



14 Ağustos 2025

AG Anadolu Grubu Holding 1Y25 Bilgilendirme Notu

1Y25 Finansal Performans*

Toplam satışlar:	FAVÖK:	Konsolide net kâr:	Ana ortaklık net kâr:
%2,7 artışla 312,1 milyar TL	%6,2 azalışla 26,7 milyar TL	%41,9 azalışla 10,0 milyar TL	%78,8 azalışla 1,0 milyar TL
Enf. Muh. uygulanmamış Toplam satışlar: %40,5 artışla 301,7 milyar TL	Enf. Muh. uygulanmamış FAVÖK: %9,5 artışla 33,1 milyar TL	Enf. Muh. uygulanmamış kons. net kâr: %300,6 artışla 36,3 milyar TL	Enf. Muh. uygulanmamış net kâr: %158,6 artışla 5,7 milyar TL

* Tablodaki rakamlar proforma bazda kıyaslamadır. Ayrıca, bu rapordaki tüm rakamlar ve tablolar IFRS16 etkisi ve TMS 29 uygulanarak gösterilmiştir. Raporun son sayfasında TMS 29 etkisi hariç rakamlar da gösterilmiştir.

İcra Başkanı Burak Başarır'ın Değerlendirmesi

2025'in ilk yarısında, Anadolu Grubu; jeopolitik gerginliklere, makroekonomik zorluklara ve bazı pazarlarda zayıf seyreden tüketici güvenine rağmen güçlü bir büyüme elde etti. TMS 29 etkisi hariç tutulduğunda, satış gelirlerimiz %40,5 arttı ve FAVÖK'ümüz %9,5 yükseldi. Bu sonuçlar, çeşitlendirilmiş portföyümüzün gücünü, operasyonel çevikliğimizi ve disiplinli icra kabiliyetimizi yansıtmaktadır.

Meşrubat segmenti, Orta Asya'da -özellikle Özbekistan ve Kazakistan'da- yakalanan güçlü ivmeyle kârlı büyüme sağladı ve bu performans, Türkiye ve Pakistan'daki daha zayıf talebi dengeledi. Bira operasyonumuzda satış hacmi, Türkiye ve BDT pazarlarının öncülüğünde, ikinci çeyrekte %5,3 arttı; BDT pazarlarında FAVÖK marjları, premium ürün odağı ve maliyet disiplini sayesinde %30'un üzerine çıktı. Migros, pazar payını artırmaya devam etti ve FAVÖK'ünü %63,3 yükseltti; bu başarıda toplam gelirlerin %20'sinden fazlasını oluşturan online satışlar ve devam eden mağaza açılışları etkili oldu. Otomotiv segmentinde, Çelik Motor'un pazar payı kazanımları, Anadolu Isuzu'daki geçici GSR kaynaklı olumsuzluğu kısmen telafi etti; Özbekistan'daki SamAuto'nun satın alınması için başlattığımız süreç devam etmekte olup, sürecin tamamlanmasıyla bölgesel varlığımızı güçlendirecek bir adım olacağını değerlendiriyoruz. Tarım, Enerji ve Sanayi segmentinde ise karışık sonuçlar elde edildi; Etap Tarım ve uygun enerji fiyatlarının etkisiyle GUE'de güçlü büyüme görülürken, Adel'deki daha zayıf talep segmentin genel performansını sınırladı.

Vizyon 2035 hedeflerimiz doğrultusunda yatırımlarımızı sürdürüyoruz: Irak ve Azerbaycan'da yeni meşrubat üretim hatları, Migros'ta hız kazanan dijital dönüşüm çalışmaları ve Anadolu Isuzu için coğrafi genişleme fırsatı başta olmak üzere devam ettirdiğimiz yatırımlar, iş hacmini, verimliliği ve sürdürülebilirliği artırmaktadır.

Makroekonomik dalgalanmaların devam etmesi nedeniyle temkinli duruşumuzu korumakla birlikte, güçlü yönetim modelimiz, finansal disiplinimiz ve coğrafi çeşitliliğimiz sayesinde kaliteli büyüme ve güçlü nakit akışı yaratma kapasitemize güveniyoruz. 2025 yılı öngörülerimizle birlikte sürdürülebilir ve uzun vadeli değer yaratma hedefimizi koruyoruz.



Finansal ve Operasyonel Sonuçlar

2025 yılının ikinci çeyreğinde; satış gelirlerimiz konsolide bazda senelik %3,3 artarken FAVÖK'ümüz ise %13,1 azalmıştır. Holding konsolide ana ortaklık net kârımız ise ikinci çeyrekte 428 milyon TL olmuştur. İlk 6 ayda ise %2,7 gelir büyümesi elde ederken, FAVÖK daralması %6,2 seviyesinde gerçekleşmiş, ana ortaklık net kârımız ise 1,0 milyar TL olmuştur.

TMS 29'un (enflasyon muhasebesi) etkisi hariç tutulduğunda ise satış gelirlerimizi %40,5, FAVÖK'ümüzü ise %9,5 artırdık. Konsolide net kârımız 36,3 milyar TL olarak gerçekleşirken, ana ortaklık net kârımız ise 5,7 milyar TL oldu.

Ana İş Kollarımızın Performans Değerlendirmesi

Meşrubat Grubu: İlk çeyrekte önemli bir hacim ivmesini yeniden yarattıktan sonra, ikinci çeyrek daha dengeli bir hacim büyümesi ve değer yaratımı elde ettiğimiz bir dönem oldu. Daha kârlı satış hacmine odaklanarak büyümemizi devam ettirirken, karlılıkta önemli bir ilerleme sağladık. Çeşitlendirilmiş ülke portföyümüzün de katkısıyla konsolide bazda ikinci çeyrekte orta-tek haneli hacim büyümesi elde etmeyi başardık. Bu performans, sürdürülebilir hacim büyümesi ve kalıcı değer yaratma konusundaki kararlılığımızı sürdürürken, pazarlarımızdaki dalgalanmalara uyum sağlama ve bunlarla başa çıkma becerimizi bir kez daha yansıttı. Yılın geri kalanı için ciro büyümesinin hız kazanmasıyla birlikte maliyet tabanımızın dengelenmesini bekliyor ve sene başında paylaştığımız 2025 yılı öngörülerimizi aynı şekilde koruyoruz.

Bira Grubu: Tüm bira operasyonlarımızın katkısıyla yılın ikinci çeyreğinde %5,3'lük hacim artışıyla güçlü bir hacim performansı kaydedilmiştir. Tüm zorluklara rağmen, geniş coğrafi yayılımımız, güçlü marka değerimiz ve çevik iş modelimiz olumlu sonuçlar elde etmemizi sağlamıştır. Yılın ikinci yarısında, portföy optimizasyonu ve lokalizasyon odaklı büyüme girişimlerinden, kârlılığı güçlendirmeye ve sürdürülebilir nakit akışı sağlamaya kadar her bir ana pazarımızda net bir şekilde tanımlanmış öncelikler doğrultusunda hareket etmeye devam edeceğiz.

Migros Grubu: Perakende operasyonumuz, ikinci çeyrekte zorlu tüketim ortamına ve geçen senenin güçlü bazına rağmen, gelir büyümesini ve pazar payı kazanımlarını sürdürmüştür. Artan işgücü maliyetlerine rağmen yılın ilk yarısında kârlılık makul bir düzeyde gerçekleşmiştir. Geçtiğimiz yıl olduğu gibi, işgücü maliyetlerindeki artışın etkisinin yılın ikinci yarısında azalma eğilimine girmesini öngörmekteyiz. 2025 yılına ilişkin daha önce paylaştığımız beklentilerimiz geçerliliğini korumaktadır.

Otomotiv Grubu Çelik Motor binek araç segmentinde pazar payını artırarak güçlü gelir büyümesi elde etmiştir. Anadolu ISUZU, yeni Araç Genel Güvenlik Yönetmeliği (GSR) uyum sürecinden etkilenen modellerin pazara sunulmasında gecikme yaşanması nedeniyle geçici olarak satış adetlerinde gerileme yaşamıştır. Ayrıca, Türk Lirası'nın güçlü seyri ihracat satışları üzerinde olumsuz etki yaratmaktadır. Otomotiv grubu genelinde, sektördeki mevcut yüksek rekabet ortamının kârlılığımıza olan etkilerini gözlemlemekteyiz.

