



YATIRIMCI İLİŞKİLERİ SUNUMU

Eylül 2026

01

FAALİYET ALANI VE SEKTÖREL BİLGİLER

PC İletişim Medya
ekonominin itici güçlerinden biri olan
reklam ve medya yatırımlarının
etkinlik ve verimliliğine odaklı
bir iletişim ajansları grubudur

REKLAM



PC İletişim Medya, günümüzde oldukça kompleks bir yapıya ulaşan pazarlama iletişimi sürecinin, en kritik aşaması olarak görülen medya planlama ve satınalma alanında uzmanlaşmış hizmetler sunuyor

MARKA

Ürün ve hizmetlerini tüketicileri ile buluşturmak için mikro veya makro ölçekte iletişim faaliyetlerine ihtiyaç duyar

REKLAM

Markanın hedef tüketici tarafından fark ve tercih edilmesi rolünü üstlenir

MEDYA

Ürün ve hizmet ile ilgili reklam mesajının hedef kitleye planlama anlamında etkinlik ve satınalma anlamında verimlilik esasında iletilmesi için kritik rol oynar

TÜKETİCİ

Medya kanalları ile kendisine ulaşan mesaj ile tüketici yolculuğundaki farkındalık-değerlendirme-satınalma- sadakat aşamalarından geçer

Medya planlama ve satınalma “bir ürün veya hizmetin reklamının potansiyel tüketicisine ulaştırmanın en iyi yolu nedir?” sorusuna cevap verecek bir dizi karar ve aksiyonun alınma sürecine dayalı uzmanlık alanıdır

Medya Planlama

Tüm mecraları kapsayan iletişim stratejisinin oluşturulması

Tüm medya kanalları (geleneksel ve dijital) için strateji, hedefleme, dağılım ve metrik hedeflerini belirler

Medya Satınalma

Planlanan mecraların operasyonel süreçlerinin yönetilmesi ve yayınların gerçekleştirilmesi

Stratejiye göre reklam alanlarının satın alınması ve yayınının sağlanması, optimize edilmesi ve raporlanması

PC İletişim Medya bu kapsam bağlamındaki hizmetler sunarak reklamcılık ve reklamların yayımlanacağı tüm mecraların müşteriler için rezerve edilmesi, satın alınması, kiralanması, üçüncü kişilere satılması, her nevi medya içerikleri alıp satmak, içerik iş birliklerinde bulunmak gibi tanıtım hizmetlerinin verilmesi ile ilgili her türlü faaliyette bulunmaktadır

PC İletişim Medya Gelir Modelleri

Ana Faaliyet Gelirleri

Sunulan hizmetlerden doğan gelirler

Ajans Hizmet Bedeli

Medya yatırımı üzerinden yüzdesel komisyon veya sabit ücret

Ajans Hacim Gelirleri

Ajansın mecralarda oluşturduğu hacim üzerinde mecra bazında farklılaşan geri ödeme bonusları

Katma Değerli Servis Gelirleri

Sabit ücret veya komisyon üzerinden pazarlama analitiği ve verimliliği geliştirmeye yönelik uzmanlık gerektiren danışmanlık servisleri

Medya Envanter Alımı Satımı

Medya alım satımlarından doğan gelirler

Finansal ve Diğer Gelirler

Finansal ve diğer varlıkların kullanımı ile oluşan gelirler

Finansal Araçlar

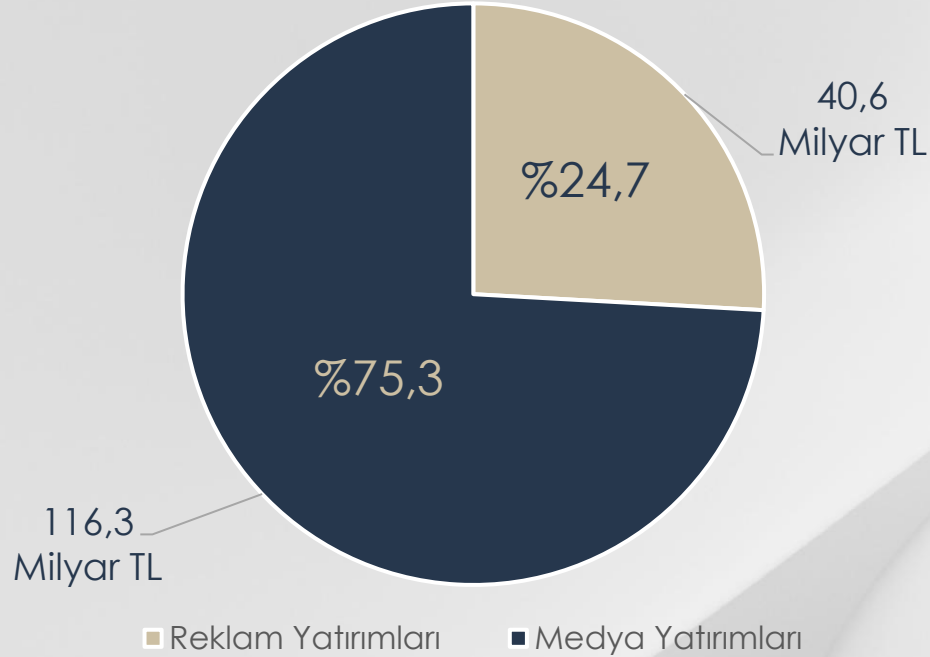
Öz sermayenin mevduat vb. finansal araçlar ile değerlendirilmesi

