

# B E Y M E N

## Beymen Mağazacılık A.Ş.

### İzahname

Bu izahname, Sermaye Piyasası Kurulu (Kurul)'nce 27/04/2018 tarihinde onaylanmıştır.

Ortaklığımızın çıkarılmış sermayesinin 67.176.750 TL'lik kısmını temsil eden, mevcut ortağımız Boyner Perakende ve Tekstil Yatırımları A.Ş.'nin sahip olduğu 67.176.750 TL nominal değerli toplam 67.176.750 adet payın halka arzına ilişkin izahnamedir. Toplanan kesin talebin satışa sunulan pay miktarından fazla olması halinde Boyner Perakende ve Tekstil Yatırımları A.Ş.'ye ait 9.373.500 TL nominal değerli ve toplamda halka arz edilen payların %13,95'ine tekabül eden payların dağıtımına tabi tutulacak toplam pay miktarına eklenmesi planlanmaktadır.

İzahname'nin onaylanması, izahnamede yer alan bilgilerin doğru olduğunun Kurulca tekeffülü anlamına gelmeyeceği gibi, paylara ilişkin bir tavsiye olarak da kabul edilemez. Ayrıca halka arz edilecek payların fiyatının belirlenmesinde Kurul'un herhangi bir takdir ya da onay yetkisi yoktur.

Halka arz edilecek paylara ilişkin yatırım kararları izahnamenin bir bütün olarak değerlendirilmesi sonucu verilmelidir.

Bu izahname, ortaklığımızın [www.beymen.com](http://www.beymen.com) veya <http://yatirimci.beymen.com> adresli internet sitesinde, halka arzda satışa aracılık edecek İş Yatırım Menkul Değerler A.Ş.'nin [www.isyatirim.com.tr](http://www.isyatirim.com.tr) adresli internet sitesinde, Ak Yatırım Menkul Değerler A.Ş.'nin [www.akyatirim.com.tr](http://www.akyatirim.com.tr) adresli internet sitesinde, Garanti Yatırım Menkul Kıymetler A.Ş.'nin [www.garantiyatirim.com.tr](http://www.garantiyatirim.com.tr) adresli internet sitesinde ve Kamuyu Aydınlatma Platformu (KAP)'nda ([kap.gov.tr](http://kap.gov.tr)) yayımlanmıştır. Ayrıca başvuru yerlerinde incelemeye açık tutulmaktadır.

Sermaye Piyasası Kanunu (SPKn)'nun 10'uncu maddesi uyarınca, izahnamede ve izahnamenin eklerinde yer alan yanlış, yanıltıcı ve eksik bilgilerden kaynaklanan zararlardan ihraççı sorumludur. Zararın ihraççıdan tazmin edilememesi veya edilemeyeceğinin açıkça belli olması halinde; halka arz edenler, ihraca aracılık eden lider yetkili kuruluş, varsa garantör ve ihraççının yönetim kurulu üyeleri kusurlarına ve durumun gereklerine göre zararlar kendilerine yükletilebildiği ölçüde sorumludur. Ancak, izahnamenin diğer kısımları ile birlikte okunduğu takdirde özetin yanıltıcı, hatalı veya tutarsız olması durumu hariç olmak üzere, sadece özete bağlı olarak ilgililere herhangi bir hukuki sorumluluk yüklenemez. Bağımsız denetim, derecelendirme ve değerlendirme kuruluşları gibi izahnameyi oluşturan belgelerde yer almak üzere hazırlanan raporları hazırlayan kişi ve kurumlar da hazırladıkları raporlarda yer alan yanlış, yanıltıcı ve eksik bilgilerden SPKn hükümleri çerçevesinde sorumludur.

## İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER.....	2
KISALTMA VE TANIMLAR.....	3
I. BORSA GÖRÜŞÜ: .....	10
GELECEĞE YÖNELİK AÇIKLAMALAR .....	12
1. İZAHNAMENİN SORUMLULUĞUNU YÜKLENE KİŞİLER.....	14
2. ÖZET .....	17
3. BAĞIMSIZ DENETÇİLER.....	33
4. SEÇİLMİŞ FİNANSAL BİLGİLER.....	34
5. RİSK FAKTÖRLERİ.....	46
6. İHRAÇÇI HAKKINDA BİLGİLER.....	67
7. FAALİYETLER HAKKINDA GENEL BİLGİLER .....	71
8. GRUP HAKKINDA BİLGİLER .....	127
9. MADDİ DURAN VARLIKLAR HAKKINDA BİLGİLER .....	129
10. FAALİYETLERE VE FİNANSAL DURUMA İLİŞKİN DEĞERLENDİRMELER .....	131
11. İHRAÇÇININ FON KAYNAKLARI.....	161
12. ARAŞTIRMA VE GELİŞTİRME, PATENT VE LİSANSLAR.....	167
13. EĞİLİM BİLGİLERİ.....	168
14. KAR TAHMİNLERİ VE BEKLENTİLERİ .....	169
15. İDARİ YAPI, YÖNETİM ORGANLARI VE ÜST DÜZEY YÖNETİCİLER.....	170
16. ÜCRET VE BENZERİ MENFAATLER.....	179
17. YÖNETİM KURULU UYGULAMALARI .....	180
18. PERSONEL HAKKINDA BİLGİLER .....	184
19. ANA PAY SAHİPLERİ.....	186
20. İLİŞKİLİ TARAFLAR VE İLİŞKİLİ TARAFLARLA YAPILAN İŞLEMLER HAKKINDA BİLGİLER .....	189
21. DİĞER BİLGİLER.....	195
22. ÖNEMLİ SÖZLEŞMELER.....	201
23. İHRAÇÇININ FİNANSAL DURUMU VE FAALİYET SONUÇLARI HAKKINDA BİLGİLER .....	210
24. İHRAÇ VE HALKA ARZ EDİLECEK PAYLARA İLİŞKİN BİLGİLER.....	213
25. HALKA ARZA İLİŞKİN HUSUSLAR.....	218
26. BORSADA İŞLEM GÖRMEYE İLİŞKİN BİLGİLER .....	251
27. MEVCUT PAYLARIN SATIŞINA İLİŞKİN BİLGİLER İLE TAAHHÜTLER .....	253
28. HALKA ARZ GELİRİ VE MALİYETLERİ .....	255
29. SULANMA ETKİSİ.....	257
30. UZMAN RAPORLARI VE ÜÇÜNCÜ KİŞİLERDEN ALINAN BİLGİLER.....	258
31. İŞTİRAKLER HAKKINDA BİLGİLER.....	260
32. PAYLAR İLE İLGİLİ VERGİLENDİRME ESASLARI.....	261
33. İHRAÇÇI VEYA HALKA ARZ EDEN TARAFINDAN VERİLEN İZİN HAKKINDA BİLGİ .....	269
34. İNCELEMAYA AÇIK BELGELER .....	270
35. EKLER .....	271

## KISALTMA VE TANIMLAR

KISALTMALAR	TANIMLAR
A.Ş.	Anonim Şirketi
AB	Avrupa Birliği
ABD Doları	Amerika Birleşik Devletleri para birimi
ABGB	Avrupa Birliği Gümrük Birliği
aktif müşteri	son iki mali yıl içinde ürün satın almış olan müşteriler
Anka	Anka Mağazacılık A.Ş., Türkiye kanunları uyarınca kurulmuş olup 30 Kasım 2017 tarihinde Şirket ile birleşerek tüzel kişiliği sona ermiş olan anonim şirket
Avro	Avrupa Birliği para birimi
Ay Marka	Ay Marka Mağazacılık A.Ş.
bayiler tarafından işletilen mağazalar	bayiler tarafından işletilen multi-brand ve Beymen Club mağazaları
bayilik sözleşmesi	Şirket'in bazı multi-brand mağazaları ve Beymen Club mağazalarının bayiler tarafından işletilmesi için yaptığı sözleşmeler
BBM	Boyner Büyük Mağazacılık A.Ş.
BBM çok katlı büyük mağazaları	BBM tarafından işletilmekte olan çok katlı büyük mağazalar
BDT	Bağımsız Devletler Topluluğu
Bej, Altın, Platin ve VIP	"The One" sadakat programı kapsamında müşterilerin tabi olduğu sadakat sınıfları
Beymen İç ve Dış Ticaret	Beymen İç ve Dış Ticaret A.Ş., Türkiye kanunları uyarınca kurulmuş ve faaliyet göstermekte olan bir anonim şirket
Beymen Link	elde taşınır cihazlar üzerinde çalışmakta olan, mağazaların tümünde satış danışmanları tarafından kullanılan ve satış danışmanlarının tüm mağazalardaki tüm ürünlere erişim sağlayıp satmasına imkân veren sistem
Beymen özel markaları	Beymen özel moda markaları ve Beymen özel ev markaları
Beymen özel ev markaları	ev ürünleri sunan Beymen özel markalarını da içeren Beymen Home ve Beymen Gift gibi Beymen ev markaları
Beymen özel moda markası	temel olarak Beymen Club, Beymen Collection ve Academia'dan oluşan Beymen özel moda markaları ve Beymen çantaları ve küçük deri eşyalar, Beymen Blender ve Beymen eşarpları gibi diğer Beymen özel moda markaları

<b>KISALTMALAR</b>	<b>TANIMLAR</b>
<b>Beymen.com</b>	Beymen internetten alışveriş sitesi, <a href="http://www.beymen.com">www.beymen.com</a>
<b>Beymenclub.com</b>	Beymen Club internetten alışveriş sitesi, <a href="http://www.beymenclub.com">www.beymenclub.com</a>
<b>BİAŞ, Borsa</b>	Borsa İstanbul A.Ş.
<b>bire bir satış büyümesi</b>	Şirket'in bire bir gelir değerlendirmesi kapsamına alınan doğrudan işlettiği perakende mağazalar (outlet mağazalar ve kapanması planlanan mağazalar hariç) ve e-ticaret kanalında elde ettiği gelirden meydana gelen büyüme (Bire bir satış büyümesi oranları TFRS düzeltme kayıtlarını ve konsolidasyon eliminasyonlarını içermemektedir.)
<b>bire bir mağaza</b>	Şirket'in bire bir gelir değerlendirmesi kapsamına alınan doğrudan işlettiği perakende mağazalar (outlet mağazalar ve kapanması planlanan mağazalar hariç) ve e-ticaret kanalı (bir mağazanın veya e-ticaret kanalının) bire bir gelir değerlendirmesi kapsamına alınabilmesi için en az on iki ay boyunca faaliyette olması gerekmektedir.)
<b>Boyner Grubu</b>	Boyner Holding A.Ş., iştirakleri ve bağlı şirketleri
<b>Boyner Holding</b>	Boyner Holding A.Ş., BOYP'un hisselerinin %42,8'ine sahip olan ve T.C. kanunları uyarınca kurulmuş ve faaliyet göstermekte olan bir anonim şirket
<b>BOYP</b>	Boyner Perakende ve Tekstil Yatırımları A.Ş.
<b>BR Mağazacılık</b>	BR Mağazacılık Ticaret A.Ş.
<b>Bulin</b>	Bulin İç ve Dış Ticaret A.Ş.
<b>CCO</b>	Ticari Genel Müdür Yardımcısı
<b>CEO</b>	Genel Müdür
<b>CFO</b>	Mali İşler Genel Müdür Yardımcısı
<b>Christian Louboutin Mağazacılık</b>	Christian Louboutin Mağazacılık A.Ş.
<b>CMO</b>	Satın Alma ve Üründen Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı
<b>contemporary markalar</b>	lüks tasarımcı markaların ikincil koleksiyonları veya ulaşılabilir lüks segmentteki çağdaş markalar
<b>CRM</b>	müşteri ilişkileri yönetimi
<b>çapraz satış</b>	müşterilerin satın aldıkları ürünün yanında aynı ya da farklı bir kategoriden tamamlayıcı bir ürünün daha satılarak satışların arttırılmalarını sağlayan satış tekniği
<b>Depodan ürün transferi</b>	bir ürünün depodan mağazalardan birine (bayiler tarafından işletilen mağazalar hariç) gönderilmesi

<b>KISALTMALAR</b>	<b>TANIMLAR</b>
<b>doğrudan işletilen perakende mağazalar</b>	Şirket'in doğrudan işlettiği (i) multi-brand mağazalar, (ii) mono-brand mağazalar, (iii) Beymen Club mağazaları ve (iv) outlet mağazalar (e-ticaret kanalı hariç)
<b>doğrudan işletilen perakende satış kanalı</b>	Şirket'in doğrudan işlettiği (i) multi-brand mağazalar, (ii) mono-brand mağazalar, (iii) Beymen Club mağazaları, (iv) e-ticaret kanalı ve (v) outlet mağazalar
<b>Düzeltilmiş FAVÖK</b>	Şirket birleşmesinden kaynaklı tek seferlik etkiler ve reeskont gelir / gideri, vade farkı gelir / gideri, kur farkı gelir / gideri hariç, faiz, amortisman ve vergi öncesi kazanç
<b>Düzeltilmiş net kar</b>	Şirket birleşmesi kaynaklı tek seferlik etkiler hariç net kar
<b>EIU</b>	Economist Intelligence Unit
<b>Elif Co.</b>	tasfiye süreci Nisan 2017'de tamamlanmış olan, Erbil, Kuzey Irak'ta bir adet multi-brand mağaza işletmiş olan Şirket'in iş ortağı Elif Co. for General Trading Ltd.
<b>e-ticaret kanalı</b>	www.beymen.com, www.beymenclub.com ve bir mobil uygulamadan oluşan, Şirket'in e-ticaret operasyonlarını yürüttüğü satış kanalı
<b>E-Ticaret Kanunu</b>	5 Kasım 2014 ve 29166 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanan Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun (6563 sayılı Kanun) (" <b>E-Ticaret Kanunu</b> ")
<b>Euromonitor</b>	Euromonitor International, bağımsız uluslararası stratejik pazar araştırma şirketi
<b>FAVÖK</b>	Faiz, amortisman ve vergi öncesi kazanç
<b>fiili münhasırlık</b>	herhangi bir hukuki hakka dayanmayan; fakat Beymen'in pazardaki konumu ve ilgili markalarla süregelen ilişkisi sebebiyle bazı markaların Türkiye'de yalnızca Beymen tarafından satılması durumu
<b>global moda markaları</b>	tasarımcı markaları ve contemporary markalardan oluşan, uluslararası lüks moda markaları
<b>GSMH</b>	Gayri Safi Milli Hâsıla
<b>GSYİH</b>	Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla
<b>Gümrük Kanunu</b>	4 Kasım 1999 tarih ve 23866 sayılı Resmi Gazetede yayınlanan Gümrük Kanunu (4458 sayılı Kanun)
<b>GVK</b>	Gelir Vergisi Kanunu
<b>IPSOS</b>	IPSOS Group S.A., uluslararası bir araştırma ve danışmanlık şirketi
<b>ISIN</b>	menkul kıymet tanımlama numarası

<b>KISALTMALAR</b>	<b>TANIMLAR</b>
<b>IT</b>	Bilgi Teknolojisi
<b>İşyeri Tehlike Sınıfları Tebliği</b>	26 Aralık 2012 tarih ve 28509 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanan İş Sağlığı ve Güvenliğine İlişkin İşyeri Tehlike Sınıfları Tebliği
<b>İzkar</b>	İzkar Giyim Ticaret ve Sanayi A.Ş.
<b>KAP</b>	Kamuyu Aydınlatma Platformu
<b>kesin satın alma modeli</b>	Şirket’in tedarikçilerinden satın aldığı veya üreticilerinde ürettirdiği ve sonrasında satışa sunduğu ürünler için uygulanan iş modeli
<b>KİK</b>	Körfez Arap Ülkeleri İşbirliği Konseyi
<b>kira düzeltilmiş sermaye yatırım getiri oranı</b>	$\text{kira düzeltilmiş faiz ve vergi öncesi kar (FAVÖK + kira faiz bileşeni(faiz bileşeni } 33,3\% * \text{kira) + vergi) / kira düzeltilmiş ortalama yatırılmış sermaye (toplam sermaye + net borç + aktifleşen kira (kira * aktifleşme çarpanı (5x)))}$
<b>Kişisel Verilerin Korunması Kanunu</b>	7 Nisan 2016 tarih ve 29677 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanan Kişisel Verilerin Korunması Kanunu (6698 sayılı Kanun)
<b>Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi</b>	işbu izahnamenin 22. başlığı altında kendisine atfedilen anlamı ifade etmektedir.
<b>Kurul, SPK</b>	Sermaye Piyasası Kurulu
<b>KVK</b>	5520 sayılı Kurumlar Vergisi Kanunu
<b>Mağaza seviyesinde bire bir satış büyümesi</b>	e-ticaret kanalı hariç, Şirket’in bire bir gelir değerlendirmesi kapsamına alınan doğrudan işlettiği perakende mağazalar (outlet mağazalar hariç) elde ettiği gelirden meydana gelen büyüme
<b>Mayhoola</b>	Mayhoola For Investments LLC, BOYP’un %42,68 oranında pay sahibi
<b>Mesafeli Sözleşmeler Yönetmeliği</b>	29188 sayılı Resmi Gazete’de 27 Kasım 2017 tarihinde yayınlanmış olan Mesafeli Sözleşmeler Yönetmeliği
<b>MKK</b>	Merkezi Kayıt Kuruluşu A.Ş.
<b>mono-brand mağaza</b>	Tek bir global moda markasına mağazanın adı, tasarımı ve satışa sunulan ürünler bakımından tahsis edilen mağazalar
<b>mono-brand sözleşmeler</b>	mono-brand mağazaların kurulup işletilmesi için ilgili global moda markası ile yapılan sözleşmeler
<b>Morhipo</b>	Boyner Holding tarafından yönetilen, üzerinden hazır giyim, kozmetik, çocuk ürünleri ve ev ürünleri satılan bir moda perakende web sitesi
<b>MTM Media Monitoring Center</b>	MTM Medya İzleme Merkezi

<b>KISALTMALAR</b>	<b>TANIMLAR</b>
<b>multi-brand mağaza</b>	Şirket veya bayiler tarafından işletilmekte olup, hem Beymen özel markalarının hem de global markaların ürünlerinin satıldığı çok markalı mağazalar (tünel mağazalar ve mağaza içi korner alanları dâhil olmak üzere)
<b>multi-brand sözleşmeler</b>	multi-brand mağazalarda bazı ürünlerin satılması ya da tünel mağazaların veya mağaza içi markalara özel ayrılmış alanlarının kurulması için ilgili global moda markaları yapılan sözleşmeler
<b>nakit dönüşümü</b>	FAVÖK - Yatırım
<b>net perakende satış</b>	Outlet mağazalar hariç olmak üzere, Şirket'in doğrudan işlettiği perakende satış kanallarından elde edilen hasılat
<b>Nielsen</b>	Nielsen Holdings PLC, global bir bilgi, veri ve ölçümleme şirketi
<b>Nile Co</b>	Mısır kanunları uyarınca kurulmuş ve Şirket, Ola Mounir Mohamed El-Dajani, Mr. Hesham Talaat Mostafa ve Alexandria Real Estate Investment Company S.A.E.'nin payına sahip olduğu bir şirket olan Nile Bosphorus Retail and Trading Co.
<b>Nişantaşı Beymen Brasserie</b>	Nişantaşı Turistik tarafından Şirket'in Nişantaşı'ndaki multi-brand mağazası dâhilinde işletilen bir restoran
<b>Nişantaşı Turistik</b>	Nişantaşı Turistik İşletmeler A.Ş.
<b>OC&amp;C</b>	OCC Danışmanlık A.Ş, global bir işletme stratejisi danışmanlık şirketi olan OC&C Strategy Consultants ağıının bir parçasıdır.
<b>OC&amp;C Analizi</b>	Şirket'in görevlendirmesiyle OC&C tarafından Şubat 2018'de yapılan sektör çalışmaları sonucu elde edilen bulgular
<b>outlet mağazalar</b>	Şirket'in sezon sonu envanteri için bir envanter tüketme fonksiyonu gören mağazalar
<b>POP UP mağaza</b>	geçici süreyle (haftalık veya 2-3 aylık) açılan mağazalar
<b>private shopper</b>	kişisel müşteri danışmanı
<b>PwC</b>	PwC Bağımsız Denetim ve Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik A.Ş.
<b>sadakat programı</b>	Şirket'in multi-brand mağazaları, mono-brand mağazaları ve e-ticaret kanalları için ve Beymen Club mağazaları için ayrı ayrı olmak üzere (sırasıyla "The One" ve "Beymen Club" sadakat programları), belli sıklıkta ve belli sepet tutarlarında alışveriş yapan müşterileri için indirimler ve özel ayrıcalıklar sunduğu bir pazarlama girişimi
<b>satış kanalları</b>	doğrudan işletilen perakende satış kanalı ile toptan satış kanalı
<b>sepet tutarı</b>	fatura başına ortalama alışveriş tutarı, KDV hariç
<b>Sermaye Piyasası Kanunu,</b>	6362 sayılı Sermaye Piyasası Kanunu

<b>KISALTMALAR</b>	<b>TANIMLAR</b>
<b>SPKn</b>	
<b>sermaye yatırım getiri oranı</b>	(faiz ve vergi öncesi kar % vergi) / ortalama yatırılmış sermaye (toplam sermaye + net borç )
<b>shop-in-shop mağazalar</b>	söz konusu markaya ayrılmış ayrı bir girişi olan bir tünel mağaza
<b>Şirket</b>	Beymen Mağazacılık A.Ş., T.C. kanunları uyarınca kurulmuş ve faaliyet göstermekte olan bir anonim şirket
<b>Şirket'in işlettiği mağazalar</b>	Beymen tarafından işletilen Multi-brand, mono-brand, Beymen Club ve outlet mağazaları
<b>T.C.</b>	Türkiye Cumhuriyeti
<b>tasarımcı markaları</b>	lüks tasarımcı markaların ana koleksiyonları
<b>TFRS</b>	Türkiye Finansal Raporlama Standartları
<b>Ticari İletişim Yönetmeliği</b>	15 Temmuz 2015 tarih ve 29417 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanan Ticari İletişim ve Ticari Elektronik İletiler Hakkında Yönetmelik
<b>TL</b>	Türk Lirası
<b>TMS</b>	Türkiye Muhasebe Standartları
<b>toptan satış kanalı</b>	(i) bayiler tarafından işletilen mağazalar ve (ii) seçili Beymen özel markalarının çok katlı mağazalara satışı (temel olarak "Beymen" çantalar ve küçük eşyalar gibi seçili Beymen özel markalarının BBM çok katlı büyük mağazaları ve Boyner Holding tarafından yönetilen bir moda perakende web sitesi olan Morhipo'ya yapılan toptan satışlardan oluşan toptan satış kanalı vasıtasıyla satışı)
<b>TPE</b>	Türk Patent Enstitüsü
<b>TPMK</b>	Türk Patent ve Marka Kurumu
<b>TTK</b>	6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu
<b>TÜFE</b>	Tüketici Fiyat Endeksi
<b>TÜİK (Turkstat)</b>	Türkiye İstatistik Kurumu
<b>Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun</b>	28 Kasım 2013 tarih ve 28835 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanan Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun (6502 sayılı Kanun)
<b>tünel mağaza</b>	sadece söz konusu markanın ürünlerinin teşhir edilmesi için multi-brand mağazalarda ayrılan özel bir alan
<b>Türkiye</b>	Türkiye Cumhuriyeti
<b>UFRS</b>	Uluslararası Finansal Raporlama Standartları
<b>VIP (very important person)</b>	önemli kişi



<b>KISALTMALAR</b>	<b>TANIMLAR</b>
<b>YBBO</b>	yıllık bileşik büyüme oranı ((Bitiş Yılındaki Değer / Başlangıç Yılındaki Değeri) ^ (1/ Yıl Sayısı)) - 1
<b>Wepublic</b>	Anka tarafından işletilmiş ve 30 Kasım 2017 tarihinde Beymen Mağazacılık A.Ş tarafından devralınmış olan bir multi-brand mağaza

## I. BORSA GÖRÜŞÜ:

Borsa İstanbul A.Ş.'nin 17.04.2018 tarihli ve BİAŞ-4-3354 sayılı yazısında;

*“İşlem görme talebiyle Borsamızda başvurusu bulunan Şirket ile ilgili olarak.*

- a) *Şirketin Kotasyon Yönergesi'nin 8. maddesinin 1. fıkrasında yer alan şartlardan (b) bendindeki “Halka arz edilen payların piyasa değeri”, “Toplam piyasa değeri” ve “Halka arz edilen payların nominal değerinin sermayeye oranı” şartlarını halka arzdan sonra sağlaması koşuluyla Şirket paylarının Yıldız Pazar'da işlem görebileceği,*
- b) *Şirket hakkında hazırlanan hukukçu raporunun izahnamenin ekinde yayımlanması,*
- c) *Ayrıca Kurul'a iletilecek Borsamız görüşünde, “İşbu Borsa İstanbul A.Ş. görüşü, Borsa İstanbul A.Ş.'nin vereceği karara dönük herhangi bir taahhüt ya da bağlayıcılık oluşturmamak şartıyla, sadece SPK'nın görüş talebine cevap vermek amacıyla sınırlı olmak üzere mevcut bilgi ve belgeler dikkate alınarak hazırlanmıştır. İşbu Borsa İstanbul A.Ş. görüşüne dayanılarak alınacak kararlar sonucu doğabilecek zararlar nedeniyle Borsa İstanbul A.Ş.'nin herhangi bir sorumluluğu bulunmamaktadır.” ifadesinin yer alması*

*hususlarının Şirketin halka arz izahnamesinde yer alacak Borsamız görüşü olarak Kurulunuza bildirilmesine karar verilmiştir.”*

denilmektedir.

## **II. DİĞER KURUMLARDAN ALINAN GÖRÜŞ VE ONAYLAR:**

Şirket'in paylarını halka arz etmesi için Kurul ve Borsa İstanbul dışında herhangi bir kurumdan görüş veya onay alınmasına gerek yoktur.

## GELECEĞE YÖNELİK AÇIKLAMALAR

**“Bu izahname, “düşünülmektedir”, “planlanmaktadır”, “hedeflenmektedir”, “tahmin edilmektedir”, “beklenmektedir” gibi kelimelerle ifade edilen geleceğe yönelik açıklamalar içermektedir. Bu tür açıklamalar belirsizlik ve risk içermekte olup, sadece izahnamenin yayım tarihindeki öngörülerini ve beklentileri göstermektedir. Birçok faktör, ihracçının geleceğe yönelik açıklamalarının öngörülenden çok daha farklı sonuçlanmasına yol açabilecektir.”**

Geleceğe yönelik açıklamalar, bilinen ve bilinmeyen riskler, belirsizlikler ve durumların veya Şirket’in faaliyet sonuçlarının, performansının, hedeflerinin veya başarılarının sözü geçen beyanlarda açık veya zımni olarak ifade edilen gelecekteki durumlardan, sonuçlardan, performanstan veya başarılarından önemli ölçüde farklı olmasına yol açacak sair önemli unsurlar içermektedir. Bu geleceğe yönelik açıklamalar diğerlerinin yanı sıra, aşağıda belirtilenlere ilişkin çeşitli varsayımlara dayanmaktadır:

- Şirket’in faaliyetlerinin tabi olduğu mevzuatta ve ilgili olduğu hükümet politikalarındaki değişiklikler
- Şirket’in rekabet baskısı ile başa çıkabilme kabiliyeti
- Şirket’in isabetli öngörülerde bulunabilmesi
- Tüketicinin satın alma gücünü ve isteğini etkileyen, Türkiye’deki politik gelişmeler ve yerel veya küresel makroekonomik çevredeki belirsizlikler
- Döviz kurlarında dalgalanma
- Şirket’in markasının imajı ve itibarı, Şirket’in etkili pazarlama ve iletişim yapabilmesi ve müşteri memnuniyetini sağlayabilmesi
- Şirket’in önemli mağaza noktaları bulabilmesi, bunları sürdürebilmesi ve mülk sahipleri ile iyi ilişkilerini devam ettirebilmesi
- Şirket’in global moda markaları ile iyi ilişkiler sürdürmesi ve bu markaların başarıları
- Şirket’in yönetim personeli, kabiliyetli çalışanlar ve tasarımcıları çekebilmesi ve bünyesinde tutabilmesi
- Şirket’in lojistik operasyonlarının çoğu ve Beymen özel moda markalarının imalatı için çalıştığı tedarikçilerin performansı
- Şirket’in uygun bir şekilde bütçe ve stok planlaması yapabilmesi
- Şirket’in bilgi teknoloji sistemlerinin performansı, bu sistemleri geliştirebilmesi, güncelleyebilmesi ve işlediği kişisel verilerin korumasını sağlayabilmesi
- Şirket’in fikri mülkiyet haklarını koruyabilmesi
- Şirket’in müşterileri ile olan ilişkilerini yönetebilmesi

Bu önemli unsurlar listesi değildir. Geleceğe yönelik açıklamalar değerlendirilirken, yukarıda yer alan unsurların ve diğer belirsizlik ve durumların, özellikle Şirket’in faaliyette bulunduğu politik, ekonomik, sosyal ve hukuki çevre dikkate alınmak suretiyle dikkatlice incelenmesi gerekmektedir. Bu geleceğe yönelik açıklamalar yalnızca hazırlandıkları tarih itibarıyla geçerlidir. Bu doğrultuda Şirket, halka arz sürecinin tamamlanmasının ardından, yeni bir bilgi edinilmesi veya gelecekte meydana gelecek durumlar sebebiyle veya sair şekilde bu açıklamalardan herhangi birinin güncellenmesi veya revize edilmesi için herhangi bir

yükümlülük üstlenmemektedir. Şirket bu geleceğe yönelik açıklamalarda öngörülen sonuçlara ulaşılacağına dair herhangi bir beyan, taahhüt veya tahminde bulunmamaktadır. Bu geleceğe yönelik açıklamalar her durumda, Şirket yönetimi tarafından en makul bulunan senaryoyu temsil etmekte olup en yüksek ihtimalli veya standart senaryo olarak değerlendirilmemelidir.

Bu İzahname’de yer alan geleceğe yönelik açıklamalar Şirket’in yönetiminin fikirlerinin yanı sıra Şirket’in yönetimi tarafından yapılan varsayımlara ve Şirket’in yönetimine hâlihazırda sunulmuş olan bilgilere dayalıdır. Şirket, bu geleceğe yönelik açıklamalarda yer alan tahminlerin makul olduğuna inansa da, bu beklentilerin doğru çıkacağına dair herhangi bir teminat verilememektedir. Bu belirsizlikler ışığında, bu geleceğe yönelik açıklamalara fazlasıyla dayanılmaması gerekmektedir. Fiili sonuçların Şirket’in beklentilerinden önemli ölçüde farklılık göstermesine yol açacak önemli faktörler, bu İzahname’de yer alan geleceğe yönelik açıklamalar ve özellikle “Risk Faktörleri” bölümünde yer almaktadır. Bu risk veya belirsizliklerin gerçeğe dönüşmesi veya Şirket’in dayanak varsayımlarından herhangi birinin Şirket tarafından öngörülemeyen durumlar sebebiyle hatalı olduğu sonucuna varılması hâlinde, Şirket’in fiili faaliyet sonuçları veya finansal durumu bu açıklamalarda öngörülen, inanılan, tahmin edilen veya beklenenlerden önemli ölçüde farklılık gösterebilir. Hiçbir durumda, bu İzahname’de yer alan geleceğe yönelik açıklamalar Şirket’in veya Müdürlerin veya sair bir kişinin, bu açıklamalarda yer alan sonuçlara ulaşılmasına ilişkin beyan veya taahhüdü sayılmamalıdır.

## 1. İZAHNAMENİN SORUMLULUĞUNU YÜKLENEN KİŞİLER

Bu izahname ve eklerinde yer alan bilgilerin, sahip olduğumuz tüm bilgiler çerçevesinde, gerçeğe uygun olduğunu ve izahnamede bu bilgilerin anlamını değiştirecek nitelikte bir eksiklik bulunmaması için her türlü makul özenin gösterilmiş olduğunu beyan ederiz.

<b><u>İhraççı</u></b> <b>Beymen Mağazacılık A.Ş.</b>		<b>Sorumlu Olduğu Kısım:</b>
<b>Ad:</b> Mustafa Türkay <b>Soyad:</b> Tatar <b>Görev:</b> Yönetim Kurulu Üyesi <b>İmza:</b> _____ <b>Tarih:</b> 23 Nisan 2018		<b>İZAHNAMENİN TAMAMI</b>
<b>Ad:</b> Serdar <b>Soyad:</b> Sunay <b>Görev:</b> Yönetim Kurulu Üyesi <b>İmza:</b> _____ <b>Tarih:</b> 23 Nisan 2018		<b>İZAHNAMENİN TAMAMI</b>

<b><u>Halka Arz Eden</u></b> <b>Boynner Perakende ve Tekstil Yatırımları A.Ş.</b>		<b>Sorumlu Olduğu Kısım:</b>
<b>Ad:</b> Mustafa Türkay <b>Soyad:</b> Tatar <b>Görev:</b> Başkan Yardımcısı <b>İmza:</b> _____ <b>Tarih:</b> 23 Nisan 2018		<b>İZAHNAMENİN TAMAMI</b>
<b>Ad:</b> Nur Mehmet <b>Soyad:</b> İnal <b>Görev:</b> Başkan Yardımcısı <b>İmza:</b> _____ <b>Tarih:</b> 23 Nisan 2018		

<b><u>Halka Arza Aracılık Eden Lider Yetkili Kurulus</u></b> <b>İş Yatırım Menkul Değerler A.Ş.</b>		<b>Sorumlu Olduğu Kısım:</b>
<b>Ad:</b>	Hikmet Mete	<b>İZAHNAMENİN TAMAMI</b>
<b>Soyad:</b>	Gorbon	
<b>Görev:</b>	Müdür	
<b>İmza:</b>		
<b>Tarih:</b>	23 Nisan 2018	
<b>Ad:</b>	Selim Onur	
<b>Soyad:</b>	Yalın	
<b>Görev:</b>	Müdür	
<b>İmza:</b>		
<b>Tarih:</b>	23 Nisan 2018	

<b><u>Halka Arza Aracılık Eden Lider Yetkili Kurulus</u></b> <b>Ak Yatırım Menkul Değerler A.Ş.</b>		<b>Sorumlu Olduğu Kısım:</b>
<b>Ad:</b>	Erkan	<b>İZAHNAMENİN TAMAMI</b>
<b>Soyad:</b>	Mikdan	
<b>Görev:</b>	Müdür	
<b>İmza:</b>		
<b>Tarih:</b>	23 Nisan 2018	
<b>Ad:</b>	Engin	
<b>Soyad:</b>	Yegül	
<b>Görev:</b>	Müdür	
<b>İmza:</b>		
<b>Tarih:</b>	23 Nisan 2018	

<b><u>Halka Arza Aracılık Eden Lider Yetkili Kuruluş</u></b> <b>Garanti Yatırım Menkul Kıymetler A.Ş.</b>		<b>Sorumlu Olduğu Kısım:</b>
<b>Ad:</b>	Zeki	<b>İZAHNAMENİN TAMAMI</b>
<b>Soyad:</b>	Şen	
<b>Görev:</b>	Genel Müdür	
<b>İmza:</b>		
<b>Tarih:</b>	23 Nisan 2018	
<b>Ad:</b>	Metin	
<b>Soyad:</b>	Özhan	
<b>Görev:</b>	Birim Müdürü	
<b>İmza:</b>		
<b>Tarih:</b>	23 Nisan 2018	

İzahname'nin bir parçası olan bu raporda yer alan bilgilerin, sahip olduğumuz tüm bilgiler çerçevesinde, gerçeğe uygun olduğunu ve bu bilgilerin anlamını değiştirecek nitelikte bir eksiklik bulunmaması için her türlü makul özenin gösterilmiş olduğunu beyan ederiz.

İmzalı sorumluluk beyanları izahname ekinde yer almaktadır.

<b>İlgili Bağımsız Denetim Raporunu Hazırlayan Kuruluş</b> <b>PwC Bağımsız Denetim ve Serbest Muhasebeci Mali</b> <b>Müşavirlik A.Ş.</b> <b>Yetkilisinin</b>		<b>Sorumlu Olduğu Kısım:</b>
<b>Ad:</b>	Ahmet Gökhan	<b>İLGİLİ RAPOR</b>
<b>Soyad:</b>	Yüksel	
<b>Görev:</b>	SMMM	
<b>Tarih:</b>	23 Nisan 2018	



## 2. ÖZET

A—GİRİŞ VE UYARILAR		
No.	Başlık	Açıklama Yükümlülüğü
A.1	Giriş ve uyarılar	<ul style="list-style-type: none"><li>Bu özet İzahname'ye giriş olarak okunmalıdır.</li><li>Sermaye piyasası araçlarına ilişkin yatırım kararları İzahname'nin bir bütün olarak değerlendirilmesi sonucu verilmelidir.</li><li>İzahname'de yer alan bilgilere ilişkin iddiaların mahkemeye taşınması durumunda, davacı yatırımcı, halka arzın gerçekleştiği ülkenin yasal düzenlemeleri çerçevesinde, İzahname'nin çevirisine ilişkin maliyetlere yasal süreçler başlatılmadan önce katlanmak zorunda kalabilir.</li><li>Özete bağlı olarak (çevirisi dâhil olmak üzere), ilgililerin hukuki sorumluluğuna ancak özeti İzahname'nin diğer kısımları ile birlikte okunduğu takdirde yanıltıcı, hatalı veya tutarsız olması veya yatırımcıların yatırım kararını vermesine yardımcı olacak önemli bilgileri sağlamaması durumunda gidilir.</li></ul>
A.2	İzahname'nin sonraki kullanımına ilişkin bilgi	İzahname sonradan tekrar kullanılmayacaktır.

B—İHRAÇÇI		
No.	Başlık	Açıklama Yükümlülüğü
B.1	İhraççının ticaret unvanı ve işletme adı	Beymen Mağazacılık A.Ş.
B.2	İhraççının hukuki statüsü, tabi olduğu mevzuat, kurulduğu ülke ve adresi	<b>Hukuki Statüsü:</b> Anonim Şirket <b>Tabi Olunan Mevzuat:</b> T.C. Kanunları <b>Kurulduğu Ülke:</b> Türkiye Cumhuriyeti <b>Adresi:</b> Maslak Mahallesi Eski Büyükdere Caddesi Oycan Plaza No:15 K:8 Sarıyer/34398 İstanbul
B.3	Ana ürün/hizmet kategorilerini de içerecek şekilde ihraççının mevcut faaliyetlerinin ve faaliyetlerine etki eden önemli faktörlerin tanımı ile faaliyet gösterilen sektörler/pazarlar hakkında bilgi	Şirket lüks giyim ve ayakkabı odağında kişisel lüks eşya (lüks giyim ve ayakkabı, gözlük ve ilgili aksesuarlar, mücevherat, deri eşyalar, saatler ve ultra lüks güzellik ve kişisel bakım pazarlarını içermektedir) pazarında faaliyet göstermektedir ve çeşitli perakende formatları vasıtasıyla, geniş bir müşteri kitlesine hizmet sunmaktadır. Şirket, faaliyetlerini, doğrudan işletilen perakende satış kanalları ve toptan satış kanalları vasıtasıyla yürütmektedir. Şirket'in faaliyetinin çoğunluğu, doğrudan Şirket tarafından işletilmekte olan: (i) multi-brand mağazalar, (ii) mono-brand mağazalar, (iii) Beymen Club mağazaları, (iv) e-ticaret

		<p>kanalı ve (v) outlet mağazalar vasıtasıyla yürütülmektedir. Şirket faaliyetlerinin küçük bir kısmı ise, bayiler tarafından işletilen multi-brand mağazalar ve Beymen Club mağazaları ve seçili Beymen özel markalarının çok katlı mağazalara satışı (temel olarak Beymen Çanta ve Aksesuarlar gibi seçili Beymen özel markalarının çok katlı büyük mağazalara ve moda perakende web sitelerine yapılan toptan satışlardan oluşan toptan satış kanalı vasıtasıyla satışı) vasıtasıyla yürütülmektedir.</p> <p>31 Aralık 2017 itibariyle, Şirket'in portföyünde (bayiler tarafından işletilen mağazalar ve yabancı ortaklık Christian Louboutin Mağazacılık tarafından işletilen iki adet mono-brand mağaza ve Wepublic mağazası da dâhil) 86 adet mağaza mevcuttur ve toplam net satış alanı 56.699 metrekaredir. Şirket, toplam 15 şehirde yer alan mağazaları ile Türkiye'deki yüksek gelirli şehirleri hedefleyen seçici bir perakende ağı sürdürmektedir. Multi-brand mağazalar dokuz şehirde, mono-brand mağazaların tümü İstanbul'da ve Beymen Club mağazaları ise 15 şehirde yer almaktadır. E-ticaret kanalı, ise Şirket'in perakende satış ağını tamamlamakta ve Türkiye'nin tüm şehirlerine hizmet vermektedir. Şirket, 900'ün üzerinde markadan oluşan geniş bir ürün portföyüne sahiptir.</p>
<b>B.4a</b>	<b>İhraççığı ve faaliyet gösterdiği sektörü etkileyen önemli en son eğilimler hakkında bilgi</b>	<p>Şirket'in performansı ve faaliyet sonuçları, harici faktörler de dâhil olmak üzere bir takım faktörlerden etkilenmiş olduğu gibi, ileride de etkilenmeye devam edecektir. Şirket'in kanaatince aşağıdaki hususlar, Şirket faaliyet sonuçlarını etkileyen temel faktörler arasında yer almaktadır:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Türkiye'deki makro-ekonomik çevre;</li> <li>• Şirket'in bire bir gelirindeki büyüme;</li> <li>• Şirket'in e-ticaret faaliyetlerinin büyümesi/genişletilmesi;</li> <li>• Şirket'in mağaza ağıının genişletilmesi;</li> <li>• Yatırım harcamaları;</li> <li>• Şirket'in portföyündeki kategori ve markaların genişletilmesi; ve</li> <li>• Döviz kurları.</li> </ul>
<b>B.5</b>	<b>İhraççının dâhil olduğu grup ve grup içindeki yeri</b>	<p>İşbu İzahname tarihi itibariyle, Şirket hisselerinin %100,0'ı, Türkiye Cumhuriyeti kanunları uyarınca kurulmuş ve faaliyet gösteren, payları borsada işlem gören bir Anonim Şirket olan Boyner Perakende ve Tekstil Yatırımları A.Ş.'ye ("<b>BOYP</b>") aittir. Aynı tarih itibariyle, BOYP hisselerinin %14,52'si, halka açık olup kalan hisselerinin %42,80'i Boyner Holding A.Ş.'ye ("<b>Boyner Holding</b>") %42,68'i ise Mayhoola For Investments LLC'ye ("<b>Mayhoola</b>") aittir.</p>
<b>B.6</b>	<b>Sermayedeki veya toplam oy</b>	<p>İzahname'nin 19.1 numaralı maddesinde belirtilen Şirket'in doğrudan ortağı BOYP, Beymen Mağazacılık A.Ş.'nin yönetim</p>

	<p><b>hakkı içindeki payları doğrudan veya dolaylı olarak %5 ve fazlası olan kişilerin isimleri/unvanları ile her birinin pay sahipliği hakkında bilgi</b></p> <p><b>İhraççının hâkim ortaklarının farklı oy haklarına sahip olup olmadıkları hakkında bilgi</b></p> <p><b>Varsa doğrudan veya dolaylı olarak ihraççının yönetim hâkimiyetine sahip olanların ya da ihraççıyı kontrol edenlerin isimleri/unvanları ile bu kontrolün kaynağı hakkında bilgi</b></p>	<p>hâkimiyetine doğrudan sahiptir. BOYP'un yönetim hâkimiyetine sahip olmasının kaynağı, Beymen Mağazacılık A.Ş. paylarına %100 oranında sahip olmasıdır.</p> <p>İzahname'nin 19.1 numaralı maddesinde belirtilen Şirket dolaylı ortağı Boyner Holding ve Mayhoola, Beymen Mağazacılık A.Ş.'nin yönetim hâkimiyetine dolaylı yoldan sahiptir. Boyner Holding'in Şirket'in hâkimiyetine dolaylı yoldan sahip olmasının kaynağı, Şirket'in %100 pay sahibi olan BOYP'da Boyner Holding'in %42,80 pay sahibi olmasıdır. Mayhoola'nın Şirket'in hâkimiyetine dolaylı yoldan sahip olmasının kaynağı ise Şirket'in %100 pay sahibi olan BOYP'da %42,68 pay sahibi olmasıdır. Bu nedenle Boyner Holding ve Mayhoola'nın Şirket'te müşterek kontrol durumu söz konusu olmaktadır.</p>
<p><b>B.7</b></p>	<p><b>Seçilmiş finansal bilgiler ile ihraççının finansal durumunda ve faaliyet sonuçlarında meydana gelen önemli değişiklikler</b></p>	<p>TFRS standartlarına göre hazırlanmış Şirket hasılatı 2016 yılında 1.026.103.481 TL'yken, 2017 yılında 289.110.627 TL (%28,2) artarak 1.315.214.108 TL olmuştur. Şirket hasılatı 2015 yılında 933.834.602 TL'yken, 2016 yılında 92.268.879 TL (%9,9) artarak 1.026.103.481 TL olmuştur.</p> <p>2016 yılında 563.680.553 TL olan satışların maliyeti, 2017 yılında 169.191.568 TL (%30,0) artarak 732.872.121 TL'ye yükselmiştir. Aynı dönemlerde, satışların maliyeti toplamı hasılatın %54,9'undan %55,7'sine yükselmiştir. 2015 yılında 516.961.637 TL olan satışların maliyeti, 2016 yılında 46.718.916 TL (%9,0) artarak 563.680.553 TL'ye yükselmiştir. Aynı dönemlerde, satışların maliyeti toplamı hasılatın %55,4'ünden %54,9'una yükselmiştir.</p> <p>Şirket'in 2016 yılında 265.558.554 TL olan pazarlama giderleri 2017 yılında 74.468.139 TL (%28,0) artarak 340.026.693 TL'ye ulaşmıştır. Şirket'in 2015 yılında 239.430.602 TL olan pazarlama giderleri 2016 yılında 26.127.952 TL (%10,9) artarak 265.558.554 TL'ye ulaşmıştır.</p> <p>Şirket'in 2016 yılında özsermaye yöntemi kullanılarak yatırımlardan elde edilen kar payı 372.802 TL iken Christian Louboutin Mağazacılık'tan 2017 yılında alınan karda meydana gelen azalma sebebiyle 348.086 TL'lik (%93,4) bir azalma ile 2017 yılında 24.716 TL'ye düşmüştür. Şirket'in 2015 yılında 1.653.281 TL olan özkaynak yöntemiyle değerlendirilen yatırımların karlarındaki payı 2016 yılında 1.280.479 TL (%77,5) azalarak 372.802 TL'ye düşmüştür.</p> <p>Şirket'in 2016 yılında 13.602.099 TL olan vergi gideri 8.040.816 TL (%59,1) artarak 21.642.915 TL'ye yükselmiştir. Şirket'in 2015 yılında 10.102.190 TL olan vergi gideri 2016 yılında 3.499.909 TL (%34,6) artarak 13.602.099 TL'ye ulaşmıştır.</p>

		<p>Şirket'in dönen varlıkları, 2015 yılından 2016 yılına 494.683.718 TL artmıştır. Bu artışın birincil sebebi diğer alacaklardaki 386.672.742 TL'lik artış; diğer sebepleri ise stoklardaki 47.079.378 TL'lik artış ve Şirket'in stoklar ve alacakları haricinde kalan diğer dönen varlıklarındaki 39.184.079 TL'lik artıştır. Şirket'in dönen varlıkları, 2016 yılından 2017 yılına 298.016.345 TL azalmıştır. Bu azalışın birincil sebebi diğer alacaklardaki 498.192.856 TL'lik azalıştır.</p> <p>Şirket'in duran varlıkları, 2015 yılından 2016 yılına 41.513.513 TL azalmıştır. Bu azalışın birincil sebebi diğer alacaklardaki 39.345.453 TL'lik azalıştır. Şirket'in duran varlıkları, 2016 yılından 2017 yılına 34.167.648 TL azalmıştır. Bu azalışın birincil sebebi diğer alacaklardaki 35.068.585 TL'lik azalıştır.</p> <p>Şirket'in kısa vadeli yükümlülükleri 2015 yılından 2016 yılına 167.031.375 TL artmıştır. Bu artışın birincil sebepleri ticari borçlardaki 77.138.175 TL'lik artış ve ertelenmiş gelirlerindeki 61.401.947 TL'lik artıştır. Şirket'in kısa vadeli yükümlülükleri 2016 yılından 2017 yılına 143.740.786 TL azalmıştır. Bu azalışın birincil sebebi kısa vadeli borçlanmalardaki 153.788.676 TL azalıştır.</p> <p>Şirket'in uzun vadeli yükümlülükleri 2015 yılından 2016 yılına 219.900.251 TL artmıştır. Bu artışın birincil sebebi uzun vadeli borçlanmalardaki 219.362.277 TL'lik artıştır. Şirket'in özkaynakları 2015 yılından 2016 yılına 66.238.579 TL artmıştır. Bu artışın sebebi ise 2015'ten 2016'ya dönem karında yaşanan artıştan kaynaklanmaktadır.</p>
<b>B.8</b>	<b>Seçilmiş önemli proforma finansal bilgiler</b>	Bulunmamaktadır.
<b>B.9</b>	<b>Kar tahmini ve beklentileri</b>	Şirket'in kâr tahmini veya beklentisi bulunmamaktadır.
<b>B.10</b>	<b>İzahnamede yer alan finansal tablolara ilişkin denetim raporlarındaki olumlu görüş dışındaki hususların içeriği</b>	Denetim raporlarında olumlu görüş dışında görüş bulunmamaktadır.
<b>B.11</b>	<b>İhraççının işletme sermayesinin yükümlülüklerini karşılamaması</b>	İhraççının işletme sermayesi mevcut yükümlülüklerini karşılamada yeterlidir.

### C—SERMAYE PİYASASI ARACI

No.	Başlık	Açıklama Yükümlülüğü
<b>C.1</b>	<b>İhraç edilecek ve/veya borsada işlem görecektir</b>	İhraç edilecek ve Borsa İstanbul'da işlem görecektir sermaye piyasası aracı Şirket'in sermayesini temsil eden paylardır. Söz konusu paylara ilişkin ISIN işbu İzahname tarihi itibarıyla

	<b>sermaye piyasası aracının menkul kıymet tanımlama numarası (ISIN) dâhil tür ve gruplarına ilişkin bilgi</b>	belirlenmemiştir. Söz konusu paylar arasında herhangi bir grup ayrımı bulunmamaktadır.
<b>C.2</b>	<b>Sermaye piyasası aracının ihraç edileceği para birimi</b>	TL olarak ihraç edilecektir.
<b>C.3</b>	<b>İhraç edilmiş ve bedelleri tamamen ödenmiş pay sayısı ile varsa bedeli tam ödenmemiş pay sayısı</b> <b>Her bir payın nominal değeri</b>	İzahname tarihi itibarıyla, Şirket'in çıkarılmış sermayesi 156.225.000 TL olup, bu sermaye her biri 1 TL nominal değerinde toplam 156.225.000 adet paydan oluşmaktadır. Bu sermayenin tamamı ödenmiştir.
<b>C.4</b>	<b>Sermaye piyasası aracının sağladığı haklar hakkında bilgi</b>	Satışı yapılacak paylar ilgili mevzuat uyarınca pay sahiplerine aşağıdaki hakları sağlamaktadır: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kardan Pay Alma Hakkı (SPKn'nın 19. maddesi)</li> <li>▪ Ortaklıktan Ayrılma Hakkı (SPKn'nın 24. maddesi)</li> <li>▪ Satma Hakkı / Ortaklıktan Çıkarma Hakkı (SPKn'nın 27. maddesi)</li> <li>▪ Tasfiyeden Pay Alma Hakkı (TTK'nın 507. maddesi)</li> <li>▪ Bedelsiz Pay Edinme Hakkı (SPKn'nın 19. maddesi)</li> <li>▪ Genel Kurula Davet ve Katılma Hakkı (SPKn'nın 29, 30, TTK. 414, 415, 425, 1527. maddeleri)</li> <li>▪ Oy Hakkı (SPKn'nın 30. maddesi, TTK'nın 434. maddesi)</li> <li>▪ Bilgi Alma ve İnceleme Hakkı (SPKn'nın 14. maddesi, TTK'nın 437. maddesi)</li> <li>▪ Bilgi Alma ve İnceleme Hakkı (SPKn'nın 14. Maddesi)</li> <li>▪ İptal Davası Açma Hakkı (TTK'nın 445-451, SPKn'nın 18/6, 20/2. maddeleri)</li> <li>▪ Azınlık Hakları (TTK'nın 411, 412, 439. maddeleri)</li> <li>▪ Özel Denetim İsteme Hakkı (TTK'nın 438. maddesi)</li> </ul> Halka arz edilen paylar herhangi ek bir hak tanımamaktadır.
<b>C.5</b>	<b>Sermaye piyasası aracının devir ve tedavülünü kısıtlayıcı hususlar hakkında bilgi</b>	Halka arz edilecek paylar üzerinde, payların devir ve tedavülünü kısıtlayıcı veya pay sahibinin haklarını kullanmasına engel olacak kayıt bulunmamaktadır.
<b>C.6</b>	<b>Halka arz edilen sermaye piyasası araçlarının borsada işlem görmesi için başvuru yapıp yapılmadığı veya yapıp yapılmayacağı hususu ile işlem görülecek pazara</b>	Halka arz sonrasında payların Borsa İstanbul'da işlem görmesi için 12.03.2018 tarihinde başvuru yapılmış olup, Borsa İstanbul'un uygun görüşü 17.04.2018 tarihli ve BİAŞ-4-3354 sayılı yazısı ile iletilmiştir. Borsa İstanbul tarafından iletilen görüşe göre Şirket Yıldız pazarında işlem görecektir.

	<b>ilişkin bilgi</b>	
<b>C.7</b>	<b>Kar dağıtım politikası hakkında bilgi</b>	Şirket'in 20.04.2018 tarih ve 15 sayılı Yönetim Kurulu kararı ile teklif edilen ve halka arz sonrası yapılacak ilk genel kurul toplantısında genel kurulun onayına sunulacak olan kar dağıtım politikası kapsamında Şirket, kâr dağıtımına karar verilen genel kurul toplantısında onaya sunulan ve TMS / TFRS esas alınarak hazırlanan konsolide finansal tablolarında yer alan ve kâr dağıtımına göre düzeltilmiş öz kaynaklarının toplam kâr dağıtımına göre düzeltilmiş aktiflerine oranının %20'nin altına düşmeyecek olması kaydıyla, sermaye piyasası düzenlemeleri ve ilgili diğer mevzuat çerçevesinde hesaplanan dağıtılabilir kârının %100'üne kadar nakit kâr dağıtımını yapmayı hedeflemektedir.

