edilen alt bant uygulamalarıyla iletişim güçlendirildi. Bu odaklı iletişim stratejisi sonucunda SuperFresh sebze kategorisi, tonaj ve ciro büyümesinde pazarın üzerinde performans gösterdi (1Ç 2026 – 1Ç 2025).
- Ramazan ayında ATV ekranlarında yayınlanan ve 10 bölümden oluşan "SuperFresh ile İftara Ne Pişirsek?" yemek programında, Şef Yağız İzgül ile birlikte SuperFresh'in geniş ürün portföyü kullanılarak bereket ve israfsızlık odağında çorbadan tatlıya uzanan pratik menüler hazırlandı. Program, yayınlandığı dönemde Ramazan temalı yemek programları arasında reyting lideri oldu.
- Dondurulmuş pizza kategorisindeki liderliğini premium segmentte etkili varlıkla yansıtmaya hedefi doğrultusunda SuperFresh Pizza Napoliten lansmanı Mayıs ayında gerçekleştirildi. Restoran lezzetinde, el açması hamurlu Pizza Napoliten; Eataly bünyesindeki Terrazza Italia'da, Executive Şef Claudio Chinali ev sahipliğinde düzenlenen ve 150'den fazla davetlinin katıldığı Napoli temalı lansman etkinliğiyle tanıtıldı. İstanbul özelinde satış noktalarına yönlendirme odaklı açık hava iletişim çalışmaları kapsamında, "Sen onu asıl evde yiyeceksin" söylemiyle evde restoran kalitesinde İtalyan pizza deneyimi tüketicilere sunuldu.
- SuperFresh'in meyve kategorisindeki uzmanlığını tatlı kategorisine taşıyan inovatif alt markası FruLove'ın lansmanı Mayıs ayında gerçekleştirildi. Meyve ve çikolata odağındaki dört farklı ürün çeşidiyle dondurulmuş tatlı kategorisine giriş yapan FruLove, TikTok ve Instagram'da kullanıcıların organik içerikleriyle desteklenerek kısa sürede yüksek görünürlük elde ederek "viral ürün" oldu.

- Gıda alanındaki uzmanlar ve sektör paydaşlarıyla birlikte "Dondurulmuş Gıda İyidir" buluşmaları düzenlendi. PR çalışmaları kapsamında, Besler'in "Döngüsel Bereket" yaklaşımı çerçevesinde sıfır atık politikasıyla yürütülen sebze ve meyve üretim süreçleri kamuoyuyla paylaşılırken, 15 milyonun üzerinde erişim elde edildi. Temmuz ayında ise SuperFresh'in tarladan tabağa uzanan sıfır atık hasat modelini anlatan "Toprağın Bereketi SuperFresh Hasatı ile 365 Gün Sofranızda" iletişimi yazılı ve dijital basında yayınlanarak 6 milyonun üzerinde erişime ulaştı.
- Kadının tarımdaki ve ekonomideki rolünü güçlendirme amacıyla hayata geçirilen Tarımın Kadın Yıldızları platformunun 5. yılı kapsamında hasat dönemi iletişim çalışmaları gerçekleştirildi. Ulusal televizyon kanalları ve gazetelerde geniş yer bulan iletişim faaliyetleri kapsamında hazırlanan reklam filminde sözleşmeli tarım ile çalışılan kadın çiftçiler yer aldı.
- Besler, sektörün önemli organizasyonlarından Uluslararası Ekonomi Zirvesi'nde, Yıldız Holding Gıda Grup Başkanı ve Besler CEO'su Mert Altınkılınç'ın oturum konuşmacısı olarak katılımıyla temsil edildi. Fast Company tarafından açıklanan "En Yenilikçi 50 Şirket" listesinde 4. sırada yer alırken, Forbes Türkiye'nin "Türkiye'nin En İyi İşverenleri" listesine girdi. SuperFresh, MMA SMARTIES Business Impact Index'te Türkiye gıda kategorisinde 7., globalde ise gıda kategorisinde 15. sırada yer aldı. C-Level röportajları ve basın iletişim çalışmalarıyla 2026 yılının ilk yarısında toplam 16 milyon erişim elde edildi.

İhracat

SuperFresh markamızla 2026 yılının ikinci çeyreğinde 4 kıtada 23 ülkeye ihracat gerçekleştirerek uluslararası pazarlardaki konumumuzu güçlendirmeye yönelik çalışmalarımızı sürdürdük. Irak, Kıbrıs, Avrupa Azerbaycan, Gürcistan, ABD, Orta Doğu ve Asya bölgeleri başta olmak üzere, stratejik hedef pazarlarımızda büyümeye ve marka bilinirliğimizi artırmaya devam ediyoruz. Global pazarlardaki varlığımızı sürdürülebilir şekilde genişletirken, tüketicilere kaliteli, güvenilir ve yenilikçi ürünler sunma vizyonumuzu da istikrarlı biçimde ileri taşıyoruz.