Yatırım Faaliyetinden Gelirler

Sahibi olduğumuz binadan doğan değerlendirme ve kira gelirleri

2024 yılında Reklamcılar Derneği'nin açıkladığı verilere göre toplam reklam ve medya pazarı toplamında 157 Milyar TL'ye ulaşmıştır

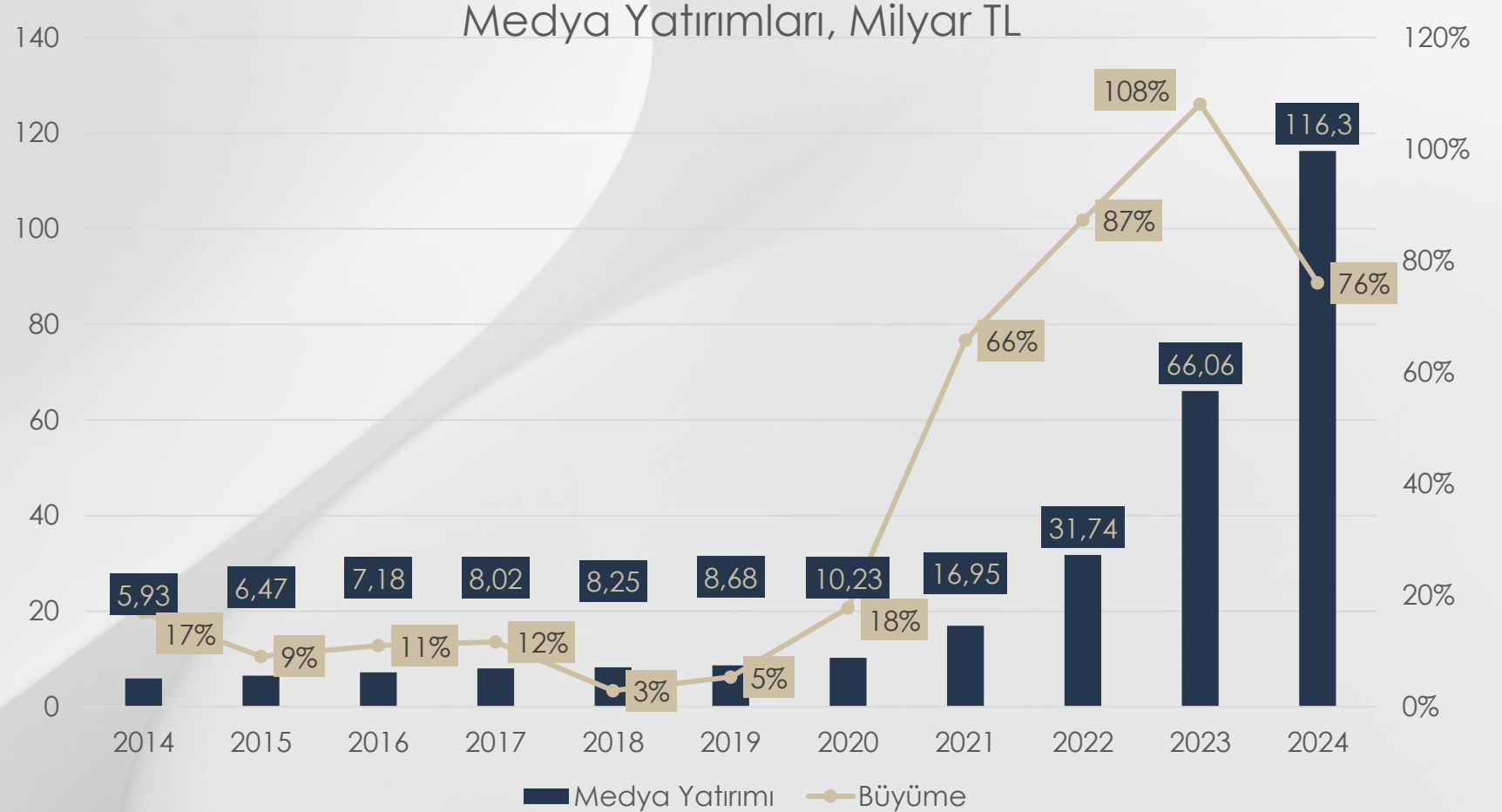
2024 Toplam Reklam ve Medya Yatırımı 157 Milyar TL