#### **D—RİSKLER**

<b>No.</b>	<b>Başlık</b>	<b>Açıklama Yükümlülüğü</b>
<b>D.1</b>	<b>İhraççıya, faaliyetlerine ve içinde bulunduğu sektöre ilişkin önemli risk faktörleri hakkında bilgi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Şirket'in faaliyetleri, büyük ölçüde Şirket'in marka imajı ve itibarına ve aynı zamanda müşteri algısına dayanmaktadır. Şirket markasının bilinirliğinin sürdürülememesi, korunamaması ve artırılmaması, Şirket'in, faaliyetlerini başarılı bir şekilde sürdürme ve genişletme yeteneğini olumsuz etkileyebilir.</li> <li>• Şirket, tedarik maliyetleri, kira giderleri ve döviz cinsinden kullanılan finansal borçlanmalar nedeniyle döviz kuru riskine maruz kalmaktadır.</li> <li>• Şirket'in faaliyetleri, cazip mağaza noktaları bulmak ve bu noktalarda faaliyet göstermeye devam edebilme yeteneğine bağlıdır.</li> <li>• Şirket'in hasılatının çoğunluğu, multi-brand mağazaların işletilmesinden elde edilmekte olup, Şirket bu faaliyetler için dünya çapında tanınan lüks markalar da dâhil olmak üzere, 900'ün üzerinde marka ile uzun süredir devam eden ilişkilerine ve bu markaların Türkiye'de satışı konusunda sahip olduğu fiili münhasırlığa dayanmaktadır.</li> <li>• Şirket'in mono-brand mağazaları açması ve işletmesi, Şirket'in global lüks moda markaları ile uzun süredir devam eden ilişkilerine dayanmaktadır.</li> <li>• Şirket'in mono-brand mağazalarının performansı, global moda markalarının koleksiyonları başarılı bir şekilde tasarlayamamalarından etkilenebilir. Koleksiyonların mevcut tasarımları veya tasarımındaki değişiklikler, müşteriler tarafından beğenilmeyebilir ve bu durum, Şirket'in hasılatında azalmaya neden olabilir.</li> <li>• Şirket, hasılatının önemli bir miktarını, prestijli alışveriş merkezlerinde yer alan bazı önemli mağazalardan elde etmektedir.</li> <li>• Şirket, e-ticaret operasyonlarında büyüme ve genişleme</li> </ul>

	<p>sürecini yeterince etkin veya hızlı bir şekilde yönetemeyebilir veya mevcut teknolojilerini ve altyapısını etkin bir şekilde ölçeklendiremeyebilir ve uyarlayamayabilir.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Şirket'in bilgi teknolojisi sistemlerindeki aksaklıklar, Şirket'in faaliyetlerini olumsuz etkileyebilir.</li><li>• Şirket'in faaliyetlerinin yürütülmesi, devamlılığı ve başarısı, bazı önemli personel ve üst düzey yöneticilere bağlıdır.</li><li>• Şirket'in bazı operasyonları üçüncü kişi tedarikçilere dayanmakta olup söz konusu tedarikçilerin akdi yükümlülüklerini yerine getirmemeleri, Şirket'in faaliyetleri üzerinde olumsuz etkilere neden olabilir.</li><li>• Şirket, alt yüklenicilerinin bazı yükümlülüklerinden müştereken ve müteselsilen sorumlu olup bu durum alt yüklenicilerin geçerli kanun ve yönetmeliklere uymamaları sonucunda Şirket'i yükümlülük ve yasal işlemlere maruz bırakabilir. Bu durum, Şirket'in faaliyetleri ve itibarı üzerinde önemli olumsuz etkilere neden olabilir.</li><li>• Şirket'in mağazalarının mülk sahipleri ile Şirket arasındaki ilişkiler, Şirket'in faaliyetleri bakımından önemlidir ve mağazaların mülk sahipleri ile ilişkilerdeki her türlü kopma, Şirket'in ilave maliyete maruz kalmasına neden olabilir ve bu durum Şirket'in finansal durumu üzerinde olumsuz etkilere neden olabilir.</li><li>• Şirket, mağazaların mülk sahiplerine finansal teminatlar temin etmekte olup söz konusu teminatlar, kira sözleşmeleri tahtındaki Şirket yükümlülüklerinin yerine getirilmemesi nedeniyle paraya çevrildiği takdirde, Şirket'in faaliyetleri ve finansal şartları önemli ölçüde olumsuz etkilenebilir.</li><li>• Şirket markasının başarısı, yeni ve değişen müşteri tercihleri ve trendlerini belirleme ve bunlara tepki verme yeteneğine bağlıdır.</li><li>• Şirket'in başarısı, etkin stok yönetimine bağlıdır. Etkin stok yönetimi yapılamaması, Şirket'in işletme ve finansal sonuçları üzerinde olumsuz etki yaratabilir.</li><li>• Şirket, koşulsuz müşteri mutluluğunu sürdüremeyebilir veya iyileştiremeyebilir.</li><li>• Müşteri bilgilerine üçüncü şahısların erişimi ile sonuçlanan bir güvenlik ihlali, itibarın zedelenmesine ve sorumluluğa neden olmak suretiyle, Şirket faaliyetlerini aksatabilir.</li><li>• Şirket'in faaliyetleri, çeşitli kanun ve yönetmeliklere tabidir ve bu kanun ve yönetmeliklerdeki her türlü değişiklik, faaliyet giderlerinde artışa ve yönetimin bu konulara daha fazla odaklanmasına neden olabilir. Şirket, geçerli kanun ve yönetmeliklere uymadığı veya uyamadığı takdirde, Şirket, idari para cezalarına veya cezalara maruz kalabilir.</li></ul>
--	--

	<ul style="list-style-type: none"><li>• Şirket bazı ruhsat alma yükümlülüklerine tabidir ve bu yükümlülüklerin yerine getirilmemesi Şirket'in faaliyeti ve operasyonları üzerinde olumsuz etkilere neden olabilir.</li><li>• Şirket, yerel gümrük yönetmeliklerine tabidir; bunlarda yapılacak herhangi bir değişiklik, Şirket'in faaliyetleri, finansal durumu, faaliyet sonuçları ve beklentileri üzerinde olumsuz etki yaratabilir.</li><li>• Şirket, tüm risklere karşı sigorta teminatı elde edemeyebilir ve sigorta teminatı kapsamına girmeyen kayıplara maruz kalabilir. Bu durum, Şirket'in faaliyetleri, finansal durumu, faaliyet sonuçları ve beklentileri üzerinde olumsuz etkilere neden olabilir.</li><li>• Şirket, finansal yükümlülüklerine yerine getirme yeteneği ile ilişkili risklere tabidir. Bunlar, Şirket'in faaliyetleri, faaliyet sonuçları ve gelecekle ilgili beklentileri ve aynı zamanda Şirket itibarı üzerinde önemli olumsuz etkilere neden olabilir.</li><li>• Şirket, ticaret markalarını ve diğer fikri mülkiyet haklarını koruyamayabilir.</li><li>• Şirket, markasını tanıtmak için pazarlama ve reklâm dâhil halkla ilişkiler konularında yatırım yapmaktadır ancak bu kampanyalardan yeterli ve etkili bir getiri elde edemeyebilir.</li><li>• Şirket'in faaliyetleri, Şirket'in özel markaları altındaki ürünlerinin üretiminde kullanılan bazı ham maddelerin fiyat ve kalitesinde dalgalanmalara veya mevcudiyetinde aksamalara maruz kalmaktadır.</li><li>• Şirket, faaliyetlerine ilişkin bazı hukuki takiplere taraf durumdadır. Bu durum, Şirket'in faaliyetleri, finansal durumu, faaliyet sonuçları ve gelecekle ilgili beklentileri ve itibarı üzerinde önemli olumsuz etkilere neden olabilir.</li><li>• Toptan satış kanalı vasıtasıyla yapılan satışların performansı tamamen Şirket kontrolü altında olmayıp markaların değerini olumsuz etkileyebilir.</li><li>• Şirket, bazı operasyonlarında tahsilat riskine maruz kalmaktadır. Bu durum, Şirket'in faaliyetleri, finansal durumu, faaliyet sonuçları ve beklentileri üzerinde olumsuz etkilere neden olabilir.</li><li>• Şirket Boyner Grubu içerisinde yer alması sebebiyle çeşitli faydalar elde etmektedir. Şirket'in Boyner Grubu ile ilişkisindeki aksamalar, söz konusu faydaları engelleyebilir ve Şirket faaliyetlerine zarar verebilir.</li><li>• Şirket, Boyner Holding ve Mayhoola tarafından dolaylı olarak ve müştereken kontrol edilmektedir. Bu ana ortakların menfaatleri, Şirket'in menfaatleri veya Halka Arza Konu Payların alıcılarının menfaatleri ile örtüşmeyebilir. Halka Arz sonrasında, Boyner Holding ve Mayhoola, Şirket paylarının önemli bir bölümünü kontrol etmeye devam edeceklerdir ve</li></ul>
--	--



		<p>Şirket yönetimini önemli ölçüde etkileme yetkisine sahip olacaklardır.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Şirket rekabetin yoğun olduğu bir sektörde faaliyet gösteriyor olup bu durum Şirket'in faaliyetleri finansal durumu, faaliyet sonuçları ve gelecekle ilgili beklentileri üzerinde önemli etkiye neden olabilir.</li> <li>• Küresel veya yerel çapta ortaya çıkan ekonomik veya siyasi gelişmelerden dolayı tüketicilerin satın alma gücü ve isteğinin düşmesi, Şirket'in satışlarını olumsuz etkileyebilir.</li> <li>• Şirket'in başarısı ve büyümesi, Şirket'in etkin bütçe planlaması yapmasına bağlıdır.</li> <li>• Kişisel lüks eşya pazarında talep, mevsimsel değişimlere tabidir. Talebin genellikle yoğun olduğu dönemler sırasında meydana gelen olumsuz gelişmeler Şirket'in faaliyet sonuçlarını, diğer dönemlere oranla daha fazla etkileyebilir.</li> <li>• BOYP'un Şirket'teki paylarını satması yolu ile Şirket paylarının halka arz edilmesi işlemi, ilgili sermaye piyasası mevzuatı uyarınca önemli nitelikteki işlem teşkil edebilir ve bunun sonucunda söz konusu halka arz işleminin gerçekleştirilmesi, BOYP'un genel kurulunun onayını gerektirebilir.</li> </ul>
<b>D.2</b>	<b>Sermaye piyasası aracına ilişkin önemli risk faktörleri hakkında bilgi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Şirket, gelecekte kâr payı ödemeyebilir veya kar payı açıklamayabilir.</li> <li>• Halka arz işlemine konu edilecek olan paylar fiyat ve hacim dalgalanmaları olabilir.</li> <li>• Gelecekte halka arz işlemine konu edilecek olan paylardan önemli bir miktarın satılması veya bu tür bir satışın meydana geleceği algısının oluşması, halka arz işlemine konu edilecek olan payların piyasa değerini ciddi ölçüde ve olumsuz yönde etkileyebilir.</li> </ul>

<b>E—HALKA ARZ</b>		
<b>No.</b>	<b>Başlık</b>	<b>Açıklama Yükümlülüğü</b>
<b>E.1</b>	<b>Halka arza ilişkin ihraççının/halka arz edenin elde edeceği net gelir ile katlanacağı tahmini toplam maliyet ve talepte bulunan yatırımcılardan talep edilecek tahmini maliyetler hakkında bilgi</b>	<p>Halka Arz Edenler, halka arzdan ek satış hakkı kullanılmadığı durumda 859,9 milyon TL ile 1.031,8 milyon TL (ek satış hakkının tamamen kullanılması durumunda 979,8 milyon TL ile 1.175,8 milyon TL) aralığında gelir elde edecektir.</p> <p>Halka arzın ortağın sahip olduğu paylardan bir kısmının satışı suretiyle gerçekleştirilmesinden dolayı aracılık ve danışmanlık maliyetleri, borsa tarafından alınacak ilk kotasyon ücretleri ile halka arz edilecek payların nominal değeri ile ihraç değeri arasındaki fark üzerinden alınacak Kurul ücreti, BOYP tarafından karşılanacaktır. Şirket'in sermayesinin tamamının</p>

		<p>nominal değeri üzerinden alınan Kurul ücreti ile diğer giderler Şirket tarafından karşılanacaktır.</p> <p>Halka arza ilişkin toplam maliyetin 36,3 milyon TL ile 41,4 milyon TL (ek satış dâhil 40,3 milyon TL ile 46,4 milyon TL) aralığında, halka arz edilecek pay başına maliyetin ise 0,54 TL ile 0,62 TL (ek satış dâhil 0,53 TL ile 0,61 TL) aralığında olacağı tahmin edilmektedir.</p> <p>Şirket tarafından karşılanacak toplam maliyet 6,8 milyon TL seviyesinde olacaktır.</p> <p>Talepte bulunan yatırımcılardan, talepte bulunmak için özel bir ücret alınmayacaktır. Ancak yatırımcılar, bu amaçla hesap açmak, hak ettikleri payları başka yetkili kuruluşun hesabına virmanlamak veya para iadesine ilişkin EFT yapmak istemeleri durumunda, konsorsiyum üyesi olan yetkili kuruluşlar arasında farklılık gösteren çeşitli maliyetlere katlanmak zorunda kalabileceklerdir.</p>
<p><b>E.2a</b></p>	<p><b>Halka arzın gerekçesi, halka arz gelirlerinin kullanım yerleri ve elde edilecek tahmini net gelir hakkında bilgi</b></p>	<p>Halka arz ortak satışı şeklinde gerçekleştirilecek olup Şirket'e doğrudan nakit girişi olmayacaktır.</p> <p>BOYP, 20 Nisan 2018 tarihinde, Şirket'in halka arzından elde ettiği nakdin kullanımına ilişkin bir yönetim kurulu kararı (12 sayılı) almıştır ve bu karar 20 Nisan 2018 tarihinde KAP'ta açıklanmıştır. Bu karar uyarınca, BOYP, Şirket'in halka arzından elde ettiği gelirin bir kısmını, Şirket'e olan net ticari olmayan borçlarının tamamının kapatılması için kullanılacaktır. BOYP'un Şirket'e olan net ticari olmayan borcu 31.12.2017 tarihi itibarıyla 217.434.746 TL olup (235.246.310 TL tutarındaki tüm ticari olmayan alacaklardan, 31.12.2017 tarihi itibarıyla 17.811.564 TL'lik BOYP'a borç netleştirilmiştir), bu husus işbu İzahname'nin ekinde yer alan ve TFRS uyarınca hazırlanmış olan finansal tabloların 29 numaralı dipnotunda görülebilir. Şirket'in BOYP'tan net ticari olmayan alacakları, 31.03.2018 tarihi itibarıyla ise 345.269.431 TL olarak gerçekleşmiştir. Kısaca, halka arzdan elde edilen gelirin bir kısmı BOYP'un Şirket'e olan ticari olmayan borcunun, halka arza ilişkin takas işlemi tarihi itibarıyla güncel olan tüm cari miktarının geri ödenmesinde kullanılacaktır.</p> <p>Şirket ise, BOYP'tan olan alacağının kapatılması vasıtasıyla elde edeceği nakdin tamamını, Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi kapsamındaki borcunu kapatmak amacıyla kullanacaktır. Bahsi geçen Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi hakkında detaylı bilgi, işbu İzahname'nin "22. <i>Önemli Sözleşmeler</i>" başlıklı bölümünde yatırımcıların dikkatine sunulmaktadır. Bu borç 31.12.2017 tarihi itibarıyla 105.909.550 ABD Doları (399.480.234 TL) tutarında olup (uzun vadeli borçlanmaların kısa vadeli kısmı ve uzun vadeli krediler toplam olarak sunulmuştur), bu husus işbu İzahname'nin ekinde yer alan TFRS uyarınca hazırlanmış olan</p>

		<p>finansal tabloların 7 numaralı dipnotunda yatırımcıların dikkatine sunulmuştur. Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi'nde yer alan ödeme planına göre 31.03.2018 tarihi itibariyle ödenecek tutar ise 101.589.216,80 ABD Doları'dır. Bu rakam 31.03.2018 tarihli TCMB ABD Doları alış kuru üzerinden TL'ye çevrildiğinde ise 401.165.658,22 TL'dir. Bu rakam mevcut swap sözleşmeleri kapsamında yapılan düzenlemelerle, 31 Mart 2018 tarihi itibariyle 384.165.658,22 TL'dir.</p>
<b>E.3</b>	<b>Halka arza ilişkin bilgiler ve koşulları</b>	<p><i>Halka Arza İlişkin Bilgiler</i></p> <p>Halka arz edilen payların nominal değeri 67.176.750 TL olup, halka arz edilen payların temsil ettiği çıkarılmış sermayeye oranı %43,0'dır. Ek satış kapsamında halka arz edilecek payların nominal değeri 9.373.500 TL olup, ek satış konusu payların temsil ettiği çıkarılmış sermayeye oranı %6,0'dır. Ek satışın tamamının gerçekleşmesi hâlinde halka arz edilecek payların nominal değeri toplam 76.550.250 TL, temsil ettikleri çıkarılmış sermayeye oranı %49,0 olacaktır.</p> <p>Halka arz edilecek paylar için iki iş günü boyunca talep toplanacaktır. Bu sürenin başlangıç ve bitiş tarihleri ilan edilecek tasarruf sahiplerine satış duyurusunda belirtilecektir. Halka arzın Mayıs ayı içerisinde yapılması planlanmaktadır.</p> <p>İhraç edilecek paylar kaydileştirme esasları çerçevesinde MKK tarafından hak sahipleri bazında kayden izlenecek olup, payların fiziki teslimi yapılmayacaktır. Kaydi paylar azami dağıtım listesinin konsorsiyum üyelerine teslimini takip eden 2 işgünü içerisinde teslim edilecektir.</p> <p>Halka arz sonuçları, Kurul'un sermaye piyasası araçlarının satışına ilişkin düzenlemelerinde yer alan esaslar çerçevesinde dağıtım listesinin kesinleştiği günü takip eden iki iş günü içerisinde Kurul'un özel durumların kamuya açıklanmasına ilişkin düzenlemeleri uyarınca kamuya duyurulacaktır.</p> <p><i>Halka Arza İlişkin Koşullar</i></p> <p>Halka arzın başlaması öncesinde, Kurul haricinde, ihraç edilen Şirket paylarının borsada işlem görebilmesi için Borsa İstanbul'un uygun görüşünün alınması gerekmektedir.</p> <p>BOYP'un 19.12.2017 tarih ve 38 sayılı kararı kapsamında gerçekleştirilecek olan, ortak satışı yoluyla Şirket paylarının halka arz edilmesi işleminin, Kurul'un II-23.1 Önemli Nitelikteki İşlemlere İlişkin Ortak Esaslar ve Ayrılma Hakkı Tebliği'nin ("<b>Önemli Nitelikteki İşlemler Tebliği</b>") 6'ncı maddesinin birinci fıkrası uyarınca, toplam işlem tutarının "yönetim kurulu karar tarihinden önceki altı aylık günlük düzeltilmiş ağırlıklı ortalama fiyatların aritmetik ortalaması baz alınarak hesaplanan ortaklık değerine oranının %50'nin üzerinde olması" halinde ve SPK'nın 23'ncü maddesinde</p>

tanımlanan BOYP için önemli nitelikte işlem tanımına girmesi söz konusudur. SPKn'nun 23'üncü maddesi ve Önemli Nitelikteki İşlemler Tebliği'nin 7'inci maddesinin 1'inci fıkrası uyarınca, önemli nitelikte bir işlemin ortaklığın genel kurulunun onayına sunulması zorunludur. Ayrıca, söz konusu önemli işlem ilgili ortaklığın genel kurulunda gerekli nisaplar sağlanarak onaylansa dahi, Önemli Nitelikteki İşlemler Tebliği'nin 9'uncu maddesi uyarınca “*önemli nitelikteki işlemlere ilişkin genel kurul toplantılarına katılan ve olumsuz oy kullanarak muhalefet şerhini toplantı tutanağına işleyen pay sahipleri veya temsilcileri paylarını ortaklığa satarak ortaklıktan ayrılma hakkına sahiptir.*”

Bu kapsamda, söz konusu yönetim kurulu kararı çerçevesinde, BOYP'un sahip olduğu Şirket paylarının halka arzı işlemine ilişkin satış tutarının 19.12.2017 tarih ve 38 sayılı yönetim kurulu kararı tarihinden önceki altı aylık günlük düzeltilmiş ağırlıklı ortalama fiyatların aritmetik ortalaması baz alınarak hesaplanan ortaklık değerine oranının %50'sini (1.155.062.940 TL) aşması halinde, Önemli Nitelikteki İşlemler Tebliği'nin 6'ncı maddesinin 1'inci fıkrasının (b) bendi uyarınca önemli nitelikteki işlem tanımına girecek olan söz konusu Şirket paylarının halka arz işlemi, BOYP genel kurulunda ortakların onayına sunulacak olup, söz konusu genel kurul toplantısına katılan ve ilgili gündem maddesine olumsuz oy kullanarak muhalefet şerhini toplantı tutanağına işleyen pay sahipleri veya temsilcilerine, paylarını Önemli Nitelikteki İşlemler Tebliği'nin 10'uncu maddesine göre yapılan hesaplama sonucu ulaşılan değer olan 1 TL nominal değerli pay için 8,39 TL fiyat üzerinden ortaklığa satarak ortaklıktan ayrılma hakkı tanınacaktır. Söz konusu olağanüstü genel kurul toplantısına ilişkin ilan metni, 09 Nisan 2018 tarihinde KAP'ta (<https://www.kap.org.tr/tr/Bildirim/675418>), Elektronik Genel Kurul Sistemi'nde ve 10.04.2018 tarihli ve 9555 sayılı Türkiye Ticaret Sicili Gazetesi'nde ilan edilmiştir.

Ayrıca, BOYP'un esas sözleşmesinin 26'ncı maddesi uyarınca önemli nitelikteki bir işlemin genel kurul tarafından onaylanması için, BOYP'un sermayesinin en az %75'ini temsil eden pay sahiplerinin toplantıya katılması ve olumlu oy vermesi gerekmektedir. Bu doğrultuda, yapılan çağrıya istinaden 02.05.2018 tarihinde gerçekleştirilmesi öngörülen genel kurul toplantısı, toplantı yeter sayısının sağlanamaması nedeniyle ertelenebilir. Planlanan halka arzın “önemli nitelikteki işlem” teşkil etmesi ve yukarıda açıklanan sebeplerle genel kurul onayını gerektirmesi ihtimali dâhilinde, genel kurul toplantısı ertelenir ise, halka arzın gerçekleştirilebilmesi için toplantının esas sözleşmede öngörülen toplantı yeter sayısı sağlanarak gerçekleştirilmesi ve esas sözleşmede öngörülen karar yeter sayıları sağlanarak kararın alınması gerektirir. Dolayısıyla da planlanan halka arz, söz konusu şartlar sağlanana kadar gerçekleştirilemeyecektir.

		<p>Bahsi geçen genel kurul toplantısında ilişkin toplantı veya karar nisaplarının 02 Mayıs 2018 tarihinde sağlanamaması halinde, İzahname ve İhraç Belgesi Tebliği'nin ilgili hükümleri çerçevesinde Şirket'in 31 Aralık 2017 tarihli finansal tabloları ile halka arza devam etmesi mümkün olmayacak, ve halka arzın, 31 Mart 2018 tarihli finansal tabloları da dahil edilecek şekilde hazırlanacak bir izahnamenin Kurul tarafından onaylanmasına kadar ertelenmesi gündeme gelecektir.</p> <p><b>Sonuç olarak, BOYP'un sahibi olduğu Şirket paylarının satışı yoluyla gerçekleştirilecek olan halka arz işleminin, yukarıda açıklanan durumlar uyarınca önemli nitelikteki işlem teşkil etmesi fakat BOYP'un 02.05.2018 tarihinde gerçekleştirilmesi öngörülen genel kurul toplantısında onaylanmaması halinde, söz konusu halka arz işlemi gerçekleştirilemeyecektir.</b></p> <p>Ek olarak, söz konusu halka arz işlemi BOYP'un genel kurul toplantısında onaylansa dahi, söz konusu genel kurul toplantısına katılan ve ilgili gündem maddesine olumsuz oy kullanarak muhalefet şerhini toplantı tutanağına işleyen pay sahipleri veya temsilcilerine, paylarını Önemli Nitelikteki İşlemler Tebliği'nin 10'uncu maddesine göre yapılan hesaplama sonucu ulaşılan değer olan 1 TL nominal değerli pay için 8,39 TL fiyat üzerinden ortaklığa satarak ortaklıktan ayrılma hakkı doğacaktır.</p> <p>Söz konusu genel kurul toplantısının sonuçları ve BOYP'a ilişkin diğer önemli gelişmeler, BOYP'un KAP'ta yaptığı açıklamalardan takip edilebilir (<a href="https://www.kap.org.tr/tr/sirket-bilgileri/ozet/4028e4a1415f4d9b014160337607401a">https://www.kap.org.tr/tr/sirket-bilgileri/ozet/4028e4a1415f4d9b014160337607401a</a> ).</p>
E.4	<p><b>Çatışan menfaatler de dâhil olmak üzere halka arza ilişkin ilgili kişilerin önemli menfaatleri</b></p>	<p>BOYP portföyünde bulundurduğu Şirket paylarının halka arzında toplam 67.176.750 TL nominal değerde 67.176.750 adet (ek satış hakkının kullanılması ve bu kapsamdaki tüm payların satılması durumunda, toplam 76.550.250 TL nominal değerde ve 76.550.250 adet) pay satarak, pay satışı geliri elde edecektir.</p> <p>Halka arz sırasında, halka arza aracılık eden aracı kuruluşların halka arza aracılık komisyonu, hukuki danışmanlık bürolarının danışmanlık ücreti ve bağımsız denetim şirketinin denetim ücreti elde etmesi söz konusu olacaktır. Söz konusu maliyetler, işbu İzahname'nin 28.1 numaralı bölümünde ayrıntılı bir şekilde açıklanacaktır.</p> <p>Şirket ile halka arzda Konsorsiyum Liderleri olarak görev alan Ak Yatırım, Garanti Yatırım ve İş Yatırım arasında çıkar çatışması veya herhangi bir menfaat çatışması bulunmamaktadır. Konsorsiyum Liderleri ve Şirket arasında herhangi bir sermaye ilişkisi yoktur. Konsorsiyum Liderleri'nin halka arz işlemi nedeniyle elde edeceği aracılık</p>

		<p>komisyonu haricinde doğrudan ya da dolaylı olarak halka arzın başarısına bağlanmış bir ekonomik çıkarı bulunmamaktadır.</p> <p>Diğer kredi verenlerin yanı sıra, İş Yatırım'ın ana ortağı olan İş Bankası ile Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi imzalamış bulunmaktadır. Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi hakkında detaylı açıklama için Bkz. (22—Önemli Sözleşmeler—Kredi Sözleşmeleri).</p> <p>Şirket ile bağımsız hukukçu raporunu hazırlayan Devrim Güniz Gökçe Avukatlık Bürosu arasında herhangi bir çıkar veya menfaat çatışması bulunmamaktadır. Devrim Güniz Gökçe Avukatlık Bürosu ve Şirket arasında herhangi bir sermaye ilişkisi yoktur. Devrim Güniz Gökçe Avukatlık Bürosu'nun doğrudan ya da dolaylı olarak halka arzın başarısına bağlanmış bir ekonomik çıkarı bulunmamaktadır. Devrim Güniz Gökçe Avukatlık Bürosu halka arza ilişkin sunulan hukuki danışmanlık hizmetleri için danışmanlık ücreti elde etmektedir.</p> <p>Şirket ile mali tablolarının bağımsız denetimini yapan PwC Bağımsız Denetim ve Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik A.Ş. arasında çıkar çatışması veya herhangi bir menfaat çatışması bulunmamaktadır. PwC Bağımsız Denetim ve Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik A.Ş. ve Şirket arasında herhangi bir sermaye ilişkisi yoktur. PwC Bağımsız Denetim ve Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik A.Ş.'nin doğrudan ya da dolaylı olarak halka arzın başarısına bağlanmış bir ekonomik çıkarı bulunmamaktadır. PwC Bağımsız Denetim ve Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik A.Ş.'nin, Şirket ile arasında bağımsız denetim çalışmalarının yürütülmesine ilişkin yapmış olduğu anlaşmalar haricinde, herhangi bir anlaşma bulunmamaktadır. PwC Bağımsız Denetim ve Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik A.Ş., Şirket'e sunduğu bağımsız denetim hizmetleri kapsamında ücret elde etmektedir.</p> <p>Şirket ile pazar analizlerini yapan OCC Danışmanlık A.Ş. arasında çıkar çatışması veya herhangi bir menfaat çatışması bulunmamaktadır. OCC Danışmanlık A.Ş. ve Şirket arasında herhangi bir sermaye ilişkisi yoktur. OCC Danışmanlık A.Ş.'nin doğrudan ya da dolaylı olarak halka arzın başarısına bağlanmış bir ekonomik çıkarı bulunmamaktadır. OCC Danışmanlık A.Ş.'nin, pazar analizlerini yapması ve yapmış olduğu pazar analizleri sonucunda elde edilen bir takım verilerin işbu İzahname'de kullanılmasına ilişkin olarak ve Şirket ile arasında yapmış olduğu anlaşma haricinde herhangi bir anlaşma bulunmamaktadır.</p> <p>Bunların dışında halka arzdan önemli menfaati olan danışmanlar vb. bulunmamaktadır.</p>
<b>E.5</b>	<b>Sermaye piyasası aracını halka</b>	<b>İhraççı'nın ünvanı:</b> Beymen Mağazacılık A.Ş.

	<p><b>arz eden kişinin/ihraççının ismi/unvanı</b></p> <p><b>Kim tarafından ve ne kadar süre ile taahhüt verildiği hususlarını içerecek şekilde dolaşımdaki pay miktarının artırılmamasına ilişkin verilen taahhütler hakkında bilgi</b></p>	<p><b>İhraççı ve Satan Ortak tarafından verilen taahhütler:</b></p> <p>BOYP, Şirket paylarının Borsa İstanbul'da işlem görmeye başlamasından itibaren 180 gün süreyle, halka arz edilen paylar dışında kalan Şirket paylarının, dolaşımdaki pay miktarının artmasına yol açacak şekilde satışa veya halka arza konu edilmeyeceği, bu doğrultuda bir karar alınmayacağı ve/veya Borsa İstanbul'a veya SPK'ya veya yurtdışındaki herhangi bir menkul kıymetlere ilişkin düzenleyici kurum, borsa veya kotasyon otoritesine başvuruda bulunulmayacağı ve bu süre boyunca ileride yeni bir satış veya halka arz yapılacağına dair bir açıklama yapılmayacağına dair taahhütte bulunmuştur. Şüpheye mahal vermemek adına, Şirket paylarının Borsa İstanbul'da işlem görmeye başlamasını takiben 30 günlük bir süre için gerçekleştirilecek olan fiyat istikrarı işlemleri neticesinde, BOYP'un sahip olabileceği ek paylar, işbu taahhüt dışındadır.</p> <p>Aynı zamanda BOYP, SPK'nın VII-128.1 sayılı Pay Tebliği'nin 8'inci maddesi uyarınca, Şirket paylarının borsada işlem görmeye başlamasından itibaren bir yıl süreyle elinde bulunduracağı Beymen paylarını halka arz fiyatının altındaki bir fiyattan borsada satmayacağını ve bu payların halka arz fiyatının altında borsada satılması sonucunu doğuracak şekilde herhangi bir işleme tabi tutmayacağına taahhüt etmiştir.</p> <p>Şirket, halka arz edilen payların Borsa İstanbul'da işlem görmeye başlamasından itibaren 180 gün süreyle, sermaye artırımını yapılmayacağı, halka arz edilen paylar dışında kalan Şirket paylarının, dolaşımdaki pay miktarının artmasına yol açacak şekilde satışa veya halka arza konu edilmeyeceği, bu doğrultuda bir karar alınmayacağı ve/veya Borsa İstanbul'a veya SPK'ya veya yurtdışındaki herhangi bir menkul kıymetlere ilişkin düzenleyici kurum, borsa veya kotasyon otoritesine başvuruda bulunulmayacağı ve bu süre boyunca ileride yeni bir satış veya halka arz yapılacağına dair bir açıklama yapılmayacağına dair taahhütte bulunmuştur.</p>
<p><b>E.6</b></p>	<p><b>Halka arzdan kaynaklanan sulanma etkisinin miktarı ve yüzdesi</b></p> <p><b>Yeni pay alma hakkı kullanımının söz konusu olması durumunda, mevcut hissedarların halka arzdan pay almamaları durumunda sulanma etkisinin miktarı ve yüzdesi</b></p>	<p>Halka arz işlemi mevcut payların satışı şeklinde gerçekleşeceği ve halka arz sürecinde sermaye artırımını yapılması planlanmadığı için şirket paylarında sulanma olmayacaktır.</p>
<p><b>E.7</b></p>	<p><b>Talepte bulunan yatırımcılardan talep edilecek tahmini maliyetler hakkında bilgi</b></p>	<p>Talepte bulunan yatırımcılardan, talepte bulunmak için özel bir ücret alınmayacaktır. Ancak bu amaçla hesap açmak, hak ettikleri payları başka yetkili kuruluşun hesabına virmanlamak veya para iadesine ilişkin EFT yapmak istemeleri durumunda,</p>

		konsorsiyum üyesi olan yetkili kuruluşlar arasında farklılık gösteren çeşitli maliyetlere katlanmak zorunda kalabileceklerdir.
--	--	--



### 3. BAĞIMSIZ DENETÇİLER

**3.1. İzahnamede yer alan finansal tablo dönemleri itibariyle ihraççının bağımsız denetim kuruluşlarının ticaret unvanları ile adresleri (üye oldukları profesyonel meslek kuruluşları ile birlikte):**

Şirket'in 2015, 2016 ve 2017 yılı denetimlerini yapan bağımsız denetim kuruluşunun:

<b>Unvanı</b>	:	PwC Bağımsız Denetim ve Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik A.Ş.
<b>Sorumlu Ortak Başdenetçi</b>	:	Ahmet Gökhan Yüksel
<b>Üyesi Olduğu Meslek Kuruluşları</b>	:	TURMOB
<b>Adresi</b>	:	Süleyman Seba Cad. BJK Plaza No:48 B Blok Kat:9 34357 Beşiktaş/İstanbul

**3.2. Bağımsız denetim kuruluşlarının/sorumlu ortak baş denetçinin görevden alınması, görevden çekilmesi ya da değişmesine ilişkin bilgi:**

Bağımsız denetim kuruluşunun görevden alınması, görevden çekilmesi ya da değişmesi söz konusu olmamıştır.

#### 4. SEÇİLMİŞ FİNANSAL BİLGİLER

### YATIRIMCILARIN İŞBU İZAHNAMEDE YER ALAN FİNANSAL BİLGİLERİ VE OPERASYONEL VERİLERİ İNCELEMeye BAŞLAMADAN ÖNCE BU BÖLÜMDE YER ALAN AŞAĞIDAKİ AÇIKLAMALARI OKUMASI ÖNEMLİDİR.

#### A. Seçilmiş Finansal Bilgilere İlişkin Özet Bilgi

İşbu İzahname’de Şirket’e ait yer alan tüm konsolide finansal tablolar Kamu Gözetimi Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu (“**KGK**”) tarafından yürürlüğe konulmuş olan Türkiye Muhasebe Standartları (“**TMS**”) esas alınarak hazırlanmıştır. TMS’ler; Türkiye Muhasebe Standartları, Türkiye Finansal Raporlama Standartları (“**TFRS**”) ile bunlara ilişkin ek ve yorumları içermektedir.

Şirket ve Türkiye’de kayıtlı olan bağlı ortaklıkları, iştirakler, muhasebe kayıtlarının tutulmasında ve kanuni finansal tablolarının hazırlanmasında, Türk Ticaret Kanunu (“**TTK**”), vergi mevzuatı ve Maliye Bakanlığı tarafından çıkarılan Tekdüzen Hesap Planı şartlarına uymaktadır. Konsolide finansal tablolar, gerçeğe uygun değerleri ile gösterilen türev finansal araçların dışında tarihi maliyet esasına göre hazırlanmıştır. İşbu İzahname’de sunulan konsolide finansal tablolar KGK tarafından 2 Haziran 2016 tarihinde yayımlanan “TMS Taksonomisi Hakkında Duyuru” ile Finansal Tablo örnekleri ve Kullanım Rehberi’nde belirlenmiş olan formatlara uygun olarak sunulmuştur.

#### B. Anka Birleşmesi ve Anka Birleşmesinin Şirket’in Finansal Tabloları Üzerindeki Etkisine İlişkin Bilgi

##### a. Anka Birleşmesi’nin Tarihi ve Gerekçesi Hakkında Bilgi

Anka, 29 Eylül 2015 tarihinde perakende sektöründe faaliyet göstermek amacıyla kurulmuş, 30 Ağustos 2016 tarihinde Akmerkez içindeki Wepublic mağazasının kapılarını açmıştır. Ancak Anka’nın kurulmuş olduğu 29 Eylül 2015 tarihi ile 30 Ağustos 2016 tarihi arasında herhangi bir önemli faaliyette ve operasyonda bulunulmamıştır. Bu husus aşağıda yer alan “4.B.e – Anka Birleşmesi’nin Finansal Tablolardaki Finansal Etkisi Hakkında Bilgi” başlıklı bölümde verilen oranlarla da gözlemlenebilmektedir.

Şirket, operasyonlarındaki ve işleyişlerindeki benzerlik sebebiyle Anka ve Beymen’i, Beymen altında birleştirmeye karar vermiştir. Şirket, 21 Kasım 2017 tarihinde almış olduğu Olağanüstü Genel Kurul kararı ile Anka’yı devir almak suretiyle şirketlerin kolaylaştırılmış usulde birleşmesi yönünde karar almış ve 21 Kasım 2017 tarihinde söz konusu birleşme için İstanbul İl Ticaret Müdürlüğü’ne başvurmuştur. Şirket’in başvurusu 30 Kasım 2017 tarihinde onaylanmış ve birleşme işlemi tescil edilmiştir.

Şirket, Boyner Perakende’nin %100 pay sahibi olduğu Anka ile 30 Kasım 2017 itibarıyla birleşmiştir. Anka ile gerçekleştirilen birleşmenin yanı sıra, faal olarak Anka’nın iştiraki olan Bulin İç ve Dış Ticaret A.Ş. (“**Bulin**”) 50.000 TL sermayesi ve 29.065 TL aktif büyüklüğü ile 30 Kasım 2017 tarihi itibarıyla Anka ile birlikte Beymen Mağazacılık A.Ş ile birleşmiştir ve Bulin tasfiyesiz olarak sona ermiştir. Bulin ile gerçekleşen birleşme, Bulin’in operasyonel bir şirket olmaması ve aynı zamanda Anka’nın konsolide finansallarında birleşme tarih itibarıyla zaten var olması sebebiyle Şirket’in finansal durumunda herhangi bir etkiye neden olmamıştır. Bu sebeple Bulin işbu İzahname kapsamında ayrıca tartışılmamaktadır ve Anka’nın ilgili dönemlere ilişkin olarak Bulin’i konsolide ettiği varsayılabilir.

##### b. Anka Birleşmesi’nin Finansal Tablolara Etkisinin Hukuki Gerekçesi

İşletme Birleşmelerinin muhasebeleştirilmesine ilişkin esaslar “TFRS 3 İşletme Birleşmeleri” Standardında düzenlenmiştir. TFRS 3’de işletme birleşmesi; “*Bir edinen işletmenin, bir veya daha fazla işletmenin kontrolünü eline geçirdiği bir işlem veya başka bir olay. Kimi zaman “gerçek birleşmeler” veya “eşitlerin birleşmesi” şeklinde atfolunan işlemler de bu terimin bu TFRS’de kullanıldığı şekliyle işletme birleşmesidir.*” şeklinde tanımlanmıştır. Bunun yanı sıra; TFRS 3’de ortak kontrole tabi işletme birleşmeleri ise “*Ortak kontrole tabi teşebbüs veya işletmeleri içeren bir işletme birleşmesi, birleşen tüm teşebbüs ya da işletmelerin işletme birleşmesinin öncesinde ve sonrasında aynı kişi veya kişiler tarafından kontrol edildiği ve bu kontrolün geçici olmadığı bir işletme birleşmesidir.*” şeklinde tanımlanmıştır.

Bunlara ek olarak, Kamu Gözetimi, Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu’nun (“**KGK**”) 21 Temmuz 2013 tarih ve 28714 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan Ortak Kontrole Tabi İşletme Birleşmelerinin Muhasebeleştirilmesi’ne ilişkin ilke kararı (“**KGK Kararı**”) uyarınca:

...

- (i) *Ortak kontrole tabi işletme birleşmelerinin hakların birleşmesi (pooling of interest) yöntemi ile muhasebeleştirilmesi dolayısıyla finansal tablolarda şerefiyeye yer verilmemelidir,*
- (ii) *Hakların birleştirilmesi yöntemi uygulanırken, ortak kontrolün olduğu raporlama döneminin başı itibarıyla birleşme gerçekleşmiş gibi finansal tablolar düzeltilmeli ve ortak kontrolün olduğu raporlama döneminin başından itibaren karşılaştırmalı olarak sunulmalıdır,*
- (iii) *Ortak kontrole tabi işletme birleşmelerinin finansal tablolara yansıtılmasında ana ortaklık açısından bakılması uygun olacağından, konsolidasyon işlemi grubun kontrolünü elinde bulunduran şirketin ortak kontrolde bulunan şirketlerin kontrolünü ele geçirdiği tarihte ve sonrasında TMS’ye göre finansal tablo düzenleniyormuş gibi finansal tablolar birleşme muhasebesi dâhil TMS hükümlerine göre yeniden düzenlenmelidir,*
- (iv) *Ortak kontrole tabi işletme birleşmesi nedeniyle oluşacak muhtemel aktif – pasif uyumsuzluğunu gidermek amacıyla özkaynaklar altında denkleştirici bir hesap olarak “Ortak Kontrole Tabi Teşebbüs veya İşletmeleri İçeren Birleşmelerin Etkisi” hesabı kullanılmalıdır.*

...

hükümleri yer almaktadır.

Yukarıda yer alan hükümler ve kararlar, Anka’nın Beymen nezdinde birleşmesinin finansal tablolara yansıtılmasına ilişkin çeşitli etkilere sebep olmuştur. Bu kapsamda, Şirket’in TFRS’ye göre hazırlanan finansal tablolarında:

- KGK’nın söz konusu ilke kararı uyarınca şerefiyeye yer verilmemiştir,
- birleşme kapsamında Şirket’in TFRS’ye göre hazırlanan konsolide finansal tabloları geçmiş yıllardan itibaren Anka’nın finansal tabloları ile birleşmiş ve taraflar arasındaki işlemler elimine edilmiştir. Başka bir deyişle, birleşme ortak kontrolün olduğu raporlama döneminin başı itibarıyla gerçekleşmiş gibi Şirket’in TFRS’ye göre hazırlanan konsolide finansal tabloları düzeltilmiştir.

Daha fazla bilgi için Şirket’in TFRS’ye göre hazırlanan konsolide finansal tabloların 2.5’inci ve 3’üncü dipnotlarına ve aşağıda yer alan açıklamalara da bakınız.

### **c. Anka Birleşmesi’nin Finansal Tablolardaki Konsolidasyon Tarihi Hakkında Bilgi**

Yukarıda yer alan 4.B.b sayılı maddede yer alan KGK İlke Kararı çerçevesinde, Şirket’in geçmiş yıllara ilişkin finansal tabloları, geçmiş yıllardan itibaren Anka’nın finansal tabloları ile birleştirilmiş, ve yalnızca

Şirket ve Anka arasındaki işlemler elimine edilmiştir. Böylece, Anka'nın konsolidasyonu 30 Kasım 2017 tarihi itibarıyla değil, KGK Kararı uyarınca ortak kontrollün olduğu raporlama dönemi başı itibarıyla uygulanmıştır.

Aşağıda yer alan tablolarda, Anka'nın etkilerinin hangi finansal tablolarda yansıtıldığı gösterilmektedir. Tablolar hem TFRS hem de UFRS finansal tabloları için ayrı ayrı verilmektedir.

### c.1. Bilançolar

Aşağıdaki tabloda, belirtilen tarihler itibarıyla, Beymen'in konsolide TFRS ve UFRS uyarınca hazırlanan finansal tablolarında, hangi şirketlere ilişkin rakamların yansıtıldığı açıklanmaktadır.

	TFRS		UFRS	
	Beymen <sup>1</sup>	Anka	Beymen <sup>1</sup>	Anka
31 Aralık 2015	✓	✓	✓	✗
31 Aralık 2016	✓	✓	✓	✗
31 Aralık 2017	✓	✓ <sup>2</sup>	✓	✓ <sup>2</sup>

(1) Anka hariç olmak üzere, Beymen ve Beymen'in ilgili bilanço dönemi itibarıyla konsolide tüm iştiraklerini kapsamaktadır.

(2) 31 Aralık 2017 tarihinde Anka şirketi tasfiyesiz infisah yoluyla Beymen nezdinde birleşmiştir, ve bu sebeple 31 Aralık 2017 tarihinde Anka varlığını sürdürmemektedir. Ancak operasyonları, finansal durumu ve faaliyet sonuçları, ilgili bilanço tarihi itibarıyla Beymen bilançosunda gözüktüğü için bu tabloda gösterilmektedir.

İşbu İzahname'nin ekinde yer alan TFRS uyarınca hazırlanmış finansal tablolarında, Anka birleşmesinin bilançoya etkisi olan dönem aşağıda içi beyaza boyanmış yuvarlak ile gösterilmiştir. Böylece, İzahname'nin ekinde yer alan TFRS uyarınca hazırlanmış finansal tablolarında yer alan tüm bilanço tarihleri itibarıyla, sanki Anka Birleşmesi tamamlanmış gibi finansal tablolar hazırlanmıştır.



31 Aralık 2015, 31 Aralık 2016 ve 31 Aralık 2017 tarihleri itibarıyla, Anka Birleşmesi'nin Şirket bilançosuna olan etkisi aşağıda yer alan "4.B.e – Anka Birleşmesi'nin Finansal Tablolardaki Finansal Etkisi Hakkında Bilgi" başlıklı bölümde yatırımcıların dikkatine sunulmuştur.

KGK İlke Kararı yalnızca TFRS uyarınca hazırlanan finansal tablolar için geçerli olduğu için, UFRS finansal tablolarında, Anka Birleşmesi'nin etkisi daha farklı yansımaktadır. Şirket Yönetim Kurulu yaptığı değerlendirmelerde, birleşmeye ilişkin muhasebe politikası seçeneklerinden "Beymen Mağazacılık'ın Anka bilançosunu birleşme tarihi itibarıyla muhasebeleştirilmesi, geçmiş dönemlere ilişkin bir düzeltme yapmaması, sadece Anka'nın birleşme tarihi olan 30 Kasım 2017'den 31 Aralık 2017 tarihine kadar olan bir aylık kar zarar'ını konsolide etmesi" yöntemi ile konsolidasyon yapmanın UFRS göre hazırlanan mali tablolar açısından en uygun seçenek olacağına kanaat getirmiştir. Bu seçim yapılırken, Anka şirketine ait Wepublic mağazasının kapatılma kararının Beymen Mağazacılık ile birleşme tarihinden önce alınmış olması önemli etken olmuştur. Wepublic'in yakın gelecekte var olmayacak olması dikkate alınmış ve Wepublic'in geçmiş yıllar performansının Beymen Mağazacılık'ın geçmiş yıllar kar zararlarını yansıtılmaması gerektiği düşünülmüştür. Bu doğrultuda Anka Birleşmesi'nin etkisi yalnızca 31 Aralık 2017 tarihli bilançoya yansıtılmaktadır. Kısaca, UFRS uyarınca hazırlanmış finansal tablolarında, Anka Birleşmesinin bilançoya etkisi olan dönem aşağıda içi beyaza boyanmış yuvarlak ile gösterilmiş olup, etkilenmeyen bilanço tarihleri de siyah olarak gösterilmiştir.



## c.2. Gelir Tabloları

Aşağıdaki tabloda, belirtilen tarihler itibariyle, Beymen'in konsolide TFRS ve UFRS uyarınca hazırlanan finansal tablolarında, hangi şirketlere ilişkin rakamların yansıtıldığı açıklanmaktadır.

	TFRS		UFRS	
	Beymen <sup>1</sup>	Anka	Beymen <sup>1</sup>	Anka
1 Ocak - 31 Aralık 2015 <sup>2</sup>	✓	✓	✓	✗
1 Ocak - 31 Aralık 2016 <sup>3</sup>	✓	✓	✓	✗
1 Ocak - 31 Aralık 2017	✓	✓	✓	Kısmen Dahil <sup>4</sup>

- (1) Anka hariç olmak üzere, Beymen ve Beymen'in ilgili bilanço dönemi itibariyle konsolide tüm iştiraklerini kapsamaktadır.
- (2) Anka 29 Eylül 2015'te kurulmuştur. Bu sebeple yalnızca 29 Eylül 2015 ile 31 Aralık 2015 arası finansal sonuçları yansıtılmıştır.
- (3) Anka'nın faaliyetlere başlaması 30 Ağustos 2016 tarihinde gerçekleştiği için, bu tarihe kadar finansal etkisi dikkate alınmayacak tutardadır.
- (4) 1 Ocak 2017 ile 30 Kasım 2017 tarihlerindeki faaliyetler konsolide edilmemiştir. Finansallar yalnızca Anka Birleşmesi sonrası döneme (1 Aralık 2017 ile 31 Aralık 2017) ilişkin sonuçları içermektedir.

İşbu İzahname'nin ekinde yer alan TFRS uyarınca hazırlanmış finansal tablolarında, Anka Birleşmesinin gelir tablolarına etkisi olan dönemler aşağıda sabit çizgi ile gösterilmiştir.



UFRS uyarınca hazırlanmış finansal tablolarında, Anka Birleşmesinin gelir tablolarına etkisi olan dönemler aşağıda sabit çizgi ile gösterilmiştir.



## d. Yönetimin Görüşü

Anka Birleşmesi, TFRS çerçevesinde hazırlanıp, işbu İzahname ekinde kamuya açıklanan finansal tablolar kapsamında, yukarıda açıklanan KGK İlke Kararı çerçevesinde muhasebeleştirilmiş ve ortak kontrolün olduğu raporlama döneminin başı itibariyle Anka Birleşmesi gerçekleşmiş gibi konsolide finansal tablolar düzenlenmiştir.

Bununla beraber, Şirket yönetiminin yaptığı değerlendirmelerde, birleşmeye ilişkin muhasebe politikası seçeneklerinden Şirket'in Anka bilançosunu birleşme tarihi itibarıyla muhasebeleştirilmesi, geçmiş dönemlere ilişkin bir düzeltme yapmaması, sadece Anka'nın birleşme tarihi olan 30 Kasım 2017'den 31 Aralık 2017 tarihine kadar olan bir aylık kar zararını konsolide etmesi yöntemi ile konsolidasyon yapmanın UFRS'ye göre hazırlanan mali tablolar açısından en uygun seçenek olacağına kanaat getirmiştir. Yukarıda da bahsedildiği gibi KGK İlke Kararı yalnızca TFRS kapsamında uygulandığı için, Şirket yönetiminin UFRS kapsamında serbestisi bulunmaktadır.

Şirket yönetiminin bu seçimi yaparken dikkate aldığı hususlar, ve kararın gerekçesi aşağıdaki maddelerde özetlenebilir.

- Anka şirketinin tek operasyonu denilebilecek Wepublic mağazasının kapatılma kararı, Anka Birleşmesi kararı öncesinde alınmıştır. Akmerkez Gayrimenkul Yatırım Ortaklığı A.Ş. ile Şirket arasında 13.04.2018 tarihinde fesih protokolü imzalanmıştır. Fesih protokolünde, Wepublic mağazasına ilişkin kira sözleşmesinin 31.12.2018 tarihine kadar feshedilmesi öngörülmüştür. Bu çerçevede Anka Birleşmesi anında Wepublic mağazasının kapatılacağı Beymen yönetimi tarafından bilinmektedir. Wepublic'in yakın gelecekte var olmayacak olması dikkate alınmış ve Wepublic'in geçmiş yıllar performansının Şirket'in geçmiş yıllar faaliyet sonuçlarına olan etkisinin elimine edilmesi gerektiği düşünülmüştür.
- Anka Birleşmesi, Boyner Perakende grubu nezdinde alınan bir yeniden yapılandırma kararı çerçevesinde gerçekleştirilmiş bir operasyondur. Beymen'in faaliyetleri ve operasyonları açısından atılmış stratejik bir adım değildir. Wepublic mağazası, Beymen için kritik bir faaliyet veya operasyonu oluşturmamaktadır.

#### e. *Anka Birleşmesi'nin Finansal Tablolardaki Finansal Etkisi Hakkında Bilgi*

Aşağıda yer alan maddeler TFRS'ye göre hazırlanan finansal tabloların 3 numaralı dipnotunda ve 35 ile 44'üncü sayfalarında yer alan gelir tablosu ve bilanço mutabakatlarının *özeti* olarak verilmektedir. Tam bilanço ve gelir tablosu mutabakatlarını incelemek isteyen yatırımcıların bahsi geçen dipnotları incelemesi gerekmektedir.

#### e.1. 31 Aralık 2017 Tarihli Özet Bilanço Mutabakatı

	A	B	C	D	E = (A+B+C+D)	(E-A)/E
	UFRS Uyarınca Hazırlanan Konsolide Mali Tablolar Beymen Mağazacılık <sup>1</sup>	UFRS Hazırlanan Mali Tablolar Anka <sup>2</sup>	Eliminasyon ve birleşme kayıtları <sup>3</sup>	Sınıflandırmalar <sup>4</sup>	TMS Uyarınca Hazırlanan Konsolide Mali Tablolar <sup>5</sup>	Toplam Etki (%) <sup>6</sup>
Toplam Dönen Varlıklar	791.360.399	-	-	-	791.360.399	0,0
Toplam Duran Varlıklar	365.589.005	-	-	-	365.589.005	0,0
<b>Toplam Varlıklar</b>	<b>1.156.949.404</b>	-	-	-	<b>1.156.949.404</b>	<b>0,0</b>
Toplam Kısa Vadeli Yükümlülükler	636.547.168	-	-	-	636.547.168	0,0
Toplam Uzun Vadeli Yükümlülükler	315.575.703	-	-	-	315.575.703	0,0
<b>Toplam Özkaynaklar</b>	<b>204.826.533</b>	<b>(40.639.361)</b>	<b>40.639.361</b>	-	<b>204.826.533</b>	<b>0,0</b>
<b>Toplam Kaynaklar</b>	<b>1.156.949.404</b>	-	-	-	<b>1.156.949.404</b>	<b>0,0</b>

(1) Şirket'in UFRS uyarınca hazırlanan konsolide mali tablolarında yer alan 31 Aralık 2017 tarihli itibariyle bilançosunda yer alan rakamlardır. Bahsi geçen tarih itibariyle Beymen ve Beymen'in konsolide bağlı ortaklıklarının finansal durumunu konsolide olarak yansıtmaktadır. Anka firması 31 Aralık 2017 tarihi bilanço itibariyle Şirket ile birleştiği için, Anka birleşmesinin farklılaştırıcı etkisi bulunmamaktadır. Böylece, 31 Aralık 2017 tarihi itibariyle UFRS ve TMS uyarınca hazırlanan finansal tablolarda yer alan değişiklikler sadece (C) kolonunda yer alan sınıflandırmalardan kaynaklanmaktadır.

(2) 31 Aralık 2017 tarihi itibariyle Anka firması Şirket ile tasfiyesiz infisah yöntemiyle birleşmiş olduğu için varlığını sürdürmemektedir. Bu sebeple (B) kolonunda rakamlar verilmemektedir. İzahname'nin ekinde yer alan TFRS finansal tablolarının 35 ve 36'nci sayfalarında bu kolon yer almamakla birlikte, yatırımcıların bilgilendirilmesi amacıyla bu kolon izahnamede yer alan bu tabloya eklenmiştir.

- (3) Anka Birleşmesi'ne ilişkin kayıtları içermektedir.
- (4) UFRS ile TMS arasındaki sınıflama farklarından oluşmaktadır. Sınıflandırmalar genellikle belli bir ana kalem içerisindeki alt başlıklar arasında yapıldığı için (örneğin *Toplam Dönen Varlıklar* kalemi içerisinde yer alan diğer alacaklar ve diğer dönen varlıklardan bazı kalemler, peşin ödenmiş giderlere taşınmıştır), özet bilanço mutabakatında sınıflandırmalar görülmemektedir. Detaylar için yatırımcılar TFRS uyarınca hazırlanan finansal tablonun 3 numaralı dipnotunu incelemelidir.
- (5) İşbu İzahname'nin ekinde yer alan TFRS Finansal Tablolarının 1 ve 2'nci sayfalarında yer alan "31 Aralık 2017, 2016 ve 2015 tarihleri itibarıyla Konsolide Bilançolar" başlıklı tablolarından doğrudan alınmıştır.
- (6) Toplam farklılıkların gösterilmesi amacıyla, (E) kolonunda yer alan rakamlar, (A) kolonunda yer alan rakamlardan çıkarılmış ve (E) kolonunda yer alan rakamlara bölünmüştür.

## e.2. 31 Aralık 2017 tarihli Özet Gelir Tablosu Mutabakatı

	<u>A</u>	<u>B</u>	<u>C</u>	<u>D</u>	<u>E= (A+B+C+D)</u>	<u>(E-A) / E</u>
	<b>UFRS Uyarınca Hazırlanan Konsolide Mali Tablolar Beymen Mağazacılık<sup>1</sup></b>	<b>UFRS Uyarınca Hazırlanan Mali Tablolar Anka<sup>2</sup></b>	<b>Eliminasyon Kayıtları<sup>3</sup></b>	<b>Sınıflandırmalar<sup>4</sup></b>	<b>TMS Uyarınca Hazırlanan Konsolide Mali Tablolar<sup>5</sup></b>	<b>Toplam Etki (%)<sup>6</sup></b>
Hasılat	1.296.074.255	47.735.435	(28.595.582)	-	1.315.214.108	1,5
Brüt Satış Karı	567.816.860	13.305.746	1.219.381	-	582.341.987	2,6
Esas Faaliyet karı/zararı	177.327.216	(36.059.299)	1.219.381	(4.086.692)	138.400.606	(22,0)
Finansman gideri/geliri öncesi faaliyet karı/zararı	177.351.932	(36.059.299)	1.219.381	(4.375.263)	138.136.751	(22,1)
Sürdürülen Faaliyetler Vergi Öncesi Kar/Zararı	148.537.117	(39.969.310)	1.219.381	-	109.787.188	(26,1)
Net Dönem Karı/Zararı	118.945.101	(32.020.209)	1.219.381	-	88.144.273	(25,9)

- (1) Şirket'in UFRS uyarınca hazırlanan konsolide mali tablolarında yer alan 31 Aralık 2017 tarihli itibarıyla gelir tablosunda yer alan rakamlardır. Bahsi geçen tarih itibarıyla Beymen ve Beymen'in konsolide bağlı ortaklıklarının faaliyet sonuçlarını konsolide olarak yansıtmaktadır.
- (2) Anka'nın 1 Ocak 2017 ile 30 Kasım 2017 tarihleri arasındaki faaliyet sonuçlarını ifade etmektedir. Anka 30 Kasım 2017 tarihinde Beymen nezdinde birleştiği için, bu tarihte tasfiyesiz olarak infisah etmiştir.
- (3) Beymen ile Anka arasında 1 Ocak 2017 ile 30 Kasım 2017 arasında gerçekleştirilen faaliyetlerin eliminasyon kayıtlarıdır. Bu işlemler genellikle Wepublic mağazasında satılan Beymen ürünlerine ilişkin işlemlerdir.
- (4) UFRS ile TMS arasındaki sınıflama farklarından oluşmaktadır. Sınıflandırmalar hasılat veya net dönem karı/zararı rakamlarını etkilememekte, bu ana kalemler arasında yer alan esas faaliyetlerden diğer gelirler / (giderler), yatırım faaliyetlerinden gelirler / (giderler) ve finansal gelirler / (giderler) arasındaki geçişmelerden kaynaklanmaktadır.
- (5) İşbu İzahname'nin ekinde yer alan TFRS Finansal Tablolarının 4 ve 5'nci sayfalarında yer alan "31 Aralık 2017, 2016 ve 2015 Hesap Dönemlerine Ait Konsolide Kar veya Zarar ve Diğer Kapsamlı Gelir Tabloları" başlıklı tablolarından doğrudan alınmıştır.
- (6) Toplam farklılıkların gösterilmesi amacıyla, (E) kolonunda yer alan rakamlar, (A) kolonunda yer alan rakamlardan çıkarılmış ve (E) kolonunda yer alan rakamlara bölünmüştür.

## e.3. 31 Aralık 2016 Tarihli Özet Bilanço Mutabakatı

	A	B	C	D	E=(A+B+C+D)	(E-A)/E
	UFRS Uyarınca Hazırlanan Konsolide Mali Tablolar Beymen Mağazacılık <sup>1</sup>	UFRS Uyarınca Hazırlanan Mali Tablolar Anka <sup>2</sup>	Eliminasyon kayıtları <sup>3</sup>	Sınıflandırmalar <sup>4</sup>	TMS Uyarınca Hazırlanan Konsolide Mali Tablolar <sup>5</sup>	Toplam Etki (%) <sup>6</sup>
Toplam Dönen Varlıklar	1.032.738.834	62.790.561	(6.152.651)	-	1.089.376.744	5,5
Toplam Duran Varlıklar	379.083.982	20.672.671	-	-	399.756.653	5,5
<b>Toplam Varlıklar</b>	<b>1.411.822.816</b>	<b>83.463.232</b>	<b>(6.152.651)</b>	<b>-</b>	<b>1.489.133.397</b>	<b>5,5</b>
Toplam Kısa Vadeli Yükümlülükler	738.228.696	46.992.528	(4.933.270)	-	780.287.954	5,7
Toplam Uzun Vadeli Yükümlülükler	433.960.064	25.089.856	-	-	459.049.920	5,8
<b>Toplam Özkaynaklar</b>	<b>239.634.056</b>	<b>11.380.848</b>	<b>(1.219.381)</b>	<b>-</b>	<b>249.795.523</b>	<b>4,2</b>
<b>Toplam Kaynaklar</b>	<b>1.411.822.816</b>	<b>83.463.232</b>	<b>(6.152.651)</b>	<b>-</b>	<b>1.489.133.397</b>	<b>5,5</b>

- (1) Şirket'in UFRS uyarınca hazırlanan konsolide mali tablolarında yer alan 31 Aralık 2016 tarihli itibariyle bilançosunda yer alan rakamlardır. Bahsi geçen tarih itibariyle Beymen ve Beymen'in konsolide bağlı ortaklıklarının finansal durumunu konsolide olarak yansıtmaktadır.
- (2) Anka'nın UFRS uyarınca hazırlanan konsolide mali tablolarında yer alan 31 Aralık 2016 tarihli itibariyle bilançosunda yer alan rakamlardır.
- (3) 31 Aralık 2016 tarihi itibariyle Anka ve Beymen arasındaki ilişkiye ilişkin eliminasyon kayıtları kapsamaktadır.
- (4) UFRS ile TMS arasındaki sınıflama farklarından oluşmaktadır. Sınıflandırmalar genellikle belli bir ana kalem içerisindeki alt başlıklar arasında yapıldığı için (örneğin *Toplam Dönen Varlıklar* kalemi içerisinde yer alan diğer alacaklar ve diğer dönen varlıklardan bazı kalemler, peşin ödenmiş giderlere taşınmıştır), özet bilanço mutabakatında sınıflandırmalar görülmemektedir. Detaylar için yatırımcılar TFRS uyarınca hazırlanan finansal tablonun 3 numaralı dipnotunu incelemelidir.
- (5) İşbu İzahname'nin ekinde yer alan TFRS Finansal Tablolarının 1 ve 2'nci sayfalarında yer alan "31 Aralık 2017, 2016 ve 2015 tarihleri itibariyle Konsolide Bilançolar" başlıklı tablolarından doğrudan alınmıştır.
- (6) Toplam farklılıkların gösterilmesi amacıyla, (E) kolonunda yer alan rakamlar, (A) kolonunda yer alan rakamlardan çıkarılmış ve (E) kolonunda yer alan rakamlara bölünmüştür.

#### e.4. 31 Aralık 2016 tarihli Özet Gelir Tablosu Mutabakatı

	A	B	C	D	E=(A+B+C+D)	(E-A) / E
	UFRS Uyarınca Hazırlanan Konsolide Mali Tablolar Beymen Mağazacılık <sup>1</sup>	UFRS Uyarınca Hazırlanan Mali Tablolar Anka <sup>2</sup>	Eliminasyon Kayıtları <sup>3</sup>	Sınıflandırmalar <sup>4</sup>	TMS Uyarınca Hazırlanan Konsolide Mali Tablolar <sup>5</sup>	Toplam Etki (%) <sup>6</sup>
Hasılat	1.026.304.851	17.555.331	(17.756.701)	-	1.026.103.481	0,0
Brüt Satış Karı	456.387.663	7.254.646	(1.219.381)	-	462.422.928	1,3
Esas Faaliyet karı/zararı	127.981.741	(8.633.634)	(1.219.381)	(5.289.672)	112.839.054	(11,8)
Finansman gideri/geliri öncesi faaliyet karı/zararı	128.354.543	(8.633.634)	(1.219.381)	(6.500.185)	112.001.343	(12,7)
Sürdürülen Faaliyetler Vergi Öncesi Kar/Zararı	74.786.271	(10.571.076)	(1.219.381)	-	62.995.814	(15,8)
Net Dönem Karı/Zararı	59.232.248	(8.619.152)	(1.219.381)	-	49.393.715	(16,6)

- (1) Şirket'in UFRS uyarınca hazırlanan konsolide mali tablolarında yer alan 31 Aralık 2016 tarihli itibariyle gelir tablosunda yer alan rakamlardır. Bahsi geçen tarih itibariyle Beymen ve Beymen'in konsolide bağlı ortaklıklarının faaliyet sonuçlarını konsolide olarak yansıtmaktadır.
- (2) Anka'nın 1 Ocak 2016 ile 31 Aralık 2016 tarihleri arasındaki faaliyet sonuçlarını ifade etmektedir. Anka faaliyetlerine büyük bir çoğunlukla 30 Ağustos 2016 tarihli Wepublic mağazası açılışı ile başlamıştır.
- (3) Beymen ile Anka arasında 1 Ocak 2016 ile 31 Aralık 2016 arasında gerçekleştirilen faaliyetlerin eliminasyon kayıtlarıdır. Bu işlemler genellikle Wepublic mağazasında satılan Beymen ürünlerine ilişkin işlemlerdir. Bu işlemler büyük bir çoğunlukla Wepublic mağazasının açıldığı 30 Ağustos 2016 tarihinden sonra gerçekleşmiştir (mağaza açılışı için gerekli satışlar hariç olmak üzere).
- (4) UFRS ile TMS arasındaki sınıflama farklarından oluşmaktadır. Sınıflandırmalar hasılat veya net dönem karı/zararı rakamlarını etkilememekte, bu ana kalemler arasında yer alan esas faaliyetlerden diğer gelirler / (giderler), yatırım faaliyetlerinden gelirler / (giderler) ve finansal gelirler / (giderler) arasındaki geçişmelerden kaynaklanmaktadır.



