

MİGROS

Anadolu Grubu
Sermaye Piyasaları Günü

23 Haziran 2025


ANADOLU GROUP

VISION 
2035



ÇEKİNCE

Migros Ticaret A.Ş. bu belgeyi yalnızca bilgi sağlama amacıyla hazırlamıştır; bu belge, Şirket hakkında ileriye dönük projeksiyonlar ve beyanlar içerebilir. Bu belgede yer alan tüm görüş ve tahminler, belgenin tarihi itibarıyla Şirketin değerlendirmesini yansıtmaktadır ve önceden haber verilmeksizin değiştirilebilir. Şirket, bu belgenin veya içeriğinin herhangi bir şekilde kullanılması sonucunda doğabilecek doğrudan ya da dolaylı zararlardan hiçbir şekilde sorumluluk kabul etmez. Bu belge, Migros Ticaret A.Ş. tarafından teslim edilen veya gönderilen kişi dışında herhangi bir kişiyle paylaşılamaz, kopyalanamaz veya dağıtılamaz.

Migros

Genel Bakış



Türkiye'nin öncü gıda perakendecisi; geniş hızlı tüketim ürünleri yelpazesi ve yüksek kaliteli taze ürün sunumu

1



Çok kanallı, çok formatlı perakendeci

2



Tüm hanelere 15 dakika içinde erişim hedefi

3



Ana İş kolunu destekleyen; yemek teslimatı, finansal hizmetler ve perakende medya hizmetleri

4

MiGROS

5MiGROS

macro▲center

MiGROSjet

mion

MiGROS
Hemen

macro▲online

MiGROS
sanalmarket

MiGROS
yemek

Dahil Olunan BIST Endeksleri: BIST 30 , Sürdürülebilirlik 25, Kurumsal Yönetim Endeksi

MiGROS



Toplam Satışlar

294 milyar TL

8,3 milyar USD



FAVÖK

15,8 milyar TL

0,4 milyar USD
%5,4 marj



Toplam FMCG Pazar Payı

%9,8



Mağaza Ağı

3.621

Toplam satış alanı: 2 milyon m²



Online Kanallarda Lider

%18,5

Toplam Satışların içindeki payı*

* tütün & alkol ürünleri hariç



Çalışan Sayısı

~ 75.000



Dağıtım Merkezi Sayısı

73



Piyasa Değeri

2,8 milyar USD

Migros'un Ana İşini Destekleyen Girişimler

2024

Migros uzun vadeli büyümesini ve karlılığını desteklemek için perakendenin geleceğine yatırım yapıyor

MiGROSONE



**Online gıda
perakendeciliği & yemek
teslimat platformu**

Online gıda
perakendeciliğinde lider
81 ilde hizmet ağı
Randevulu/Ultra hızlı
teslimat

85 milyon
sipariş

**PAKET
AXI**
FAST DELIVERY



**Hızlı teslimat
çözümü**

7.500+ kurye
700+ araçlık filo

61 milyon
teslimat

MONEY pay



**Fintek finansal
çözümleri**

E-cüzdan, Şimdi Al Sonra Öde,
B2C, B2B
Şimdi Al Sonra Öde ile
1,7 kat artan alışveriş sıklığı
1,6 kat artan sepet büyüklüğü