Reklam-medya sektörünün toplam hacminin **%75 i**, PC İletişim Medya'nın ana faaliyet konusu olan medya yatırımları alanında oluşmaktadır

Türkiye pazarındaki medya yatırımları son 10 yılda düzenli olarak büyüme göstermektedir

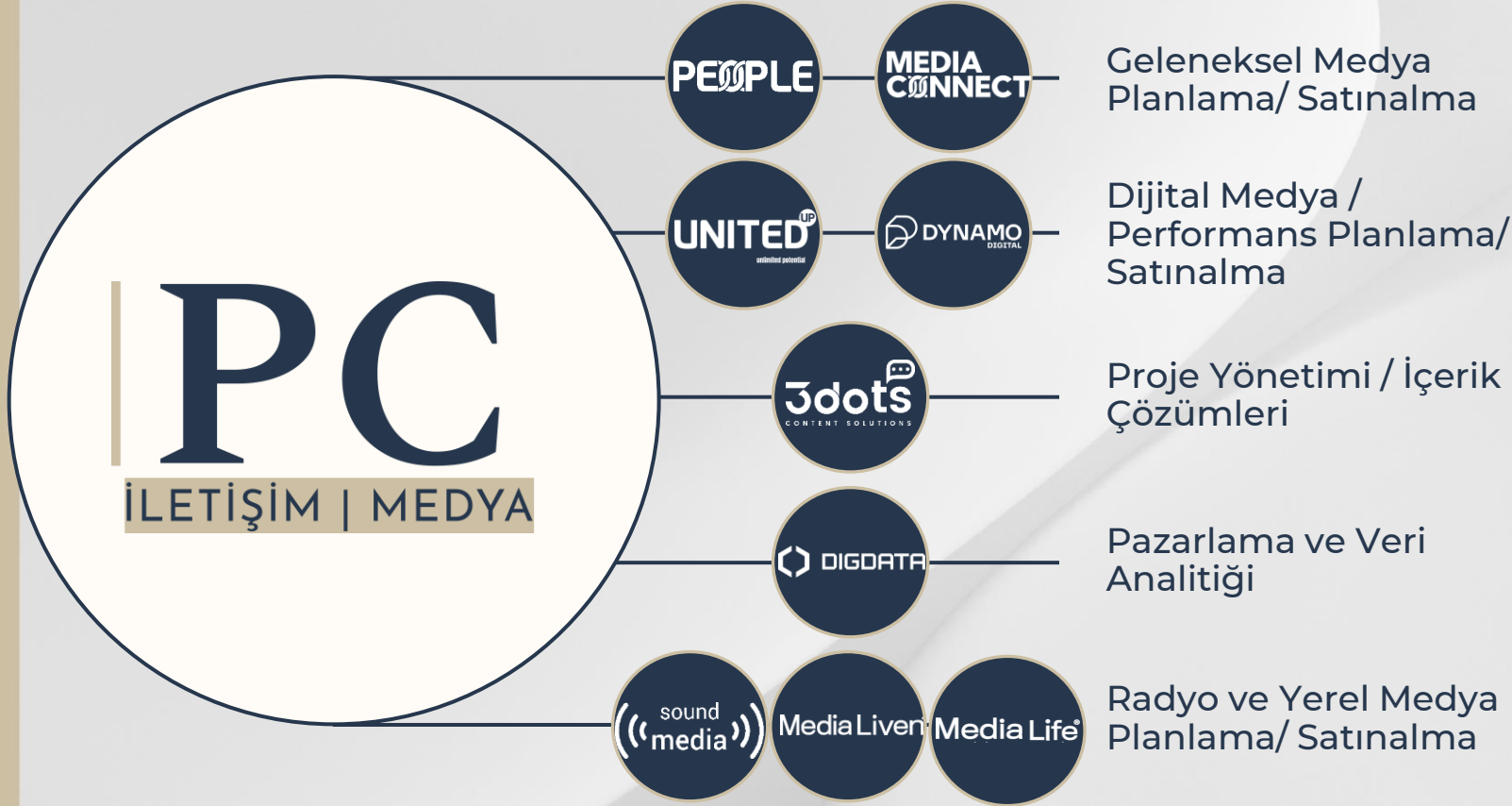
Türkiye’de medya yatırımları **son 10 yılda, yaklaşık 20 kat*** artarak 116,3 Milyar TL’lık bir büyüklüğe ulaşmıştır



