

17 Şubat 2025

Namet Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.,

Bu yazı, **Namet Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.** tanımına göre oluşturulmuş **Toplam Et** kategorisinde **Namet Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.'ye** iletilen raporun 2022, 2023, ve 2024 verileri ile hazırlanmış halini içermektedir. Perakende endeksi raporlarımız Süpermarketleri, Hipermarketleri, İndirim Marketleri ve Geleneksel Kanalları kapsamaktadır.

Dikkatinize sunmak isteriz;

- **Toplam Et** veritabanımızda raporladığımız bilgilerin yukarıda yazılı onayını sunmakla birlikte, NielsenIQ hiçbir müşteri iddiasına onay vermemektedir.
- **Namet Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.** sadece, iddiasına referans gösterdiği bilgi ile ilişkili olarak ismimizi kullanabilir. **Namet Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.** NielsenIQ'nun iddianın kaynağı olduğunu belirtemez veya ima edemez.
- NielsenIQ verisine dayanan herhangi bir **Namet Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.** iddiası, NielsenIQ'nun telif hakkı dahil, aşağıdaki bilgileri içermelidir:
- NielsenIQ Perakende Endeksi Hizmetleri çerçevesinde **Namet Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.** tanımına göre oluşturulmuş **Toplam Et** kategorisinde **Namet Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.'ye** iletilen raporun 2022, 2023, ve 2024 verileri ile hazırlanmış halini içermektedir. Perakende endeksi raporlarımız Süpermarketleri, Hipermarketleri, İndirim Marketleri ve Geleneksel Kanalları kapsamaktadır. (Copyright © 2024, The NielsenIQ Company)

NielsenIQ tarafından verilen bilgi öncelikle **Namet Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.'ye** şirket içinde kullanımı için dizayn edilmiştir. Bu yazıda referans gösterilen bilgilerin bir reklamda veya kamuoyu iletişiminde kullanılmasına; **Namet Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.** NielsenIQ'yu, yetkililerini ve yöneticilerini **Namet Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.'nin** NielsenIQ bilgisini kullanması ile bağlantılı tüm iddialardan, zararlardan, kayıplardan ve maliyetlerden (yasal ücretler dahil) tazmin ettiği ve sorumlu kılmadığı koşulu altında müsaade etmekteyiz.

Saygılarımla,

Özlem Temel

Analytics Lead
NielsenIQ Türkiye



EK-1. 2020, 2021, 2022, 2023 ve 2024 yıllarında Türkiye'deki satış kanallarına göre perakende satış noktalarının sayısı

Raporlanan Kanallar	2020	2021	2022	2023	2024
TOPLAM TÜRKİYE	227,304	228,425	235,675	238,306	239,814
Toplam BIM+A101+SOK	23,858	26,808	29,848	32,276	34,816
BIM & A101 & ŞOK HARIÇ TOPLAM TÜRKİYE	203,446	201,617	205,827	206,030	204,998
BIM & A101 & ŞOK HARIÇ TOPLAM MODERN KANAL	11,992	12,702	14,518	15,953	17,080
Hipermarketler (>= 2500 sqm)	224	221	221	220	222
Büyük Süpermarketler (1000-24999 sqm)	1,095	1,084	1,106	1,102	1,104
Küçük Süpermarket (400-999 sqm)	3,284	3,467	3,677	3,849	3,959
Küçük Self Servis (< 400 sqm)	7,389	7,930	9,514	10,782	11,795
GELENEKSEL KANALLAR	129,007	126,538	127,872	124,926	121,533
Geleneksel Kanallar (>=50 sqm)	31,350	30,834	31,587	31,744	31,659
Geleneksel Kanallar (<50 sqm)	97,657	95,704	96,285	93,182	89,874
Özel Kanallar (DFV, Tekel+Mixed Kiosk)	28,230	27,504	27,729	27,434	27,610
Kuruyemişçiler	9,465	8,869	8,437	7,819	7,645
Büfeler (Tekel + Büfe)	18,765	18,635	19,292	19,615	19,965
Benzin İstasyonları	5,559	5,586	5,680	6,328	6,483
Parfümeriler	2,603	2,656	2,733	2,889	3,028
Eczaneler	26,055	26,631	27,295	28,500	29,264

EK-2. Toplam Et Kategorisi – Ağırlıklı Dağıtım Oranı ve Sayısal Dağıtım Oranı, Toplam Türkiye