46 milyon
işlem

mimeda



**Migros'un online ve
fiziki perakende medya
varlıkları**

Dijital, İçgörü, Online,
Mağaza, İçerik

25 baz puan
brüt kar marjında
iyileşme

qurme pack



**Paketlenmiş
hazır yemek
üretimi**

~700 mağazada hazır
yemek hizmeti

13 milyon
paketlenmiş
yemek

miGEN



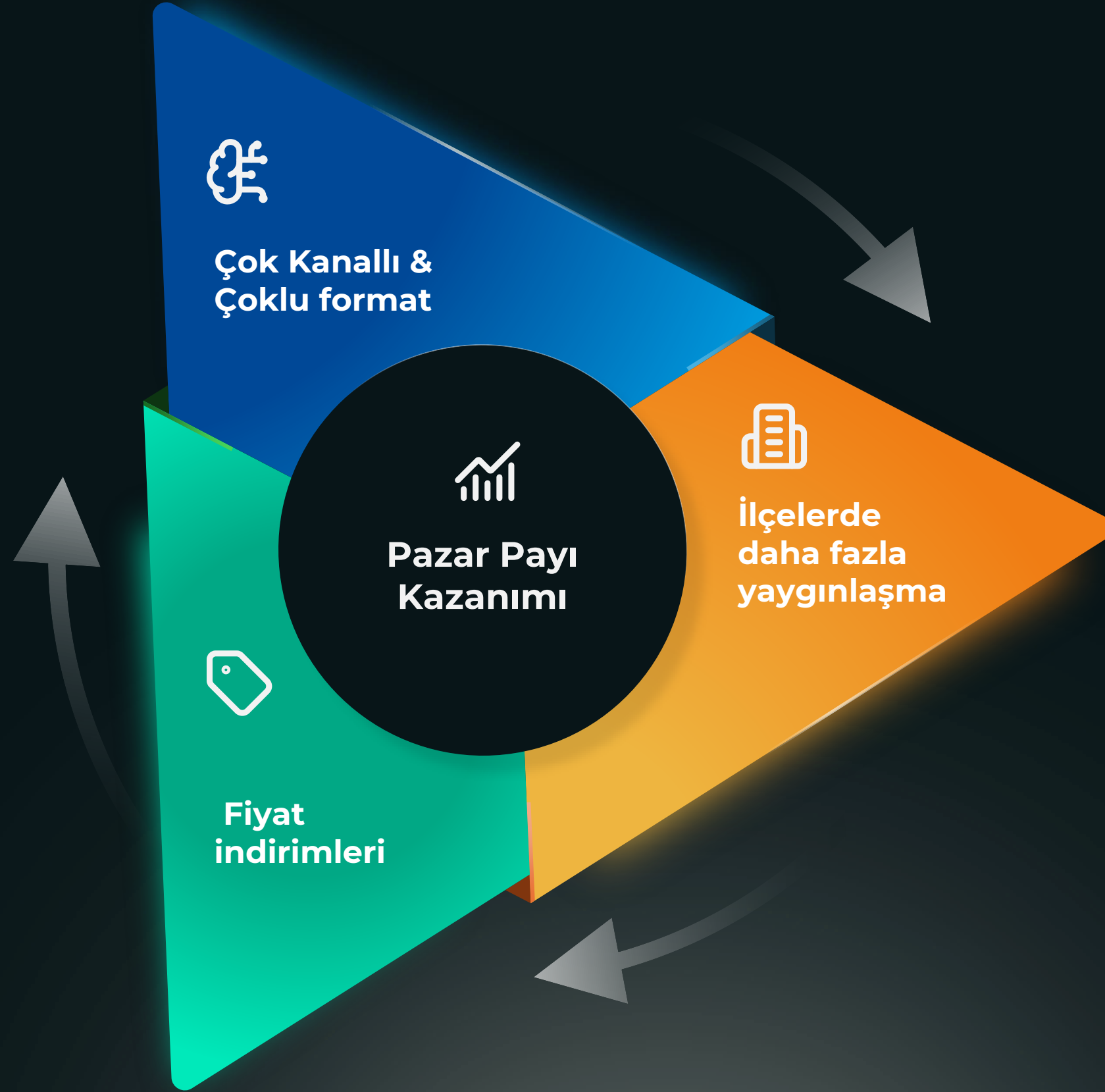
**Elektrikli araç
şarj hizmeti**

Elektrikli araç istasyonları

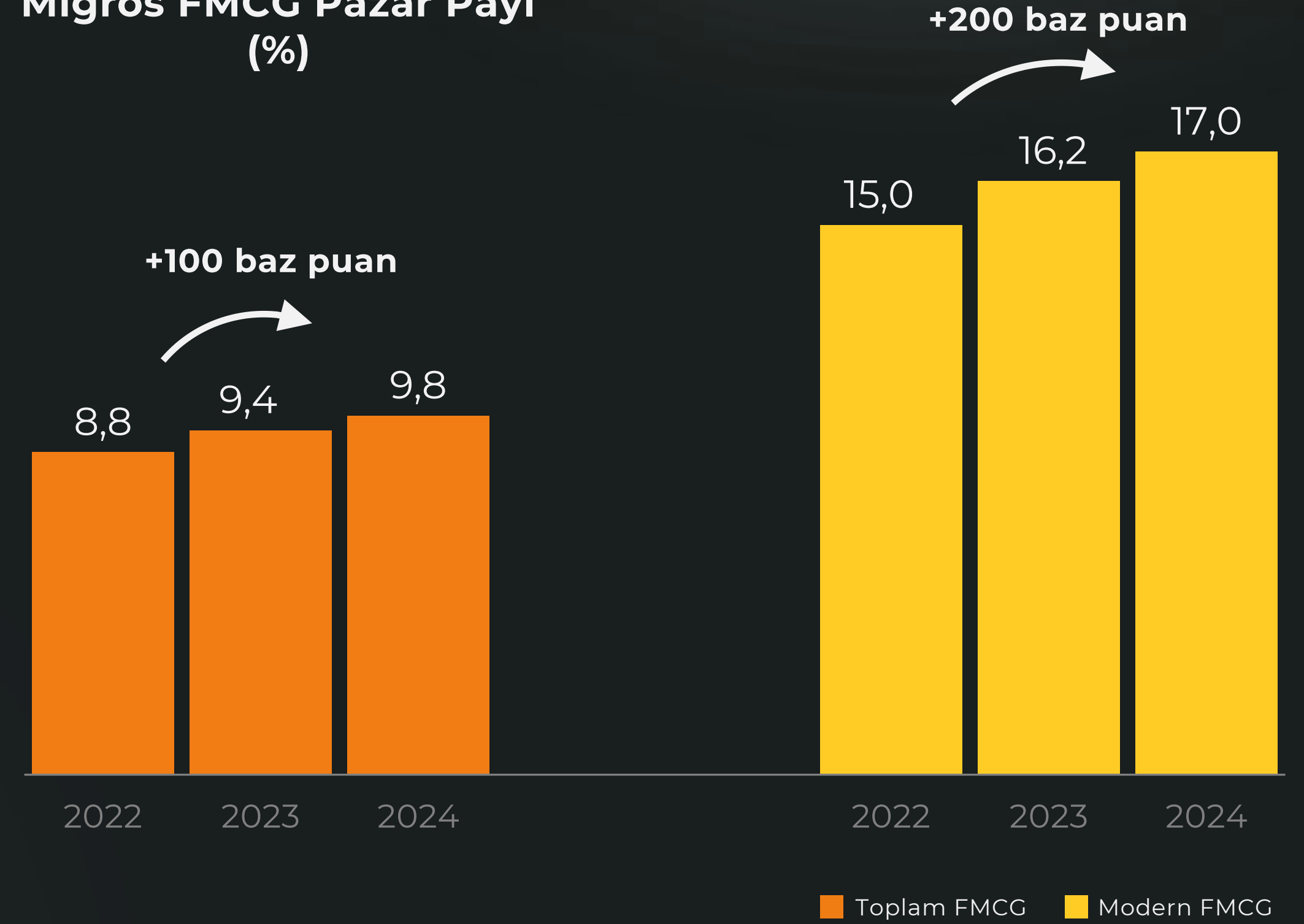
67.478 MWh
Üretim*
* Bugünkü kapasite

MiGROS

İstikrarlı Pazar Payı Kazanımı



Migros FMCG Pazar Payı (%)



Kaynak: Nielsen
Not: FMCG, Hızlı Tüketim Ürünleri. Organize ve toplam FMCG pazarına tüm gıda-perakende formatları dahildir

Başarıyı Sağlayan Rekabet Fırsatları



Büyüme Odağı

Pazar payı artışı

Artan müşteri trafiği

İlişkili kategorilerde genişleme

1



Migros'un Rekabet Gücü

Çok kanallı, çoklu format

Müşteri odaklılık

Geniş ürün yelpazesi, yüksek kaliteli ürünler

2



Müşteriyi Tanıma

Yaygın sadakat programı

14,3 milyon kayıtlı aktif kullanıcı

Kişiselleştirilmiş kampanya yetkinlikleri

3



Dijital Büyüme Girişimleri

Online perakende

Hibrit müşterilerin sepet büyüklüğü fiziki mağaza müşterilerinden %43 daha yüksek