Faaliyet gösterdiğimiz pazarların uzun vadeli büyüme potansiyelini desteklemek için yatırım gündemimizi istikrarlı bir şekilde ilerletiyoruz. Meşrubat segmentinde bu sene Azerbaycan ve Irak'ta ilave yeni tesislerde üretime başladık. Migros'ta mağazalardaki self-servis kasa ve elektronik fiyat etiketlerine yönelik yatırımlarımız bu yıl yoğunlaştı. Ayrıca, güneş enerjisi yatırımlarımız 2025 yılının ilk yarısında daha da hız kazandı. Pazardaki talepten önce üretim kapasitemizi artırmaya yönelik proaktif yaklaşımımız sürüyor ve maliyet tabanını kontrol etmemize yardımcı olacak yatırımlarımız aynı şekilde devam etmektedir. Bu yatırım hamleleri geleceğe olan güvenimizi ve farklı coğrafyalardaki tüketicilerin değişen ihtiyaçlarını karşılamaya olan bağlılığımızı yansıtmaktadır.

Operasyonel performans, sağlam bilanço yapısı, proaktif risk ve işletme sermayesi yönetimi, pozitif serbest nakit akımı yaratılması, atıl varlıkların değerlendirilmesi ve döviz açık pozisyonlarının azaltılması ana önceliklerimiz olmaya devam etmektedir. Ancak zorlu makroekonomik koşullar ve uzun vadeli büyüme potansiyelini desteklemek ve maliyetlerimizi kontrol etmek için yapmakta olduğumuz yatırımların da sonucunda konsolide Net Borç/FAVÖK rasyomuz, geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre bir miktar artarak 1,5x olmuştur.

2025 Görünümü ve Önceliklerimiz

Faaliyet gösterdiğimiz pazarlarda süregelen dalgalanma ve belirsizliklerin yanı sıra tüketici güvenindeki zayıflığın da devam etmesi nedeniyle yılın geri kalanı için temkinli bakış açımızı koruyoruz. Bununla birlikte, uzun vadede sürdürülebilir değer yaratmak için kaydettiğimiz ilerlemeye güveniyoruz ve sene başında paylaştığımız grup şirketlerimize ait 2025 yılı öngörülerimizi aynı şekilde koruyoruz.

Haziran ayında Londra'da düzenlediğimiz, ilk Yatırımcı Günü etkinliğinde uzun vadeli yol haritamızı ve hedeflerimizi, tüm şirketlerimizin katkısıyla oluşturduğumuz "Vizyon 2035" planımız kapsamında yatırım camiasıyla paylaştık. Yatırımcı Günü'nde Anadolu Grubu'nun, 20 ülkede faaliyet gösteren, 1 milyardan fazla tüketiciye ulaşan, tüketici odaklı küresel bir yapıya dönüşüm hikayesini aktardık.

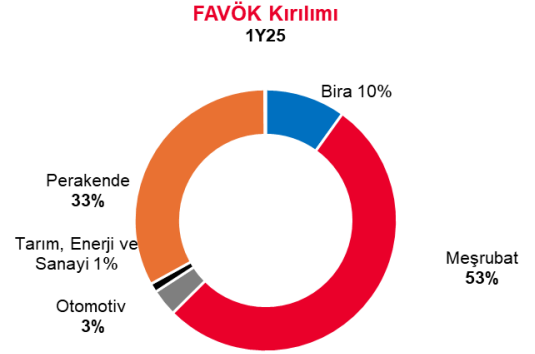
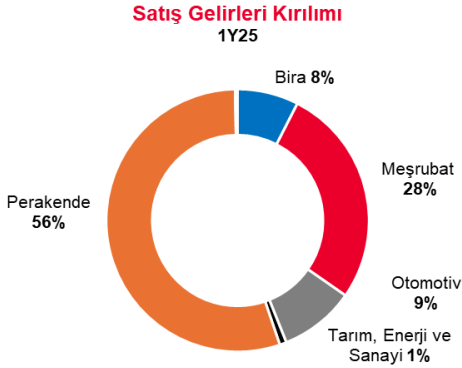
Ayrıca, Grubun dayanıklılığını ve çevikliğini artırmaya, disiplinli portföy ve finansal yönetimini sağlamaya, nitelikli büyümenin hızlandırılmasına ve tüm paydaşlar için sürdürülebilir değer üretmeye yönelik stratejilerimizi detaylandırdık.

Güçlü bir yönetim modeli ve çeşitlendirilmiş gelir kaynaklarıyla Anadolu Grubu olarak, küresel belirsizliklere rağmen, stratejik büyüme hedeflerimize, Vizyon 2035 kapsamında emin adımlarla ilerliyoruz.

Konsolide Finansal Performans

Konsolide (mn TL)	Proforma	Raporlanan	Değişim	Proforma	Raporlanan	Değişim
	2Ç24	2Ç25		1Y24	1Y25	
Satış Gelirleri	164.056	169.434	3,3%	304.050	312.115	2,7%
Brüt Kâr	48.578	48.295	-0,6%	82.890	84.535	2,0%
FAVÖK	20.945	18.205	-13,1%	28.517	26.740	-6,2%
Net Kâr	9.547	5.628	-41,1%	17.173	9.977	-41,9%
Net Kâr (ana ortaklık)	2.314	428	-81,5%	4.923	1.043	-78,8%
Net Kâr (ana ortaklık - tek seferlik etkiler hariç)	2.314	428	-81,5%	4.923	338	-93,1%
Brüt kâr marjı	29,6%	28,5%		27,3%	27,1%	
FAVÖK marjı	12,8%	10,7%		9,4%	8,6%	
Net kâr marjı (ana ortaklık - tek seferlik etkiler hariç)	1,4%	0,3%		1,6%	0,3%	

AG Anadolu Grubu Holding ("Anadolu Grubu") konsolide satışları 2025 yılının ilk yarısında bir önceki yılın aynı dönemine göre %2,7 artışla 312,1 milyar TL seviyesinde gerçekleşmiştir. TMS 29'un etkisi hariç bakıldığında, Holding konsolide satış gelirleri yıllık %40,5 artarak 301,7 milyar TL olmuştur. Başlıca operasyonlarımızda, Perakende ve Otomotiv segmentlerinin satış gelirleri sırasıyla yıllık %7,0 ve %7,9 artarken; Bira, Meşrubat, Tarım, Enerji ve Sanayi segmentlerinin satış gelirleri ise sırasıyla %4,3, %3,2, ve %4,2 daralmıştır. TMS 29 etkisi hariç tutulduğunda Bira, Meşrubat, Perakende ve Otomotiv segmenti satış gelirleri sırasıyla %30,3, %31,8, %47,1 ve %49,5 büyümüştür.



*Segment toplamaları eliminasyon sebebiyle %100'den farklı olabilmektedir.

Yurt Dışı Satış Gelirleri Payı



Yurt Dışı FAVÖK Payı



Son çeyreklere paralel olarak, perakende segmentinin yüksek büyüme performansı ve TL'nin göreceli olarak güçlü seyri neticesinde yurt dışı satış gelirlerinin payı bir miktar gerilemeyle %19,7 olarak gerçekleşmiştir. Yurt dışı operasyonların FAVÖK payı özellikle güçlü Orta Asya performansı ile geçtiğimiz yılın aynı dönemine benzer seviye olan %45,1 olmuştur.



2025 ilk yarısında konsolide FAVÖK %6,2 daralmayla 26,7 milyar TL'ye gerilemiştir. Migros'un kârlılığındaki yıllık bazlı iyileşme öne çıkan olumlu faktör olurken; bira ve meşrubat segmentinde faaliyet gösterdiğimiz bazı ülkelerdeki tüketicilerin satın alma gücündeki gerileme konsolide kârlılığımızı olumsuz etkilemiştir. TMS 29'un etkisi hariç bakıldığında, Holding konsolide FAVÖK'ü 1Y25'de geçen yıla göre %9,5 artışla 33,1 milyar TL olarak gerçekleşmiştir. Toplam FAVÖK içerisinde Bira, Meşrubat ve Migros'un payları sırasıyla %10, %53 ve %33 olarak gerçekleşirken, Otomotiv, Tarım, Enerji ve Sanayi ve Diğer segmentlerinin toplam FAVÖK içerisindeki payı ise %4'dür.