	Ağırlıklı Dağıtım			Sayısal Dağıtım		
	2022	2023	2024	2022	2023	2024
NAMET (NAMET + MARET)	96.4%	96.9%	95.9%	49.3%	51.4%	53.1%
RAKİP 1	95.7%	95.2%	95.4%	63.9%	64.6%	64.8%
OTHER	93.7%	93.5%	91.3%	40.1%	42.3%	43.4%
RAKİP 2	63.3%	71.0%	76.9%	19.4%	23.4%	26.6%
RAKİP 3	62.9%	64.0%	69.7%	14.6%	15.1%	18.7%
RAKİP 4	60.8%	64.1%	63.9%	18.5%	19.5%	20.6%
RAKİP 5	53.5%	56.4%	54.3%	16.2%	19.1%	19.5%

*Other: Açık olarak raporlanamayan market markalı ürünlerin tamamı ve diğer markaların toplamıdır

Saygılarımla,

Özlem Temel

Analytics Lead
NielsenIQ Türkiye

EK-3. 2022, 2023 ve 2024 yıllarında toplam et kategorisinde Türkiye'deki satış kanallarına göre ciro ve hacim payı

	Hacim Payı (%)			Ciro Payı (%)		
	2022	2023	2024	2022	2023	2024
Total TR w BIM&A101&SOK w C&C Cons.Sales	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
Total (BIM&A101&SOK)	71.6%	68.6%	68.2%	56.7%	53.7%	53.7%
Total TR w/o (BIM&A101&SOK)	27.1%	29.8%	30.0%	41.4%	44.0%	44.0%
C&C Consumer Sales	1.3%	1.7%	1.8%	1.8%	2.2%	2.3%

EK-4. Toplam Et Kategorisi – Segment Ciro Payı, Toplam Türkiye

	Ciro Payı (%)		
	2022	2023	2024
TOPLAM ET	100.0%	100.0%	100.0%
SUCUK	46.3%	51.3%	52.8%
SALAM	24.5%	21.8%	20.3%
SOSIS	15.1%	12.9%	11.6%
FUME	5.0%	4.6%	5.2%
PASTIRMA	4.5%	4.8%	5.1%
KAVURMA	3.6%	3.6%	4.0%
JAMBON	1.0%	1.0%	1.1%

	Ciro Payı (%)		
	2022	2023	2024
TOPLAM KIRMIZI ET	100.0%	100.0%	100.0%
SUCUK	64,3%	68,6%	69,6%
SALAM	10,8%	8,8%	8,0%
SOSIS	7,9%	7,9%	8,0%
FUME	6,5%	6,0%	6,2%
PASTIRMA	7,2%	5,9%	5,1%
KAVURMA	2,0%	1,5%	1,7%
JAMBON	1,3%	1,4%	1,4%

Saygılarımla,

Özlem Temel

Analytics Lead
NielsenIQ Türkiye

EK-5. Toplam Et Kategorisi, Sucuk Segmenti – Ciro Payı, Toplam Türkiye

	GENEL SUCUK PAZARI MARKA CİRO PAYLARI (%)		
	2022	2023	2024
TOTAL SUCUK	100.0%	100.0%	100.0%
OTHER*	37.1%	35.6%	31.0%
NAMET (NAMET + MARET)	11.8%	12.2%	14.4%
RAKİP 1	8.0%	8.4%	10.2%
RAKİP 2	5.7%	7.5%	7.6%
RAKİP 3	5.1%	3.7%	6.0%
RAKİP 4	6.1%	5.9%	5.7%
RAKİP 5	3.9%	4.5%	4.3%
RAKİP 6	2.9%	3.0%	2.7%
RAKİP 7	2.6%	2.8%	2.7%
RAKİP 8	3.8%	3.7%	2.5%
RAKİP 9	0.9%	1.7%	2.5%
RAKİP 10	1.5%	1.8%	2.3%
DİĞERLERİ	10.6%	9.2%	8.1%

EK-6. Toplam Et Kategorisi, Kırmızı Et Sucuk Segmenti – Ciro Payı, Toplam Türkiye