En hızlı büyüyen online yemek sipariş platformu

Fintek çözümleri

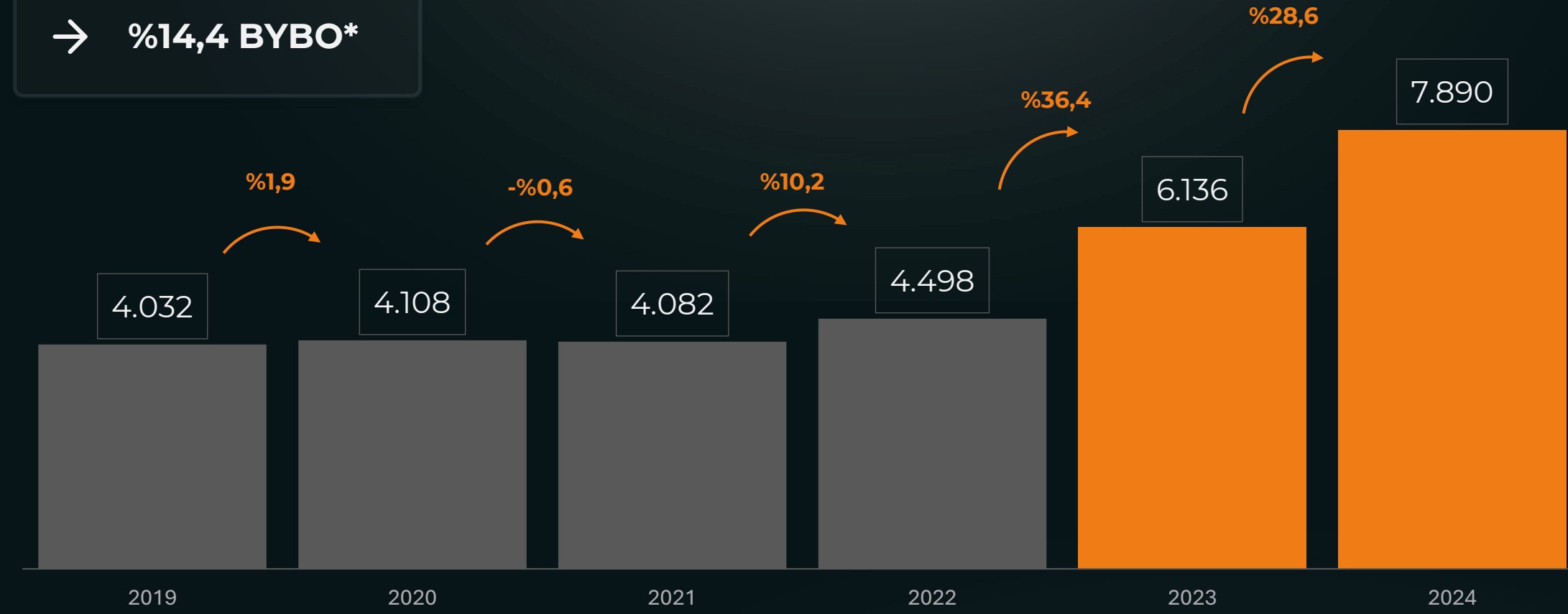
4

Türkiye'nin Öncü Gıda Perakendecisi Migros'un Gelişimi



Satışlar (milyon \$)

