

Finansal Performans

2026 yılının ilk yarısında net satış hasılatı %4 artışla 4.841 milyon TL oldu. Bu tutarın %77'si yurt içi, %23'ü yurt dışı satışlardan geldi. Yurt içi satış hasılatı %12 artarken yurt dışı satış hasılatı %14 geriledi ve iç pazardaki büyüme ihracattaki daralmayı büyük ölçüde dengeledi. İkinci çeyrekte net satış hasılatı yurt içi satışların etkisiyle yıllık %6,2 artışla 2.373 milyon TL seviyesinde gerçekleşti.

Brüt kâr altı aylık dönemde %42 artışla 737 milyon TL'ye yükseldi. Brüt kâr marjı 4 puan genişleyerek %15 oldu. İkinci çeyrekte brüt kâr 343 milyon TL, brüt kâr marjı %14 olarak gerçekleşti. FAVÖK aynı dönemde %78 artışla 394 milyon TL'ye ulaşırken FAVÖK marjı 3 puan genişleyerek %8 seviyesine çıktı. İkinci çeyrek FAVÖK'ü 172 milyon TL, FAVÖK marjı %7,2 oldu. Esas faaliyet kârı 123 milyon TL'den 288 milyon TL'ye yükseldi.

Faaliyet giderleri tarafında enflasyona rağmen sınırlı bir artış görüldü. Genel yönetim, pazarlama ve Ar-Ge giderlerinden oluşan toplam faaliyet giderleri 589 milyon TL'den 598 milyon TL'ye çıktı. Artış marka yatırımı nedeniyle %5 yükselen pazarlama giderlerinden kaynaklandı. Genel yönetim giderleri %1, Ar-Ge giderleri %18 geriledi.

Net finansman giderleri 804 milyon TL'den 470 milyon TL'ye inerek %42 azaldı. Yönetim bu gerilemeyi işletme sermayesindeki iyileşmeye, tahvil faizlerinin ve tutarlarının düşmesine, reeskont kredilerinin kullanılmasına ve dövizli krediye geçişe bağladı. Parasal kazanç ise enflasyon endekslemesindeki düşüşe bağlı olarak 465 milyon TL'den 429 milyon TL'ye geriledi ve net kârı sınırladı. Buna karşın şirket, 2025 yılının ilk yarısındaki 123 milyon TL net zarardan 341 milyon TL net kâra geçti.

Bilanço ve Borçluluk Yapısı

Şirketin 7 Ocak 2026 tarihli KAP açıklamasıyla duyurduğu üzere, aktifte maliyet yöntemiyle muhasebeleştirilen arsa ve arazilerin gerçeğe uygun değerle izlenmesine karar verildi. Bu kapsamda Haziran 2026 bilançosunda maddi duran varlıklar kalemine 3,3 milyar TL yeniden değerlendirme etkisi, özkaynaklar altındaki duran varlıklar değer artış fonuna ise 3,1 milyar TL yansıtıldı. Toplam varlıklar 2025 yıl sonundaki 12.705 milyon TL seviyesinden 13.908 milyon TL'ye, özkaynaklar 5.058 milyon TL'den 8.453 milyon TL'ye yükseldi.

Şirket Bilgileri

Hisse Kodu	TATGD
Hisse Fiyatı	17,05
Fili Dolaşım Oranı	43,67
Hisse Başına Kar	2,53
Ödenmiş Sermaye	244.800.000
Piyasa Değeri	4.173.840.000



1H	1A	3A	6A	YTD	1Y
%-12.6	%-12.5	%-5.2	%20.2	%45.1	%36.3

Piyasa Çarpanları

F/K	6,74
FD/FAVÖK	6,78
PD/DD	0,49
Net Borç/FAVÖK	2,64

Oranlar	2026/6	2025/6
Cari Oran	1,60	1,32
Kaldıraç Oranı	39,22	56,47
Özkaynak Karlılığı	9,34	-0,38
Brüt Kar Marjı (Çeyreklik)	14,45	13,67
FAVÖK Marjı (Çeyreklik)	1,29	2,88
Net Kar Marjı (Çeyreklik)	9,08	-0,53

Net finansal borç yıl sonundaki 3.966 milyon TL seviyesinden 2.508 milyon TL'ye geriledi. Net finansal borcun özsermayeye oranı 0,78'den 0,30'a indi. Cari oran 1,41'den 1,60'a, nakit oranı 0,19'dan 0,30'a yükseldi. Net işletme sermayesi 2.492 milyon TL seviyesinde gerçekleşti. Stoklar aynı dönemde 5.010 milyon TL'den 2.821 milyon TL'ye indi.

Haziran 2026 sonu itibarıyla 1,2 milyar TL nakdin %22'si, 3,8 milyar TL toplam borcun ise %61'i döviz cinsinden. Uzun vadeli finansal borcun tamamı dövizli. Yönetim, dövizli borcun büyük kısmının ihracat gelirleriyle dengelendiğini, ancak dış piyasalardaki zorluklar nedeniyle bu dengelemede aksamalar yaşandığını belirtti ve önümüzdeki dönemde borçlanma enstrümanlarının çeşitlendirileceğini ifade etti.