2026 yılının ilk yarısında Orta Doğu'nun en prestijli gıda fuarlarından biri olan Gulfood'a ve Asya bölgesinin gıda profesyonellerini bir araya getiren, bölgenin en büyük ve kapsamlı yiyecek, içecek fuarı olan FHA-Food & Beverage Singapur Fuarına katılım sağladık. Küresel gıda ekosisteminin değerli profesyonelleriyle bir araya geldiğimiz bu organizasyonda, SuperFresh'in zengin ürün yelpazesini ve yenilikçi vizyonunu uluslararası iş ortaklarımızla paylaştık. Stratejik bir adım olarak değerlendirdiğimiz bu katılım, mevcut ticari bağlarımızı daha da derinleştirirken, markamızın global ayak izini genişletecek yeni iş birliklerine de güçlü bir zemin hazırlamıştır. Ülkemizin üretim potansiyelini uluslararası arenada temsil eden markamız, sürdürülebilir büyüme stratejisi ve ihracattaki güçlü ivmesiyle global pazarlardaki ayak izini her geçen gün genişletmeye devam etmektedir.

Yağ ve Mutfak İş Birimi

Üretim

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

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

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

Türkiye’de üretilen margarinlerde genellikle palm, ayçiçeği, soya, pamuk, kanola ve türevleri gibi bitkisel yağlar kullanılmaktadır. Doğada bulunan yağların hiçbirisi, sızma zeytinyağı hariç, ham olarak tüketilemez. Çeşitli fiziksel ve kimyasal işlemler uygulanarak yenilebilir hale getirilir. Margarin üretiminin sadece tek bir yolu yoktur; ama süreç oldukça basit içeriklere sahiptir. Önce uygun olan yağ bileşimi belirlenir. Daha sonra bu bileşim, yağsız süt veya süt proteini, gerekli vitaminler ve su ile karıştırılarak istenilen lezzet ve besin değerleri sağlanır.

Satış ve Dağıtım

Yaygın ve güçlü yurt içi ve yurt dışı satış ağıımız ile ürünlerimizi müşterilerimizle ihtiyaç duyulan her an buluşturmayı hedefliyoruz.

- Tüketici ürünleri satışları:

- Geleneksel kanalda Yıldız Holding iştiraki Horizon,
- Modern kanalda ise kendi organizasyon yapıımız tarafından yürütölmektedir.

- İkincil markalarımız Halk, Yayla ve Luna’nın geleneksel kanal satışları kendi organizasyonumuz tarafından gerçekleştirilmektedir.

- Private Label ürünler Yıldız Holding grup şirketlerinden Yeni Teközel tarafından satılmaktadır.

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

İletişim Çalışmaları:

Ülker Bizim Yağ

Paket pazarında en çok haneye giren ve en sadık tüketiciye sahip marka olan Ülker Bizim Yağ, %37,1⁽¹⁾ ciro payı ile liderliğini sürdürmektedir.

Bizim Yağ, uzun bir aradan sonra kategorinin en önemli dönemi Ramazan'da Bizimlesin çatı fikri ile yola çıkarak "Ramazan'da Bizim'lesin" kampanyasını hayata geçirdi. Bu kampanya ile;

- Ocak ayında %26,8 olan tonaj pazar payını Mart ayında **2.9 puan artışla %29.7'**ye çıkarmıştır⁽²⁾.
- Spontan marka bilinirliğinde +6 puan artış olurken; imaj skorlarında en yakın rakibi ile arasındaki fark Bizim Yağ lehine açılmıştır⁽³⁾.
- Ramazan döneminde kuşaktan ayrışan reklam filmiyle TV'de **1500 Brüt Reyting Puanı ile 17M erişim** elde edilmiştir. A101, ŞOK ve Migros ile ortak TV ve online kanal iş birlikleri yapıldı.
- Dijitalde **42M** üzerinde görüntülenme ve **%11 etkileşim** oranı elde edilmiştir.
- Brandlift sonuçlarına göre marka algısında +3 puanlık artış sağlanmıştır.

Kampanya 2026 Ramazan döneminin FMCG'de en beğenilen reklam filmi olmuştur. **Kültürel uygunluk, markayı satın alma etkisi ve farklılaşma** açısından da FMCG reklamları içinde en güçlü performansa sahiptir⁽⁴⁾.