→ %14,4 BYBO*

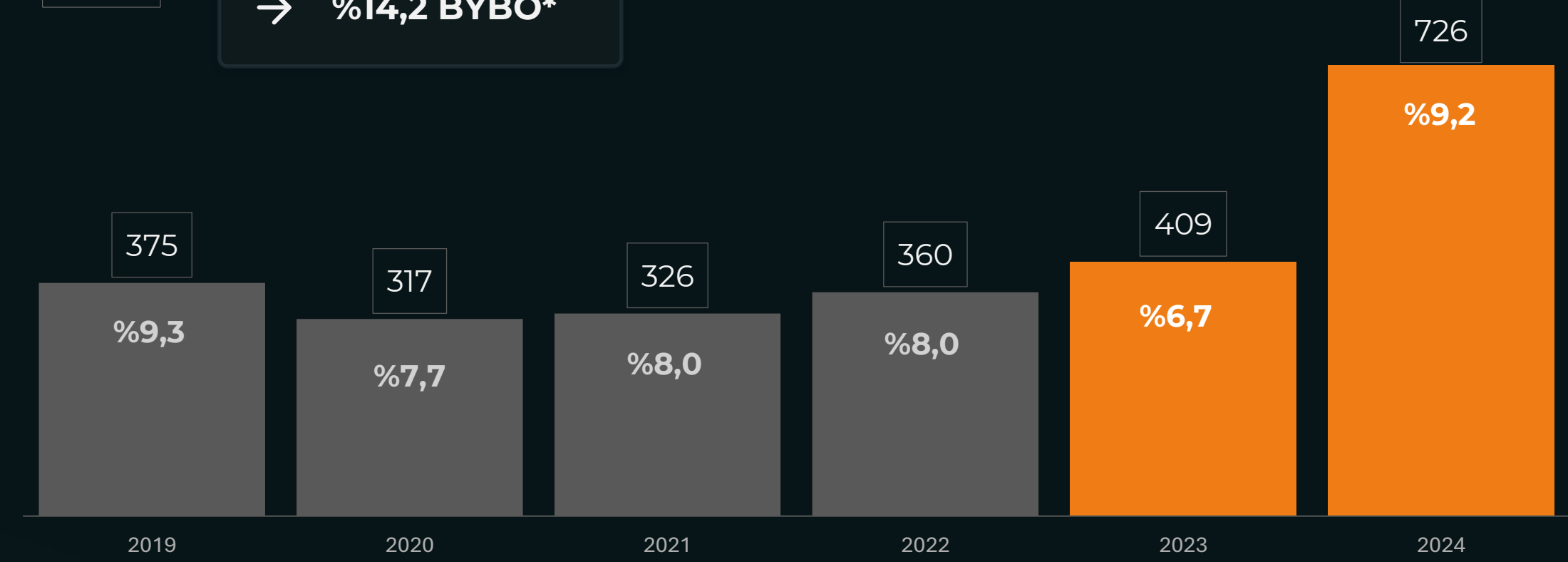


Bileşik Yıllık Büyüme Oranı

FAVÖK (milyon \$)

