



KIMMR · Borsa İstanbul Ana Pazar · Katılım finansı ilkelerine uygun

KİM MARKET

Ersan Alışveriş Hizmetleri ve Gıda Sanayi Ticaret A.Ş.

Pay Sahipleri Bilgilendirme Sunumu

2026 yılı ilk yarı faaliyet ve finansal sonuçları · 1 Ocak – 30 Haziran 2026

TMS 29 enflasyon düzeltmeli, sınırlı denetimden geçmiş finansal tablolar esas alınmıştır.

Ekim 2026 · v5

Güncel kaynaklar: 30.06.2026 finansal tablolar ve dipnotlar, 1Y 2026 Faaliyet Raporu, 2025 TSRS Sürdürülebilirlik Raporu, KAFİF 2026/6, kurumsal tanıtım metni.



01

Şirket ve iş modeli

Bir bakışta, kilometre taşları, ekonomik görünüm, mağaza ağı ve büyüme hedefi, müşteri, kategori, kendi markalar, et entegre, lojistik, teknoloji, insan kaynakları

02

Finansal sonuçlar

Yönetim özeti, büyüme, marjlar, gelir tablosu, gider yapısı, nakit akışı, bilanço, borçluluk ve likidite

03

Yatırımlar ve sürdürülebilirlik

Dönem yatırımları, gayrimenkul portföyü, güneş enerjisi santralleri, TSRS 2025 emisyon envanteri, iklim hedefleri ve sektörel metrikler

04

Ortaklık, kurumsal yönetim ve kâr payı

Sermaye yapısı, yönetim kurulu ve komiteler, pay geri alımı, temettü, Katılım Finansı İlkeleri Bilgi Formu ve mutabakat

05

Görünüm

2026 takvimi, beş yıllık büyüme stratejisi ve yönetimin odak alanları

06

Ekler

Pay başına veriler, ikinci çeyrek sonuçları, kaynak belgelerin karşılaştırması, iletişim ve yasal uyarı

Dönemin özeti

- Hasılat reel olarak %12,8 arttı; ikinci çeyrekte artış %13,5'e yükseldi.
- FAVÖK %10,6 artışla 567,9 milyon TL (marj %6,43).
- İşletme faaliyetlerinden 1,02 milyar TL nakit üretildi; banka kredisi bulunmuyor.
- Halka arzdan bu yana ilk nakit kâr payı: 100 milyon TL brüt, iki taksit.
- Üç yeni şube açıldı; ERSANPORTAL devreye alındı; GES üretimi elektrik tüketiminin %40,1'ini karşıladı.
- Mağaza ağını seçici ve disiplinli bir yatırım yaklaşımıyla büyütme; private label payını ve ölçek verimliliğini artırma hedefi paylaşıldı.
- Nielsen verilerine göre 2026'nın ilk yedi ayında ciro büyümesi ulusal zincirlerin üzerinde gerçekleşti.



01

Şirket ve İş Modeli

1997'de Güneşli'de açılan ilk mağazadan, beş ilde 142 mağazalı bölgesel bir süpermarket zincirine.

Şirket Profili

KİM Market bir bakışta



Organize gıda perakendeciliğinde süpermarket formatıyla faaliyet gösteren bölgesel zincir; gıda, gıda dışı, şarküteri ve meyve-sebze kategorileri.

1997

Kuruluş yılı · Güneşli'de
800 m² ilk mağaza

142

Mağaza · 30.06.2026
(31.12.2025: 144)

5

İl: İstanbul, İzmir, Kocaeli,
Tekirdağ, Edirne

2.543

Çalışan · yaklaşık %85'i
mağaza operasyonlarında

8,8 mr TL

1Y 2026 hasılat · reel
+ %12,8

79.345 m²

Toplam perakende satış
alanı (TSRS 2025)

~120

Özel markalı ürün · Kim'in
ve Kimi

13 MWp

Güneş enerjisi kurulu
gücü · Manisa ve Van

Süpermarket formatı

Ortalama büyüklükteki mağazalarda gıda ve gıda dışı ürünler; şarküteri, kasap ve meyve-sebze reyonlarında iyi bir hizmetle sunuluyor. Taze gıda kategorileri rekabet avantajının merkezinde.

Halka açık şirket

Eylül 2021'de halka arz edildi; Borsa İstanbul Ana Pazar'da KIMMR koduyla işlem görüyor. Kayıtlı sermaye tavanı 875 mın TL, ödenmiş sermaye 240 mın TL.



Meyve reyonu · KİM Market

Tarihçe

Bakkaldan borsaya: kilometre taşları



Ergin, Erol ve Ercan Ersan kardeşlerin 1986'da Şirinevler'de açtığı bakkal dükkânıyla başlayan hikâye.



1986

Şirinevler'de ilk bakkal dükkânı

1997

Güneşli'de 800 m² ilk hipermarket; KİM Market'in kuruluşu

2002

Limited şirketten anonim şirkete dönüşüm

2007

Hisselerin tamamı Ersan kardeşlere geçti; 30 mağaza

2008-09

İstanbul dışına açılım: Tekirdağ, Edirne, Kocaeli

2010

Et entegre tesisi açıldı

2014

İzmir'de 11 mağaza devralındı; Hadımköy Lojistik Merkezi

2018

Kim'in için bakliyat ve kuruyemiş tesisi (private label)

2019

Mağaza sayısı 100'ü aştı

2020

E-ticaret sitesi kuruldu

2021

Halka arz; sermaye 240 mn TL'ye çıktı

2023-25

Mağaza sayısı artışları; Manisa/Demirci ve Van/Gürpınar GES yatırımları

2026

ERSANPORTAL, yeni genel merkez (Bağcılar), ilk nakit kâr payı

Kaynak: Şirket kilometre taşları görseli, kurumsal internet sitesi ve 1Y 2026 Faaliyet Raporu.

Ekonomik Görünüm

Ekonomik görünüm ve stratejik öncelikler



Yüksek enflasyon, artan işletme ve finansman maliyetleri ile tüketicilerin artan fiyat hassasiyeti; doğru fiyatlama, maliyet yönetimi, güçlü tedarik zinciri ve operasyonel verimliliği öne çıkarıyor.

1

Mağaza ekonomisi

Büyüme yalnızca mağaza sayısı ile değil; mevcut mağazaların verimliliği, kira/ciro dengesi ve yatırım geri dönüş süresiyle ölçülüyor.

2

Güçlü satın alma ve lojistik

Merkezî satın alma gücü, peşin alım imkânı ve kendi lojistik ağı ile ölçek avantajı.

3

Private label gelişimi

Kim'in ve Kimi markalarıyla kategori kârlılığını ve müşteri sadakatini destekleyen ürün gamı.

4

Teknoloji kullanımı

Veriye dayalı karar destek sistemleri, ERSANPORTAL ve mağaza otomasyonu.

5

Doğru sermaye kullanımı

Banka kredisi olmayan bilanço, güçlü nakit üretimi ve seçici yatırım disiplini.

6

Sürdürülebilir kârlılık

Brüt marj toparlanmasının esas faaliyet kârına yansıtılması ve gider tabanının optimizasyonu.

Değerlerimiz ve hedefimiz

Çalışanına, hissedarlarına, tedarikçilerine, müşterilerine ve topluma sürekli katma değer sağlamak. Takip eden değil, takip edilen; müşteri memnuniyetini en yüksek düzeyde gerçekleştiren ve Türkiye'nin en büyük üç süpermarket zincirinden biri olmak.

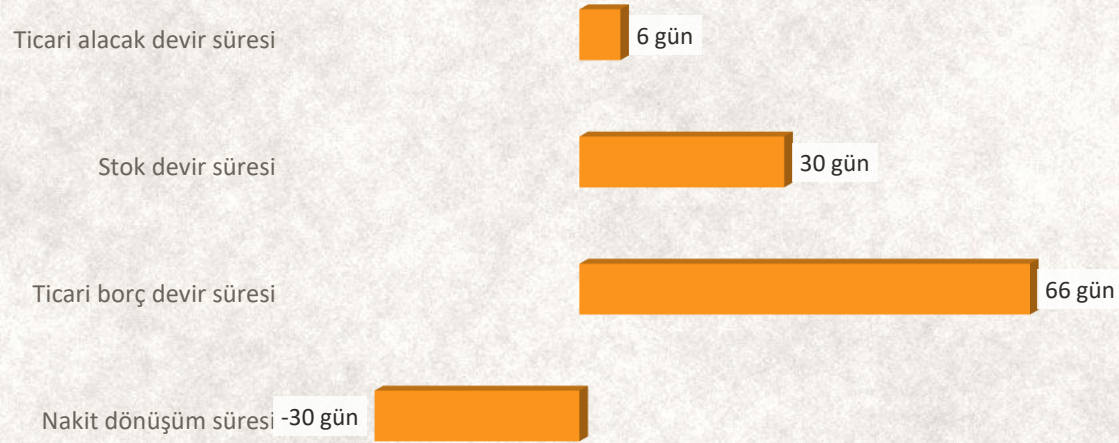
İş Modeli

Negatif işletme sermayesiyle çalışan perakende modeli



Satışların büyük kısmı nihai tüketiciye peşin ve kredi kartıyla yapılıyor; tedarikçi ödemeleri vadeli. Nakit, operasyonun içinden üretiliyor.

İşletme sermayesi döngüsü (gün, 30.06.2026)



Nakit dönüşüm süresi -30 gün: ürün, tedarikçiye ödeme yapılmadan ortalama bir ay önce satılıp tahsil ediliyor. Ticari borçlar 2,46 mr TL; stoklar 1,11 mr TL; ticari alacaklar 0,29 mr TL.



Satış kanalları

Merkez yönetim, lojistik operasyonlar ve mağaza satış kanalları; anlaşmalı e-ticaret platformları üzerinden çevrimiçi satış.

Kârlılık odaklı mağazalaşma

Verimlilik odaklı portföy yönetimi: fırsatlar çerçevesinde yeni şubeler açılıyor, verim üretmeyen lokasyonlar portföyden çıkarılıyor.

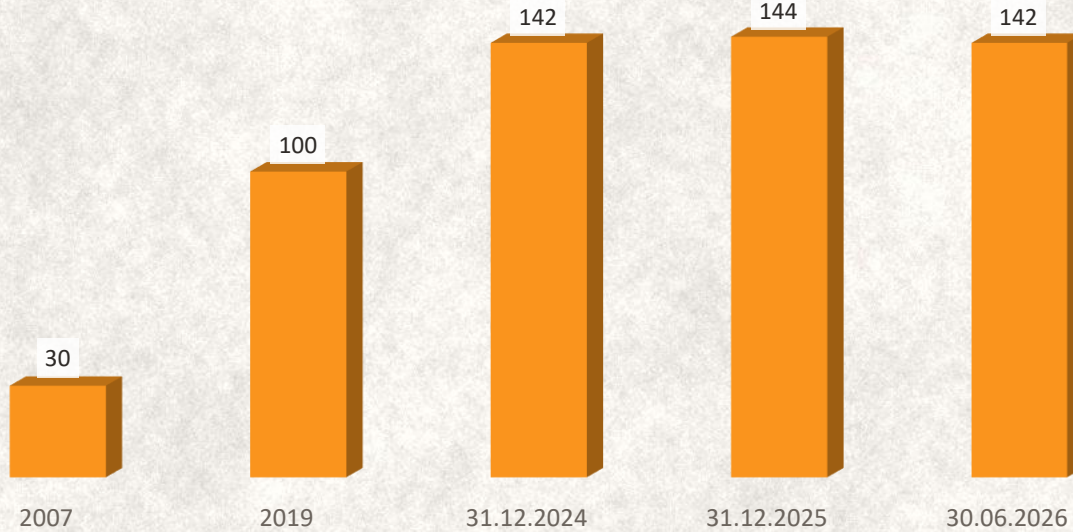
Mağaza Ağı

Mağaza ağı: verimlilik odaklı, seçici ve disiplinli büyüme



Büyüme; lokasyon seçimi, mağaza ekonomisi, yatırım verimliliği ve sürdürülebilir kârlılık kriterlerini esas alan seçici bir yatırım yaklaşımıyla planlanıyor.