Ana ortaklık dönem net kârı 2025 yılının ilk yarısında 1,0 milyar TL olmuştur. TMS 29'un etkisi hariç bakıldığında ise ana ortaklık net dönem kârı 5,7 milyar TL olarak gerçekleşmiştir. Net dönem kârındaki düşüşün temel nedenleri daha düşük FAVÖK yaratımı, azalan parasal kazanç rakamı, artan finansman maliyetleri ve özkaynak yöntemiyle muhasebeleştirilen iş ortaklıklarımızın finansal performansıdır. Rusya bira operasyonlarına yapılan ilk yatırımdan bu yana Rus Rublesi'nin Türk Lirası karşısında değer kazanmasıyla oluşan ve daha önce özkaynaklarda kaydedilen Kur Çevrim Farkı Düzeltmesi, bu operasyonun konsolidasyon dışında tutulmaya başlanması nedeniyle yılın ilk çeyreğinde Gelir Tablosu'na yeniden sınıflandırılmıştır. Bu nedenle, yatırım faaliyetlerinden gelirler kaleminde gerçekleşen artış net kâr rakamını tek seferlik olumlu etkilemiştir. Bu etki hariç tutulduğunda 2025 yılının ilk yarısında 338 milyon TL ana ortaklık dönem kârı kaydedilmiştir.

Serbest nakit akışı yaratımı, yerel para biriminde finansman ve döviz risklerini azaltmak için türev ürünlerin stratejik kullanımı odağımızı korumakta; grup genelinde açık döviz pozisyonunu düşürmeyi önceliklendirmekteyiz.

Konsolide net borç/FAVÖK rasyomuz 2025 yılının ikinci çeyreği itibarıyla 1,5x seviyesinde olup proforma 2024 yılı ikinci çeyrek sonunda proforma bazda 1,4x ve 2024 yıl sonunda 1,1x seviyesinde olan kaldıraç oranımıza kıyasla bir miktar artış gözlenmektedir. Devam eden yatırımlar, mevsimsel etkiler ve makro ekonomik koşullarda süregelen zorluklar borçluluktaki hafif artışın temel nedenidir.

Migros, 1Ç25'de tek seferlik etkiler nedeniyle negatif serbest nakit akımı yarattıktan sonra yılın ikinci çeyreğinde pozitif nakit akımı elde etmiştir. Bununla birlikte TFRS-16 uygulaması kapsamında artan kira yükümlülüğü tutarı nedeniyle net borç pozisyonu devam etmekte olup, net borç/FAVÖK rasyosu 0,2x seviyesindedir. Rusya operasyonlarının tam konsolidasyon dışında tutulduğu Bira segmenti net borç/FAVÖK rasyosu 3,8x olarak gerçekleşmiştir. Meşrubat segmenti borç rasyosu 1,4x seviyesindeyken, Otomotiv segmenti net borç/FAVÖK rasyosu tekne yatırımına devam eden Anadolu Motor hariç 6,6x olarak gerçekleşmiştir. Son olarak, Tarım, Enerji ve Sanayi segmentinde net borç/FAVÖK rasyosu 8,0x seviyesindedir. Yılın ilk yarısında, mevsimselliğin de etkisiyle işletme sermayesi ihtiyacının yüksek seyretmesi segment borçluluğunu artırmıştır. Önümüzde dönemde işletme sermayesinin normalleşmesiyle birlikte segmentin net borç/FAVÖK oranında düşüş beklenmektedir.

2025 ikinci çeyreğinin sonu itibarıyla, Anadolu Grubu konsolide borcun %46'sı kısa vadeli, %54'ü uzun vadeli olarak sınıflandırılmaktadır. Holding konsolide borcun ortalama vadesi 26 aya'dır. (2024: 32 ay, 2023 29 ay, 2022 40 ay)

Anadolu Isuzu, Özbekistan'da üretim yapan JV SamAuto LLC'nin %75,2 hissesini satın almak için Özbekistan Cumhuriyeti Devlet Varlık Yönetim Ajansı ile gerekli çalışmaları yürütmektedir. Sürecin tamamlanmasıyla birlikte otomotiv segmentimizde uluslararası operasyonlarımızı genişletmeyi ve iş hacmimizi çok daha yüksek bir noktaya taşımayı planlıyoruz. Anadolu Grubu Holding olarak, paydaşlarımıza değer katacak organik ve inorganik büyüme fırsatlarını proaktif bir şekilde ele almaya devam edeceğiz.

Faaliyet gösterdiğimiz pek çok ülke ve sektörde devam eden zorlu koşullara rağmen kaliteli büyüme odağımızı sürdürerek güçlü ve istikrarlı sonuçla elde etmeye devam ediyoruz. Önümüzdeki dönemde, disiplinli maliyet ve bilanço yönetimi, nakit yaratımı, etkin risk yönetimi ve operasyonel mükemmeliyet öncelikli başlıklarımız olmaya devam edecektir.

Özet Finansal Sonuçlar

TMS 29 (Yüksek Enflasyonlu Ekonomilerde Finansal Raporlama) uygulanmıştır

	Proforma	Raporlanan		Proforma	Raporlanan	
Bira (mn TL)	2Ç24	2Ç25	Değişim	1Y24	1Y25	Değişim
Satış Hacmi (mhl)	3,9	4,1	5,3%	6,2	6,4	3,1%
Satış Gelirleri	15.823	15.626	-1,2%	25.028	23.949	-4,3%
Brüt Kâr	7.902	7.674	-2,9%	11.262	11.032	-2,0%
FAVÖK (BMKÖ)	3.793	3.235	-14,7%	3.169	2.720	-14,2%
Net kâr (ana ortaklık)	2.915	3.072	5,4%	4.361	4.074	-6,6%
Brüt kâr marjı	49,9%	49,1%		45,0%	46,1%	
FAVÖK marjı	24,0%	20,7%		12,7%	11,4%	
Net kâr marjı (ana ort.)	18,4%	19,7%		17,4%	17,0%	
Meşrubat (mn TL)	2Ç24	2Ç25	Değişim	1Y24	1Y25	Değişim
Satış Hacmi (mn Ünite Kasa)	451	473	4,7%	793	860	8,5%
Satış Gelirleri	49.428	48.142	-2,6%	89.293	86.472	-3,2%
Brüt Kâr	18.857	17.046	-9,6%	32.106	28.705	-10,6%
FAVÖK	11.234	9.137	-18,7%	17.769	14.094	-20,7%
FAVÖK (Diğer gelir/gider hariç)	10.950	9.066	-17,2%	17.534	13.784	-21,4%
Net kâr (ana ortaklık)	7.304	5.051	-30,8%	11.280	6.403	-43,2%
Brüt kâr marjı	38,2%	35,4%		36,0%	33,2%	
FAVÖK marjı	22,7%	19,0%		19,9%	16,3%	
Net kâr marjı (ana ort.)	14,8%	10,5%		12,6%	7,4%	
Perakende (mn TL)	2Ç24	2Ç25	Değişim	1Y24	1Y25	Değişim
Satış Gelirleri	86.771	91.696	5,7%	163.434	174.844	7,0%
Brüt Kâr	19.876	21.877	10,1%	35.385	42.036	18,8%
FAVÖK	4.535	4.996	10,1%	5.452	8.904	63,3%
Net kâr (ana ortaklık)	816	281	-65,6%	2.634	1.321	-49,8%
Brüt kâr marjı	22,9%	23,9%		21,7%	24,0%	
FAVÖK marjı	5,2%	5,4%		3,3%	5,1%	
Net kâr marjı (ana ort.)	0,9%	0,3%		1,6%	0,8%	
Otomotiv (mn TL)	2Ç24	2Ç25	Değişim	1Y24	1Y25	Değişim
Satış Gelirleri	12.603	15.419	22,4%	27.364	29.529	7,9%
Brüt Kâr	1.515	1.401	-7,6%	3.230	2.520	-22,0%
FAVÖK	848	523	-38,3%	1.426	899	-37,0%
Net kâr (ana ortaklık)	190	-249	a.d.	695	257	-63,0%
Brüt kâr marjı	12,0%	9,1%		11,8%	8,5%	
FAVÖK marjı	6,7%	3,4%		5,2%	3,0%	
Net kâr marjı (ana ort.)	1,5%	-1,6%		2,5%	0,9%	
Tarım, Enerji ve Sanayi (mn TL)	2Ç24	2Ç25	Değişim	1Y24	1Y25	Değişim
Satış Gelirleri	1.476	1.839	24,6%	2.793	2.675	-4,2%
Brüt Kâr	464	555	19,7%	1.027	702	-31,6%
FAVÖK	313	415	32,5%	579	300	-48,1%
Net kâr (ana ortaklık)	-145	297	a.d.	213	359	68,8%
Brüt kâr marjı	31,4%	30,2%		36,8%	26,3%	
FAVÖK marjı	21,2%	22,6%		20,7%	11,2%	
Net kâr marjı (ana ort.)	-9,9%	16,1%		7,6%	13,4%	
Diğer (mn TL)	2Ç24	2Ç25	Değişim	1Y24	1Y25	Değişim
Satış Gelirleri	313	462	47,4%	721	946	31,2%
Brüt Kâr	371	408	9,9%	749	848	13,2%
FAVÖK	-56	-50	10,8%	-38	-35	9,1%
Net kâr (ana ortaklık)	-649	-1.355	-108,9%	-695	-2.373	-241,6%
Brüt kâr marjı	118,5%	88,4%		103,9%	89,7%	
FAVÖK marjı	-17,8%	-10,8%		-5,3%	-3,7%	
Net kâr marjı (ana ort.)	-206,9%	-293,4%		-96,3%	-250,9%	
Konsolide (mn TL)	Proforma	Raporlanan				
	2Ç24	2Ç25	Değişim	1Y24	1Y25	Değişim
Satış Gelirleri	164.056	169.434	3,3%	304.050	312.115	2,7%
Brüt Kâr	48.578	48.295	-0,6%	82.890	84.535	2,0%
FAVÖK	20.945	18.205	-13,1%	28.517	26.740	-6,2%
Net Kâr	9.547	5.628	-41,1%	17.173	9.977	-41,9%
Net Kâr (ana ortaklık)	2.314	428	-81,5%	4.923	1.043	-78,8%
Net Kâr (ana ortaklık - tek seferlik etkiler hariç)	2.314	428	-81,5%	4.923	338	-93,1%
Brüt kâr marjı	29,6%	28,5%		27,3%	27,1%	
FAVÖK marjı	12,8%	10,7%		9,4%	8,6%	
Net kâr marjı (ana ortaklık - tek seferlik etkiler hariç)	1,4%	0,3%		1,6%	0,3%	