marj

→ %14,2 BYBO*



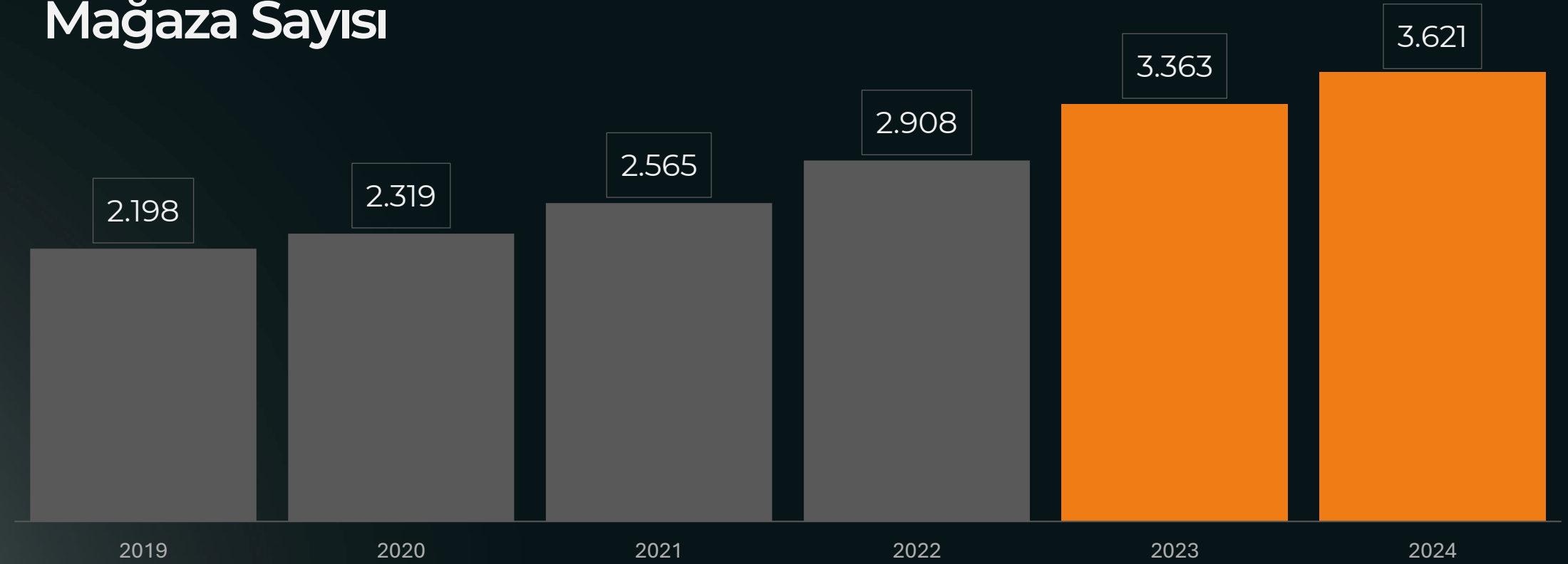
Bileşik Yıllık Büyüme Oranı

Net Borç / Net Nakit (milyon \$)**



**TFRS 16 etkisi hariç

Mağaza Sayısı



VİZYON

Türkiye'nin en sevilen ve en değerli yeni nesil perakendecisi olmak

Amaç

İyi Gelecek

Hedef

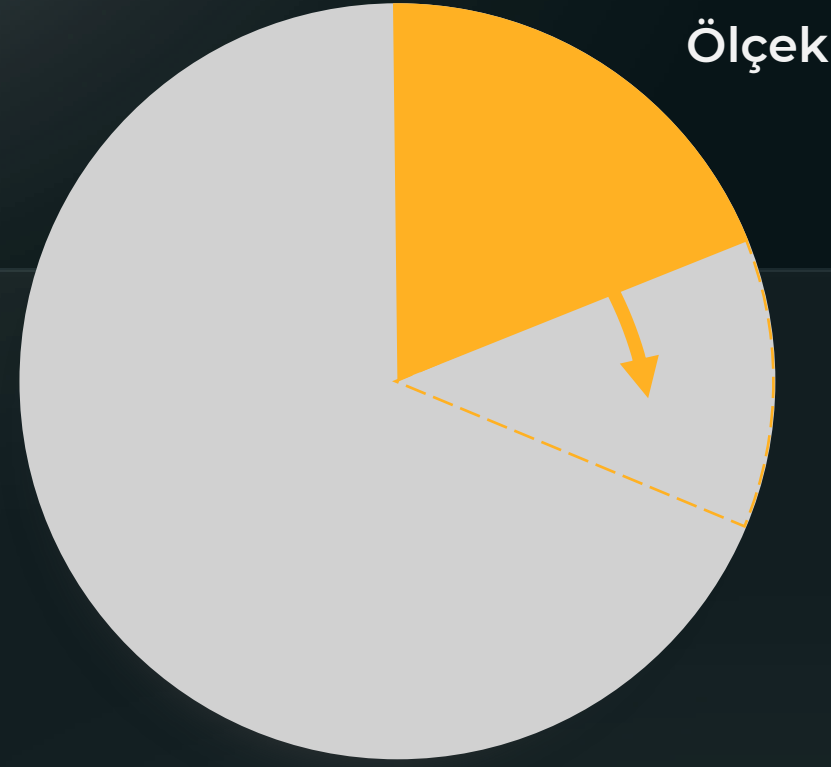
Türkiye'de en yüksek müşteri işlem hacmine sahip şirket
[işlemlerin %50'si dijital]

**Değer
Yaratımı**

Tüm hanelere **15 dakika** içinde ulaşmayı hedefleyen, çok kanallı, çok formatlı perakendeci