- Açık havada toplam 14 büyük ilde 1410 farklı noktada görünürlük sağlanmıştır. Dijital zaman bazlı iletişim dijital raketlerimizle iftar saatinden önce, sadece QR kod göstererek iftar saatinde yapacağı menü tarif içeriklerine yönlendiren içerik yer alırken, iftar saatinde ise QR görseli yerine yemek görsellerinin ortaya çıktığı kurgu hayata geçirilmiştir.
- Bir ilke imza atarak, Bizim Lokanta ile gerçekleştirilen iş birliği kapsamında Ramazan ayında 4 farklı iftar etkinliği düzenledik ve 1.500 tüketicimizi "Ramazan'da Bizim'lesin" diyerek ağırladık.
- H1'de tüm kanallarda pazar payı kazanarak +170 bin hane penetrasyonu artışı sağladık.

Hamur Bizim İşimiz'in Liderliği:

- Bir içerik platformu olarak başladığımız yolculukta bugün milyonlara ulaşan, Türkiye'nin 1., dünyanın ise 2. en büyük markalı tarif kanalı haline gelirken; Türk hamur işi kültürünü yaşatan güçlü topluluğumuzla yalnızca içerik üretmekle kalmayıp bu birikimi "Hamur Bizim İşimiz" kitabıyla kalıcı bir değere dönüştürdük. "Hamur Bizim İşimiz" kitabımızın dijital lansmanı, iş birlikleri ve organik paylaşımların desteğiyle 300 milyon görüntülenmeye ulaştı. Ayrıca Migros iş birliğiyle kitabımızı tüketicilerimizle buluşturduk.

(1) Nielsen, Margarin Raporu İndirim Marketleri Hariç Pazar, YTD Haziran 2026

(2) Nielsen, Margarin Raporu, Paket Margarin Pazarı, Toplam Türkiye, YTD Haziran 2026

(3) Ipsos, BHT, Haziran 2026

(4) Kantar Marketplace Brand Campaign, Ramazan 2026

Ülker Terem

Kase segmentinde pazar lideri konumunda bulunan Ülker Terem, %63,7⁽¹⁾ ciro payına ulaşarak açık ara lider konumunu güçlendirmiştir. Ülker Terem +650 bin hane kazanarak en çok haneye ulaşan marka olmuştur⁽²⁾.

- “İyi Yemeğin Sırrı” kampanyasıyla Ülker Terem, kategoride halihazırda sahip olduğu marka arzusu liderliğini daha da güçlendirerek son 6 yılın en yüksek seviyesine taşımış ve tüketici nezdindeki güçlü konumunu pekiştirmiştir⁽³⁾.
- Terem kategoride ilk defa müşteri iş birlikleri ile (A101, BİM ve ŞOK) 360 iletişimle TV kampanyası destekli online kanalları güçlü şekilde kullanmıştır.
- Ramazan Dönemindeki 30 Güne 30 Tarif ve İyi Yemeğin Sırrına yönlendirici UGC içerik üreticileri ile 40B takipçi kazanımı ve 50M görüntülenme ile FMCG Gıda’da en yüksek etkileşime sahip marka olmuştur⁽⁴⁾.
- Mart ayında Migros’ta gerçekleştirilen tüketici çekilişi, influencer iletişimlerinin desteğiyle 659 bin erişime ulaşarak geniş kitlelere ulaştı⁽⁵⁾.
- H1 döneminde gerçekleştirilen in&out aktivasyonlarıyla pakette +150 bin hane kazanımı elde edildi.

Ülker Sürmix

- “**Sürmez Miyiz?**” TV reklamı, kuşakta güçlü bir farklılaşma yaratarak 13 milyon erişime ulaştı ve hedef kitlenin %65’ini kapsadı.
- Ramazan döneminde “**Sahurda Sürmez Miyiz?**” ve “**İftarda Sürmez Miyiz?**” konseptleriyle hayata geçirilen influencer iş birlikleri ve UGC içerikleri, marka bilinirliğini güçlendirdi.
- Ülker SürMix, çeşnili sürme peynir pazarını en fazla büyüten marka olarak %26 tonaj payına ulaştı ve kategorinin büyümesine liderlik etti.⁽⁶⁾
- A101 ile hayata geçirilen ortak ürün geliştirmeleriyle Ülker SürMix ürün portföyü genişletildi; geçen yıla göre hane penetrasyonunda +1,9 artış elde edildi.