02

PC İLETİŞİM MEDYA ORGANİZASYON YAPISI

PC İletişim Medya pazarlama iletişiminin farklı alanlarında uzmanlaşmış ajansları ile müşterilerine hizmet vermektedir



- Kuruluş Aralık 2009
- %100 yerli sermaye
- Borsa İstanbul'da halka açılan ilk ve tek medya planlama ve satınalma grubu
- 2026 Q2 itibariyle 179 ortalama çalışan sayısı (2024:184)

Ortaklık Yapısı



- Sunum tarihi itibarıyla, halka açık kısımda% 2,24 oranında toplam 2.650.028 TL nominal değerli geri alım programı kapsamında alınmış Şirket payı kalmıştır.

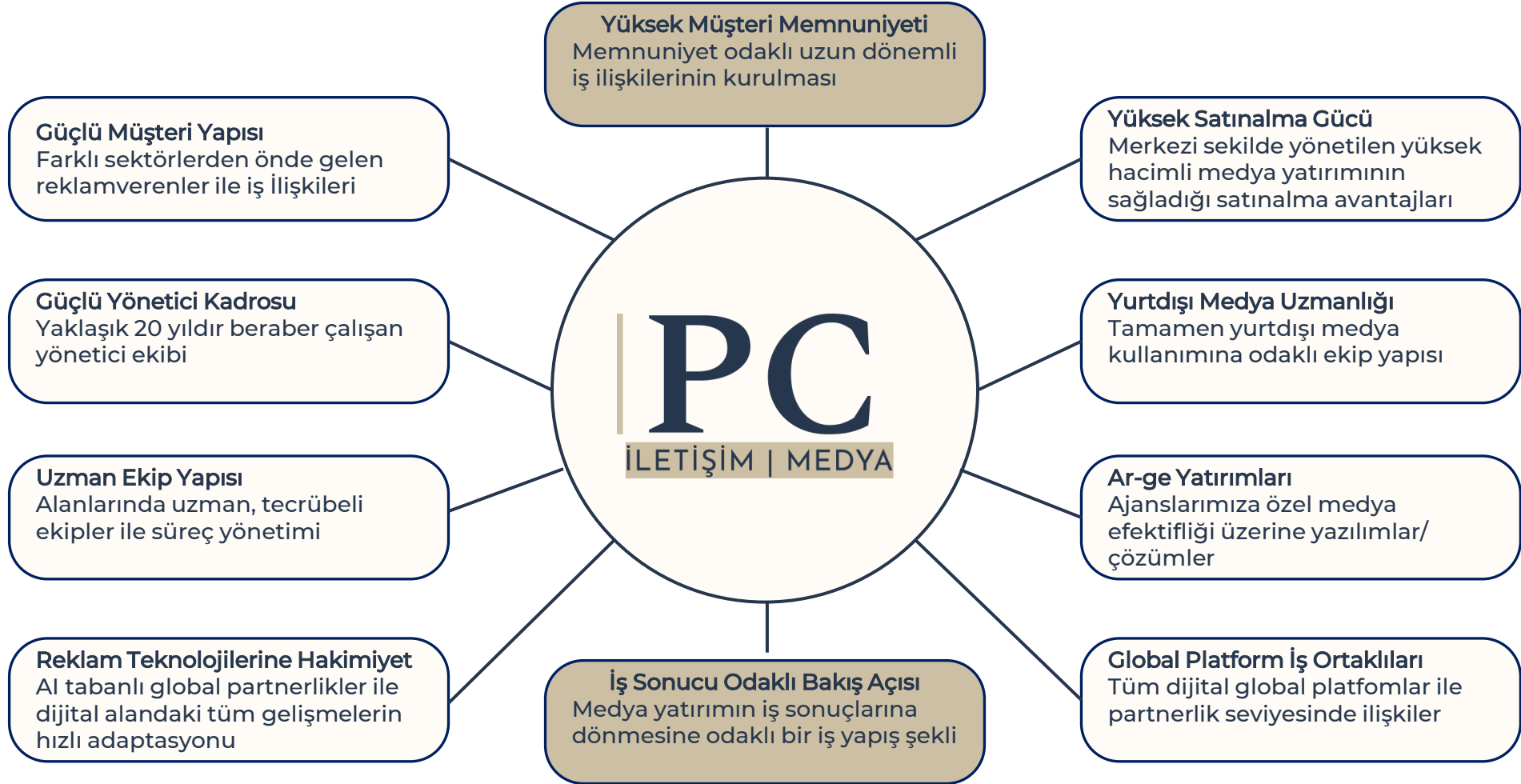
İlbak Holding, PC İletişim Medya dışında çeşitli sektörlerde yaptığı yatırımları sonucu, holding bünyesindeki şirket ve markaları ile daima yenilikçi ve öncü olmayı hedeflemektedir