Mağaza sayısı (adet)



2019'da 100'ü aşan mağaza sayısı, 2024–2026'da portföy optimizasyonu ile 142–144 bandında yenilendi.

Hedef: güçlü olunan bölgelerde penetrasyonu artırmak ve lojistik altyapının desteklediği yeni coğrafyalara kontrollü biçimde genişlemek.

2026'da açılan yeni şubeler

Menderes / İzmir

Şubat 2026

Yeşilpınar / Alibeyköy

Şubat 2026

Sefaköy / Küçükçekmece

19 Mayıs 2026

Yeni şubelerde taze meyve–sebze reyonu ve yöresel şarküteri ürünleri öne çıkarılıyor.

Yeni mağaza yatırım kriterleri

Lokasyonun satış potansiyeli · bölgenin demografik ve sosyoekonomik yapısı · rekabet yoğunluğu · kira/ciro dengesi · yatırım büyüklüğü · yatırımın geri dönüş süresi. Faaliyet illeri: İstanbul, İzmir, Kocaeli, Tekirdağ, Edirne.

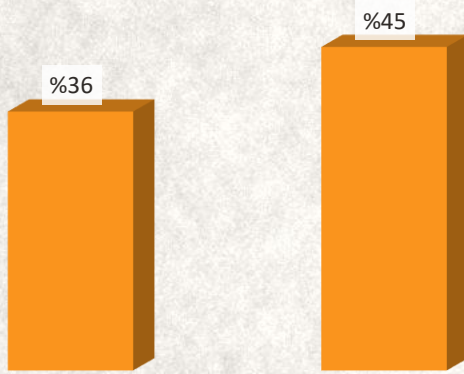
Satış ve Müşteri

Ciro büyümesi ulusal zincirlerin üzerinde



Nielsen'in 2026 yılı ilk yedi aylık verilerine göre ulusal zincirler %36 ciro büyümesi kaydederken KİM Market %45 büyüdü; ulusal zincirler içindeki ciro payı %2,0'dan %2,2'ye yükseldi.

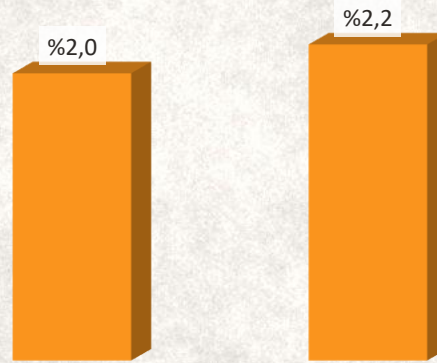
Ciro büyümesi · 2026 ilk 7 ay (%)



Ulusal zincirler

KİM Market

Ulusal zincirler içindeki ciro payı (%)



2025

2026 (ilk 7 ay)

Kaynak: Nielsen, 2026 yılı ilk yedi aylık verileri (şirket kurumsal tanıtım metni).

Mevcut ekonomik koşullar tüketicinin fiyat karşılaştırması ve kampanya takibini belirleyici kılarken, kalite ve güvenilirlik beklentisi önemini koruyor.

Değer önerisi

Rekabetçi fiyatlandırma, etkin kampanya yönetimi, taze ve güvenilir ürün, ihtiyaca uygun ürün çeşitliliği ve erişilebilir mağaza ağı.
Hedef kitle: kalite–fiyat dengesini gözetken, bütçesini etkin kullanan geniş tüketici grubu.

İzlenen göstergeler

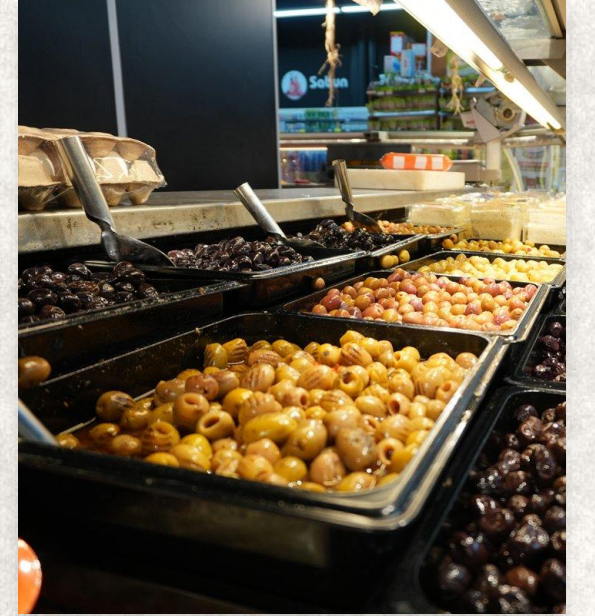
Fiş sayısı · ortalama sepet tutarı · sepet başına ürün adedi · kategori ve kampanya performansı · birebir mağaza satış gelişimi.
Önümüzdeki dönemde ileri analitik, müşteri segmentasyonu ve verinin fiyatlandırma/kampanya yönetiminde daha etkin kullanımı önceliklendiriliyor.

Ürün ve Kategori Yönetimi

Taze gıdada güçlü konum, kategori bazında kârlılık disiplini



Meyve-sebze, et, tavuk ve şarküteri başta olmak üzere taze gıda kategorileri ile temel tüketim ürünleri KİM Market'in en güçlü olduğu alanlar.



Performans göstergeleri

Müşteri trafiğine katkı, fiyat rekabetçiliği, brüt kârlılık, ürün bulunurluğu, stok devir hızı ve fire birlikte değerlendiriliyor.

Uyarlanabilir portföy

Tüketicinin değişen satın alma davranışı ürün ve kategori seviyesinde izleniyor; portföy, kampanya yapısı ve fiyatlama buna göre şekilleniyor.

Hedef

Taze gıdadaki konumu güçlendirmek, ürün portföyünü optimize etmek ve private label payını artırmak; büyüme, kârlılık ve stok verimliliği arasında sürdürülebilir denge.

Kendi Markalarımız

Kim'in ve Kimi: özel markalı ürün gamı ve büyüme alanı



Private label, uzun vadeli büyüme ve farklılaşma stratejisinin önemli unsurlarından biri; kalite–fiyat dengesi, tedarik zinciri kontrolü ve kategori kârlılığı için stratejik büyüme alanı.

~120

Private label ürün · bugünkü portföy

%1,52

Private label ürünlerin toplam satış içindeki payı

Kim'in · gıda

Bakliyat, toz şeker, kuruyemiş, kuru meyve, baharat ve turşu. 2018'de kurulan bakliyat ve kuruyemiş paketleme tesisinde hazırlanıyor.

Stratejik rol

Ulusal markalara alternatif sunmanın ötesinde: kalite–fiyat dengesini gözetten değer önerisi, tedarik zinciri üzerinde artan kontrol, ürün portföyünde farklılaşma ve kategori kârlılığına destek. Hedef, ürün çeşitliliğini ve satış payını artırmak.

Kimi · gıda dışı

Ev temizleyicileri, çamaşır suyu, yumuşatıcı, sıvı sabun, tuvalet kâğıdı, kâğıt havlu ve kullan-at ürün grupları.

Devam eden çalışmalar

Müşteri araştırmaları sonucunda Kim'in ürünlerinin ambalajlarının güncellenmesi kararı alındı; mevcut ambalaj stokları tükendikçe yeni ambalaja geçilecek. Orta vadede mevcut ürün gruplarında çeşitlilik artırılırken yeni kategorilere de girilerek private label portföyünün ve toplam satış içindeki payının artırılması hedefleniyor.

Et Entegre ve Paketleme Altyapısı

İşleme ve paketlemede doğrudan kontrol



Belirli ürün gruplarında işleme ve paketleme süreçleri şirketin kendi operasyonel altyapısında yönetiliyor.

Et entegre tesisi (2010)

Tedarik edilen dana ve kuzu karkas ürünler, kalite ve gıda güvenliği standartları doğrultusunda işlenerek mağazalarda satışa hazır hale getiriliyor. Sevkiyat, soğuk zincir sürekliliği korunarak kendi lojistik ağı üzerinden yapılıyor.

İthal etle birlikte sektörde hem rekabetçi hem kaliteli hizmet sunuluyor; et entegre tesisi bunda etkin rol oynuyor ve et satışlarındaki büyümeyi destekliyor.

Tesisin daha yüksek standartlara taşınması için çalışma başlatıldı; tesis yeni genel merkezin altında yer alacak.

Bakliyat ve kuruyemiş paketleme tesisi (2018)

Ürünler yüksek hacimlerde tedarik edilip şirket bünyesinde paketleniyor; satın alma ölçeğinden daha etkin yararlanma, paketleme süreçleri üzerinde kontrol ve daha verimli maliyet yapısı sağlıyor.



Kalite ve standardizasyon

Ürün kalitesi, izlenebilirlik ve soğuk zincir yönetimi üzerinde etkin kontrol.



Aracı süreçlerin azaltılması

Yüksek hacimli alım gücü ile kendi işleme ve dağıtım kabiliyeti birleşiyor.



Ölçek ve maliyet avantajı

Kapasite kullanımı ve operasyonel verimlilik artırılarak büyüyen mağaza ağıyla birlikte avantaj ileri taşınacak.

Tedarik ve Lojistik

Merkezî satın alma gücü ve kendi lojistik ağı



Hadımköy Lojistik Merkezi (2014) başta olmak üzere İstanbul'da üç, İzmir'de iki depodan oluşan lojistik ağı ve şirket bünyesindeki dağıtım filosuyla meyve-sebze ve kuru gıda operasyonlarına hizmet veriliyor.

5

Depo · İstanbul 3, İzmir 2

35.000 m²

Toplam depo alanı

%68

Kendi lojistik ağı
üzerinden mağazaya
ulaşan ürün payı

62

Araçlık dağıtım filosu
(ticari filo toplamı 154
araç)

Depo ağı · toplam 35.000 m²

İstanbul: Hadımköy lojistik deposu · Kartal hal deposu · Boğazköy hal deposu

İzmir: İzmir hal deposu · İzmir ana depo

Merkezî planlama

Mağaza siparişleri, stok seviyeleri ve sevkiyat planlaması tek merkezden yürütülüyor; stok devir süresi 30 gün.

Satın alma gücü

Merkezî ve peşin alım imkânı tedarik koşullarında avantaj sağlıyor; ölçek büyüdükçe satın alma ve lojistik verimliliği artıyor.

Öncelikler

Depo ve sevkiyat verimliliği · stok optimizasyonu · talep tahmin kabiliyeti · teknoloji destekli tedarik zinciri yönetimi. İzlenen göstergeler: ürün bulunurluğu, stok devir hızı, stok gün sayısı, sipariş karşılama oranı, sevkiyat performansı, fire oranları.



Kaynak: Şirket bilgisi ve kurumsal tanıtım metni; TSRS 2025 Raporu (dağıtım merkezi 11.943 m², ticari filo 154 araç).

Teknoloji ve Dijitalleşme

ERSANPORTAL ve veriye dayalı karar destek sistemleri



Teknoloji, şirket genelinde ölçülebilir, hızlı ve veriye dayalı karar alma kültürünü destekleyen bir dönüşüm alanı olarak ele alınıyor.