Segmentler Bazında Borçluluk

TMS 29 (Yüksek Enflasyonlu Ekonomilerde Finansal Raporlama) uygulanmıştır

1Y25 sonu itibarıyla (milyon TL)	Toplam Borç	Nakit ve Benzeri Değerler	Net Borç	Net Borç/FAVÖK
Bira	42.222	15.291	26.931	3,8
Meşrubat	58.074	22.789	35.285	1,4
Perakende	27.553	22.178	5.374	0,2
Otomotiv	12.316	3.081	9.235	9,8
Tarım, Enerji ve Sanayi	5.586	700	4.886	8,0
Diğer (Holding dahil)	3.617	1.504	2.113	a.d.
Holding borç	3.616	1.082	2.534	a.d.
Konsolide	149.216	65.544	83.672	1,5
Konsolide (Euro mn)	3.202	1.406	1.795	1,5

Proforma 2024 Yıl sonu itibarıyla (milyon TL)	Toplam Borç	Nakit ve Benzeri Değerler	Net Borç	Net Borç/FAVÖK
Bira	33.479	8.633	24.846	3,1
Meşrubat	57.339	27.243	30.096	1,0
Perakende	24.613	26.305	-1.692	-0,1
Otomotiv	10.632	6.285	4.347	2,7
Tarım, Enerji ve Sanayi	5.174	1.747	3.427	3,9
Diğer (Holding dahil)	4.360	2.064	2.296	a.d.
Holding borç	4.358	1.693	2.665	a.d.
Konsolide	135.429	72.277	63.152	1,1
Konsolide (Euro mn)	2.906	1.551	1.355	1,1

Raporlanan 2024 Yıl sonu itibarıyla (milyon TL)	Toplam Borç	Nakit ve Benzeri Değerler	Net Borç	Net Borç/FAVÖK
Bira	33.683	35.412	-1.729	-0,1
Meşrubat	57.339	27.243	30.096	1,0
Perakende	24.613	26.305	-1.692	-0,1
Otomotiv	10.632	6.285	4.347	2,7
Tarım, Enerji ve Sanayi	5.174	1.747	3.427	3,9
Diğer (Holding dahil)	4.360	2.064	2.296	a.d.
Holding borç	4.358	1.693	2.665	a.d.
Konsolide	135.633	99.056	36.577	0,5
Konsolide (Euro mn)	2.910	2.125	785	0,5



Bira Segmenti

Bira (mn TL)	Proforma 2Ç24	Raporlanan 2Ç25	Değişim	Proforma 1Y24	Raporlanan 1Y25	Değişim
Satış Hacmi (mhl)	3,9	4,1	5,3%	6,2	6,4	3,1%
Satış Gelirleri	15.823	15.626	-1,2%	25.028	23.949	-4,3%
Brüt Kâr	7.902	7.674	-2,9%	11.262	11.032	-2,0%
FAVÖK (BMKÖ)	3.793	3.235	-14,7%	3.169	2.720	-14,2%
Net kâr (ana ortaklık)	2.915	3.072	5,4%	4.361	4.074	-6,6%
Brüt kâr marjı	49,9%	49,1%		45,0%	46,1%	
FAVÖK marjı	24,0%	20,7%		12,7%	11,4%	
Net kâr marjı (ana ort.)	18,4%	19,7%		17,4%	17,0%	

Bira Grubu konsolide hacmi, 2025 yılının ikinci çeyreğinde proforma bazda %5,3 oranında güçlü bir artış göstererek 4,1 milyon hektolitreye seviyesine ulaşmıştır. Gerçekleşen artışla birlikte, ilk çeyrekte yaşanan hacim düşüşünün ardından, ikinci çeyrekte güçlü bir toparlanma kaydedilmiştir. Dönem boyunca ivmenin yeniden kazanılmasıyla birlikte, 2025 yılının ilk yarısında satış hacmi 6,4 milyon hektolitreye seviyesine ulaşarak proforma bazda yıllık %3,1 oranında artış sağlamıştır. Tüm operasyonlar Bira Grubu'nda kaydedilen bu iyileşmeye katkı sağlamıştır. Uluslararası bira operasyonları, 2025 yılının ikinci çeyreğinde proforma bazda %4,7 oranında artış göstererek 2,1 milyon hektolitreye seviyesinde konsolide satış hacmi kaydetmiştir. Türkiye bira operasyonları satış hacmi, 2025'in ikinci çeyreğinde %5,9 oranında hacim büyümesi kaydederek ilk çeyrekte yaşanan düşüşü dengelemiştir. Süregelen enflasyonist ortamda tüketici satın alma gücü baskı altında kalmaya devam etmesine rağmen, disiplinli fiyatlandırma stratejimiz ile erişilebilir ve alternatif ürünleri içeren çeşitlendirilmiş portföyümüz, özellikle modern kanal ve kapalı kanalda hacim büyümesini desteklemiştir. Ancak turizm sezonunun beklentilerin altında bir başlangıç yapması nedeniyle, yılın geri kalanına yönelik temkinli duruşumuzu korumaktayız.

Bira Grubu net satış gelirleri, 2025 yılının ikinci çeyreğinde proforma bazda %1,2 oranında azalarak 15,6 milyar TL'ye gerilemiştir. Güçlü hacim performansına rağmen, uluslararası bira operasyonlarının geliri %6,5 oranında azalarak 6,1 milyar TL'ye gerilemiştir. Bu düşüşte, yerel enflasyonun Türk Lirası'nın diğer para birimleri karşısındaki değer kaybından daha yüksek gerçekleşmesinin yarattığı etki belirleyici olmuştur. Yaşanan artış, uluslararası operasyonlarda doğru zamanda yapılan fiyat düzenlemeleri ve özellikle Kazakistan ile Moldova'da premium segmentin genişlemesiyle desteklenmiştir. Türkiye bira operasyonları net satış gelirleri, 2025 yılının ikinci çeyreğinde yıllık bazda %2,4 oranında artış göstererek 9,4 milyar TL'ye ulaşmıştır. Ürün karmasının olumlu etkisiyle ilk çeyreğe kıyasla hektolitreye başına gelirden iyileşme görülmüş olup yoğunlaşan rekabet nedeniyle uygulanan daha yoğun iskontolara rağmen bu artış sağlanabilmiştir. Böylece, Bira Grubu net satış gelirleri, 2025 yılının ilk yarısında proforma bazda %4,3 oranında gerileme kaydederek 23,9 milyar TL seviyesine ulaşmıştır.