- (5) İşbu İzahname'nin ekinde yer alan TFRS Finansal Tablolarının 4 ve 5'nci sayfalarında yer alan "31 Aralık 2017, 2016 ve 2015 Hesap Dönemlerine Ait Konsolide Kar veya Zarar ve Diğer Kapsamlı Gelir Tabloları" başlıklı tablolarından doğrudan alınmıştır.
- (6) Toplam farklılıkların gösterilmesi amacıyla, (E) kolonunda yer alan rakamlar, (A) kolonunda yer alan rakamlardan çıkarılmış ve (E) kolonunda yer alan rakamlara bölünmüştür.

#### e.5. 31 Aralık 2015 Tarihli Özet Bilanço Mutabakatı

	A	B	C	D= (A+B+C)	(D-A)/D
	UFRS Uyarınca Hazırlanan Konsolide Mali Tablolar Beymen Mağazacılık <sup>1</sup>	UFRS Uyarınca Hazırlanan Mali Tablolar Anka <sup>2</sup>	Sınıflandırmalar <sup>3</sup>	TMS Uyarınca Hazırlanan Konsolide Mali Tablolar <sup>4</sup>	Toplam Etki (%) <sup>5</sup>
Toplam Dönen Varlıklar	594.661.125	31.901	-	594.693.026	0,0
Toplam Duran Varlıklar	440.944.302	325.864	-	441.270.166	0,1
<b>Toplam Varlıklar</b>	<b>1.035.605.427</b>	<b>357.765</b>	<b>-</b>	<b>1.035.963.192</b>	<b>0,0</b>
Toplam Kısa Vadeli Yükümlülükler	612.948.814	307.765	-	613.256.579	0,1
Toplam Uzun Vadeli Yükümlülükler	239.149.669	-	-	239.149.669	0,0
<b>Toplam Özkaynaklar</b>	<b>183.506.944</b>	<b>50.000</b>	<b>-</b>	<b>183.556.944</b>	<b>0,0</b>
<b>Toplam Kaynaklar</b>	<b>1.035.605.427</b>	<b>357.765</b>	<b>-</b>	<b>1.035.963.192</b>	<b>0,0</b>

- (1) Şirket'in UFRS uyarınca hazırlanan konsolide mali tablolarında yer alan 31 Aralık 2015 tarihli itibariyle bilançosunda yer alan rakamlardır. Bahsi geçen tarih itibariyle Beymen ve Beymen'in konsolide bağlı ortaklıklarının finansal durumunu konsolide olarak yansıtmaktadır.
- (2) Anka 29 Eylül 2015 tarihinde kurulmuş olup, faaliyetlerine 30 Ağustos 2016 tarihinde Wepublic mağazasının açılışı ile başlamıştır. Bu sebeple, Anka'nın 31 Aralık 2015 tarihi itibariyle varlık ve kaynakları oldukça sınırlıdır.
- (3) UFRS ile TMS arasındaki sınıflama farklarından oluşmaktadır. Sınıflandırmalar genellikle belli bir ana kalem içerisindeki alt başlıklar arasında yapıldığı için (örneğin *Toplam Dönen Varlıklar* kalemi içerisinde yer alan diğer alacaklar ve diğer dönen varlıklardan bazı kalemler, peşin ödenmiş giderlere taşınmıştır), özet bilanço mutabakatında sınıflandırmalar görülmemektedir. Detaylar için yatırımcılar TFRS uyarınca hazırlanan finansal tablonun 3 numaralı dipnotunu incelemelidir.
- (4) İşbu İzahname'nin ekinde yer alan TFRS Finansal Tablolarının 1 ve 2'nci sayfalarında yer alan "31 Aralık 2017, 2016 ve 2015 tarihleri itibariyle Konsolide Bilançolar" başlıklı tablolarından doğrudan alınmıştır.
- (5) Toplam farklılıkların gösterilmesi amacıyla, (D) kolonunda yer alan rakamlar, (A) kolonunda yer alan rakamlardan çıkarılmış ve (D) kolonunda yer alan rakamlara bölünmüştür.

#### e.6. 31 Aralık 2015 tarihli Özet Gelir Tablosu Mutabakatı

	A	B	C	D	E= (A+B+C+D)	(E-A) / E
	UFRS Uyarınca Hazırlanan Konsolide Mali Tablolar Beymen Mağazacılık <sup>1</sup>	UFRS Uyarınca Hazırlanan Mali Tablolar Anka <sup>2</sup>	Eliminasyon Kayıtları <sup>3</sup>	Sınıflandırmalar <sup>4</sup>	TMS Uyarınca Hazırlanan Konsolide Mali Tablolar <sup>5</sup>	Toplam Etki (%) <sup>6</sup>
Hasılat	933.834.602	-	-	-	933.834.602	0,0
Brüt Satış Karı	416.872.965	-	-	-	416.872.965	0,0
Esas Faaliyet karı/zararı	115.709.885	-	-	(11.428.260)	104.281.625	(9,9)
Finansman gideri/geliri öncesi faaliyet karı/zararı	117.363.166	-	-	(11.474.500)	105.888.666	(9,8)
Sürdürülen Faaliyetler Vergi Öncesi Kar/Zararı	66.299.405	-	-	-	66.299.405	0,0
Net Dönem Karı/Zararı	56.197.215	-	-	-	56.197.215	0,0

- (1) Şirket'in UFRS uyarınca hazırlanan konsolide mali tablolarında yer alan 31 Aralık 2015 tarihli itibariyle gelir tablosunda yer alan rakamlardır. Bahsi geçen tarih itibariyle Beymen ve Beymen'in konsolide bağlı ortaklıklarının faaliyet sonuçlarını konsolide olarak yansıtmaktadır.
- (2) Anka 29 Eylül 2015 tarihinde kurulmuştur. Bu çerçevede ilgili kolon Anka'nın 29 Eylül 2015 ile 31 Aralık 2015 tarihleri arasındaki faaliyet sonuçlarını ifade etmektedir. Anka'nın bahsi geçen tarihlerde (30 Ağustos 2016 tarihine kadar) herhangi bir faaliyeti bulunmaması sebebiyle, herhangi bir kayıt bulunmamaktadır.
- (3) Bkz. dipnot (2). Anka'nın 29 Eylül 2015 ile 31 Aralık 2015 tarihleri arasında herhangi bir faaliyeti bulunmadığı için eliminasyon kaydı da oluşmamıştır.

- (4) UFRS ile TMS arasındaki sınıflama farklarından oluşmaktadır. Sınıflandırmalar hasılat veya net dönem karı/zararı rakamlarını etkilememekte, bu ana kalemler arasında yer alan esas faaliyetlerden diğer gelirler / (giderler), yatırım faaliyetlerinden gelirler / (giderler) ve finansal gelirler / (giderler) arasındaki geçişmelerden kaynaklanmaktadır.
- (5) İşbu İzahname'nin ekinde yer alan TFRS Finansal Tablolarının 4 ve 5'nci sayfalarında yer alan "31 Aralık 2017, 2016 ve 2015 Hesap Dönemlerine Ait Konsolide Kar veya Zarar ve Diğer Kapsamlı Gelir Tabloları" başlıklı tablolarından doğrudan alınmıştır.
- (6) Toplam farklılıkların gösterilmesi amacıyla, (E) kolonunda yer alan rakamlar, (A) kolonunda yer alan rakamlardan çıkarılmış ve (E) kolonunda yer alan rakamlara bölünmüştür.

**f. Anka Birleşmesi'nin İzahname'de Yer Alan Operasyonel Verilere Etkisi Hakkında Bilgi**

Ancak, birleşme tarihinden önce, Anka'ya ait Wepublic mağazasının kapatılmasına karar verilmiş olup, Akmerkez Gayrimenkul Yatırım Ortaklığı A.Ş. ile Şirket arasında 13.04.2018 tarihinde fesih protokolü imzalanmıştır. Fesih protokolünde, Wepublic mağazasına ilişkin kira sözleşmesinin 31.12.2018 tarihine kadar feshedilmesi öngörülmüştür.

Wepublic mağazasının yakın gelecekte var olmayacak olması ile yukarıda yer alan "Yönetimi Görüşü" başlıklı maddede belirtilen diğer sebepler de dikkate alınarak, Şirket'in Yönetim Kurulu tarafından Wepublic'in geçmiş yıllar performansının Şirket'in geçmiş yıllar sonuçlarına olan etkisinin elimine edilmesi gerektiği düşünülmüştür. Daha fazla bilgi için TFRS'ye göre hazırlanan konsolide finansal tabloların 3'üncü ve 20'inci dipnotlarına bakınız.

Daha açık bir ifadeyle; Şirket'in TFRS'ye göre hazırlanan finansal tablolarında, Şirket'in Anka ile birleşmesi 1 Ocak 2015 tarihinden itibaren olmuş gibi muhasebeleştirilmiştir. Böylelikle, Şirket'in TFRS'ye göre hazırlanan finansal tablolarında; Anka'nın bilançosu 1 Ocak 2015 tarihinden itibaren konsolide edilmiş ve Anka'nın 2015, 2016, 2017 yılları faaliyet sonuçları Şirket'in kar zarar tablolarına dâhil edilmiştir. Diğer taraftan Şirket'in UFRS'ye göre hazırlanan finansal tablolarında ise, söz konusu uygulamadan farklı olarak, Anka bilançosu, birleşme tarihi itibarıyla muhasebeleştirilmiş, geçmiş dönemlere ilişkin bir düzeltme yapılmamış ve böylelikle sadece Anka'nın birleşme tarihi olan 30 Kasım 2017'den 31 Aralık 2017 tarihine kadar olan bir aylık kar zararı Şirket'in UFRS'ye göre hazırlanan finansal tablolarında konsolide edilmiştir. Bu sebeple; Şirket'in TFRS'ye göre hazırlanan finansal tabloları ile UFRS'ye göre hazırlanan finansal tablolarında yer alan kalemler arasında yukarıda "4.B.e. – Anka Birleşmesi'nin Finansal Tablolardaki Finansal Etkisi Hakkında Bilgi" başlığı altında belirtilen farklar ortaya çıkmıştır.

Öte yandan, önemle belirtmek gerekir ki, UFRS'ye göre hazırlanan finansal tablolar SPK'nın muhasebe/finansal raporlama standartlarına göre hazırlanmamış ve söz konusu finansal tabloların TMS/TFRS'ye uygun olduğuna ilişkin bağımsız denetçi tarafından görüş verilmemiş (UFRS'ye göre hazırlanan finansal tablolar PWC tarafından bağımsız denetimden geçirilmiş olmakla birlikte, bu bağımsız denetim söz konusu finansal tabloların UFRS'ye uygunluğuna ilişkindir.) olup, söz konusu bilgiler, Şirket yönetiminin yukarıda yer verilen değerlendirmesi çerçevesinde TFRS'ye göre hazırlanan finansal tablolara ilave olarak açıklanmıştır.

Bu kapsamda; Şirket, yatırımcıların bilgilendirilmesi ve Anka ile gerçekleşen birleşmenin Şirket'in finansal durumu üzerindeki etkisinin açıkça anlaşılabilmesi amacıyla, işbu İzahname'nin Ek 3'ünde TFRS'ye göre hazırlanmış konsolide finansal tablolarını ve Ek 4'ünde, UFRS'ye göre hazırlanmış konsolide finansal tablolarını yatırımcıların bilgisine sunmaktadır.

Ayrıca yine aynı sebep ile Şirket, işbu İzahname'nin Ek 7'sinde yer alan:

- 7 (Faaliyetler Hakkında Genel Bilgiler),
- 10.2 (Faaliyet sonuçları) ve
- 23.3 (Son finansal tablo tarihinden sonra meydana gelen, ihraççının ve/veya grubun finansal durumu veya ticari konumu üzerinde etkili olabilecek önemli değişiklikler (üretim, satış, stoklar, siparişler,

maliyet ve satış fiyatları hakkındaki gelişmeleri de içermelidir) veya söz konusu hususların bulunmadığı hakkında ifade)

bölmelerinde bazı rakamsal verileri **Anka Birleşmesi'nin geçmişe yönelik etkileri hariç tutarak (daha açık bir ifadeyle Anka Birleşmesinin geçmişe yönelik etkisi elimine ederek), UFRS uyarınca hazırlanan ve TFRS'ye uygunluk anlamında bağımsız denetimden geçirilmemiş finansal tablolarına göre vermiştir.**

### Seçilmiş Finansal Bilgiler

Şirket'in, 31 Aralık 2015, 31 Aralık 2016 ve 31 Aralık 2017 tarihli finansal durum tabloları, 31 Aralık 2015, 31 Aralık 2016 ve 31 Aralık 2017 dönemleri itibarıyla **TFRS'ye göre hazırlanmış ve bağımsız denetimden geçmiş** konsolide finansal durumunu göstermektedir.

### Kar veya Zarar Tablosu

Aşağıda yer alan kar ve zarar tablosu Şirket'in **TFRS'ye göre hazırlanmış ve bağımsız denetimden geçmiş** konsolide finansal tabloları kapsamında hazırlanmıştır.

	1 Ocak - 31 Aralık		
	2015	2016	2017
		(Türk Lirası)	
Hasılat.....	933.834.602	1.026.103.481	1.315.214.108
Satışların maliyeti.....	(516.961.637)	(563.680.553)	(732.872.121)
<b>Brüt kar</b> .....	<b>416.872.965</b>	<b>462.422.928</b>	<b>582.341.987</b>
Pazarlama giderleri.....	(239.430.602)	(265.558.554)	(340.026.693)
Genel yönetim giderleri.....	(73.632.038)	(82.335.799)	(97.432.655)
Esas faaliyetlerden diğer gelirler.....	38.085.594	39.684.632	43.663.096
Esas faaliyetlerden diğer giderler.....	(37.614.294)	(41.374.153)	(50.145.129)
<b>Esas faaliyetler kârı</b> .....	<b>104.281.625</b>	<b>112.839.054</b>	<b>138.400.606</b>
Yatırım faaliyetlerinden gelirler.....	187.285	42.011	193.148
Yatırım faaliyetlerinden giderler.....	(233.525)	(1.252.524)	(481.719)
Özkaynak yöntemiyle değerlendirilen yatırımların karlarından paylar.....	1.653.281	372.802	24.716
<b>Finansman gideri öncesi faaliyet kârı</b> .....	<b>105.888.666</b>	<b>112.001.343</b>	<b>138.136.751</b>
Finansman Gelirleri.....	50.325.800	116.577.733	95.256.407
Finansman Giderleri.....	(89.915.061)	(165.583.262)	(123.605.970)
<b>Sürdürülen Faaliyetler Vergi Öncesi Karı</b> .....	<b>66.299.405</b>	<b>62.995.814</b>	<b>109.787.188</b>
Dönem Vergi Gideri.....	(8.546.810)	(18.143.820)	(25.691.464)
Ertelenmiş vergi geliri / (gideri).....	(1.555.380)	4.541.721	4.048.549
<b>Sürdürülen faaliyetler dönem karı</b> .....	<b>56.197.215</b>	<b>49.393.715</b>	<b>88.144.273</b>
<b>Dönem karı</b> .....	<b>56.197.215</b>	<b>49.393.715</b>	<b>88.144.273</b>

### Özet Konsolide Finansal Durum Tablosu

Aşağıda yer alan özet konsolide finansal durum tablosu Şirket'in **TFRS'ye göre hazırlanmış ve bağımsız denetimden geçmiş** konsolide finansal tabloları kapsamında hazırlanmıştır.

	31 Aralık		
	2015	2016	2017
		(Türk Lirası)	
<b>Dönen varlıklar</b> .....	<b>594.693.026</b>	<b>1.089.376.744</b>	<b>791.360.399</b>
Nakit ve nakit benzerleri.....	17.898.483	41.844.444	163.180.331

Ticari alacaklar .....	84.439.194	86.359.999	130.693.706
Diğer alacaklar .....	185.165.382	571.838.124	73.645.268
Stoklar .....	278.022.807	325.102.185	384.140.925
Türev araçlar.....	5.282.804	1.163.557	4.403.542
Peşin ödenmiş giderler ve diğer dönen varlıklar <sup>(1)</sup> .....	23.884.356	63.068.435	31.619.412
Satış amaçlı sınıflandırılan duran varlıklar .....	-	-	3.677.215
<b>Duran varlıklar .....</b>	<b>441.270.166</b>	<b>399.756.653</b>	<b>365.589.005</b>
Diğer alacaklar .....	241.323.086	201.977.633	166.909.048
Özkaynak yöntemiyle değerlendirilen yatırımlar .....	5.640.975	5.653.801	2.001.302
Maddi duran varlıklar .....	93.921.301	102.924.503	102.107.015
Maddi olmayan duran varlıklar.....	66.807.975	68.235.696	66.973.031
Ertelemiş vergi varlığı .....	5.444.095	10.696.837	15.073.175
Türev araçlar.....	7.003.260	5.976.146	12.476.702
Peşin ödenmiş giderler ve diğer duran varlıklar <sup>(2)</sup> .....	21.129.474	4.292.037	48.732
<b>Toplam varlıklar .....</b>	<b>1.035.963.192</b>	<b>1.489.133.397</b>	<b>1.156.949.404</b>
<b>Kısa vadeli yükümlülükler .....</b>	<b>613.256.579</b>	<b>780.287.954</b>	<b>636.547.168</b>
Kısa vadeli borçlanmalar .....	179.959.622	153.788.676	-
Uzun vadeli borçlanmaların kısa vadeli kısımları.....	137.262.244	149.798.094	120.860.264
Diğer finansal yükümlülükler .....	-	34.236.959	-
Ticari borçlar .....	213.248.781	290.386.956	307.324.908
Çalışanlara sağlanan faydalar kapsamında borçlar .....	2.373.312	6.493.570	10.397.753
Diğer borçlar.....	1.874.071	2.155.923	17.811.564
Ertelemiş gelirler.....	53.057.778	114.459.725	123.219.124
Dönem karı vergi yükümlülüğü .....	1.845.574	6.325.032	4.166.711
Kısa vadeli karşılıklar .....	20.241.487	15.116.951	42.578.253
Diğer kısa vadeli borçlanmalar <sup>(3)</sup> .....	3.393.710	7.526.068	10.188.591
<b>Uzun vadeli yükümlülükler .....</b>	<b>239.149.669</b>	<b>459.049.920</b>	<b>315.575.703</b>
Uzun vadeli borçlanmalar .....	219.859.305	439.221.582	290.301.598
Diğer borçlar.....	105.057	127.156	136.286
Uzun vadeli karşılıklar.....	3.614.412	6.992.999	9.498.648
Ertelemiş gelirler.....	15.570.895	12.708.183	13.112.992
Diğer uzun vadeli borçlanmalar.....	-	-	2.526.179
<b>Özkaynaklar .....</b>	<b>183.556.944</b>	<b>249.795.523</b>	<b>204.826.533</b>
Ödenmiş sermaye.....	86.275.000	106.225.000	156.225.000
<b>Toplam kaynaklar .....</b>	<b>1.035.963.192</b>	<b>1.489.133.397</b>	<b>1.156.949.404</b>

(1) Diğer dönen varlıklar, TFRS raporda 19. Dipnotta belirtildiği üzere peşin ödenmiş giderler ve diğer dönen varlıklardan oluşmaktadır. Diğer dönen varlıklar çoğunlukla devreden KDV ve diğer KDV alacaklarından oluşmaktadır.

(2) Diğer duran varlıklar, TFRS raporda 19. Dipnotta belirtildiği üzere peşin ödenmiş giderler ve diğer duran varlıklardan oluşmaktadır. Diğer duran varlıklar devreden KDV'den oluşmaktadır.

(3) Diğer kısa vadeli borçlanmalar, TFRS raporda 19. Dipnotta belirtildiği üzere çoğunlukla ödenecek vergi harç ve diğer kesintiler ile ödenecek vergi ve borçlardan oluşmaktadır.

## Özet Konsolide Nakit Akış Tablosu

Aşağıda yer alan özet konsolide nakit akış tablosu Şirket'in **TFRS'ye göre hazırlanmış ve bağımsız denetimden geçmiş** konsolide finansal tabloları kapsamında hazırlanmıştır.

31 Aralık'ta sona eren yıllık dönem

	2015	2016	2017
		(Türk Lirası)	
<b>Dönem başı nakit ve nakit benzerleri.....</b>	<b>59.397.743</b>	<b>17.898.483</b>	<b>41.844.444</b>
İşletme faaliyetlerinden elde edilen nakit akışları.....	47.593.660	159.996.008	140.399.067
Yatırım faaliyetlerinden kaynaklanan nakit akışları .....	(32.513.420)	(37.765.642)	(39.036.100)
Finansman faaliyetlerinden kaynaklanan nakit akışları .....	(56.579.500)	(98.284.405)	19.972.920
<b>Nakit ve nakit benzerlerindeki net (azalış)/artış .....</b>	<b>(41.499.260)</b>	<b>23.945.961</b>	<b>121.335.887</b>
<b>Dönem sonu nakit ve nakit benzerleri .....</b>	<b>17.898.483</b>	<b>41.844.444</b>	<b>163.180.331</b>

Yatırımcı, yatırım kararını vermeden önce ihraççının finansal durum ve faaliyet sonuçlarına ilişkin ayrıntılı bilgilerin yer aldığı işbu izahnamenin 10 ve 23 numaralı bölümlerini de dikkate almalıdır.

## 5. RİSK FAKTÖRLERİ

### 5.1. İhraççıya ve faaliyetlerine ilişkin riskler:

*Şirket'in faaliyetleri, büyük ölçüde Şirket'in marka imajına, itibarına ve müşteri algısına dayanmaktadır. Şirket markasının bilinirliğinin sürdürülememesi, korunamaması ve artırılmaması, Şirket'in, faaliyetlerini başarılı bir şekilde sürdürme ve genişletme yeteneğini olumsuz etkileyebilir.*

Şirket'in faaliyetlerinin başarısı, büyük oranda, Beymen markasının imajı ve itibarına dayanmaktadır. Zira Şirket'in imajı ve itibarı, Şirket'in global markalar arasındaki yerini koruması ve fiyatlandırma politikasını uygulayabilmesi için kritik öneme sahiptir. Şirket markasının değeri, diğer faktörlerin yanı sıra, Şirket'in mağazalarının, portföyünde yer alan global moda markalarının ve çalıştığı bayilerin kalite ve itibarına, Beymen özel moda markalarının tasarım ve kalitesine, Şirket'in pazarlama ve iletişim stratejilerinin başarılı bir şekilde yürütülmesine ve Şirket'in (mağaza içi hizmet yaklaşımı ve kalitesi dâhil) müşteri ilişkileri yönetimine dayanmaktadır. Şirket'in, Beymen markasının imajı ve itibarını koruyabileceğine dair bir güvence söz konusu değildir ve yukarıda sayılan faktörlerden bir veya daha fazlasının sekteye uğraması gibi nedenlerle bu imaj ve itibar kaybedilebilir.

Bu doğrultuda, Şirket, markasının bilinirliğini artırmak ve faaliyetlerini tanıtmak için basılı ve dijital medya aracılığı ile yapılan reklâmlar ile açık hava reklâm mecralarını kullanmaktadır. Şirket, ayrıca, Facebook ve Instagram'dan oluşan sosyal medya kanallarını aktif olarak kullanmaktadır. Sosyal medya kullanımının son dönemdeki yaygınlaşması ve Şirket'in sosyal medya platformlarındaki varlığı, aynı zamanda, daha yüksek düzeyde sosyal medya kullanıcı eleştirisi ve olumsuz geri bildirimlerin sosyal medyada "viral" olarak yayılması riskini de beraberinde getirmekte olup, bu durum Şirket'in marka değerini olumsuz etkileyebilir. Şirket'in marka değerini veya markanın müşterilerin gözündeki algısını zedeleyebilecek her türlü olay, Şirket'in faaliyetleri, finansal durumu, faaliyet sonuçları ve gelecekle ilgili beklentileri ve itibarı üzerinde önemli bir olumsuz etkiye neden olabilir.

*Şirket, tedarik maliyetleri, kira giderleri ve döviz cinsinden kullanılan finansal borçlanmalar nedeniyle döviz kuru riskine maruz kalmaktadır.*

31 Aralık 2017'de sona eren yılda, Şirket, portföyündeki ürünlerin yaklaşık %66,9'unu ithal etmiştir. Aynı dönem içinde, Avrupa Birliği Gümrük Birliği'nden ("ABGB") yapılan ithalatlar Şirket'in toplam ithalatının büyük çoğunluğunu teşkil etmiştir. Bu nedenle, Şirket'in tedarik maliyetlerinin çoğunluğu, başta Avro olmak üzere, yabancı para cinsinden olup, bu tedarik maliyetleri döviz kuru dalgalanmalarının yaratabileceği etkilere maruz kalmaktadır. 31 Aralık 2017, 2016 ve 2015'te sona eren yıllar için, Şirket'in satılan malın maliyetlerinin sırasıyla %66,9 , %69,3 ve %74,0'ı, ürün ithalinden kaynaklanmış olup, söz konusu satılan ticari mal maliyetleri, döviz cinsindedir. Ürünlerin ithali ile ilişkili maliyetlerin döviz cinsinden olmasına karşın, Şirket, söz konusu ithal ürünleri TL üzerinden satmaktadır ve dolayısıyla Şirket hasılatı TL cinsindedir. Bu sebeple, Avro, TL karşısında değer kazanır ise, Şirket'in giderleri de artacaktır. Ayrıca, Şirket ürün fiyatlamasında döviz kurunu göz önünde bulundurarak tahminlerde bulunmakta ve bu doğrultuda sezon içi fiyat güncellemeleri uyguluyor olmasına karşın, Şirket'in bu tahminleri doğru çıkmayabilir veya Şirket, döviz kuru riskini, başarılı bir şekilde müşterilere yansıtamayabilir. Bu durum, Şirket'in satış hacminde küçülmeye neden olabilir ve faaliyetleri, finansal durumu, faaliyet sonuçları ve gelecekle ilgili beklentileri üzerinde önemli olumsuz neden olabilir.

Bunun yanında Şirket, yabancı para cinsinden belirlenmiş olan kira giderleri bakımından da döviz riskine maruz kalmaktadır. 31 Aralık 2017, 2016 ve 2015 tarihleri itibarıyla, Şirket'in kira giderinin yaklaşık sırasıyla %69,5 %72,5 ve %66,3'u (ciro kira bazlı kira ödemelerinin TL cinsinden değerlendirilmesi halinde), döviz cinsindedir (özellikle, ABD Doları ve Avro).

Buna ilaveten, Şirket, finansman ihtiyaçlarının belirli bir kısmını, üçüncü kişi finansal kurumlar ile yaptığı finansman sözleşmeleriyle karşılamaktadır. 31 Aralık 2017, 2016 ve 2015 tarihleri itibarıyla, Şirket'in mali borcunun sırasıyla %97, %60 ve %28'i, döviz cinsindedir. Şirket, 22 Eylül 2014'te imzalanmış, 24 Ekim

2016'da tadil edilmiş ve yeniden düzenlenmiş ve 10 Nisan 2017 tarihinde bir tadil mektubu ile tekrar tadil edilmiş olan, ABD Doları cinsinden bir kredi genel hükümler sözleşmesine (tadil edilip ve yeniden düzenlenmiş haliyle “**Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi**”) taraftır. 31 Aralık 2017 itibarıyla, Kredi Genel Hükümler Sözleşmesinden kaynaklanan finansal yükümlülük, 105.909.550 ABD Doları olup, Kredi Genel Hükümler Sözleşmesinden kaynaklanan faiz, ABD Doları cinsindedir.

Şirket'in Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi tahtında üstlendiği finansal yükümlülüğün bir kısmı piyasa şartlarında muvazaasız işlem (*arms' length*) ilkesine uygun olarak şirketler arası bir kredi yoluyla Şirket'in ortağı BOYP tarafından kullanılmıştır.

Şirket, döviz riskini gidermek için aksiyon alıyor olsa da, benimseyebileceği herhangi bir risk giderim yönetiminin (döviz swap sözleşmeleri gibi) yeterli olacağına dair bir güvence söz konusu olamamaktadır. Bunun bir sonucu olarak, Şirket'in finansal sonuçları, TL ile ABD Doları arasındaki dalgalanmalardan etkilenmektedir ve TL'nin ABD Doları karşısında değer kaybetmesi, Şirket'in finansman giderimini artırarak, dönem karını azaltabilir, Şirket'in kar payı dağıtma yeteneğini sınırlandırabilir ve Şirket'in faaliyetleri, finansal durumu, faaliyet sonuçları ve gelecekle ilgili beklentileri üzerinde önemli olumsuz etkilere neden olabilir. Örneğin, TL'nin ABD Doları, Avro ve İngiliz Sterlini karşısında %10 oranında değer kaybetmesinin Şirket'in vergi öncesi kar seviyesindeki etkisi TL 12.540.751 olacaktır.

***Şirket'in faaliyetleri, cazip mağaza noktaları bulmak ve bu noktalarda faaliyet göstermeye devam edebilme yeteneğine bağlıdır.***

Şirket'in stratejisi, ana caddeler ve tanınmış alışveriş merkezleri de dâhil, prestijli alışveriş noktalarında varlığını devam ettirmeyi de içermektedir. 31 Aralık 2017'de sona eren yıl itibarıyla, Şirket portföyünde, tümü stratejik noktalarda yer alan (bayiler tarafından işletilen ve 1 adet Wepublic mağazası dahil) 20 adet multi-brand mağaza, 15 adet mono-brand mağaza ve (bayiler tarafından işletilenler dâhil) 44 adet Beymen Club mağazası mevcuttur. Şirket herhangi bir gayrimenkulün maliki değildir ve mağazaları üçüncü kişilerden kiralamaktadır. Şirket'in önemli alışveriş noktalarındaki mağazalar için akdettiği kira sözleşmelerini sürdürme veya yeni kira sözleşmeleri akdetme yeteneği, Şirket'in faaliyetleri açısından önemlidir. Prestijli ve cazip mağaza lokasyonlarındaki varlığını sürdürme veya yeni prestijli ve cazip mağaza lokasyonları bulma yeteneği, Şirket'in finansal kaynakları, pazarlık gücü ve marka itibarına dayanmaktadır. Şirket, kira sözleşmeleri sona erdiği zaman mevcut sözleşmeleri yenileyemediği veya Şirket açısından avantajlı şartlarla yenileyemediği takdirde, ilave giderler ve yatırım harcamalarına maruz kalabilir. Şirket'in 31 Aralık 2017'de sona eren yılda elde ettiği gelirin %30,6'ı Şirket'in iki amiral mağazasından (İstinye Park ve Zorlu Center) gerçekleştirilen satışlardan elde edilmiştir. İstinye Park mağazasına ilişkin kira sözleşmesinin süresi 31 Aralık 2027 tarihinde, Zorlu Center mağazasına ilişkin kira sözleşmesinin süresi 28 Şubat 2029'da sona ermektedir. Eylül 2017'de açılan ve olgunlaştıktan sonra Şirket'in en büyük üçüncü multi-brand mağazası (amiral mağazalarından biri) olması beklenen, Suadiye mağazasına ilişkin kira sözleşmesinin süresi ise 30 Eylül 2032 tarihinde sona ermektedir. Ayrıca bu kira sözleşmelerinde (i) sözleşmede yer alan herhangi bir borcun vadesinde ve kararlaştırıldığı gibi ödenmemesi ya da sözleşmenin ihlali, (ii) mağaza işletmesi için gerekli yasal izinlerin alınmaması/iptal edilmesi, (iii) mağazanın amaca aykırı kullanılması ve (iv) Şirket'in iflas durumu, kayyum atanması, konkordato ve benzeri düzenlemeler, tasfiye ve benzerleri gibi durumların oluşması hallerinde kiraya verenlere tek taraflı fesih hakkı tanınmıştır. Şirket'in bu amiral mağazalara ilişkin kira sözleşmelerini sürelerinin bitiminde yenileyememesi veya bu kira sözleşmelerinin kiraya verenler tarafından tek taraflı olarak feshedilmesi durumlarında Şirket'in operasyonları ve finansal durumu olumsuz yönde etkilenebilir.

Buna ilaveten, yeni ortaya çıkan fırsatlar değerlendirilemediği ve mağazaların genişletilmesi için veya gelecek vaat eden önemli alışveriş noktalarında yeni mağazaların açılması için gerekli kira sözleşmeleri yapılmadığı takdirde, Şirket'in marka bilinirliğinde ve satış hasılatında bir azalma olabilir ve bu durum, Şirket'in faaliyetleri, finansal durumu, faaliyet sonuçları ve gelecekle ilgili beklentileri, aynı zamanda marka ve itibarı üzerinde önemli olumsuz etkiye neden olabilir.

Ayrıca, Şirket'in mağazalarının bulunduğu mevcut alışveriş merkezlerinin ve caddelerin cazibesi azaldığı ve mağazaların mevcut alışveriş noktalarının yerine daha prestijli yerlere taşınmadığı takdirde, Şirket'in imajı zedelenebilir ve mağazaları ziyaret eden müşteri sayıları düşebilir. Bu durum, Şirket'in faaliyetlerini, finansal durumunu, faaliyet sonuçlarını ve gelecekle ilgili beklentilerini ve aynı zamanda markasını ve itibarını önemli şekilde olumsuz etkileyebilir.

***Şirket'in hasılatının çoğunluğu, multi-brand mağazaların işletilmesinden elde edilmekte olup, Şirket bu faaliyetler için dünya çapında tanınan lüks markalar da dâhil olmak üzere, 900'ün üzerinde marka ile uzun süredir devam eden ilişkilerine ve bu markaların Türkiye'de satışı konusunda sahip olduğu fiili münhasırlığa dayanmaktadır.***

31 Aralık 2017'de sona eren yılda Şirket'in hasılatının %61,5'i Şirket'in doğrudan işletilen multi-brand mağazalarında yapılan satışlardan elde edilmiştir ve bu mağazalardan elde edilen gelirin Şirket için öneminin gelecekte de devam etmesi beklenmektedir. Bu mağazalarda, çeşitli global moda markaları da dâhil, 900'ün üzerinde markanın ürünleri satılmaktadır. Şirket'in sunmakta olduğu markaları çeşitliliği, Şirket'in söz konusu markalarla olan anlaşmalarına ve söz konusu markaların Şirket ile çalışmaya karşı istekliliğine bağlıdır.

31 Aralık 2017'de sona eren yılda, Türkiye'de yalnızca Şirket tarafından satılan markalar; Şirket'in global moda markaları ve Beymen özel moda markalarının, (kozmetik, ev & hediyelik ve çocuk kategorileri hariç) satışlarından elde edilen net perakende satışlarının %71,0'ini temsil etmiştir. Şirket, global moda markaları ile genelde yazılı sözleşmeler imzalamamakta olup, markaların Türkiye'de münhasır dağıtım hakkını tanıyan yazılı anlaşmalara çoğunlukla taraf değildir. Bu sebeple, Şirket, sattığı global moda markalarının çoğunun Türkiye'de satışı üzerinde fiili bir münhasırlığa sahip olmasına karşın, çoğunlukla hukuken herhangi bir (Türkiye'de dağıtıma ilişkin) münhasırlık hakkına sahip değildir. Bu fiili münhasırlık, Şirket'in ilgili markalarla olan ilişkilerine ve bu ilişkiler ise, diğer hususların yanı sıra, Şirket'in büyüklüğüne, marka gücüne ve mağazaların cazip noktalarda yer alması da dâhil çeşitli faktörlere bağlıdır.

Bu nedenle, Şirket'in portföyündeki markalar bakımından sahip olduğu fiili münhasırlığı kaybetmesi, multi-brand mağazalarda ürünleri satışa sunulan markalar ile Şirket arasındaki düzenlemelerin ortadan kalkması, pazardaki rekabet, markaların global stratejisi ile diğer faktörler nedeniyle bu düzenlemelerin Şirket açısından olumsuz şartlarla tadil edilmesi durumunda, Şirket'in faaliyetleri, finansal durumu, faaliyet sonuçları ve gelecekle ilgili beklentileri ve aynı zamanda itibarı bundan önemli şekilde olumsuz etkilenebilir.

Ayrıca, 31 Aralık 2015, 2016 ve 2017'de sona eren yıllar için, Şirket'in portföyündeki en çok satan 30 global markadan elde edilen net perakende satış tutarı Şirket'in toplam net perakende satış tutarının %44,1, %44,4 ve %45,2'sini teşkil etmiştir. Bu nedenle, en çok satan 30 marka sıralaması değişse de, Şirket her yıl için, o yıl en çok satan 30 global marka ile Şirket'in ilişkisini etkileyen risklerden etkilenmektedir. İlgili yılda en çok satan markaları ya da bu markalar ile Şirket'in ilişkisini olumsuz yönde etkileyen hususlar nedeniyle Şirket'in faaliyetleri, finansal durumu, faaliyet sonuçları ve gelecekle ilgili beklentileri ve aynı zamanda itibarı bundan önemli şekilde olumsuz etkilenebilir.

***Şirket'in mono-brand mağazaları açması ve işletmesi, Şirket'in global lüks moda markaları ile uzun süredir devam eden ilişkilerine ve mono-brand sözleşmelerine dayanmaktadır.***

Şirket, bu İzahname'nin tarihi itibarıyla çeşitli global moda markalarının adı altında, yalnızca ilgili markanın ürünlerini satan 15 mono-brand mağaza işletmektedir. 31 Aralık 2017'de sona eren yılda Şirket'in hasılatının %7,8'i Şirket'in mono-brand mağazalarında yapılan satışlardan elde edilmiştir. Şirket'in bu faaliyetleri yürütme yeteneği, önde gelen global moda markaları ile Şirket arasındaki uzun süreli ilişkilere ve bu markaların Şirket ile işbirliği yapma konusundaki istekliliklerine bağlıdır. Ayrıca, Şirket, 15 mono-brand mağazasına ek olarak bir yabancı ortaklık olan Christian Louboutin Mağazacılık A.Ş. çatısı altında iki mono-brand mağazası işletmektedir. İşbu İzahname'nin tarihi itibarıyla, Şirket, Christian Louboutin Mağazacılık A.Ş.'de, %30,0 paya sahip bulunmaktadır. Şirket'in işlettiği diğer 15 mono-brand mağazadan 10 tanesi için ise, ilgili markalar ile Şirket arasında imzalanan yazılı sözleşmeler söz konusudur. Şirket'in mono-brand



mağazalarında satılan tüm markalar, Türkiye’de yalnızca Şirket tarafından satılmaktadır. Ancak, bu markalar ile imzalanan mono-brand sözleşmelerinin çoğunluğu, Şirket’e hukuken bir münhasırlık hakkı (tamamen veya kısmen) tanımakta olsa da; Şirket’in bazı marka ürünlerini Türkiye’de satmak konusunda yalnızca fiili bir münhasırlığı söz konusudur. Şirket’in bu markalar ile ilişkilerini ve dolayısıyla da söz konusu fiili münhasırlık durumunu sürdürebilmesi, markaların global iş ve genişleme stratejileri gibi Şirket’in kontrolü dışında olan çeşitli faktörlere bağlıdır. Örneğin, Şirket, geçmişte, Christian Dior İstanbul Mağazacılık A.Ş. adlı yabancı ortaklık kapsamında “Christian Dior” markası için iki mono-brand mağaza işletmiştir. Ancak 2 Ocak 2018’de, (Şirket’in Christian Dior İstanbul Mağazacılık A.Ş.’de sahip olduğu payların %51,0’ını elinde bulunduran) Christian Dior Couture S.A., Şirket’in, Christian Dior İstanbul Mağazacılık A.Ş.’de sahip olduğu paylarını satın alma hakkını kullanmış olup kendi mono-brand mağazalarını işletmeye başlamıştır. Bu durum, Şirket’in multi-brand mağazalarında “Christian Dior” markasını satmaya devam etmesini engellememiş olsa da, Şirket, diğer markalar ile imzaladığı sözleşmelerini sürdüremediği veya yenileyemediği; ya da bu markalarla olan iş ilişkilerinde bozulma veya markaların global iş stratejileri nedeniyle mono-brand mağazalarda satılan markalar ile ilişkilerini sürdüremediği takdirde, ilgili mono-brand mağazaları işletme hakkını ve/veya bu markaların ürünlerini multi-brand mağazalarında satma hakkını kaybedebilir ve bu doğrultuda, Şirket’in faaliyetleri, finansal durumu, faaliyet sonuçları ve gelecekle ilgili beklentileri olumsuz etkilenebilir.

31 Aralık 2017 itibariyle, Şirket, Dolce & Gabbana, Celine, Bottega Venetta, Etro, Brunello Cuccinelli, Saint Laurent, Valentino, Tory Burch, Tods ve Dsquared2 ile imzalanmış 10 adet mono-brand sözleşmeye taraf bulunmaktadır. Şirket’in mono-brand sözleşmelerinin çoğu, “kontrol”ü, çeşitli eşikler ve konseptler üzerinden tanımlarken Şirket’in kontrolünde bir yönetim değişikliği durumunda Şirket’in markaya bildirim göndermesini gerektirmektedir. Bu mono-brand sözleşmelerin bazıları, markaya, Şirket’in hissedarlık yapısındaki olası bir değişiklik ile ilgili mono-brand sözleşmelerde sağlanan tanımları karşıladığı takdirde, mono-brand sözleşmeleri feshetme yetkisi vermektedir. Halka arzda satılan hisse miktarına bağlı olarak, Şirket’in yönetim yapısındaki olası değişiklikler veya Şirket’in hissedarlık yapısındaki değişiklikler, Şirket’in, ilgili markalardan gerekli onayları almasını gerektirecektir. İşbu İzahname tarihi itibariyle, ilgili markalardan gerekli onayların alınması amacıyla altı markaya yazılı bildirim gönderilmiş ve gereken adımlar atılmıştır. Bu İzahname’nin tarihi itibarıyla üç marka onay verdiklerine dair Şirket’e dönüş yapmış olup, bazı markaların onay vermeyi reddederek sözleşmelerini sona erdirmesi söz konusu olabilir. Bu durum, Şirket’in faaliyetleri, finansal durumu, faaliyet sonuçları ve gelecekle ilgili beklentileri üzerinde olumsuz etkilere neden olabilir.

Buna ilaveten, Şirket’in bazı markalar ile yapmış olduğu iki mono-brand sözleşmesi, Şirket’in fikri mülkiyet haklarına ilişkin lisans bedeli ödemesini gerektirmektedir. Bu bedellerin tutarlarının artması veya diğer markaların da Şirket’ten bu gibi bedeller ödemesini istemesi halinde, Şirket’in giderleri artacaktır ve bu durum, Şirket’in faaliyetleri, finansal durumu, faaliyet sonuçları ve gelecekle ilgili beklentileri üzerinde olumsuz etkilere neden olabilir.

***Şirket’in mono-brand mağazalarının performansı, global moda markalarının koleksiyonları başarılı bir şekilde tasarlayamamalarından etkilenebilir. Koleksiyonların mevcut tasarımları veya tasarımındaki değişiklikler, müşteriler tarafından beğenilmeyebilir ve bu durum, Şirket’in hasılatında azalmaya neden olabilir.***

Şirket’in faaliyetleri, bazı global moda markalarının ürünlerini satan mono-brand mağazaların işletilmesini de içermektedir. İşbu İzahname’nin tarihi itibarıyla, Şirket’in portföyünde 900’ü aşkın marka ile 15 mono-brand mağaza bulunmaktadır. 31 Aralık 2017’de sona eren yıl itibarıyla, Şirket’in mono-brand mağazaları, 102.341.593 TL tutarında satış katkısı ile hasılatın %7,8’ini üretmiştir. Şirket’in mono-brand mağazalardan gerçekleştirdiği satışlar, ilgili mono-brand mağazasında temsil edilen marka tarafından alınan tasarım kararlarına ve bu tasarımlar ile ürünlerin kalitesine bağlıdır. Mono-brand mağazalarda satılan markaların tasarım ve koleksiyonları, müşterilerin beklentilerine uymadığı takdirde veya müşteriler, söz konusu koleksiyonları beğenmediği takdirde, Şirket’in mono-brand mağazalardan elde ettiği hasılat olumsuz etkilenebilir ve Şirket, ilgili mono-brand mağazasında düşük performans sergileyen markayı başka bir marka ile değiştirmek zorunda kalabilir. Mono-brand mağazalara ilişkin kira sözleşmeleri, doğrudan Şirket

tarafından imzalandığından, Şirket'in herhangi bir mono-brand mağazada iyi performans sergilenmediğini tespit etmesi durumunda söz konusu marka, yeni bir marka ile değiştirilebilmektedir. Ancak bu tür bir değişim, zaman alabilmekte (örneğin ilgili sözleşmenin sonuna kadar veya mağazaya yerleştirilecek olan yeni marka belirlenip bu markayla anlaşılana kadar) ve aynı zamanda Şirket'in ilave yatırım harcamaları yapmasını ve diğer ilave maliyetlere katlanmasını gerektirmektedir. Bu nedenle, mono-brand mağazalarda satılan markaların tasarım ve koleksiyonlarının müşteri beklentilerini karşılamaması veya müşterilerin söz konusu koleksiyonları beğenmemeleri halinde, bu durum Şirket'in faaliyetleri, finansal durumu, faaliyet sonuçları ve gelecekle ilgili beklentileri üzerinde olumsuz etkilere neden olabilir. Geçmişte, Şirket, mono-brand mağazalardaki bazı markaları, marka ve koleksiyonunun müşterilere cazip gelmemesi nedeniyle başka markalar ile değiştirmiştir.

***Şirket, hasılatının önemli bir miktarını, prestijli alışveriş merkezlerinde yer alan bazı önemli mağazalardan elde etmektedir.***

Şirket, faaliyet gösterdiği pazarın niteliği nedeniyle, mağazalarının konumu bakımından seçici bir politika izlemektedir. Şirket'in mağazalarını konumlandırma stratejisi, Şirket'in faaliyetlerini tamamlayan, bütüncü lüks ortamları barındıran ve hedef müşterilerin tercihlerine hitap eden prestijli alışveriş merkezleri üzerinde odaklanmaktadır. Şirket'in en büyük iki mağazası, İstanbul'da yer alan ve mağaza konumlandırma stratejisi ile uyumlu Zorlu Center ve İstinye Park alışveriş merkezlerinde yer almaktadır. 31 Aralık 2017'de sona eren yıl itibarıyla, Zorlu Center alışveriş merkezindeki mağazalar, 8.398 metrekarelik net satış alanı ile toplam satışların %22,2'sini ve İstinye Park alışveriş merkezindeki mağazalar, 5.695 metrekarelik net satış alanı ile toplam satışların %16,5'ini oluşturmuştur. Söz konusu mağazalar, Şirket faaliyetlerinin işletme ve finansal sonuçları açısından çok önemlidir ve Şirket faaliyetlerinin söz konusu mağazalara önemli derecede bağımlılığı bulunmaktadır. Bunun sonucunda, bu mağazaların bulunduğu yerleri etkileyen olumsuz olayların Şirket faaliyetini, diğer mağazalara kıyasla, daha da önemli bir ölçüde etkileme riski söz konusudur. Şirket, bu alışveriş merkezlerindeki varlığını sürdürmediği, gerekmesi halinde, bunların yerine yeni alışveriş noktaları bulamadığı, bu alışveriş merkezlerinin prestijli konumlarını kaybettiği veya bu bölgelerdeki kira düzenlemelerinin sona erdirilmesi gerektiği takdirde, Şirket'in faaliyetleri, finansal durumu, faaliyetlerinin sonuçları ve gelecekle ilgili beklentileri olumsuz etkilenebilir.

***Şirket, e-ticaret operasyonlarında büyüme ve genişleme sürecini yeterince etkin veya hızlı bir şekilde yönetemeyebilir veya mevcut teknolojilerini ve altyapısını etkin bir şekilde ölçeklendiremeyebilir ve uyarlayamayabilir.***

31 Aralık 2017, 2016 ve 2015'te sona eren yıllar itibarıyla, Şirket'in e-ticaret kanalından elde ettiği hasılat, Şirket'in toplam hasılatının, sırasıyla, %9,0, %8,0 ve %5,0'ını oluşturmuştur. Şirket'in e-ticaret kanalının %59,5 oranında bir YBBO ile son üç yıldır devamlı büyüme sergilemiş olmasına karşın, Şirket'in ileriye dönük olarak benzer büyüme oranlarını sürdürebileceği konusunda bir güvence yoktur.

Şirket, e-ticaret kanalına ilişkin stok yönetimini etkin bir şekilde yürütemediği, altyapısını e-ticaret operasyonlarının gelişimine göre uyarlayamadığı veya çoklu kanal yeterliliklerini sürdüremediği veya genişletemediği takdirde, e-ticaret kanalından elde ettiği hasılatın büyümesini devam ettiremeyebilir veya bu hasılatla bir düşüş ile karşılaşabilir. Şirket, e-ticaret kanalının büyümesini sürdüremediği, e-ticaret alanındaki en iyi uygulamaları takip edemediği, e-ticaret kanalına Şirket açısından avantajlı şartlarla yatırım yapmadığı veya e-ticaret pazarının hızla değişen ihtiyaçlarına uyum sağlayamadığı takdirde, e-ticaret kanalından elde ettiği hasılatındaki büyümesi yavaşlayabilir, ilave maliyetler ile karşılaşabilir ve bu durum da, Şirket'in faaliyetleri, finansal durumu, faaliyet sonuçları ve gelecekle ilgili beklentilerini olumsuz etkileyebilir. Ayrıca, Şirket'in e-ticaret operasyonları, öncelikle, müşterilerin lehine hükümler içeren çeşitli Türk kanun ve yönetmeliklerine tabi bulunmaktadır. Bu düzenlemelere uyulmaması, müşteri şikâyetlerine ve Şirket'e idari cezalar uygulanmasına yol açabilir ve bu da, Şirket'in faaliyetleri, finansal durumu, faaliyet sonuçları ve gelecekle ilgili beklentileri üzerinde önemli olumsuz etkilere neden olabilir.

***Şirket'in bilgi teknolojisi sistemlerindeki aksaklıklar, Şirket'in faaliyetleri üzerinde önemli olumsuz etki yaratabilir.***

Şirket'in faaliyetlerinin devamlılığı, bilgi teknolojisi sistemlerinin kullanımına da dayanmaktadır. Bu sistemler, stok yönetimi, dağıtım zinciri, müşteri işlemlerinin kaydedilmesi, nakit akışlarının yönetilmesi, muhasebe operasyonlarının yürütülmesi ve e-ticaret operasyonlarının yürütülmesi gibi konularda kullanılmaktadır ve bu sistemler kapsamında internet, bilgisayar sistemleri ve çeşitli yazılım programları da dâhil olmak üzere, birçok farklı unsur bulunmaktadır. Şirket'in bilgi teknolojisi altyapısı, temel olarak, tümü tamamen entegre edilmiş olan (i) işletme kaynak planlaması sistemi, (ii) ürün, fiyat ve stok yönetim sistemi, (iii) satış ve dağıtım sistemi, (iv) ürün yönetimi sistemi, (v) maliyetlendirme sistemi, (vi) satın alma sipariş sistemi ve (vii) insan kaynakları sistemini içeren SAP Perakende sistemlerine dayalıdır. Bu bilgi teknolojisi sistemleri, yazılım, donanım, veri tabanı veya bileşen güncellemeleri ve değişimleri, elektrik kesintisi ve donanım ve yazılım arızaları sırasındaki aksamalar gibi arıza ve bozulma risklerini taşımaktadır. Ayrıca, Şirket'in bilgi teknolojisi sistemleri, virüs yüklenmesine, güvenlik ihlallerine ve sistem arızalarına neden olan dâhili ve harici siber saldırılar nedeniyle tehlike altında kalabilir ve aksayabilir. Şirket'in bilgi teknolojisi sistemlerinin ve bu sistemlere dayalı faaliyetlerinin sürdürülebilirliği, birincil bilgi teknolojisi sistemlerinin arızalanması durumunda devreye girmek üzere Ankara'da kurulmuş olan bir felâket kurtarma merkezine de dayanmaktadır. Söz konusu felâket kurtarma merkezinde bulunan bilgi teknolojisi sistemlerindeki herhangi bir arıza, özellikle de, yedek sunucuya hızlı ve etkili bir şekilde geçilememesine yol açtığı takdirde, Şirket'in faaliyetlerinde önemli ölçüde aksamaya neden olabilir; bu durum da, arıza nedeniyle faaliyet gösterilemeyen sürelerin artmasına veya müşteri verilerinin kaybına yol açabilir ve Şirket'in e-ticaret kullanıcılarına hizmet sunma yeteneğini olumsuz etkileyebilir. Yukarıda anılan risklerden herhangi birinin gerçekleşmesi, Şirket'in faaliyetleri, finansal durumu, faaliyet sonuçları ve gelecekle ilgili beklentileri ve itibarı üzerinde önemli bir olumsuz etki yaratabilir.

Şirket'in bilgi teknolojisi sistemleri Şirket'in faaliyetleri bakımından çok önemli olduğundan, Şirket, bilgi teknolojisi sistemlerinin bakımı, korunması ve ilerletilmesi konusunda finansal kaynak, zaman, bilgi birikimi (*know-how*) ve yönetim uzmanlığı yatırımında bulunmaktadır. 31 Aralık 2017, 2016 ve 2015'te sona eren yıl için, Şirket'in bilgi teknolojisi altyapısı için yapılan yatırım harcamaları sırasıyla 6,1 milyon TL, 4,8 milyon TL ve 3,2 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. Şirket, bilgi teknolojisi sistemlerinin yönetiminde başarılı olmadığı takdirde, yatırımları karşılığında hedeflediği getiriye elde edemeyebilir. Buna ilaveten, Şirket, faaliyetlerinde kullandığı bilgi teknolojileri alanında yeteri derecede ilerleme gösteremeyebilir ve bu nedenle Şirket'in bilgi teknolojisi altyapısı, zaman içinde, güncel olmayan veya daha az rekabetçi bir hale gelebilir ve bunlar, Şirket'in bilgi teknolojilerinden elde ettiği avantajların azalmasına veya kaybedilmesine neden olabilir. Bu durum ise, Şirket'in faaliyetleri, finansal durumu, faaliyet sonuçları ve gelecekle ilgili beklentileri üzerinde önemli olumsuz etkilere neden olabilir.

Şirket, ayrıca, faaliyetinin finansal ve işletmesel sonuçlarını izlemek için de bilgi teknolojisi sistemleri kullanmaktadır. Bu sistemler arızalandığı takdirde, Şirket, çeşitli içsel veriler ve bunların sonuçlarını elde etmekte güçlük çekebilir. Bunun sonucunda, Şirket'in uygun finansal ve operasyonel raporlar hazırlama ve faaliyetin geliştirilmesi için doğru kararlar alma yeteneği zarar görebilir ve bu durum Şirket'in faaliyetleri, finansal durumu, faaliyet sonuçları ve gelecekle ilgili beklentilerini olumsuz etkileyebilir.

***Şirket'in faaliyetlerinin yürütülmesi, devamlılığı ve başarısı, bazı önemli personel ve üst düzey yöneticilere bağlıdır.***

Şirket'in başarısı, büyük ölçüde, yönetimin ve yüksek beceri sahibi çalışanların beceri, deneyim ve gayretlerine bağlıdır. Şirket'in operasyonel mükemmeliyet ve koşulsuz müşteri mutluluğunu sürdürebilmesi için, tüm operasyonları için ihtiyaç duyduğu uzmanlığı sağlayacak gerekli personeli Şirket'te çalışmaya çekmesi, işe alması, geliştirmesi ve bünyesinde tutması gerekmektedir. Bu doğrultuda, Şirket'in başarısı, Türkiye'de kişisel lüks eşya sektöründe önemli deneyime sahip üst düzey yönetici, direktör ve diğer önemli personelin Şirket bünyesinde istihdamının devam ettirilmesine dayanmakta olup, bu personele, Şirket'in tasarımcıları, mağazacılık, ürün (*merchandising*), pazarlama ve satış ekipleri de dâhildir. Buna ek olarak, sektörde deneyimli yönetim, satış uzmanı, tasarımcı ve satın alma sorumluları ile sektör uzmanları arayışında yoğun bir rekabet yaşanmakta olup, Şirket'in söz konusu önemli personeli elde tutma ve motive etme ve aynı zamanda, kalifiye ve deneyimli yeni çalışanları işe alma yeteneği, Şirket'in daha yüksek ücret ve diğer faydalar teklif etmesini gerektirebilecek olup bu durum faaliyet giderlerinde artışa neden olabilir. Yönetici,

direktör veya önemli personelin elde tutulamaması veya istihdam edilememesi, Şirket'in faaliyetleri, faaliyet sonuçları ve beklentileri üzerinde önemli olumsuz etkilere neden olabilir. Aynı zamanda, Şirket'in üst düzey yönetim üyelerinden veya önemli personelinden herhangi birinin bir rakibe geçmesi durumunda, Şirket, önemli personelinin yanı sıra işletmesine ilişkin bilgi birikimini (*know-how*) de kaybedebilir ve bu durum, Şirket'in faaliyetleri, finansal durumu, faaliyet sonuçları ve gelecekle ilgili beklentileri üzerinde önemli olumsuz etkilere neden olabilir.

***Şirket'in bazı operasyonları üçüncü kişi tedarikçilere dayanmakta olup söz konusu tedarikçilerin akdi yükümlülüklerini yerine getirmemeleri, Şirket'in faaliyetleri üzerinde olumsuz etkilere neden olabilir.***

Şirket'in bazı operasyonları, örneğin Beymen özel markaları altındaki ürünlerin üretimi, Şirket mağazalarında satılan ürünlerin nakliyesi, dağıtımı ve depolama hizmetleri gibi faaliyetlerin bazı kısımları, sınırlı sayıda yer alan itibarlı üçüncü kişi tedarikçiler tarafından sağlanmakta olan bazı hizmetler ve hammaddeler gerektirmektedir. Örneğin, Şirket, depolama hizmetleri için, Şirket'in tüm depolama işlemlerini yürütmekte olan Ekol Lojistik A.Ş. ("**Ekol**") ile çalışmaktadır. Şirket'in stoklarını tutmak için kullandığı depo, Ekol'ün mülkiyeti ve işletimi altındadır. Bu nedenle, Ekol'ün akdi yükümlülüklerini yerine getirmemesi durumunda, Şirket, stokunu yönetemeyebilir, mağazalarında veya e-ticaret kanalında zamanında yeterli ürün sunamayabilir, aldığı siparişleri zamanında ve tam olarak yerine getiremeyebilir ve bu durum da, Şirket'in satışlarını, müşterileri ile ilişkilerini ve kârlılığını etkileyebilir.

Boyner Grubu, yeni bir depo projesi üzerinde çalışmakta olup Şirket 2019 başlarında tamamlanması planlanan bu yeni depoyu kullanmayı planlamaktadır. Ancak, Şirket, bu durumda da tek bir depoya bağımlılık ile ilişkili riske maruz kalmaya devam edecektir.

Ayrıca, Şirket, Beymen özel moda markalarının üretimi konusunda sipariş emirlerine dayalı olarak çeşitli sayıda üreticiler ile çalışmaktadır. Ayrıca Şirket, son dönemlerde bazı büyük firmalar ile sözleşmeler imzalamaya da başlamıştır. Şirket'in giysi üretimi veya aksesuar üretimi için bu tedarikçilerden herhangi birine önemli ölçüde bağımlılığı olmadığı kanaatinde olmasına karşın, kısa bir süre için önemli sayıda tedarikçi ile iş ilişkilerinin kesintiye uğraması veya çok sayıda tedarikçinin Şirket'in üretim programlarına uyamaması, üretimi aksatabilir ve Şirket satışlarını etkileyebilir. Buna ilaveten, Şirket, üçüncü kişi tedarikçinin iflası, operasyonlarını kesintiye uğratan veya sonlandıran işgücü aksaklıkları veya herhangi bir sebeple tedarikçinin yükümlülüklerini yerine getirme yeteneğindeki aksamalar da dâhil çeşitli nedenlerle, bu üçüncü kişi tedarikçilerden gerekli hizmetleri veya ham maddeyi elde edemeyebilir. Aynı zamanda, Şirket, üçüncü kişi tedarikçilerin geçerli sağlık ve güvenlik, çevre ve sair kanunlar ve yönetmeliklere veya Şirket'in etik kurallarına uymamaları durumunda ilgili tedarikçi ile ilişkilerini durdurmayı tercih edebilir. Şirket bu tür durumlarda, söz konusu tedarikçi yerine, kısa bir sürede veya Şirket açısından avantajlı şartlarla çalışmayı kabul eden yeni bir tedarikçi bulamayabilir. Bu nedenle, Şirket'in ana tedarikçilerinin akdi ve hukuki yükümlülüklerini önemli ölçüde ifa etmemeleri, Şirket'in markalarının değerine ve Şirket itibarına zarar verebilir ve Şirket'in faaliyetleri, finansal durumu, faaliyet sonuçları ve gelecekle ilgili beklentilerini önemli şekilde olumsuz etkileyebilir.