ERSANPORTAL şirket içi tanıtım lansmanı - Nisan 2026

ERSANPORTAL

%100 öz kaynakla 11 ayda geliştirildi; Ocak 2026'da kullanıma alındı. İş akışları, görev yönetimi, doküman süreçleri ve onay mekanizmaları tek dijital yapıda; KVKK uyumlu olup geliştirilmesi ve iyileştirilmesi planlanmaktadır.

1

Fiyat ve rakip analizi

Rakip fiyat ve kampanyalarının sistematik takibi, fiyat endeksleri.

2

Otomatik sipariş

Satış, stok ve talep verilerine göre mağaza siparişlerinin otomatik yönetimi; depo otomasyonu.

3

Enerji izleme ve ölçümleme

Mağaza enerji tüketimlerinin analizi, anomali tespiti, ölçümleme, mağaza bazlı performans karşılaştırması.

4

Mağaza teknolojileri

Self-checkout ve akıllı tartım sistemleriyle ödeme ve tartım süreçlerinin hızlandırılması.

5

İş gücü planlaması

Ciro, müşteri trafiği ve kategori yoğunluğuna göre mağaza bazında optimum kadro.

6

Yapay zekâ

Talep tahmin sistemleri, otomatik uyarı mekanizmaları ve karar destek sistemlerinin yaygınlaştırılması planı.

İnsan Kaynakları ve Toplum

Güçlü saha organizasyonu ve toplumsal katkı



Perakendede sürdürülebilir büyümenin temel unsurlarından biri yetişmiş insan kaynağı; şirket istihdama katkısı ve toplumsal sorumluluğu kurumsal kimliğinin parçası olarak tanımlıyor.

2.543

Çalışan · 30.06.2026
(31.12.2025: 2.592)

~%85

Çalışanların mağaza
operasyonlarındaki payı

1.081

6 aylık personel gideri
(mn TL) · 1Y 2025: 962

3,5 mn TL

1Y 2026 bağış ve
yardımlar · üst sınır:
hasılatın %0,3'ü

İnsan kaynakları yaklaşımı

Mağaza yöneticilerinin şirket içinden yetiştirilmesi, çalışan gelişiminin desteklenmesi ve performans odaklı kariyer yapısı. Öncelikler: eğitim ve gelişim programları, performans yönetimi, yeteneklerin şirkette tutulması, veri destekli iş gücü planlaması. Ücretlendirme ve insan kaynakları politikaları kurumsal internet sitesinde yayımlanıyor.

Hikmet Ersan Vakfı (2013)

Ersan kardeşlerin babaları Hikmet Ersan'ın adını yaşatmak amacıyla kurulan vakıf; eğitim, kültür, sağlık ve sosyal yardım alanlarında ihtiyaç sahiplerine hizmet sunuyor ve her yıl binlerce kişiye ulaşıyor. Şirketin bağış ve yardım politikası SPK düzenlemelerine uygun olarak belirlenmiş ve kamuya açıklanmıştır.





02

Finansal Sonuçlar

1 Ocak – 30 Haziran 2026 · TMS 29 uyarınca 30.06.2026 satın alma gücüyle, sınırlı denetimden geçmiş
(Boğaziçi Bağımsız Denetim, 10 Ağustos 2026).

Yönetim Özeti

2026 ilk yarısı rakamlarla



Reel büyüme sürdü, FAVÖK arttı, nakit üretimi güçlendi ve halka arzdan bu yana ilk kâr payı dağıtımı gerçekleşti.

8.832,6

Hasılat (mn TL)

+%12,8 reel

2.110,3

Brüt kâr (mn TL) · marj %23,9

+%9,1 reel

567,9

FAVÖK (mn TL) · marj %6,43

+%10,6 reel

62,2

Mağaza başına 6 aylık hasılat (mn TL)

+%14,4 reel

194,4

Net dönem kârı (mn TL) · marj %2,2

-%20,4 reel

1.021,5

İşletme nakit akışı (mn TL)

+%20,1

1.358,6

Net nakit, kira hariç (mn TL)

Banka kredisi yok

100,0

Dağıtılan brüt kâr payı (mn TL)

Halka arzdan bu yana ilk

Tek cümlede

Şirket reel bazda büyüyor, FAVÖK'ünü artırıyor ve güçlü nakit üretiyor. Esas faaliyet kârı, büyük bölümü nakit çıkışı içermeyen kullanım hakkı amortismanındaki artışın etkisiyle 10,0 mn TL olarak gerçekleşti; net kârdaki gerileme ağırlıklı olarak net parasal pozisyon kazancının 244,0 mn TL'den 53,0 mn TL'ye düşmesinden kaynaklanıyor.

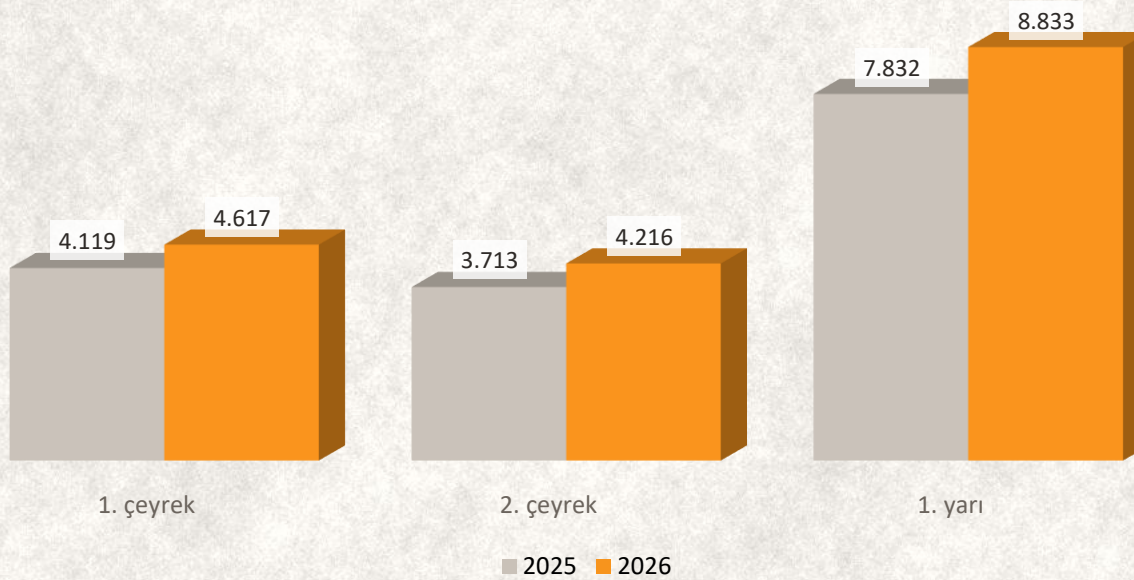
Büyüme

Büyüme mağaza sayısından değil, verimlilikten geliyor



Hasılat enflasyondan arındırılmış olarak %12,8 arttı; ikinci çeyrekte artış %13,5'e yükseldi. Karşılaştırma dönemi 30.06.2026 satın alma gücüne endekslidir.

Hasılat (mn TL, 30.06.2026 satın alma gücüyle)



Dönem	2026	2025	Reel değişim
1. çeyrek	4.616,9	4.119,3	+%12,1
2. çeyrek	4.215,7	3.712,7	+%13,5
1. yarı	8.832,6	7.832,0	+%12,8
Mağaza başına 6 aylık	62,2	54,4	+%14,4

Büyüme taşıyan unsurlar

- Mevcut mağazalarda sepet ve müşteri trafiği artışı
- Özel markalı ürün gamının payındaki genişleme
- E-ticaret platform çeşitlendirmesiyle artan çevrimiçi hacim
- Yıl içinde açılan üç yeni şubenin katkısı
- Merkezî tedarik ve peşin alım avantajı

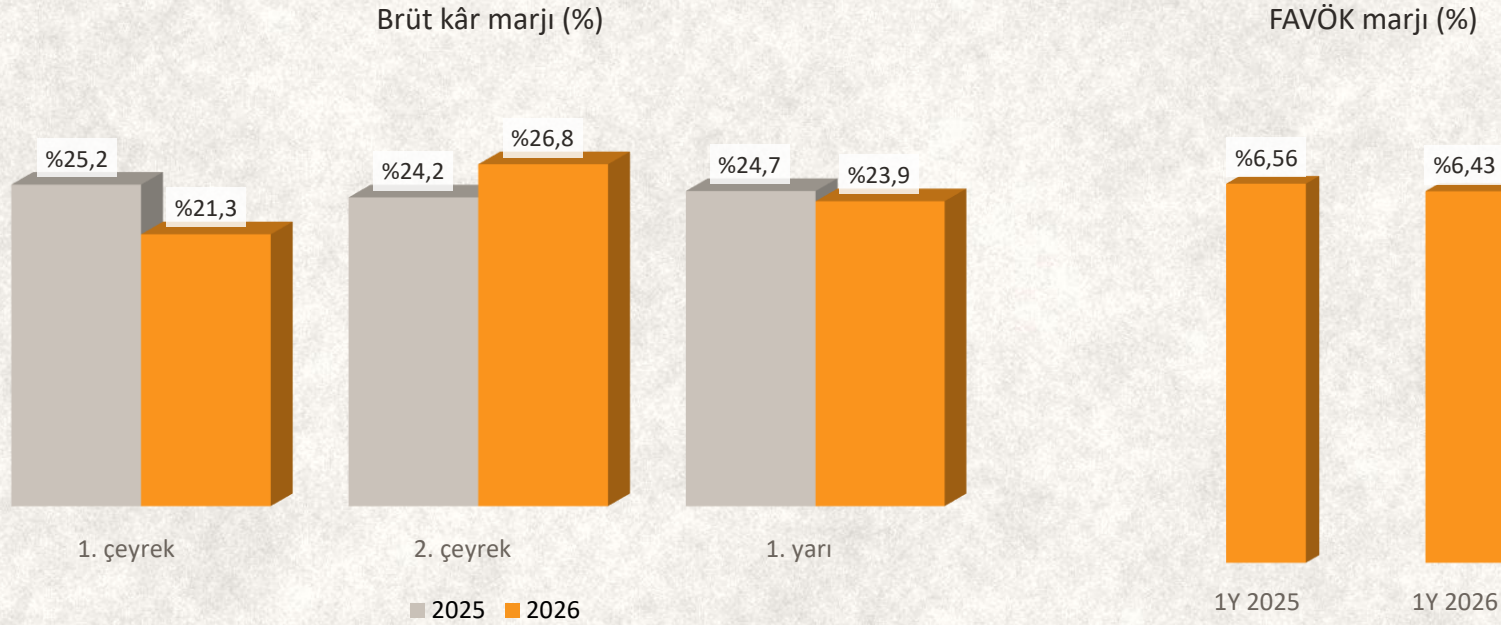
Kaynak: 30.06.2026 ara dönem finansal tablolar (Dipnot 14); mağaza başına hasılat 142 (2026) ve 144 (2025) mağaza üzerinden hesaplanmıştır.

Marj Gelişimi

İkinci çeyrekte brüt marj 2,6 puan yükseldi



İlk çeyrekteki baskının ardından belirgin toparlanma: brüt kâr marjı 2Ç 2026'da %26,8'e çıkarak bir yıl önceki %24,2 seviyesinin üzerine geçti.