Borçlanma araçları tarafında yalnızca Şubat 2027 vadeli 300 milyon TL nominal değerli finansman bonosunun kaldığı, bunun dışındaki TL borçların reeskont kredilerinden oluştuğu aktarıldı. Yaklaşan reeskont ödemelerinin yine reeskont kredisiyle çevrilmesi planlanıyor. Yönetim, tahvil borçlanmasını tamamen kapatma hedefini koruduğunu ve kazancın önemli bir kısmını borçluluğu azaltmaya yönlendirmeyi sürdüreceğini belirtti.

Doğrudan Satış Modeline Geçiş

Şirketin 2026 sonuçlarındaki iyileşmenin merkezinde dağıtım yapısındaki dönüşüm yer aldı. 2025 yılında geleneksel kanalda ve ulusal zincir marketlerde bir Koç Grubu şirketi olan Düzey aracılığıyla sevkiyat yapılırken, 2026 yılında kendi bayi ve distribütör ağı kurularak her iki kanalda da doğrudan satışa başlandığı aktarıldı. Yönetim, geçişin tek seferde değil kademeli olarak yürütüldüğünü belirtti. İlk aşamada private label işleri, ardından indirim market zincirleri şirket bünyesine alındı ve bayileşme tarafı 2026 yılı başında devreye girdi.

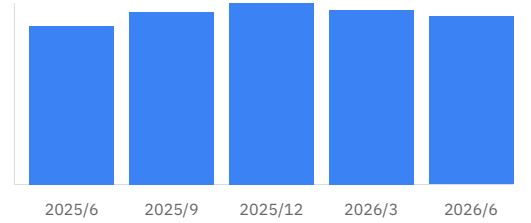
Modelin en somut karşılığı tahsilat sürelerinde görüldü. Düzey döneminde 110 gün olan tahsilat vadesinin şirket genelinde yaklaşık 40 gün kısaldığı, bunun hem işletme sermayesi ihtiyacını hem de finansman gereksinimini azalttığı ifade edildi. Aracı komisyonunun ortadan kalkması ve kâr marjı yüksek ürünlere yönelen ürün kompozisyonu ile birlikte bu dönüşüm brüt kârlılığa doğrudan yansdı.

Kanal dağılımına ilişkin olarak yurt içi satışların yaklaşık %40'ının ulusal zincir marketlerde gerçekleştiği, geleneksel kanalın payının ise %12-15 bandında bulunduğu paylaşıldı. Kalan kısmı indirim marketleri, ev dışı tüketim kanalı ve private label işleri oluşturuyor. Yönetim, markalı ürünlerden artan kapasitenin

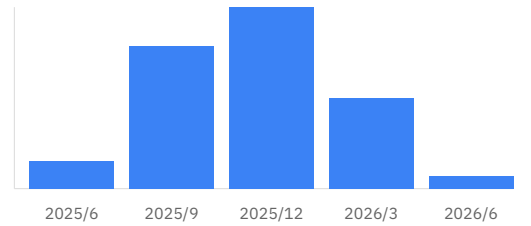
Özet Gelir Tablosu	2026/6	2025/6	%
Satışlar	4.8 mr	4.6 mr	%4
Brüt Kar	737.1 mn	519.5 mn	%42
Faal. Karı	287.6 mn	123.4 mn	%133
FAVÖK	244.8 mn	29.0 mn	%745
Net Kar	340.5 mn	-122.8 mn	%-377

Özet Bilanço	2026/6	2026/3	%
Dönen Var.	6.6 mr	7.3 mr	%-9
Duran Var.	7.3 mr	7.3 mr	%-0
Fin. Borçlar	3.9 mr	4.8 mr	%-19
Net Borç	2.7 mr	3.7 mr	%-29
Özkaynaklar	8.5 mr	8.1 mr	%4

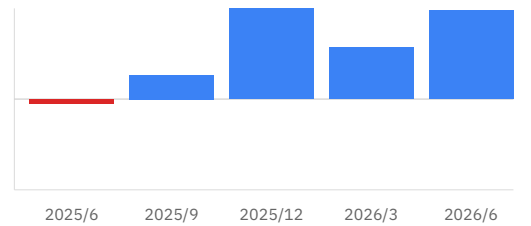
Çeyreklik Satışlar



Çeyreklik FAVÖK



Çeyreklik Net Kâr



private label ile değerlendirilmesinin değerli bir yaklaşım olduğunu vurguladı.