Ayrıca Şirket, bu tedarikçilerin üretim süreçleri sırasında ve ürünlerin depoya teslimi öncesinde kalite kontrol denetimleri uyguluyor olmasına karşın, tüm eksiklikleri belirleyemeyebilir. Ürünlerde herhangi bir eksiklik tespit edildiği takdirde, Şirket, müşteri şikâyetleri ve talepleri ile karşılaşabilir. Bu tür şikâyetlere cevap verilmesi ve gerekli düzeltmelerin yapılması, zaman alıcı olabilir ve Şirket çeşitli maliyetlere maruz kalabilir. Bu durum, Şirket'in itibarına, markasına ve müşteri ilişkilerine zarar verebilir ve dolayısıyla Şirket'in faaliyetleri, finansal durumu, faaliyet sonuçları ve gelecekle ilgili beklentileri üzerinde önemli olumsuz etkilere neden olabilir.

***Şirket, alt yüklenicilerinin bazı yükümlülüklerinden müstereken ve müteselsilen sorumlu olup bu durum alt yüklenicilerin geçerli kanun ve yönetmeliklere uymamaları sonucunda Şirket'i yükümlülük ve yasal işlemlere maruz bırakabilir. Bu durum, Şirket'in faaliyetleri ve itibarı üzerinde önemli olumsuz etkilere neden olabilir.***

Şirket, temizlik, güvenlik, terzilik, yemek ve taşıma gibi çeşitli Şirket faaliyetleri ve hizmetleri bakımından üçüncü kişi alt yüklenicilere bağımlıdır. Türk iş hukuku mevzuatı uyarınca, Şirket, alt yüklenicilerinin sağlık ve güvenlik kanunlarına ve çalışanları için geçerli yönetmeliklere uymamasından ve alt yüklenicilerin çalışanların ücretlerini veya çalışanların sosyal güvenlik primlerini ödememesinden de sorumludur. Ayrıca, Şirket, alt yüklenicilerin üçüncü kişiler nezdinde neden olduğu kayıp veya zararlardan da müştereken ve müteselsilen sorumludur. Alt yüklenicilerin uygulanabilir kanun ve yönetmeliklere uyumlarını değerlendirmek için alt yüklenicilerden Şirket'e yeterli bilgi temin etmeleri istenmekte ve gelecek ödemeler ile alt yüklenicinin kusurlu veya hileli çalışmasından kaynaklanabilecek kayıpları teminat altına almak için Şirket bazı alt yüklenicilerden teminat talep etse de, ilgili sigorta ve teminat ödemelerinin, Şirket'in müşterek ve müteselsil yükümlülükleri için yeterli teminat teşkil ediyor olduğu konusunda herhangi bir güvence söz konusu olamamaktadır. Şirket, söz konusu meblağları aşan tutarlarda hukuki takip ve sair taleplere maruz kalabilir. Bu nedenle, Şirket'in alt yüklenicilerinin faaliyetlerinden kaynaklanan olası sorumlulukları, Şirket'in faaliyetleri, finansal durumu, faaliyet sonuçları, gelecekle ilgili beklentileri ve itibarı üzerinde önemli olumsuz etkilere neden olabilir.

Ek olarak, Şirket, bazı hizmet sağlayıcılarının (inşaat ve Beymen özel markalarının üretimi gibi) çalışanlarının Şirket'in işyerinde gerçekleştirdiği çalışmalar kapsamında da iş sağlığı ve güvenliğini sağlamakla yükümlüdür. Şirket'in bu esaslara dayanan sorumlulukları da Şirket'in faaliyetleri, finansal durumu, faaliyet sonuçları, gelecekle ilgili beklentileri ve itibarı üzerinde önemli olumsuz etkilere neden olabilir.

***Şirket'in mağazalarının mülk sahipleri ile Şirket arasındaki ilişkiler, Şirket'in faaliyetleri bakımından önemlidir ve mağazaların mülk sahipleri ile ilişkilerdeki her türlü kopma, Şirket'in ilave maliyete maruz kalmasına neden olabilir ve bu durum Şirket'in finansal durumu üzerinde olumsuz etkilere neden olabilir.***

Şirket herhangi bir gayrimenkulün maliki olmadığından, Şirket'in ilgili gayrimenkullerdeki faaliyetleri, bu gayrimenkullerin mülk sahipleri ile imzalanan kira sözleşmelerine dayanmaktadır. Şirket'in kira giderleri, faaliyet giderlerinin önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. 31 Aralık 2017, 2016 ve 2015'te sona eren yıllar için, kira giderleri, sırasıyla, 113.673.975 TL, 87.609.062 TL ve 78.036.022 TL olmuş ve bu giderlerin Şirket hasılatına oranı sırasıyla %8,6, %8,5 ve %8,4 olarak gerçekleşmiştir. Şirket mağazalarının mülk sahipleri ile Şirket arasındaki ilişkiler, kira giderlerinin optimize edilmesini sağlamış olmakla birlikte, mağazaların mülk sahipleri ile Şirket arasındaki ilişkilerde herhangi bir olumsuz değişim, kira giderlerinde bir artışa sebep olabilir veya mağazaların başka bir yere taşınmasını gerektirebilir. Bu da, Şirket'in faaliyetleri, finansal durumu, faaliyet sonuçları ve gelecekle ilgili beklentilerini olumsuz etkileyebilir.

Ayrıca, mağazaların her biri, Şirket'in stratejisinin uygulaması kapsamında prestij ve kaliteyi yansıtacak ve koşulsuz müşteri mutluluğunu sağlayacak şekilde tasarlanmakta olduğundan, Şirket'in yeni mağaza geliştirmeleri ve mevcut mağazalar ile ilgili bakım işlemleri önemli miktarda yatırım harcaması gerektirmektedir. Bazı durumlarda, Şirket, yatırım harcamalarını kendisi için avantajlı hale getirmek üzere mağazaların mülk sahipleri ile Şirket lehine bazı şartlar içeren anlaşmalar yapabilmektedir. Ancak, gelecekte, mağazaların mülk sahipleri ile bu tür avantajlı anlaşmalar sürdürülemeyebilir veya Şirket, olası yatırımları için bu tür avantajlı düzenlemeler yapamayabilir ve bunun sonucunda, faaliyetlerin genişletilmesi için daha fazla miktarda harcama yapılması gerekebilir.

Bu doğrultuda, mağazaların mülk sahipleri ile Şirket arasındaki ilişkilerde herhangi bir bozulma, Şirket'i ilave kira giderleri ve yatırım harcamalarına katlanmak durumunda bırakabilir ve bu da, Şirket'in faaliyetleri ve finansal durumu üzerinde önemli olumsuz etkilere neden olabilir.

***Şirket, mağazaların mülk sahiplerine finansal teminatlar temin etmekte olup söz konusu teminatlar, kira sözleşmeleri tahtındaki Şirket yükümlülüklerinin yerine getirilmemesi nedeniyle paraya çevrildiği takdirde, Şirket'in faaliyetleri ve finansal şartları önemli ölçüde olumsuz etkilebilir.***

Şirket, mağazaların mülk sahipleri ile imzalanan kira sözleşmeleri kapsamında Şirket yükümlülüklerinin teminatı olmak üzere teminat mektupları ve teminat senetleri gibi finansal teminatlar sağlamaktadır. Aralık 2017 itibarıyla, Şirket'in sağlamış olduğu finansal teminatların tutarı 9.437.525 TL'dir. Şirket, yükümlülüklerini tatmin edecek şekilde yerine getirmediği takdirde, lehine finansal teminat sağlanmış olan mülk sahipleri bu teminatları paraya çevirme yoluna başvurabilir ve bu da, Şirket'in faaliyetleri, finansal durumu, faaliyet sonuçları ve gelecekle ilgili beklentileri üzerinde önemli olumsuz etkilere neden olabilir.

***Şirket'in başarısı ve büyümesi, etkin bütçe planlaması yapmasına bağlıdır.***

Şirket, her yılın Ağustos ayından başlayarak, bir önceki yıla ilişkin verileri analiz etmek ve bir sonraki yıla ilişkin bütçeyi planlamak üzere ilgili ekipleri ile çalışmalar yapmaktadır. Bu şekilde, Şirket, bütçesini, düzenli ve tekrar eden giderler (örneğin, mağaza bakımı, mevcut mağazalar için kira giderleri, ürün satın alma) ile yeni iş planları (örneğin, yeni mağazalar, mevcut mağaza satış alanlarının genişletilmesi veya daraltılması, yeni iş kollarının faaliyete geçirilmesi, bayiler tarafından işletilen mağazaların doğrudan Şirket tarafından işletilen mağazalara dönüştürülmesi) arasında tahsis etmeye çalışmaktadır. Ayrıca Şirket, bu bütçeleme sürecinin yürütülmesi kapsamında kullanılan verilerin detaylı analizini yapan yazılımlara dayanmaktadır. Yazılımlara olan bu bağlılığın yanı sıra, yazılımlardan çıkan sonuçların, Şirket'in yönetimi ve ilgili ekipleri tarafından doğru şekilde yorumlanması gerekmektedir. Ancak, yeterli ve doğru verinin elde edilebileceği, yazılımların tam olarak işlevsellik göstereceği, isabetli bütçeleme için uygun kararların Şirket ve ilgili ekipler tarafından verilebileceği konusunda bir güvence söz konusu olamamaktadır. Şirket, bütçe planlamasını uygun bir şekilde yapamadığı takdirde, ilgili sezonlar sırasında olağan faaliyetlerini sağlıklı bir biçimde ve planladığı doğrultuda sürdüremeyebilir ve bu durum Şirket'in faaliyetleri, finansal durumu, faaliyet sonuçları ve gelecekle ilgili beklentileri üzerinde olumsuz etkilere neden olabilir.

***Şirket'in başarısı, etkin stok yönetimine bağlıdır. Etkin stok yönetimi yapılamaması, Şirket'in işletme ve finansal sonuçları üzerinde olumsuz etki yaratabilir.***

Şirket'in başarısı, Şirket envanterinin etkin olarak yönetilmesine dayalıdır. Şirket'in bütçeleme sürecinin nihai hale gelmesinin ardından, gelecek sezonlar için talebi tahmin etmek ve satın alma planını belirlemek üzere yoğun bir çalışma yürütülmektedir. Bu kapsamda, Şirket, tüm lokasyonlarda her bir marka ve ürünün stok satış trendlerine ilişkin önceki sezonlara ait verileri analiz eden bir yazılımdan yararlanmaktadır. Ancak, yazılımın hesaba katamadığı ve Şirket satışlarını etkileyen çeşitli faktörleri de (ekonomik koşullar veya siyasi gelişmeler gibi) dikkate alan doğru satın alma kararlarının verilebilmesi için yazılımın sağladığı satın alma önerileri, ayrıca satın alma ve planlama ekibinin kişisel görüşleri doğrultusunda değerlendirilmeyi gerektirmektedir. Doğru talep tahmini yapamadığı takdirde, Şirket, etkili ve doğru bir satın alma planı uygulayamayabilir ve bu, Şirket'in fazla veya az ürün satın almasına neden olabilir ve bu da Şirket kârlılığı üzerinde olumsuz etki yaratabilir.

Şirket, aynı zamanda, kapsamlı sezon içi envanter yönetimi ve önceki sezonlardan kalan envanterin yönetimini de gerçekleştirmektedir. Etkin bir envanter yönetimi, Şirket'in satış hedeflerini gerçekleştirmesine, kârlılığını sürdürmesine ve iyileştirmesine, nakit yönetimi yapmasına, brüt kâr marjını ve indirim oranlarını optimize etmesine yardımcı olmaktadır. Bu nedenle, Şirket, stoku etkin bir şekilde yönetemediği takdirde, stok satış hedeflerini karşılayamayabilir, indirim oranlarını optimize edemeyebilir. Bu durumda Şirket, kârlılığını sürdüremeyebilir veya arttıramayabilir ve brüt kârını optimize edemeyebilir. Ayrıca, Şirket'in gereğinden fazla stoka sahip olması durumunda, Şirket'in depolama ve lojistik masrafları olağanın dışında artabilir ve bu da, Şirket'in faaliyetleri, finansal durumu, faaliyet sonuçları ve gelecekle ilgili beklentileri üzerinde olumsuz etkilere neden olabilir.

***Şirket, koşulsuz müşteri mutluluğunu sürdüremeyebilir veya arttıramayabilir.***

Şirket, memnun ve sadık bir müşteri tabanının, faaliyetleri ve operasyonlarının sürdürülebilirliği ve gelişimi için kritik bir öneme sahip olduğuna inanmaktadır. Bu nedenle Şirket, koşulsuz müşteri mutluluğu sağlamak, mevcut müşterileri sürdürmek ve yeni müşteriler çekmek için geniş bir yelpazede müşteri ilişki yönetimi aktiviteleri yürütmektedir. Şirket, "koşulsuz müşteri mutluluğu" ilkesi kapsamında ve sadakat programı

çerçevesinde müşterilerine ücretsiz olarak ofis veya ev hizmetleri, kıyafet tadilatları, eve teslimatlar ve hediye danışmanlığı gibi hizmetler sunmaktadır. Ancak Şirket, gelecekte, özel hizmetlerini ve bu hizmet kalitesini sağlayan ve markanın müşteri algısını iyileştiren diğer faktörleri sürdüremeyebilir. Bunun sonucunda, Şirket müşterileri, kendilerine gösterilen ilgi düzeyinin ve aldıkları hizmetin kalitesinin düşmesinden dolayı memnuniyetsizlik yaşayabilir ve bunun sonucunda Şirket'in satışları olumsuz etkilenebilir. Şirket, mevcut müşterilerin memnuniyetini sağlayamadığı takdirde veya pazar trendlerini öngörerek mevcut veya yeni müşterilerin beklentilerini karşılayamadığı takdirde, müşteri tabanını sürdüremeyebilir, yeni müşterileri çekemeyebilir, müşteri tabanında azalmalar yaşayabilir. Bu durum, Şirket'in büyümesi üzerinde olumsuz etkilere neden olabilir. Bu tür bir durumda, Şirket'in, aynı zamanda, daha fazla pazarlama ve reklâm aktivitelerine yatırım yapması gerekli olabilir; bu da, Şirket'in ilave maliyete maruz kalmasına neden olabilir ve Şirket'in, faaliyetleri, finansal durumu, faaliyet sonuçları ve gelecekle ilgili beklentileri üzerinde önemli olumsuz etkilere neden olabilir.

***Müşteri bilgilerine üçüncü şahısların izinsiz erişimine yol açan bir güvenlik ihlali, Şirket'in itibarının zedelenmesine ve sorumluluğuna neden olmak suretiyle, Şirket faaliyetleri üzerinde olumsuz bir etki yaratabilir.***

Olağan iş akışı kapsamında Şirket, müşterilerin adı ve soyadı, telefon numarası, adres, kredi kartı numarası, kimlik numarası ve geçmiş alışveriş bilgileri gibi bazı kişisel bilgileri toplamakta ve saklamaktadır. Bu nedenle, Şirket, özellikle, 7 Nisan 2016 tarih, 29677 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanan 6698 sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu ("**Kişisel Verilerin Korunması Kanunu**") ve bunun kapsamında yayınlanan yönetmelikler olmak üzere, Türk veri koruma kanun ve yönetmeliklerine tabi bulunmaktadır. Veri gizliliği ihlalleri, know-how (bilgi birikimi) ve diğer önemli verilerin ifşası gibi siber güvenlik olayları da dâhil olmak üzere, Şirket'in kullandığı bilgi teknolojisi ve yedekleme sistemleri kapsamında saklanan ve işlenen verilerin güvenliğinde herhangi bir problem, gecikmelere veya platformun veya yazılımın kapatılmasına neden olabilir. Bu durum ise, kritik verilerin kaybına veya müşterilere ait kişisel bilgilerin izinsiz ifşasına veya kullanımına neden olabilir. Bunun sonucunda, cezai işlemler, tazminat talepleri veya idari ceza uygulaması gibi yasal takipler başlatılabilir. Hizmetler ve sistemleri aksatmak için kullanılan teknikler hızla değişiyor olduğundan, Şirket, vuku bulmalarından önce bu tür saldırıları belirleyemeyebilir ve önleyici tedbirler uygulayamayabilir. Şirket, bu riskler için sigorta teminatı elde ediyor olmasına karşın, veri koruma düzenlemelerinin ihlaline yol açacak ve sigorta altına alınmamış veya sigorta poliçeleri kapsamındaki geçerli limitleri aşan tutarlarda kayıplara sebep olacak nitelikte bilgi teknolojisi sistemlerinde gerçekleşen bir arıza veya kesinti veya bunların ihlali, Şirket'in faaliyetleri, finansal durumu, faaliyet sonuçları ve gelecekle ilgili beklentileri üzerinde ve aynı zamanda Şirket'in itibarı ve markası üzerinde önemli olumsuz etkilere neden olabilir.

Ayrıca, müşteri bilgilerinin Şirket'in pazarlama iletişim aktiviteleri içerisinde kullanımı da, özellikle, 5 Kasım 2014 tarih ve 29166 sayılı Resmi Gazetede yayınlanan 6563 sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun (6563 sayılı Kanun) olmak üzere ("**E-Ticaret Kanunu**"), e-ticaret işlemleri ile ilgili kanun ve yönetmeliklere tabidir. E-Ticaret Kanunu, Şirket'in müşteri bilgilerini kullanma yeteneğini kısıtlamaktadır. Bu tür kısıtlamaların herhangi bir ihlali, Şirket'in müşteri şikâyetleri ve talepleri ile karşı karşıya kalmasına neden olabilir. Bu tür şikâyetler, zaman alıcı olabilir ve maliyetlere neden olabilir ve Şirket'in faaliyetleri, finansal durumu, faaliyet sonuçları ve beklentileri ve ayrıca Şirket'in itibarı, markası ve müşteri ilişkileri üzerinde önemli olumsuz etkilere neden olabilir.

***Şirket'in faaliyetleri, çeşitli kanun ve yönetmeliklere tabidir ve bu kanun ve yönetmeliklerdeki her türlü değişiklik, faaliyet giderlerinde artışa ve yönetimin bu konulara daha fazla odaklanmasına neden olabilir. Şirket, geçerli kanun ve yönetmeliklere uymadığı veya uyamadığı takdirde, Şirket, idari para cezalarına veya cezalara maruz kalabilir.***

Şirket'in faaliyetleri, tüketicinin korunması, e-ticaret, ticari elektronik iletişimler, gümrük, siber güvenlik, veri koruma, çevrenin korunması, işgücü ilişkileri ve işyeri sağlık ve güvenliği ile ilgili kanun ve yönetmelikler de dâhil ve fakat bunlarla sınırlı olmaksızın, çeşitli Türk kanun ve yönetmeliklerine tabidir. Şirket'in faaliyetlerini düzenleyen kanun ve yönetmeliklerin daha kısıtlayıcı hale gelmesi durumunda, Şirket,

bu mevzuata uyum sağlayabilmek için ilave giderlere maruz kalabilir veya çalışma prensiplerini yeni sınırlandırmalara uyarlamak durumunda kalabilir. Bu durum, Şirket'in faaliyetleri, finansal durumu, faaliyet sonuçları ve gelecekle ilgili beklentileri üzerinde önemli olumsuz etkilere neden olabilir.

Ayrıca, Şirket, geçerli kanun ve yönetmeliklere uymadığı veya uyamadığı takdirde, müşteri şikâyetleri, idari para cezaları veya cezalara tabi olabilir ve bu da, Şirket'i, ilave uyum giderlerine maruz bırakabilir, Şirket'in itibarına zarar verebilir ve Şirket'in faaliyetleri, finansal durumu, faaliyet sonuçları ve gelecekle ilgili beklentileri üzerinde önemli olumsuz etkilere neden olabilir.

***Şirket bazı ruhsat alma yükümlülüklerine tabidir ve bu yükümlülüklerin yerine getirilmemesi Şirket'in faaliyeti ve operasyonları üzerinde olumsuz etkilere neden olabilir.***

Şirket'in faaliyetleri, 10 Ağustos 2005 tarihli, 25902 sayılı Resmi Gazetede yayınlanan İşyeri Açma ve Çalıştırma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğe tabidir. Bu yönetmelik, mağazalarda faaliyete başlamadan önce Şirket'in işyeri açma ve çalıştırma ruhsatı almasını gerektirmektedir. İşbu İzahname'nin tarihi itibarıyla, mağazaların mülk sahiplerinin (alışveriş merkezleri) sağlaması gereken bazı belgeler eksik olduğundan Şirket, 6 aktif mağaza ve merkez ofis için işyeri açma ve çalıştırma ruhsatı elde edilememiştir. Söz konusu 6 mağazada yapılan satışlardan elde edilen toplam gelir, 31 Aralık 2017'de sona eren yılda, Şirket'in hasılatının %2,1'ini oluşturmuştur. (Bkz. 7.4.—İhraççının ticari faaliyetleri ve karlılığı açısından önemli olan patent, lisans, sınai-ticari, finansal vb. anlaşmalar ile ihraççının faaliyetlerinin ve finansal durumunun ne ölçüde bu anlaşmalara bağlı olduğuna ya da yeni üretim süreçlerine ilişkin özet bilgi—İzinler ve Lisanslama). Söz konusu ruhsat alma sürecinin henüz devam etmekte olmasına karşın, işyeri açma ve çalıştırma ruhsatları elde edilemediği veya alınmış olan ruhsatların sürdürülemediği veya yenilenemediği takdirde, etkilenen mağazalar daimi veya söz konusu ruhsatı alıncaya kadar geçici olarak kapatılabilir ve bu da, Şirket'in faaliyetleri, finansal durumu, faaliyet sonuçları ve gelecekle ilgili beklentileri üzerinde olumsuz etkilere neden olabilir.

***Şirket, yerel gümrük yönetmeliklerine tabidir; bunlarda yapılacak herhangi bir değişiklik, Şirket'in faaliyetleri, finansal durumu, faaliyet sonuçları ve beklentileri üzerinde olumsuz etki yaratabilir.***

31 Aralık 2017'de sona eren yılda, Şirket, portföyündeki ürünlerin yaklaşık %66,9'unu ithal etmiştir. Aynı dönem içinde, ABGB'den yapılan ithalatlar Şirket'in toplam ithalatının büyük çoğunluğunu teşkil etmiştir. Bu nedenle, Şirket, Avrupa'dan ithal edilen ürünler ile ilgili olarak yerel gümrük düzenlemelerine tabi olup gümrük düzenlemelerindeki her türlü değişiklik, Şirket'in, müşterilerine, zamanında ürün arz etme yeteneğini önemli şekilde olumsuz etkileyebilir ve bu da Şirket'in faaliyetleri, finansal durumu, faaliyet sonuçları ve gelecekle ilgili beklentileri ve aynı zamanda marka ve itibarı üzerinde önemli olumsuz etkilere neden olabilir.

Bu etkiler, ayrıca, siyasi veya ekonomik şartlardaki olası olumsuz değişimlerin etkisiyle Avrupa Birliği – Türkiye Gümrük Birliği düzenlemelerindeki olumsuz gelişmelere bağlı olarak da ortaya çıkabilir. Ayrıca, gümrük vergilerindeki olumsuz değişiklikler, Şirket'i, ilave maliyetlere maruz bırakabilir. İlgili düzenlemeler uyarınca gümrüksüz internet alışverişi yapılmasına izin verilen üst limitte önemli bir artış durumunda, müşteriler, söz konusu ürünleri ilgili uluslararası markaların internet sitesinden doğrudan satın almayı seçebilirler. Ayrıca, vergiler ve ithalat harçlarındaki her türlü artış, daha tercih edilir fiyatlar teklif edebilecek olan yabancı rakiplere karşı Şirket'in daha dezavantajlı bir pozisyona düşmesine neden olabilir. Bu risklerin oluşumu, Şirket'in, e-ticaret satışlarında azalmaya neden olabilir ve Şirket'in faaliyetleri, finansal durumu, faaliyet sonuçları ve beklentilerini önemli şekilde olumsuz etkileyebilir.

***Şirket, tüm risklere karşı sigorta teminatı elde edemeyebilir ve sigorta teminatı kapsamına girmeyen kayıplara maruz kalabilir. Bu durum, Şirket'in faaliyetleri, finansal durumu, faaliyet sonuçları ve beklentileri üzerinde olumsuz etkilere neden olabilir.***

Şirket'in, mağazalara, stoklar ve ürünlere gelebilecek kayıp ve zararlar için çeşitli sigorta teminatları bulunmaktadır. Şirket, ayrıca, yöneticiler için “direktörler ve yöneticiler sorumluluk sigortaları” ve ürün



sorumluluğu ve işveren sorumluluk sigortası gibi hukuki sorumluluk için üçüncü şahıs sorumluluk sigortaları yapmaktadır. Aynı zamanda, Şirket'in bilgi teknolojisi altyapısına, müşteri veri tabanına ve müşteri bilgilerine zarar verebilecek siber saldırılara karşı siber sigorta poliçesi vardır. Şirket, mevcut sigorta teminatını sürdürmeye devam etmeyi ve faaliyetleri için gerektiğinde ilave sigorta teminatı satın almayı planlamaktadır. Ancak, Şirket'in sigorta teminatının Şirket'e tüm kayıplar, olaylar veya vakalar için yeterli teminat sağlayacağı yönünde bir güvence söz konusu değildir. Sigorta edilmemiş bir kayıp veya sigorta limitlerini aşan tutarda bir kayıp gerçekleştiği takdirde, Şirket, zarar ören bu menfaat için harcadığı sermaye veya bundan elde edilmesi beklenen hasılat kaybedilebilir ve bu durum Şirket'in faaliyetleri, finansal durumu, faaliyet sonuçları ve gelecekle ilgili beklentileri üzerinde olumsuz etkilere neden olabilir.

***Şirket, finansal yükümlülüklerini yerine getirme yeteneği ile ilişkili risklere tabidir. Bunlar, Şirket'in faaliyetleri, faaliyet sonuçları ve gelecekle ilgili beklentileri ve aynı zamanda Şirket itibarı üzerinde önemli olumsuz etkilere neden olabilir.***

Şirket, finansman ihtiyaçlarını, üçüncü kişi finansal kurumlar ile finansman düzenlemeleri (Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi ve finansal kiralama sözleşmeleri dâhil) yoluyla karşılamaktadır. 31 Aralık 2017 itibarıyla, Kredi Genel Hükümler Sözleşmesinden doğan finansal yükümlülüklerin toplam meblağı, 105.909.550 ABD Doları; finansal leasing sözleşmelerinden doğan finansal yükümlülüklerin toplam meblağı ise 11.681.628 TL'dir. BOYP, Halka Arz'dan elde edeceği hasılat ile Şirket'e olan borcunu ödemeyi planlamaktadır. Şirket'in, finansal yükümlülüklerini zamanında yerine getirme yeteneği, ekonomik şartlar, pazar şartları ve yeniden finansman mevcudiyeti de dâhil, Şirket'in kontrolü dışında olan çeşitli faktörlere bağlıdır. Şirket, Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi'nden veya finansal kiralama sözleşmelerinden doğan finansal yükümlülüklerini zamanında yerine getiremediği takdirde, Şirket, söz konusu yükümlülükler bakımından temerrüde düşecektir. Bu da, ilgili kredi verenlerin Şirket'e karşı yasal takip başlatmalarına neden olabilir ve Şirket borçlarının (31 Aralık 2017'de sona eren yılda toplam 105.909.550 ABD Doları ve 11.681.628 TL) derhal muaccel hale gelmesine yol açabilir. Bu her iki durum da, Şirket'in faaliyetleri, finansal durumu, faaliyet sonuçları ve gelecekle ilgili beklentileri ve Şirket'in itibarı üzerinde önemli olumsuz bir etkiye neden olabilir.

Ek olarak, Şirket'in taraf olduğu Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi uyarınca, Şirket'in temettü ödemesi yapması bu sözleşmede belirlenen bir takım sınırlamalara tabidir (Bkz. 22. - *Önemli Sözleşmeler - Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi*). Bunun yanı sıra, Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi Şirket için zorunlu erken ödeme yükümlülüğünü tetikleyebilecek olan bir kontrol değişikliği hükmü de içermektedir. Kontrol değişikliği ve elden çıkarmaya bağlı zorunlu erken ödeme meydana gelmesi üzerine ödemenin gerçekleştirilmemesi durumunda ise, Şirket temerrüde düşecek ve henüz kullandırılmamış kredi limitleri derhal iptal edilecektir. Ayrıca, Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi Şirket'in malvarlıklarının, alacaklarının tamamının veya önemli bir kısmının elden çıkartılması durumunda ve Şirket'in zorunlu erken ödeme yükümlülüğünü tetikleyebilecek olan hükümler de içermektedir. Bunlar ek olarak, Şirket, Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi tahtında aykırılık halinde temerrüt hali meydana getirebilecek olan bazı genel taahhütlerde de bulunmaktadır. Bu taahhütler, diğerlerinin yanı sıra, Şirket'in varlıkları üzerinde herhangi bir teminat tesis etmesini veya bir teminat mevcut olmasını engelleyen bir taahhüdü de içermektedir. Bu sınırlamalara uyulmasının Şirket'in bazı konularda karar alma yeteneğini sınırlamasının yanında, ileride bu hükümleri tetikleyecek pay sahipliği değişikliklerinin yaşanması, mal varlığının elden çıkartılmasına ilişkin sınırlamalara aykırı davranılması veya diğer temerrüt hallerini teşkil eden durumların gerçekleşmesi, Şirket üzerinde zorunlu geri ödeme yükümlülükleri doğurabilir. Kontrol değişikliği ve elden çıkarmaya bağlı zorunlu erken ödeme meydana gelmesi üzerine ödemenin gerçekleştirilmemesi durumunda ise, Şirket temerrüde düşecek ve henüz kullandırılmamış kredi limitleri derhal iptal edilecektir. Konu hakkında detaylı bilgi ayrıca işbu İzahname'nin 19.5 sayılı bölümünde yatırımcıların dikkatine sunulmaktadır. Bu durum Şirket'in faaliyetleri, finansal durumu, faaliyet sonuçları ve gelecekle ilgili beklentileri üzerinde olumsuz etkilere neden olabilir.

Ayrıca Şirket, Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi tahtında, kredi verenler lehine, kredi kartı alacaklarının teminat amaçlı devredilmesi ve Şirket'in Garanti Bankası'ndaki banka hesapları üzerinde rehin kurulması suretiyle, çeşitli teminat hakları temin etmiş bulunmaktadır. Şirket'in Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi

tahtında teminat altına alınmış olan yükümlülüklerini yerine getirememesi halinde, yukarıda sayılan ve teminat olarak sağlanmış haklarının paraya çevrilmesi söz konusu olabilir. Bu durum Şirket'in faaliyetleri, finansal durumu, faaliyet sonuçları ve gelecekle ilgili beklentileri üzerinde olumsuz etkilere neden olabilir.

***Şirket, tescilli markalarını ve diğer fikri mülkiyet haklarını koruyamayabilir.***

Şirket, faaliyetlerinin başarılı bir şekilde devam etmesi için markasının tanınırlığına dayanmaktadır. Marka tanınırlığı ise, Şirket'in ticaret markası, alan adları, tasarımları ve diğer fikri mülkiyet haklarının korumasına bağlıdır. 31 Aralık 2017 itibarıyla, Türk Patent ve Ticaret Markası Ofisi nezdinde 194 adet tescilli ticaret markasına sahiptir. "Beymen" markası ve logosu, TPTMO nezdinde kayıtlı tanınmış bir ticaret markası olarak koruma altındadır. 31 Aralık 2017 itibarıyla, Şirket'in ayrıca kendi adına kayıtlı dört adet alan adı bulunmaktadır, (i) [www.Beymen.com](http://www.Beymen.com), (ii) [www.Beymen.com.tr](http://www.Beymen.com.tr), (iii) [www.Beymenclub.com](http://www.Beymenclub.com) ve (iv) [www.Beymenclub.com.tr](http://www.Beymenclub.com.tr). Şirket, fikri mülkiyet haklarını başarılı bir şekilde koruyamadığı takdirde, Şirket'in ilgili marka ve alan adları farklı kişilerce kullanılabilir, Şirket markası ve alan adlarına yaptığı yatırımlar karşılığında hedeflediği yararı sağlayamayabilir ve Şirket'in marka tanınırlığı ve itibarı zarar görebilir. Bu durumda, Şirket'in faaliyetleri, finansal durumu, faaliyet sonuçları ve gelecekle ilgili beklentileri üzerinde olumsuz etkilere neden olabilir.

Şirket, aynı zamanda, Şirket mağazalarında temsil edilen global moda markalarının ve tasarımcılar gibi diğer üçüncü şahısların marka haklarını ve diğer fikri mülkiyet haklarını ihlal ettiği iddiası ile fikri mülkiyet taleplerine maruz kalabilir. Bu tür taleplere karşı savunma yapılması maliyetlidir ve Şirket'in tazminat ödemesi ile sonuçlanabilir; bu durum, Şirket'in faaliyetleri, finansal durumu, faaliyet sonuçları ve beklentileri üzerinde olumsuz etkilere neden olabilir.

Ayrıca, Şirket, üçüncü şahısların ürünlerini taklit etmesine ve bunları pazarlamasına engel olamayabilir. Şirket'in markalarının fikri mülkiyet haklarının bu tür bir ihlali, Şirket markasının itibarı ve değerine zarar verebilir ve Şirket'in faaliyetleri, finansal durumu, faaliyet sonuçları ve gelecekle ilgili beklentilerini olumsuz etkileyebilir.

***Şirket, markasını tanıtmak için pazarlama ve reklâm dâhil halkla ilişkiler konularında yatırım yapmaktadır ancak bu kampanyalardan yeterli ve etkili bir geri dönüş elde edemeyebilir.***

Şirket, markasının değerini ve münhasırlığını vurgulamak ve duyurmak için çeşitli pazarlama iletişim ve reklâm faaliyetlerine yatırım yapmaktadır. Bu yatırımlar, sezonluk fotoğraf ve video çekimleri, prestijli dergi, gazete ve reklâm panolarına yerleştirilen reklâmlar gibi pazarlama ve internet ve sosyal medya uygulamaları yoluyla online pazarlama aktivitelerine önemli harcama yapılmasını içermektedir. Şirket, aynı zamanda, doğrudan pazarlama aktiviteleri ve mağaza içi etkinlikler de organize edilmektedir. Bunlara ek olarak, Şirket'in hitap ettiği kişisel lüks eşya pazarı ve lüks marka konumlaması uyarınca tasarlanan mağaza vitrinlerine yapılan yatırımlar da Şirket'in pazarlama giderlerini artırmaktadır. 31 Aralık 2017, 2016 ve 2015'te sona eren yıllar için, Şirket'in, reklam giderleri sırasıyla 23.461.265 TL, 20.208.173TL ve 19.934.374 TL'dir. Şirket'in ilgili yıllardaki hasılatına oranı, sırasıyla %1,8, %2,0 ve %2,1 olarak gerçekleşmiştir. Ancak, satış kampanyaları ve diğer pazarlama aktiviteleri, başarılı olamayabilir veya Şirket, bu yatırımları kapsamında maliyetlerini etkin bir şekilde yönetemeyebilir. Şirket, pazarlama iletişimlerine veya diğer satış kampanyalarına etkin bir şekilde veya ticari olarak makul bir maliyet üzerinden yatırım yapmadığı takdirde veya Şirket, yatırımından avantajlı bir getiri elde edemediği takdirde, Şirket, müşterileri çekemeyebilir ve elinde tutamayabilir ve bu da, Şirket'in faaliyetleri, faaliyet sonuçları veya gelecekle ilgili beklentileri üzerinde önemli ve olumsuz etkiye neden olabilir.

***Şirket'in faaliyetleri, Şirket'in özel markaları altındaki ürünlerinin üretiminde kullanılan bazı ham maddelerin fiyat ve kalitesinde dalgalanmalara veya mevcudiyetinde aksamalara maruz kalmaktadır.***

Şirket'in özel markaları, Şirket faaliyetlerinin önemli bir parçasını teşkil etmektedir. 31 Aralık 2017, 2016 ve 2015'te sona eren yıllar için, Şirket net perakende satışlarının sırasıyla %21,4, %20,1 ve %19,5'i, Beymen özel markalarının satışından elde edilmiştir. Şirket, herhangi bir üretim faaliyeti yürütmemektedir ve

Beymen özel moda markaları ürünlerinin üretimi için üçüncü kişi imalatçılara ve bunların üretim için kullandığı ham maddelere bağlıdır. Bu nedenle, Şirket, Beymen özel moda markası ürünlerinin üretiminde kullanılan bazı ham maddelerin fiyatı ve kalitesinde dalgalanmalara veya bunların mevcudiyetinde yaşanabilecek aksamalardan etkilenmektedir. Zira Şirket, Beymen özel moda markalarının üretimi için kumaş gibi yüksek kalitede ham maddeye ihtiyaç duymaktadır. Şirket'in özel moda markası ürünlerinin üretimi için ihtiyaç duyduğu ham maddelerin pazar fiyatı, döviz kurundaki dalgalanmalar, talepte artış, tedarik şartları, hükümet tedbirleri ve yeni gümrük vergilerinin getirilmesi ve/veya mevcut olanların artırılması gibi büyük ölçüde Şirket'in kontrolü dışındaki birçok etmene bağlıdır. Ham maddelerin fiyatları artacak olduğu takdirde, Şirket, avantajlı şartlar üzerinden yüksek kaliteli ham madde temin edemeyebilir ve bu durum, Şirket'in ilave maliyetlere maruz kalmasına veya ürünlerin kalitesinde istikrarsızlığa neden olabilir. Bu durum da, müşteri memnuniyeti ve Şirket'in özel moda markaları üzerinde olumsuz etki yaratabilir. Ayrıca, Şirket, artan giderlerini dengeleyebilmek için gerekli fiyatlandırma esnekliğine sahip olamayabilir ve söz konusu giderler, Şirket'in kâr marjlarını düşürebilir. Şirket, kâr marjlarını sürdürmek için fiyatlandırmasını ayarlayabilecek olsa bile, aynı ürünlerin artan fiyatları müşteriler tarafından takdir görmeyebilir ve bu da, Şirket'in hasılatını düşürebilir ve bu durum, Şirket'in faaliyetleri, finansal durumu, faaliyet sonuçları ve gelecekle ilgili beklentileri üzerinde olumsuz etkilere neden olabilir.

***Şirket, faaliyetlerine ilişkin bazı hukuki takiplere taraf durumdadır. Bu durum, Şirket'in faaliyetleri, finansal durumu, faaliyet sonuçları ve gelecekle ilgili beklentileri ve itibarı üzerinde önemli olumsuz etkilere neden olabilir.***

Şirket, işinin olağan akışı içerisinde (i) eski çalışanlar tarafından açılan çalışan davaları, (ii) üçüncü şahıslara karşı Şirket'in açtığı fikri mülkiyet davaları, (iii) Şirket'in ticari karşı taraflara karşı açtığı icra ve borç tahsilat takipleri, (iv) müşteriler tarafından ileri sürülen şikâyetler ve (v) birkaç gayrimenkul kirası ile ilgili olarak ihtilaflar gibi, hukuki takipler ve yasal talepler ile karşı karşıya bulunmaktadır. Ayrıca, zaman zaman, parasal ve parasal olmayan çeşitli tazminat taleplerine ve işyeri kazaları ile ilişkili cezai suç isnatlarına da tabi olabilir.

Bunun sonucunda, Şirket ve yönetimi, ticari veya cezai sorumluluğa maruz kalabilir ve bu tür yasal işlemlerden çıkan olumsuz bir sonuç, Şirket'in faaliyetleri, finansal durumu ve itibarı üzerinde önemli olumsuz etkilere neden olabilir. Buna ilaveten, Şirket, çalışanlar veya üçüncü şahısların maruz kaldığı yaralanma ve zararlar sonucunda olağan iş seyri içerisinde hukuki veya cezai sorumluluk veya para cezaları ile karşı karşıya kalabilir ve bunun sonucunda Şirket, geçerli kanunlar uyarınca tazminat ödemeleri yapmak zorunda kalabilir; bu durum ise, Şirket'in faaliyetleri, finansal durumu, faaliyet sonuçları ve gelecekle ilgili beklentileri ve itibarı üzerinde önemli olumsuz etkilere neden olabilir.

Örneğin, Şirket, Eylül 2017'de açılan ve olgunlaştıktan sonra Şirket'in en büyük üçüncü multi-brand mağazası (amiral mağazalarından biri) olması beklenen, Suadiye'deki multi-brand mağazasına ilişkin olarak Kadıköy Belediye Başkanlığı tarafından kesilen para cezasının iptaline ilişkin bir davaya tabidir. 01 Aralık 2017 tarihinde Kadıköy Belediye Başkanlığı'nın Yapı Kontrol Müdürlüğü tarafından Suadiye mağazasında yapılan inceleme sonucunda, Şirket'in Suadiye mağazasının birinci ve ikinci bodrum katlarının onaylı mimari projeye aykırı kullanılmakta olduğu iddia edilmiştir. İlgili belediye birimi, aykırılığın giderilmesi gerektiğini tespit ederek Şirket aleyhine 105.136,20 TL'lik para cezası kesmiştir. Şirket, 2018 yılının Ocak ayında para cezası uygulanması kararının iptali ve yargılama neticeleninceye kadar yürütmenin durdurulması istemiyle Kadıköy Belediye Başkanlığı aleyhine dava açmıştır ve 23 Mart 2018 tarihinde 105.136,20 TL'lik para cezasını ihtirazi kayıtla Kadıköy Belediyesi'ne ödemiştir. Davanın Şirket aleyhine sonuçlanması durumunda Şirket ihtirazi kayıt ile ödediği 105.136,20 TL'lik idari para cezası ödemesini geri alamayacaktır. Ayrıca, işbu İzahname tarihi itibarıyla, dava hala devam etmekte iken 1 Mart 2018 tarihinde Kadıköy Belediyesi tarafından projeye aykırı alanların yıkımı kararı alınmış ve 12 Mart 2018 tarihinde Şirket'e tebliğ edilmiştir. Kadıköy Belediyesi tarafından alınan yıkım kararının iptal edilmesi ve yargılama neticeleninceye kadar yürütmenin durdurulması istemiyle Şirket tarafından 11 Nisan 2018 tarihinde dava açılmıştır. Söz konusu yıkım kararına ilişkin davanın Şirket'in aleyhine sonuçlanması durumunda Şirket'in Suadiye mağazasının toplam satış alanında %24,9'luk (yıkıma konu olacak alan toplam brüt 1.160,48 metrekaredir) bir azalma meydana gelme ihtimali bulunmaktadır. Şirket, bu ihtimalde gerekli düzenlemeleri (satış

alanlarının yeniden tahsis edilmesi gibi) yapmayı planlamakla birlikte, bunu başarabileceğine dair bir güvence söz konusu olamamaktadır. Bu durum, Şirket'in faaliyetleri, finansal durumu, faaliyet sonuçları ve gelecekle ilgili beklentileri üzerinde önemli olumsuz etkilere neden olabilir.

31 Aralık 2017 tarihi itibarıyla Şirket, toplamda 202 adet davaya taraftır. 31 Aralık 2017'de sona eren yıl için, bu davalar için ayrılan karşılık, toplam 1.063.758 TL'dir. Bu karşılığın yetersiz kalması halinde, bu durum, Şirket'in faaliyetleri, finansal durumu, faaliyet sonuçları ve gelecekle ilgili beklentileri olumsuz etkiye neden olabilir.

***Toptan satış kanalı vasıtasıyla yapılan satışların performansı tamamen Şirket kontrolü altında olmayıp markaların değerini olumsuz etkileyebilir.***

Şirket'in doğrudan işletilen multi-brand mağazaları ve Beymen Club mağazalarına ilaveten, Şirket portföyündeki ürünler, ayrıca, bayiler tarafından işletilen multi-brand mağazalar ve Beymen Club mağazaları aracılığıyla da satılmaktadır. Şirket, 31 Aralık 2017'de sona eren yıl itibarıyla, faaliyetleri, ikişer yıllık süreleri olan yazılı bayilik sözleşmeleri kapsamında düzenlenmekte olan dokuz aktif bayi ilişkisine sahiptir. Ayrıca, Şirket'in bazı özel moda markaları, çok katlı mağazalarda ve internet sitelerinde (Boyner çok katlı mağazaları ve Morhipo) satılmaktadır. Bayilik sözleşmelerinin, örneğin, bayinin, bayilik sözleşmesine ve Şirket ilkelerine uyumu ve satış hacimleri ile ilişkili projeksiyonları karşılama yeteneği gibi bazı yönleri, Şirket'in kontrolü dışındadır. Bayiler Şirket'in operasyon standartlarına, satış ve müşteri düzeyleri standartlarına uymadığı takdirde, Şirket bu sözleşmeleri feshedebilece kadar, Şirket'in marka değeri ve ürünlerinin değeri zarar görebilir ve bu durum Şirket'in faaliyetleri, finansal durumu, faaliyet sonuçları ve gelecekle ilgili beklentileri üzerinde önemli olumsuz etkilere neden olabilir.

***Şirket, bazı operasyonlarında tahsilat riskine maruz kalmaktadır. Bu durum, Şirket'in faaliyetleri, finansal durumu, faaliyet sonuçları ve beklentileri üzerinde olumsuz etkilere neden olabilir.***

Şirket, bazı müşteri gruplarına satışlar konusunda karşı taraf kredi riskine maruz kalmaktadır. Yüksek kalitede müşteri deneyimi temin etmek için, Şirket, bir grup seçkin müşteriye, ürün için ödeme yapmaksızın mağazalardan ürün seçmeleri fırsatı tanımaktadır. Bu tür müşteriler, satın almaya karar verdiklerinde ürünün ödemesini yapmakta veya kullanılmamış ürünü iade etmektedirler. 31 Aralık 2017'de sona eren yılda, Şirket'in bu müşterilerine yapmış olduğu satışlar, Şirket'in toplam gelirinin %3,9'unu oluşturmuştur ve 2017 yılı için %0,01'lik bir tahsilat riski gerçekleşmiştir. Şirket, bu hizmeti, sadık ve yüksek kalitede müşterilere sunmaktadır, ancak bu müşterilerin ödeme yapmaları gecikebilir. Ayrıca, Şirket, bayilere yapılan satışlar, kurumsal müşterilere vadeli satışlar ve alt kiracıardan alacaklar nedeniyle karşı taraf riskine maruz kalmaktadır. Bu tarafların ödemelerini yapmamaları durumunda, Şirket faaliyetleri, finansal durumu, faaliyet sonuçları ve gelecekle ilgili beklentileri üzerinde olumsuz etkilere neden olabilir.

***Şirket Boyner Grubu içerisinde yer alması sebebiyle çeşitli faydalar elde etmektedir. Şirket'in Boyner Grubu ile ilişkisindeki aksamalar, söz konusu faydaları engelleyebilir ve Şirket faaliyetlerine zarar verebilir.***

Şirket, Boyner Grubu'nun bir iştiraki olması sayesinde aşağıda sayılanlar dâhil çeşitli avantajlardan faydalanmaktadır: Avantajlı gayrimenkul kira anlaşmaları, Beymen özel moda markaları için bazı ürün kategorilerinin müşterek tedariki, bilgi teknolojisi ve bilgi teknolojisi altyapısına müşterek yatırımlar, müşterek medya alımı, müşterek sigorta poliçesi alımı ve muvazaasız işlem (arms' length) ilkesine dayalı dolaylı alımlardaki ölçek faydalar bu avantajları örneklendirmek adına başlıca sayılabilir. Bu nedenle, Şirket'in Boyner Grubu ile ilişkilerindeki veya Boyner Grubu'nun faaliyetlerindeki aksamalar, belirtilen hususlar başta olmak üzere Şirket faaliyetine etki edebilir. Aynı zamanda, Boyner Grubunun söz konusu faydaları sağlama gücündeki herhangi bir bozulma, Şirket faaliyetleri üzerinde aynı olumsuz etkilere neden olabilir.

Şirket paylarının tamamının sahibi olan BOYP'un 23.03.2018 tarihinde KAP'ta açıklanan yönetim kurulu kararında; BOYP'un 2017 yılına ilişkin konsolide finansal tablolara göre, sermaye ve kanuni yedek akçe

toplaminin üçte ikisinin karşılıksız kaldığı; ancak özkaynaklar tutarının BOYP'un sermaye ve kanuni yedek akçelerinin tamamını karşıladığı ve aktiflerin BOYP'un alacaklılarının alacaklarını karşıladığı tespit edilmiş ve buna bağlı olarak TTK'nın 376'ncı maddesinin ikinci ve üçüncü fıkrasında öngörülen tedbirlerin alınmasına gerek bulunmadığına karar verilmiştir. Konuya ilişkin olarak BOYP tarafından KAP'ta gerekli özel durum açıklaması yapılmıştır ([www.kap.org.tr/tr/Bildirim/670382](http://www.kap.org.tr/tr/Bildirim/670382) ve [www.kap.org.tr/tr/sirket-bilgileri/genel/4028e4a1415f4d9b014160337607401a](http://www.kap.org.tr/tr/sirket-bilgileri/genel/4028e4a1415f4d9b014160337607401a)). BOYP'un finansal durumunda meydana gelebilecek herhangi bir olumsuz gelişme, Şirket'in BOYP ile birlikte yürüttüğü faaliyetleri olumsuz etkileyebilir.

***Şirket, Boyner Holding ve Mayhoola tarafından kontrol edilmektedir. Bu ana ortakların menfaatleri, Şirket'in menfaatleri veya halka arz işlemine konu edilecek olan payların alıcılarının menfaatleri ile örtüşmeyebilir. Halka Arz sonrasında, Boyner Holding ve Mayhoola, Şirket paylarının önemli bir bölümünü kontrol etmeye devam edeceklerdir ve Şirket yönetimini önemli ölçüde etkileme yetkisine sahip olacaklardır.***

Halka Arz öncesinde, Boyner Holding, dolaylı olarak Şirket sermayesinin %42,80 'ine Mayhoola ise dolaylı olarak Şirket sermayesinin %42,68'ine sahip olup hissedarlar sözleşmesi çerçevesinde müşterek kontrol durumu söz konusudur. Halka Arz'ın tamamlanması üzerine (halka arz işlemine konu edilecek tüm payların satıldığı varsayıldığında), Boyner Holding, dolaylı olarak Şirket paylarının ve oy haklarının %24,40'ına ve Mayhoola, dolaylı olarak Şirket paylarının ve oy haklarının %24,33'üne sahip olmaya devam edecektir (ek satışın da gerçekleştiği halde, sırasıyla, %21,83 ve %21,77). Bunun sonucunda, Boyner Holding ve Mayhoola, Halka Arz'ın tamamlanmasından sonra Şirket üzerinde kontrol sahibi olmaya devam edecektir. Boyner Holding ve Mayhoola'nın menfaatleri, Şirket'in menfaatlerinden veya halka arz işlemine konu edilecek olan payların alıcılarının menfaatlerinden farklı olabilir. Boyner Holding ve Mayhoola'nın, Şirket'in en iyi menfaati doğrultusunda hareket edeceği konusunda veya Boyner Holding ve Mayhoola'nın menfaatlerinin, halka arz işlemine konu edilecek olan payların alıcılarının menfaatleri ile örtüşeceği konusunda bir güvence söz konusu değildir. Boyner Holding ve Mayhoola, Halka Arz'ın tamamlanmasının ardından kontrole sahip olmaları sebebiyle, Boyner Holding ve Mayhoola, Şirket'in faaliyetleri, (kar paylarının zamanlaması ve dağıtımı, Yönetim Kurulu üyeleri ve yöneticilerin seçimi veya tayinlerinin sona erdirilmesi, yatırımlar ve yatırım harcamalarına ilişkin politikalar gibi pay sahiplerin onayını gerektiren konular dâhil) politika ve işleri üzerinde etkileme gücüne sahip olacaktır. Yukarıdaki faktörlerden herhangi biri, Şirket'in faaliyetleri, beklentileri, finansal durumu, faaliyet sonuçları ve nakit akışları üzerinde önemli olumsuz etkilere neden olabilir. Ayrıca, Boyner Holding ve Mayhoola Şirket üzerinde kontrol sahibi olmaya devam ediyor olduğu sürece, bu durum, Şirket'in önemli politikalarını, halka arz işlemine konu edilecek olan payların alıcılarının menfaatleri ile çatışacak bir şekilde etkileyebilir.

## **5.2. İhraçının içinde bulunduğu sektöre ilişkin riskler:**

***Şirket rekabetin yoğun olduğu bir sektörde faaliyet gösteriyor olup bu durum Şirket'in faaliyetleri finansal durumu, faaliyet sonuçları ve gelecekle ilgili beklentileri üzerinde önemli etkiye neden olabilir.***

Şirket'in kişisel lüks eşya sektöründeki ana odağı olan Türkiye'deki lüks giyim ve ayakkabı pazarı, son dönemde global moda markalarının pazara girmesinin ve artan uluslararası e-ticaret faaliyetlerinin de etkisiyle rekabetçi bir yapıya sahiptir. Şirket'in, hâlihazırda portföyünde yer alan prestijli lüks markalar ile ilişkileri ve yeni global moda markalarını kendisiyle çalışmaya ikna edebilme yeteneği, rakipleri ile etkin bir şekilde rekabet edebilme yeteneği bakımından kritik öneme sahiptir. Bundan dolayı, Şirket, kendisiyle çalışan markalar ile bu ilişkilerini sürdürebilmesi veya Türkiye pazarına giren yeni global moda markalarının Şirket'in rakipleri yerine Şirket ile çalışmaya karar vermesi ve Şirket'in uluslararası marka portföyünü genişletebilmesi konularında risk altındadır. Bazı global moda markaları, stratejileri nedeniyle, sadece kendi ürünlerinin satılacağı mono-brand mağazaları doğrudan kendileri açmayı tercih edilmektedir. İleride bu durumun gerçekleşmesi, sektördeki rekabeti daha da artırabilir. Ayrıca pazardaki oyuncuların sayısındaki artış, Şirket'in ürün fiyatlamasında ilave bir baskı yaratabilir ve Şirket'in faaliyetleri, finansal durumu, faaliyet sonuçları ve gelecekle ilgili beklentileri üzerinde önemli olumsuz etkilere neden olabilir.

Şirket, aynı zamanda, e-ticaret faaliyetleri bakımından da rekabet ile karşı karşıyadır. Global moda markalarına kolay erişim sağlayan teknolojinin bu (markaların kendi e-ticaret kanalları gibi) yaygınlaşması nedeniyle, uluslararası e-ticaret satışlarının hacmi, son yıllarda artış göstermiştir. Gümrük düzenlemeleri uluslararası teslimatlar için ilave maliyetler öngörüyor olsa da, müşteriler yine de uluslararası e-ticaret satış platformları vasıtasıyla alışveriş yapmayı tercih edebilmektedirler. İleride bu düzenlemelerin değişerek, uluslararası e-ticaret satış platformlarından global moda markalarının satın alınmasını kolaylaştırması Türkiye’de lüks giyim ve ayakkabı pazarında rekabet daha da artırabilir.

Şirket, hem e-ticaret kanalı hem de diğer satış kanalları bakımından, mevcut ve gelecekte ortaya çıkabilecek rakipleri ile başarılı bir şekilde rekabet edemediği ve mevcut marka portföyünü ve pazar pozisyonunu sürdüremediği takdirde, Şirket’in faaliyetleri, finansal durumu, faaliyet sonuçları ve gelecekle ilgili beklentileri üzerinde önemli olumsuz etkilere neden olabilir.

***Küresel veya yerel çapta ortaya çıkan ekonomik veya siyasi gelişmelerden dolayı tüketicilerin satın alma gücü ve isteğinin düşmesi, Şirket’in satışlarını önemli derecede olumsuz etkileyebilir.***

Şirket, faaliyetlerini, büyük oranda Türkiye’deki makroekonomik ve sosyoekonomik şartlara dayalı olarak yürütmektedir ve faaliyetlerinin büyümesi ve genişlemesi önemli ölçüde bu şartlara bağlıdır. Şirket, kişisel lüks eşya pazarlarında faaliyet göstermekte olduğundan, Şirket’in faaliyetleri, müşterilerin satın alma gücü ve isteğine dayalıdır. Satın alma gücü ve isteği ise, Türkiye veya global pazar ile ilişkili, Şirket’in kontrolü dışındaki (olumsuz makroekonomik şartlar, global ekonomik gerilemeler, olumsuz siyasi gelişmeler, ekonominin performansı ve beklentileri, iç ve dış huzursuzluk ve döviz kurlarında dalgalanmalar gibi) çeşitli faktörlerden etkilenebilir. Bu faktörler, müşterilerin alım gücünde azalmaya neden olabilir ve müşteri tercihlerinde olumsuz yönde değişikliklere yol açabilir; bu durum ise, Şirket’in hasılatında azalmaya neden olabilir. Bu faktörler, aynı zamanda, Türkiye’ye olan turist akışını da olumsuz etkileyebilir. Şirket’in müşteri tabanının önemli ve büyüyen bir kısmını turistler oluşturduğundan, Türkiye’ye turist akışında azalma, Şirket hasılatını da olumsuz etkileyecektir. Örneğin, 2016’da, çok sayıda terör saldırısı ve olumsuz politik gelişme yaşanmış ve bunlar, Türkiye’de tüketim düzeyleri ve turist akışı üzerinde önemli olumsuz etkilere neden olmuştur. Bu nedenle Şirket’in mono-brand mağazalardan elde ettiği net satış tutarı, 2015’te 82.225.339 TL’den 2016’da 81.285.206 TL’ye inerek bir düşüş sergilemiştir. Bu tür olaylar, Türkiye ekonomisi üzerinde önemli olumsuz etkilere neden olmuş olup ileride de neden olmaya devam edebilir. Bu da, Şirket’in genişleme ve büyümesine zarar verebilir, dolayısıyla, Şirket’in faaliyetleri, finansal durumu, faaliyet sonuçları ve gelecekle ilgili beklentileri üzerinde olumsuz etkilere neden olabilir.

***Şirket markasının başarısı, yeni ve değişen müşteri tercihleri ve trendlerini tespit etme ve bunlara cevap verebilme yeteneğine bağlıdır.***

Moda trendleri ve tüketici tercihleri devamlı olarak değişmektedir ve Şirket, pazardaki konumunu sürdürebilmek için bu değişime ayak uydurmak ve farklı müşteri sınıflarına hitap eden farklı stiller ve trendleri temsil eden ürün ve markalardan oluşan geniş bir portföy sunmak durumundadır. Bu doğrultuda Şirket, başarısının, müşteri tercihlerini anlayabilme ve yeni moda trendlerini başarılı bir şekilde belirleyebilme yeteneğine bağlı olduğuna inanmaktadır. Şirket, portföyünü hem bir bütün olarak yönetmekte hem de her bir marka için üretilen belirli koleksiyonları seçmektedir. Şirket, bu gerekliliklere cevap verebilmek adına, sektör trendlerini takip etmek ve müşteri tabanının ihtiyaçlarını anlamak için önemli finansal kaynak ve zaman ayırmaktadır. Ancak, Şirket ilgili trendleri ve tercihleri tespit etmekte başarılı olamayabilir ve bu yatırımları karşılıksız kalabilir. Şirket, mevcut veya yeni başlayan trendler veya değişen tüketici tercihlerini önceden belirleyemediği veya bunlara derhal tepki veremediği takdirde ise, önemli satış fırsatlarını kaçırabilir, hasılat düşebilir ve Şirket’in markası ve itibarı etkilenebilir. Şirketin satışa sunduğu ürünlerin hedeflenen oranda satılamamasına neden olabilecek bu durum, Şirket’in faaliyetleri, finansal durumu, faaliyet sonuçları ve gelecekle ilgili beklentileri üzerinde önemli olumsuz etkilere neden olabilir.

***Kişisel lüks eşya pazarında talep, mevsimsel değişimlere tabidir. Talebin genellikle yoğun olduğu dönemler sırasında meydana gelen olumsuz gelişmeler Şirket’in faaliyet sonuçlarını, diğer dönemlere oranla daha fazla etkileyebilir.***

Şirket faaliyetlerinin operasyonel ve finansal performansı, yılın farklı sezonlarında değişen talep ve müşteri harcama düzeyleri nedeniyle sezonluk dalgalanmalara tabidir. Şirket hasılatı, her yılın ikinci ve dördüncü çeyreğinde, diğer dönemlere kıyasla, daha yüksek müşteri talebi ve her yılın birinci ve üçüncü çeyreğinde daha düşük müşteri talebi ile karşılaşmakta ve sonuç olarak üçer aylık esasta mevsimsellik sergilemektedir. Bunun neticesinde Şirket, düşen satış hacmini dengeleyebilmek için daha fazla kampanya ve indirim kullanmakta ve hasılat ve dönem karı azalmaktadır. Dolayısıyla, Şirket'in satışlarının tipik olarak en yüksek görüldüğü dönemlerde satış performansını azami seviyeye çıkarabilmesi çok önemlidir ve Şirket bu dönemlerde ortaya çıkabilecek olumsuz pazar koşullarına karşı daha kırılgandır. Bu nedenle, Şirket'in hasılatı ve kâr marjları, her yılın birinci ve üçüncü çeyreğinde olumsuz etkilenebilir ve bu da, Şirket'in tipik olarak hasılat ve karının yüksek performans göstermediği dönemlere kıyasla, yüksek performansın görüldüğü bu dönemlerde Şirket'in satışlarında azalma veya finansal sonuçlarında herhangi bir olumsuz etki ortaya çıkması, Şirket'in faaliyetlerinin genelinde daha fazla olumsuz etkiye neden olabilir.