1.128,9 mn TL

2Ç 2026 brüt kârı (2Ç 2025: 897,5)
+%25,8 reel

567,9 mn TL

1Y 2026 FAVÖK (1Y 2025: 513,5)
+%10,6 reel

%23,9

1Y 2026 brüt kâr marjı
1Y 2025: %24,7 · 2Ç 2026: %26,8

Marj toparlanmasında merkezî tedarik ve peşin alım gücü, kampanya ve kategori yönetimi ile özel markalı ürün payındaki artış rol oynadı. Yılın ikinci yarısında brüt marjdaki iyileşmenin esas faaliyet kârına yansıtılması öncelikli hedef.

Gelir Tablosu

Özet kâr veya zarar tablosu



1 Ocak – 30 Haziran 2026, milyon TL. Tutarlar 30.06.2026 satın alma gücüyle ifade edilmiştir.

Kalem (mn TL)	1Y 2026	%	1Y 2025	%	Değişim
Hasılat	8.832,6	100,0	7.832,0	100,0	+%12,8
Satışların maliyeti	-6.722,4	-76,1	-5.897,2	-75,3	+%14,0
Brüt kâr	2.110,3	23,9	1.934,8	24,7	+%9,1
Pazarlama, satış ve dağıtım giderleri	-1.721,4	-19,5	-1.472,6	-18,8	+%16,9
Genel yönetim giderleri	-170,5	-1,9	-152,2	-1,9	+%12,0
Esas faaliyetlerden diğer gelir/gider, net	-208,4	-2,4	-188,6	-2,4	+%10,5
Esas faaliyet kârı	10,0	0,1	121,4	1,6	-%91,8
Yatırım faaliyetleri, net	8,3	0,1	2,8	0,0	+%200
Finansman gelir/gideri, net	82,7	0,9	111,2	1,4	-%25,6
Net parasal pozisyon kazancı	53,0	0,6	244,0	3,1	-%78,3
Vergi öncesi kâr	153,9	1,7	479,4	6,1	-%67,9
Dönem vergi gideri / ertelenmiş vergi geliri	-78,9 / +119,3		-79,0 / -156,2		—
Net dönem kârı	194,4	2,2	244,2	3,1	-%20,4
FAVÖK (esas faaliyet kârı + amortisman)	567,9	6,43	513,5	6,56	+%10,6

Okuma notu

Faaliyet giderlerindeki artışın en büyük kalemi, TFRS 16 kapsamındaki kullanım hakkı varlıklarına ilişkin amortismandaki 157,1 mn TL'lik yükseliştir (312,6 → 469,8 mn TL); bu tutar nakit çıkışı içermez. Aynı dönemde FAVÖK %10,6, işletme nakit akışı %20,1 arttı.

Vergi

Ertelenmiş vergi yükümlülüğündeki 123,0 mn TL azalış, ağırlıklı olarak faaliyet kiralalamaları ve duran varlık düzeltmelerine ilişkin geçici farklardan kaynaklandı; toplam vergi etkisi +40,4 mn TL gelir.

Kaynak: Ara dönem finansal tablolar ve dipnotları (KAP, 10.08.2026); 1Y 2026 Faaliyet Raporu.

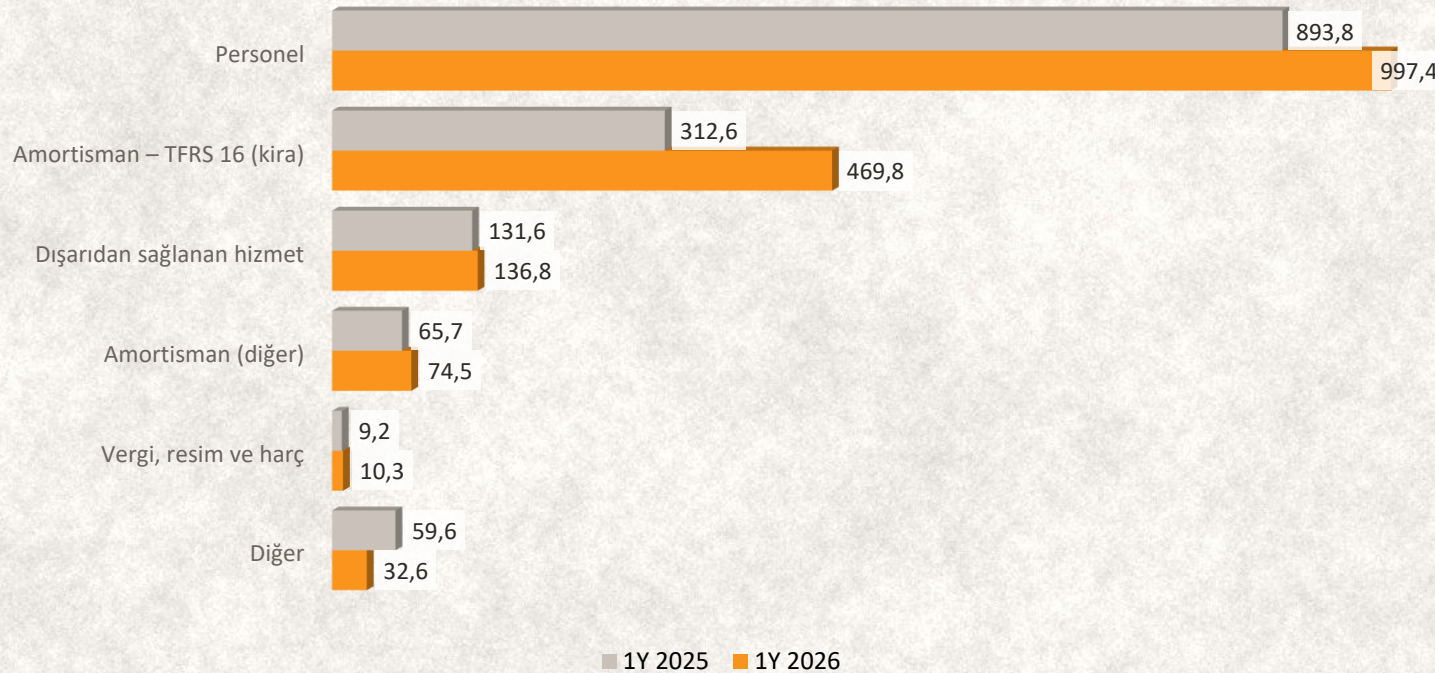
Gider Yapısı

Pazarlama giderlerinin %58'i personel, %27'si kira amortismanı



Pazarlama, satış ve dağıtım giderleri 1.721,4 mn TL; genel yönetim giderleri 170,5 mn TL. Toplam faaliyet giderlerinin hasılatı oranı %20,75'ten %21,42'ye çıktı.

Pazarlama, satış ve dağıtım giderleri kırılımı (mn TL)



+157,1 mn TL

Kullanım hakkı amortismanındaki artış (nakit çıkışı yok)
312,6 → 469,8 mn TL

+118,6 mn TL

Toplam personel giderindeki reel artış (962,3 → 1.081,0)
+%12,3

Yönetimin aksiyonları

Kira sözleşmelerinin yeniden müzakeresi · mağaza portföyü verimliliğinin gözden geçirilmesi · operasyonel gider kalemlerinin kontrolü · personel verimliliği ve süreç iyileştirmeleri. Genel yönetim giderleri: personel 83,5 · dış hizmet 34,0 · vergi/harç 25,2 · amortisman 13,7 · huzur hakkı 4,1 · diğer 10,0 mn TL.

Kaynak: Dipnot 15 – Faaliyet Giderleri.

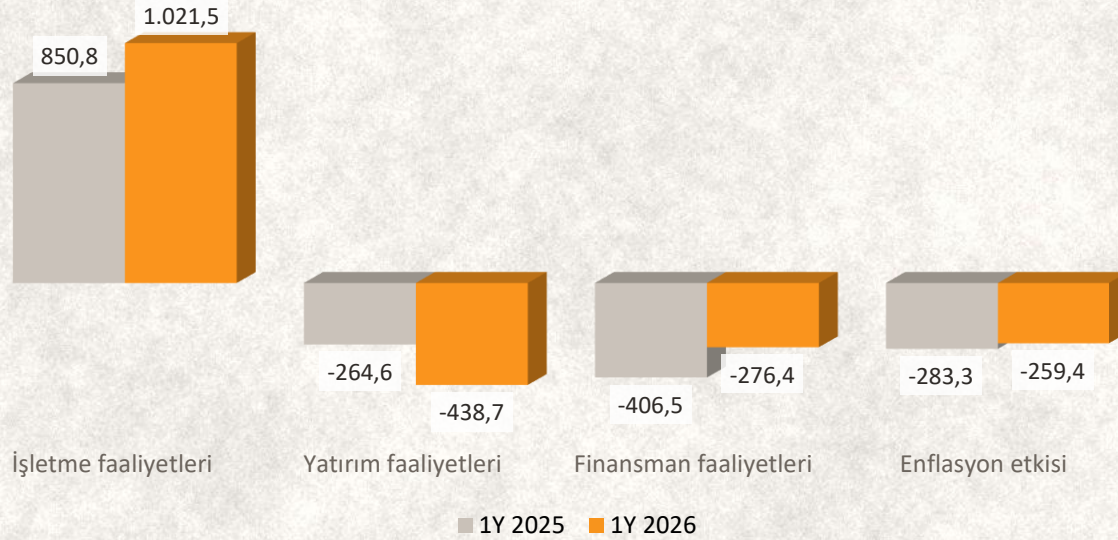
Nakit Akışı

1,02 milyar TL işletme nakit akışı; FAVÖK'ün 1,8 katı



468,7 mn TL yatırım ve 100 mn TL kâr payı ödemesine rağmen dönem sonu nakit mevcudu 1.767,3 mn TL'ye yükseldi.

Nakit akışı özeti (mn TL)



Kaynak: Ara dönem özet nakit akış tablosu; Dipnot 3 ve 18.

Finansman çıkışları: kira ödemeleri 246,2 mn TL, ödenen faiz/komisyon 169,6 mn TL; alınan kâr payı gelirleri +92,5 mn TL.

Nakit akışı (mn TL)	1Y 2026	1Y 2025
İşletme faaliyetleri	1.021,5	850,8
Yatırım faaliyetleri	-438,7	-264,6
Finansman faaliyetleri	-276,4	-406,5
Net artış	306,4	179,8
Enflasyon etkisi	-259,4	-283,3
Dönem sonu nakit	1.767,3	1.878,8

Nakdin değerlendirilmesi

Nakdin 1,03 mr TL'si katılım bankalarında vadeli mevduatta, 636,5 mn TL'si üç aydan kısa vadeli katılım esaslı yatırım fonlarında tutuluyor. Dönemde fon satış ve değerlendirme gelirleri 163,4 mn TL, kâr payı gelirleri 92,5 mn TL. Enflasyon muhasebesi altında faaliyet performansının izlenmesinde FAVÖK ve işletme nakit akışı daha sağlıklı göstergeler sunuyor.

Bilanço

Özet finansal durum tablosu

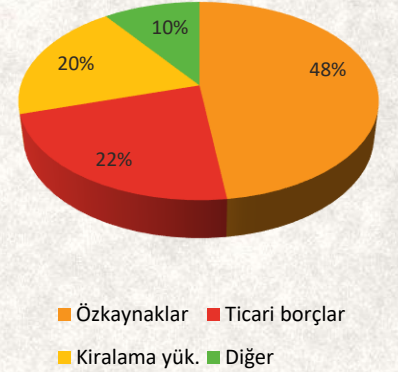


Toplam aktif 10,93 milyar TL; özkaynakların payı %47,9. Yatırım amaçlı gayrimenkullerdeki 360 mn TL'lik artış duran varlıklardaki büyümenin temel belirleyicisi.