Bira Grubu FAVÖK (BMKÖ) rakamı 3,2 milyar TL seviyesinde gerçekleşmiş olup, %20,7 marjla proforma bazda 327 baz puanlık bir düşüş göstermiştir. Yıllık bazda marjda gözlemlenen düşüş, özellikle Türkiye operasyonlarında geçtiğimiz yılın aynı dönemindeki güçlü baz etkisinin yanı sıra, TMS 29 uygulamasının yarattığı etkilerden kaynaklanmaktadır. Satış ve pazarlama giderlerinin satışlara oranı geçtiğimiz seneye göre benzer seviyede kalırken, genel yönetim giderlerindeki artış yurt içi operasyonlardaki marj daralmasının başlıca nedeni olmuştur. Bu olumsuz etkiler, güçlü brüt kârlılık ve disiplinli faaliyet gider yönetimiyle desteklenen BDT operasyonlarındaki %30 seviyesinin üzerine çıkan marjlar sayesinde kısmen dengelenmiştir. Sonuç olarak, Bira Grubu FAVÖK (BMKÖ) rakamı 2025 yılının ilk yarısında 2,7 milyar TL olarak gerçekleşirken, proforma bazda yıllık 131 baz puanlık düşüşle FAVÖK (BMKÖ) marjı %11,4 seviyesine gerilemiştir.



Bira Grubu net kârı, 2025 yılının ikinci çeyreğinde 3,1 milyar TL seviyesinde gerçekleşmiş, proforma bazda 2024 yılının aynı döneminde kaydedilen seviyenin hafif üzerinde seyretmiştir. Yıllık bazda net kârdaki bu artış, geçen yıl aynı dönemde gider olarak kaydedilen ertelenmiş vergi kalemlerinin bu yıl gelir olarak kaydedilmesi ve parasal kazançlardaki artış ile desteklenmiştir; böylece, operasyonel kârlılıktaki düşüş dengelenerek net kâr olumlu etkilenmiştir. Sonuç olarak, Bira Grubu net kârı 2025 yılının ilk yarısında 4,1 milyar TL'ye ulaşmıştır.

Bira Grubu, yılın en yüksek katkı sağlayan dönemlerinden biri olan 2Ç25'te 3,8 milyar TL tutarında Serbest Nakit Akışı yaratmıştır. Geçtiğimiz yıla kıyasla serbest nakit akışında görülen gerileme, ağırlıklı olarak azalan operasyonel kârlılık ve artan faiz giderlerinin olumsuz etkisinden kaynaklanmıştır. Türkiye bira operasyonlarında devam eden kapasite artırımı projelerine rağmen, yatırım harcamaları kontrol altında tutulmuş ve geçtiğimiz yıla kıyasla sınırlı bir artış göstermiştir. Sonuç olarak, Rusya operasyonlarının tam konsolidasyon dışında tutulması ile 30 Haziran 2025 itibarıyla Net Borç/FAVÖK oranı 3,8x seviyesinde gerçekleşmiştir.

Meşrubat Segmenti

Meşrubat (mn TL)	2Ç24	2Ç25	Değişim	1Y24	1Y25	Değişim
Satış Hacmi (mn Ünite Kasa)	451	473	4,7%	793	860	8,5%
Satış Gelirleri	49.428	48.142	-2,6%	89.293	86.472	-3,2%
Brüt Kâr	18.857	17.046	-9,6%	32.106	28.705	-10,6%
FAVÖK	11.234	9.137	-18,7%	17.769	14.094	-20,7%
FAVÖK (Diğer gelir/gider hariç)	10.950	9.066	-17,2%	17.534	13.784	-21,4%
Net kâr (ana ortaklık)	7.304	5.051	-30,8%	11.280	6.403	-43,2%
Brüt kâr marjı	38,2%	35,4%		36,0%	33,2%	
FAVÖK marjı	22,7%	19,0%		19,9%	16,3%	
Net kâr marjı (ana ort.)	14,8%	10,5%		12,6%	7,4%	

CCI'nin konsolide satış hacmi, 2Ç25'te geçen yılın aynı dönemine göre %4,7 artışla 473 milyon ünite kasa ("ük") olarak gerçekleşerek ilk altı aylık kümülatif satış hacmini yıllık bazda %8,5 artışla 860 milyon ünite kasaya ulaştı. 2Ç25'te Türkiye'de satış hacimleri yıllık bazda %5,0, Pakistan'da ise %1,5 daralmasına rağmen, Özbekistan'da %44,8, Kazakistan'da %16,7 ve Irak'ta %10,6'lık güçlü hacim büyümeleri bu daralmaları telafi ederek toplam hacim büyümesine olumlu katkı sağladı. Pazar performanslarındaki farklılıklar, toplam hacmi artırmada ülke düzeyindeki dinamiklerin önemini vurgulamaktadır. Sonuç olarak, özellikle Orta Asya pazarlarındaki güçlü büyümenin etkisiyle, uluslararası operasyonların toplam hacimdeki payı 2Ç25'te geçen yılın aynı dönemine göre 349 baz puanlık bir artış kaydederek %66,0'ya yükseldi.

Net satış geliri ("NSG"), 2Ç25'te bir önceki yıla göre %2,6 oranında azalarak 48,1 milyar TL olarak gerçekleşirken, NSG/ük dönem içinde %7,0 oranında azaldı. Enflasyon muhasebesinin etkileri hariç tutulduğunda, NSG 2Ç25'te yıllık bazda %30,8 artarak 49,2 milyar TL'ye ulaştı. Satın alınabilirliğe ve doğru fiyatlandırmaya odaklanmaya devam etmemiz, disiplinli ticari promosyon ve ürün portföyü yönetimi ile desteklenerek 2Ç25'te de önemli bir büyüme faktörü olmaya devam etti. Türkiye'de NSG %4,1 düşüş kaydederken, NSG/ük %1,0 artış göstererek yıl başından bu yana NSG/ük'nin aylık bazda kademeli olarak iyileşmesini yansıttı. Bu performans, verimli gelir büyüme yönetimi girişimlerine odaklanmamızın sonucunda, tüketicilerin satın alma gücünü yakından takip ederek satın alınabilirliğe odaklanmamız ve maliyet enflasyonu dinamiklerini de dikkatle takip etmemiz sayesinde elde edildi. Uluslararası operasyonlarda NSG, yıllık bazda %1,7 azalarak 27,8 milyar TL'ye gerilerken, NSG/ük yıllık bazda %17,9 düşüş kaydetti. Devam eden makroekonomik zorluklar ve Orta Doğu'daki çatışmanın olumsuz etkisinin sürmesi nedeniyle, uluslararası pazarlarımızda fiyat artışları sınırlı tutuldu veya ihtiyatlı bir şekilde uygulandı. Bu yaklaşım, satın alınabilirliği ve hacim artışını destekleme odağımızla uyumlu olarak gerçekleşti.

Konsolide bazda brüt kâr marjı 2Ç25'te 281 baz puan azalarak %35,4'e geriledi. Uluslararası operasyonlarımızın brüt kâr marjı sabit kalırken, Türkiye operasyonları hacim düşüşü ve baz etkisiyle brüt kârlılıkta yıllık bazda düşüş yaşadı. Enflasyon muhasebesinin etkisi hariç tutulduğunda, Türkiye'nin brüt kâr marjındaki yıllık düşüş, ilk çeyrekteki düşüşe kıyasla neredeyse yarı yarıya azaldı. Uluslararası operasyonlarda brüt kâr, neredeyse tüm ana pazarlarımızda görülen sağlam hacim artışı, normalleşen baz etkisi ve disiplinli maliyet kontrol önlemlerinin desteğiyle %35,5 seviyesinde sabit kaldı.

Konsolide faaliyet giderleri, NSG'nin yüzdesi olarak, 97 baz puan artışla %20,3 seviyesinde gerçekleşti. Mutlak işletme giderlerindeki artış mütevazı olsa da, NSG'nin yüzdesi olarak artışın temel nedeni net satış gelirlerindeki düşüş oldu. Konsolide FVÖK marjımız 2Ç25'te 378 baz puanlık bir düşüşle %15,1 olarak gerçekleşti. Enflasyon muhasebesi hariç tutulduğunda, FVÖK marjı %16,9 olarak gerçekleşti ve bir önceki çeyreğe kıyasla brüt marjda gözlenen eğilimle uyumlu olarak, yıllık bazda 350 baz puanlık bir daralma ve kayda değer bir iyileşme kaydetti

Net kâr, geçen yılın aynı dönemindeki 7,3 milyar TL'ye kıyasla, 2025 yılının ikinci çeyreğinde 5,1 milyar TL olarak kaydedildi. Net kârdaki düşüşün temel nedeni, enflasyon seviyelerinin önceki yıla göre önemli ölçüde düşük olması nedeniyle parasal kazançların azalmasına bağlanabilir.