### **5.3. İhraç edilecek paylara ilişkin riskler:**

#### ***Şirket, gelecekte kâr payı ödemeyebilir veya kar payı açıklamayabilir.***

Borsa İstanbul'da işlem gören şirketler, Türk Ticaret Kanunu ve ilgili sermaye piyasası mevzuatına ve şirket esas sözleşmeleri çerçevesinde pay sahipleri tarafından onaylanan kâr dağıtım politikalarına göre kâr payı dağıtabilmektedir. Bu çerçevede halka açık şirketler, takdiri kendilerine ait olmak üzere, nakden ve/veya bedelsiz pay şeklinde kâr payı dağıtabilmekte ya da ilgili mali yıldaki kazançlarının tamamını veya bir kısmını dağıtılmayan kâr olarak şirket bünyesinde tutabilmektedirler. Şirketlerin kâr payı hesaplamaları ve dağıtımları hakkındaki düzenlemeler de değişebilir.

Şirket'in gelecekte kâr payı ödenip ödenmeyeceği, ödenecekse hangi şekilde ve hangi miktarda ödeneceği, aşağıdakileri de kapsayan bir takım etkenlere bağlıdır:

- Dağıtılabılır kâr ve yedek akçelerin miktarı (dağıtılabılır kazançlar);
- Şirket'in serbest nakit akışının miktarı (İşletme sermayesi gereksiniminden, finansman masraflarından, yatırım giderlerinden ve yatırım planlarından etkilenmektedir.);
- Şirket'in borç seviyesi ve devam eden ödeme yükümlülükleri;
- Şirket'in pay sahiplerinin kâr payı hedef ve beklentileri ve
- Yönetim Kurulunun kendi takdirine göre zaman zaman alakalı bulabileceği bu tür diğer etkenler.

Şirket, önemli miktarda kar elde etse dahi, Yönetim Kurulu bu karların yeniden yatırım veya devralmalar gibi amaçlarla kullanılmasıyla pay sahiplerinin sahip oldukları değer in daha etkin bir şekilde artacağına inanması halinde temettü ödemeyebilir. Bunun sonucunda, Şirket'in gelecekteki temettü dağıtımları değişiklik gösterebilir ve sınırlı olabilir.

#### ***Halka arz işlemine konu edilecek olan paylar fiyat ve hacim dalgalanmaları olabilir.***

Halka Arzdan sonra, Halka Arz işlemine konu edilecek olan payların piyasasının gelişeceğinin ve bu tür bir piyasanın gelişmesi halinde, bu gelişmenin devam edeceğinin güvencesi bulunmamaktadır. Halka Arz işlemine konu edilecek olan payların piyasasının likiditesi, bu payların sahiplerinin sayısına, menkul kıymetler alıp satanların ilgili piyasasını yapmakla ilgilenip ilgilenmeyeceklerine ve diğer etkenlere bağlı olacaktır. Aktif bir işlem piyasası gelişmeyebilir veya sürdürülemez olabilir ve bu da yatırımcıların Halka Arzda satın aldıkları paylar için işlem yapabilmeye kabiliyetlerini olumsuz yönde etkileyebilir. Halka Arz işlemine konu edilecek olan payların halka açık piyasasının sınırlı kalması, bu payların sahiplerinin istedikleri zamanda ve istedikleri fiyattan bu payları satabilme imkânlarını zedeleyebilir ve bu payların fiyatının daha hassas olmasına yol açabilir.

Halka Arz edilecek olan payların Halka Arz kapsamında belirlenecek olan fiyatı, mevcut piyasada veya gelecekteki performans göz önüne alındığında bu payların piyasa fiyatını göstermiyor olabilir. Şirket'in faaliyet sonuçları veya finansal performansı da bu risk faktörlerinde açıklanan durumlarda veya sair şekilde analistlerin veya yatırımcıların beklentilerini karşılamayabilir. Halka Arz işlemine konu edilecek olan payların işlem fiyatı, Şirket'in ve rakiplerinin finansal performansı, küresel makro-ortam, rakiplerin faaliyetleri ve diğer etkenlerdeki değişikliklere ve bu risk faktörlerinde açıklanan veya sair durumlara yanıt olarak önemli dalgalara maruz kalabilir. Şirket'in faaliyet sonuçlarının dalgalanması ya da analistlerin veya yatırımcıların beklentilerinin karşılanamaması, Halka Arz işlemine konu edilecek olan payların fiyatının düşmesine neden olabilir ve yatırımcılar Halka Arzda satın aldıkları payları Halka Arz kapsamında belirlenecek olan fiyatı üzerinden veya daha yüksek bir fiyatla satamayabilecekleri gibi bu payları hiç satamamaları da söz konusu olabilir. Bunun sonucunda Halka Arz kapsamında belirlenecek olan payları satın alan yatırımcılar, bu paylara yaptıkları yatırımı kısmen veya tamamen kaybedebilirler.

Halka Arz işlemine konu edilecek olan payların Halka Arz kapsamında belirlenecek olan fiyatı, zaman zaman önemli dalgalanmalara maruz kalabilir ve bu dalgalanmalar, Şirket'in finansal performansı veya gelecekteki kazançlarına ilişkin beklentilerle alakalı olmayabilir. Bunun sonucunda, piyasadaki genel düşüş ya da benzer menkul kıymetler için piyasada meydana gelen düşüşler, bu payların işlem piyasasını ve likiditesini ciddi ölçüde olumsuz yönde etkileyebilir.

***Gelecekte halka arz işlemine konu edilecek olan paylardan önemli bir miktarın satılması veya bu tür bir satışın meydana geleceği algısının oluşması, halka arz işlemine konu edilecek olan payların piyasa değerini ciddi ölçüde ve olumsuz yönde etkileyebilir.***

Şirket ve paylarını halka arz eden ortak, bazı istisnalar haricinde, halka arz edilen payların Borsa İstanbul'da işlem görmeye başlamasından itibaren 180 gün süreyle, sermaye artırımını yapılmayacağı, halka arz edilen paylar dışında kalan Şirket paylarının, dolaşımdaki pay miktarının artmasına yol açacak şekilde satışa veya halka arza konu edilmeyeceği, bu doğrultuda bir karar alınmayacağı ve/veya Borsa İstanbul'a veya SPK'ya veya yurtdışındaki herhangi bir menkul kıymetlere ilişkin düzenleyici kurum, borsa veya kotasyon otoritesine başvuruda bulunulmayacağı ve bu süre boyunca ileride yeni bir satış veya halka arz yapılacağına dair bir açıklama yapılmayacağına dair taahhütte bulunmuştur. Şirket ve paylarını halka arz eden ortak, ilgili sürelerin sona ermesinden sonra Halka Arz işlemine konu edilmiş olan payları satabilir veya sermaye artışı yapabilirler. Halka Arz kapsamında sahip olduğu payları satacak olan ortağın veya başkalarının ciddi miktarda Halka Arz işlemine konu edilen payları satmaları, sermayenin ciddi miktarda artırılması ya da bu tür bir satışın veya sermaye artışının meydana geleceği algısının oluşması, bu payların piyasa değerini önemli şekilde ve olumsuz yönde etkileyebilir.

#### **5.4. Diğer riskler:**

***Şirket'in ilişkili taraf işlemleri olup gelecekte de devam etmesi öngörülmektedir. Gelecekteki ilişkili taraf işlemlerinin üçüncü kişi ile yapılabilecek benzer işlemler ile karşılaştırıldığında Şirket açısından daha iyi şartlarda olacağı konusunda bir güvence söz konusu olamamaktadır. Bu durum, Şirket'in faaliyetleri ve finansal durumu üzerinde önemli olumsuz etkilere neden olabilir.***

Şirket faaliyetleri ile ilgili olağan iş akışında ilişkili taraf işlemleri yapmaktadır ve bu işlemlere devam etmeyi planlamaktadır. Örneğin Şirket, toptan satış kanalı aracılığıyla yaptığı satışların bir parçası olarak, BBM ve Morhipo'ya, temel olarak "Beymen Çanta ve Aksesuarlar" gibi seçili Beymen özel markalarının BBM'nin çok katlı büyük mağazalarında ve Morhipo'da satılması amacıyla mal satışı yapmaktadır. Bir başka ilişkili taraf işlemi ise, Şirket'in faaliyetlerinin finanse edilmesi amacıyla ve BOYP'a grup içi kredi sağlanması amacıyla akdettiği Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi'nin tutarının %50'den fazlası BOYP'a tahsis edilmesidir. 31 Aralık 2017 tarihi itibarıyla BOYP'a tahsis edilmiş net alacak, 217.434.746 TL'dir. Şirket'in ilişkili tarafları ile yapmış olduğu geçmiş ve mevcut sözleşmeler ve diğer işlemler muvazaasız işlem (*arms' length*) esasına dayalı olarak müzakere edilmiş ve piyasa şartlarına uygun olarak akdedilmiştir. Ancak, vergi kurumları, diğer hususların yanı sıra, Şirket'in ilişkili taraflar ile işlemleri üzerinde, Şirket'in ilişkili taraf işlemlerinin muvazaasız işlem (*arms' length*) esasına uygun olup olmadığı konusunda



denetimler yürütebilir. Söz konusu vergi denetimlerinin Şirket aleyhine sonuçlanması, Şirket'in faaliyetleri, finansal durumu, faaliyet sonuçları ve gelecekle ilgili beklentileri üzerinde olumsuz etkilere neden olabilir.

***BOYP'un Şirket'teki paylarını satması yolu ile Şirket paylarının halka arz edilmesi işlemi, ilgili sermaye piyasası mevzuatı uyarınca önemli nitelikteki işlem teşkil edebilir ve bunun sonucunda söz konusu halka arz işleminin gerçekleştirilmesi, BOYP'un genel kurulunun onayını gerektirebilir.***

Kurul'un II-23.1 Önemli Nitelikteki İşlemlere İlişkin Ortak Esaslar ve Ayrılma Hakkı Tebliği'nin ("**Önemli Nitelikteki İşlemler Tebliği**") 5'inci maddesinin 1/(b) fıkrası uyarınca; "*Ortaklıkların kendi tüzel kişilikleri ile ilgili mal varlığının tümünü veya önemli bir bölümünü devretmesi veya kiraya vermesi veya mal varlığının tümü veya önemli bir bölümü üzerinde aynı hak tesis etmesi, Tebliğ'in 6'ncı maddesi kapsamında belirlenen önemlilik kriterlerini de sağlamış olmak koşuluyla önemli nitelikteki işlem sayılır*". Söz konusu fıkrada atf yapılan önemlilik kriterlerinden biri, Önemli Nitelikteki İşlemler Tebliği'nin 6'ncı maddesinin 1'inci fıkrasının (b) bendinde yer alan "*(b) işlem tutarının yönetim kurulu karar tarihinden önceki altı aylık günlük düzeltilmiş ağırlıklı ortalama fiyatların aritmetik ortalaması baz alınarak hesaplanan ortaklık değerine ... oranının %50 den fazla olması*" durumudur. SPKn'nun 23'üncü maddesi ve Önemli Nitelikteki İşlemler Tebliği'nin 7'inci maddesinin 1'inci fıkrası uyarınca, önemli nitelikte bir işlemin ortaklığın genel kurulunun onayına sunulması zorunludur. Ayrıca, söz konusu önemli işlem ilgili ortaklığın genel kurulunda gerekli nisaplar sağlanarak onaylansa dahi, Önemli Nitelikteki İşlemler Tebliği'nin 9'uncu maddesi uyarınca "*önemli nitelikteki işlemlere ilişkin genel kurul toplantılarına katılan ve olumsuz oy kullanarak muhalefet şerhini toplantı tutanağına işleyen pay sahipleri veya temsilcileri paylarını ortaklığa satarak ortaklıktan ayrılma hakkına sahiptir.*"

Bu kapsamda, BOYP'un 19.12.2017 tarih ve 38 sayılı yönetim kurulu kararı çerçevesinde gerçekleştirilecek olan, BOYP'un sahip olduğu Şirket paylarının halka arzı işlemine ilişkin satış tutarının söz konusu karar tarihinden önceki altı aylık günlük düzeltilmiş ağırlıklı ortalama fiyatların aritmetik ortalaması baz alınarak hesaplanan ortaklık değerine oranının %50'sini (1.155.062.940 TL) aşması halinde, önemli nitelikteki işlem tanımına girecek olan söz konusu Şirket paylarının halka arz işlemi, BOYP genel kurulunda ortakların onayına sunulacak olup, söz konusu genel kurul toplantısına katılan ve ilgili gündem maddesine olumsuz oy kullanarak muhalefet şerhini toplantı tutanağına işleyen pay sahipleri veya temsilcilerine, paylarını Önemli Nitelikteki İşlemler Tebliği'nin 10'uncu maddesine göre yapılan hesaplama sonucu ulaşılan değer olan 1 TL nominal değerli pay için 8,39 TL fiyat üzerinden ortaklığa satarak ortaklıktan ayrılma hakkı tanınacaktır.

Ayrıca, BOYP'un esas sözleşmesinin 26'ncı maddesi uyarınca önemli nitelikteki bir işlemin genel kurul tarafından onaylanması için, BOYP sermayesinin en az %75'ini temsil eden pay sahiplerinin toplantıya katılması ve olumlu oy vermesi gerekmektedir. Bu doğrultuda, yapılan çağrıya istinaden 02.05.2018 tarihinde gerçekleştirilmesi öngörülen genel kurul toplantısı, toplantı yeter sayısının sağlanamaması nedeniyle ertelenebilir. Planlanan halka arzın "önemli nitelikteki işlem" teşkil etmesi ve yukarıda açıklanan sebeplerle genel kurul onayını gerektirmesi ihtimali dâhilinde, genel kurul toplantısı ertelenir ise, halka arzın gerçekleştirilebilmesi için toplantının esas sözleşmede öngörülen toplantı yeter sayısı sağlanarak gerçekleştirilmesi ve esas sözleşmede öngörülen karar yeter sayıları sağlanarak kararın alınması gerektirir. Dolayısıyla da planlanan halka arz, söz konusu şartlar sağlanana kadar gerçekleştirilemeyecektir.

**Sonuç olarak, BOYP'un sahibi olduğu Şirket paylarının satışı yoluyla gerçekleştirilecek olan halka arz işleminin, yukarıda açıklanan durumlar uyarınca önemli nitelikteki işlem teşkil etmesi fakat BOYP'un 02.05.2018 tarihinde gerçekleştirilmesi öngörülen genel kurul toplantısında onaylanmaması halinde, söz konusu halka arz işleminin gerçekleştirilememesine ilişkin bir risk söz konusudur.**

Ek olarak, söz konusu halka arz işlemi BOYP'un genel kurul toplantısında onaylansa dahi, söz konusu genel kurul toplantısına katılan ve ilgili gündem maddesine olumsuz oy kullanarak muhalefet şerhini toplantı tutanağına işleyen pay sahipleri veya temsilcilerine, paylarını Önemli Nitelikteki İşlemler Tebliği'nin 10'uncu maddesine göre yapılan hesaplama sonucu ulaşılan değer olan 1 TL nominal değerli pay için 8,39 TL fiyat üzerinden ortaklığa satarak ortaklıktan ayrılma hakkı doğacaktır.

Söz konusu genel kurul toplantısının sonuçları ve BOYP'a ilişkin diğer önemli gelişmeler, BOYP'un KAP'ta yaptığı açıklamalardan takip edilebilir (<https://www.kap.org.tr/tr/sirket-bilgileri/ozet/4028e4a1415f4d9b014160337607401a> ).

## 6. İHRAÇCI HAKKINDA BİLGİLER

### 6.1. İhraççı hakkında genel bilgi:

#### 6.1.1. İhraççının ticaret unvanı ve işletme adı:

Şirket'in ticaret unvanı Beymen Mağazacılık A.Ş.'dir.

#### 6.1.2. İhraççının kayıtlı olduğu ticaret sicili ve sicil numarası:

<b>Ticaret siciline tescil edilen merkez adresi:</b>	Maslak Mahallesi Eski Büyükdere Caddesi Oycan Plaza No:15 K:8 Sarıyer/34398 İstanbul
<b>Bağlı bulunduğu ticaret sicil müdürlüğü:</b>	İstanbul
<b>Ticaret sicil numarası:</b>	286772

#### 6.1.3. İhraççının kuruluş tarihi ve süresiz değilse, öngörülen süresi:

Şirket, İstanbul Ticaret Sicili'ne 14 Mayıs 1992 tarihinde tescil edilmiş ve süresiz olarak kurulmuştur.

#### 6.1.4. İhraççının hukuki statüsü, tabi olduğu mevzuat, ihraççının kurulduğu ülke, kayıtlı merkezinin ve fiili yönetim merkezinin adresi, internet adresi ve telefon ve fax numaraları:

<b>Hukuki statüsü:</b>	Anonim Şirket
<b>Tabi olduğu mevzuat:</b>	T.C. Kanunları
<b>İhraççının kurulduğu ülke:</b>	Türkiye
<b>Kayıtlı merkezinin adresi:</b>	Maslak Mahallesi Eski Büyükdere Caddesi Oycan Plaza No:15 K:8 Sarıyer/34398 İstanbul
<b>Fiili yönetim yeri adresi:</b>	Maslak Mahallesi Eski Büyükdere Caddesi Oycan Plaza No:15 K:8 Sarıyer/34398 İstanbul
<b>İnternet adresi:</b>	<a href="http://www.beymen.com">www.beymen.com</a> <a href="http://yatirimci.beymen.com">http://yatirimci.beymen.com</a>
<b>Telefon:</b>	0212 335 65 00
<b>Faks:</b>	0212 335 65 99

#### Şirket'in tabi olduğu mevzuat hakkında genel bilgi:

Şirket'in faaliyetleri aşağıdakiler de dâhil çeşitli Türk kural ve yönetmeliklerine tabidir:

- (i) Şirket tüm perakende hizmetleri için geçerli olan 28 Kasım 2013 tarih ve 28835 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanan Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun (6502 sayılı Kanun) ("**Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun**") hükümleri uyarınca tüketicilerin haklarını korumak ve diğerleri yanı sıra ürünlerin veya kusurlu ürünlerin değişimi veya iadesi ile ilgili kurallara uymak zorundadır;

- (ii) Müşterilerden kişisel verilerin elde edilmesini içeren tüm Şirket perakende hizmetleri için geçerli 7 Nisan 2016 tarih ve 29677 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanan Kişisel Verilerin Korunması Kanunu’nda (6698 sayılı Kanun) (“**Kişisel Verilerin Korunması Kanunu**”) yer alan ilgili hükümler uyarınca kişisel verileri toplamak, işlemek, kaydetmek ve yok etmek zorundadır;
- (iii) Şirket, müşterilere, web siteleri veya diğer online platformlar vasıtasıyla hizmet sunuyor olduğu sürece e-ticaret hizmetleri konusunda geçerli olan 5 Kasım 2014 ve 29166 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanan Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun (6563 sayılı Kanun) (“**E-Ticaret Kanunu**”) tahtında öngörülen bildirim gereklilikleri, ticari iletişimler ve e-postalar ile ilgili olarak çeşitli yükümlülüklerle tabi bulunmaktadır;
- (iv) Şirket bazı müşteri ilişkisi yönetim aktiviteleri konusunda geçerli olan 15 Temmuz 2015 tarih ve 29417 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanan Ticari İletişim ve Ticari Elektronik İletiler Hakkında Yönetmelik (“**Ticari İletişim Yönetmeliği**”) tahtında öngörülen bildirimler, ticari iletişimler, şikâyetler ve e-postalar ile ilgili çeşitli yükümlülüklerle tabi bulunmaktadır;
- (v) Şirket, e-ticaret hizmetleri sunması sırasında müşteriler ile mesafeli sözleşme imzalıyor olduğu sürece e-ticaret operasyonları için geçerli olan Mesafeli Sözleşmeler Yönetmeliği (“**Mesafeli Sözleşmeler Yönetmeliği**”) tahtında öngörülen çeşitli yükümlülüklerle uyması gerekmektedir; ve
- (vi) Şirket, yabancı ülkelere ürün ithal ediyor olduğu sürece, 4 Kasım 1999 tarih ve 23866 sayılı Resmi Gazetede yayınlanan Gümrük Kanunu (4458 sayılı Kanun) (“**Gümrük Kanunu**”) tahtında öngörülen çeşitli yükümlülükler ve prosedürlere tabi bulunmaktadır.

#### **6.1.5. İhraççı faaliyetlerinin gelişiminde önemli olaylar:**

Şirket, çoklu perakende formatlarından oluşan portföyü ile Türkiye’de faaliyet gösteren lüks perakende markasıdır. Yaklaşık 50 yıl geriye giden uzun bir geçmişe sahip olan Beymen bugün 900’ün üzerinde geniş bir marka portföyüne sahiptir. Şirket’in kurucusu Boyner ailesi, 200 yıldan daha uzun süredir tekstil alanında faaliyet göstermektedir.

Şirket, Türkiye’de lüks modanın kurucuları arasındadır ve tarihçesi, Türkiye’deki lüks moda tarihçesini yansıtmaktadır. Şirket’in tarihçesi, (i) Şirket faaliyetinin tesisi, (ii) Şirket’in uluslararası moda markalarını tek bir çatı altında topladığı bir yapıya dönüşmesi (iii) Şirket faaliyetlerinin hızla genişlemesi ve büyümesi olmak üzere üç evrede değerlendirilebilir.

Şirket’in ilk hazır giyim faaliyeti, 1969’da, Boyner ailesinin genç üyesi Osman Boyner’in, İtalyan moda tasarımcısı Silvano Corsini işbirliğiyle Şirket’in ilk hazır giyim koleksiyonunu oluşturması ile başlamıştır. İlk Beymen mağazası 1971 yılında Şişli, İstanbul’da açılmıştır. Bu dönemde, Beymen, yalnızca erkekler için hazır giyim koleksiyonu sunmuştur. Erkek koleksiyonunun ardından Beymen kadın koleksiyonu ve 1985 yılında da ‘günlük (*casual*) giyim’ anlayışına farklı bir soluk getiren kendi mono-brand konsepti olan Beymen Club markası lanse edilmiştir.

Beymen ilk günden itibaren müşterisini faaliyetlerinin merkezine yerleştirmiştir. Şirket 1987 yılında “ayrıcalıklı hizmet” anlayışı üzerinde odaklanarak “Koşulsuz Müşteri Mutluluğu” ilkesini resmen benimsemiştir. Bu misyon kapsamında, Şirket, private shopper’lar (*kişisel müşteri danışmanları*), kişiye özel VIP odaları, randevulu alışveriş, hayat boyu tadilat, kişisel ve kurumsal hediye hizmetleri, ev ve ofislere satış hizmetleri, ürün değişimi ve iade opsiyonları, ve birçok başka hizmet de dâhil, müşterilere yönelik geniş bir hizmet yelpazesi sunmaya başlamıştır. O tarihten günümüze “Koşulsuz Müşteri Mutluluğu” Şirket’in tüm faaliyetlerinde yol gösterici olmuştur.

Şirket tarihçesinin ikinci evresi, “uluslararası moda markalarının Türkiye’ye tanıtılması” evresi, 1990’larda başlamıştır ve Şirket’in faaliyetleri açısından bir dönüm noktası olmuştur. Şirket, 1992’de başlayarak, Türkiye pazarına uluslararası moda markalarını getirmeye başlamıştır. Aynı dönemde Şirket, Türk moda

tasarımında genç yetenekleri teşvik etmek ve yeni isimleri desteklemek üzere “Academia Genç Yetenekler Tasarım Yarışması” düzenlemiştir. Bu yarışma, Beymen özel moda markalarının pazarda konumlandırılmasına katkıda bulunmuştur. “Academia Genç Yetenekler Tasarım Yarışması” sayesinde, Şirket, Beymen özel moda markalarının tasarımlarından sorumlu hâlihazırdaki artistik direktörü de dâhil, öncü Türk tasarımcılar ile tanışma fırsatı bulmuştur.

1994’te, Şirket, ilk amiral mağazasını olan ödüllü Akmerkez mağazasını, Türkiye’nin en prestijli alışveriş merkezlerinden birinde açmıştır.

Uluslararası moda markalarının yaygınlaşma süreci, Türkiye ile Avrupa Topluluğu arasında 1996 yılında gümrük birliğinin nihai evresinin uygulanması sonrasında hızlanmıştır. Bu dönemde, diğerlerinin yanı sıra, Prada, Etro, Versace Classic ve Corneliani gibi uluslararası moda markaları Türkiye’ye ilk kez Beymen ile gelmiştir.

2003 yılında Beymen Nişantaşı mağazası açılmıştır. Nişantaşı mağazası ile birlikte, mağazanın girişinde “Nişantaşı Beymen Brasserie” adlı bir restoran açılmıştır. Şirket, multi-brand mağazalarda restoranlara ev sahipliği yapılması konseptini daha sonraki yıllarda da tekrarlamıştır.

2007 yılında, İstinye Park alışveriş merkezinde diğer bir amiral mağaza açılmıştır. 2007 yılından itibaren Şirket, seçili uluslararası moda markaları için mono-brand mağazalar açmaya başlamıştır. İlk mono-brand mağazalar, “Bottega Venetta”, “Saint Laurent”, “Celine”, “Dolce & Gabbana”, “Etro”, “Tod’s” gibi markalar ile Nişantaşı’nda ve İstinye Park alışveriş merkezinde açılmıştır.

2000’li yıllar boyunca, Şirket, Şirket’in özel markalarına da yoğun bir şekilde yatırım yapmıştır ve Beymen markalı çantalar ve küçük deri aksesuarlar, Beymen Çikolata, Beymen Eşarplar ve Beymen Hediye Koleksiyonları gibi yeni kategoriler sunmaya başlamıştır. Şirket, aynı zamanda, 2007 yılında, Beymen Collection – Erkek markası için lüks İtalyan erkek modaevi Corneliani ile stratejik bir ortaklık tesis etmiştir. 2007 yılından bu yana, Beymen Collection markası için takım elbise, ceket, pantolon ürünleri, Şirket’in kurum içi tasarım ekibi ve Corneliani tarafından birlikte tasarlanmakta ve Corneliani tarafından Beymen için üretilmektedir.

2010 yılı, Beymen tarihçesinde “Şirket faaliyetlerinin hızla genişlemesi ve büyümesi” olarak tanımlanan yeni bir evrenin başlangıcını olmuştur. 2010 yılında, Şirket, Beymen.com ile e-ticaret operasyonlarını başlatmıştır. Bunu takiben Şirket, e-ticaret ve çoklu kanal yetkinliklerine yoğun bir şekilde yatırım yapmaya başlamıştır. OC&C’ye göre 2016 yılı sonu itibariyle Beymen.com, lüks moda siteleri arasında tahmini %79’luk pazar payına sahiptir (*Kaynak: OC&C Analizi, Şubat 2018*). Beymen.com, yeni müşteri kazanımı ve mevcut müşterilere hizmet verilmesinde çok önemli bir satış kanalıdır.

Eylül 2013’te, Şirket’in en büyük mağazası olan, Beymen Zorlu Center amiral mağazasını İstanbul’da açmıştır. Bu mağazanın açılması ile Şirket, kozmetik, ev & hediyelik eşya ve çocuk gibi kategorilerdeki varlığını artırmıştır. Zorlu Center alışveriş merkezinde yer alan Beymen mağazası, Michelin ödüllü şefi ile “Morini” restorana ev sahipliği yapmaktadır. Şirket ayrıca, “Valentino”, “Dolce & Gabbana”, “Saint Laurent” başta olmak üzere, Zorlu Center’da altı adet mono-brand mağaza açmıştır.

Ayrıca Şirket, Eylül 2017’de, İstanbul’un Anadolu yakasının prestijli alışveriş bölgelerinden biri olan Suadiye’de, Beymen için özel tasarlanmış müstakil bir binada, bir amiral mağaza daha açmıştır.

Şirket, 2010 yılından bu yana, Beymen Club mağazaları açılışlarını hızlandırmış ve 2017 sonuna kadar toplam Beymen Club mağaza sayısı 21’den 44’e yükselmiştir.

#### **6.1.6. Depo sertifikasını ihraç eden hakkındaki bilgiler**

Yoktur.

## 6.2. Yatırımlar:

### 6.2.1. İzahnamede yer alması gereken finansal tablo dönemleri itibariyle ihraççının önemli yatırımları ve bu yatırımların finansman şekilleri hakkında bilgi:

Finansal tablo dönemleri itibarıyla İhraççı'nın önemli yatırımları ve bu yatırımların finansman şekilleri hakkında bilgi işbu İzahname'nin 11.1 bölümünde "Likidite ve Sermaye Kaynakları" ve 11.3 bölümünde "Yatırım Harcamaları" başlıkları altında detaylı olarak yer almaktadır.

### 6.2.2. İhraççı tarafından yapılmakta olan yatırımlarının niteliği, tamamlanma derecesi, coğrafi dağılımı ve finansman şekli hakkında bilgi:

Beymen; faaliyetlerini, multi-brand mağazaları, mono-brand mağazaları, Beymen Club mağazaları, e-ticaret kanalı, outlet mağazaları ve toptan satış kanalı vasıtasıyla, Türkiye çapında yürütmektedir.

### 6.2.3. İhraççının yönetim organı tarafından geleceğe yönelik önemli yatırımlar hakkında ihraççıyı bağlayıcı olarak alınan kararlar, yapılan sözleşmeler ve diğer girişimler hakkında bilgi:

Bulunmamaktadır.

### 6.2.4. İhraççıyla ilgili teşvik ve sübvansiyonlar vb. ile bunların koşulları hakkında bilgi:

Teşvikin Kaynağı	Teşvikin Konusu	Teşvikin Verildiği Tarih	Teşvikin Süresi / Sona Erme Tarihi	Toplam Teşvik Tutarı (TL)
T.C. Bilim Sanayi ve teknoloji Bakanlığı'na Tasarım Teşvik Programı	Şirket'in tasarım faaliyetlerine ilişkin teşvik <sup>1</sup>	1 Nisan 2018	31 Aralık 2023	-
4857 sayılı İş Kanunu	Engelli istihdamına ilişkin teşvik <sup>2</sup>	15 Mayıs 2008	Süresiz	76.165
5510 sayılı Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu ("5510 sayılı Kanun")	Sigorta prim teşviki <sup>3</sup>	01 Ekim 2008	Süresiz	5.035.866
("6111 sayılı Kanun")	Geçmişe dönük SGK prim teşviki <sup>4</sup>	25 Şubat 2011	31.12.2018	234.268

(1) TC. Bilim, Sanayi ve Sanayi Bakanlığı, Bilim ve Teknoloji Genel Müdürlüğü tarafından 5746 sayılı Kanun kapsamında sağlanan teşvik ve muafiyetlerden 05.03.2018 tarihinden itibaren TASARIM MERKEZİ statüsü ile akredite edilerek fayda sağlamayı hak kazanılmıştır. Bu fayda ilgili yasa ile vergi indirimi, sigorta primi desteği, gelir vergisi stopajı desteği, temel bilimler alanında destek, damga vergisi istisnası ve gümrük vergisi istisnasını kapsamaktadır.

(2) İş Kanununda, 50 veya daha fazla işçi çalıştırılan özel sektör işyerlerinde %3 oranında engelli işçi çalıştırılması zorunludur. Çalışma gücü kayıp oranı %40'dan fazla olan engelli çalışanlarda, çalışan kontenjan dâhilinde ise SGK işveren payından asgari ücret üzerinden hesaplanan SGK işveren payı düşülerek indirimden faydalanılır. Kontenjan fazlası olarak çalışan engelli çalışanlar için asgari ücret üzerinden hesaplanan SGK işveren payının %50 oranında faydalanılmaktadır. Bu teşvikten İzkar, Louboutin ve Nişantaşı Turistik şirketleri çalışan sayıları 50'nin altında kaldığı için faydalanmamaktadır. Yasal olarak engelli çalıştırma yükümlülükleri bulunmamaktadır.

(3) Özel sektör işverenlerinin ödeyecekleri malullük, yaşlılık ve ölüm sigortası priminden (Sosyal Güvenlik Kurumu'na herhangi bir prim, idari para cezası ve bunlara ilişkin herhangi bir gecikme cezası ve gecikme zammı borçlarının bulunmaması kaydıyla) işverene ait olan kısımdan %5 oranında bir indirim sağlanmıştır.

(4) 6111 sayılı Kanun ile yapılan düzenleme ile, Kanunda belirtilen şartların yerine getirilmesi halinde, işe alınan her bir sigortalı için geçerli olmak üzere işverenlere 6 ay ile 48 ay arasında değişen sürelerde, işçinin prime esas kazancı üzerinden hesaplanan sigorta primlerinin işveren hisselerine ait tutarı, işsiz işe alındığı tarihten itibaren İşsizlik Sigortası Fonundan karşılanacaktır.

## 7. FAALİYETLER HAKKINDA GENEL BİLGİLER

### 7.1. Ana faaliyet alanları:

#### 7.1.1. İzahnamede yer alması gereken finansal tablo dönemleri itibarıyla ana ürün/hizmet kategorilerini de içerecek şekilde ihraççı faaliyetleri hakkında bilgi:

##### A. Satış Kanalları ve Mağaza Ağı

###### a. Genel Bakış

Şirket, çeşitli perakende formatları vasıtasıyla, geniş bir müşteri kitlesine lüks ve erişilebilir lüks ürün sınıflarında hizmet sunmaktadır. Şirket, faaliyetlerini doğrudan işletilen perakende satış kanalları ve toptan satış kanalları vasıtasıyla yürütmektedir.

Şirket'in faaliyetinin çoğunluğu, doğrudan Şirket tarafından işletilmekte olan: (i) Beymen çok markalı multi-brand mağazalar ("**multi-brand mağazalar**"), (ii) tasarımcı markaları sunan mono-brand mağazalar ("**mono-brand mağazalar**"), (iii) Beymen Club mağazaları, (iv) e-ticaret kanalı ve (v) outlet mağazalardan oluşan doğrudan işletilen perakende satış kanalları vasıtasıyla (e-ticaret kanalı hariç "**doğrudan işletilen perakende mağazalar**" veya e-ticaret kanalı ile birlikte "**doğrudan işletilen perakende satış kanalı**") yürütülmektedir.

Şirket faaliyetlerinin küçük bir kısmı ise, (i) doğrudan işletilen perakende mağazalara dönüştürülerek git gide küçülen bir faaliyet olan, bayiler tarafından işletilen multi-brand mağazalar ve Beymen Club mağazaları (birlikte "**bayiler tarafından işletilen mağazalar**") ve (ii) seçili Beymen markalarının çok katlı mağazalara ve internet sitelerine toptan satışı (temel olarak Beymen çantalar ve küçük deri ürünleri gibi seçili Beymen özel markalarının) (birlikte, "**toptan satış kanalı**") şeklinde gerçekleşmektedir.

31 Aralık 2017'de sona eren yılda, Şirket'in gelirinin %91,5'u, doğrudan işletilen perakende satış kanalından elde edilmiş, yaklaşık %8,5'i ise, toptan satış kanalı ve diğerlerinden elde edilmiştir.

Aşağıdaki tabloda, aşağıdaki tarihler itibarıyla, Şirket'in her bir satış kanalının net satışları ve bu net satışların toplam net satıştaki oranları gösterilmektedir.

	31 Aralık'ta sona eren yıl					
	2015	Net satış oranı	2016	Net Satış oranı	2017	Net satış oranı
(yüzdeler hariç, TL)						
<b>Doğrudan İşletilen Perakende Satış Kanalı</b>						
Multi-brand mağazalar.....	596.357.966	63,9	652.450.398	63,6	808.413.318	61,5
Beymen Club mağazaları.....	73.647.832	7,9	88.202.412	8,6	131.419.298	10,0
Mono-brand mağazalar.....	82.225.339	8,8	81.285.206	7,9	102.341.593	7,8
E-ticaret kanalı <sup>(1)</sup> .....	46.753.780	5,0	82.302.225	8,0	118.914.675	9,0
Outlet mağazalar.....	2.498.863,00	0,3	18.485.099	1,8	42.170.643	3,2
<b>Toplam Doğrudan İşletilen Perakende Satış Kanalı</b> .....	<b>801.483.780</b>	<b>85,8</b>	<b>922.725.340</b>	<b>89,9</b>	<b>1.203.259.527</b>	<b>91,5</b>
<b>Toptan Satış Kanalı &amp; Diğerleri</b> <sup>(2)</sup> .....	<b>132.350.823</b>	<b>14,2</b>	<b>103.378.142</b>	<b>10,1</b>	<b>111.954.581</b>	<b>8,5</b>
<b>Toplam</b> <sup>(3)</sup> .....	<b>933.834.603</b>	<b>100</b>	<b>1.026.103.482</b>	<b>100</b>	<b>1.315.214.108</b>	<b>100</b>

(1) Şirket'in TFRS finansal tablolarının 45 numaralı sayfasında verilen "İnternet" kanalından farklılık göstermektedir. Bahsi geçen sayfada belirtildiği üzere, TFRS uyarınca hazırlanan finansal tabloların 4 numaralı dipnotunda yer alan tablolarda bulunan "İnternet" kanalı içerisinde, yalnızca [www.beymen.com](http://www.beymen.com) ve [www.beymenclub.com.tr](http://www.beymenclub.com.tr) internet sayfalarında gerçekleştirilen satışlar yer almakta iken, işbu İzahname'nin diğer bölümlerinde yer alan verilere uygunluk amacıyla, yukarıda yer alan "E-ticaret kanalı" satırına, [www.wepublic.com.tr](http://www.wepublic.com.tr) adresi üzerinden yapılan satışlar dahil edilmiştir.

(2) Diğerleri, merkez ofis, eliminasyon (diğer bir ifade ile, Beymen konsolidasyonuna dâhil olan İzkar ve Anka Mağazacılık A.Ş.'e yaptığı satışların silinmesi), TFRS düzeltmeleri ve diğerlerini içerir.

(3) Yabancı ortaklıklar hariçtir.

Şirket'in iş stratejisi, marka ve müşteri deneyimini daha iyi kontrol edebilmek amacıyla doğrudan işletilen perakende mağazalar yoluyla faaliyet göstermek yönündedir. Bununla birlikte Şirket, Türkiye'nin seçili şehirlerinde, yerel know-how ve iletişim ağının Şirket faaliyetleri için önem teşkil ettiği yerlerde, bayiler vasıtasıyla da faaliyet göstermektedir. 31 Aralık 2017 itibariyle, yerel bayiler tarafından işletilen altı adet multi-brand mağaza ve dokuz adet Beymen Club mağazası mevcuttur. Şirket, mağazaları doğrudan işletmeyi tercih ettiğinden, bayiler tarafından işletilen mağazaların sayısı, yıllar içinde düşüş göstermiştir. Bu düşüş genelde, doğrudan işletilen perakende mağazalara dönüşüm yoluyla gerçekleşmiştir. Bunun sonucu olarak, bayiler tarafından işletilen mağazalardan elde edilen gelir 2015 yılında yaklaşık 86.575.456 TL'den, 2017 yılında ise 67.185.381 TL'ye düşmüş, bayiler tarafından işletilen mağazalardan elde edilen gelirin net satışlara olan oranı ise, 2015 yılında %9,3'ten 2017'de yaklaşık %5,1'e düşmüştür. Şirket, Şirket'in doğrudan işletilen perakende mağazalarında meydana gelecek büyüme ve doğrudan işletilen perakende mağazalara dönüşme potansiyeli olan bayi tarafından işletilen mağazalar sebebiyle, gelecekte bayiler tarafından işletilen mağazaların sayısında azalma beklemektedir. Ancak, çok katlı mağazalara ve internet sitelerine toptan satış oranının artması beklenmektedir.

31 Aralık 2017 itibariyle, Şirket'in portföyünde (bayiler tarafından işletilen mağazalar, ve yabancı ortaklık Christian Louboutin Mağazacılık tarafından işletilen iki adet mono-brand mağaza ve Wepublic mağazası da dâhil olmak üzere) 86 adet mağaza mevcuttur ve toplam net satış alanı 56.699 metrekaredir. Aşağıdaki tabloda, belirtilen tarihler itibariyle, Şirket tarafından doğrudan işletilen perakende mağazalarının sayısı ve bayiler tarafından işletilen mağazaların sayısı belirtilmektedir.

	31 Aralık itibariyle		
	2015	2016	2017
		<i>Mağaza sayısı</i>	
<b>Doğrudan İşletilen Perakende Mağazalar</b>			
<i>Multi-brand mağazalar</i> .....	12	13	13
<i>Mono-brand mağazalar</i> .....	17	16	15
<i>Beymen Club mağazaları</i> .....	27	28	35
<i>Outlet mağazalar</i> .....	-	5	5
<b>Toplam Doğrudan İşletilen Perakende Mağazalar</b> .....	<b>56</b>	<b>62</b>	<b>68</b>
<b>Bayiler Tarafından İşletilen Mağazalar</b>			
<i>Multi-brand mağazalar</i> .....	10	7	6
<i>Beymen Club mağazaları</i> .....	12	8	9
<b>Toplam Bayiler Tarafından İşletilen Mağazalar</b> .....	<b>22</b>	<b>15</b>	<b>15</b>
<b>Toplam<sup>(1)</sup></b> .....	<b>78</b>	<b>77</b>	<b>83</b>
Wepublic .....	-	1	1
Yabancı Ortaklıklar .....	5	4	2
<b>Toplam (Wepublic Dâhil)</b> .....	<b>83</b>	<b>82</b>	<b>86</b>

(1)Wepublic ve yabancı ortaklıklar hariçtir.

Aşağıdaki tabloda ise doğrudan işletilen perakende mağazalar ve bayiler tarafından işletilen mağazaların belirtilen tarihlerdeki net satış alanları verilmiştir.



## 31 Aralık itibariyle

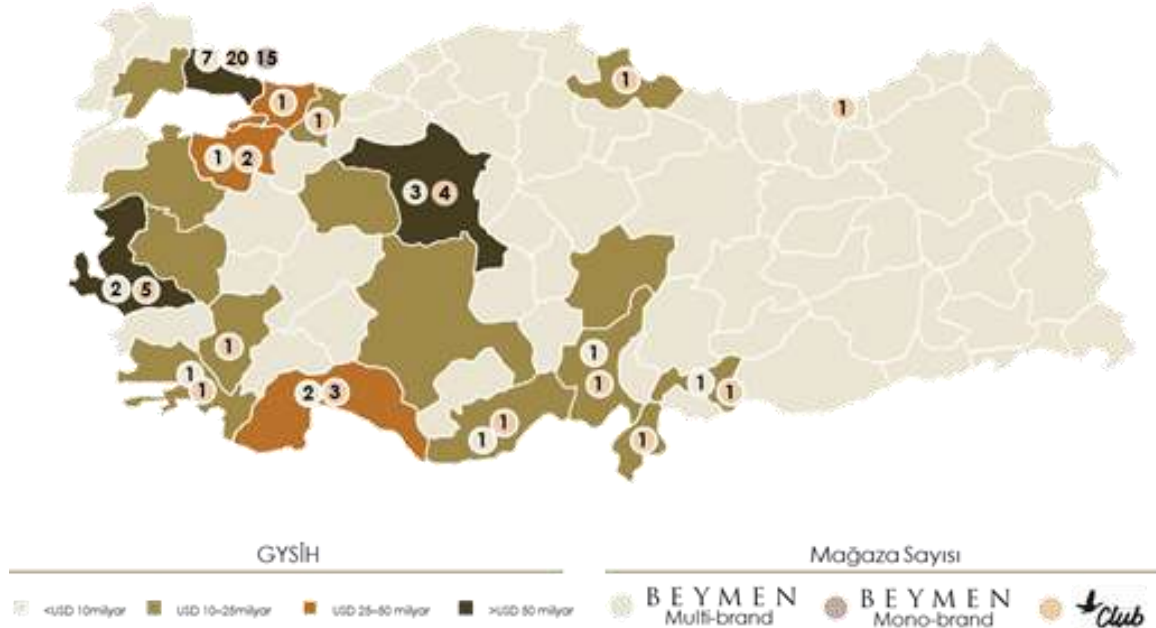
	2015	2016	2017
		<i>Metrekare</i>	
<b>Doğrudan İşletilen Perakende Mağazalar<sup>(1)</sup></b>			
Multi-brand mağazalar .....	25.716	26.114	29.807
Mono-brand mağazalar <sup>(2)</sup> .....	2.511	2.407	2.343
Beymen Club mağazaları .....	4.646	4.858	6.001
Outlet mağazalar .....	-	6.878	6.878
<b>Toplam Doğrudan İşletilen Perakende Mağazalar .....</b>	<b>32.872</b>	<b>40.258</b>	<b>45.030</b>
<b>Bayiler Tarafından İşletilen Mağazalar</b>			
Multi-brand mağazalar .....	6.866	6.163	4.620
Beymen Club mağazaları .....	1.922	935	1.050
<b>Toplam Bayiler tarafından işletilen mağazalar .....</b>	<b>8.788</b>	<b>7.098</b>	<b>5.670</b>
<b>Toplam Mağazalar .....</b>	<b>41.660</b>	<b>47.356</b>	<b>50.700</b>
Wepublic .....	-	5.890	5.890
Yabancı Ortaklıklar .....	1.507	541	109
<b>Toplam Mağazalar (Wepublic Dâhil)</b>	<b>43.167</b>	<b>53.787</b>	<b>56.699</b>

(1) Bir Wepublic mağazası (5.890 metrekare) hariç olmak üzere.

(2) Yabancı ortaklıklar (m<sup>2</sup>'leri) hariçtir.

Şirket, toplam 15 şehirde yer alan mağazaları ile, Türkiye'deki yüksek gelirli şehirleri hedefleyen seçici bir perakende ağını yönetmektedir. Multi-brand mağazalar 9 şehirde yer alırken, mono-brand mağazaların tümü İstanbul'da yer almaktadır. Beymen Club mağazaları ise 15 şehirde yer almaktadır. Öte yandan e-ticaret kanalı ile Şirket'in perakende satış ağı tamamlanarak Türkiye'nin tüm şehirlerine hizmet verilmektedir.

Şirket'in multi-brand ve mono-brand faaliyetlerini yürüttüğü bölgeler Türkiye nüfusunun yaklaşık %46'sını ve GSYİH'nin %60'ını kapsamakta; Şirket'in, Beymen Club mağazaları da dâhil olmak üzere tüm mağazacılık faaliyeti ise Türkiye nüfusunun %55'ini ve GSYİH'nin %69'unu kapsamaktadır. Aşağıdaki haritada Şirket'in Türkiye'deki perakendecilik faaliyetleri; mağaza türü, ilgili şehirlerde bulunan mağaza sayıları ve ilgili şehirlerin GSYİH'lerinin belirtilmesi suretiyle açıklanmaktadır.



b. *Beymen Multi-brand Çok Markalı Mağazaları*

Multi-brand mağazalar, Şirket'in faaliyetinin en önemli kısmını oluşturmakta ve "Beymen" markasını temsil etmektedir. Şirket, ana kategorileri olan hazır giyim, ayakkabı, çanta ve aksesuarların yanı sıra, multi-brand mağazalarda aynı zamanda kozmetik, ev & hediyelik ve çocuk kategorilerini sunmaktadır. Şirket, satış bakımından Türkiye'nin önde gelen lüks perakendecilerinden biri olarak, müşterilere, 900'ü aşkın marka sunmaktadır (*Kaynak: Euromonitor*).

31 Aralık 2017 itibariyle, Şirket'e ait 13'ü doğrudan işletilen perakende mağaza ve 6'sı bayiler tarafından işletilen mağaza olmak üzere toplam 34.427 metrekarelik bir satış alanı üzerinde 19 adet multi-brand mağaza bulunmaktadır. Ayrıca, Şirket'in 5.980 metrekarelik multi-brand formatında bir adet Wepublic mağazası da bulunmaktadır. 31 Aralık 2017'de sona eren yılda, Şirket'in multi-brand mağazalar vasıtasıyla yaptığı satışlardan elde ettiği hasılatın %93,8'i Şirket'in doğrudan işlettiği perakende mağazalardan %6,2'si ise bayiler tarafından işletilen mağazalardan elde edilmiştir. 31 Aralık 2017 tarihi itibariyle, Şirket'in multi-brand mağazalarının yaklaşık %81'i alışveriş merkezlerinde konumlanmıştır ve Şirket'in kendi işlettiği multi-brand mağazalarından elde edilen toplam hasılatın %78'i İstanbul'daki multi-brand mağazalardan elde edilmiştir. Şirket, multi-brand mağazaların tasarımında son derece esnek ve mağaza büyüklüğü, her bir konumun ihtiyaçlarına bağlı olarak 632 metrekare ile 7.220 metrekare arasında değişiklik göstermektedir.

Beymen, multi-brand mağazalarında çeşitli müşteri hizmetleri sunmaktadır. Şirket'in sunduğu müşteri hizmetleri arasında, private shopper'lar (kişisel müşteri danışmanları), kişiye özel VIP odaları, hayat boyu ücretsiz tadilat, ev ve ofise hizmet gibi çeşitli ayrıcalıklı hizmetler bulunmaktadır. Multi-brand mağazaların tamamı, önde gelen mimarlar tarafından özel olarak tasarlanmıştır ve her bir mağazanın kendine özgü bir tasarımı vardır. Konuma bağlı olmak üzere her bir mağazanın büyüklüğü, tasarımı ve içinde sunulmakta olan ürünlerin marka yelpazesi değişiklik göstermektedir.

Multi-brand mağazalar, sosyal açıdan da müşterilere mağazada vakit geçirmek için olanaklar sunan çok yönlü mağazalardır. Multi-brand mağazalarda moda defileleri, müşteriler için organize edilen özel sunumlar, moda tasarımcıları ile düzenlenen toplantılar, sanat sergileri, konuşmacı oturumları, atölye çalışmaları, POP UP mağaza uygulamaları, vb. gibi sıklıkla mağaza içi etkinlikler yapılmaktadır. Ayrıca, müşterilerin alışveriş deneyimini tamamlayıcı ve müşterilerin mağazayı ziyaret etme sıklıklarını artırıcı nitelikte olmak üzere, önemli bazı multi-brand mağazalara bitişik olarak restoranlar açılmaktadır.

İstanbul'daki prestijli alışveriş merkezlerinde yer alan amiral multi-brand mağazalar (diğer bir ifade ile İstanbul Zorlu Center alışveriş merkezi ve İstanbul İstinye Park alışveriş merkezindeki multi-brand mağazalar) Şirket'in faaliyeti açısından en önemli mağazalardır.

Şirket'in doğrudan işlettiği multi-brand mağazalar, 31 Aralık 2017'de sona eren yılda Şirket'in gelirinin %61,5'ini oluşturmuştur. Aşağıdaki tabloda, belirtilen dönemler için, Şirket'in doğrudan işlettiği multi-brand mağazalara ilişkin temel performans ölçütlerine yer verilmektedir.

	31 Aralık'ta sona eren yıl		
	2015	2016	2017
<b><i>Doğrudan İşletilen Multi-brand mağazalar</i></b>			
Net satış (TL).....	596.357.966	652.450.398	808.413.318
Net satış büyümesi (%).....	20,8	9,4	23,9
Bire bir satış büyümesi (%).....	22,9	7,0	18,0
Net satış yüzölçümü yılsonu (m <sup>2</sup> ).....	25.716	32.004	35.697
m <sup>2</sup> başına satış (TL) <sup>(1,2)</sup> .....	23.506	23.406	24.429
Bire bir adet büyümesi (%).....	9,2	0,8	1,1

(1) m<sup>2</sup> başına satış "mağazaların toplam yıllık net satışları/ortalama yıllık mağaza metrekaresi" olarak hesaplanmaktadır.

(2) Amiral mağazalarda m<sup>2</sup> başına satış yaklaşık 34.000 TL'dir.

c. *Beymen Mono-brand Mağazalar*

Şirket, çoğunluğu Türkiye’de sadece Beymen’lerde satılmakta olan önde gelen lüks markalar ile uzun süredir devam eden ilişkilere sahiptir. Multi-brand mağazalara ek olarak, Şirket, ayrıca, seçici sayıda dünyanın alanlarında en önde gelen markalarından olan uluslararası moda markaları için, tümü İstanbul’da yer alan mono-brand mağazalar işletmektedir. Bu markaların tamamına ait ürünler, Türkiye’de yalnızca Beymen tarafından satılmaktadır. Mono-brand mağazalar; “Dolce & Gabbana” (31 Aralık 2017 itibariyle üç adet mono-brand mağaza), “Valentino”, “Brunello Cucinelli”, “Etro”, “Bottega Veneta”, “Celine”, “Saint Laurent”, “Tod’s (31 Aralık 2017 itibariyle iki adet mono-brand mağaza), “Dsquared2”, “Stella McCartney”, “Tory Burch” (31 Aralık 2017 itibariyle iki adet mono-brand mağaza) ve “Christian Louboutin”i (yabancı ortaklık Christian Louboutin Mağazacılık tarafından işletilen iki adet mono-brand mağaza) içermektedir. Tüm bu markalar aynı zamanda multi-brand mağazalarda da satışa sunulmakta olup 31 Aralık 2017 itibariyle bu markaların mono-brand mağazalarından elde edilen net perakende satış tutarı, bu markaların toplam net perakende satış tutarının %31,6’sını (Christian Louboutin satışları hariçtir) teşkil etmiştir. Bu markaların multi-brand mağazalar ve e-ticaret kanalı vasıtasıyla gerçekleştirilen net perakende satışları ise 31 Aralık 2017’de sona eren yılda markaların toplam net perakende satışlarının %68,4’ünü (Christian Louboutin satışları hariçtir) teşkil etmiştir.

31 Aralık 2017 itibariyle, Şirket’in sahip olduğu mağazalar arasında 17 adet mono-brand mağaza (Christian Louboutin Mağazacılık tarafından işletilen iki adet mono-brand mağaza dâhil) mevcuttur. Mono-brand mağazalar, 88 m<sup>2</sup> ila 365 m<sup>2</sup> arasında değişen alanlara sahiptir. 31 Aralık 2017 itibarıyla, mono-brand mağazalar vasıtasıyla yapılan satışlardan elde edilen hasılatın yaklaşık %95’i (bayiler hariç) alışveriş merkezlerinde konumlanmış olan mono-brand mağazalar tarafından gerçekleştirilmiştir.

Şirket’in mono-brand mağazaları, 31 Aralık 2017’de sona eren yılda Şirket’in gelirinin %7,8’ini oluşturmuştur. Aşağıdaki tabloda, belirtilen dönemler için, Şirket’in mono-brand mağazalarına ilişkin bazı temel performans kriterlerine yer verilmektedir.

	31 Aralık’ta sona eren yıl		
	2015	2016	2017
<b>Mono-brand mağazalar</b>			
Net satış (TL).....	82.225.339	81.285.206	102.341.593
Net satış büyümesi (%).....	25,8	(1,1)	25,9
Bire bir satış büyümesi (%).....	14,9	(2,2)	25,8
Net satış yüzölçümü yılsonu (m <sup>2</sup> ).....	2.511	2.407	2.343
m <sup>2</sup> başına satış (TL) <sup>(1,2)</sup> .....	31.559	32.669	42.607
Bire bir adet büyümesi (%).....	(0,1)	(13,6)	0,7
Ortalama sepet tutarı (TL) <sup>(3)</sup> .....	2.009	2.306	2.841
Bire bir fiyatlandırma büyümesi (%) <sup>(4)</sup> .....	15,1	13,2	24,9

(1) m<sup>2</sup> başına satış “mağazaların toplam yıllık net satışları/ortalama yıllık mağaza metrekaresi” olarak hesaplanmaktadır.

(2) Amiral mağazalarda m<sup>2</sup> başına satış yaklaşık 45.000 TL’dir.

(3) Fatura bazında KDV hariç.

(4) Bire bir mağazalardaki yıldan yıla ortalama satış fiyatındaki değişim oranı

Turistler, Şirket’in mono-brand mağazaları için müşteri tabanının önemli bir kısmını oluşturmaktadır. 31 Aralık 2017’de sona eren yılda mono-brand mağazalardan elde edilen net satış tutarının %32,9’u turist müşterilerden elde edilmiştir. 2016 yılında, Türkiye’de yaşanan olumsuz siyasi gelişmeler, ülkeye gelen turist sayısında azalmaya sebep olmuştur ve bu nedenle Şirket’in mono-brand mağazalardan elde ettiği net satış tutarı, 2015’te 82.225.339 TL’den 2016’da 81.285.206 TL’ye inerek az miktarda bir düşüş sergilemiştir. Ancak 2017’de, pazarın ve turist akışının hızla düzelmesi sayesinde, mono-brand mağazalardan elde edilen satışlar, %25,9’lık bir büyüme ile 2016’da 81.285.206 TL’den 2017’de 102.341.593 TL’ye yükselmiştir.

#### d. Beymen Club Mağazaları

1985 yılında kurulan Beymen Club, Şirket’in, erkekler ve kadınlar için rahat ve şık yaşam tarzında koleksiyonlar sunan mono-brand konseptidir. Şirket Beymen Club markasıyla erişilebilir lüks pazarını hedeflemektedir ve bu nedenle daha geniş bir müşteri tabanına hitap etmektedir ve Türkiye’de 15 şehre yayılmış daha geniş bir coğrafi dağılıma sahiptir. 31 Aralık 2017 itibariyle, 35’i doğrudan işletilen perakende

mağaza ve 9'u bayiler tarafından işletilen mağaza olmak üzere toplam 44 adet Beymen Club mağazası mevcut olup bunların toplam satış alanı, 7.051 m<sup>2</sup>'dir. Beymen Club mağazalarının büyüklüğü, 116 m<sup>2</sup> ile 260 m<sup>2</sup> arasında değişmektedir.

31 Aralık 2017'de sona eren yıl içinde, Beymen Club mağazaları vasıtasıyla gerçekleştirilen satışlardan elde edilen hasılatın %90'ı Şirket'in doğrudan işlettiği Beymen Club mağazalarından elde edilmiştir. 31 Aralık 2017 itibarıyla, Beymen Club mağazalarının yaklaşık %91'i alışveriş merkezlerinde konumlanmış bulunmaktadır. Şirket'in doğrudan işlettiği Beymen Club mağazalarından elde edilen toplam hasılatın %69'u İstanbul'daki Beymen Club mağazalarından elde edilmiştir. Beymen Club mağazaları, kapsamlı bir alışveriş deneyimi sunarken müşterinin kendini rahat hissetmesi için çağdaş ve müşterilere uygun olarak düzenlenmiş bulunan bir iç mekâna sahiptir. Şirket Beymen Club mağazalarında, temel olarak kadın ve erkek hazır giyim ürünleri sunmakta olup aynı zamanda, ayakkabı, çanta ve aksesuar da satmaktadır.

Doğrudan işletilen Beymen Club mağazaları 31 Aralık 2017'de sona eren yılda Şirket'in gelirinin %10,0'ını oluşturmuştur. Aşağıdaki tabloda, belirtilen dönemler için, doğrudan işletilen Beymen Club mağazalarına ilişkin temel performans ölçütlerine yer verilmektedir.

	31 Aralık'ta sona eren yıl		
	2015	2016	2017
<b>Doğrudan işletilen Beymen Club mağazaları</b>			
Net satış (TL).....	73.647.832	88.202.412	131.419.298
Net satış büyümesi (%).....	13,1	19,8	49,0
Bire bir satış büyümesi (%).....	8,1	15,1	34,8
Net satış yüzölçümü yılsonu (m <sup>2</sup> ).....	4.646	4.858	6.001
m <sup>2</sup> başına satış (TL) <sup>(1,2)</sup> .....	17.512	18.992	24.138
Bire bir adet büyümesi (%).....	9,6	6,5	23,8
Ortalama sepet tutarı (TL) <sup>(3)</sup> .....	288	306	370
Bire bir fiyatlandırma büyümesi (%) <sup>(4)</sup> .....	(1,4)	8,1	8,9

(1) m<sup>2</sup> başına satış "mağazaların toplam yıllık net satışları/ortalama yıllık mağaza metrekaresi" olarak hesaplanmaktadır.

(2) Amiral mağazalarda m<sup>2</sup> başına satış yaklaşık 46.500 TL'dir.

(3) Fatura bazında KDV hariç.

(4) Bire bir mağazalardaki yıldan yıla ortalama satış fiyatındaki değişim oranı

#### e. E-ticaret Kanalı

Şirket 2010 yılında, Beymen.com sitesi ile e-ticaret faaliyetlerine başlamıştır. Beymen.com 2016 yılı sonu itibarıyla lüks moda siteleri arasında, tahmini %79'luk pazar payına sahiptir (*Kaynak: OC&C Analizi, Şubat 2018*). Beymen aynı zamanda, 2014'te bir mobil uygulamayı piyasaya sürmüştür. E-ticaret kanalı, 2015 ile 2017 arasında %59,5'lik bir YBBO ile büyüyerek Şirket'in aynı dönemdeki en hızlı büyüyen satış kanalı olmuştur.

Beymen.com, Şirket'in geniş ürün portföyünü internet ortamına taşımakta ve 900'ü aşkın marka ile müşterilere rahat bir alışveriş deneyimi sunmaktadır. Beymen.com, mevcut müşterilere hizmet etmekle birlikte, aynı zamanda Şirket'in hedef müşteri kitlesinin coğrafi kapsamını da genişletmektedir. Son iki yılı incelendiğinde yeni Beymen.com müşterilerinin %56,1'i, daha önce herhangi bir Şirket mağazasından alışverişini olmayan yeni müşterilerden oluşmaktadır. Beymen.com müşterilerine ücretsiz teslim ve iade olanağı ve özel çağrı merkezi desteği sunulmakta olup bu olanaklar müşteri memnuniyetini artırmaktadır.