Varlıklar (mn TL)	30.06.2026	31.12.2025
Nakit ve nakit benzerleri	1.767,3	1.720,4
Stoklar	1.113,4	1.181,5
Ticari alacaklar	292,7	290,9
Diğer dönen varlıklar	284,3	218,5
Kullanım hakkı varlıkları	3.055,9	3.166,7
Yatırım amaçlı gayrimenkuller	2.165,3	1.805,4
Maddi duran varlıklar	2.151,0	2.155,6
Diğer duran varlıklar	103,6	73,5
Toplam varlıklar	10.933,5	10.612,4

Kaynaklar (mn TL)	30.06.2026	31.12.2025
Ticari borçlar	2.459,4	2.223,0
Kiralama yükümlülükleri (TFRS 16)	2.136,2	2.149,0
Finansal borçlar (kredi kartı)	408,8	362,0
Ertelenmiş vergi yükümlülüğü	292,1	415,1
Diğer yükümlülükler	398,3	308,0
Özkaynaklar	5.238,7	5.155,3
Toplam kaynaklar	10.933,5	10.612,4

Kaynak yapısı



Diğer duran varlıklar: maddi olmayan duran varlıklar, uzun vadeli peşin ödenmiş giderler ve diğer alacaklar. Kaynak: Ara dönem özet finansal durum tablosu.

Ticari borçlardaki 312,4 mn TL artış, negatif işletme sermayesi modeli çerçevesinde tedarikçi vadelerinin kullanılmasından; ertelenmiş vergi yükümlülüğündeki azalış ise kiralama ve duran varlık düzeltmelerine ilişkin geçici farklardan kaynaklanıyor.

Likidite

1,77 mr TL nakit, 1,02 mr TL dönemsel işletme nakit akışı ve banka kredisi bulunmayan yapı, yatırım ve kâr payı kararlarında esneklik sağlıyor.

Borçluluk ve Likidite

Banka kredisi olmayan bilanço

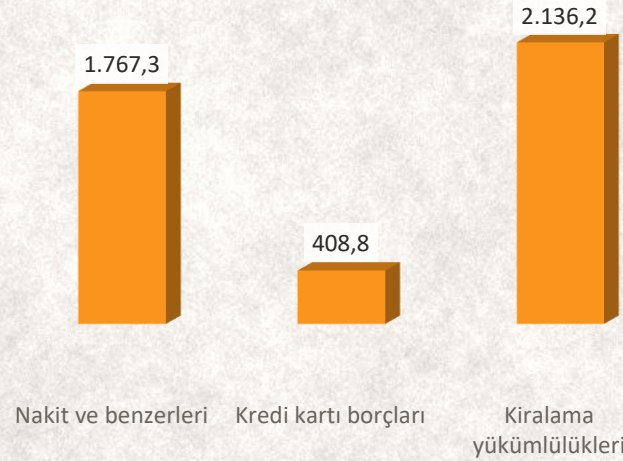


30.06.2026 itibarıyla finansal borcun tamamı kredi kartı (POS) işlemlerinden kaynaklanıyor; 2025 sonunda kalan 7,15 mn TL'lik banka kredisi de kapatıldı.

Net borç hesabı (mn TL)	30.06.2026
Nakit ve nakit benzerleri	1.767,3
Finansal borçlar (kredi kartı)	-408,8
Net nakit (kira hariç)	+1.358,6
Kiralama yükümlülükleri (TFRS 16)	-2.136,2
Net borç (TFRS 16 dahil)	-777,6

Oran	30.06.2026
Cari oran	0,99
Likidite (asit-test) oranı	0,67
Nakit oranı	0,51
Toplam yükümlülükler / özkaynaklar	1,09
Özkaynaklar / aktif toplamı	%47,9
Net borç (TFRS 16 dahil) / yıllıklandırılmış FAVÖK	~0,7x

Nakit ve yükümlülükler (mn TL)



Düşük kaldıraç

Kiralama yükümlülükleri, mağaza portföyünün ağırlıklı olarak kiralık olmasından kaynaklanıyor; TFRS 16 dahil edildiğinde bile net borç yıllıklandırılmış FAVÖK'ün yaklaşık 0,7 katı. Finansal borçların 73,5 mn TL'si katılım, 335,3 mn TL'si konvansiyonel bankalardan.

Kur riski

Yabancı para yükümlülük yok; 9,71 mn USD ve 57 bin EUR net varlık pozisyonu. %10'luk kur hareketinin vergi öncesi kâra etkisi $\pm 45,5$ mn TL.

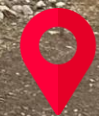
Teminat ve davalar

Kendi tüzel kişiliği adına verilen TRİ 170,2 mn TL; üçüncü kişiler lehine TRİK yok. Aleyhe davalar için 9,7 mn TL karşılık ayrıldı.

03

Yatırımlar ve Sürdürülebilirlik

Sermaye tahsisi, gayrimenkul portföyü, güneş enerjisi santralleri ve TSRS kapsamında iklim stratejisi.



Manisa GES

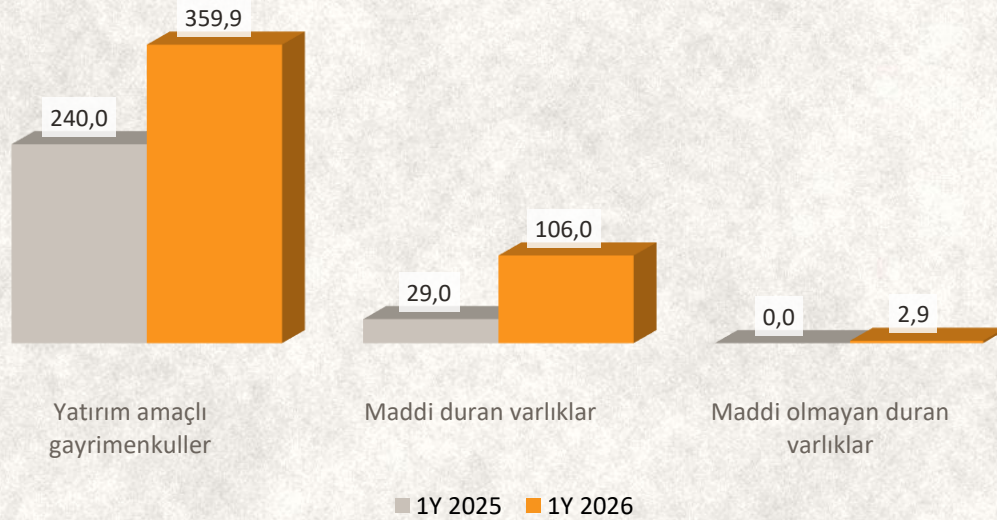
Yatırımlar

Dönem yatırımları: 468,7 milyon TL, bir yıl öncesine göre %74 artış



Enflasyonist ortamda değer koruma önceliğiyle yatırımların ağırlığı gayrimenkul portföyünde yoğunlaştı; mağaza demirbaş yenilemeleri ve filo yatırımları sürdü.

Yatırım harcamaları (mn TL)



Gayrimenkul portföyü

Portföy 2025 sonundaki 1,81 mr TL'den 2,17 mr TL'ye yükseldi; toplam aktifin %19,8'i. Maliyet bedeliyle taşındığı için gerçeğe uygun değer artışları gelir tablosuna yansımıyor.

Yatırım kalemi (mn TL)	1Y 2026	1Y 2025
Yatırım amaçlı gayrimenkuller	359,9	240,0
Maddi duran varlıklar	106,0	29,0
— taşıt	50,5	13,4
— demirbaş	36,7	10,4
— özel maliyet	18,8	4,2
Maddi olmayan duran varlıklar	2,9	—
Toplam	468,7	269,0

Yeni genel merkez ve filo

Şirket merkezi Bağcılar'daki yeni adresine taşındı (tescil 29.07.2026); merkez fonksiyonlar tek lokasyonda toplandı. Dönemde 39,0 mn TL brüt defter değerli taşıt elden çıkarılırken 50,5 mn TL yeni taşıt yatırımı yapıldı; duran varlık satışlarından 30,0 mn TL nakit girişi sağlandı.

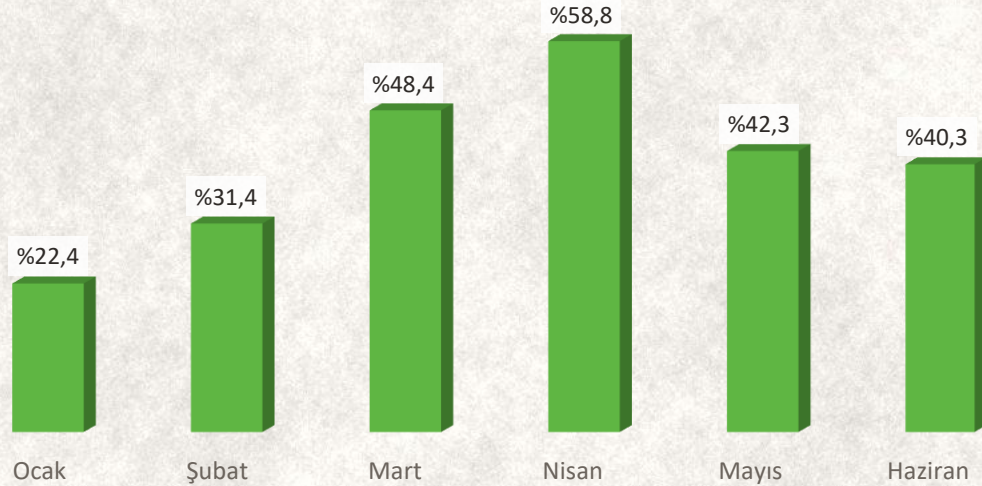
Enerji

Kendi elektriğinin %40'ını üreten perakendeci



Manisa/Demirci (7.000 kWp / 5.000 kWe) ve Van/Gürpınar (5.997 kWp) güneş enerjisi santralleri aktif üretimde; toplam kurulu güç yaklaşık 13 MWp.

GES üretiminin elektrik tüketimini karşılama oranı - 2026 (%)



Van/Gürpınar tesisi VEDAŞ bağlantı anlaşmaları ve EPDK mevzuatı çerçevesinde işletiliyor. Şebekeye verilen ve şebekeden alınan enerjiye uygulanan birim fiyatlar farklı olduğundan mahsuplaşma birebir eşit finansal etki yaratmıyor.



Manisa/Demirci GES - 7.000 kWp

%40,1

6 aylık karşılama oranı (2025 yılı: %36,3)
2Ç: %45,4 · Nisan: %58,8

59,7 mn TL

6 aylık elektrik tüketim faturası; 23,9 mn TL öz üretim

≈6.396 t CO₂

İki GES'in yıllık toplam önlenen salımı*

GES yatırımları özkaynaklarla finanse edildi; elektrik fiyat oynaklığına ve olası karbon maliyeti geçişlerine karşı şirketin en önemli iklimle ilgili fırsat yatırımı olarak değerlendiriliyor. Karşılama oranının yükseltilmesi 2026 ikinci yarı önceliklerinden.

* Toplam iki tesisten oluşur: Van/Gürpınar 2.951 t CO₂ (yıllık 7.304 MWh üretim) + Manisa/Demirci ≈3.445 t CO₂ (Van verisinden kurulu güç oranıyla, 7.000 / 5.997 kWp, hesaplanmıştır).