Serbest nakit akımı 1Y24'te -3,2 milyar TL iken 1Y25'te -5,6 milyar TL olarak gerçekleşti.

Perakende Segmenti

Perakende (mn TL)	2Ç24	2Ç25	Değişim	1Y24	1Y25	Değişim
Satış Gelirleri	86.771	91.696	5,7%	163.434	174.844	7,0%
Brüt Kâr	19.876	21.877	10,1%	35.385	42.036	18,8%
FAVÖK	4.535	4.996	10,1%	5.452	8.904	63,3%
Net kâr (ana ortaklık)	816	281	-65,6%	2.634	1.321	-49,8%
Brüt kâr marjı	22,9%	23,9%		21,7%	24,0%	
FAVÖK marjı	5,2%	5,4%		3,3%	5,1%	
Net kâr marjı (ana ort.)	0,9%	0,3%		1,6%	0,8%	

Migros net satış gelirleri 2025'in ilk yarısında %7,0 büyüyerek 174,8 milyar TL'ye yükselmiştir. Migros bu çeyrekte de hem FMCG pazarının tamamında hem de modern FMCG segmentinde pazar payı kazanımını devam ettirmiştir. Bütün kategorilerde rekabetçi fiyat stratejisini sürdüren Migros, çoklu-kanal alışveriş deneyimini geliştirmeye yönelik çalışmaları neticesinde dönem içerisinde 122 yeni mağaza açarak toplam mağaza sayısını 3.683'e yükseltmiştir.

2025'in ilk yarısında online satışların toplam satışlar içerisindeki payı (alkol ve tütün hariç) %20,7 olmuştur. İnternet satışlarını destekleyen mağaza sayısı geçtiğimiz 2024'ün ilk yarısının sonundaki 1.185'e kıyasla hızla artarak 1.553'e yükselmiştir. Migros ekosisteminde yer alan iştirak ve girişimlerimiz yüksek performanslarını devam ettirmiştir. Türkiye'nin en hızlı büyüyen online yemek sipariş platformu olan Migros Yemek üzerinden verilen siparişler %22 büyümüştür. Moneypay toplam ödeme hacmi geçtiğimiz yılın aynı dönemine kıyasla %181 büyümeye kaydetmiştir.

Brüt kâr 1Y25'de geçen seneye göre %18,8 artarak 42,0 milyar TL'ye yükselmiş; brüt kâr marjı %24,0 seviyesinde gerçekleşmiştir. Stoklara ilişkin enflasyon muhasebesi düzeltmesinin brüt kârı düşürücü etkisine rağmen yükselen faizlerle birlikte vadeli alım faiz giderlerinin artması brüt kârı desteklemektedir. Öte yandan, Migros %63,3'lük artış ile 2025 yılının ilk yarısında 8,9 milyar TL FAVÖK yaratmış; FAVÖK marjı %5,1 seviyesinde gerçekleşmiştir. Güçlü brüt kârlılık, maliyetler üzerindeki enflasyonist etkiye rağmen, FAVÖK'teki güçlü büyümenin temel nedeni olmuştur.

Migros 2Ç25'de 4,1 milyar TL nakit akımı kaydetmiştir. 2025 yılının ikinci çeyreği ile birlikte pozitif dönen nakit akım yaratımının yılın kalan bölümünde artarak devam etmesi beklenmektedir. Migros'un Net borç/FAVÖK oranı 2Ç25 sonunda 0,2x olarak gerçekleşmiştir.

Migros net kârı 1Y25 döneminde artan amortisman ve personel giderleri, azalan parasal kazanç ve kira yükümlülüklerine ilişkin daha yüksek faiz gideri neticesinde geçen seneye göre %49,8 azalarak 1,3 milyar TL seviyesinde gerçekleşmiştir.

Otomotiv Segmenti

Otomotiv (milyar TL)	2Ç24	2Ç25	Değişim	1Y24	1Y25	Değişim
Satış Gelirleri	12.603	15.419	22,4%	27.364	29.529	7,9%
Brüt Kâr	1.515	1.401	-7,6%	3.230	2.520	-22,0%
FAVÖK	848	523	-38,3%	1.426	899	-37,0%
Net kâr (ana ortaklık)	190	-249	a.d.	695	257	-63,0%
Brüt kâr marjı	12,0%	9,1%		11,8%	8,5%	
FAVÖK marjı	6,7%	3,4%		5,2%	3,0%	
Net kâr marjı (ana ort.)	1,5%	-1,6%		2,5%	0,9%	

Otomotiv segmentinin finansal performansı, devam eden yüksek rekabet ortamından ve düzenlemelerden etkilenmektedir. Segmentin satış gelirleri 2025 yılının ilk yarısında yıllık bazda %7,9 artarak 29,5 milyar TL olarak gerçekleşmiştir. Çelik Motor'un satış gelirleri %29,5 artarken; Anadolu Isuzu'nun satış gelirleri %15,6 ve Anadolu Motor'un satış gelirleri %33,1 azalmıştır. TMS 29 raporlaması olmadan otomotiv segmenti satış geliri yıllık %49,5 artışla 28,2 milyar TL seviyesine yükselmiştir.

Otomotiv segmenti toplam satış gelirlerinin %64'ünü Çelik Motor, %33'ünü Anadolu Isuzu ve %2'sini Anadolu Motor oluşturmaktadır.

Otomotiv segmentinde Çelik Motor güçlü ciro performansı ile ön plana çıkmıştır. Şirket, yeni araç modellerinin satışının başlamasıyla birlikte pazar payı kazanmıştır. Pazar payı kazanımları gelir büyümesini desteklerken, Özel Tüketim Vergisi (ÖTV) baremlerinin sabit kaldığı ortamda pazar dinamiklerinin etkisiyle kur hareketleri nihai fiyatlara tam olarak yansıtılamamış ve bu durum kârlılıkta baskı oluşturmuştur. Anadolu Isuzu ciro performansı ise GSR standartlarına uyum sürecinde geçen senenin altında kalmıştır. Yılın ikinci yarısında bu etkinin azalması beklenmektedir. Bununla birlikte Türk Lirası'nın güçlü seyri ihracat pazarlarından gelir yaratımını baskılamaktadır.

Segmentin brüt kâr marjı 2025 ilk yarısında %8,5 seviyesinde gerçekleşmiştir. Anadolu Isuzu, Çelik Motor ve Anadolu Motor sırasıyla %20,2, %17,8 ve %62,5 brüt kâr düşüşü kaydetmiştir.

Toplam FAVÖK, temel olarak pazar dinamikleri nedeniyle geçen yıla göre %37,0 daralarak 899 milyon TL olmuştur. Anadolu Isuzu FAVÖK'ü %11,6 ve Çelik Motor FAVÖK'ü %50,2 gerilemiştir. TMS 29 raporlaması olmadan otomotiv segmenti FAVÖK'ü yıllık %6,7 gerilemeyle 2,2 milyar TL seviyesine düşmüştür.

Segmentin net kârı geçtiğimiz yılın aynı dönemine kıyasla %63,0 daralarak 257 milyon TL olmuştur. Segmentin net borç/FAVÖK rasyosu, tekne yatırımlarına devam eden Anadolu Motor hariç tutulduğunda 6,5x seviyesinde gerçekleşmiştir. Önümüzde dönemde işletme sermayesi döngüsünün normalleşmesiyle birlikte net borç/FAVÖK oranında düşüş beklenmektedir.

TMS 29 raporlaması olmadan segmentin net kârı geçen seneye göre %77,7 düşüşle 248 milyon TL seviyesinde gerçekleşmiştir.

Otomotiv segmentinde uzun dönemli stratejimizle uyumlu olarak elektrikli toplu taşıma araçlarının üretimi için yatırımlarımıza devam ediyor ve bu alandaki dönüşümün otomotiv segmenti büyümesinin ana itici gücü olacağını düşünüyoruz. Daha yakın ve orta vadede ise son dönemde kamyon, otobüs/midibüs ve Kia markalı araçlar ve Garenta araç kiralama şirketimiz ile operasyonlarımıza odaklanmaya devam edeceğiz.