	GENEL KIRMIZI ET SUCUK PAZARI MARKA CİRO PAYLARI (%)		
	2022	2023	2024
TOTAL KIRMIZI ET SUCUK	100.0%	100.0%	100.0%
OTHER	30.4%	31.5%	28.0%
NAMET (NAMET + MARET)	14.8%	14.9%	16.9%
RAKİP 1	10.3%	10.4%	12.1%
RAKİP 2	6.7%	7.8%	7.4%
RAKİP 3	6.6%	4.6%	7.2%
RAKİP 4	6.8%	6.8%	6.4%
RAKİP 5	3.3%	3.8%	3.3%
RAKİP 6	3.3%	3.5%	3.2%
RAKİP 7	1.2%	2.1%	2.9%
RAKİP 8	4.9%	4.5%	2.8%
RAKİP 9	2.0%	2.2%	2.7%
RAKİP 10	2.9%	2.3%	1.9%
DİĞERLERİ	7.0%	5.5%	5.2%

*Other: Açık olarak raporlanamayan market markalı ürünlerin tamamı ve diğer markaların toplamıdır

Saygılarımla,

Özlem Temel

Analytics Lead
NielsenIQ Türkiye

EK-7. Toplam Et Kategorisi, Salam Segmenti – Ciro Payı, Toplam Türkiye

	GENEL SALAM PAZARI MARKA CİRO PAYLARI (%)		
	2022	2023	2024
TOTAL SALAM	100.0%	100.0%	100.0%
RAKİP 1	30.0%	31.8%	32.1%
OTHER	25.6%	21.1%	18.2%
NAMET (NAMET + MARET)	14.1%	14.3%	13.5%
RAKİP 2	9.0%	9.6%	12.3%
RAKİP 3	3.3%	6.3%	7.3%
RAKİP 4	2.8%	4.1%	3.8%
RAKİP 5	2.1%	1.7%	2.6%
DİĞERLERİ	13.1%	11.2%	10.1%

EK-8. Toplam Et Kategorisi, Kırmızı Et Salam Segmenti – Ciro Payı, Toplam Türkiye

	GENEL KIRMIZI ET SALAM PAZARI MARKA CİRO PAYLARI (%)		
	2022	2023	2024
TOTAL KIRMIZI ET SALAM	100.0%	100.0%	100.0%
NAMET (NAMET + MARET)	24.4%	24.9%	24.0%
OTHER	24.5%	24.8%	22.9%
RAKİP 1	24.2%	23.3%	21.8%
RAKİP 2	8.6%	7.1%	10.3%
RAKİP 3	3.8%	6.0%	6.5%
RAKİP 4	5.7%	5.9%	6.1%
RAKİP 5	2.0%	2.3%	2.4%
DİĞERLERİ	6.9%	5.7%	5.9%

*Other: Açık olarak raporlanamayan market markalı ürünlerin tamamı ve diğer markaların toplamıdır

Saygılarımla,

Özlem Temel

Analytics Lead
NielsenIQ Türkiye

EK-9. Toplam Et Kategorisi, Kırmızı Et Sosis Segmenti – Ciro Payı, Toplam Türkiye

	GENEL KIRMIZI ET SOSİS PAZARI MARKA CİRO PAYLARI (%)		
	2022	2023	2024
TOTAL KIRMIZI ET SOSİS	100.0%	100.0%	100.0%
NAMET (NAMET + MARET)	41.7%	36.0%	35.37
RAKİP 1	26.8%	30.4%	31.74
OTHER	9.6%	12.2%	12.74
RAKİP 2	5.0%	5.6%	6.28
RAKİP 3	8.3%	7.6%	4.29
RAKİP 4	2.9%	3.5%	3.96
RAKİP 5	2.3%	1.7%	2.36
DİĞERLERİ	3.4%	3.1%	3.26

EK-10. Toplam Et Kategorisi, FÜME Segmenti – Ciro Payı, Toplam Türkiye

	GENEL FÜME PAZARI MARKA CİRO PAYLARI (%)		
	2022	2023	2024
TOTAL FÜME	100.0%	100.0%	100.0%
NAMET (NAMET + MARET)	44.9%	48.2%	43.9%
RAKİP 1	25.1%	22.0%	19.9%
OTHER	11.0%	17.0%	18.2%
RAKİP 2	4.0%	4.4%	8.1%
RAKİP 3	3.2%	2.5%	3.0%
RAKİP 4	2.2%	2.2%	3.0%
RAKİP 5	1.2%	1.5%	1.2%
DİĞERLERİ	8.4%	2.2%	2.7%

*Other: Açık olarak raporlanamayan market markalı ürünlerin tamamı ve diğer markaların toplamıdır

Saygılarımla,

Özlem Temel

Analytics Lead
NielsenIQ Türkiye