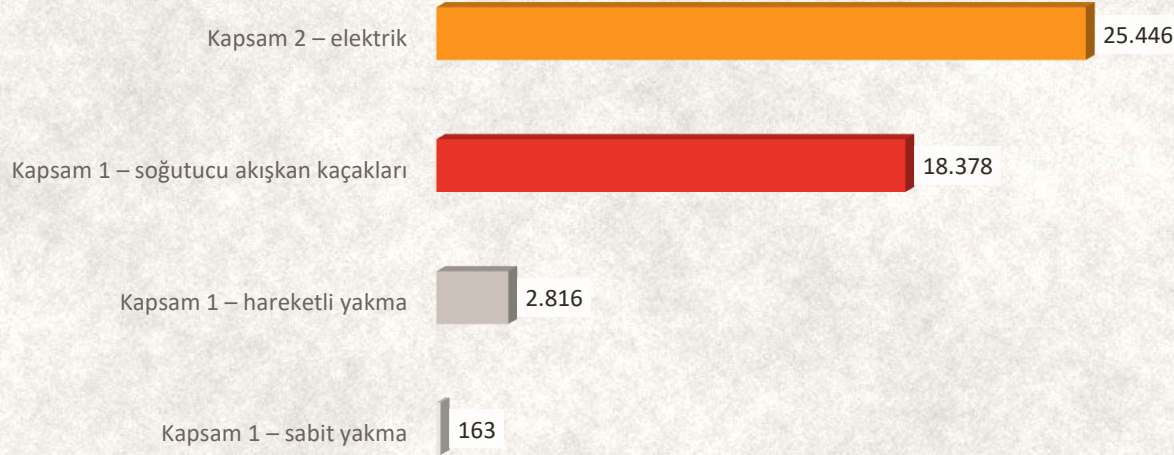
Sürdürülebilirlik · TSRS

TSRS 2025: sera gazı envanteri ve azaltım yaklaşımı



2025 TSRS Sürdürülebilirlik Raporu (Ventera sınırlı güvence, 6 Ağustos 2026): 2025 yılı Kapsam 1+2 emisyonları 46.803 tCO₂e. 2025 baz yıl kabul edilerek kademeli azaltım ve uzun vadede mutlak sıfır hedefi açıklandı; hedef brüt azaltım esaslı, karbon kredisi planlanmıyor.

2025 sera gazı envanteri · kaynak bazında (tCO₂e)



Kaynak: 2025 TSRS Uyumlu Sürdürülebilirlik Raporu, Tablo 13–15. 2024 verileri sınırlı kapsamda olduğundan karşılaştırılabilir değildir; 2025 baz yıl kabul edilmiştir.

Kapsam 3 emisyonları geçiş muafiyeti kapsamında bu dönemde raporlanmıyor.

2025 envanteri (tCO ₂ e)	Tutar
Kapsam 1 – hareketli yakma	2.816
Kapsam 1 – sabit yakma	163
Kapsam 1 – kaçak (soğutucu akışkan)	18.378
Kapsam 1 toplam	21.357
Kapsam 2 – elektrik (lokasyona dayalı)	25.446
Toplam Kapsam 1 + 2	46.803

Azaltım kaldıraçları

GES üretiminin tam yıl katkısı · mağaza enerji verimliliği (LED, verimli soğutma, otomasyon) · düşük GWP'li soğutucu akışkan dönüşümü ve kaçak yönetimi · lojistik rota ve yakıt verimliliği · tüketim verisi izleme. Karbon kredisi kullanımı planlanmıyor; hedef brüt azaltım esaslı. Operasyonel enerji tüketimi 213.972 GJ; şebeke elektriği payı %98,6.

İklim Stratejisi ve ESG

Üç eksen: azaltım, adaptasyon, iş modeli dönüşümü



Sürdürülebilirlik Komitesi 24 Eylül 2025'te doğrudan Yönetim Kurulu'na bağlı olarak kuruldu; iklim riskleri kurumsal risk yönetimiyle aynı skor metodolojisiyle izleniyor.

Azaltım

Satın alınan elektriğin yenilenebilir üretimle dengelenmesi; mağaza ve lojistikte enerji verimliliği; soğutucu akışkan yönetimi (bakım disiplini, sızıntı kontrolü).

Adaptasyon

Tüm mağazaları kapsayan sigorta; doğrudan mağazaya teslimat ve alternatif sevkiyat güzergâhları; jeneratör ve yedek soğutma kapasitesi; meteorolojik erken uyarı entegrasyonu.

İş modeli dönüşümü

Fire ve gıda israfı yönetimi (ürün grubu bazlı izleme, talep tahmini, gıda bankalarına yönlendirme); Kim'in ve Kimi'de geri dönüştürülebilir ambalaj; tedarikçi çevresel değerlendirme.

Fiziksel riskler

Aşırı hava olayları (akut); sıcak hava dalgaları ve kuraklık kaynaklı tarımsal arz riski (kronik). 2025'te finansal tablolara yansıyan önemli bir hasar tespit edilmedi.

Geçiş riskleri ve fırsatlar

F-gaz düzenlemeleri ve soğuk zincir dönüşümü (risk); sürdürülebilir ürünlere kayan tüketici tercihi ve GES üretimi (fırsat).

Senaryo analizi

RCP 4.5 ve RCP 8.5 altında iş modelinin uygulanabilirliğini koruduğu değerlendiriliyor; RCP 8.5'te dayanıklılık soğuk zincir ve altyapı yatırımlarına bağlı.

Yönetişim

Yönetim Kurulu · Sürdürülebilirlik Komitesi (yılda en az 4 toplantı) · Riskin Erken Saptanması Komitesi (yılda en az 6 toplantı) · Denetim Komitesi. Etik Kurallar (2023) ve Sürdürülebilirlik Politikası yürürlükte; sıfır tolerans rüşvet ve yolsuzluk politikası.

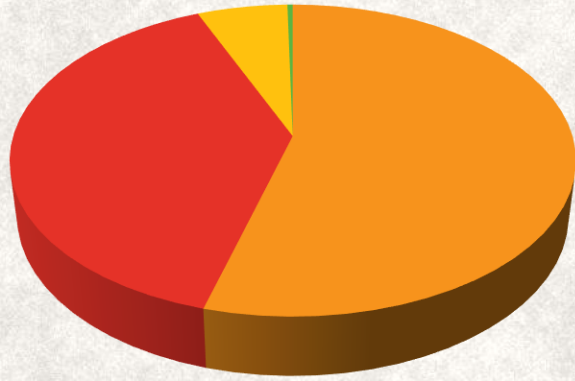
Sürdürülebilirlik · TSRS

TSRS 2025: kapsam, sektörel metrikler ve güvence



İkinci TSRS raporlama yılı; TSRS 1 ve TSRS 2 ile Sektör Bazlı Rehberlik Cilt 22 (Gıda Perakendecileri) esas alındı. Ventera Bağımsız Denetim sınırlı güvence raporu 6 Ağustos 2026 tarihli.

2025 emisyon envanteri (%) · 46.803 tCO₂e



- Kapsam 2 – elektrik (%54,4)
- Kapsam 1 – soğutucu akışkan kaçakları (%39,3)
- Kapsam 1 – hareketli yakma (%6,0)
- Kapsam 1 – sabit yakma (%0,3)

En büyük iki kaynak: satın alınan elektrik (%54) ve soğutucu akışkan kaçakları (%39). Düşük GWP'li soğutucu dönüşümü ve GES katkısı ana azaltım kaldıraçları.

Sektörel metrik (TSRS 2 – Cilt 22)	2025
Soğutucu akışkan kaynaklı Kapsam 1 emisyonu (tCO ₂ e)	18.378
Sıfır ozon tüketme potansiyelli soğutucu payı	%100
Tüketilen operasyonel enerji (GJ)	213.972
Şebeke elektriği payı	%98,64
Perakende satış yeri / dağıtım merkezi (adet)	144 / 1
Satış alanı / dağıtım merkezi alanı (m ²)	79.345 / 11.943
Ticari filodaki araç sayısı	154

Senaryo analizi ve dayanıklılık

RCP 4.5 (+2,7°C; sel ~1/20 yıl) ve RCP 8.5 (+4,3°C; sel ~1/10 yıl) patikaları. İş modeli her iki senaryoda uygulanabilirliğini koruyor; RCP 8.5'te dayanıklılık soğuk zincir, altyapı, sigorta ve tedarikçi çeşitlendirmesine bağlı (koşullu). 2025'te finansal tablolara yansıyan iklim kaynaklı önemli hasar veya değer düşüklüğü tespit edilmedi.

Raporlama çerçevesi

Raporlayan işletme: tüm mağazalar, soğuk zincir, Hadımköy lojistik merkezi ve bakliyat–kuruyemiş tesisi, iki GES, genel merkez. Operasyonel kontrol yaklaşımı; GHG Protokolü; AR6 GWP katsayıları. Kapsam 2 lokasyona dayalı; GES üretimi şebekeye satıldığından tüketimden mahsup edilmiyor. Kapsam 3 geçiş muafiyeti kapsamında raporlanmadı. Karbon kredisi ve iç karbon fiyatı uygulanmıyor.

2025 yatırım programı 667,6 mn TL; teşvik geliri 15,6 mn TL; GES yatırımları özkaynakla finanse edildi.

TSRS 2 uyarınca iklim etkileri nicel olarak ayrıştırılamadığından parasal tutar açıklanmadı; etkilenmesi muhtemel finansal tablo kalemleri dipnot referanslarıyla eşleştirildi.

Yönetişim

Sürdürülebilirlik Komitesi (24.09.2025, YK kararı 2025/15) doğrudan Yönetim Kurulu'na bağlı; yılda en az dört toplantı, üç aylık ÇSY veri gözden geçirmesi, yıllık ilerleme raporu.

Risk metodolojisi

Etki (1–5) × olasılık (1–5) skoru: 20–25 kritik, 15–19 yüksek, 9–14 orta. RESK ile koordinasyon; iklim riskleri kurumsal risklerle aynı skorla izleniyor.

Güvence

Ventera Bağımsız Denetim A.Ş. – GDS 3000 ve GDS 3410 uyarınca sınırlı güvence (6 Ağustos 2026). 2025 ve 2026 raporları için Genel Kurul onayı (13.05.2026).

Finansal tablo kalemi	Dipnot	İklim riski / fırsatı bağlantısı
Hasılat	19	Aşırı hava kaynaklı mağaza erişim kesintileri (risk); sürdürülebilir ürün talebi (fırsat)
Satışların maliyeti	19	Tarımsal arz daralması ve tedarikçi maliyet geçişleri ('iklim enflasyonu'); fire yönetimi
Pazarlama giderleri	20	Soğutma yükü kaynaklı elektrik, akaryakıt ve bakım giderleri; GES dengeleyici etki
Stoklar	9	Soğuk zincir kesintileri ve aşırı hava olaylarında değer düşüklüğü ve fire riski
Maddi duran varlıklar	12	GES, soğutma/aydınlatma ekipmanı, düşük GWP dönüşümü; akut hasar riski
Yatırım amaçlı gayrimenkuller	10	Lokasyon bazlı fiziksel risk profili
Kullanım hakkı varlıkları	14	Kiralık mağaza ağı lokasyon kararlarında esneklik sağlıyor
Yatırım nakit çıkışları	NAT	GES, enerji verimliliği, soğutma altyapısı ve adaptasyon harcamaları

Nicel açıklama yapılmama gerekçesi (TSRS 2)

Etkiler ayrı ayrı belirlenemiyor; enflasyon, kur ve talep gibi makro değişkenlerden güvenilir biçimde ayrıştırılamıyor; tahminlerdeki ölçüm belirsizliği çok yüksek. Buna karşın 2025'te GES üretimi elektrik faturalarını %36,28 oranında dengeledi; 2026 için finansal tablolarda maddi bir düzeltme beklenmiyor. Dipnot numaraları 31.12.2025 finansal tablolarına aittir.