Tarım, Enerji ve Sanayi Segmenti

Tarım, Enerji ve Sanayi (mn TL)	2Ç24	2Ç25	Değişim	1Y24	1Y25	Değişim
Satış Gelirleri	1.476	1.839	24,6%	2.793	2.675	-4,2%
Brüt Kâr	464	555	19,7%	1.027	702	-31,6%
FAVÖK	313	415	32,5%	579	300	-48,1%
Net kâr (ana ortaklık)	-145	297	a.d.	213	359	68,8%
Brüt kâr marjı	31,4%	30,2%		36,8%	26,3%	
FAVÖK marjı	21,2%	22,6%		20,7%	11,2%	
Net kâr marjı (ana ort.)	-9,9%	16,1%		7,6%	13,4%	

Tarım, Enerji ve Sanayi segmentinde Adel, GUE ve Anadolu Etap Tarım şirketlerimiz bulunmaktadır.

Tarım, Enerji ve Sanayi segmenti net satış gelirleri yıllık %4,2 daralarak 2,7 milyar TL olmuştur. TMS 29 raporlaması olmadan segmentin satış gelirleri yıllık %20,1 artışla 2,4 milyar TL olarak gerçekleşmiştir.

Adel'in net satışları bir önceki yılın aynı dönemine göre %44,6 düşerek 959 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. Bu düşüşte, geçen senenin aynı dönemine göre sevkiyat gerçekleştirmelerinin sarkması etkili olmakla birlikte 2025 yılı içerisinde kırtasiye sektöründe ve ülke genelinde yaşanan genel ekonomik yavaşlama ile tüketicilerin azalan satın alım gücü etkili olmuştur. Öte yandan, Etap Tarım satış gelirleri 2025 ilk yarısında %37,6 artarak 984 milyon TL'ye ulaşırken, GUE satış gelirleri %77,7 artışla 730 milyon TL olmuştur.

Tarım, Enerji ve Sanayi segmenti toplam satışları içerisinde Adel %36, Anadolu Etap Tarım %37 ve GUE %27 paya sahiptir.

Tarım, Enerji ve Sanayi segmenti FAVÖK'ü %48,1 daralmayla 300 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. TMS 29 raporlaması olmadan FAVÖK 394 milyon TL'dir.

Segmentin net kârı %68,8 artışla 359 milyon TL olmuştur. Artan elektrik satış fiyatlarıyla birlikte GUE'nin geçtiğimiz yıla göre iyileşen operasyonel performansı ve daha düşük finansman gideri kaydetmesi bu iyileşmenin temel nedenidir. TMS 29 raporlaması olmadan segmentin net zararı 49 milyon TL'dir.

Segmentin net borcu 2Ç25 sonunda 4,9 milyar TL seviyesinde bulunmaktadır. Net borç/FAVÖK rasyosu ise 8,0x seviyesindedir.

Diğer

Diğer (mn TL)	2Ç24	2Ç25	Değişim	1Y24	1Y25	Değişim
Satış Gelirleri	313	462	47,4%	721	946	31,2%
Brüt Kâr	371	408	9,9%	749	848	13,2%
FAVÖK	-56	-50	10,8%	-38	-35	9,1%
Net kâr (ana ortaklık)	-649	-1.355	-108,9%	-695	-2.373	-241,6%
Brüt kâr marjı	118,5%	88,4%		103,9%	89,7%	
FAVÖK marjı	-17,8%	-10,8%		-5,3%	-3,7%	
Net kâr marjı (ana ort.)	-206,9%	-293,4%		-96,3%	-250,9%	

Holding'in, AEH Sigorta A.Ş. ve diğer şirketlerin içerisinde bulunduğu, diğer segmentin satış gelirleri geçen sene aynı döneme göre %31,2 artarak 946 milyon TL olarak gerçekleşmiştir.

Diğer segmenti net zararı ise -2,4 milyar TL olarak gerçekleşmiştir. Özkaynak yöntemiyle muhasebeleştirilen iş ortaklıklarımızın finansal performansı segment net kârının gerilemesinin temel sebebi olmuştur.

Segmentler Bazında Özet Finansallar – 2Ç25

milyon TL	Net Satışlar	Yıllık Değişim	Brüt Kar	Yıllık Değişim	FAVÖK	Yıllık Değişim	Ana ort. Net kâr/zarar	Yıllık Değişim
Bira	15.626	-1%	7.674	-3%	3.235	-17%	3.072	6%
Meşrubat	48.142	-3%	17.046	-10%	9.137	-19%	5.051	-31%
Perakende	91.696	6%	21.877	10%	4.996	10.1%	281	-66%
Otomotiv	15.419	22%	1.401	-8%	523	-38%	-249	a.d.
Tarım, Enerji ve Sanayi	1.839	25%	555	20%	415	33%	297	a.d.
Diğer	462	47%	408	7%	-50	11%	-1.355	-109%
Konsolide	169.434	3%	48.295	-1%	18.205	-13%	428	-82%



Konsolide Özet Bilanço

TMS 29 (Yüksek Enflasyonlu Ekonomilerde Finansal Raporlama) uygulanmıştır

TL milyon	30.06.2025	31.12.2024
Nakit ve nakit benzerleri	64.830	98.766
Finansal Yatırımlar	691	264
Ticari alacaklar	48.634	30.278
Stoklar	75.634	83.039
Peşin ödenmiş giderler	12.238	10.603
Diğer dönen varlıklar	10.618	10.558
Dönen Varlıklar	212.645	233.509
Finansal Yatırımlar	55.329	4.201
Özkaynak yöntemi ile değerlendirilen yatırımlar	4.204	6.266
Maddi duran varlıklar	127.911	139.785
Kullanım hakkı varlıkları	47.485	42.729
Maddi olmayan duran varlıklar	156.005	188.319
-Şerefiye	36.599	43.960
-Diğer maddi olmayan duran varlıklar	119.406	144.359
Diğer cari olmayan varlıklar	19.330	19.546
Duran Varlıklar	410.264	400.846
Toplam Varlıklar	622.909	634.355
Kısa vadeli borçlanmalar	49.759	36.507
-Banka kredileri	38.689	29.269
-İhraç Edilmiş Borçlanma Araçları	10.604	5.626
- Diğer Kısa Vadeli Borçlanmalar	466	1.613
Uzun vadeli borçlanmaların kısa vadeli kısımları	18.385	19.063
-Banka kredileri	5.302	5.946
-Kiralama işlemlerinden borçlar	6.220	5.784
-İhraç Edilmiş Borçlanma Araçları	6.863	7.333
Ticari borçlar	119.683	131.077
Diğer kısa vadeli yükümlülükler	40.197	42.410
Kısa Vadeli Yükümlülükler	228.024	229.058
Uzun vadeli borçlanmalar	81.072	79.796
-Banka kredileri	14.839	13.781
-Kiralama işlemlerinden borçlar	23.812	21.099
-İhraç Edilmiş Borçlanma Araçları	42.421	44.917
Ertelenmiş vergi yükümlülüğü	28.766	35.386
Diğer uzun vadeli yükümlülükler	5.012	4.025
Uzun Vadeli Yükümlülükler	114.850	119.207
Toplam Yükümlülükler	342.874	348.265
Özkaynaklar	280.035	286.090
Kontrol gücü olmayan paylar	179.672	181.647
Ana ortaklığa ait özkaynaklar	100.363	104.442
Toplam Kaynaklar	622.909	634.355



Konsolide Özet Gelir Tablosu

TMS 29 (Yüksek Enflasyonlu Ekonomilerde Finansal Raporlama) uygulanmıştır

TL milyon	30.06.2025	30.06.2024
Hasılat	312.115	334.567
Satışların maliyeti (-)	(227.580)	(238.552)
Brüt Kar	84.535	96.015
Faaliyet giderleri (-)	(72.361)	(77.203)
Esas faaliyetlerden diğer gelir/(giderler)	(8.444)	(7.704)
Özkaynak yöntemi ile değerlendirilen yatırımların kar/(zarar) larındaki paylar	(2.175)	(1.048)
Esas faaliyet Karı/(Zararı)	1.555	10.060
Yatırım faaliyetlerinden gelir / (giderler)	3.274	148
Finansman gelir/ (giderleri)	(13.544)	(11.237)
Net Parasal Pozisyon Kazançları (Kayıpları)	21.276	25.977
Sürdürülen Faaliyetler Vergi Öncesi Karı/(Zararı)	12.562	24.949
Vergi Gelir / (Gideri)	(2.585)	(5.316)
Sürdürülen Faaliyetler Dönem Karı/(Zararı)	9.977	19.633
Durdurulan Faaliyetler Dönem Karı/(Zararı)	-	45
Dönem Karı/(Zararı)	9.977	19.678
<i>Dönem Karının/(Zararının) Dağılımı</i>		
Kontrol gücü olmayan paylar	8.935	14.216
Ana ortaklık payları	1.042	5.462

Özet Finansal Sonuçlar

TMS 29 uygulanmamış ve bağımsız denetimden geçmemiş

Aşağıda paylaşılan finansal bilgiler TMS 29'un etkilerini içermemekle birlikte yalnızca analiz amacıyla sunulmaktadır. Bu rakamlar, 01.01.2025-30.06.2025 dönemine ilişkin finansal rapor ile uyumlu olmamakla birlikte bağımsız denetime tabi tutulmamıştır.