İLBAK

MEDYA	MADEN	BASKI HİZMETLERİ	TURİZM	GAYRİMENKUL	HIZLI TÜKETİM
   	    				

03

İŞ KAPASİTESİ



Global bağımsız değerlendirme kuruluşlarına göre
Türkiye pazarının en güçlü ajansı konumundayız

Bağımsız değerlendirme kuruluşu
RECMA 2026 Mart raporuna göre Türkiye pazarında
yüksek profile sahip 2. medya ajansı konumundayız

Bağımsız değerlendirme kuruluşu
COMvergence 2025 raporuna göre Türkiye pazarında
yeni iş kazanımında en yüksek skora sahip olan ajans
konumdayız

Farklı sektörlerdeki önemli reklamverenlerden oluşan güçlü bir müşteri portföyüne sahibiz

OTOMOTİV



ENERJİ



TURİZM



FİNANS



TEKSTİL



E-TİCARET



GIDA



SİGORTA



KOZMETİK



MOBİLYA



QSR

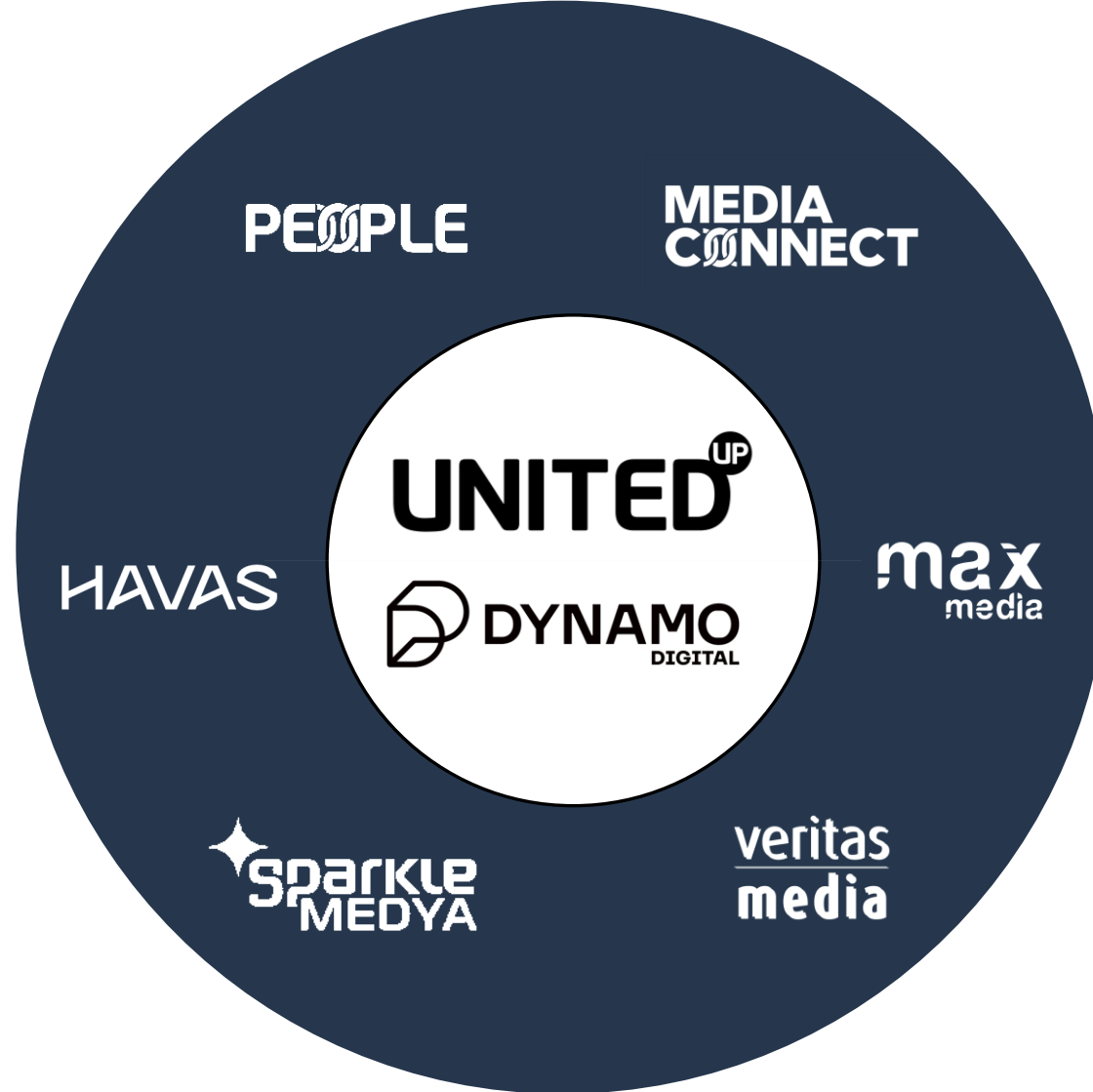


DİĞER SEKTÖRLER



Digital ajanslarımız grup dışındaki ajanslara da hizmet vererek pazardaki penetrasyonunu genişletmekte

- 72 KİŞİLİK DİJİTAL EKİP
- 40 KİŞİLİK PERFORMANS EKİBİ
- 100'DEN FAZLA MÜŞTERİYE HİZMET
- İŞİ SADECE LEAD, E-COM YA DA APP OLAN 50'DEN FAZLA MÜŞTERİ

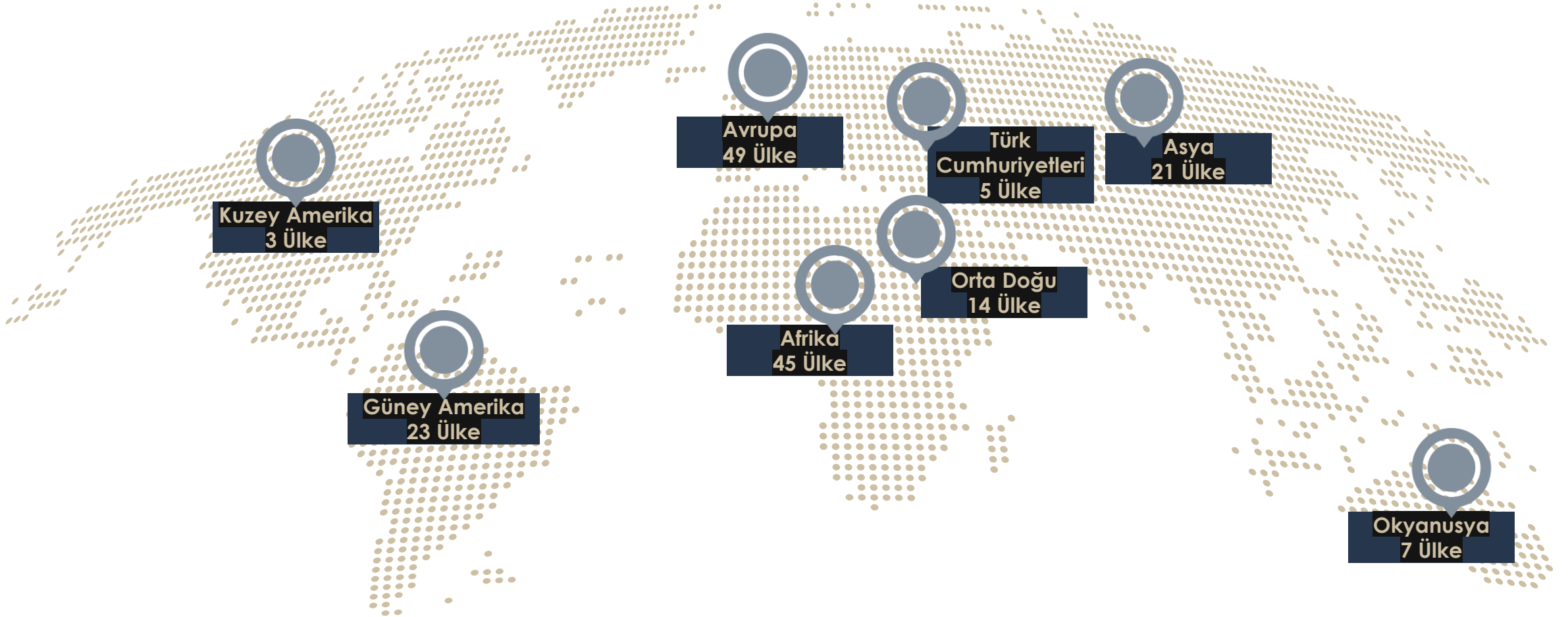


HİZMET VERİLEN
TÜM AJANSLAR İÇİN
TEK MERKEZLİ
SATIN ALMA

GLOBAL HİZMET
SAĞLAYICILARA
PREMIUM
PARTNERLİKLER



Türkiye pazarı dışında, global anlamda aktif markalarımıza yurtdışı medya yatırımları konusunda uzman ekiplerimiz ile hizmet veriyoruz