04

Ortaklık, Yönetişim ve Kâr Payı

Sermaye yapısı, yönetim kurulu ve komiteler, pay geri alımı, temettü ve katılım finansı ilkelerine uyum.

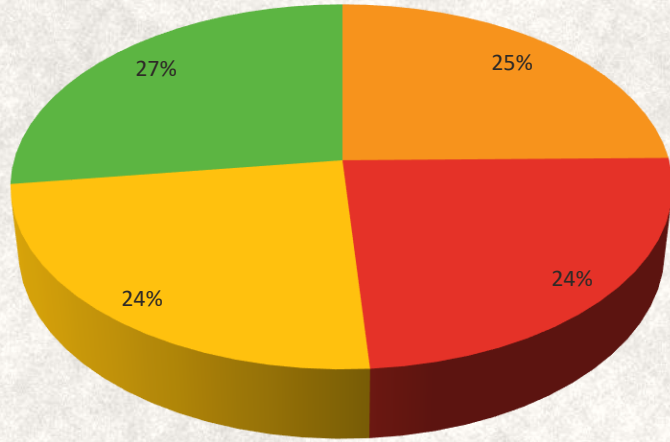
Sermaye ve Ortaklık

Ortaklık yapısı



240 mn TL ödenmiş sermaye; 875 mn TL kayıtlı sermaye tavanı 2025–2029 dönemi için yenilendi (13.05.2026 Genel Kurul, tescil 22.05.2026).

Ortaklık yapısı (%) · 30.06.2026



■ Ergin Ersan ■ Erol Ersan ■ Ercan Ersan ■ Halka açık kısım

Ortak	Pay tutarı (TL)	Oran
Ergin Ersan	59.500.000	%24,791
Erol Ersan	57.750.000	%24,063
Ercan Ersan	57.750.000	%24,063
Halka açık kısım	65.000.000	%27,083
Toplam	240.000.000	%100,00

Pay grupları

Üç ortağa eşit dağıtılmış 5.250.000 adet nama yazılı A Grubu pay bulunuyor. Oyda, kârda ve tasfiyede imtiyaz yok; imtiyaz, genel kurula önerilecek yönetim kurulu adaylarının yarısını belirleme hakkıyla sınırlı. B Grubu paylar hamiline yazılı ve serbestçe devredilebilir.

Pay geri alımı

2023'te başlatılıp 01.01.2024'te sonlandırılan program kapsamında 1.448.847 adet pay ortalama 5,344 TL'den (toplam 7,74 mn TL) geri alındı.

27.02.2026'da 100.000 adet pay ortalama 15,12 TL'den satıldı; 977,6 bin TL satış kârı özkaynaklara yansdı.

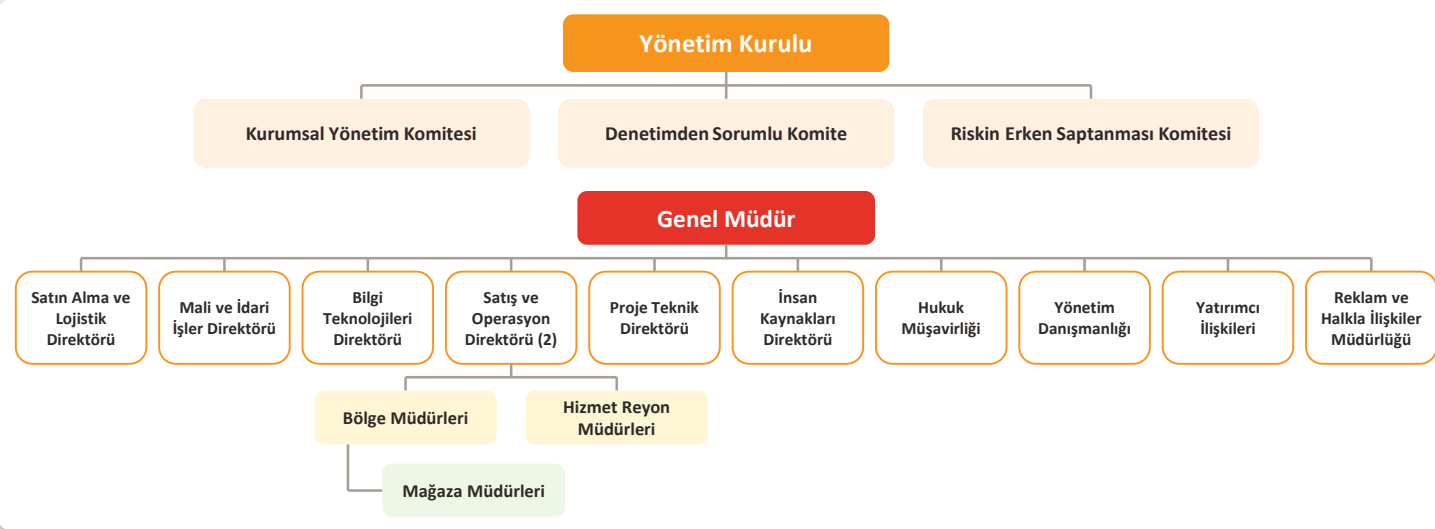
Şirket elindeki pay 1.348.847 adet (sermayenin %0,562'si). 2Ç 2026'da ilave işlem yapılmadı.

Kurumsal Yönetim

Yönetim kurulu, komiteler ve yatırımcı ilişkileri



Altı kişilik yönetim kurulunun iki üyesi bağımsız; Yönetim Kurulu Başkanı ile Genel Müdür farklı kişiler. Komiteler SPK düzenlemeleri doğrultusunda oluşturuldu.



Organizasyon şeması · 1Y 2026 Faaliyet Raporu; birim adları güncellendi

67

YK toplantısı · 1Y 2026

%92,04

Toplantılara katılım

3

Komite: Denetim,
Kurumsal Yönetim, RESK

2

Bağımsız üye

Not: Tablodaki 'Bağımsız Üye · ... Başkanı' ifadeleri komite başkanlıklarını gösterir (kurumsal yönetim uyum raporu, Bölüm 5.3).

Üye	Görevi
Erol Ersan	Yönetim Kurulu Başkanı
Ergin Ersan	Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı
Ercan Ersan	Yönetim Kurulu Üyesi – Genel Müdür
Hikmet Cem Ersan	Yönetim Kurulu Üyesi
Ali Zırılı	Bağımsız Üye · RESK Başkanı
Prof. Dr. Öz Seçer	Bağımsız Üye · Denetim ve Kurumsal Yönetim Komiteleri Başkanı

Yatırımcı ilişkileri ve bilgilendirme

Tam zamanlı Yatırımcı İlişkileri Yöneticisi (SPK Düzey 3 ve Kurumsal Yönetim Derecelendirme lisanslı) Kurumsal Yönetim Komitesi üyesi. Ara dönem raporları KAP'ta ve kimmarket.com'da yayımlanıyor; genel kurul ilanları asgari üç hafta önceden yapılıyor. Üyeler 18.04.2025'te üç yıl için seçildi.

Kâr Payı

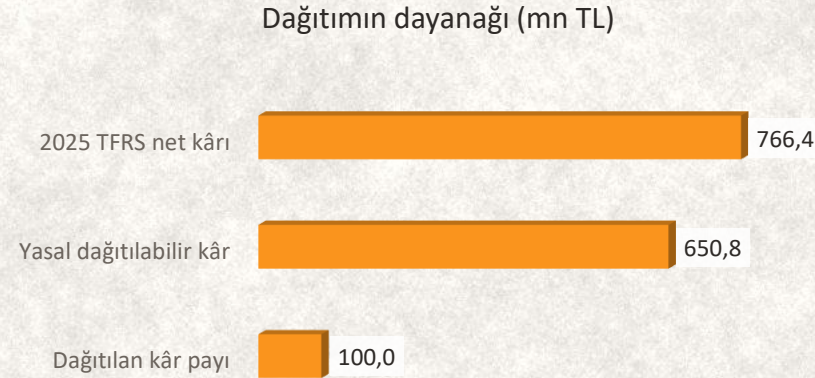
Halka arzdan bu yana ilk nakit kâr payı: 100 milyon TL brüt



13.05.2026 tarihli Olağan Genel Kurul kararıyla 2025 yılı kârından iki eşit taksitte nakit kâr payı dağıtımına başlandı.



Kâr payı özeti	Değer
Toplam brüt tutar	100.000.000 TL
Pay başına brüt	0,4166666 TL
Pay başına net (%15 stopaj)	0,3541666 TL
2025 TFRS net kârı	766,4 mn TL
Yasal kayıtlara göre net dağıtılabilir kâr	650,8 mn TL
Dağıtım oranı (TFRS / yasal)	%13,0 / %15,4



Kâr dağıtım politikası

SPK II-19.1 çerçevesinde hazırlanan politika 28.04.2022 Genel Kurulu'nda onaylandı. Kârda imtiyaz yok; kâr payı tüm paylara eşit dağıtılır. Nakdin önemli bölümünün bilançoda tutulması, büyüme ve yatırım esnekliğini korumaya yönelik bir tercih.

Dağıtım tamamlandı

2. taksit 30 Eylül 2026'da ödendi; 2025 yılı kârından dağıtılan 100 mn TL brüt kâr payının tamamı pay sahiplerine ulaştı. Kâr payı ödemeleri üzerinden Gelir Vergisi Kanunu uyarınca %15 stopaj uygulanıyor.

Katılım Finansı

KAFİF: üç oranda da rehber sınırlarının altında



2026/6 aylık KAFİF, 30.06.2026 tarihli sınırlı denetimden geçmiş finansal tablolar esas alınarak TKBB rehberine göre hazırlandı; uygun olmayan gelir, varlık ve borç oranları sınırların çok altında.

KAFİF oranları (%) · 30.06.2026



Uygun olmayan gelir: bütün ürünleri perakende satışı 333,5 mn TL (toplam gelirlerin %3,62'si; %5 eşiği için azami 460,9 mn TL).
Kaynak: KAFİF 2026/6 aylık bildirim.

Nihai beyan için KAP'ta yayımlanan formun aslı esas alınmalıdır.

Nakdin dağılımı (mn TL)	Tutar
Katılım bankaları – vadeli ve vadesiz mevduat	1.032,6
Katılım esaslı yatırım fonları	636,5
Konvansiyonel bankalar – vadesiz mevduat	3,5
POS alacakları	25,6
Kasa ve yoldaki para	69,1
Toplam	1.767,3

Nakit yönetimi fiilen katılım esaslı

Vadeli mevduatın tamamı katılım bankalarında; yatırım fonlarının tamamı katılım esaslı (konvansiyonel bankalar nezdinde izlenen 376,2 mn TL dahil, şirket teyidi). Banka kredisi yok; kredi kartı borçlarının (408,8 mn TL) tamamı ihtiyatlılık gereği uygun olmayan borç olarak sunuldu. Kiralama yükümlülüklerinin tamamı katılım esaslı.

Katılım Finansı • Detay

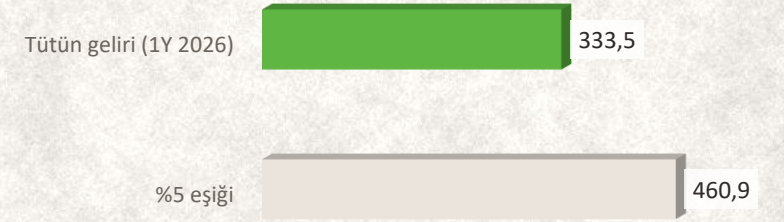
KAFİF hesaplama özeti ve mutabakat



2026 – 2. üç aylık bildirim; esas sözleşme, imtiyaz ve faaliyet kontrollerinin tamamı 'Hayır' (uygun). Tutarlar milyon TL.