Ödüller

2026’ya güçlü bir başlangıç yapan Terem, Bizim, SürMix ve Hamur Bizim İşimiz markalarımız; Kristal Elma, Brandverse Awards, Business Honors Awards ve Best of Sales Awards’ta toplam 10 ödüle layık görüldü.

Araştırma ve Geliştirme Çalışmaları-İç Piyasa Ürünleri

Yağ-Mutfak kategorisinde ise öne çıkan lansmanlarımız:

- Ülker Sürmix (Peynirli Hurmalı, Peynirli Fındıklı, Peynirli Domatesli, Peynirli Karamelli)
- Bizim Yağ (%70 yağlı yemeklik kase)

(1) Nielsen, Margarin Raporu İndirim Marketleri Hariç Pazar, YTD Haziran 2026

(2) Ipsos HTP, Margarin Raporu MAT Haziran 2026

(3) BHT, Margarin Raporu, YTD Haziran 2026

(4) Boomsocial Raporu, Haziran 2026.

(5) Migros B2B Haziran 2026

(6) Ipsos HTP, Margarin Raporu YTD Mayıs 2026

Ev Dışı Tüketim

41 yılı aşkın deneyimimizle Ev Dışı Tüketim kanalındaki büyümemizi 2026 yılının ilk yarısında da sürdürdük. Ustam markamızla profesyonel pastacılık sektörüne yönelik ürün ve hizmetlerimizi geliştirmeye devam ederken, pazardaki lider konumumuzu güçlendirdik.

Dönem içinde Ustam markamızın dijital iletişim faaliyetlerini yeniden başlatarak Facebook, Instagram ve YouTube platformlarında profesyonel mutfaklara yönelik tarifler, uygulama önerileri ve teknik içerikler paylaştık. Ayrıca profesyonel mutfakların ihtiyaçlarına yönelik geliştirilen Terem Kızartma Yağı ürünümüzü portföyümüze ekleyerek kullanıcılarımızla buluşturduk.

İhracat

TÜİK verilerine göre bağlı ortaklığımız Marsa, 2026 yılının ilk 6 ayında faaliyet gösterdiği kategorilerde Türkiye ihracatının yaklaşık %50'sini tek başına gerçekleştirerek lider konumunu daha da güçlendirmiştir. Türkiye'nin bu kategorilerdeki ihracatı daralmasına rağmen ihracat tonajını artıran Marsa, sektörün en büyük ihracatçısı olmayı sürdürmüştür.

2026 yılının ilk yarısı itibarıyla beş kıtada 52 ülkeye düzenli ihracat gerçekleştiren şirketimiz, küresel pazarlardaki güçlü konumunu sürdürmüştür. İhracatımızın merkezindeki stratejik hedef pazarlarımız olan Irak, Suriye, Romanya, Gürcistan, Madagaskar, Arnavutluk, Filistin ve Almanya toplam ihracat satışlarımızın %81,3'ünü oluşturmuştur.

Tüketici margarini kategorisinde 30 yılı aşkın süredir faaliyet gösterdiğimiz Irak, Suriye ve Gürcistan'da liderliğimizi sürdürürken, Madagaskar'da da farklı markalarımızla tüketici margarini kategorisindeki güçlü varlığımızı devam ettirdik. Ev dışı tüketim alanında ise pastacılık kategorisinde Arnavutluk'ta, catering kategorisinde Irak'ta pazar liderliğimizi koruduk.

2025 yılında başlattığımız hedef pazarlarda marka iletişimi yatırımlarımızı güçlendirme sürecimizi 2026'nın ilk 6 ayında da devam ettirdik. Bu kapsamda Ona markamızla Gürcistan'da televizyon ve dijital, Irak'ta dijital iletişim çalışmalarımızı sürdürürken, Özbekistan'da iş ortağımızla birlikte yönettiğimiz Ona sosyal medya hesapları aracılığıyla da iletişim faaliyetlerimize devam ettik. Madagaskar'da ise Evin markamızın dijital görünürlüğünü ve tüketici etkileşimini artırmaya yönelik çalışmalarımızı sürdürdük.