Global liderlerle kurulan partnerlikler sayesinde bilgi birikimimizi ve uzmanlığımızı derinleştiriyoruz

TAM TEMSİLİYET

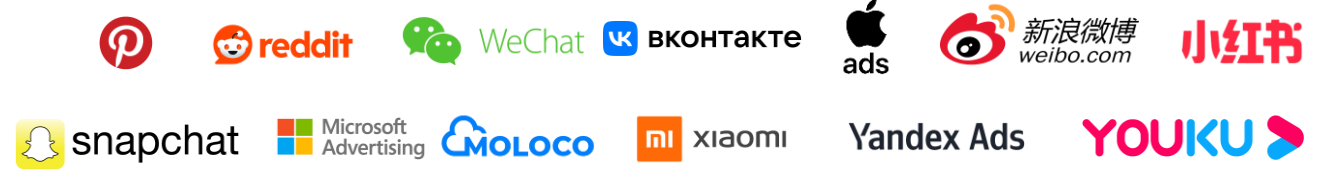
Global platformlardaki uzun yıllara dayanan premium partnerliklerimiz sayesinde güçlü bir temsiliyete sahibiz.



KATMA DEĞER

Global ölçekte faaliyet gösteren ve sektöre yön veren platformlarla güçlü iş birlikleri kurarak, kanal çeşitliliğimizi artırıyor; böylece markamızın görünürlüğünü, erişimini ve etkileşim potansiyelini yeni boyutlara taşıyoruz.

SEKTÖRDE ÖNCÜLÜK



HESAP YÖNETİCİSİ DESTEĞİ



WORKSHOP & SERTİFİKASYON



Yıllar içinde birçok
sektörel ödül ile
medya
kullanımlarında
yaratıcılık
konusunda da
iddialıyız

100+

GLOBAL VE LOKAL ÖDÜL



6

MIXX
EUROPE



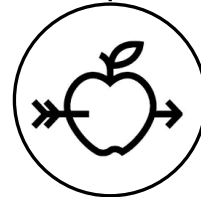
1

DIGITAL
COMMUNICATION
AWARDS



8

MMA GLOBAL
MMA EMEA
MMA TURKEY



32

KRİSTAL
ELMA



39

FELİS



1

EFFIE



4

BRANDVERSE



5

MARTECH



9

SOCIAL MEDIA
AWARDS



1

WARC

04

Finansallar

Bilanço (2026 Q2 -2025)

BİLANÇO (TL)	Bağımsız Denetimden Geçmiş 30.06.2026	Bağımsız Denetimden Geçmiş 31.12.2025*	ARTIŞ/AZALIŞ 2026 Q2 -2025
Nakit ve Nakit Benzerleri	1.146.470.462	682.054.416	68,1%
Ticari Alacaklar	2.738.564.749	3.041.950.469	-10,0%
Ticari Borçlar	2.523.677.143	2.690.769.490	-6,2%
Duran Varlıklar	1.307.771.382	1.316.784.480	-0,7%
Kısa Vadeli Yükümlülükler	2.837.667.452	3.086.224.188	-8,1%
Uzun Vadeli Yükümlülükler	135.140.272	98.822.710	36,8%
Özkaynaklar	2.561.878.078	2.160.152.051	18,6%

- 31 Aralık 2025 tarihli konsolide finansal tablolar 30 Haziran 2026 tarihi itibarıyla satın alma gücü esasına göre sunulmuştur (endeksleme oranı: 1,17758)

Bilanço (2026 Q2 -2025)

- Şirket'in ticari alacakları 30.06.2026 tarihinde %10 oranında azalarak 2.738,6 milyon TL, ticari borçlar ise %6,2 oranında azalarak 2.523,7 milyon TL olmuştur.
- Şirket ticari alacaklarının ortalama tahsil süresi ticari borçların ortalama ödeme süresinden daha kısadır.
- Şirket özkaynakları karlılıktaki artışa paralel olarak, 30.06.2026 tarihinde %18,6 oranında artarak 2.561,9 milyon TL'ye ulaşmıştır.