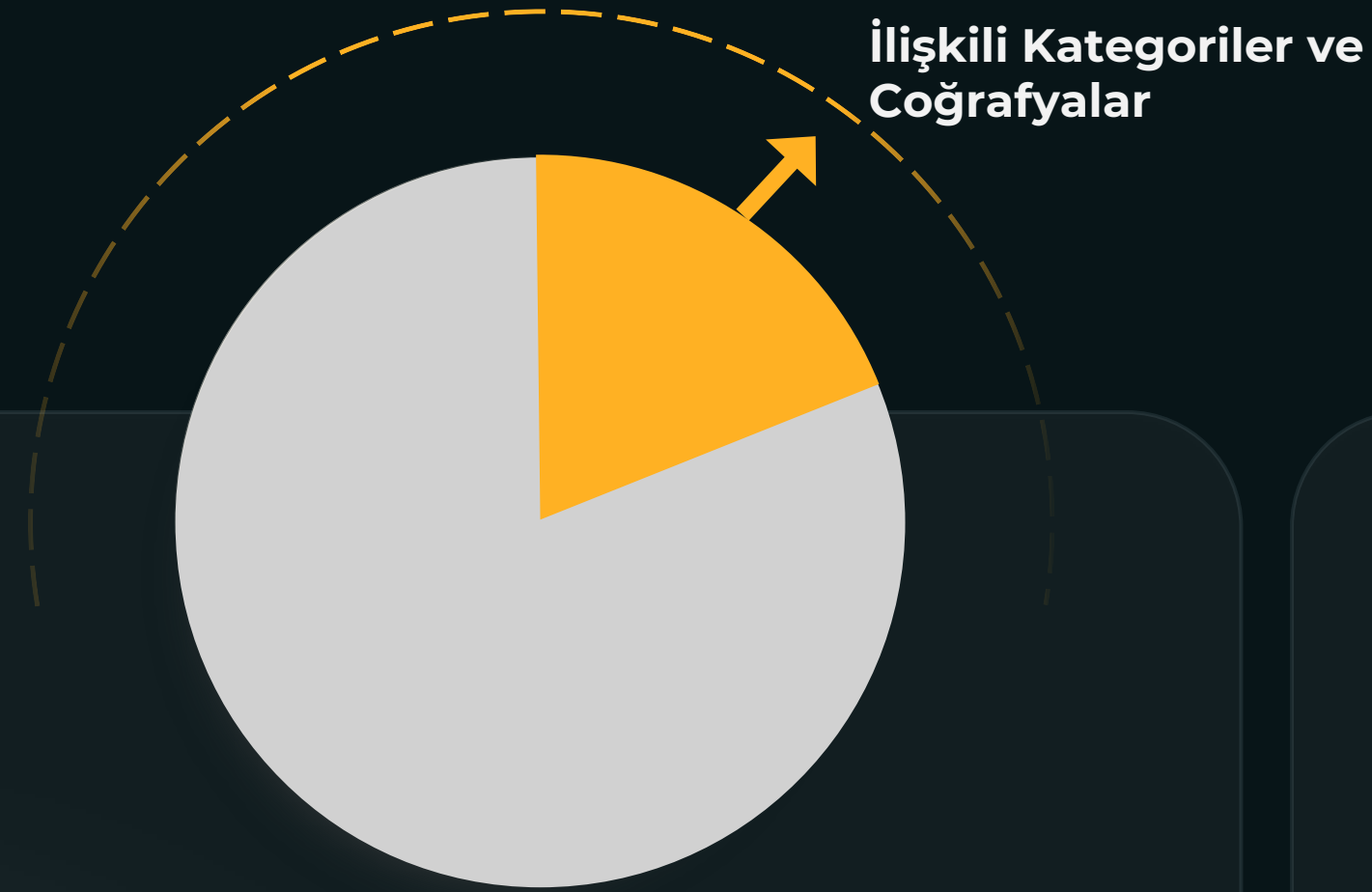
MİGROS

Hedef Alanlar



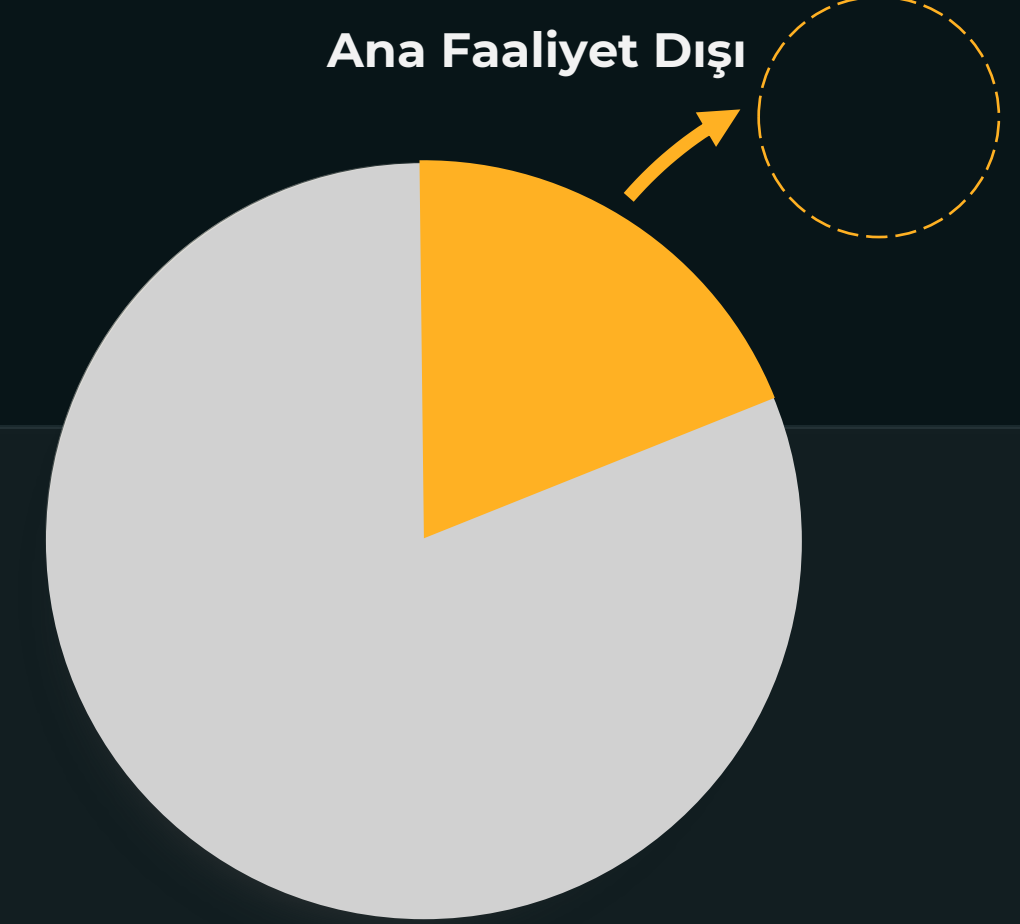
Ana İş Kolunu Büyütme

Gıda Perakende Ana İşkolunda Büyüme
Birebir Mağaza Satış ve Marj Büyümesi
Dijital Ekosistem Büyümesi
Sürdürülebilir Büyüme
Dijital ve Müşteri Odaklı Yetenek Gelişimi