31 Aralık 2017'de sona eren yılda Beymen.com e-ticaret kanalından elde edilen gelirin yaklaşık %32'si Şirket'in etkin mobil uygulamasından gelmiştir.

Beymen.com, 65 çalışandan oluşan bir ekip ile yönetilmektedir. Şirket, kendi yazılımını kullanmakta olup, bu yazılım, BOYP tarafından işletilen bir araştırma ve geliştirme merkezinde Şirket'in kendisine tahsis edilmiş ekibi tarafından geliştirilmektedir. Şirket, Beymen.com ile birlikte, çoklu kanal yeterliliklerine sürekli olarak yatırım yapmaktadır. Şirket'in çoklu kanal yeterlilikleri aşağıdaki yeterlilikleri kapsamaktadır:

- müşterilere siparişlerini mağazalardan teslim alma olanağını sağlayan “tıkla ve al” (*click and collect*),
- müşterilerin Beymen.com adresinden satın aldıkları ürünleri mağazalarda iade etmelerine olanak sağlayan “mağazaya iade opsiyonu”,
- müşterilerin Beymen.com adresinden satın aldıkları ürünler için mağazalarda tadilat hizmeti almalarını sağlayan “mağazada ücretsiz tadilat” hizmeti,
- hem internetten yapılan, hem de mağazalardan yapılan satışlar için müşteri sadakat programı ve tavsiye aracı (*recommendation engine*) uygulanmasına izin veren “tek müşteri görünümü” (*single view of the customer*),
- Şirket’in, tüm müşteri temas noktalarında (e-ticaret dâhil) tüm Şirket envanterini eş zamanlı olarak satışa sunmasını ve e-ticaret kanalının mağaza envanterini paylaşmasını sağlayan “tek envanter görünümü” (*single view of inventory*),
- müşterilerin, hangi ürünlerin hangi mağazalarda mevcut olduğunu bulmalarını sağlayan “mağaza bulucu” (*store locator*).

31 Aralık 2017’de sona eren yılda, Google Analytics’den (web sitesi trafiğini izleyen ve raporlayan, Google tarafından sunulan bir web analitik hizmeti) alınan verilere göre, Beymen.com’un 28,6 milyonun üzerinde ziyaretçisi olmuştur.

31 Aralık 2017, 2016 ve 2015’te sona eren yılda, Şirket’in e-ticaret kanalı, Şirket’in gelirinin sırasıyla %9,0, %8,0 ve %5,0’ını oluşturmuştur. Aşağıdaki tabloda, belirtilen dönemler için, e-ticaret kanalına ilişkin bazı temel performans kriterlerine yer verilmektedir.

	31 Aralık’ta sona eren yıl		
	2015	2016	2017
<b>E-ticaret kanalı</b>			
Net satış (TL).....	46.753.780	82.302.225	118.914.675
Net satış büyümesi (%) <sup>(1)</sup> .....	86,5	76,0	44,5

(1) Şirket’in TFRS finansal tablolarının 45 numaralı sayfasında verilen “İnternet” kanalından farklılık göstermektedir. Bahsi geçen sayfada belirtildiği üzere, TFRS uyarınca hazırlanan finansal tabloların 4 numaralı dipnotunda yer alan tablolarda bulunan “İnternet” kanalı içerisinde, yalnızca [www.beymen.com](http://www.beymen.com) ve [www.beymenclub.com.tr](http://www.beymenclub.com.tr) internet sayfalarında gerçekleştirilen satışlar yer almakta iken, işbu İzahname’nin diğer bölümlerinde yer alan verilere uygunluk amacıyla, yukarıda yer alan “E-ticaret kanalı” satırına, [www.wepublic.com.tr](http://www.wepublic.com.tr) adresi üzerinden yapılan satışlar dahil edilmiştir.

#### f. Outlet Mağazalar

Şirket, 2016’dan önce outlet mağazalar işletmemekte ve outlet operasyonlarını bir toptan satış operatörü (diğer bir ifade ile, BBM) vasıtasıyla yürütmekteydi. 2015 ve 2016’dan başlayarak Şirket, kademeli olarak outlet mağaza faaliyetlerini başlatmıştır. 31 Aralık 2017 itibarıyla Şirket’in, tümü İstanbul’da yer alan, toplam satış alanı 6.878 m<sup>2</sup> olan beş adet outlet mağazası mevcuttur.

Şirket’in outlet mağazaları, her sezon istikrarlı bir şekilde yaklaşık %10 oranında olan sezon sonu envanteri için envanter tüketme işlevi görmektedir. Outlet mağazalar, 31 Aralık 2017’de sona eren yılda, Şirket gelirinin %3,2’sini oluşturmuştur. Şirket mevcut altyapısının outlet operasyonlar için yeterli olduğu kanaatinde ve orta vadede satış alanında bir artış beklenmemektedir. Ayrıca, outlet mağazalardan elde edilen gelirin toplam Şirket gelirinine olan oranının çok değişiklik göstermemesi beklenmektedir.

Aşağıdaki tabloda, belirtilen dönemler için, outlet mağazalara ilişkin bazı temel performans ölçütlerine yer verilmektedir.

	31 Aralık'ta sona eren yıl		
	2015	2016	2017
<b>Outlet mağazalar</b>			
Net satış (TL).....	2.498.863	18.485.099	42.170.643
Net satış büyümesi (%).....	772,4	639,7	128,1
Net satış yüzölçümü yılsonu (m <sup>2</sup> ) .....	0	6.878	6.878

g. *Toptan Satış Kanalı*

31 Aralık 2017'de sona eren yılda, toptan satış kanalı, Şirket'in gelirinin %8,5'ini oluşturmuştur.

Toptan satış kanalı, (i) bayiler tarafından işletilen mağazalara yapılan satışlar ve (ii) temel olarak Beymen Çanta ve Aksesuarlar gibi seçili Beymen özel markalarının çok katlı büyük mağazalara ve moda perakende web sitelerine yapılan toptan satışını kapsamaktadır.

Aşağıdaki tabloda, belirtilen dönemler için, Şirket'in toptan satış kanalına ilişkin temel performans kriterleri gösterilmektedir.

	31 Aralık'ta sona eren yıl		
	2015	2016	2017
<b>Toptan satış kanalı</b>			
Net satış ( TL).....	122.069.281	96.973.790	111.894.549
Net satış büyümesi (%).....	10,6	(20,6)	16,2

Beymen, Türkiye'nin seçili şehirlerinde, yerel know-how (bilgi birikimi) ve iletişim ağının Şirket faaliyetleri için önem teşkil ettiği yerlerde, bayiler vasıtasıyla faaliyet göstermektedir. 31 Aralık 2017 itibarıyla, yerel bayiler tarafından işletilen altı adet multi-brand mağaza ve dokuz adet Beymen Club mağazası mevcuttur. Şirket, mağazaları doğrudan işletmeyi tercih ettiğinden, bayiler tarafından işletilen mağazaların sayısı, yıllar içinde düşüş göstermiştir. Bu, genelde doğrudan işletilen perakende mağazalara dönüşüm yoluyla gerçekleşmiştir. Bunun sonucu olarak, bayiler tarafından işletilen mağazalardan elde edilen gelir 2015 yılında 86.575.456 TL'den, 2017 yılında 67.185.381 TL'ye düşmüş, bayiler tarafından işletilen mağazalardan elde edilen gelirin net satışlara olan oranı ise, 2015 yılında %9,3'den 2017'de %5,1'ye düşmüştür.

31 Aralık 2017'de sona eren yılda Şirket'in toptan satış kanalı vasıtasıyla BBM çok katlı büyük mağazalarına ve Morhipo'ya satış yapılmıştır. Bayiler tarafından işletilen mağazalar hariç olmak üzere, toptan satış kanalı vasıtasıyla gerçekleştirilen satışlardan elde edilen net satışlar, 2015'te 35.493.826 TL'den 2016'da 26.632.992 TL'ye ve 2017'de 45.062.905 TL'ye yükselmiştir (diğer bir ifade ile gerçekleştirilen toptan satışlar, 2015'te net satışların %3,9'undan 2017'de satışların %3,4'üne gerilemiştir).

**B. Şirket'in Ürünleri ve Markaları**

a. *Genel Değerlendirme*

Şirket, kesin satın alma modeli ile faaliyet göstermekte olup, portföyünde bulunan envanterin çok önemli bir bölümünün mülkiyetine sahiptir. 31 Aralık 2017'de sona eren yılda, Şirket'in net perakende satışlarının %96,4'ü, kesin satın alma modeli ile alınan markaların satışından elde edilmiş olup geri kalan %3,6'sı ise konsinye ürünlerden elde edilmiştir.

Şirket, müşterilerine beş ana kategori üzerinden ürün satışı yapmaktadır, bu kategoriler: global moda markaları, Beymen özel moda markaları, kozmetik, ev & hediyelik ve çocuktur. Global moda markaları ve Beymen özel moda markaları ana kategorilerdir. Bu kategoriler içerisinde, hazır giyim, ayakkabı, çanta ve aksesuar da dâhil olmak üzere, erkekler ve kadınlar için geniş bir ürün yelpazesi sunulmaktadır.

Aşağıdaki tabloda, 31 Aralık 2017 itibarıyla, Şirket tarafından satışa sunulan kategorilerin her bir satış kanalına göre (yalnızca doğrudan işletilen perakende satış kanalları bazında) dağılımı gösterilmektedir.

Kategoriler	Satış Kanalları			
	Multi-brand	Mono-brand	E-ticaret	Beymen Club
Global Moda Markaları	✓	✓	✓	-
Beymen Özel Moda Markaları	✓	-	✓	✓
Kozmetik	✓	✓ <sup>(1)</sup>	✓	-
Ev & Hediyeleşik ve Diğer	✓	-	✓	-
Çocuk	✓	-	✓	-

(1) Yalnızca seçili mono-brand mağazalarda, markaların parfümlerinin satışlarıdır.

Aşağıdaki tabloda, Şirket'in satışta bulunduğu kategorilerin, belirtilen dönemlerdeki, net perakende satışlara olan oranı verilmektedir.

	31 Aralık'ta sona eren yıl		
	2015	2016	2017
		(%)	
Global moda markaları .....	75,8	74,9	72,9
Beymen özel moda markaları .....	19,1	19,7	21,1
Kozmetik .....	1,8	2,4	3,2
Ev & Hediyeleşik ve Diğer .....	2,6	2,3	2,0
Çocuk .....	0,7	0,7	0,9
<b>Toplam .....</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Beymen birden fazla perakende formatı ve geniş fiyat yelpazesi sayesinde, faaliyetlerinin Türkiye'de lüks ve erişilebilir lüks pazarlarına derin bir şekilde yayılmasını sağlamaktadır. Aşağıdaki tabloda, Şirket'in multi-brand mağazaları, mono-brand mağazaları, Beymen Club mağazaları ve e-ticaret kanalında satılan her bir kategori için ortalama ilk perakende satış fiyatı (KDV hariç) gösterilmektedir.

Kategorilerin ortalama ilk perakende satış fiyatı	31 Aralık 2017'de sona eren yıl			
	Multi-brand mağazalar	Mono-brand mağazalar	E-ticaret kanalı	Beymen Club mağazaları
		(Türk Lirası)		
Global moda markaları .....	1.530	2.580	1.178	-
Beymen özel moda markaları .....	349	-	350	313
Kozmetik .....	346	509	220	-
Ev & Hediyeleşik .....	226	-	159	-
Çocuk .....	308	-	255	-
<b>Beymen perakende satış kanalları için ortalama ilk perakende satış fiyatı<sup>(1)</sup> .....</b>	<b>756</b>	<b>2.567</b>	<b>679</b>	<b>313</b>

(1) Ortalama ilk perakende satış fiyatı; net satışın ilk perakende satış fiyatı karşılığı / satılan ürün adedi olarak (KDV hariç) hesaplanmıştır.

#### b. Ürün Grupları

Şirket, beş ana ürün kategorisi altında hazır giyim, ayakkabı, çanta, aksesuar, kozmetik ve ev ürün gruplarını sunmaktadır. Aşağıdaki tabloda, ürün gruplarının her bir satış kanalı açısından belirtilen dönemlerdeki net perakende satışlara olan oranı verilmektedir.

31 Aralık 2017'de sona eren yıl için

	Multi-brand mağazalar	Mono-brand mağazalar	E-ticaret kanalı (%)	Beymen Club mağazaları	Multi-brand mağazalar + e-ticaret kanalı
Hazır giyim .....	49,9	46,6	43,2	85,6	49,0
Ayakkabı .....	23,8	25,1	34,9	5,7	25,2
Çanta .....	13,2	23,7	13,2	3,5	13,2
Aksesuar .....	6,5	4,4	5,6	5,1	6,4
Kozmetik .....	4,3	0,2	1,8	0,0	4,0
Ev .....	2,4	0,0	1,4	0,0	2,2
<b>Toplam</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Şirket, multi-brand mağazalar, mono-brand mağazalar ve e-ticaret kanallarındaki ayakkabı, çanta ve aksesuar gruplarında özellikle güçlü bir pozisyona sahiptir. 31 Aralık 2017'de sona eren yılda, ayakkabı, çanta ve aksesuar satışları, Şirket'in doğrudan işlettiği multi-brand mağazalar ve e-ticaret kanalından elde edilen net perakende satışların %44,8'ini oluşturmuştur. Ayakkabı, çanta ve aksesuar grupları, 31 Aralık 2017'de sona eren yılda Şirket'in mono-brand mağazalardan elde ettiği net perakende satışların %53,2'sini temsil eden en önemli ürün gruplarıdır.

Hazır giyim, Beymen Club mağazalarının en önemli ürün grubudur ve 31 Aralık 2017'de sona eren yılda Şirket tarafından işletilen Beymen Club mağazalarından elde edilen net perakende satışların %85,6'sını teşkil etmiştir.

c. *Markalar*

Beymen, önde gelen uluslararası lüks markaların Türkiye'de tercih ettiği iş ortağıdır. Şirket, 900'ü aşkın global markayı kapsayan geniş bir ürün portföyüne sahiptir. Şirket, bu global markalar ile güçlü ve uzun süredir devam eden ortaklıklara sahiptir. Global markalara ek olarak, Şirket, Beymen özel markaları altında da ürünler sunmaktadır. 31 Aralık 2017'de sona eren yılda, Türkiye'de yalnızca Şirket tarafından satılan markalar; Şirket'in global moda markaları ve Beymen özel moda markalarının, (kozmetik, ev & hediyelik ve çocuk kategorileri hariç) satışlarından elde edilen net perakende satışlarının %71,0'ini temsil etmiştir.

e.7. Global Moda Markaları

Şirket, multi-brand mağazalarda, mono-brand mağazalarda ve aynı zamanda e-ticaret kanalı vasıtasıyla çok sayıda önde gelen global moda markasını satışa sunmaktadır. 31 Aralık 2017'de sona eren yılda, global moda markalarından yapılan satışlar Şirket'in net perakende satışlarının %72,9'unu teşkil etmiştir.

Türkiye'de sadece Beymen mağazalarında satılan global moda markaları, Şirket'in faaliyetlerinin büyük bir bölümünü oluşturmaktadır ve Beymen'e rekabet açısından önemli bir üstünlük sağlamaktadır. Örneğin, 31 Aralık 2017'de sona eren yılda, sadece Beymen mağazalarında satılan global moda markalarının satışları, global moda markalarının toplam satışından elde edilen net perakende satışların %62,6'sını temsil etmiştir.

Şirket'in global moda markası portföyü, tasarımcı markalarını ve contemporary markaları içermektedir. 31 Aralık 2017 tarihinde sona eren yılda, Şirket'in multi-brand ve e-ticaret kanallarından yaptığı global moda markaları satışlarının %77,4'ünü tasarımcı markaları ve %22,6'sını contemporary markalar oluşturmuştur. Şirket'in global moda markaları ürün portföyü, hazır giyim ve aynı zamanda ayakkabı, çanta ve aksesuardan oluşmaktadır.

31 Aralık 2017'de sona eren yılda, global moda markalı ürünlerin net perakende satışlarının %60,2'si kadın ürünlerinin satışından gerçekleşmiş olup, erkek ürünleri bu satışların %39,8'ini teşkil etmiştir.



Aşağıdaki tabloda (i) global moda markaları altında sunulan her bir ürün grubunun net perakende satış tutarı ve (ii) bu ürün gruplarının global moda markalarının toplam net perakende satış tutarına oranları verilmektedir.

	31 Aralık'ta sona eren yıl						2016 ve 2015 karşılaştırması	2017 ve 2016 karşılaştırması	2015 ile 2017 arası
	2015		2016		2017				
		Net perakende satış <sup>(1)</sup> %'si		Net perakende satış <sup>(1)</sup> %'si		Net perakende satış <sup>(1)</sup> %'si			
	<i>(yüzdeler hariç Türk Lirası)</i>								
Hazır giyim.....	307.089.460	50,7	333.215.663	49,2	410.515.838	48,5	8,5	23,2	15,6
Ayakkabı.....	157.728.896	26,0	187.726.763	27,7	246.708.105	29,2	19,0	31,4	25,1
Çanta .....	103.281.639	17,1	116.159.602	17,2	139.712.320	16,5	12,5	20,3	16,3
Aksesuar .....	37.545.342	6,2	40.060.941	5,9	48.800.006	5,8	6,7	21,8	14,0
<b>Toplam</b>	<b>605.645.336</b>	<b>100%</b>	<b>677.162.968</b>	<b>100%</b>	<b>845.736.270</b>	<b>100%</b>	<b>11,8</b>	<b>24,9</b>	<b>18,2</b>

(1) Global moda markalarının satışlarından oluşan net perakende satış rakamlarıdır.

#### e.8. Beymen Özel Moda Markaları

Beymen faaliyetlerine ilk olarak 1969'da bir hazır giyim markası olarak, kendi özel markaları ile başlamıştır. Şirket'in üç temel Beymen özel markası, Beymen Club, Beymen Collection ve Academia'dır. Bunlara ek olarak Şirket, Beymen özel markalarının ürün yelpazesini zenginleştiren ve müşteri ihtiyaçlarına yönelik olarak Beymen çanta ve aksesuarlar, Beymen Blender, Beymen eşarp gibi başka Beymen özel moda markalarına ve Beymen Home, Beymen Gift ve Beymen Chocolate gibi Beymen özel ev markalarına sahiptir. Beymen özel markaları, Şirket'in 31 Aralık 2017'de sona eren yılda elde ettiği toplam net perakende satışın %21,4'ünü oluşturmuştur.

31 Aralık 2017'de sona eren yılda, Şirket'in toplam net perakende satış tutarının %21,1'i, Beymen özel moda markalarının satışından gerçekleşmiştir. Global moda markalarına kıyasla daha erişilebilir bir fiyatlandırma stratejisi ile Beymen özel moda markaları, Şirket'e yeni müşteri kazanmaya yönelik imkân sağlamaktadır. 31 Aralık 2017'de sona eren yıl için, multibrand yeni müşterinin %31,8'inin, internet yeni müşterinin %53,7'sinin ilk alışverişleri Beymen özel moda markalarını içermektedir.

Şirket, Beymen özel moda markalarına odaklanarak bu markaların portföy içerisindeki payını yıllar içinde korumuştur. Şirket'in toplam net perakende satış tutarı içinde Beymen özel moda markalarının satışlarından elde edilen net perakende satış payı, 2015'ten 2017'ye %19,1'den %21,1'e yükselmiş olup aynı döneme ilişkin YBBO %26,4 olmuştur. Bu büyüme, temel olarak, Beymen Club markasının satışlarından elde edilen net perakende satış tutarının 2015'ten 2017'ye %36,0 YBBO ile büyümesinden kaynaklanmıştır. Beymen Club, en büyük Beymen özel moda markasıdır ve Beymen Club mağazaları ile e-ticaret kanalında satışa sunulmaktadır. Beymen Collection ve Academia da dâhil tüm diğer Beymen özel moda markaları, multibrand mağazalar ve e-ticaret kanalında satışa sunulmaktadır.

Aşağıdaki tabloda Beymen özel moda markalarının toplamı içinde, (i) her bir Beymen özel moda markasının satışından elde edilen net perakende satış ve (ii) her bir Beymen özel moda markasının net perakende satış tutarı içindeki yüzdeleri olarak kırılımlarına yer verilmektedir.

31 Aralık'ta sona eren yıl

	2015		2016		2017		2016 ve 2015	2017 ve 2016	2015 ile	
	Net perakende satış <sup>(2)</sup> %’si		Net perakende satış <sup>(2)</sup> %’si		Net perakende satış <sup>(2)</sup> %’si		karşılaştırması	karşılaştırması	2017 arası	
							Büyüme	Büyüme	YBBO	
	<i>(yüzdeler hariç Türk Lirası)</i>									
Beymen Club	76.692.128	50,1	94.801.815	53,1	141.948.098	58,1	23,6	49,7	36,0	
Beymen Collection	47.821.908	31,3	49.585.291	27,8	58.125.291	23,8	3,7	17,2	10,2	
Academia	11.800.489	7,7	14.085.892	7,9	18.010.170	7,4	19,4	27,9	23,5	
Diğerleri <sup>(1)</sup>	16.667.270	10,9	19.995.178	11,2	26.232.826	10,7	20,0	31,2	25,5	
<b>Toplam</b>	<b>152.981.795</b>	<b>100,0</b>	<b>178.468.176</b>	<b>100,0</b>	<b>244.316.384</b>	<b>100,0</b>	<b>16,7</b>	<b>36,9</b>	<b>26,4</b>	

(1) “Diğerleri”, Beymen Club, Beymen Collection ve Academia dışındaki Beymen özel moda markalarını içerir. Beymen özel ev markaları hariçtir.

(2) Beymen özel moda markalarının satışlarından oluşan net perakende satış rakamlarıdır.

Beymen özel moda markaları altında erkekler ve kadınlar için hazır giyim, ayakkabı, çanta ve aksesuar ürünleri sunulmaktadır. 31 Aralık 2017’de sona eren yılda, kadın ürünleri, Beymen özel moda markalarının satışlarından elde edilen net perakende satış tutarının %62,7’sini; erkek ürünleri ise %37,3’ünü oluşturmuştur. 31 Aralık 2017’de sona eren yılda Beymen özel moda markalarının satışlarından elde edilen net perakende satış tutarının %80,6’sını hazır giyim, %7,5’ini ayakkabı, %4,6’sını çanta ve %7,3’ünü aksesuar oluşturmuştur.

#### e.9. Beymen Club

Beymen Club, tüm Beymen portföyü içinde net perakende satış tutarı en büyük markadır. Aynı zamanda Beymen Club, Türkiye’nin önde gelen erişilebilir lüks markalarından biridir. Beymen Club KDV hariç ilk perakende satış fiyatı ortalama 311 TL olan ürünleri ile Şirket’in daha geniş bir müşteri çevresine hitap etmesini sağlamaktadır. Beymen Club markasıyla hedeflenen, hem kadınlar, hem de erkekler için rahat ve şık bir yaşam tarzını temsil etmek olup bu marka altında yaygın bir şekilde benimsenen güncel moda eğilimleri takip edilmektense özgün koleksiyonlar oluşturulmaktadır. 31 Aralık 2017 tarihinde sona eren yıl için, Beymen Club markalı ürünler, Türkiye’de 15 şehirde yer alan 44 Beymen Club mağazası (bunların 9’u, bayiler tarafından işletilmektedir) ve e-ticaret kanalı vasıtasıyla satılmaktadır. Beymen Club satışlarından elde edilen net perakende satış tutarı, 2015’ten 2017’ye %36,0’lık bir YBBO ile artış göstermiştir. Beymen Club markalı ürünlerin net perakende satış tutarı 2016 yılında 2015’e kıyasla %23,6 oranında, 2017’de ise 2016’ya kıyasla, %49,7 oranında büyüme kaydetmiştir.

Beymen Club bir yaşam tarzı sunmayı hedefleyen bir marka olup hazır giyim, ayakkabı, çanta ve aksesuar ürünleri sunmaktadır. Hazır giyim, Beymen Club markasının en önemli ürün grubudur ve gömlek, triko, dış giyim, tişört ve uzun kollu tişört / uzun kollu pamuklu kazak (*sweat-shirt*), pantolon ve benzeri birçok ürün içermektedir. Beymen Club markasına ait ürünlerin tamamı Şirket içinde özel bir tasarım ekibi tarafından tasarlanmaktadır. 31 Aralık 2017’de sona eren yılda, Beymen Club markasının satışlarından elde edilen net perakende satış tutarının %87,1’ini hazır giyim, %6,8’ini ayakkabı, %4,9’unu aksesuar, %1,3’ünü çanta satışları oluşturmuştur.

31 Aralık 2017’de sona eren yılda, Beymen Club ürünlerinin net perakende satış tutarının %67,6’sı kadın ürünlerinin ve %32,4’ü ise erkek ürünlerinin satışından oluşmuştur.

#### e.10. Beymen Collection

Beymen Collection, 31 Aralık 2017’de sona eren yılda, net perakende satış tutarı bakımından, tüm Beymen markaları içinde en büyük üçüncü markadır. Beymen Collection markası altında, Şirket’in multi-brand mağazalarında ve e-ticaret kanalında kadınlar ve erkekler için hazır giyim, ayakkabı, çanta ve aksesuardan oluşan yüksek kalitede seçkin ürünler sunulmaktadır.

31 Aralık 2017’de sona eren yılda, Beymen Collection markası ürünlerin net perakende satışlarının, %58,6’sını “Beymen Collection-Erkek”, %41,4’ünü Beymen Collection-Kadın oluşturmuştur.

2015’ten 2017’ye (i) Beymen Collection-Erkek ürünlerinin net perakende satış tutarı, %7,9’luk bir YBBO ile ve (ii) Beymen Collection-Kadın ürünlerinin net perakende satış tutarı, %13,9’luk bir YBBO ile artış göstermiştir. Kadın ürünlerinin Beymen Collection markasının net perakende satışlarındaki payı, 2015’ten bu yana %38,8’den %41,4’e yükselmiştir. 2016’daki zorlu pazar şartlarının ardından 2016 yılına kıyasla 2017 yılında, erkek ürün satışları %15,9 ve kadın ürün satışları %19,2 oranında büyüme kaydetmiş ve Beymen Collection markasının toplam satışında gerçekleşen büyüme %17,2 olmuştur.

Beymen Collection-Erkek, yüksek kumaş kalitesi ve işçilik ile birlikte şık, günlük ve güncellenmiş klasik erkek giyimine yönelik ürün seçenekleri sunmaktadır. Günlük ve klasik giyim arasındaki oran, talebe ve mevsimsel yönelimlere yanıt verebilecek şekilde dengelenmektedir. Sunulan ürün yelpazesi temel olarak hazır giyimden oluşmakta olup hazır giyim, 31 Aralık 2017’de sona eren yılda, Beymen Collection-Erkek net perakende satış tutarının %84,8’ini temsil etmiştir. Aynı dönem içinde, Beymen Collection-Erkek markasının net perakende satış tutarının, %8,4’ünü aksesuarlar, %5,8’ini ayakkabılar ve %1,1’ini çantalar oluşturmuştur.

Beymen Collection-Erkek, dünyanın köklü erkek moda evlerinden biri olan İtalyan Corneliani firması ile 1990’lardan bu yana çok güçlü bir ilişkiye sahiptir. 2007’de, Beymen ve Corneliani, takım elbise, ceket, pantolon ve smokin ürünlerinde işbirliğine gitme kararı vermiş olup, o günden günümüze söz konusu koleksiyonlar Beymen Collection-Erkek markası için Corneliani ve Beymen ekipleri tarafından birlikte tasarlanmakta ve Corneliani tarafından üretilmektedir.

Beymen Collection-Kadın, Beymen Collection-Erkek’e benzer şekilde yüksek kalitede seçkin ürünler sunmakta olup ürün yelpazesinin çoğunluğu güncellenmiş klasik ürünlerden oluşmaktadır. Yüksek kalitede kumaş seçimi ve ince işçilik, markanın özgünlüğünü ve kimliğini oluşturan unsurlardır. 31 Aralık 2017’de sona eren yılda, Beymen Collection-Kadın markası satışlarından elde edilen net perakende satış tutarının, %81,0’ını hazır giyim, %12,0’ını ayakkabılar ve %7,0’ını aksesuarlar temsil etmiştir. Beymen Collection-Kadın, ilgili marka için çalışan bir tasarım ekibi tarafından tamamen Şirket içinde tasarlanmaktadır.

#### e.11. Academia

Academia markası, küresel güncel moda yönelimleri ışığında yenilikçi ve çağdaş tasarım tekniklerini kullanmakta ve erişilebilir fiyatlı, yüksek kaliteli ürünler ile daha genç ve modayı yakından takip eden bir müşteri kitlesini hedeflemektedir. Koleksiyonun çoğunluğu rahat ve günlük giyim ürünlerinden oluşmaktadır. Academia markası, multi-brand mağazalar ve e-ticaret kanalı vasıtasıyla satılmaktadır. Academia, 31 Aralık 2017’de sona eren yılda net perakende satış tutarı bakımından Şirket’in tüm marka portföyü içinde, en büyük 10’uncu markadır. Academia markası, trendleri takip eden günlük giyim ürünleri sunmaktadır. Academia, Beymen Collection ile karşılaştırıldığında, daha genç bir müşteri kitlesine sahiptir. Academia markasının hem kadın hem de erkek koleksiyonları, hazır giyime ağırlık vermekte olup, hazır giyim 31 Aralık 2017’de sona eren yılda Academia markalı ürünlerin net perakende satış tutarının %99,0’ını temsil etmiştir.

#### e.12. Diğer Beymen Özel Moda Markaları

Şirket, Beymen özel moda markaları kapsamında sunduğu 3 ana markaya ek olarak Beymen çanta ve aksesuar, Beymen eşarp, tişört, dış giyim ve plaj giysileri gibi kategori ve ürünler de sunmaktadır. Bunların bazıları kalıcı koleksiyonlar bazıları ise sezonluk ve yeni yıl, anneler günü vb. özel günlere özgü koleksiyonlardır. Söz konusu ürünler, markanın kimliğine uyumlu biçimde ve hedef müşteri gruplarının ihtiyaçlarını karşılama amacıyla, bu konuda deneyime sahip ayrı bir tasarım ekibi tarafından tasarlanmaktadır. Hazır giyim odaklı üç ana Beymen özel moda markasından (diğer bir ifade ile, Beymen Club, Beymen Collection ve Academia) farklı olarak, diğer Beymen özel moda markalarında hazır giyim dışındaki gruplar daha ağırlıklıdır. 31 Aralık 2017’de sona eren yılda, diğer Beymen özel moda markalarının

satışından elde edilen net perakende satışların, %23,2'sini aksesuarlar, %34,3'ünü çantalar, %27,6'sını hazır giyim ve %15,0'ını ayakkabılar oluşturmuştur.

Ayrıca, Beymen özel moda markalarının toptan satışı da yapılmaktadır. Şirket, Beymen özel moda markalarının bir kısmını internet sitelerine ve çok katlı mağazalara satmaktadır. Toptan satış kanalı vasıtasıyla satılan temel ürün kategorileri, Beymen çanta ve aksesuar, (toptan satış kanalı için özel olarak tasarlanan) Beymen Studio hazır giyim ve Beymen eşarplarıdır.

#### d. Kozmetik

Şirket, kozmetik satışına, Beymen'in Zorlu Center alışveriş merkezindeki mağazasının açılışı ile birlikte Eylül 2013'te başlamıştır. Bu mağazada elde edilen başarının ardından, Şirket, diğer multi-brand mağazalar ve e-ticaret kanalı üstünden de kozmetik ürünleri satışını hızla yaygınlaştırmıştır. Kozmetik en hızlı büyüyen ürün kategorilerinden biridir ve 31 Aralık 2017'de sona eren yılda, kozmetik satışları 2015'ten 2017'ye %60,3'lük bir YBBO ile büyümüştür. Kozmetik satışları, 31 Aralık 2017'de sona eren yılda Şirket'in net perakende satışlarının %3,2'sini temsil etmiştir.

Şirket, ağırlıklı olarak özgün parfümler olmak üzere, kozmetik kategorisi altında 70'in üzerinde markayı seçici olarak satışa sunmaktadır. Ayrıca makyaj, cilt ve vücut bakımı ürünleri de satılmaktadır. 31 Aralık 2017'de sona eren yılda, kozmetik ürün satışından elde edilen net perakende satışların, %67,8'ini parfüm, %18,6'sını makyaj ürünleri, %11,8'ini cilt bakım ürünleri ve %1,8'ini diğer ürünler temsil etmiştir.

31 Aralık 2017'de sona eren yılda, kozmetik satışlarının yalnızca %6,9'u konsinye ürünlerin satışından gerçekleşmiştir.

#### e. Ev & Hediyelik

Şirket, dört adet multi-brand mağazada ve e-ticaret kanalı vasıtasıyla seçici olarak ev & hediyelik ürünleri satışa sunmaktadır. Ayrıca, diğer multi-brand mağazalarda da seçici hediyelik ürünler satışa sunulmakta olup, anneler günü ve yeni yıl gibi özel dönemlerde multi-brand mağazalarda ürün çeşitliliği genişletilmektedir. Ev & hediyelik kategorisi satışları, 31 Aralık 2017'de sona eren yılda Şirket'in toplam net perakende satış tutarının %2,0'ını temsil etmiştir.

Bu ürün kategorisi altında Şirket, ev aksesuarları, sofralar grubu, ev tekstili (nevresim, yatak örtüsü, vb.), çikolata, banyo aksesuarları, mobilya, ve benzeri ev eşyaları satmaktadır. Beymen Chocolate ürünlerinin satışları da ev & hediyelik kategorisi altında değerlendirilmektedir. 31 Aralık 2017'de sona eren yılda, Şirket'in, ev & hediyelik satışlarından elde edilen net perakende satış tutarının, %32,5'ini ev aksesuarları, %31,4'ünü sofralar grupları, %8,8'ini ev tekstili, %8,6'sını mobilya ve %18,7'sini diğer ürünler temsil etmiştir.

Bu ürün kategorisi altında, hem global markalar, hem de Beymen özel ev markaları satışa sunulmaktadır. 31 Aralık 2017'de sona eren yılda, Şirket'in ev & hediyelik ürün satışlarından elde edilen net perakende satış tutarının, %17,9'unu Beymen özel ev markaları, %43,2'sini kesin satın alma modeli ile alınan global markalar ve %38,9'unu konsinye global markalar temsil etmiştir.

#### f. Çocuk

Şirket, dört adet multi-brand mağazada ve e-ticaret kanalı vasıtasıyla 0-14 yaş aralığındaki çocuklara yönelik ürünleri satışa sunmaktadır. Çocuk kategorisi satışları, 31 Aralık 2017'de sona eren yılda Şirket'in net perakende satışlarının %0,9'unu temsil etmiştir. Çocuk kategorisi, en hızlı büyüme kaydeden kategoriler arasındadır. Çocuk kategorisi satışları, 2015'ten 2017'ye %39,9'luk bir YBBO ile artış göstermiştir. Şirket, ayrıca, 2018'de, beşinci bir lokasyon olarak Ankara'daki Panora alışveriş merkezindeki Beymen multi-brand mağazasında da çocuk kategorisi satışa sunmuş olup bu kategoriyi diğer multi-brand mağazalara da seçici olarak yaymayı planlamaktadır.

Bu kategori altında, hazır giyim, ayakkabı, çanta, aksesuar, oyuncak ve kitap satışı gerçekleştirilmektedir. 31 Aralık 2017’de sona eren yılda, çocuk kategorisinin satışından elde edilen net perakende satışların, %63,8’ini hazır giyim, %17,2’sini ayakkabı, %14,8’ini aksesuar, %2,2’sini çanta ve %2,1’ini çocuk ev ürünleri temsil etmiştir.

31 Aralık 2017’de sona eren yılda, çocuk kategorisi satışlarından elde edilen net perakende satış tutarının, %11,1’ini konsinye, %88,9’unu ise kesin satın alma modeli ile alınan global markalar temsil etmiştir.

### **C. Marka ve Ürün Yönetimi**

#### **a. Global Moda Markalarının Satın Alma Süreci**

##### **a.1. Satın Alma Departmanının Organizasyon Yapısı**

Beymen satın alma ekiplerinin temel görevi, mağazalarda satılacak marka ve ürünlerin belirlenmesi ve gerekli satın almanın gerçekleştirilmesidir. Şirket portföyünde 900’ü aşkın marka mevcuttur ve satın alma ekipleri, her sezon bu markalardan ürün satın almaktadır. Satın alma ekipleri, “erkek” ve “kadın” için ürün satın almaya yönelik olarak iki ana departmandan oluşmaktadır. Her iki departman, ürün gruplarından sorumlu daha küçük satın alma ekiplerine ayrılmıştır. Satın Alma ve Üründen Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı’na (CMO - Chief Merchandising Officer) raporlamada bulunan, “erkek” ve “kadın”lara yönelik satın alma departmanlarını yöneten iki ayrı satın alma direktörü bulunmaktadır. Satın alma direktörlerinin yönettiği satın alma departmanları, baş satın alma sorumluları, kıdemli satın alma sorumluları ve satın alma sorumlularından oluşmaktadır.

Satın alma direktörleri ve CMO’nun en önemli görevleri, müşteri ihtiyaçlarını anlamak, perakende eğilimlerini ve gelişmelerini öngörmek, gelecek vaat eden markaları belirlemek, satın alma departmanları ve ekiplerine yön vermek ve diğer taraftan da bu öncelik ve stratejilerin tutarlı bir şekilde uygulandığından emin olmaktır. Satın alma ekiplerinin en güçlü yanlarından biri, müşteriler tarafından beğenilen ve takip edilen markalar ve ürün kategorilerinin başarılı bir şekilde derlenmesi ve kurgulanmasıdır. Ayrıca; markalar ile müzakerelerin yürütülmesi ve anlaşmalara varılması, münhasırlık ve avantajlı ticari şartlar elde etmek amacıyla uzun süreli ve sağlam ilişkiler kurulması, satın alma direktörleri ve CMO’nun en önemli becerileri ve öncelikleri arasında yer almaktadır. Bu kişiler ayrıca sezon boyunca, devam eden satın alma süreci için, en doğru alımı yapmak amacı ile gerekli bütçe revizyonları ve bütçe kalemleri arasında geçiş yapılması konusunda Şirket’e gerekli görüşlerini bildirir.

##### **a.2. Satın Alma için Bütçe Planlama**

Şirket’in satın alma süreci, satın alma, bütçe planlama ve perakende ürün yönetimi ekiplerinin yer aldığı sezon bütçe planlaması ile başlar. Planlama ve ürün yönetimi departmanı tarafından taslak satın alma bütçeleri oluşturulur. Söz konusu bütçe, daha sonra, trend tahminleri, markalar ile ilgili son gelişmeler ve müşteri ve mağaza geri bildirimleri gibi niteliksel veriler ile işlenir. Sezona ilişkin nihai satın alma bütçesi, Şirket CEO, CFO, CCO ve CMO’su tarafından teyit edilir. Bütçe onayının ardından satın alma dönemine başlanır.

##### **a.3. Satın Alma Dönemi**

Satın alma ekipleri, planlanan satın almanın gerçekleştirilmesi için, her sezon birkaç ayı seyahat ederek geçirir. Sonbahar/kış sezonuna yönelik satın almalar, Aralık’tan Nisan ayına kadar; ilkbahar/yaz sezonuna yönelik satın almalar ise, Mayıs ayından Eylül ayı sonuna kadar gerçekleşmektedir. Sezon satın alma bütçesinin yaklaşık %80’i ön koleksiyonlardan oluşmaktadır. Defile koleksiyonları ise daha küçük satın alımları oluşturur. Ön koleksiyonlar, her markanın sezon içinde teslimatı daha erken gerçekleştirilen ilk ürünleridir. Defile koleksiyonları ise, genellikle, yılda iki kez bir moda defilesi veya sunumu ile sergilenen son koleksiyonlardır. Bunlar, ilgili sezonun daha sonraki evrelerinde beğeniye sunulur. Satın alma ekipleri, Şirket’in çalıştığı veya ilgi duyduğu her markanın sezonluk satış kampanyalarına, sezon ürünlerinin

sergilendiği galerilere (*showroom*), fuarlara ve moda haftalarına katılırlar. Satın alma ekibi üyelerinin tümünün toplamda bu seyahatlerde harcadığı gün sayısı yılda yaklaşık 1.000 adam-günü bulmaktadır. Satın alma ekipleri satın alma döneminde, bütçe planlama ve ürün yönetimi ekiplerinin de bütçe ile karşılaştırmalı olarak satın alma sezonunun ilerleyişini izlemeleri için satın alma aktivitelerini, haftalık aralıklarla, Şirket'in satın alma operasyonlarına ilişkin portalına yüklerler. Bu şekilde, verilerin bütün bir hale getirilmesi, satın alma ekiplerinin koordinasyonda kalmaları ve satın alma sürecinin bütçeye uygun şekilde yürütülmesi sağlanır. Satın alma döneminin sonunda, mağazalar arasında yapılacak stok dağılımları, başlangıç marjı (diğer bir ifade ile, her markadaki her bir ürün için uygulanacak kâr marjları) ve mağazalara sevkiyat detayları ile satın alma planı oluşturulur. Bu dönem sonrasında, fiili satın almalar ürün yönetimi departmanı tarafından kontrol edilir; ürün yönetimi departmanı fiyatlandırmaları müzakere eder ve sevkiyatları düzenler.

#### *a.4. Sezon Sırasında Satın Alma Ekiplerinin Aktiviteleri*

Satın alma departmanları, ayrıca, yıl boyunca satış performansını takip etmek ve satışları artırmak için stratejiler geliştirmekten sorumludur. Halkla ilişkiler ve pazarlama ekipleri ile birlikte etkinlikleri, müşteriler için özel sunumları (diğer bir ifade ile, müşterilerin özel sipariş talebinde bulunduğu etkinlikler), sosyal ve basılı medyada yer alacak içeriğin kapsamını planlarlar. Ayrıca, markalar ile hedefleri karşılayan satış personeline ödül olarak prim veya hediye ürün verilmesi gibi satış teşviklerini belirler, marka temsilcileri tarafından satış personeline mağazalarda markanın geçmişi, koleksiyonlar ve satış teknikleri konusunda eğitimler verilmesi için de işbirliği yaparlar. Ayrıca sezon içinde mağazalarda çalışan satış ekiplerine satılan ürünler hakkında verilen eğitimler ve mağaza ürün yönetim ekiplerinin yardımı ile ürünlerin mağazalar arasında transferi diğer önemli sorumlulukları arasındadır. Son olarak, satın alma ekipleri sezon boyunca markaların doğru marka ortamına yerleştirilmiş olduğundan (diğer bir ifade ile, mağaza içi sergilemenin ve vitrin sergilemesinin, ilgili markanın imajı ve reklam stratejisi ile uyumlu olması) ve mümkün olan en iyi şekilde sergilendiğinden emin olmak üzere görsel ürün yönetimi departmanı ile işbirliği yaparlar. Satın alma ekipleri, markaların multi-brand ve mono-brand mağazalarda uygun bir şekilde temsil edilmesini sağlamak amacı ile her markanın görsel kurallarını, görsel ürün yönetim departmanı ile paylaşır.

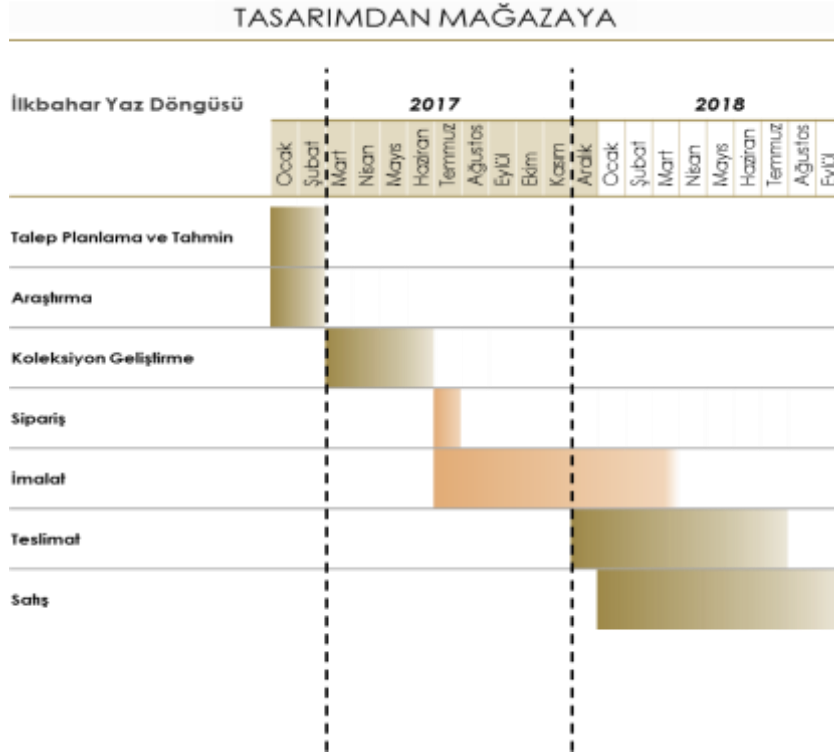
#### *b. Beymen Özel Moda Markalarının Tasarımı ve Geliştirilmesi*

Şirket'in; her biri, erişilebilir lüks pazarındaki farklı müşteri gruplarına odaklanan üç adet Beymen özel moda markası bulunmaktadır: Beymen Club, Beymen Collection ve Academia. Bu markaların ürünleri, bir yandan her bir markanın kimlik ve amacını korurken diğer yandan hedef müşteri segmentlerinin ihtiyaçlarını karşılamayı amaçlayan farklı kurum içi tasarım ekipleri tarafından tasarlanmaktadır.

Beymen özel moda markalarının her biri, kurum içi tasarımcılar, satın alma sorumluları ve ürün yöneticilerinden oluşan ayrı ekiplere sahiptir ve bu ekipler toplamda 80 kişilik bir personel grubunu oluşturmaktadır. Bu ekipler, ürün tasarım ve üretim süreci boyunca Beymen Özel Markalar Direktörü tarafından koordine edilir. Şirket, her bir markanın kimliğini göz önünde bulundurmak suretiyle, her sezonun global eğilimleri doğrultusunda yeni bir koleksiyon konsepti geliştirir. Beymen özel moda markalarının tasarımı ve geliştirilmesi, Şirket'in kurum içi tasarım ekipleri tarafından gerçekleştiriliyor olsa da, Beymen özel moda markalarının bazı ürün kategorileri için üçüncü şahıs tasarımcılar ile çalışılabilmektedir. Örneğin, Beymen Collection-Erkek markasının takım elbise, ceket ve pantolonlarının üretimi için 2007'den bu yana İtalyan markası Corneliani ile çalışılmaktadır. Ayrıca, 2015 ve 2016 yıllarında Şirket, Beymen çanta ve aksesuarların marka kimliğini yenilemek amacıyla 'Studio L72' adlı İtalyan Tasarım Stüdyosu ile çalışmıştır.

Her bir koleksiyonun tasarım ve geliştirme süreci, koleksiyonun müşterilerin beğenisine sunulmasından bir yıl önce başlar ve yaklaşık beş ay sürer. Bu sürecin başında ticari yönlendirmeler (adet ve tutar, geçmiş performans vb.) ve koleksiyona özgü detaylar (renk, kullanılacak materyaller, fitler vb.) belirlenir. Bu yönlendirme üzerine, kategori ve fiyat aralıkları kırılımında yeni koleksiyonun yapısı oluşturulur. Bu süre içinde, Şirket'in tasarım ekipleri, fuarları ziyaret eder, ilham almak için seyahatlere çıkar ve daha sonra sezona özgü hikâyeyi oluştururlar. Tasarım ekipleri daha sonra desenleri tasarlamaya, malzeme seçimine ve taslakların çizimine başlar. Ardından kalıplar ve model ürünler hazırlanır. Model ürünler değerlendirildikten ve üzerlerinde değişiklik yapıldıktan sonra stil komitesi numuneleri onaylar.

Tüm Beymen özel moda markalarının koleksiyon döngüsü bir yıl içinde, ilkbahar/yaz (diğer bir ifade ile, Aralık ila Eylül) ve sonbahar/kış (diğer bir ifade ile, Haziran ila Mart) olmak üzere, iki “sezon”dan oluşur. Şirket, bütün bir koleksiyonu mağazalara tek seferde göndermemekte, sezon boyunca altı ay içinde parça parça hazırlanan koleksiyonun satış kanallarına teslimatını tamamlamaktadır. Her ayın farklı bir öyküsü ve renk teması vardır ve her öykü, haftalık aralıklarla sunulur. Bu da, mağazalara her hafta yeni ürünlerin geldiği anlamına gelmektedir. Şirket, bu şekilde, müşterilerin birden fazla kez ve düzenli olarak mağazaları ziyaret etmesini amaçlamaktadır. Aşağıdaki tabloda, ilkbahar-yaz sezonu için bir koleksiyon döngüsü örneğine yer verilmektedir:



Ürün müdürleri, bir önceki sezonun performansını göz önünde bulundurarak; mağaza kapasiteleri, müşteri profilleri ve satış yeterliliklerine göre her bir ürünün dağıtım planı için mağazaları gruplandırır.

### b.1. Üretim & Tedarik Yönetimi

Şirket, tedarik sürecini iki farklı evrede yönetmektedir: hammadde ve bitmiş ürün tedariki. Hammadde tedarik ekibi, en iyi kumaş ve aksesuarları şirket açısından en avantajlı şartlarla tedarik etmeyi amaçlar. Diğer tedarik ekibi ise, numune oluşturma ve bitmiş ürünlerin üretimini takip etmekten sorumludur. Şirket, hammadde ve bitmiş ürün tedarik süreçlerinde yer alıyor olmasına rağmen, Beymen özel moda marka ürünlerinin imalatını gerçekleştirilmemektedir. Beymen özel moda marka ürünlerinin imalatı diğer üretici firmalar tarafından gerçekleştirilmektedir. Tasarım ekibi, en verimli kumaş tüketimini gerçekleştirmeyi amaçlarken, ürün müdürleri ve tedarik ekipleri de, asgari üretim kısıtlamaları ile tedarikçiler arasında ölçek ekonomilerinin nasıl oluşturabileceğini dikkate alarak nihai maliyet fiyatları üzerinde çalışırlar. Şirket, bu maliyet mühendisliği sürecinin sonucunda, müşteriler için olası en iyi değer sunumunu sağlamayı hedeflemektedir.

Şirket, uzun vadeli ortaklıkların ürünlerde yüksek kalite ve maliyetlerde tutarlılık sağladığına inandığından, iş ortakları ile güçlü ilişkiler kurmuştur. 31 Aralık 2017 itibariyle, Şirket, yaklaşık 60 hazır giyim tedarikçisi ve yaklaşık 90 ayakkabı ve aksesuar tedarikçisi ile çalışmaktadır. 31 Aralık 2017’de sona eren yılda, Şirket tüm ürün grupları için 180’den fazla tedarikçi ile çalışmıştır. Şirket’in en fazla birlikte çalıştığı 10 tedarikçi

Şirket'in tedarik maliyetlerinin sadece %31,7'sini teşkil etmiştir. Farklı tedarikçilerle çalışılıyor olması Şirket'in ilgili faaliyetler için belli tedarikçilere bağlılığını azaltmaktadır.

#### **b.2. Kalite Kontrol**

Şirket, Beymen ürünlerinin kalitesini güvence altına almak amacı ile, global standartlar ile uyumlu şekilde katı kalite kontrol süreçleri uygulamaktadır. Kalite kontrol denetimleri iki aşamada yürütülmektedir: (i) ürünün imalat aşaması sırasında ve (ii) üretim sona erdikten sonra ancak ürün depoya sevk edilmeden önce.

Şirket, aynı zamanda, tedarikçilerin işyeri sağlığı ve güvenliği ve çevrenin korunması konularında uyumunu izlemektedir. Boyner Grubu'nun sürdürülebilirlik departmanı bu uyum denetimlerini yürütür ve bu uyum aktivitelerinin sonuçlarını Şirket'e rapor eder.

#### **D. Tedarik Zinciri ve Lojistik**

##### **a. Tedarik Zinciri**

31 Aralık 2017'de sona eren yılda, Şirket, portföyündeki ürünlerin %66,9'unu ithal etmiştir. 2017 yılında Şirket'in yapmış olduğu ithalatın büyük çoğunluğunun Avrupa Birliği Gümrük Birliği ülkelerinden olması, ürünlerin gümrük işlemlerinde kolaylık ve Avrupa Birliği gümrük kuralları gereği maliyet avantajı sağlamaktadır. Şirket, Türkiye'nin Avrupa Birliği Gümrük Birliği ülkeleri arasında olması sebebiyle söz konusu ülkelere yapacağı ithalat için ek bir vergi yükümlülüğü ile karşı karşıya kalmayı beklememektedir.

İthal edilen ürünler, ülkelerinden üçüncü taraf nakliyeciler tarafından taşınır. 2017 yılı itibariyle, Şirket, üçüncü taraf nakliyecilere olan bağımlılığından doğabilecek riskleri yönetmek ve nakliyecilerin farklı ülkelerdeki operasyonel performansını takip edebilmek amacıyla üç farklı nakliyeciden hizmet almaktadır.

Nakliyeciler, ithalat sürecini hızlandırmak için gönderileri ülkelerinden aldıklarında Şirket'e teslimatın durumu konusunda bilgi vererek gümrük işlemleri için gerekli evrakları sağlarlar.

Gümrük işlemlerinin gümrük müşaviri tarafından tamamlanmasının ardından, gönderiler, İstanbul'da yer alan ve Ekol'ün mülkiyeti altında olup Ekol tarafından işletilen depoya sevk edilir. Ürünlerin depoya sevki sonrasında, ürünler etiketlenir ve mağazalara dağıtılır.

Şirket'in yerel tedarikçi ve imalatçılardan satın aldığı ürünler doğrudan İstanbul'daki depoya teslim edilmektedir ve ürünlerin çoğu çapraz sevkiyat yöntemi ile depodan derhal ilgili mağazalara gönderilmektedir.

Ürünlerin bir bölümü, depodan ürün transferi (*replenishment*) ile mağazaya teslim edilme ya da e-ticaret kanalı üstünden alınan siparişlerin karşılanması amacıyla depoda saklanmaktadır.

Her sezonun sonunda, Şirket'in elinde genellikle ilgili sezonun sevkiyatının yaklaşık %10'u kadar satılabilir ürün kalmaktadır. Bu kalan envanter, depoda kalite kontrolünden geçirildikten sonra outlet mağazalara gönderilmektedir.

Şirket, e-ticaret kanalı ile satılan ürünleri, ya depodan ya da mağazaların stoklarından toplamaktadır. Bu ürünler, depoda ya da seçili mağazalarda bulunan paketleme merkezlerinde paketlenir ve kargolanır. 31 Aralık 2017'de sona eren yıl için, e-ticaret kanalı vasıtasıyla alınan siparişlerin %21,0'ı doğrudan seçili mağazalarda bulunan paketleme merkezlerinden gönderilmiştir. Şirket, 2018'de teslimat sürelerini kısaltmak ve müşteri memnuniyetini artırmak için doğrudan mağazalardan gönderimleri artırmayı hedeflemektedir. Şirket'in e-ticaret faaliyetleri, Ekol'ün mülkiyeti ve işletimi altında olan depoda, sadece bu operasyonlar için ayrılmış olan ayrı bir alanda yürütülmektedir.



*b. Lojistik*

Şirket'in lojistik operasyonlarının tamamı, Hadımköy, İstanbul'da yer alan, mülkiyeti Ekol'e ait ve Ekol tarafından işletilmekte olan depoda yürütülmektedir. Depo, Şirket ürünleri ve e-ticaret operasyonları için tahsis edilmiş yaklaşık 10.000 m<sup>2</sup>'lik bir depolama alanına ve yaklaşık 400.000 adet ürün depolama kapasitesine sahiptir. Deponun depolama alanı Şirket ihtiyaçları doğrultusunda değiştirilebilmektedir. Ekol, Şirket'in depodaki operasyonları için yaklaşık 85 çalışan istihdam etmektedir. Buna ek olarak, Şirket bordrosu altında, Şirket'in lojistik operasyonları için çalışan 12 Beymen çalışanı (9'u depoda, 3'ü merkezde olmak üzere) mevcuttur.

Depo, ürün kategorilerine ve Şirket'in iş birimlerine (diğer bir ifade ile, Şirket'in e-ticaret operasyonları, ürün iade yönetimi, ürünlerin mağazaya dağılımı, vb.) göre, özel olarak Şirket'in faaliyetleri için tasarlanmıştır.

Şirket, depoda düzenli olarak envanter kontrolleri yürütmektedir. Ekol çalışanları, her hafta spot sayımlar gerçekleştirmekte ve her hafta yaklaşık 7.000 ürünü saymaktadır. Ayrıca, yılda bir kez tam sayım yapılmaktadır. Envanter sayımları sırasında depoda depolanan toplam ürün sayısından %0,5 ve daha yüksek bir fark bulunduğu takdirde, Ekol, Şirket'in kaybını ödeme sorumluluğu altındadır.

Şirket, ana depoya ek olarak, ana depoya çok yakın bir yerde, satılmayacak durumda olan ürünler ve görsel ürün yönetimi araçları için tahsis edilmiş 900 m<sup>2</sup>'lik bir depolama alanı olan, Ekol'ün mülkiyetinde küçük bir depo daha işletmektedir.

*c. Yeni Depo*

2015'ten bu yana, Boyner Grubu, grup şirketlerinin lojistik operasyonları ve maliyetlerini optimum hale getirmeyi sağlayacak yeni bir depo projesi üzerinde çalışmaktadır. Yeni depo, Gebze, Kocaeli'nde yer almakta olup günlük 200.000 adet kapasite ile, yaklaşık 110.000 metrekaarelik toplam depolama alanına sahip olacaktır. Yeni depo, e-ticaret operasyonları için bir otomasyon sistemine sahip olacaktır. Bu depo, Haziran 2017'den beri inşaat halindedir ve 2019 başlarında deponun tamamlanması planlanmaktadır. Otomasyonu sağlanmış e-ticaret faaliyetleri, sipariş karşılama sürelerini iyileştirecek ve böylece, müşteri memnuniyetini artırarak Şirket'in rekabet gücünü artıracaktır.

**E. Ürün Planlama ve Brüt Kâr Yönetimi**

Şirket her sezon satın aldığı ürünlerin %90'ını, maksimum brüt kâr elde edecek şekilde sezon sonundan önce satma amacıyla bir program takip etmektedir. Buna göre her sezon sonunda en fazla %10'luk satılabilir envanter kalması hedeflenmektedir. Şirketin, ürün planlama ve brüt kâr yönetimi, bayiler tarafından işletilen mağazaları da içine alacak şekilde envanterin tamamını kapsamaktadır.

*a. Planlama & Ürün Yönetimi*

Şirket ürünlerin performansını değerlendirmek ve detaylı bir ürün yönetim planlaması yürütmek için gelişmiş bir karar destek sistemi kullanmaktadır.

Şirket'in planlama süreci dört temel adımdan oluşur:



- Sezon Performanslarının Ticari Açından Değerlendirilmesi: Satın alma döneminin başlamasından önce, ürün kategorilerinin (örneğin, global moda markaları – kadın) ve ürün gruplarının (örneğin, ayakkabı) performansı değerlendirilir. Planlama ve satın alma yönetim ekipleri, “indirim öncesi ve sezon sonu stok tüketim oranı” (indirim sezonu başlamadan önce ve sezon sonu itibarıyla satılan ürünlerin maliyetinin toplam başlangıç stok maliyetine oranı), “başlangıç marjı” (KDV’siz ilk perakende fiyatı / maliyet), “satın alma maliyeti başına brüt kar (GMROP)” ve “fiyat aralığı performansı” (fiyat düzeyi gruplarına göre markaların performansları) gibi temel performans kriterlerine dayalı olarak hangi markaların satın alma tutarının artırılıp hangilerinin azaltılacağına veya durdurulacağına karar verir.
- Talep Tahmini & İlk Alokasyon: Şirket, gelecek sezon için satın alınacak ürün miktarını en doğru şekilde belirlemek üzere istatistiksel bir planlama programına sahiptir. Planlama mağaza düzeyinde, markaya, kategoriye ve ürün grubuna göre yapılır (örneğin, Zorlu Center alışveriş merkezindeki multi-brand mağaza için ne kadar Etro markalı erkek gömleği satın alınacağı planlanır). Süreç kıstas olarak kullanılacak temel performans kriterlerinin gözden geçirilmesi ile başlar. Bu veriler ve son sezonun performansı kullanılarak optimal alım miktarları hesaplanır. Planlama ve satın alma ekipleri, elde edilen sonucu gözden geçirir, gerekirse üzerinde değişiklikler yapar ve optimal alım miktarlarını kararlaştırır.
- Mağaza Bazlı Satış Planlama: Satış planlaması yapılırken, ilgili sezonların stok tüketimi ve indirim planlamaları esas alınır. Planlama ekipleri, “mağaza bazlı metrekare başına düşen satış” (mağazaların toplam yıllık net satışları/ortalama yıllık mağaza metrekaresi), “aylık satış hacmi” (mağazaların aylık net satışları), “önceki yıllara göre büyüme” (önceki yıldan yüzde büyüme) gibi temel performans kriterlerini gözden geçirir ve hem mevsimsellik, hem de yerel ve uluslararası tatil takvimlerini dikkate alarak mağazalar için yıllık büyüme planlarını hazırlar.
- Satış & Satın Alma Planlarının Örtüştürülmesi: Bu son süreç, Şirket’in satın alma bütçesini satış planı ile uyumlu hale getirmesini sağlar. Bu sürecin sonunda, Şirket’in aylık satış hacimleri, satılan malların maliyeti, brüt kâr, stok tüketimi ve envanter planları sezona göre ve mağazaya göre nihai hale getirilir. Şirket’in satış ve satın alma planları, haftalık ticari toplantılar ile sezon boyunca yakından takip edilir.