Üretim, İhracat ve Sezon

2026 yılının ilk yarısında üretim %36 artışla 33.333 tona ulaştı. Artışın kaynağı soslar, salça ve domates ürünleri oldu. Domates ürünleri ve salça üretimi 5.703 ton ile %225, soslar 17.086 ton ile %29, hazır yemekler 4.705 ton ile %43 arttı. Turşu üretimi %13, diğer ürünler %5 geriledi. Aynı dönemde toplam satış hacmi %2 artışla 65.663 ton oldu. İkinci çeyrekte üretim %41 artışla 20.889 tona, satış hacmi %10 artışla 32.804 tona ulaştı. Çeyrek içinde yurt içi satış tonajı %11 artarak 23.175 ton, yurt dışı satış tonajı %6,6 artarak 9.629 ton oldu.

İhracat tarafında küresel fiyat baskısı belirleyici oldu. Altı aylık dönemde ihracat gelirleri 1.112 milyon TL ve 24 milyon dolar olarak gerçekleşti. İkinci çeyrekte ihracat geliri TL bazında %14,5 düşüşle 560 milyon TL, dolar bazında %15,1 artışla 13 milyon dolar oldu. Yönetim, 2023-2025 döneminde Çin ve ABD kaynaklı arz fazlasının hammadde fiyatlarını aşağı çektiğini ve aseptik fiyatları açısından Türkiye'nin İspanya ile Portekiz'e kıyasla pahalı kaldığını aktardı. Bu ortamda Japonya, İngiltere ve Rusya gibi kaliteyi önceleyen pazarlarda fiyat korunurken, Suudi Arabistan, Kanada, Libya, Çin ve Batı Avrupa'da yeni bayilerle çalışılmaya başlandı. Haziran 2026 itibarıyla 5 kıtada 52 ülkeye ihracat yapılıyor.

Domates sezonuna ilişkin olarak 20 Temmuz itibarıyla üretime başlandığı, İzmir Torbalı ve Bursa Mustafakemalpaşa fabrikalarının sezonu açtığı, Bursa Karacabey'in ise sırada olduğu paylaşıldı. 2026 rekoltesinin 2025 seviyelerinde gerçekleşmesi bekleniyor. Yönetim, bu sezon için geçen yılın bir miktar üzerinde üretim öngördüğünü ve 2024 yılı aseptik salça stoklarının kullanılmasıyla stok optimizasyonuna devam edileceğini belirtti. Şirket 2025 yılında 347 bin ton domates işlemiştii ve Türkiye'de işlenen domates pazarından yaklaşık %16 pay almıştı. Sözleşme fiyatlarının mevcut seviyelerde seyrettiği, mevsim başındaki yoğun yağışların ekim takvimini ötelediği ve fiyatların dönemsel olarak dalgalanabileceği aktarıldı.

Nielsen verilerine göre şirket dört kategoride de tonaj bazında pazar lideri konumunda. Domates salçasında tonaj pazar payı %14,6, ciro pazar payı %17,3. Domates ürünlerinde tonaj payı %25, ciro payı %33,5. Ketçapta tonaj payı %18,7 ile birinci, ciro payı %21 ile ikinci sırada. Mayonezde tonaj payı %20 ile birinci, ciro payı %15,7 ile ikinci sırada. Yılın ilk yarısında hazır yemek kategorisine zeytinyağlı yaprak sarma, vişneli zeytinyağlı yaprak sarma, ton balığı ve zeytinyağlı ton balığı olmak üzere dört yeni ürün eklendi.

2026 Beklentileri

Şirket geçen yıl eylül ayında açıkladığı 2026 beklentilerini koruduğunu ve planın gerisinde kalınmadığını belirtti.

Beklenti Konusu	2026 Beklentisi
Satış Hacmi	150.858 ton
Net Satış Hasılatı	10,1 milyar TL
FAVÖK Marjı	%11 - %14

Orta vadede çift haneli FAVÖK marjının hedeflendiği, enflasyon muhasebesinin yarattığı yüksek enflasyonist etki ortadan kalktıkça marjların kendiliğinden iyileşeceği ifade edildi. Yönetim, ikinci çeyreğin enflasyon muhasebesi nedeniyle şirket için en zorlu çeyrek olduğunu, ağustos ayında üretilen salçanın bir yıl sonra satışa dönmesinin kârlılığı baskıladığını, sos ve hazır yemek kategorilerine yapılan yatırımların temel gerekçesinin bu mevsimselliği azaltmak olduğunu aktardı.

Yatırım tarafında Afyonkarahisar Dinar'da kurulumu süren 9.924 kWp kapasiteli güneş enerjisi santralinin 2026 yılında tamamlanması planlanıyor. Mayıs ayında faaliyete geçen 2.316 kWp kapasiteli Manisa Akçaköy santraliyle birlikte, şirketin 2024 yılı fiili enerji tüketimi baz alınarak hesaplanan enerji ihtiyacının yaklaşık %97'sinin yenilenebilir kaynaklardan karşılanacağı belirtildi. Sos ve hazır yemek tarafındaki kapasite yatırımlarının sürdürüleceği, markanın dünya ölçeğine taşınması kapsamında yurt dışında bir yatırım seçeneğinin de değerlendirildiği paylaşıldı.