VIII. ÜST YÖNETİM

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

Mert Altıncılınç	Yıldız Holding Gıda Grubu Başkanı ve Besler CEO'su	Dondurulmuş Gıda ve Konserve İş Birimi, Yağ ve Mutfak İş Birimi, Donuk Fırıncılık
Gülizar Öcal Doğan	Pazarlama, İletişim ve Sürdürülebilirlik Başkan Yardımcısı	Dondurulmuş Gıda ve Konserve İş Birimi, Yağ ve Mutfak İş Birimi, Donuk Fırıncılık
Özhan Nuri Özeseñli	Satınalma ve Tedarik Zinciri Başkan Yardımcısı	Dondurulmuş Gıda ve Konserve İş Birimi, Yağ ve Mutfak İş Birimi, Donuk Fırıncılık
Ufuk Kasar	Mali İşler ve Bilgi Teknolojileri Başkan Yardımcısı	Dondurulmuş Gıda ve Konserve İş Birimi, Yağ ve Mutfak İş Birimi, Donuk Fırıncılık
Hamide Güven Şen	İnsan Kaynakları Genel Müdürü	Dondurulmuş Gıda ve Konserve İş Birimi, Yağ ve Mutfak İş Birimi, Donuk Fırıncılık Ürünleri
Ali Ertuğrul Yemiş	Satış Genel Müdürü	Yağ ve Mutfak İş Birimi
Utku Ünal	Satış Genel Müdürü	Dondurulmuş Gıda ve Konserve İş Birimi
İlgın Hasırcıoğlu	Dış Ticaret Genel Müdürü	Dondurulmuş Gıda ve Konserve İş Birimi, Yağ ve Mutfak İş Birimi, Donuk Fırıncılık
Murat Uğur Ardahanlı	İşletmeler Genel Müdürü	Dondurulmuş Gıda ve Konserve İş Birimi, Donuk Fırıncılık Ürünleri
Engin Aksoy	İşletmeler Direktörü	Yağ ve Mutfak İş Birimi
Hatice İçeli	Ar-Ge & İş Geliştirme & Kalite Grup Direktörü	Yağ ve Mutfak İş Birimi
Kerem Çetin	Ar-Ge & İş Geliştirme & Kalite Grup Direktörü	Dondurulmuş Gıda ve Konserve İş Birimi, Donuk Fırıncılık Ürünleri
Mehmet Ekiz	Proje ve İş Geliştirme Direktörü	Dondurulmuş Gıda ve Konserve İş Birimi, Yağ ve Mutfak İş Birimi, Donuk Fırıncılık Ürünleri
Uğur Tendik	Satış Direktörü	Yağ ve Mutfak İş Birimi

IX. RİSK YÖNETİM POLİTİKALARI

İç Kontrol

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

Risk Yönetimi

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

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

X. ÖZET KONSOLİDE MALİ TABLOLAR VE HİSSE SENEDİ PERFORMANSI

ÖZET KONSOLİDE BİLANÇO (TL)

	Sınırlı Bağımsız Denetimden Geçmiş Cari Dönem	Bağımsız Denetimden Geçmiş Önceki Dönem
	30 Haziran 2026	31 Aralık 2025
VARLIKLAR		
Dönen Varlıklar	27.976.962.230	29.938.618.654
Duran Varlıklar	17.800.992.948	18.146.086.407
TOPLAM VARLIKLAR	45.777.955.178	48.084.705.061
KAYNAKLAR		
Kısa Vadeli Yükümlülükler	20.992.246.207	22.350.014.382
Uzun Vadeli Yükümlülükler	3.828.759.441	5.133.869.012
Toplam Özkaynaklar	20.956.949.530	20.600.821.667
TOPLAM KAYNAKLAR	45.777.955.178	48.084.705.061

ÖZET KONSOLİDE GELİR TABLOSU (TL)

	Sınırlı Bağımsız Denetimden Geçmiş Cari Dönem	Sınırlı Bağımsız Denetimden Geçmiş Önceki Dönem
	1 Ocak – 30 Haziran 2026	1 Ocak – 30 Haziran 2025
Hasılat	19.599.562.258	18.219.916.828
Brüt kar	4.511.671.372	4.443.481.455
Brüt kâr marjı	%23,02	%24,39
Faaliyet karı (*)	1.504.588.545	1.757.804.908
Faaliyet kâr marjı	%7,68	%9,65
FAVÖK	2.043.202.075	2.254.994.264
FAVÖK marjı	%10,42	%12,38

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

Hisse Senedi Performansı

Borsa İstanbul'da BESLR kodu ile işlem gören hisse senetlerinin 30 Haziran 2026 tarihli kapanış fiyatı 13,83 TL olmuştur. Hisse senetleri BIST GIDA, İÇECEK / BIST TÜM / BIST 500 / BIST BURSA / BIST YILDIZ / BIST SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK / BIST SINAİ / BIST TÜM-100 endekslerine dahildir.

XI. ESAS SÖZLEŞME DEĞİŞİKLİKLERİ

Bulunmamaktadır.