*b. Brüt Kâr & Stok Yönetimi*

- Haftalık Ticari Toplantılar: Ürün kategorileri ile mağazaların performansını izlemek ve diğer KPI’ları (örneğin, satış, brüt kâr, stok, müşteri dönüşümü, mağaza trafiği) bütçe ve son yıl gerçek rakamları ile karşılaştırmak amacıyla Şirket CEO’su ve ticaret, satış, pazarlama, iletişim ve satın alma ve üründen sorumlu genel müdür yardımcısından oluşan Ticari Komite ile haftalık toplantılar gerçekleştirilir. Bu toplantıların sonuçlarına bağlı olarak, Şirket, Müşteri İlişkileri Yönetimine (CRM) dayalı pazarlama ve iletişim kampanyaları, görsel düzenleme, mağaza operasyonları, stok hareketleri, vb. de dâhil olmak üzere, haftalık eylem planları oluşturur.
- Promosyon & Fiyat İndirimi Planlama: İhtiyaç duyulduğu anda hızlı aksiyon alabilmek için satış ve brüt kâr günlük olarak takip edilir. Gerektiğinde satışları artırmak ve brüt kârı kontrol etmek için pazarlama aksiyonları planlanır. Aksiyon planları, satış kanalları, mağazalar, kategoriler, markalar ve hatta müşteri segmentlerinin ihtiyaçları doğrultusunda özel olarak tasarlanır.

2016’da, Şirket, fiyat indirimi kararlarını optimize etmek için Deloitte ile hazırlanmış ve Şirket’in ihtiyaçlarına göre özelleştirilmiş bir fiyat indirimi optimizasyonu yazılımını devreye almıştır. Bu yazılım, Şirket’in, ürün ve renge göre değişen düzeyde fiyat indirimi kararları vermesini sağlar. Yazılım, doğru fiyatlandırma kararları verebilmek için en son dört sezonun satış trendlerini, fiyat elastikiyetini, ürünlerin mevsimselliğini ve kampanya ve özel gün etkilerini kullanır. Stok tüketim

hedeflerini karşılamak ve brüt kârı maksimize etmek hedefi ile, her bir ürün için indirimli fiyat önerileri sunar. Bu şekilde Şirket, hareketi yavaş olan ürünleri sezonun başından itibaren takip edebilmekte ve satışları hızlandırmak için pazarlama ve iletişim ekipleri ile birlikte çalışmaktadır. Benzer şekilde, yüksek performans gösteren ürünler için daha düşük indirim oranları tayin etmek suretiyle verilen indirimin minimize edilmesi sağlanır.

- **Stok yönetiminde çok kanallı yaklaşım:** Şirket'in stok yönetim aktiviteleri, Deloitte gibi üçüncü kişi uzmanlar tarafından Şirket için özel olarak uyarlanmış analitik gereçler ile desteklenmektedir. Stoku etkin bir şekilde yönetmek için, Şirket, "çok kanallı yaklaşım"ı benimsemiştir. Tüm stok, tüm kanallar vasıtasıyla satılabilir durumdadır; ve tüm ürünler, stokun lokasyonuna bakılmaksızın tek bir havuz bakış açısıyla yönetilmektedir. Şirket, aynı zamanda, her bir ürünün, en yüksek satış olasılığı olan lokasyona tahsis edilmesini sağlamak için aşağıdaki sistemleri uygular:

- (i) **Depodan Ürün Transferi (Replenishment):** Depodan Ürün Transferi, bir ürünün depodan mağazalardan birine (bayiler tarafından işletilen mağazalar hariç) gönderilmesidir. Mağazalar arası transferleri azalttığı, doğru lokasyonlarda ürün mevcudiyetini artırdığı ve bir ürünün stokta mevcut olmama durumunu ortadan kaldırdığı için, Depodan Ürün Transferi stok yönetiminin temel unsurlarından biridir. Perakende sezonu sırasında ürünler, mağazalara minimum Stok Tutma Birimi (SKU) derinliği (miktarlar) ile teslim edilir; ve fazla stok adedi dağıtım merkezinde stoklanır. Depodan ürün transferi sistemi, tüm lokasyonlar için her bir Stok Tutma Biriminin satış olasılığını analiz etmek suretiyle çalışır ve sistem, satış olasılığı en yüksek olan lokasyonlar için depoya bir sipariş talebi oluşturur. Depodan ürün transferi talepleri, günlük bir esasta otomatik olarak oluşur ve ürünler, bir veya iki gün içinde ilgili mağazalara teslim edilir.

Şirket'in depodan ürün transferi için depoda tuttuğu stok, ağırlıklı olarak daha fazla derinliğe sahip olan Beymen özel markalarından oluşmaktadır. 31 Aralık 2017'de sona eren yılda depodan mağazalara yaklaşık 191.000 adet ürün transfer edilmiştir.

- (ii) **Mağazalar arası transferler:** Şirket'in stok yönetimi için, sezon boyunca haftalık aralıklarla mağazalar arası transferler de gerçekleştirilmektedir. Mağazalar arası transferler, mağazaların stoklarının satış performanslarına paralel olarak tamamlanması ve ürünlerin, satış olasılığı en yüksek olan mağazalara yeniden gönderilmesi için yapılır. Tüm transferler, her bir stok tutma birimi için gelecek haftalardaki olası stok tüketim oranlarını hesaplayan, Şirket ihtiyaçları doğrultusunda hazırlanmış bir karar destek sistemi ile desteklenir. 31 Aralık 2017'de sona eren yılda bu şekilde yaklaşık 550.000 adet ürün mağazalar arası transfer edilmiştir.
- (iii) **Beymen.com-mağaza envanteri paylaşım sistemi:** 31 Aralık 2017'de sona eren yıl için, e-ticaret kanalı vasıtasıyla satılan ürünlerin yaklaşık %61,8'i, fiziksel mağazaların envanterlerinden toplanmıştır. Bu otomatik hale getirilmiş sistem, Beymen.com üzerinden sipariş verilen ürünler mağazalardan toplanırken, ilgili ürünün satış hızı en düşük mağazadan toplanmasını sağlamak üzere tasarlanmıştır.
- (iv) **Beymen Link:** Beymen Link sistemi, Ocak 2017'de devreye alınmıştır. Sistem, elde taşınabilir cihazlar üzerinde çalışmakta ve mağazaların tümünde satış danışmanları tarafından kullanılmaktadır. Bu sistem, satış danışmanlarının tüm mağazalardaki tüm ürünlere erişerek bu ürünleri satmasına izin vermektedir. 31 Aralık 2017'de sona eren yılda Beymen Link üzerinden yaklaşık 45.000 adet ürün satılmıştır.

Şirket'in detaylı organize edilmiş planlama, brüt kâr ve stok yönetimi süreçleri sonucunda, Şirket, sezon sonu stok tüketim hedeflerine erişmekte ve erişmeyi istikrarla sürdürmeyi hedeflemektedir.

Aşağıdaki tabloda sezon sonu stok tüketimi oranları ve yıllık brüt kar marjları belirtilmektedir.

	31 Aralık					
	2015'te		2016'da		2017'de	
	sona eren yıl		sona eren yıl		sona eren yıl	
	SS <sup>(1)</sup>	FW <sup>(2)</sup>	SS <sup>(1)</sup>	FW <sup>(2)</sup>	SS <sup>(1)</sup>	FW <sup>(2)</sup>
Sezon sonu stok tüketimi <sup>(3)</sup> .....	91	87	86	90	90	90
Perakende brüt kâr marjı <sup>(4)</sup> .....	49,0		48,9		49,4	

(1) İlkbahar - Yaz (*Spring - Summer*) sezonunu ifade etmektedir.

(2) Sonbahar - Kış (*Fall - Winter*) sezonunu ifade etmektedir.

(3) Bayiler tarafından işletilen mağazalar dâhil olmak üzere; ev, kozmetik ve Beymen çantalar hariç

(4) Bayiler tarafından işletilen mağazalar, outlet mağazalar hariç; doğrudan işletilen perakende mağazalar ve e-ticaret kanalı yılsonu brüt kâr yüzdesi.

Şirket, sezon sonlarında elinde kalan envanteri Outlet mağazalarında ve e-ticaret kanalında satmaya devam etmektedir. Eski sezona ait satılabilir ürünlerin (mağazalarda ve e-ticaret kanalında satışa sunulamayacak durumda olan ikinci ve üçüncü kalite mallar hariç) yılsonu stok maliyetinin Şirket'in toplam yıllık satış maliyetine oranı 2016'da %10,4'ten 2017'de %8,5'e düşmüştür. 31 Aralık 2017'de sona eren yılda, Şirket'in eski sezona ait satılabilir envanterinin yaklaşık %77'si son dört sezona ait ürünlerden oluşmuştur.

#### F. Fiyatlandırma

Ürünlerin ilk perakende satış fiyatları, satış kanallarına ve coğrafyalara bağlı olarak değişiklik göstermeyecek şekilde belirlenir. Beymen özel moda markalarının ve global moda markalarının ilk perakende satış fiyatları, tedarikçiler tarafından tavsiye edilen perakende fiyatlarına, Şirket'in brüt kâr hedeflerine ve markanın ve ürünün hedeflenen müşteri segmentine dayalı olarak ürün yönetim ekipleri tarafından belirlenir. Perakende sezonu sırasında, promosyonlar ve fiyat indirimlerine ilişkin kararlar, kanala, coğrafyaya ve mağazalara göre değişkenlik gösterebilir.

2017'de Şirket'in net perakende satışlarının %21,4'ü Beymen özel markalarından gerçekleşmiş, satışların kalan %78,6'lık kısmını global markalar oluşturmuştur. Dolayısıyla, döviz kuru net perakende satışın %78,6'sı üzerinde etkiye sahiptir. Bu nedenle Şirket tarafından, sezon sırasında gerekli hallerde, ürünlerin fiyatlarını Avrupa emsallerine uygun hale getirmek ve bütçelendirilmiş brüt marjlarını sürdürebilmek için fiyat ayarlamaları yapılmaktadır. Şirket multi-brand mağazaları ve mono-brand mağazalarındaki bire bir fiyatlandırma büyümesi bakımından, fiyatların orta vadede kurda meydana gelen artışa ek olarak %2-3'lük oranda eklenecek bir kar yüzdesi oranında artmasını beklemektedir. Şirket Beymen Club mağazalarındaki bire bir fiyatlandırma büyümesi bakımından, fiyatların TÜFE oranında artmasını beklemektedir.

#### G. Şirket'in Müşterileri

Beymen, geçmişten gelen güçlü bir müşteri ilişkileri yönetimi ("CRM") geleneğine sahiptir. Şirket Türkiye'deki en eski mağaza kartı portföylerinden birisine sahiptir. Şirket bugün, 1,6 milyon kayıtlı müşteriden oluşan ve 2005 yılına kadar geri giden veri tabanı sayesinde müşterilerinin demografik özellikleri ve geçmişteki satın alma davranışlarına erişebilmektedir. Şirket'in müşteri veri tabanı 2015'te 1,1 milyondan %22,5'lik bir YBBO ile 2017'de 1,6 milyona ulaşmıştır. İşbu İzahname'de sunulan Şirket'in müşterilerine ilişkin olarak verilen rakamsal bilgiler, 31 Aralık 2017 tarihi itibarıyla verilmiş olup bu bilgiler, müşteri veri tabanında gerçekleştirilen düzenli bakım çalışmaları veya yasal gereklilikler sebebiyle değişebilecektir.

Şirket birden fazla perakende formatı ve geniş ürün portföyü ile hem Türkiye'de yaşayan hem de Türkiye'yi ziyaret eden lüks ve erişilebilir lüks pazar müşterisini hedeflemektedir.

31 Aralık 2017'de sona eren yıl için, Şirket aktif müşterilerinin %59,6'sı kadındır. 31 Aralık 2017'de sona eren yıl için aktif müşterilerin ortalama yaşı 40'tır ve müşterilerin %61,0'ı 25 ila 45 yaş aralığındadır. Sürekli olarak yenilenen marka yelpazesi ve büyüyen e-ticaret kanalı sayesinde, daha genç müşteriler, son yıllarda, Şirket'in aktif müşteri portföyüne hızla girmektedir. Örneğin e-ticaret kanalından alışveriş yapan aktif müşterilerin ortalama yaşı 35'tir.

Aşağıdaki tabloda, belirtilen dönemler ve Şirket tarafından doğrudan işletilen perakende satış kanalları için, temel performans kriterleri belirtilmektedir.

	31 Aralık'ta sona eren yıl itibariyle		
	2015	2016	2017
	(müşteri sayısı)		
<b>Multi-brand müşteriler</b>			
Aktif müşteri sayısı <sup>(1)</sup> .....	193.310	222.583	258.590
<b>Mono-brand mağaza müşterileri</b>			
Aktif müşteri sayısı <sup>(1)</sup> .....	37.336	37.039	35.013
<b>Beymen Club müşterileri</b>			
Aktif müşteri sayısı <sup>(1)</sup> .....	168.580	192.658	228.800
<b>E-ticaret müşterileri<sup>(2,3)</sup></b>			
Aktif müşteri sayısı <sup>(1)</sup> .....	56.507	74.548	99.476
<b>Toplam müşteriler<sup>(3,)</sup></b>			
Aktif müşteri sayısı <sup>(1)</sup> .....	356.783	416.700	495.195

(1) "Aktif müşteriler", son iki mali yıl içinde ürün satın almış olan müşteriler olarak tanımlanmaktadır.

(2) E-ticaret kanallarının müşterilerini içerir.

(3) Doğrudan işletilen multi-brand mağazalar, mono-brand mağazalar, Beymen Club mağazaları ve e-ticaret kanallarının aktif müşterilerini de içerir. Bayiler tarafından işletilen mağazalar hariçtir.

## H. Pazarlama, Müşteri Sadakat Programı ve Müşteri İlişkileri Yönetimi

### a. Pazarlama

Şirket'in müşteri ilişkileri yönetim stratejisi, temel olarak dört başlıkta toplanmaktadır: (i) sadakat programı müşterileri, (ii) mevcut müşteriler, (iii) yeni müşteriler ve (iv) turist müşteriler.

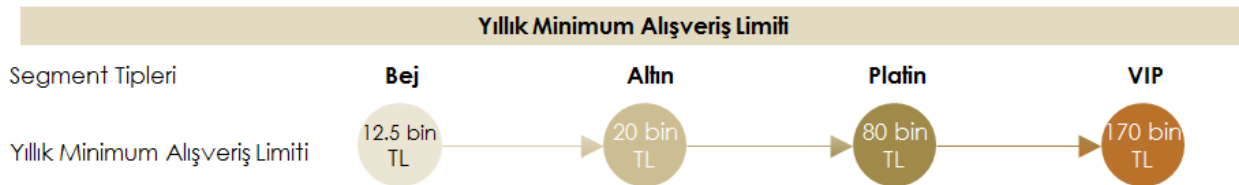
#### a.1. Müşteri Sadakat Programları

Şirket, müşterileri için iki müşteri sadakat programı yürütmektedir: "The One" ve "Beymen Club" sadakat kartları.

Şirket, "The One" isimli müşteri sadakat programını 2004 yılında tanıtmıştır. Bu program Şirket'in multi-brand, mono-brand mağazaları ve e-ticaret kanalında (Beymen.com) geçerli olup, şirket için son derece temel ve önemli bir pazarlama faaliyeti haline gelmiştir.

Şirket'in müşteri sadakat programı, "Bej", "Altın", "Platin" ve "VIP" olmak üzere, yıllık harcama düzeylerine göre sınıflandırılmakta olan dört müşteri segmentine farklı faydalar ve ayrıcalıklar sunmaktadır. Programa dâhil olmak ve programda kalabilmek için yıllık minimum harcama limitleri mevcuttur.

Aşağıdaki tablo "The One" programına katılmak ve üst segmente geçmek için gereken yıllık minimum sezon alışveriş tutarlarını referans olarak (alışveriş tutarları 2017 yılı sonunda güncellen segment limitlerine göre hesaplanmıştır) göstermektedir.



Şirket, "The One" müşteri sadakat programının ayrıcalıklarını kullanarak müşteriler ile güçlü ve uzun süreli ilişkiler kurmaktadır. 31 Aralık 2017'de sona eren yılda, 65.080 sadakat programı müşterisi bulunmaktadır

(bayiler tarafından işletilen multi-brand mağazalar vasıtasıyla programa kayıt olmuş olan müşteriler de dâhil olmak üzere). 2017 yılında, bu müşteriler multi-brand mağazalar, mono-brand mağazalar ve e-ticaret kanalından (Beymen.com) alışveriş yapan Şirket müşteri toplamının %18,5'ünü ve bu kanallardan yapılan net perakende satışların %69,7'sini oluşturmaktadır. Sadakat programı müşterileri, daha aktiftir, daha sık alışveriş yapar ve daha yüksek fatura tutarlarına sahiptirler. The One programı müşterilerinin, müşteri olma süreleri (ilk alışveriş ile başlayan) ortalama 7 yıldır.

31 Aralık 2017'de sona eren yıl için, The One sadakat programı kapsamındaki müşteriler, 1.958 TL ortalama sepet tutarına (bir müşterinin alışveriş yaptığı bir gün içinde yaptığı alışverişin tutarı); diğer müşteriler ise, ortalama 794 TL ortalama sepet tutarına sahiptir. Ayrıca, 31 Aralık 2017'de sona eren yıl için, The One sadakat programı kapsamındaki müşterilerin ortalama alışveriş sıklığı (ortalama olarak bir müşterinin bir yılda alışveriş yaptığı gün sayısı) 8,3'dur, diğer müşterilerin ortalama alışveriş sıklığı ise 1,9'dur.

Şirket, ayrıca Beymen Club müşterileri için Beymen Club mağazalarında geçerli olmak üzere, 2016 yılında yeni bir sadakat programı hayata geçirmiştir. Beymen Club sadakat programı, alışveriş sıklığı ve ortalama sepet tutarını artırmayı amaçlamaktadır. Beymen Club sadakat programıyla birçok pazarlama ve müşteri ilişkileri yönetimi faaliyeti yürütülmektedir. 31 Aralık 2017'de sona eren yılda, Beymen Club sadakat programında Şirket'in yaklaşık 107.389 (bayiler tarafından işletilen Beymen Club mağazalarının müşterileri de dâhil olmak üzere) müşterisi vardır ve bu müşteriler Şirket'in Beymen Club müşterilerinin %50,0'ını ve doğrudan işletilen Beymen Club mağazalarında yapılan toplam net perakende satışların yaklaşık %67,7'sini oluşturmaktadır. Bu programa dâhil müşterilerin müşteri olma süreleri ortalama dört yıldır.

31 Aralık 2017'de sona eren yıl için, Beymen Club sadakat programı kapsamındaki müşteriler, 440 TL ortalama sepet tutarına (bir müşterinin alışveriş yaptığı bir gün içinde yaptığı alışverişin tutarı); diğer müşteriler ise, ortalama 359 TL ortalama sepet tutarına sahiptir. Ayrıca, 31 Aralık 2017'de sona eren yıl için, sadakat programı kapsamındaki müşterilerin ortalama alışveriş sıklığı (ortalama olarak bir müşterinin bir yılda alışveriş yaptığı gün sayısı) 2,6 iken diğer müşterilerin ortalama alışveriş sıklığı ise 1,4'tür.

#### a.2. Mevcut Müşteriler

Şirket'in müşteri ilişkileri yönetim ekibi, müşteri yaşam döngüsünü yönetmek suretiyle müşterilerin şirket için yaratacağı değeri maksimum seviyeye çıkarmaya odaklanır. Müşteri yaşam döngüsü, yeni müşteri kazanımı ile başlar. Yeni müşteri kazanımını takiben müşteri ilişkisini derinleştirmeye ve kaybetmemeye yönelik programlar devreye girer. Zaman içinde, Beymen çapraz satış teknikleri ile müşteri ilişkisini derinleştirir. Bu esnada müşteriyi daha iyi tanımak için oluşturulan davranış bazlı segmentler, değer bazlı segmentler ve satın alma eğilimi analizleri kullanılır. Bunların sonucunda müşteriye kişiselleştirilmiş çeşitli teklifler sunulur. Müşteri ilişkisinin zayıflaması durumunda ise aktivasyon ve müşteriyi geri kazanım programları devreye alınır.

Şirket, müşteri aktivasyonu ve geri kazanımı; sepet tutarı ve alışveriş sıklığını artırma, kişiselleştirilmiş tavsiye; eğilime göre ürün tanıtımı; sadakat programlarının segmentlere yönelik teklifleri; çoklu kanal yaklaşımı; lokasyon bazlı ve gerçek zamanlı teklifler de dâhil olmak üzere, çoğunlukla mikro segmentlere ayrılmış teklifleri içeren yılda 2.000'den fazla pazarlama faaliyeti sunmaktadır. Şirket kişiselleştirilmiş ve mikro düzeydeki pazarlama faaliyetleri ile pazarlama aktivitelerinin etkilerini en iyi seviyeye getirmeyi hedeflemektedir.

Şirket, CRM aksiyonları sonucunda müşteri ilişkilerini önemli derece sağlamlaştırmaktadır. Gerek Beymen gerek Beymen Club'da zaman içerisinde müşterilerin ortalama yıllık harcamasının önemli ölçüde arttığı gözlenmektedir ve bu Şirket'in CRM çalışmalarının bir sonucudur.

Aşağıdaki tabloda, 31 Aralık 2017 itibariyle, ilgili mağaza formatına göre müşteri başına düşen ortalama alışveriş tutarı gösterilmektedir.

---

31 Aralık 2017'de sona eren yıl itibariyle

	0-1 yıl <sup>(1)</sup>	1-3 yıl <sup>(1)</sup>	3-6 yıl <sup>(1)</sup> (TL)	6+ yıl <sup>(1)</sup>	Müşteri başına yıllık harcama tutarı
Beymen müşterilerinin yıllık harcaması <sup>(2)</sup>	1.419	3.186	4.793	10.361	5.224
<i>müşterilerin yüzdesi (%)</i> <sup>(3)</sup> .....	30,5	17,9	20,2	31,4	-
Beymen Club müşterilerinin yıllık harcaması <sup>(4)</sup>	511	821	977	1,182	798
<i>müşterilerin yüzdesi (%)</i> <sup>(3)</sup> .....	40.2	20.1	20.5	19.3	-

(1) Müşterilerin müşteri olma sürelerini yıl olarak gösterir.

(2) Doğrudan işletilen multi-brand ve mono-brand mağazaların müşterilerini içerir. Bayiler tarafından işletilen mağazaların satışları ve turist müşteriler hariçtir. KDV hariçtir.

(3) 2017 yılında alışverişi olan müşterilerin müşteri olma sürelerine göre (yıl) yüzdesel dağılımını göstermektedir.

(4) Doğrudan işletilen Beymen Club mağaza müşterilerini içerir. Bayi mağazaları satışları ve turist müşteriler hariçtir.

### a.3. Yeni Müşteriler

Şirket'in yeni müşteri kazanma stratejisi, müşteri trafiğini artırmak ve yeni müşteriler elde etmek için güçlü ve uzun süreli ortaklıklar gerektirmektedir. Geniş bir müşteri portföyüne ulaşmak için, Şirket, özel bankacılık kurumları & üst gelir grubu kredi kartı programları, uluslararası ödeme sistemleri, lüks oteller, seçkin otomotiv ve gayrimenkul şirketleri, telekomünikasyon operatörlerinin üst müşteri segmentleri ve 5 milyonun üzerinde üyesi olan bir mobil alışveriş uygulaması olan Hopi ile işbirliği yapmaktadır.

Aşağıdaki tabloda farklı mağaza formatları (outlet ve bayi tarafından işletilen mağazalar hariç) üzerinden ilgili yıllarda Şirket'e kazandırılan yeni müşteri sayıları yer almaktadır.

	31 Aralık		
	2015	2016	2017
		<i>(müşteri sayısı)</i>	
Doğrudan işletilen multi-brand ve mono-brand mağazalar.....	59,016	57,819	77,459
Doğrudan işletilen Beymen Club mağazaları .....	43,117	48,447	60,526
E-ticaret kanalları .....	15,171	19,615	32,114
<b>Toplam</b> .....	<b>117,304</b>	<b>125,881</b>	<b>170,099</b>

### a.4. Turistler

Son yıllarda ülkemize turist akışı önemli ölçüde artış göstermiş olup, turistler, yüksek satın alma güçleri ile gerçek bir potansiyel müşteri tabanı yaratmıştır. Bu nedenle, lüks oteller, uluslararası konsiyerj hizmetleri (genellikle lüks otellerde verilmekte olan ve restoranlar, alışveriş noktaları, turistik yerler, ulaşım gibi konularda danışmanlık ve aracılık hizmetleri) ve tur operatörleri, vergi iade aracı şirketleri (Global Blue ve Tax Free Zone gibi), ödeme sistemleri (Mastercard, Visa ve China Union Pay gibi) ile işbirlikleri ve aynı zamanda havayolu dergilerinde, şehir rehberlerinde, lüks otellerin şehir haritalarında yayınlanan reklamlar, pazarlama aktiviteleri içerisinde önemli bir role sahiptir. Turistlerin ülkemizi yoğun ziyaret ettiği dönemlerde İstanbul ve Dubai gibi uluslararası hava limanlarındaki iç ve dış mekân reklamları, lüks alışveriş merkezlerinin dijital ekranları ve şehirdeki tüm önemli trafik güzergâhlarında yer alan büyük ışıklı panellerdeki reklamlar, Şirket'in, hedef kitleye ulaşmasını sağlamaktadır.

Türkiye'de 2016 yılında meydana gelen olumsuz gelişmelerin 2017'de hızla düzelmesi sayesinde, turist müşterilerden elde edilen net satışların toplamı 2016 yılında 87.770.804 TL'den 2017'de 144.528.924 TL'ye yükselmiş ve %64,7'lik büyüme göstermiştir. Turist müşteri satışlarının toplam net satış oranı, 2016'da %8,8'ten 2017'de %11,4'a yükselmiştir.

Turist müşterilere satışlar, Şirket faaliyetinin önemli bir kısmını oluşturduğundan, turistlere, aynı zamanda, kişisel alışveriş hizmetleri, özel VIP odası hizmetleri ve ücretsiz teslimat ve transfer hizmetleri gibi

ayrıcalıklı hizmetler de sunulmaktadır. Aynı zamanda, turist müşterilere “koşulsuz müşteri mutluluğu” ilkesi kapsamında hizmet vermesi için İngilizce ve Arapça dillerini bilen satış danışmanları istihdam edilmektedir.

Suudi Arabistan, Kuveyt, Katar ve Azerbaycan, Beymen turist satışlarının en yüksek olduğu ülkelerdir. Turist satışları içerisindeki bu dört ülkenin satış payı yaklaşık %49,9’dur. Ayrıca, Çin, Rusya Federasyonu ve İran da, 31 Aralık 2017’de sona eren yıl içinde çok sağlıklı bir büyüme ve artış eğilimi göstermiştir.

### **I. Pazarlama İletişimi ve Reklam**

Pazarlama iletişimi ve reklam, Beymen markasının değerini ve seçkinliğini tasdik etmek ve duyurmak için iş stratejisinin temel parçalarını oluşturur. Şirket, yıl boyunca marka farkındalığını sürdürmek amacı ile pazarlama iletişimi yapar. Pazarlama iletişimi reklam, medya ve diğer halka ilişkiler aktivitelerini içerir. Şirket, iletişim faaliyetleriyle müşterilerde, Beymen markasına yönelik satın alma isteği uyandırdığına, markanın etkisini artırdığına ve müşterilerin bağlılığını desteklediğine inanmaktadır.

Beymen pazarlama iletişimi aktivitelerini yürütmek için dergiler, gazeteler, reklam panoları, internet, sosyal medya uygulamaları ve mağazalarda doğrudan pazarlama aktiviteleri ve girişimleri gibi, çeşitli pazarlama araçlarını kullanmaktadır. Dergiler, açık hava reklamları ve dijital reklamlar ana kanallardır. Şirket sezonluk kampanyalar için dergi ve gazetelerde reklam yayınlamaktadır. Ayrıca, misafir konuşmacılar ile stil ve moda sohbetleri ve her sezon başında ve yeni yıl vitrin açılış etkinlikleri sırasında çeşitli gösteriler gibi, mağazalarda seçkin etkinlikler düzenlenmektedir. Buna ilaveten, çoğunlukla Instagram üzerinden olmak üzere, sosyal medya platformları üzerinden de pazarlama aktiviteleri yürütülmektedir. 31 Aralık 2017 itibarıyla, Şirket, sosyal medya kanalları, Facebook ve Instagram üzerinde yaklaşık 1,4 milyon takipçiye sahiptir.

Buna ek olarak, sezonluk bir yayın olan *Beymen Dergisi* yılda iki kez yayınlanmaktadır. Kurum içi pazarlama iletişimi ekibi, Beymen Dergisi’ni, Vogue Türkiye’nin pazarlama ekibi ile işbirliği halinde hazırlamaktadır. Yaklaşık 375 sayfadan oluşan dergi editoryal fotoğraf çekimlerine, trendlere ve portföyde yer alan markaların tasarımcıları ile özel röportajlara yer veren zengin bir içeriğe sahiptir. Aynı zamanda, Şirket portföyünde yer alan markalara ve diğer lüks markalara (örneğin, bankalar, özel bankacılık şirketleri, gayrimenkul Şirketleri, mücevher markaları, saat markaları, turizm şirketleri) ilişkin reklamları da içermektedir. Her sezon yaklaşık 58.000 kopya basılmakta ve yaklaşık 30.000 kopya, *Vogue Dergisi* Mart ve Eylül sayılarının bir parçası olarak dağıtılmaktadır ve yaklaşık 10.000 kopya, en üst düzey VIP müşterilerin kişisel adreslerine doğrudan gönderilmektedir.

### **J. Satış Yönetimi**

Beymen satış ekibi Şirket’in başarısının en önemli unsurlarındandır. Beymen satış ekibi Şirket’in müşteriyle olan ilişkisini yönetir ve yönlendirir. Şirket müşterilerine sağladığı hizmet ve servisi “koşulsuz müşteri mutluluğu” geleneğinden yola çıkarak sunmaktadır. Şirket’in bütün mağaza formatlarının günlük ve aylık satış hedefleri mevcuttur. Bir sonraki aşamada bu hedefler her bir satış personeli seviyesinde yönetilir.

Beymen satış ekibinin aylık satış hedeflerinin gerçekleşmesine göre kazanabildikleri bir prim sistemi vardır. Bunun dışında ayrıca ortalama sepet tutarı, yeni müşteri kazanımı ve Beymen özel markalarının satışlarına katkı gibi diğer temel performans hedefleri de mevcuttur. 31 Aralık 2017’de sona eren yıl içinde Şirket’in satış temsilcileri 37 milyon TL tutarında satış primi kazanmışlardır. Şirket’in mağazalarında 1.200’den fazla çalışanı vardır. Şirket’in ekipleri yıl boyunca sınıf içi eğitimleri, uygulama eğitimleri ve uzaktan eğitim (e-learning) ile desteklenmektedir. 31 Aralık 2017’de satış ekibinin yaklaşık %25’i Türkçe dışında ikinci bir dil bilgisine sahiptir.

### **K. Gayrimenkuller**

Şirket, herhangi bir gayrimenkule sahip değildir ve hâlihazırda kullanmakta olduğu tüm gayrimenkuller üçüncü şahıslardan kiralanmaktadır. Lüks lokasyonlarda ve alışveriş merkezlerinde yer alan mağazalar için



Şirket mal sahipleri ile kira sözleşmeleri akdetmektedir. Ayrıca, üçüncü şahıslardan kiralanan bazı mağazaları alt kiralama yoluyla kiralamak için bazı bayiler ile alt kira sözleşmeleri akdedilmektedir. Ayrıca, müşterilere ilave hizmet sunabilmek için, Şirket, multi-brand mağazaların bir kısmını, restoranlara, kuaförlere veya büfelere alt kiraya vermektedir. Kira sözleşmeleri, mal sahiplerinin önceden alınmış onayı olmaksızın kiralık mağazaları alt kiraya verme hakkını tanımaktadır.

31 Aralık 2017 tarihi itibarıyla, kira sözleşmelerinin %69,5'i (ciro kira bazlı kira ödemelerinin TL cinsinden değerlendirilmesi halinde), özellikle ABD Doları ve Avro olmak üzere, döviz cinsinden ifade edilen kira ücretlerine dayanmaktadır. Şirket, lüks alışveriş merkezlerinde önemli kiracı olduğundan, taşınmaz sahipleri ile iyi ilişkilere sahip olduğundan ve döviz cinsinden ifade edilen kira ücretleri nedeniyle kurdan etkilenme riskini yönetebilmekte ve optimize edebilmekte olduğuna inanmaktadır. Şirket, ayrıca, mağazaların kiraya verenleri ile iyi ilişkilerin ve marka tanınırlığının, Şirket'in, mağazaların tasarım, geliştirme ve inşası için gereken yatırım harcamalarını en iyi seviyeye getirmesine imkân tanıdığına inanmaktadır.

#### **L. Sağlık ve Emniyet ve Çevresel Konular**

Şirket'in operasyonları ile ilgili başlıca sağlık ve emniyet mevzuatı, iş sağlığı ve güvenliği eğitim düzenlemeleri, iş sağlığı ve güvenliğinin yönetilmesi yönetmelikleri ve risk değerlendirme yönetmeliklerini içerir. İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu, işverenler için sağlık ve güvenlik gereklilikleri ile ilgili genel çerçeveyi ve bu gerekliliklere uyulmaması durumunda karşılaşılabilecek sonuçları belirler. İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu ve diğer geçerli yönetmelikler çerçevesinde, ilgili kurumlar, herhangi bir ihlal için denetimler yürütebilir ve para cezaları uygulayabilir. İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu uyarınca, işverenler, artık, çalışanları arasından bir veya daha fazla sayıda "çalışan temsilcisi/temsilcileri"nin seçilmesini sağlamak (veya seçim mümkün değil ise tayin etmek) ve çalışanlar arasından, iş güvenliği uzmanı/uzmanları, işyeri hekimi/hekimleri ve diğer sağlık personelini tayin etmek zorundadır. Sağlık ve güvenlik uygulamalarını izlemek için, Şirket'in sağlık ve güvenlik ekipleri mevcuttur. Ayrıca, Şirket içinde bir iş sağlığı ve güvenliği kültürü tesis etmek üzere, Şirket, üst yönetim de dâhil, tüm personel için iş sağlığı ve güvenliği toplantıları yürütülmektedir.

26 Aralık 2012 tarih ve 28509 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanan İş Sağlığı ve Güvenliğine İlişkin İşyeri Tehlike Sınıfları Tebliği ("**İşyeri Tehlike Sınıfları Tebliği**") uyarınca, Şirket'in operasyonları, "az tehlikeli" ve depo operasyonları ise, "orta derecede tehlikeli" olarak sınıflandırılmaktadır. Bu nedenle, depo operasyonları açısından, Şirket, daha kapsamlı sağlık ve güvenlik gerekliliklerine tabi bulunmaktadır.

Şirket, sağlık ve güvenlik uygulamalarını izlemek için sağlık ve güvenlik ekiplerine sahiptir. Ayrıca, Şirketlerde bir iş sağlığı ve güvenliği kültürü oluşturmak için, üst yönetim de dâhil, tüm personel ile iş sağlığı ve güvenliği toplantıları düzenlenmektedir.

#### **M. Sigorta**

Ürün hasarı ve genel sorumluluk da dâhil olmak üzere, Şirket operasyonları ile bağlantılı risklere karşı teminat sağlayan, tazminat limitleri ve kapsamı açısından pazar uygulamaları ile tutarlı olduğuna inanılmakta olan kapsamlı bir sigorta teminatı sürdürülmektedir. Şirket'in sigorta poliçeleri, genelde birer yıllık sürelerle sahiptir ve sürelerinin sona ermesi üzerine yıllık olarak yenilenirler. Her yıl Şirket sigorta poliçelerinin teminatını değerlendirmekte ve geçmiş deneyimlere göre, gerektiği takdirde, sigorta teminatını revize etmeyi değerlendirmektedir.

Şirket'in temel sigorta poliçeleri (i) Şirket envanterini ve (ii) mağazalardaki varlıklar ve ekipmanı teminat altına almakta ve yangın, patlama, terörizm ve deprem gibi bir dizi riske karşı kapsamlı teminat sağlamaktadır. Ayrıca Şirket'in nakliyat sigortası araç başına 2.500.000 TL otomatik limitle ithalat /ihracat ve yurtiçi taşıması yapılan ürünleri; taşıma esnasında olabilecek kaza, yanma, infilak, terör, kötü niyetli hareketler, çalınma, ıslanma, kırılma vb. riskleri kapsamaktadır. Direktör ve yönetici sorumluluk sigortası (Boyer Grubu olarak olay başı USD 30.000.000 limitle) yönetim kurulu, direktör ve yöneticilerin görevlerini ifa ederken yapabilecekleri hatalı eylemleri sonucunda doğabilecek yasal sorumluluklarına ilişkin

riskleri kapsamaktadır. Üçüncü şahıs sorumluluk sigortası da (olay başı EUR 1.000.000 / yıllık EUR 2.000.000 limitle) şirket faaliyetlerini ifa ederken üçüncü şahıslara verilebilecek maddi ve bedeni zararlara karşı yasal sorumluluklarına ilişkin riskleri kapsamaktadır. Buna ek olarak, Şirket'in bilgi teknolojisi altyapısına, müşteri veri tabanına veya müşteri bilgilerine zarar verebilecek siber saldırılara karşı siber sigorta poliçesi mevcuttur. Aynı zamanda, ürün sorumluluk sigortası (olay başına USD 250.000 / yıllık USD 500.000 limitle) ürünlerindeki hatalar nedeniyle üçüncü şahıslara verilebilecek maddi ve/veya bedeni zararlara karşı yasal sorumluluklarına ilişkin riskleri kapsamaktadır, nakil halindeki para sigortası (olay başına 300.000 TL / yıllık 2.850.000 TL limitle), yapılan nakit taşımalarının gasp, hırsızlık, kaza, yangın vb. riskleri kapsamaktadır ve makine sigortaları şirket envanterinde bulunan makina ve ekipmanların çalışmaları esnasında meydana gelebilecek kaza, çalınma, elektrik arıza, mekanik arıza, ihmal, hata, sabotaj ve terör vb. nedeniyle zarar görmelerine ilişkin riskleri kapsamaktadır. Şirket'in sigorta giderleri, 2015 yılında 1.256.879 TL, 2016 yılında 1.604.507 TL ve 2017 yılında 1.921.433 TL'dir.

#### N. Strateji

Şirket'in hedefi güçlü yönlerini kullanarak aşağıdaki stratejileri uygulamak suretiyle hissedar değerini en üst seviyeye çıkarmaktır:

Şirket, stratejik hedeflerine ulaşmak adına, gelecekte aşağıda belirtilen üç alanda büyümeyi hedeflemektedir.

- *Var olan mağaza portföyü üzerinden güçlü bir satış büyümesi sağlanması:* Şirket, Türkiye lüks giyim ve ayakkabı pazarında ekonomik ve demografik gelişmelere paralel olarak mağazalarındaki bire bir satış büyümesini devam ettirmeyi hedeflemektedir. Yerel müşteri bazının büyüyecek olmasının yanı sıra turist gelirlerinin artmasının da Şirket'in bire bir satış büyümesine katkıda bulunması beklenmektedir. Türkiye lüks moda pazarının 2011'den 2017 yılı sonuna kadar tahmini %19'luk YBBO ile büyüyerek 2017'de 3,6 milyar TL'ye ulaştığı düşünülmektedir. Aynı dönemde Şirket %24'lük YBBO ile büyüyerek pazar payını büyütüştür. Türkiye lüks moda pazarının 2017-2020 yılları arasında tahmini %15'lik YBBO ile büyüyerek 5,5 milyar TL'ye ulaşması öngörülmektedir. (*Kaynak OC&C Analizi - Şubat 2018, Euromonitor*) Şirket aynı dönemde pazardan daha hızlı büyümeyi hedeflemektedir. Bire bir satış büyümesinin aşağıdaki temel unsurlardan kaynaklanması beklenmektedir.
  - (i) Şirket, Eylül 2017'de İstanbul (Anadolu yakasında) 3,600 metrekarelik satış alanına sahip Suadiye mağazasını (amiral mağaza olması hedeflenmektedir) açmıştır. 2017'nin son çeyreğinde, 31 Aralık 2017 tarihinde sona eren yıl itibarıyla, 26,9 milyon TL'lik net satış tutarı ile Suadiye'nin satış verimliliği (net satış alanı başına düşen net satış) Zorlu ve İstinye park amiral mağazalarının ortalama satış verimliliklerinin %67'sine ine ulaşmıştır. Bu nedenle Şirket, Suadiye mağazasının olgunlaştıktan sonra en büyük üçüncü multi-brand mağazası (amiral mağazalardan biri) olmasını beklemektedir. Ayrıca, yine aynı sebeple, ilerleyen dönemde Şirket'in Suadiye mağazasının satış verimliliğinin diğer multi-brand mağazaların ortalama satış verimliliğinden daha yüksek olması beklenmektedir. Benzer şekilde Şirket, 2017 yılı içerisinde 7 adet Beymen Club mağazası açmıştır. Yeni açılan Beymen Club mağazaları genel olarak bir yılın sonunda olgun mağazaların performansının %75'ine ulaşmaktadır. Bu nedenle 2017 yılında açılan bu mağazaların verimliliğinin mevcut Beymen Club mağazalarına paralel olarak hızlı bir şekilde artması beklenmektedir.
  - (ii) Şirket mevcut mağazalarındaki satış verimliliğini sürekli olarak artırmak üzere kategorilerinin ve markalarının satış verimlilik performansını yakından takip etmekte ve alanların tekrar tahsis edilmesi fırsatlarını değerlendirmektedir.
  - (iii) Şirket, kategori ve marka portföyünü satış fırsatlarını maksimize edecek şekilde sürekli olarak güncellemektedir. Bu paralelde satın alma bütçeleri daha hızlı satan kategorilere kaydırılmakta (örneğin; ayakkabı, çanta), başarılı giden yeni kategoriler Şirket mağazaları genelinde yaygınlaştırılmakta (örneğin; kozmetik ve çocuk kategorileri) ve sürekli olarak Beymen müşteri deneyimini tamamlayacak yeni kategori fırsatları değerlendirilmektedir (örneğin; mücevher, saat).

Aynı zamanda Şirket'in pazardaki pozisyonu sayesinde bünyesine her geçen gün yeni markalar eklenmekte ve yeni münhasır markaları Şirket portföyünde yerini almaktadır.

- (iv) Son olarak Şirket'in müşteri ilişkileri yönetimi bire bir satış büyümesinin en önemli itici güçlerinden biri olacaktır. Aktif pazarlama ile kazanılan yeni müşteriler ile olan ilişkiler zaman içerisinde aktif çapraz satış ve müşteri yaşam döngüsü yönetimiyle derinleştirilmeye devam edecektir.
- *E-ticaret kanalındaki büyümenin artırılması:* Şirket'in büyüme stratejisinin ikinci temel noktası Şirket'in hızlı büyüyen e-ticaret faaliyetidir. Şirket 2016 yılı sonu itibariyle, %79 oranındaki online pazar payı ile Türkiye'de online lüks giyim ve ayakkabı pazarında lider konumundadır (*Kaynak: OC&C Analizi, Şubat 2018*). 31 Aralık 2017'de sona eren yılda, Şirket'in e-ticaret kanalından elde edilen net satış tutarının Şirket'in toplam net satışlardaki payı %9,0 olmuştur ve bu oran Türkiye'deki moda perakendecileri arasındaki en yüksek penetrasyon seviyesidir (*Kaynak: Euromonitor, OC&C Analizi, Şubat 2018*).

Türkiye'deki e-ticaret pazarı son yıllarda yüksek büyüme göstermiş olup lojistik alt yapı gibi yapısal etkilerin yanı sıra, mobil penetrasyon (başka bir deyişle mobil uygulama kullanan kişi sayısının toplam nüfusa oranı), sosyal medya, "y" kuşağı (başka bir deyişle 1980-1999 yılları arasında doğmuş olan) müşterilerin önemi, kişiselleştirme ve büyük veri (*big data*) çabaları ve çoklu kanal becerileri gibi teknoloji ve müşteri trendleri sayesinde önemli ölçüde yükselme göstermektedir. Bu unsurlar ve Türkiye'nin göreceli olarak düşük online penetrasyonu (başka bir deyişle online alışveriş yapan kişi sayısının toplam nüfusa oranı) nedeniyle pazar büyüme oranlarının geçmişe göre hızlanarak devam etmesi beklenmektedir. Türkiye'deki online lüks giyim ve ayakkabı pazarının 2016 ve 2020 yılları arasında %39'luk YBBO ile büyümesi beklenmektedir. (*Kaynak: OC&C Analizi, Şubat 2018*)

Beymen, bu büyümeden yararlanmak üzere en iyi şekilde konumlanmıştır. Bu pazar fırsatından yararlanmak üzere, Şirket, e-ticaret ve çoklu kanal faaliyetlerine sürekli olarak yatırım yapmaktadır. Beymen 2017 yılında Beymen.com altyapı yazılımını ve mobil aplikasyonunu satın almıştır. Aynı zamanda Şirket 2017 yılı sonu itibarıyla Beymen.com yazılım geliştirmesini yapan ekibi BOYP altında kurulan İnovasyon Merkezi'ne kaydırmak suretiyle grup bünyesine almıştır. Şirket dönüşüm oranları ve trafiğini artırmak için sürekli olarak müşteri deneyimi, yeni fonksiyonlar ve kişiselleştirme teknolojilerine yatırım yapmaktadır. Şirket ayrıca, trafiği artırmak ve müşterileri için kusursuz bir alışveriş deneyimi yaratmak üzere çoklu kanal becerilerini sürekli olarak geliştirmektedir. Ayrıca Şirket e-ticaret kanalındaki büyümeyi hızlandırmak üzere yeni bir ürün bilgi yönetim sisteminin devreye alınması Ürün Bilgi Yönetimi (PIM) (*Product Information Management System*), çok dilli destek sağlanması, aynı gün teslimat, daha gelişmiş kişiselleştirme gibi orta vadeli planları da bulunmaktadır.

- *Seçici olarak Mağaza Satış Alanı genişlemesi:* Şirket toplam 15 şehirde yer alan mağazalarıyla seçici bir perakende ağı yönetmektedir. Şirket seçici bir şekilde mevcut mağazalarının genişletilmesi ve yeni mağaza açılması suretiyle satış metrekaresini büyütmeyi hedeflemektedir. Şirket, uzun vadede, 90'dan fazla doğrudan işletilen mağaza ve mağaza ağının %35'ten fazla büyümesini hedeflemektedir.

(i) Bu doğrultuda, Şirket seçici şekilde yeni multi-brand mağazalar açmayı beklemekte ve uzun vadede üç yeni multi-brand mağaza açmayı planlamaktadır. Şirket, ilk olarak 2019 yılının ilk çeyreğinde Adana'da 1.700 metrekarelik satış alanında, ikinci olarak 2020 yılında İzmir'de 3.000 metrekare satış alanında, 2 yeni mağaza açmak için çalışmalarını sürdürmektedir. Bunun yanı sıra Şirket inşaat ve plan aşamasında olan lüks alışveriş merkezi projelerini de yakından takip etmektedir. İstanbul'da Metropol Alışveriş Merkezi ve Galata Port Şirket'in yakından takip ettiği önemli projelerdir. Aynı zamanda, İstanbul dışında, örnek olarak İzmir'de Rönesans Alışveriş Merkezi'nde ve Mersin Marina'da mağazalar açılması amacıyla görüşmeler yapılmaktadır.

(ii) Varolan multi-brand mağazalarının metrekarelerinin artırılması planlanmaktadır. Şirket geçmişte Armada ve İstinye Park alışveriş merkezlerinde yaptığı gibi aktif olarak var olan mağazaların metrekarelerini genişletmek üzere sürekli olarak çalışmaktadır. Şirket, 2013 yılının başında Armada alışveriş merkezindeki mağazasının net satış alanını %56.0 oranında artırmıştır. Aynı zamanda Şirket, son

olarak Mart 2018’de tamamlanan tadilat ile Ankara’da yer alan Beymen Panora mağazasının satış alanı %75 oranında büyümüştür. Ayrıca Şirket, Ankara Kavaklıdere’de yer alan multi-brand mağazasının net satış alanını 2018 yılı içerisinde %15 oranında büyütme planlamaktadır. Ayrıca, Şirket’in İstinye Park, Zorlu Center ve Akasya alışveriş merkezlerindeki multi-brand mağazalarının genişletilmesi ile ilgili olarak görüşmeler devam etmektedir.

(iii) Şirket, global markalar ile olan güçlü ilişkilerini kullanarak yeni mono-brand mağazalar açmayı planlamaktadır. Şirket, uzun vadede, dört yeni mono-brand mağaza açmayı planlamaktadır. Şirket’in portföyünde yer alan mono-brand markalar için yeni mağazalar açılabileceği gibi yeni mono-brand markaların da portföye eklenmesi öngörülmektedir. Bundan sonra açılacak yeni mono-brand mağazaların da ağırlıklı olarak yaklaşık 150 metrekare net satış alanına sahip olması ve İstanbul’da yer alması planlanmaktadır.

(iv) 2017 yılında açılan 7 yeni Beymen Club mağazasının ardından Beymen 2018 yılında 5 yeni mağaza ve uzun vadede net olarak 16 yeni Beymen Club mağazası açılması planlanmaktadır. Bu mağazaların 200 ila 300 metrekarelik net satış alanına sahip olması gerekmektedir. 2018 yılında açılacak 5 yeni mağazadan iki tanesi Nisan 2018’de açılmış ve diğerleri müzakere aşamasındadır. Ek olarak, Şirket, önceden bir bayi tarafından işletilmekte olan ve Bodrum Oasis AVM’de bulunan Beymen Club mağazasını devralmıştır. Beymen Club ulaşılabilir lüks pozisyonlaması ve yüksek büyüme potansiyeliyle (Şirket’in Beymen Club mağazalarından elde ettiği net perakende satış tutarı 2015 – 2017 yılları arasında %34.0’lık YBBO ile büyümüştür) yeni mağaza açılışları bakımından da potansiyele sahiptir. Şirket, önümüzdeki yıllarda da Beymen Club mağaza açılışlarının son birkaç senedeki ortalama mağaza açılma hızında devam edeceğini öngörmektedir.

### **7.1.2. Araştırma ve geliştirme süreci devam eden önemli nitelikte ürün ve hizmetler ile söz konusu ürün ve hizmetlere ilişkin araştırma ve geliştirme sürecinde gelinen aşama hakkında ticari sırri açığa çıkarmayacak nitelikte kamuya duyurulmuş bilgi:**

Yoktur.

## **7.2. Başlıca sektörler/pazarlar:**

### **7.2.1. Faaliyet gösterilen sektörler/pazarlar ve ihracının bu sektörlerdeki/pazarlardaki yeri ile avantaj ve dezavantajları hakkında bilgi:**

*Türkiye’deki online ve offline lüks giyim ve ayakkabı pazarına ve global kişisel lüks eşya pazarına<sup>(1)</sup> ilişkin aşağıdaki bilgiler, yalnızca temel bilgi sağlamak amacı ile sunulmaktadır. Sektöre, pazara ve üçüncü kişilere ilişkin bazı bilgiler, güvenilir olduğu düşünülen bağımsız üçüncü kişi kaynaklardan elde edilmiştir. Ancak, söz konusu bilgiler bağımsız olarak doğrulanmamıştır.*

*(1) Lüks giyim ve ayakkabı, gözlük ve ilgili aksesuarlar, mücevherat, deri eşyalar, saatler ve ultra lüks güzellik ve kişisel bakım pazarlarını içermektedir.*

## **Endüstri ve Pazara Genel Bakış**

Beymen, faaliyetleri bakımından Türkiye kişisel lüks eşya pazarında ve Türkiye e-ticaret pazarında Lüks Giyim ve Ayakkabı pazarına odaklı olarak faaliyet göstermektedir. Şirket, 2016 yılı itibariyle Türkiye toplam lüks giyim ve ayakkabı pazarında %35, Türkiye lüks giyim ve ayakkabı e-ticaret pazarında %79’luk pazar payına sahiptir (*Kaynak: OC&C Analizi, Şubat 2018*).

Beymen Türkiye lüks eşya pazarında çeşitli markalı mağazaları, tek markalı mağazaları ve önde gelen internet üzerinden satış platformu aracılığıyla faaliyet gösteren lüks perakende satıcısıdır. Beymen bazıları yalnızca Beymen’de satılan birinci sınıf global markaları satışa sunmaktadır (*Kaynak: OC&C Analizi, Şubat 2018*).<sup>(1)</sup> Hâlihazırda Beymen Türkiye’de önde gelen lüks eşya destinasyonu olup 31 Aralık 2017’de sona

eren yıl için yaklaşık 1.315 milyon TL'lik net satışa sahip 86 mağazası aracılığıyla 900'den fazla global markayı satışa sunmuştur ve yıldan yıla yaklaşık %28,2 oranında büyüme ve mağaza seviyesinde geçen yıla kıyasla %21 oranında büyüme göstermiştir.

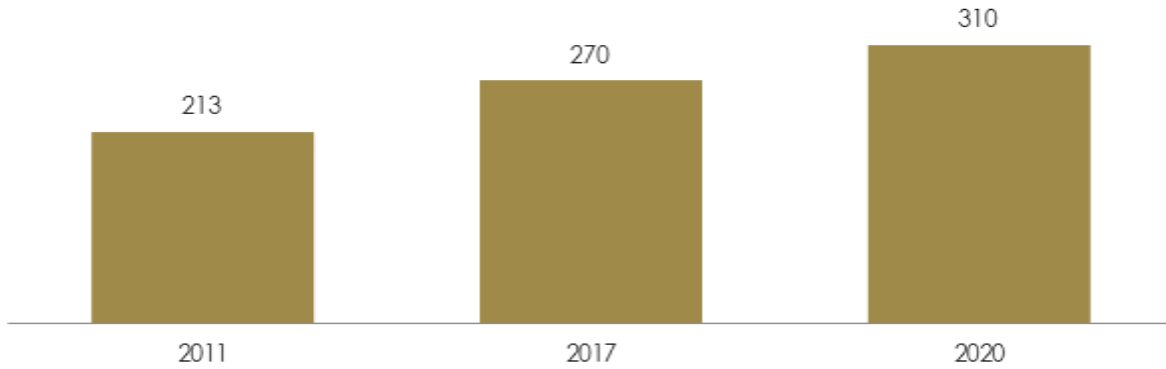
<sup>(1)</sup>Bu analiz, OC&C'nin Beymen yönetiminin sağladığı erkek ve kadın kategorilerinde (diğer bir deyişle, ev, kozmetik ve çocuk hariç olmak üzere) yalnızca Beymen tarafından satılan markalar listesinin, Aralık 2017'de Beymen ve Beymen'in piyasadaki rakiplerinin amiral mağaza ve e-ticaret kanalları üzerinden doğrulanması suretiyle yapılmıştır.

### Global Kişisel Lüks Eşya Pazarı<sup>(1)</sup>

Global kişisel lüks eşya pazarı, bu pazarı cazip hale getiren benzersiz özelliklere sahiptir. Global kişisel lüks eşya pazarı yüksek giriş bariyerleri, fiyat gücü, lüksün demokratikleştirilmesi seyahat esnasındaki alışverişlerdeki (*travel retail*) artış ve sosyal medya aracılığıyla daha görünür hale gelmesi sebebiyle yapı itibarıyla cazip durumdadır. Global kişisel lüks eşya pazarı 2011 yılından 2017 yılına kadar %4'lük YBBO oranında büyüme göstermiş ve 270 milyon Avro'ya ulaşmıştır (*Kaynak: Euromonitor*).

(1) Lüks Giyim ve Ayakkabı, Göz Aksesuarları, Mücevherat, Deri Eşyalar, Saatler ve Ultra lüks güzellik ve kişisel bakım pazarlarını içermektedir.

Global Kişisel Lüks Eşya Pazarı (milyar Avro, 2017, sabit kurlarla)<sup>(1)</sup>



<sup>(1)</sup> Euromonitor, 2017, sabit kurlarla. Kişisel Lüks Eşya; Lüks Giyim ve Ayakkabı, Göz Aksesuarları, Mücevherat, Deri Eşyalar, Saatler ve Ultra lüks güzellik ve kişisel bakım kategorilerini kapsamaktadır

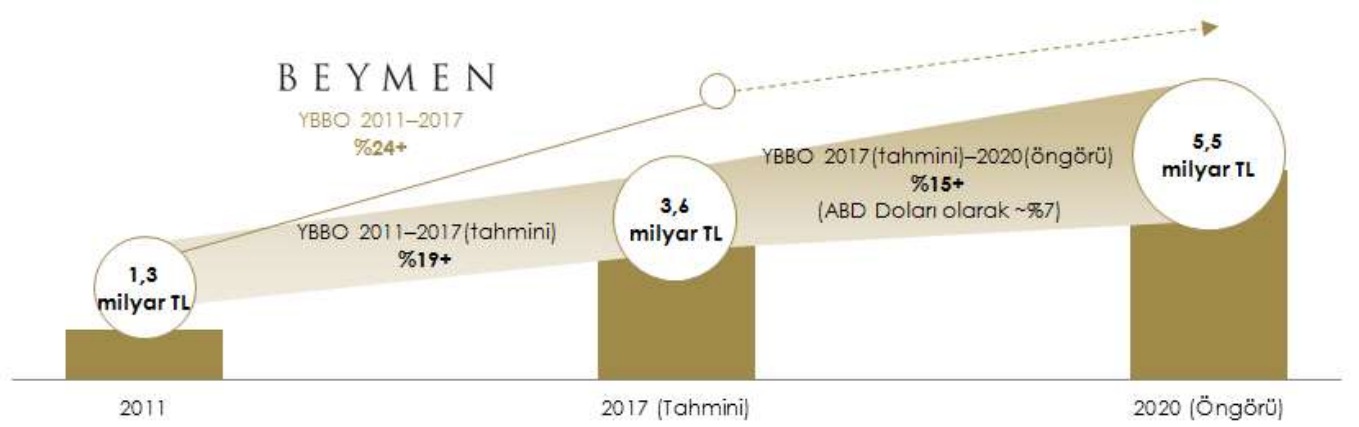
Dünya genelinde, global kişisel lüks eşya pazarı yerel tüketim ve turistler tarafından yapılan güçlü satın almalar yoluyla tüm bölgelerde büyüme göstermiştir.

Ayrıca, tüketicilerin ayrıcalıklı olma, çoklu kanal alışverişleri, deneyimsel alışverişe yönelme ve farklı segmentlerdeki giyim eşyaları ile tarzları bir arada kullanma arayışı içinde olması sebebiyle tüketici eğilimleri lüks eşya pazarlarını yeniden şekillendirmektedir.

### Türkiye'deki Lüks Giyim ve Ayakkabı Pazarı

Türkiye'deki lüks giyim ve ayakkabı pazarının makroekonomik dönüşümler, nüfus artışı, tüketici harcamalarındaki artış ve perakende pazarındaki genel büyüme de dâhil olmak üzere pazardaki çeşitli faktörler sebebiyle kısmen büyümeye devam etmesi beklenmektedir. Aşağıdaki tabloda 2011 ve 2017 yılları arasında Türkiye lüks giyim ve ayakkabı pazarındaki büyüme ve 2017 ve 2020 yılları arasındaki tahmini büyüme oranları yer almaktadır.