Gelir Tablosu – FAVÖK (2026 Q2 -2025 Q2)

BİLANÇO (TL)	Sınırlı Denetimden Geçmiş 30.06.2026	Sınırlı Denetimden Geçmiş 30.06.2025*	ARTIŞ/AZALIŞ 2026Q2 -2025Q2
Hasılat	5.890.465.742	5.607.464.585	5,0%
Brüt Kar/Zarar	478.053.176	438.051.352	9,1%
Finansman Gideri (Geliri) Öncesi Faaliyet K/Z	485.075.221	439.105.183	10,5%
Dönem Net Kar/Zararı	266.718.459	290.067.857	-8,0%
FAVÖK	504.912.501	464.660.048	8,7%

- 30 Haziran 2025 tarihli konsolide finansal tablolar 30 Haziran 2026 tarihi itibarıyla satın alma gücü esasına göre sunulmuştur (endeksleme oranı: 1,32109).

Gelir Tablosu – FAVÖK (2026 Q2 -2025 Q2)

- 30.06.2026 tarihinde bir önceki döneme göre satışlar %5 oranında artarak 5,89 milyar TL'ye ulaşmıştır.
- Şirket'in brüt karı ise aynı dönemde %9,1 oranında artarak 478 milyon TL olmuştur. Brüt kar marjı da 7,81'den 8,12'ye yükselmiştir.
- Geçtiğimiz yıla göre mevduat faizleri ve nakit benzerlerindeki getiri oranlarının düşmesine rağmen net finansman gelirlerimiz geçen yılın aynı dönemine oranla %47,50 oranında artarak 111,2 milyon TL olarak gerçekleşmiştir.
- Şirket'in net dönem karı 30.06.2026 tarihinde %8 oranında azalarak 266,7 milyon TL olmuştur.
- FAVÖK 2026 yılının ilk altı ayında %8,7 oranında artarak 504,9 milyon TL olmuştur.

Likidite

LİKİDİTE	30.06.2026	31.12.2025
Cari Oran	1,49	1,31
Kısa vadeli yükümlülükler/Toplam varlıklar (%)	51,27	57,74
Uzun vadeli yükümlülükler/Toplam varlıklar (%)	2,44	1,85
Özkaynaklar/Toplam varlıklar (%)	46,29	40,41

Cari oran 1,31'den 1,49'a yükselmiştir.

Şirket özkaynaklarının toplam varlıklar içindeki oranı %46,29 olarak gerçekleşmiştir. Şirketin sermayesini fazlasıyla koruduğu ve borç yapısının sağlıklı bir şekilde faaliyetlerine devamına elverişli olduğu değerlendirilmektedir.



GÖRÜŞMEK
ÜZERE

Uyarı/Çekince

28.12.2023 tarihli ve 2023/81 sayılı Sermaye Piyasası Kurulu Bülteni ile Sermaye Piyasası Kurulu'nun finansal raporlama düzenlemelerine tabi ihraççılar ve sermaye piyasası kurumlarının, 31.12.2023 tarihinde veya sonrasında sona eren hesap dönemlerine ait yıllık finansal raporlarından başlamak üzere TMS 29 hükümlerini uygulamak suretiyle enflasyon muhasebesi uygulamasına karar verildiği kamuya duyurulmuştur.

Bu sunumda, Sermaye Piyasası Kurulu'nun 28/12/2023 tarihli Kararı'na uygun olarak Türkiye Muhasebe/ Finansal Raporlama Standartlarını uygulayan Şirketimizin TMS 29 hükümlerine göre enflasyon muhasebesi uygulanmış finansal verileri esas alınmıştır.

Sunumda yer alan değerlendirmeler piyasa koşullarına yönelik genel değerlendirmeler niteliğinde olup, Sermaye Piyasası Kurulu'nun Özel Durumlar Tebliği'nin (II-15.1 Sayılı Tebliğ) 10'uncu maddesi çerçevesinde geleceğe yönelik beklentiler olarak değerlendirilmemelidir.

Bu sunum, yatırım danışmanlığı kapsamında değerlendirilmemeli ve PC İletişim ve Medya Hizmetleri Sanayi Ticaret A.Ş.'ye ("PC İletişim") ait hisselerin alım-satımı için bir teklif, çağrı veya davet niteliğinde görülmemelidir. Bu sunumun içeriğinin kullanımından doğabilecek zararlardan PC İletişim ya da PC İletişim'in herhangi bir yönetim kurulu üyesi, yöneticisi, çalışanı veya herhangi diğer bir kişi sorumlu tutulamaz.