	Proforma	Raporlanan		Proforma	Raporlanan	
Bira (mn TL)	2Ç24	2Ç25	Değişim	1Y24	1Y25	Değişim
Satış Hacmi (mhl)	3,9	4,1	5,3%	6,2	6,4	3,1%
Satış Gelirleri	11.998	16.094	34,1%	18.509	24.110	30,3%
Brüt Kâr	6.429	8.699	35,3%	9.470	12.675	33,8%
FAVÖK (BMKÖ)	3.233	4.147	28,3%	3.655	4.439	21,5%
Net kâr (ana ortaklık)	2.200	2.495	13,4%	2.306	18.304	693,7%
Brüt kâr marjı	53,6%	54,0%		51,2%	52,6%	
FAVÖK marjı	26,9%	25,8%		19,7%	18,4%	
Net kâr marjı (ana ort.)	18,3%	15,5%		12,5%	75,9%	
Meşrubat (mn TL)	2Ç24	2Ç25	Değişim	1Y24	1Y25	Değişim
Satış Hacmi (mn Ünite Kasa)	451	473	4,7%	793	860	8,5%
Satış Gelirleri	37.606	49.179	30,8%	64.520	85.039	31,8%
Brüt Kâr	14.622	17.949	22,8%	24.503	29.498	20,4%
FAVÖK	8.780	9.729	10,8%	14.012	14.809	5,7%
Net kâr (ana ortaklık)	3.902	4.366	11,9%	5.486	4.450	-18,9%
Brüt kâr marjı	38,9%	36,5%		38,0%	34,7%	
FAVÖK marjı	23,3%	19,8%		21,7%	17,4%	
Net kâr marjı (ana ort.)	10,4%	8,9%		8,5%	5,2%	
Perakende (mn TL)	2Ç24	2Ç25	Değişim	1Y24	1Y25	Değişim
Satış Gelirleri	62.106	90.242	45,3%	113.436	166.841	47,1%
Brüt Kâr	16.532	24.267	46,8%	29.981	45.023	50,2%
FAVÖK	5.512	7.613	38,1%	9.248	13.390	44,8%
Net kâr (ana ortaklık)	909	544	-40,2%	1.472	568	-61,4%
Brüt kâr marjı	26,6%	26,9%		26,4%	27,0%	
FAVÖK marjı	8,9%	8,4%		8,2%	8,0%	
Net kâr marjı (ana ort.)	1,5%	0,6%		1,3%	0,3%	
Otomotiv (mn TL)	2Ç24	2Ç25	Değişim	1Y24	1Y25	Değişim
Satış Gelirleri	9.119	15.206	66,8%	18.873	28.222	49,5%
Brüt Kâr	1.840	2.099	14,0%	3.727	4.067	9,1%
FAVÖK	1.287	1.086	-15,7%	2.369	2.211	-6,7%
Net kâr (ana ortaklık)	416	-132	a.d.	1.109	248	-77,7%
Brüt kâr marjı	20,2%	13,8%		19,7%	14,4%	
FAVÖK marjı	14,1%	7,1%		12,6%	7,8%	
Net kâr marjı (ana ort.)	4,6%	-0,9%		5,9%	0,9%	
Tarım, Enerji ve Sanayi (mn TL)	2Ç24	2Ç25	Değişim	1Y24	1Y25	Değişim
Satış Gelirleri	1.125	1.592	41,5%	2.013	2.417	20,1%
Brüt Kâr	462	674	45,9%	963	915	-5,0%
FAVÖK	257	465	81,0%	524	394	-24,8%
Net kâr (ana ortaklık)	-50	139	a.d.	316	-49	a.d.
Brüt kâr marjı	41,1%	42,4%		47,8%	37,9%	
FAVÖK marjı	22,8%	29,2%		26,0%	16,3%	
Net kâr marjı (ana ort.)	-4,4%	8,7%		15,7%	-2,0%	
Diğer (mn TL)	2Ç24	2Ç25	Değişim	1Y24	1Y25	Değişim
Satış Gelirleri	231	460	99,3%	501	917	83,0%
Brüt Kâr	272	408	49,9%	522	813	55,9%
FAVÖK	-32	-60	-86,5%	-35	-67	-89,5%
Net kâr (ana ortaklık)	-612	-1.296	-111,5%	-736	-2.732	-271,1%
Brüt kâr marjı	118,0%	88,7%		104,2%	88,7%	
FAVÖK marjı	-13,9%	-13,0%		-7,0%	-7,3%	
Net kâr marjı (ana ort.)	-265,6%	-281,9%		-147,0%	-298,1%	
Konsolide (mn TL)	Proforma	Raporlanan		1Y24	1Y25	Değişim
	2Ç24	2Ç25	Değişim			
Satış Gelirleri	120.568	169.335	40,4%	214.763	301.709	40,5%
Brüt Kâr	39.943	53.417	33,7%	68.661	91.780	33,7%
FAVÖK	19.401	20.917	7,8%	30.194	33.076	9,5%
Net Kâr	5.952	4.848	-18,5%	9.060	36.295	300,6%
Net Kâr (ana ortaklık)	1.845	515	-72,1%	2.220	5.742	158,6%
Net Kâr (ana ortaklık - tek seferlik etkiler hariç)	1.845	515	-72,1%	2.220	-1.664	a.d.
Brüt kâr marjı	33,1%	31,5%		32,0%	30,4%	
FAVÖK marjı	16,1%	12,4%		14,1%	11,0%	
Net kâr marjı (ana ortaklık - tek seferlik etkiler hariç)	1,5%	0,3%		1,0%	1,9%	



Yatırımcı İlişkileri İletişim Bilgileri

AG Anadolu Grubu Holding finansal raporları ve ek bilgiler için <https://www.anadolugroup.com> web sayfamızı ziyaret edebilirsiniz.

Mehmet Çolakoğlu, CFA

Yatırımcı İlişkileri Direktörü

Tel: +90 216 5788559

E-mail: mehmet.colakoglu@anadolugrubu.com.tr

Kerimcan Uzun

Yatırımcı İlişkileri Müdürü

Tel: +90 216 5788647

E-mail: kerimcan.uzun@anadolugrubu.com.tr

Sermaye Piyasası Kurulu'nun kararı uyarınca finansallarımız TMS 29 (Yüksek Enflasyonlu Ekonomilerde Finansal Raporlama) uygulanarak raporlanmıştır. Bilgilendirme notumuzda aksi belirtilmediği sürece, Finansal tablolar ve önceki dönemlere ait tüm karşılaştırmalı tutarlar, TMS 29 uyarınca Türk Lirası'nın satın alma gücündeki değişimlere göre düzeltilmiş ve son olarak 30 Haziran 2025 tarihindeki Türk Lirası'nın satın alma gücü cinsinden ifade edilmiştir.

Yapılan değerlendirmeler doğrultusunda, Rusya'daki bira operasyonlarımız TFRS-10 kapsamında 1 Ocak 2025 itibarıyla konsolidasyon dışında tutulmuş ve mali tablolarımızda «finansal yatırım» olarak muhasebeleştirilmiştir. Bu değişiklik sonucunda, karşılaştırılabilirliği sağlamak adına «Konsolide Finansal Performans» ve «Bira Segmenti Finansal Performans» tablolarında 2Ç24 ve 1Y24 dönemi Rusya'daki Bira operasyonları konsolidasyon dışında tutularak Proforma olarak sunulmuştur.

Çekince

Bu bilgilendirme notu gelecekteki performansımıza ilişkin ileriye dönük birtakım beyanlar içerebilmekte olup Şirketin geleceğe dair iyi niyetli varsayımları olarak kabul edilmelidir. Geleceğe yönelik bu beyanlar yönetimin güncel verilere dayanan beklentilerini yansıtabilmektedir. AG Anadolu Grubu Holding'in gerçek sonuçları, Şirketin performansını önemli derecede etkileyebilecek olan gelecekte meydana gelecek olaylara ve belirsizliklere bağlıdır.