Hesaplama kalemi	Tutar	Oran / sınır
Toplam gelirler (hasılat + diğer + finansman + yatırım gelirleri)	9.217,1	
Uygun olmayan gelir: tütün ürünleri perakende satışı	333,5	%3,62 / %5
%5 eşiğine denk gelen azami tütün geliri	460,9	marj: 127,3
Toplam varlıklar	10.933,5	
Nakit, fon ve finansal yatırımlar (5F) – tamamı uygun (5G)	1.768,0	%0,0 / %33
Borçlanmalar, kiralama ve diğer borçlar (6I)	2.611,0	
Uygun sayılan: kiralama (katılım) 2.136,2 + diğer borçlar 66,1 (6J)	2.202,3	
Uygun olmayan borç: kredi kartı borçları (ihtiyatlılık)	408,8	%3,74 / %33

Tütün geliri ve %5 eşiği (mn TL)



Varlık tarafı

Vadeli mevduatın tamamı katılım bankalarında; yatırım fonlarının tamamı katılım esaslı (376,2 mn TL konvansiyonel bankalar nezdinde izlenen fonlar dahil, şirket teyidi). POS alacakları ve kasa uygun varlık.

Borç tarafı ve öneri

Kredi kartı borcunun faiz unsuru içermeyen kısmı ayrıştırılmadığından tamamı uygun olmayan borç sayıldı. Yalnızca konvansiyonel banka kısmı sayılıyorsa oran %3,07 olurdu; muhasebe sisteminde bu ayrımın kurulması öneriliyor.

TMS 29 mutabakatı

31.12.2025 KAFİF bildirimindeki tutarlar ile 30.06.2026 tablolarındaki karşılaştırmalı tutarlar arasındaki ~1,1776 katsayı farkı enflasyon düzeltmesinden kaynaklanıyor; kalemler birebir örtüşüyor. Kısa/uzun vadeli borçlanma satırlarının kiralama yükümlülüklerini kapsadığı teyit edildi.



05

Görünüm

2026 takvimi, beş yıllık büyüme stratejisi ve yönetimin odak alanları.

2026 Takvimi

Yıl içinde öne çıkan gelişmeler



1 Ocak – Eylül 2026 dönemindeki başlıca kurumsal gelişmeler ve beklenen adımlar.

● Ocak	ERSANPORTAL kurum içinde kullanıma alındı	● 30 Haziran	Kâr payı 1. taksit ödemesi
● Şubat	Menderes (İzmir) ve Yeşilpınar (Alibeyköy) şubeleri açıldı	● 29 Temmuz	Yeni genel merkez adresinin (Bağcılar) tescili
● 27 Şubat	Geri alınan paylardan 100.000 adedin satışı	● 6–10 Ağustos	2025 TSRS güvence raporu; 1Y 2026 finansal rapor, faaliyet raporu ve KAFİF KAP'ta
● Nisan	ERSANPORTAL lansmanı; kâr payı dağıtım önerisi duyuruldu	● 30 Eylül	Kâr payı 2. taksit ödemesi
● 13 Mayıs	Olağan Genel Kurul: kâr payı kararı, kayıtlı sermaye tavanı yenilemesi	● Kasım	3Ç 2026 finansal raporunun kamuya açıklanması (beklenen)
● 19 Mayıs	Sefaköy (Küçükçekmece) şubesi açıldı		

Kırmızı: gerçekleşen · Gri: planlanan/beklenen



Büyüme Stratejisi

Beş yıllık plan: kontrollü büyüme, verimlilik, sürdürülebilir kârlılık



Büyüme; birebir reel satış gelişimi, mağaza kârlılığı, kira/ciro dengesi, yatırım geri dönüş süresi, stok verimliliği, gider yönetimi ve nakit yaratma kapasitesiyle birlikte değerlendiriliyor.

1

Güçlü operasyonel temel

Uzun yıllara dayanan mağazacılık deneyimi, taze gıda yetkinliği, merkezî satın alma gücü, İstanbul–İzmir merkezli lojistik altyapısı ve şirket içi teknik yetkinlikler.

2

Ölçek ve penetrasyon

Mevcut pazarlarda mağaza yoğunluğunu artırma, yeni coğrafyalara seçici genişleme, private label penetrasyonu ve artan ölçeğin satın alma–lojistik verimliliğine dönüştürülmesi.

3

Teknoloji ve veri

Veri analitiği ve otomasyon yatırımlarıyla ölçülebilir, verimli ve ölçeklenebilir süreçler; büyüyen ağı daha etkin yönetimi ve güçlü karar alma.

Mağaza ağı

Güçlü bölgelerde penetrasyon; lojistik altyapısının desteklediği yeni coğrafyalara kontrollü genişleme

Private label

Ürün çeşitliliğinin ve toplam satış içindeki payın artırılması (bugün ~120 ürün, %1,52)

Ölçek verimliliği

Artan ölçeğin satın alma ve lojistik tarafında daha yüksek verimliliğe dönüştürülmesi

İklim

2025 baz yılına göre kademeli emisyon azaltımı; uzun vadede mutlak sıfır; ESG göstergelerinin düzenli raporlanması

2026 ikinci yarı odak alanları

Kira sözleşmelerinin yeniden müzakeresi · brüt marjdaki iyileşmenin esas faaliyet kârına yansıtılması · mağaza başına verimlilik · personel verimliliği · Kim'in ambalaj yenilemesi ve ürün gamı · e-ticaret ve ERSANPORTAL üzerinden süreç verimliliği · GES karşılama oranının yükseltilmesi · büyüme stratejisine uygun yeni mağaza yatırımları.

Ek 1 · Pay Başına Veriler

Pay başına veriler ve temel oranlar



30.06.2026 itibarıyla, 240 milyon adet pay üzerinden.

Pay başına veriler (TL)	Değer
Pay başına kazanç (1Y 2026)	0,81
Pay başına kazanç (1Y 2025)	1,02
Pay başına defter değeri	21,83
Pay başına net nakit (kira hariç)	5,66
Pay başına brüt kâr payı (2026)	0,4166666
Pay başına net kâr payı (%15 stopaj sonrası)	0,3541666

Hesaplama notları

Pay başına defter değeri: 5.238,7 mn TL özkaynak / 240 mn pay. Pay başına net nakit: 1.358,6 mn TL / 240 mn pay. Pay başına kazanç, dönem net kârının 240.000.000 adet paya bölünmesiyle hesaplanmıştır. Tam tablolar ve dipnotlar için KAP'ta yayımlanan ara dönem finansal raporun tamamı esas alınmalıdır.

Temel oranlar	Değer
Hasılat büyümesi (reel)	%12,8
Brüt kâr marjı (1Y / 2Ç)	%23,9 / %26,8
FAVÖK marjı	%6,43
Net kâr marjı	%2,2
İşletme nakit akışı / FAVÖK	1,8x
Özkaynak / toplam aktif	%47,9
Net nakit (kira hariç) / özkaynak	%25,9
Nakit dönüşüm süresi	-30 gün



Ek 2 · İkinci Çeyrek Sonuçları

2Ç 2026: hasılat %13,5, brüt kâr %25,8 arttı

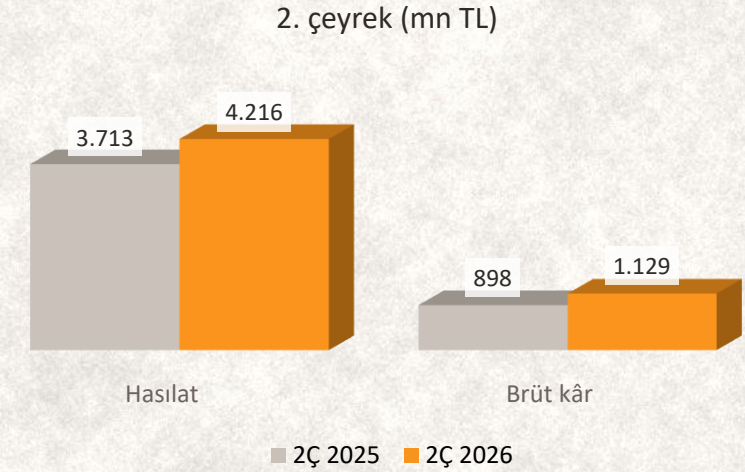


1 Nisan – 30 Haziran 2026 sonuçları (mn TL) ve faaliyet raporundaki oran analizi.

Kalem (mn TL)	2Ç 2026	2Ç 2025	Değişim
Hasılat	4.215,7	3.712,7	+%13,5
Brüt kâr	1.128,9	897,5	+%25,8
Brüt kâr marjı	%26,8	%24,2	+2,6 puan
Esas faaliyet kârı	11,9	46,7	-%74,6
Vergi öncesi kâr	21,8	153,3	-%85,8
Net parasal pozisyon kazancı/(kaybı)	-63,6	73,5	—
Dönem net kârı	5,9	75,6	-%92,2

Değerlendirme

İkinci çeyrekte brüt kârdaki güçlü toparlanma, faaliyet giderlerindeki artış (özellikle kira amortismanı ve personel) nedeniyle esas faaliyet kârına sınırlı yansıdı. Çeyrek net kârı, ilk çeyrekteki 116,6 mn TL kazancın aksine 63,6 mn TL net parasal pozisyon kaybı kaydedilmesiyle 5,9 mn TL'de kaldı; bu kalem nakit çıkışı içermeyen enflasyon muhasebesi etkisidir.



Oran analizi (30.06.2026)	Değer
Cari oran	0,99
Likidite (asit-test) oranı	0,67
Toplam yükümlülükler / özkaynaklar	1,09
Esas faaliyet kâr marjı	%0,11
Net kâr marjı	%2,20

Yatırımcı İlişkileri



Şirket Ersan Alışveriş Hizmetleri ve Gıda Sanayi Ticaret A.Ş.

Adres 15 Temmuz Mahallesi, Cami Yolu Caddesi, No: 73A Bağcılar / İstanbul

Telefon 0 (212) 489 21 21

E-posta yatirimciiliskileri@kimgrup.com.tr

İnternet sitesi www.kimmarket.com

KAP KIMMR

Kaynaklar 01.01–30.06.2026 ara dönem özet finansal tablolar ve sınırlı denetim raporu (10.08.2026); aynı döneme ait Yönetim Kurulu Faaliyet Raporu; 2026/6 aylık Katılım Finansı İlkeleri Bilgi Formu; 2025 TSRS Uyumlu Sürdürülebilirlik Raporu ve sınırlı güvence raporu (06.08.2026); şirket kurumsal tanıtım metni ve kurumsal internet sitesi.

Yasal Uyarı

Bu sunum, Ersan Alışveriş Hizmetleri ve Gıda Sanayi Ticaret A.Ş.'nin 1 Ocak – 30 Haziran 2026 dönemine ilişkin kamuya açıklanmış finansal tabloları, faaliyet raporu ve sürdürülebilirlik raporu esas alınarak pay sahiplerinin bilgilendirilmesi amacıyla hazırlanmıştır.

Sunum, yatırım danışmanlığı veya alım-satım tavsiyesi niteliği taşımaz. Bilgilerin tamamı için KAP'ta yayımlanan finansal tablolar, dipnotlar ve sınırlı denetim raporunun tümü esas alınmalıdır.

Geleceğe yönelik ifadeler (büyüme ve sürdürülebilirlik hedefleri dahil) hazırlandığı tarihteki beklenti ve varsayımları yansıtır; gerçekleştirmeleri garanti edilmez. Nielsen verileri şirketin kurumsal tanıtım metninden alınmıştır.