Büyüme

Yeni İş Alanları ve Yeni Coğrafyalar
Perakendenin Ötesinde



Yeni İşler

Mevcut yetkinliklerle Grup sinerjilerini
uyumlu şekilde etkinleştirme

STRATEJİK ÖNCELİKLER

ANA İŞ KOLUNDA BÜYÜME (1/2)



Gıda Perakende Ana İşkolunda Büyüme

Yakın mağazalarda, süpermarketlerde ve Macrocenter formatlarında büyüme

Online liderliği sürdürme ve büyütme

İlave satın alma olanaklarını izleme



Birebir Mağaza Satış ve Marj Büyümesi

AI destekli RGM girişimleriyle kişiselleştirilmiş teklifler, ürün gamı ve fiyat optimizasyonu

Taze ve dondurulmuş ürün kategorilerinde büyüme

Farklılaştırılmış özgün marka ürün sunumu ve tedarik zinciri yetkinlikleriyle marj artışı



Dijital Ekosistem Büyümesi

Yapay zekâ ile online gıda operasyonlarında kârlılığı artırma ve maliyet azaltımı

Migros Yemek pazaryerini büyütme

Yapay zekâ girişimleriyle yaklaşık **%2** satış artışı

Temel göstergeler: Satış büyümesi, Pazar payı, Satış alanı büyümesi, FAVÖK, Serbest Nakit Akışı, Piyasa değeri

STRATEJİK ÖNCELİKLER

ANA İŞ KOLUNDA BÜYÜME (2/2)



Sürdürülebilir Büyüme

Yerel tedarikçinin büyütülmesi, yerli tarımı ve üreticileri destekleme

Ekosistemimizi yeniden yapılandırma, iyileştirme ve güçlendirme

%50 Kayıp azaltım hedefi



Dijital ve Müşteri Odaklı Yetenek Gelişimi

Dijital yetkinliklerin güçlendirilmesi

Müşteri odaklı, geleceğe hazır liderler yetiştirme

Yapay zekâ ve süreç odaklı iş gücü optimizasyonu

Temel göstergeler: Satış büyümesi, Pazar payı, Satış alanı büyümesi, FAVÖK, Serbest Nakit Akışı, Piyasa değeri

STRATEJİK ÖNCELİKLER

BÜYÜME & YENİ İŞLER



Yeni İş Alanları ve Yeni Coğrafyalar

Dikey entegrasyon kabiliyetlerimizi güçlendirme [meyve-sebze, balık, unlu mamuller, yemek]

Yakın coğrafyalarda büyüme fırsatlarının aktif takibi



Perakendenin Ötesinde

Money pay

- Money kullanıcılarını finansal hizmetlere entegre etme
- Bankacılık hizmetlerini genişletme

Perakende medya, veri analitiği ve tüketici içgörülerinde güçlü bir oyuncu olma



Yeni İşler

Migros One ve **Money pay**'in büyümesini, Anadolu Grubu'nun güçlü coğrafi yaygınlığı ve müşteri ağıyla hızlandırma

Temel Göstergeler: Satış büyümesi, Müşteri sayısı, İşlem sayısı, FAVÖK, Serbest Nakit Akışı FCF, Yatırım getirisi (ROIC)

Gelecek 10 Yıl



Pazar büyümesini aşma ve pazar payı kazanma
Nitelikli büyüme sağlama



Yatırımlarla **hissedar getirilerini** dengeleyen temettü stratejisini sürdürme



Her yıl **250–350** yeni mağaza açma
Online operasyonların güçlü büyümesini sürdürme



Farklı coğrafyalarda yerel tedariki artırma



Yatırım harcamalarındaki verimliliği artırarak
kârlılık marjlarını iyileştirme
%18* seviyesindeki ROIC oranının iyileşmesi



2030 yılı itibarıyla karbon ayak izini %42, gıda israfını %50 azaltma



İlişkili iş alanlarının potansiyelini keşfetme
Müşteri etkileşimlerini ekosistem içinde **katma**
değere çevirme



Kurumsal yönetim uygulamalarında üst düzey bir örnek olarak tanınma

MiGROS

İyi Gelecek

Teşekkürler