## Türkiye Lüks Giyim ve Ayakkabı Pazarındaki Gelişim<sup>(1)</sup>



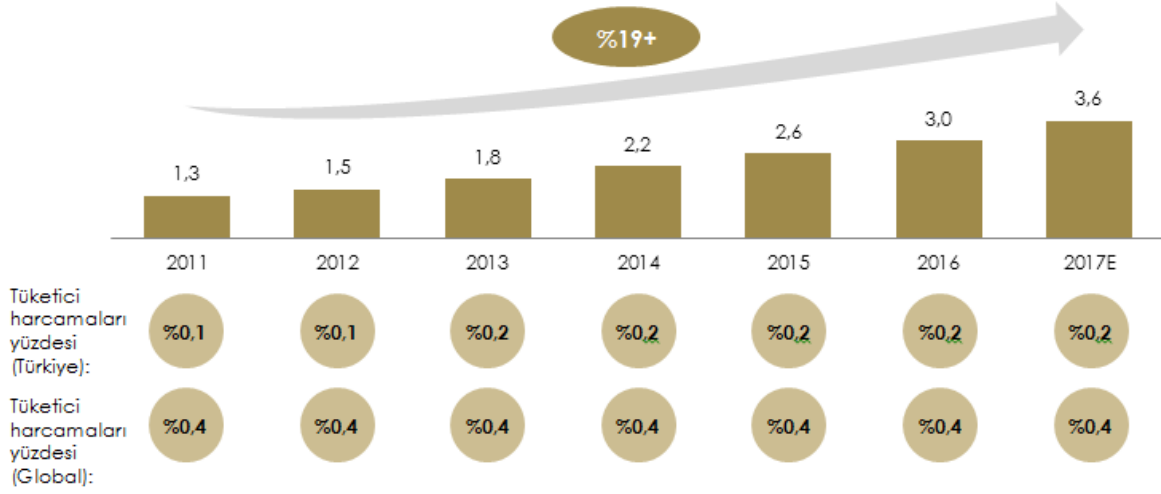
<sup>(1)</sup> Euromonitor, OC&C Analizi, Şubat 2018, şirket bilgileri, IMF WEO Ekim 2017 (kurlar için)

Şirket yönetimi tarafından belirlenen lüks tanımına uygun olarak ölçümlenen lüks giyim ve ayakkabı pazarı 2011 ve 2017T (tahmini) yılları arasında %19'luk YBBO oranında büyüme göstermiş ve 3,6 milyar TL'ye ulaşmıştır (Kaynak: OC&C Analizi, Şubat 2018). Türkiye lüks giyim ve ayakkabı sektörünün Türkiye kişisel lüks eşya pazarını yatırım yapmak için cazip hale getiren çeşitli unsur sebebiyle pozitif büyüme göstermesi beklenmektedir.

Türkiye lüks giyim ve ayakkabı pazarı yüksek büyüme oranına sahip bir pazar olmasına rağmen halen düşük bir penetrasyon (başka bir deyişle lüks giyim ve ayakkabı harcamalarının toplam tüketici harcamalarına olan oranı) seviyesine sahiptir. 2017 (tahmini) senesinde lüks giyim ve ayakkabı harcamaları toplam tüketici harcamalarının yalnızca %0,2'sini oluşturmaktadır ve global ortalama ise %0,4'tür (Kaynak: Euromonitor). Ayrıca, lüks giyim ve ayakkabı pazarında internet üzerinden alışveriş penetrasyonu (başka bir deyişle lüks giyim ve ayakkabı pazarında internet üzerinden yapılan tüketim harcamasının toplam lüks giyim ve ayakkabı tüketim harcamasına oranı) oranı 2016 yılında %3,5 civarındayken bu oran Fransa ve Birleşik Krallık gibi daha gelişmiş uluslarda sırasıyla %9,7 ve %16,5'tir (Kaynak: OC&C analizi, Şubat 2018, Fransa ve Birleşik Krallık için Euromonitor).

Aşağıdaki tabloda 2011 ve 2017 yılları arasında Türkiye'deki lüks giyim & ayakkabı perakende satışları, Türkiye'de %0,1'den %0,2'ye artış gösteren tüketici harcamaları ve %0,4 oranında sabit kalan global tüketici harcamaları yer almaktadır.

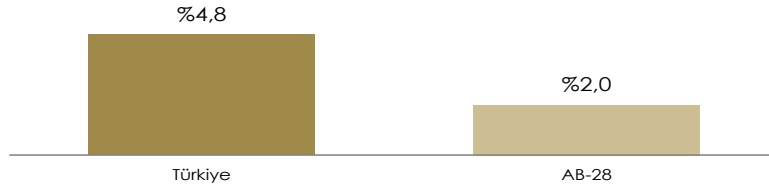
*Türkiye Lüks Giyim & Ayakkabı Perakende Satışları (TL milyar)<sup>(1)</sup>*



(1) Pazar gelişimi için OC&C Analizi, Şubat 2018, tüketici harcamaları için Euromonitor

Türkiye'nin reel GSYİH'inin 2020 yılına kadar %4,8 oranında büyüme göstermesi beklenmektedir (Kaynak: EUI Verileri). Aşağıdaki tabloda 2017 ve 2020 yılları arasında Türkiye ve Avrupa Birliği üyesi ülkeler için tahmini reel GSYİH oranları yer almaktadır.

Tahmini Reel GSYİH YBBO (2017(tahmini)-2020(öngörü))<sup>(3)</sup>

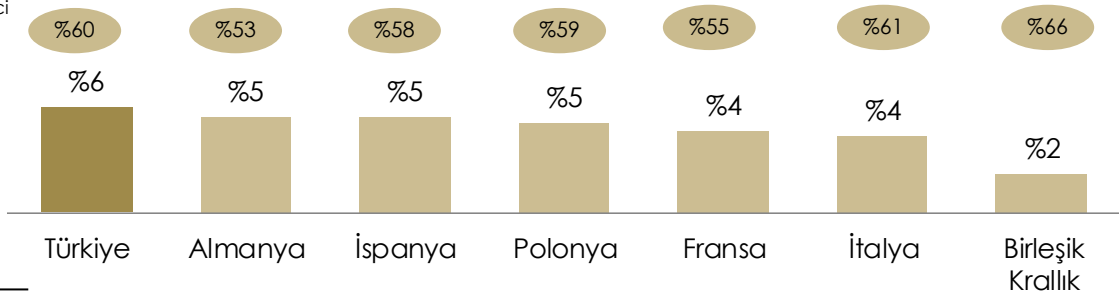


(3) EIU

Türkiye yüksek büyüme oranına sahip ve tüketim odaklı bir ekonomi olduğunu ispatlamıştır. Türkiye'nin 79 milyonluk genç ve büyüyen nüfusunun yol açtığı tüketici harcamalarındaki büyüme bunu desteklemektedir (Kaynak: Euromonitor). Aşağıdaki tabloda Türkiye ve seçilen ülkeler için 2017 ve 2020 yılları arasında GSYİH yüzdesi olarak tüketici harcamaları ve tüketici harcamalarındaki tahmini büyüme oranları yer almaktadır:

Türkiye'nin Tüketici Harcamalarında Sağlıklı Büyüme, Tüketici harcamaları YBBO 2017-2020<sup>(1)</sup>

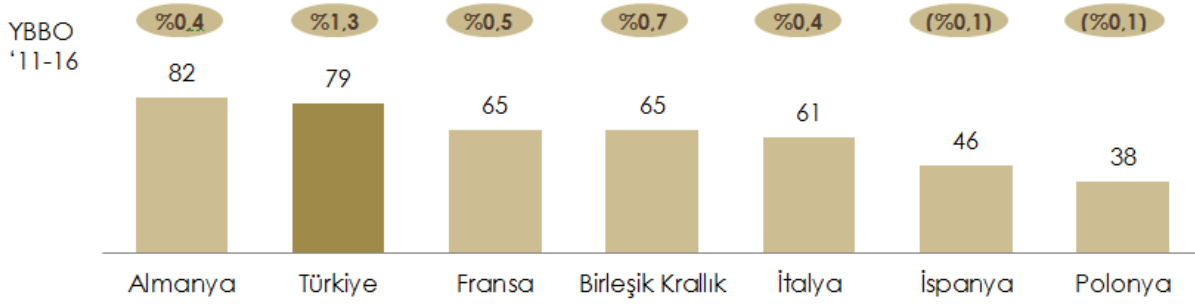
GSYİH'in yüzdesi olarak tüketici harcamaları, 2017



(1) EIU Verileri

2016 yılında Türkiye'nin nüfusu, diğer önemli ülkeleri aşan %1,3 YBBO'luk bir büyüme ile, 79 milyona ulaşmıştır (Kaynak: Euromonitor). Aşağıdaki tabloda 2016 yılında Türkiye'nin ve seçilen ülkelerin milyon bazında büyüme rakamları ve 2016 ve 2022 yılları arasındaki tahmini nüfus artışları yer almaktadır.

*Türkiye'nin büyük ve gelişmekte olan nüfusu – (milyon), 2016* (2)

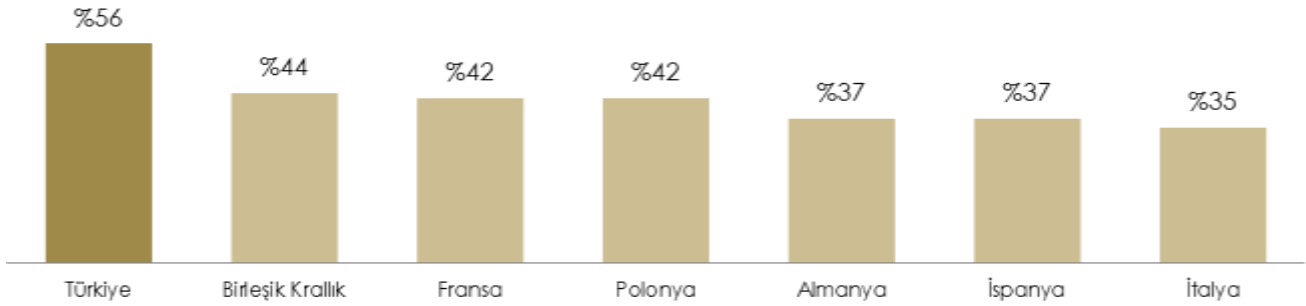


(2) Euromonitor

Genç nüfus, büyüyen orta sınıf ve kadınların iş hayatına artan katılımının da bu büyümede etkisi bulunmaktadır.

Aşağıdaki tabloda 2016'da Türkiye'nin ve seçilen ülkelerin genç nüfusunun payı yer almaktadır.

*Türkiye'de Genç Nüfusun Önemli Payı – 35 yaşın altındaki nüfusun payı (%), 2016* (1)

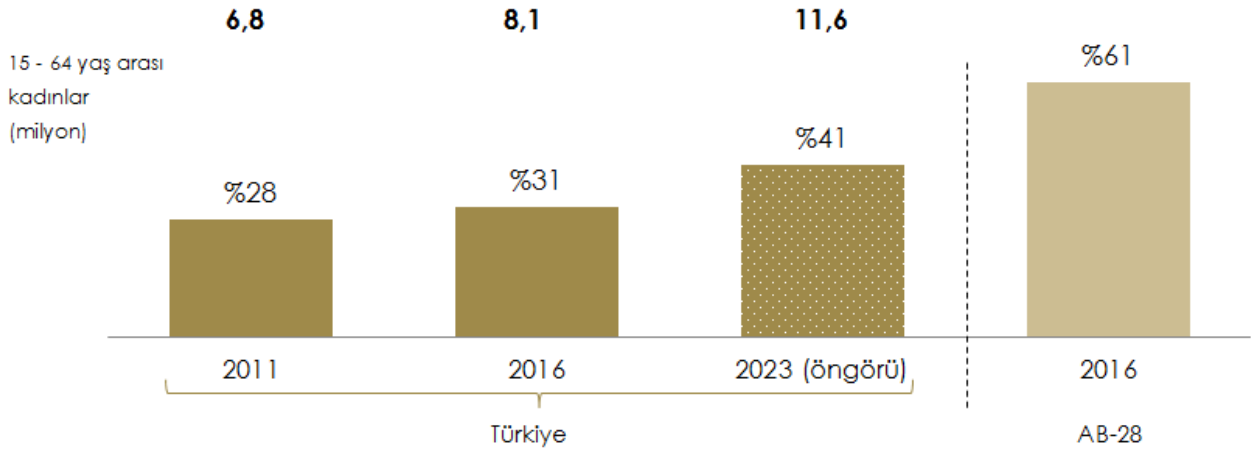


(1) Euromonitor

Aşağıdaki tabloda, belirtilen yıllar için, Türkiye'de ve Avrupa Birliği'nde kadınların işgücündeki payı yer almaktadır.

*Kadınların İşgücüne Katılımındaki Artış* (1)



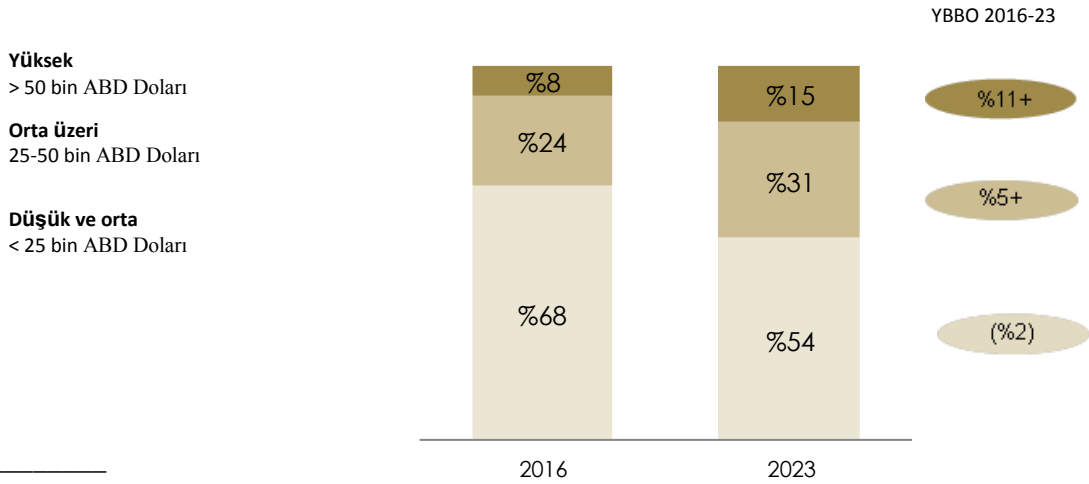


<sup>(1)</sup> Euromonitor, OECD, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanı Jülide Sarıeroğlu Türkiye'nin 2023 yılına kadar kadınların iş gücüne katılım oranını %41'e çıkarmayı hedeflediğini belirtmiştir. (Milliyet, 17 Ekim 2017)

Artan tüketici refahı tüketicilerin daha fazla lüks harcamalar yapmasına yol açmıştır. Orta üzeri ve yüksek gelir gruplarının büyüme göstermesi beklenmektedir: yıllık 50 bin ABD Doları gelire sahip bireylerin payının 2023'te neredeyse ikiye katlanması beklenmektedir (Kaynak: AK Yatırım Yüksek Net Değerli Bireyler ve Türkiye'deki Gelir Dağılımı 2018).

Aşağıdaki tabloda Türkiye hane gelirleri kategorisinin gelişiminin kırılımı yer almaktadır.

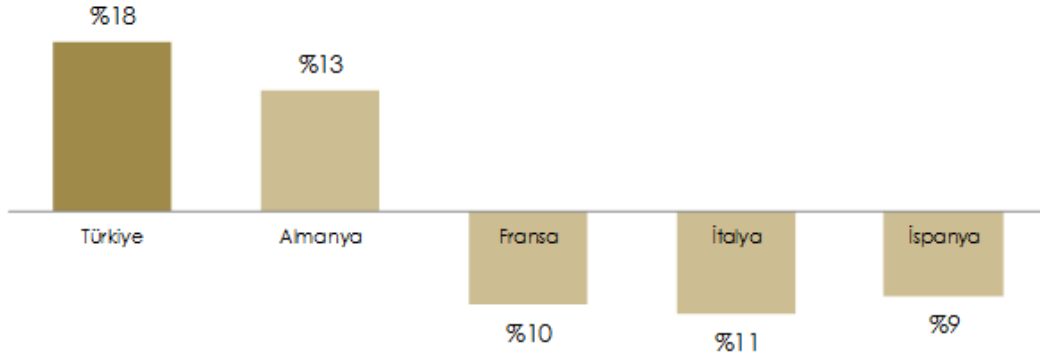
*Türkiye hane gelirleri kategorisinin dökümü (yıllık ABD Doları)*<sup>(1)</sup>



<sup>(1)</sup> Ak Yatırım Yüksek Net Değerli Bireyler ve 2018 yılı Türkiye'deki Gelir Dağılımı. (Kaynak: TÜİK, EIU).

Türkiye'deki ABD Doları milyonerlerinin sayısı, diğer ülkelere oranla daha hızlı olarak, 2006'dan 2016'ya kadar %18 büyümüştür.

*ABD Doları milyonerleri sayısındaki Değişiklik (2006-2016)*<sup>(1)</sup>



<sup>(1)</sup> Knight Frank – The Wealth Report, 2017

Bu faktörleri destekleyici olarak, ultra yüksek net değerli birey sayısı (Türkiye’de 2016 yılında 30 milyon ABD Dolarının üzerinde varlığa sahip bireylerin sayısı) 2016 yılında 193.000’e ulaşmış olup (yıldan yıla %3,5 büyüme) 2026 yılına kadar yaklaşık %43 oranında büyüme göstermesi beklenmektedir (*Kaynak: Knight Frank, The Wealth Report 2017*). Bu sayede sektör fiyatlarını üst seviyede tutabilmekte ve hatta zaman içerisinde artırabilmektedir.

Türkiye aynı zamanda yüksek kredi kartı penetrasyonuna (başka bir deyişle Türkiye’de kredi kartı kullanan kişi sayısının toplam nüfusa oranı) (%75) sahiptir ve yaygın kredi kartı kullanımı yapılan ödemelerin yaklaşık yarısını teşkil etmektedir (*Kaynak: 2016 Verileri, Türkiye Bankalararası Kart Merkezi (BKM)*). Ayrıca, yaygın taksit seçenekleri de satın alım gücünü artırmaktadır. Düşük ev borçları tüketimin artmasına yol açmaktadır.

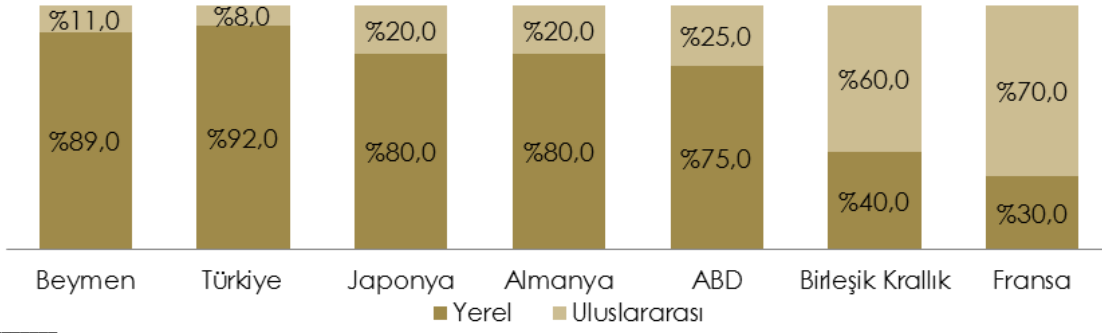
Türkiye’nin dünyanın her yerinden, özellikle komşu bölgelerden varlıklı turistleri çeken elverişli bir coğrafi konumu bulunmaktadır. Türkiye dünyada en çok ziyaret edilen 10. ülke olup (*Kaynak: Dünya Turizm Organizasyonu (UNWTO), 2017*) 2017 yılında 32,4 milyon turist çekmiştir (*Kaynak: Turkstat*).

*Uluslararası Merkez olarak Türkiye*



Kişisel lüks eşya pazarında harcama yapan turist oranı Türkiye’de %8 olup bu oran diğer ülkelere kıyasla halen düşüktür (*Kaynak: Euromonitor*).

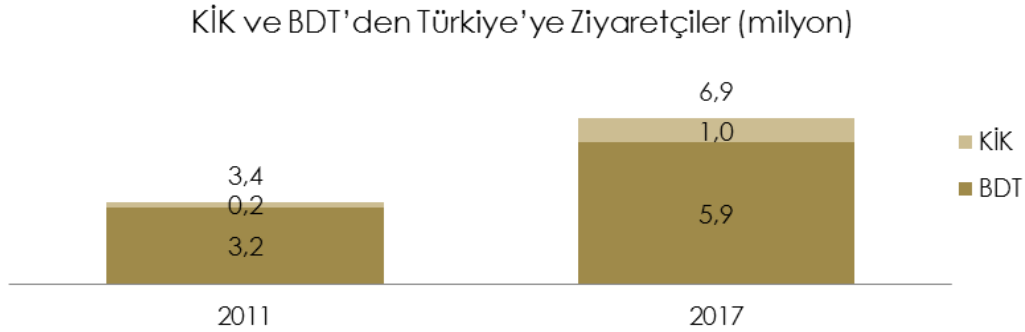
## Lüks Ürün Satışlarında Yerel ve Uluslararası Dağılım<sup>(1)</sup>



<sup>(1)</sup> 2015 verileridir. Kaynak: Beymen Şirket verisi, Euromonitor, South China Morning Post, HSBC tahminleri, Knoema, Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Organizasyonu

Turistler arasındaki lüks alışveriş harcamaları esasen sayıları 7 milyon olarak belirtilen (Kaynak: TÜİK) KİK ve BDT ziyaretçilerinden oluşmakta olup bu turistlerin harcamaları makroekonomik dalgalanmalardan daha az etkilenmektedir.

*Komşu ülke ziyaretçi sayıları kuvvetli şekilde büyümektedir - KİK ve BDT'den Türkiye'ye Ziyaretçiler (milyon)<sup>(1)</sup>*



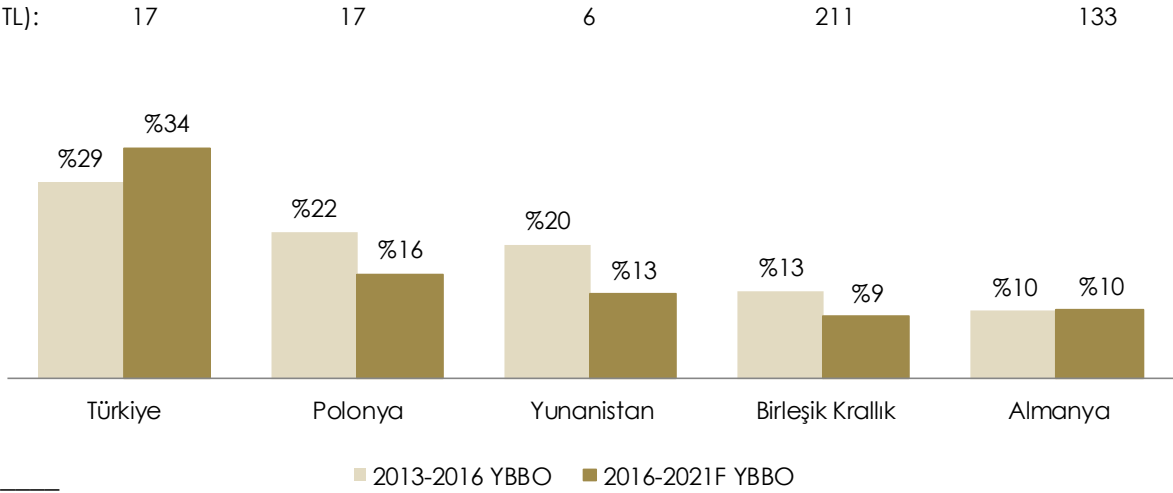
<sup>(1)</sup> TÜİK, Not: Körfez Arap Ülkeleri İşbirliği Konseyi (KİK); Bağımsız Devletler Topluluğu (BDT)

## Türkiye E-Ticaret Pazarı

Türkiye dünyadaki en hızlı büyüyen ve henüz doyuma ulaşmamış, büyük e-ticaret pazarlarından biridir (Kaynak: Euromonitor). Aşağıdaki tabloda 2013 ve 2016 yılları arasında Türkiye'de ve seçilen ülkelerde internet üzerinden perakendecilik pazarındaki büyüme oranları yer almaktadır.

*İnternet üzerinden Perakendecilik Pazarındaki büyüme, YBBO 2013-2016 ve YBBO 2016-2021(tahmini) <sup>(1)</sup>*

Pazar boyutu (2016, milyar TL):

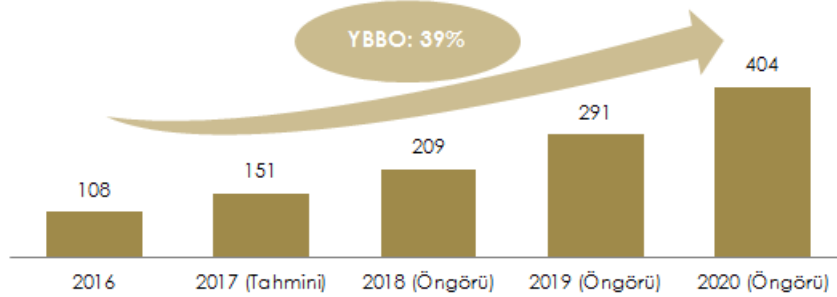


<sup>(1)</sup> Euromonitor

İlave olarak, internet üzerinden lüks giyim ve ayakkabı pazarının 2020 yılına kadar %39 oranında büyüme göstermesi beklenmektedir (*Kaynak: OC&C Analizi, Şubat 2018*).

Aşağıdaki tabloda Türkiye’de 2016 ve 2020 yılları arasında beklenen internet üzerinden lüks giyim ve ayakkabı satış değerleri ve pazardaki büyüme oranı yer almaktadır. İleriye dönük satış tahminleri gelişmiş e-ticaret pazarlarında internet üzerinden yapılan lüks giyim ve ayakkabı satışlarının gelişimleri örnek alınarak belirlenmiştir.

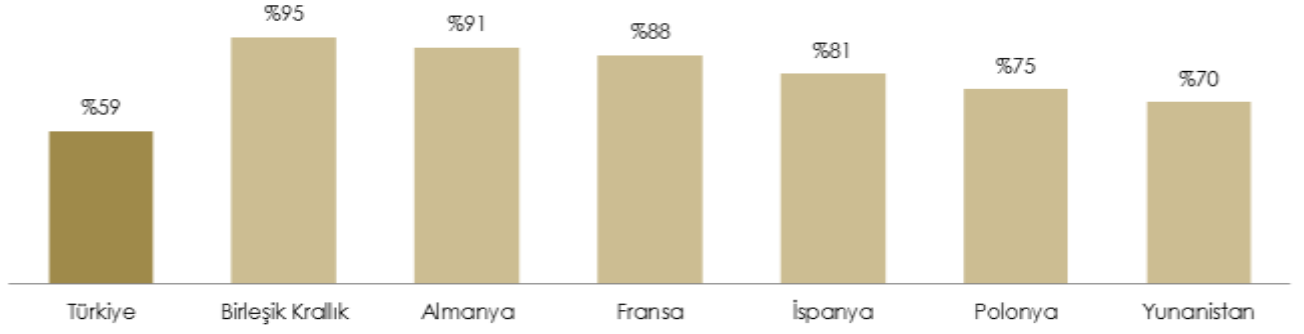
*İnternet üzerinden Lüks giyim ve ayakkabı pazarındaki Gelişim, Türkiye (milyon TL)<sup>(1)</sup>*



<sup>(1)</sup> OC&C Analizi, Şubat 2018

31 Aralık 2016 tarihi itibarıyla, %59 oranındaki internet penetrasyonunu (başka bir deyişle internet kullanan kişi sayısının toplam nüfusa oranı) gösteren 47 milyon internet kullanıcısı bulunmaktadır (*Kaynak: Ecommerce Foundation, Rapor 2017*).

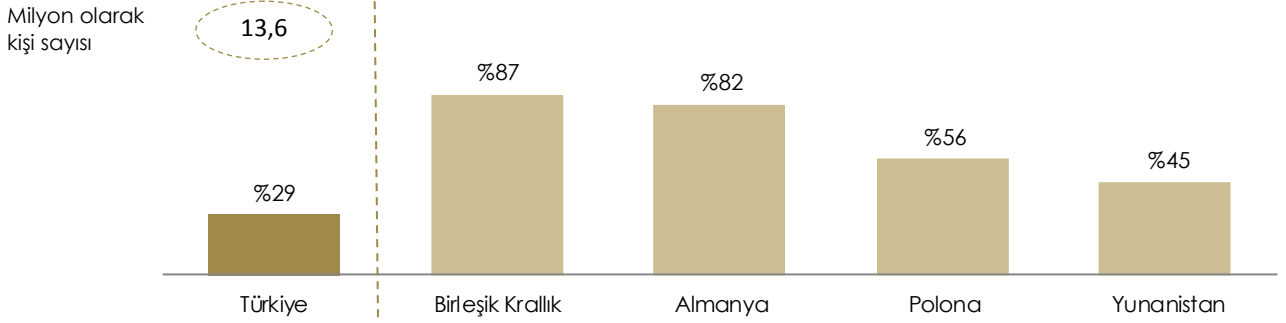
## 2016 yılında Türkiye ve AB Ülkelerinde İnternet Penetrasyonu <sup>(2)</sup>



<sup>(2)</sup> Kaynak: Ecommerce Foundation, Rapor 2017, Eurostat, Nisan 2017.

Aşağıdaki tablo 2016 yılında Türkiye’de ve seçilen ülkelerde internet üzerinden alışveriş yapan müşteri penetrasyonunu göstermektedir.

*Türkiye’de İnternet üzerinden Alışveriş yapan Müşteri Penetrasyonu, İnternet Kullanıcılarının %’si olarak, 2016 <sup>(1)</sup>*



<sup>(1)</sup> Ecommerce Foundation, Rapor 2017, Eurostat, Nisan 2017

2016 yılında akıllı telefon penetrasyonunun (başka bir deyişle akıllı telefon kullanan kişi sayısının toplam nüfusa oranı) %65’e ulaşması ile, Türkiye %60 oranındaki dünya ortalamasının üzerine çıkmıştır (*Kaynak: TÜSİAD E-Ticaret Raporu*). Akıllı telefon penetrasyonunun hızla artmaya devam ettiği Türkiye’de mobil e-ticaret payı halen %19 seviyelerindedir (*Kaynak: TÜSİAD E-Ticaret Raporu*). Dünya ortalamasının %44 olduğu düşünülürse; özellikle Türkiye’nin akıllı telefon penetrasyonu dünya ortalamasının üzerinde olduğu için, ülkemizde ciddi bir potansiyel bulunmaktadır.

### Akıllı Telefon Penetrasyonu <sup>(1)</sup>

#### Akıllı Telefon Penetrasyonu



### Mobil E-ticaret Payı <sup>(1)</sup>

#### Mobil E-ticaret Payı

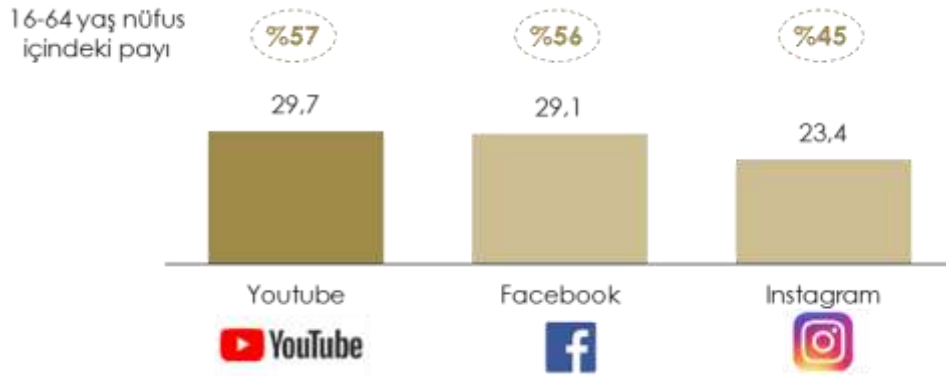


(1) Kaynak: TÜSİAD E-ticaret Raporu

Türkiye’de e-ticaretin gelişimini teşvik eden faktörlerden biri de gelişmiş olan kart ile ödeme sektörüdür. 2016 yılında kredi kartı sayısının toplam nüfusa oranı %75’e ulaşmıştır. Ayrıca, 2016 yılında 117 milyon banka kartı ve 59 milyon kredi kartı tedavülde olup, bunların sırasıyla %40,8’i ve %4,3’ü ile internet üzerinden ödeme yapılmaktadır (Kaynak: 2017 yStats Turkey E-Ticaret Pazar Raporu).

Öngörülen e-ticaret büyümesi aynı zamanda Türk toplumunun aktif sosyal medya kullanımı tarafından ortaya konan dijital çağ insanları tarafından da desteklenmektedir.

2016’da Türkiye’deki Aktif Sosyal Medya Kullanıcıları, (milyon) <sup>(2,3)</sup>



(2) Kaynak: Global WebIndex

(3) Aktif kullanıcılar, 16-64 yaş arasında olup ilgili platformu ayda en az bir kere kullanan kullanıcılar olarak tanımlanmaktadır.

Son olarak, Türkiye’nin altyapı ve teknolojiyi yakından takip eden tüketicileri Türkiye’nin e-ticaretteki büyümesini destekleyecektir. Türkiye’nin ulaştırma altyapısı önemli bir değişimden geçmekte olup bu değişim lojistik açısından teslimatların bir sonraki gün alınmasını kolaylaştıracaktır.

*Türkiye'nin İleri Seviye Bir Fiziksel Teslimat Altyapısı Vardır - En İyi 3 Kurye İçin Teslimat Süresi (gün olarak)<sup>(1)</sup>*



(1) Kaynak: Dünya Bankası Global Lojistik Performans İndeksi , TÜİK

### Lüks Perakende Satışta Rekabetçi Ortam

Beymen çok formatlı lüks bir perakende satışı olup piyasadaki tek markalı ve çok markalı lüks perakende satışçılarla rekabet halindedir.

Pazardaki ilk üç oyuncu pazarın yaklaşık %60'ını oluşturmakta ve lüks giyim ve ayakkabı pazarına yön vermektedir. Esasen, Beymen'in perakende satışlarının kabaca %35'ine sahip olduğu (satış hacmi veya satış değeri açısından) ve en büyük ikinci rakibinin de perakende satışların yaklaşık %16-%18'ine sahip olduğu tahmin edilmektedir (Kaynak: OC&C Analizi, Şubat 2018).

Şirket'in mağazaları lüks tüketim açısından öneme sahip, kritik lokasyonlarda yer almaktadır ve Şirket'in bu lokasyonlardaki satış alanını genişletmek imkânı bulunmaktadır. Ayrıca, Şirket'in ana genişleme kaynağı yeni inşa edilen alışveriş merkezleridir. Şirket yüksek GSYİH & nüfusa sahip şehirlere odaklanmaktadır ve mevcut ve yeni şehirlerde kapladığı alanı genişletme potansiyeline sahiptir. Şirket'in sahip olduğu bu fırsat ve imkânlar ve mevcut mağazalarının konumu pazara yeni girenler bakımından doğal bir engel oluşturmaktadır. Beymen bu yerlerde yalnızca mevcut olmanın ötesinde, ana kiracı konumundadır.

### Türkiye'de Prestijli Alışveriş Bölgelerinde Ana Kiracılar



Yüksek marka farkındalığı ve lüks tercihi sebebiyle, Şirket büyüyen bir müşteri tabanı yaratabilmiştir. Şirket, sahip olduğu multi-brand mağazalar ve Beymen Club mağazaları ile, çeşitli mağaza formatları arasında çapraz satış yapılabilmesini sağlayan geniş bir müşteri tabanına sahiptir. Şirket'in gelirlerinin büyük bir bölümü rakipler tarafından satılmayan markalardan elde edilmektedir ve bu da önemli bir müşteri bağımlılığı yaratmaktadır.

Beymen önde gelen lüks markalar ile uzun süreli ilişkilere sahiptir ve markalar tarafından yüksek hacimli satın alıcılardan biri olarak değerlendirilmektedir. Bu durum Şirket'e ayrıcalıklı koleksiyonların alınması gibi bazı menfaatler sağlamaktadır.

## **Şirket'in Önemli Güçlü Noktaları ve Avantajları**

Şirket, büyüme hedeflerine ulaşabilmek adına, aşağıda belirtilenler gibi birçok kilit güçlü yanı olduğuna inanmaktadır.

### ***Cazip ve Hızlı Büyüyen Lüks Pazarında Güçlü Bir Oyuncudur***

Şirket lüks giyim ve ayakkabı odağında kişisel lüks eşya lüks giyim ve ayakkabı, gözlük ve ilgili aksesuarlar, mücevherat, deri eşyalar, saatler ve ultra lüks güzellik ve kişisel bakım pazarlarını içermektedir) pazarında faaliyet göstermektedir. Euromonitor tarafından 2017 yılında yapılan çalışmaya göre, global kişisel lüks eşya pazarının hacmi 2011 yılından 2017 yılına kadar %4'lük YBBO ile artış göstererek 213 milyar Avro'dan 270 milyar Avro'ya büyüme göstermiştir. Global lüks pazarı (i) sınırlı sayıda rakip oyuncu; (ii) mevcut oyuncuların fiyatlandırma gücü; (iii) giyim, aksesuar ve marka alımlarında daha yüksek fiyatlı ürünlere geçiş yapan lüks ve orta segment tüketiciler nezdinde lüks tüketimin demokratikleşmesi; (iv) tüketicilerin yurt dışı seyahatlerinde alışveriş yapma ve satın alma eğilimlerinin artması (seyahat perakendesi); (v) lüks markaların görünürlüğünü arttırmak suretiyle tüketimi tetikleyen sosyal ve dijital medyanın tüketimi özendirici ve istek uyandıran etkisindeki artış da dâhil olmak üzere ancak bunlarla sınırlı olmaksızın birçok belirgin sektör özelliklerine sahiptir. Bu özellikler global lüks pazarını faaliyet göstermek için cazip bir segment haline getirmektedir. Bu trendlerin önümüzdeki yıllarda da büyüme desteklemesi beklenmektedir ve Euromonitor'a göre, global kişisel lüks eşya pazarının %5'lik YBBO ile artış göstererek 2017'de 270 milyar Avro iken 2020'de 310 milyar Avro'ya çıkması beklenmektedir. Aynı zamanda müşteri eğilimindeki gelişmeler kişisel lüks pazarı dinamiklerinin yeniden şekillenmesine neden olmaktadır. Şirket bu eğilimler arasında: (i) ayrıcalık ve kişiselleştirme talep eden tüketiciler; (ii) özellikle "Y" kuşağı (başka bir deyişle 1980-1999 yılları arasında doğmuş olan kişiler) olmak üzere, çok kanallı hizmet almayı talep eden tüketiciler; (iii) deneyim odaklı satın alma talep eden tüketiciler, (iv) gelir düzeylerinden bağımsız olarak farklı marka segmentlerini karıştırarak kullanma eğilimi gösteren tüketiciler (lüks marka bir çantanın sıradan bir tişört ile kombinlenmesi gibi) de dâhil olmak üzere, ancak bunlarla sınırlı olmaksızın, global lüks sektörünü şekillendiren tüketici eğilimlerini yakından takip etmektedir.

2016 yılı itibarıyla Şirket, satış cirosu bakımından %35 pazar payıyla (*Kaynak: OC&C Analizi, Şubat 2018*) hızla büyüyen Türkiye lüks giyim ve ayakkabı pazarının lideri konumundadır (*Kaynak: Euromonitor, OC&C Analizi, Şubat 2018*). Türkiye lüks giyim ve ayakkabı pazarının hacminin istikrarlı olarak büyüdüğü ve %19'lük bir YBBO ile artış göstererek 2011 yılında 1,3 milyar TL'den 2017 yılında 3.6 milyar TL'ye ulaştığı görülmektedir. Türkiye lüks giyim ve ayakkabı pazarındaki büyümenin iki temel sebebi olduğu ve bu sebeplerin bu büyüme desteklemeye devam edeceği düşünülmektedir: (i) güçlü ve büyüyen yerel talep ve (ii) hızla büyüyen turist satışları. Şirket'in global moda markalarıyla yıllardır süren işbirliği ve en önemli alışveriş bölgelerinde kiracı konumunda bulunması yeni bir oyuncunun Türkiye lüks moda pazarına girişi bakımından doğal bir engel oluşturmaktadır.

Çeşitli demografik, kültürel ve teknolojik faktörler Türkiye lüks tüketim pazarındaki yerel büyüme dinamiklerinin ortaya çıkmasını sağlamaktadır. EIU'ya göre, Türkiye'nin 2017 ve 2020 yılları arasında tahmin edilen reel GSYİH YBBO oranı %4,8 iken aynı tarihler arasında Avrupa Birliği için ortalama GSYİH oranı %2,0'dır (AB-28). Ayrıca, Türkiye ekonomisi esasen tüketim odaklıdır ve Türkiye Avrupa'daki ikinci en büyük, en genç ve en hızlı büyüyen nüfusa sahiptir (2016 yılında 79 milyon olan Türkiye nüfusunun %56'sı 35 yaşın altındadır). Son yıllarda, Türk toplumunun yapısı değişim göstermiş, nüfus önemli ölçüde varlık birikimi sağlamış, orta sınıf "devrimi" gerçekleşmiştir ve bu değişimin kısa ve orta vadede devam etmesi beklenmektedir. EIU'ya göre, 2016 yılında yüksek gelirli haneler (geliri 50.000 ABD Dolarının üzerinde olan) toplam hane sayısının %8'ini oluşturmakta iken 2023 yılına kadar bu oran, %11'lik YBBO ile artış göstererek %15'e çıkması beklenmektedir. 2016 yılında orta-üst gelir grubundaki haneler (geliri 25.000 – 50.000 ABD Doları arasında olan) toplam hane sayısının %24'ünü oluşturmakta iken bu oranın %5,1'lik YBBO ile artış göstererek 2023 yılında %31'e ulaşması beklenmektedir. Diğer taraftan, ABD doları bazında milyoner sayısı 2006 ve 2016 yılları arasında %18 oranında artmıştır.



Ayrıca, Türkiye yüksek kredi kartı penetrasyonu (başka bir deyişle Türkiye’de kredi kartı kullanan kişi sayısının toplam nüfusa oranı) ile en büyük ödeme altyapılarından birine sahiptir (2016 yılında kredi kartı penetrasyonu %75 olup, bu oran Batı Avrupa’dan daha yüksektir). Türkiye’de kredi kartları bankalar tarafından finanse edilen bir taksitlendirme seçeneğine sahiptir ve bu durum lüks tüketim ürünlerinin erişilebilirliğini artırmaktadır. Kadınların iş gücüne katılımlarındaki artış da lüks tüketim pazarındaki genel büyümeye katkı sağlayan başka bir unsurdur. Kadınların iş gücüne katılımı 2011 yılında %28 oranında iken (6,8 milyon çalışan kadın) 2016 yılında %31’e ulaşmıştır (8,1 milyon çalışan kadın) (*Kaynak: OECD*) Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanı Jülide Sarıeroğlu Türkiye’nin 2023 yılına kadar kadınların iş gücüne katılımını %41’e (11,6 milyon) çıkarmayı hedeflediğini belirtmiştir. Bu da 2016 yılı itibarıyla kadınların iş gücüne katılım oranı %61 seviyesinde olan Avrupa Birliği (AB-28) gibi daha gelişmiş pazarları yakalayabilmek için önemli ölçüde potansiyel sağlamaktadır. Türkiye’de tüketici davranışlarını şekillendiren nüfus kalıpları ve refah unsurlarına ilaveten, medya ve kültürel alışkanlıklar da genel lüks harcamalarına katkı sağlayan temel unsurlardır. Dünyada olduğu gibi Türkiye’de yer alan lüks tüketicilerin bir kısmı popüler magazinlerde, yerel ünlülerin sosyal medya hesaplarında ve televizyon programlarında gördükleri karşısında belirli lüks markalardan etkilenmekte ve esinlenmekte ve alışveriş esnasında bu markalara geçiş yapmaktadır.

Hızlı büyüyen Türkiye lüks tüketim pazarına katkı sağlayan ikinci büyük unsur Türkiye’nin önde gelen bir global turizm merkezi olmasıdır. 2017 yılında Türkiye, 32,4 milyon turist ile dünyada en çok ziyaret edilen ilk 10 bölge arasına girmiştir (*Kaynak: Turkstat*). Türkiye Doğu ve Batı’yı birleştiren merkez olarak stratejik bir coğrafi konumuna sahiptir ve tarihi, misafirperverliği, cazip iklim koşulları ile yerel ve yabancı ziyaretçileri cezbetmektedir. 2016 yılında Türkiye’ye gelen turist akışında yavaşlama yaşanmıştır, ancak turist akışı 2017 yılında hızla artmaya başlamıştır. Körfez Arap Ülkeleri İşbirliği Konseyi (“**KİK**”) Ülkeleri ve Bağımsız Devletler Topluluğu (“**BDT**”) Ülkeleri gibi komşu ülkeler Türkiye’ye daimi turist akışı sağlamaktadır. Yüksek turizm potansiyeline ek olarak, Türkiye lüks alışveriş için dünyadaki sayılı merkezlerden biri haline gelmektedir. Orta Doğu, BDT ve Çin’den gelen varlıklı turistlerden oluşan ziyaretçi tabanı Türkiye lüks sektöründeki büyümeyi desteklemektedir. Körfez Arap Ülkeleri ve BDT Ülkelerinden gelen ziyaretçi sayısı 2011 yılında 3,4 milyon iken 2017 yılında 6,9 milyona ulaşmış ve %12,5’lik YBBO ile artış göstermiştir (*Kaynak: Turkstat*). Türkiye lüks tüketim pazarında turistlerin harcama payı diğer pazarlara kıyasla halen düşük seviyelerdedir (Euromonitor’e göre 2017’de sona eren yıl için %8). Ancak, Körfez Arap Ülkeleri ve BDT Ülkelerinden ve Asya ülkelerinden büyüme potansiyeli bulunmaktadır. Çin, 2018’i “Türkiye Turizm Yılı” ilan etmiştir ve 2018 yılı için yaklaşık 1 milyon Çinli turist beklenmektedir (*Kaynak: Çin Milli Turizm İdaresi*). Şirket, tarihsel olarak bu turizm akışlarından etkin bir şekilde yararlanmıştır. Şirket’in uluslararası ziyaretçilere yaptığı satışlardan elde ettiği hasılat %33,2’lük YBBO ile artış göstererek 2010 yılında 19.042.900 TL’den 2017 yılında 144.528.924 TL’ye yükselmiştir. 2017 yılında Şirket’in turistlere yaptığı satışlardan elde ettiği hasılat 2016 yılına kıyasla %64,7 oranında artış göstermiştir. KİK Ülkeleri ve BDT Ülkelerinden gelen müşteriler 2017 yılında Şirket’in turistlerden elde edilen hasılatının (Global Blue ve Tax Free Zone’dan elde edilen yıllık turist cirosu rakamı doğrultusunda) %61,8’ini oluşturmuştur. En dikkat çeken unsur ise, Şirket’in Suudi Arabistan, Kuveyt, Katar ve Çin gibi ülkelere gelen ziyaretçilerden elde ettiği hasılat oranının 2016 yılından 2017 yılına sırasıyla %23,0, %43,2, %69,6 ve %299,9 oranında artmasıdır (*Kaynak: Global Blue, Tax Free Zone Yıllık Raporları*). Şirket, gelecekte turizmden önemli ölçüde artış beklemektedir.

Şirket, Türkiye lüks giyim ve ayakkabı pazarında geçmişte pazardan daha hızlı büyüme gösteren bir konuma sahiptir. Türkiye lüks giyim ve ayakkabı pazarı 2011 ve 2017T (tahmini) yılları arasında %19’luk YBBO ile büyüme gösterirken Şirket’in hasılatı aynı dönemde %24’lük YBBO ile artmıştır (*Kaynak: OC&C Analizi, Şubat 2018*). Aşağıdaki tabloda görüldüğü üzere, Şirket’in temel performansı ve operasyonel parametreleri Türkiye pazarındaki çok markalı diğer lüks perakendeciler ile kıyaslandığında, Şirket lüks perakende pazarında güçlü oyuncuların biridir.

*Beymen ve diğer çok markalı lüks perakendecileri - mağaza ve e-ticaret öneri özet tablosu*

Kategori		BEYMEN	2. Oyuncu	3. Oyuncu
Marka Algısı	Pazar Payı <sup>(1)</sup> , 2016 (%)	%35	yaklaşık %16-18	yaklaşık %8-10
	En çok tercih edilen lüks marka <sup>(2)</sup>	%62	yaklaşık %25	yaklaşık %10
Çeşitlilik	Marka Sayısı <sup>(3)</sup>	900+	yaklaşık 100+	yaklaşık 500+
	Kendisine ait markaların payı <sup>(4)</sup>	%20	yaklaşık %70	-
E-Ticaret Platformu	İnternet üzerinden elde edilen gelir payı, 2016 <sup>(5)</sup>	%8	yaklaşık %3	yaklaşık %3
	Ortalama aylık ziyaretler '000 <sup>(6)</sup>	1.522	337	408
Mağaza	Mağaza sayısı, 2017 <sup>(7)</sup>	85	yaklaşık 130	yaklaşık 50
	Toplam satış alanı, 2016 ('000 metrekare) <sup>(8)</sup>	48	yaklaşık 50	yaklaşık 27

<sup>(1)</sup> OC&C Analizi, Şubat 2018

<sup>(2)</sup> İstanbul, Ankara ve İzmir'den 501 kişilik A sınıfı sosyoekonomik segment katılımcı ile IPSOS tarafından Ocak 2018 sırasında, yürütülen online tüketici araştırması yapılmıştır. Katılımcılara: "En çok tercih ettiğiniz lüks marka nedir?" sorusu sorulmuştur.

<sup>(3)</sup> Şirketlerin internet siteleri. Ocak 2018'de online mağaza kontrolüne dayalı marka sayısı.

<sup>(4)</sup> Beymen 2016 verileri için Beymen yönetimi. 2. Oyuncu 2016 verileri için sektör röportajlarına dayalı OC&C Analizi, Şubat 2018.

<sup>(5)</sup> Beymen 2016 verileri için Beymen yönetimi. 2. Oyuncu ve 3. Oyuncu verileri için OC&C Analizi, Şubat 2018.

<sup>(6)</sup> Kaynak: Similarweb: Ekim-Kasım-Aralık 2017 ortalaması. Mobil uygulama ziyaretleri dâhil değildir.

<sup>(7)</sup> Şirketlerin internet siteleri. Mono-brand, multi-brand ve Beymen Club mağazaları da dâhil olmak üzere Beymen mağazalarının sayısı. 2. Oyuncu ve 3. Oyuncu için mağaza sayısına mono-brand ve multi-brand mağazalar da dâhildir – seçilen markalar hariçtir.

<sup>(8)</sup> 2. Oyuncu ve 3. Oyuncu 2016 verileri için OC&C Analizi, Şubat 2018.

## **Önemli Lüks Destinasyonu**

### *Lüks için stratejik olan bölgelerde seçkin alışveriş deneyimi*

Şirket'in hedefi Türkiye'de müşterilerine en iyi seviyede bir alışveriş deneyimi sunmaktır. Şirket mağazaları, Şirket'in imaj yaratım ve iletişim aracıdır ve her bir multi-brand mağazası Şirket tarafından dikkatle seçilen mimarlar tarafından antika ve ikonik özel mobilyaların kullanılması suretiyle lüks bir atmosfer oluşturmak üzere şekillendirilmiştir.

Ayrıca Şirket, mağazalarını yaşam alanları olarak görmekte, tasarlamakta ve müşterileri için sosyal bir deneyim yaratmayı amaçlamaktadır. Şirket önemli bazı mağazalarında restoranlara ev sahipliği yapmaktadır. Ayrıca, bu mağazalarda defilelerden sanat etkinliklerine kadar çeşitli mağaza içi aktiviteler yürütülmektedir. Sözü geçen bu sosyal deneyimler ve Şirket'in "Koşulsuz Müşteri Mutluluğu" sağlama amacı müşteri trafiğinin artmasını desteklemektedir. Şirket'in kuruluşundan bu yana benimsediği "Koşulsuz Müşteri Mutluluğu" felsefesi Şirket'in müşterilerine en üst seviyede alışveriş deneyimi sağlama stratejisinin merkezinde bulunmaktadır. Şirket'in sahip olduğu her bir müşteri için, müşterinin ihtiyaçlarına odaklanan bir satış elemanı görevlendirilmektedir. Şirket müşterilerine, private shopper (kişisel müşteri danışmanı) ve VIP odaları, ev ve ofislere satış hizmetleri ve hayat boyu tadilat hakkı, makyaj, gardırop ve hediye hizmetleri gibi diğer ücretsiz satış sonrası hizmetler de dâhil olmak üzere çeşitli mağaza içi ve mağaza dışı hizmetler sunmaktadır.

Şirket mağazalarının kapladığı satış alanı itibarıyla, Türkiye genelindeki prestijli alışveriş bölgelerinde hâkim kiracı konumundadır. Şirket sıklıkla kiracı olduğu lüks merkezlerinde bazı mal sahipleri ile tasarım, yerleşim ve deneyimsel unsurlar hakkında işbirliği yapmaktadır. Şirket'in amiral mağazaları (i) multi-brand mağazaları (7.200 metrekarelik), mono-brand mağazaları ve Beymen Club mağazaları ile toplam satış alanının %19'unu ve lüks satış alanının %43'ünü kapladığı Zorlu Alışveriş Merkezinde (İstanbul, Avrupa yakası); (ii) yaklaşık 4.600 metrekarelik multi-brand mağazası, mono brand'leri ve Beymen Club mağazaları ile toplam satış alanının %11'ini ve lüks satış alanının %48'ini kapladığı İstinye Park Alışveriş Merkezinde

(İstanbul, Avrupa yakası) ve (iii) Eylül 2017’de açılan, net satış alanı 3.600 metrekare büyüklüğünde olan amiral multi-brand mağaza açtığı Suadiye alışveriş bölgesinde (İstanbul, Anadolu yakası) yer almaktadır.

### *Global lüks markalarından oluşan geniş bir portföy*

Şirket portföyünde yer alan 900’ün üzerindeki marka ile, müşterilerine global lüks markalarından ve Beymen özel markalarından oluşan bir portföy sunmaktadır. 31 Aralık 2017’de sona eren yıl için, global markalar (Valentino, Dolce & Gabbana, Celine, Fendi, Moncler, Saint Laurent, Canali, Corneliani, Bottega Veneta, Balmain, Givenchy, Etro ve diğer pek çok marka da dahil) Şirket’in net perakende satışlarının %78,6’sını; ve Şirket’in özel markaları ise (Beymen Club, Beymen Collection, Academia ve diğer özel markalar da dahil) aynı dönem için Şirket’in net perakende satışların %21,4’ünü oluşturmuştur.

Global moda markalarının pek çoğu Türkiye’de sadece Şirket’te satılmaktadır; zira Şirket bu markaların dağıtımında “fiili münhasırlığa” sahiptir. Şirket güven ve ortaklığa dayalı olarak yıllar içinde geliştirdiği bu ilişkilerin derinliğinden ve gücünden son derece memnuniyet duymaktadır. 31 Aralık 2017’de sona eren yıl için, Şirket’in en çok satan on global marka ile olan ortalama ilişkisi 10 ila 15 yıllıktır. OC&C’nin yaptığı doğrulamaya<sup>(1)</sup> göre bu markalardan dokuzu sadece Şirket’te satılmaktadır. (Kaynak: OC&C Analizi, Şubat 2018). Şirket’in kurduğu ilişkilerin gücü geniş marka portföyünü desteklemekte ve Şirket’e, müşterilerine fiili münhasırlık ile önemli global markaları sunma konusunda bir avantaj sağlamaktadır. 31 Aralık 2017’de sona eren yıl için, sadece Şirket tarafından satılan markalar, Şirket’in özel markaları da dâhil olmak üzere, Şirket’in net perakende satışlarının %71,0’ını (kozmetik, ev & hediyelik ve çocuk kategorileri hariçtir) oluşturmuştur (Beymen moda markaları hariç, sadece Şirket tarafından satılan markalar Şirket’in net perakende satışının yaklaşık 50%’sini oluşturmaktadır). 31 Aralık 2017’de sona eren yıl içerisinde, Şirket’in portföyünde bulunan en büyük 30 global markadan yalnızca beşi (satın alma hacmine dayalı olarak) Türkiye’de diğer multi-brand perakendeciler tarafından da satılmıştır.

<sup>(1)</sup> Bu analiz, OC&C’nin Beymen yönetiminin sağladığı erkek ve kadın kategorilerinde (diğer bir deyişle, ev, kozmetik ve çocuk hariç olmak üzere) yalnızca Beymen tarafından satılan markalar listesinin, Aralık 2017’de Beymen ve Beymen’in piyasadaki rakiplerinin amiral mağaza ve e-ticaret kanalları üzerinden doğrulanması suretiyle yapılmıştır.

Şirket’in pazardaki konumu, global markaları “fiili münhasırlığa” yönlendirmekte olup bu konum (i) Türkiye lüks giyim ve ayakkabı pazarındaki %35’lik pazar payı ve pazardaki toplam büyümeden daha hızlı büyüyen satışları (Kaynak: OC&C Analizi, Şubat 2018); (ii) Beymen markasının müşterilerin gözündeki gücü (en çok tercih edilen lüks perakendecisi - %62 (Kaynak: IPSOS tarafından Ocak 2018 sırasında yürütülen online tüketici araştırması)); (iii) güçlü müşteri ilişkileri (iv) Türkiye’deki lüks alışveriş bölgelerinde pozisyonlanmış olması; (v) global markalar için doğru marka ortamı sunmasıyla desteklenmektedir.

### **Özgün İş Modeli**

#### *Çoklu formata sahip perakende stratejisi*

Şirket’in kendi perakende kanalları 31 Aralık 2017’de sona eren yıl için Şirket’in net satışlarının toplamda %91,5’ini oluşturmuştur. Şirket İstanbul, Ankara ve İzmir gibi Türkiye’nin en büyük ve yüksek gelir ve yüksek GSYİH oranlarına sahip şehirlerine odaklı seçkin bir kapsama alanına sahiptir. Şirket’in multi-brand ve mono-brand faaliyetleri Türkiye nüfusunun %46’sını ve Türkiye’nin GSYİH’sinin yaklaşık %60’ını kapsayan kentsel alanlarda sürdürülmektedir. Beymen Club da dâhil olmak üzere Şirket’in toplam fiziksel kapsama alanı Türkiye nüfusunun %55’ini ve Türkiye’nin GSYİH’sinin yaklaşık %69’unu kapsayan kentsel alanları içermektedir (Kaynak: TÜİK).

Şirket’in çok kanallı çok formatlı lüks perakende platformu Şirket’e çeşitli müşteri temas noktaları sunması suretiyle lüks pazarına nüfuz etme imkânı sağlamaktadır. Beymen multi-brand mağazaları Şirket’in faaliyetlerinin temelini oluşturmakta ve mono-brand ve Beymen Club mağazaları ile desteklenmektedir. Sözü geçen 3 fiziksel perakende formatı birbirleriyle bütünleyici olup Şirket’e çapraz satış imkânı

oluşturmaktadır. Şirket'in tam entegre e-ticaret platformu (Beymen.com) Şirket'in Türkiye'de müşteriye erişimini sağlayarak ve yeni müşteri kazanımını destekleyerek Şirket'in fiziksel perakende kapsama alanını artırmaktadır. Şirket'in kazandığı yeni müşterilerle olan ilişkiler daha sonra Şirket'in kanalları arasında çapraz satış yapılması suretiyle derinleştirebilmektedir. Aşağıdaki tablodan da görüleceği üzere, Şirket'in formatları arasındaki müşteri paylaşımları; (i) multi-brand ve mono-brand müşterilerin %25'inin aynı zamanda Beymen Club mağazalarından da alışveriş yaptığını ve %12'sinin aynı zamanda online alışveriş yaptığını; (ii) Beymen Club müşterilerinin %28'inin aynı zamanda multi-brand mağazalardan da alışveriş yaptığını ve %11'inin aynı zamanda Şirket'in e-ticaret kanalı üzerinden yaptığını; (iii) mono-brand müşterilerin %55'inin aynı zamanda multi-brand mağazalardan da alışveriş yaptığını; (iv) e-ticaret müşterilerinin %53'ünün aynı zamanda fiziki mağazalardan da alışveriş yaptığını göstermektedir.

Aşağıda yer alan grafikler, 2016 ve 2017 yılı için, Şirket müşterilerinin Şirket'in çoklu formatları arasında olan dağılımını göstermektedir.



(\*) Multi-brand mağazalar, mono-brand mağazalar, Beymen Club mağazaları ve e-ticaret kanalı bazında aktif müşteri dağılımını göstermektedir.

### Marka portföyü stratejisi

Şirket hazır giyim, ayakkabı, çanta ve aksesuar da dahil olmak üzere kadın ve erkekler için çeşitli global markalar ve Şirket'in tasarımcıları tarafından tasarlanmış çeşitli ürünler sunmaktadır. Ayrıca, Şirket kozmetik, ev & hediyelik eşyalar ve çocuk gibi kategoriler de sunmaktadır. Global markaları ve Beymen'in özel markalarını içeren geniş marka portföyü Şirket'e geniş bir fiyatlandırma olanağı sunmakta ve bu sayede Şirket Türkiye lüks giyim ve ayakkabı pazarına daha derinden nüfuz ederek daha geniş bir müşteri tabanına ulaşabilmektedir.

Şirket'in, envanterinin neredeyse tamamına sahip olması Şirket'in karlı büyümesi ve operasyonel verimliliği açısından büyük bir öneme sahiptir. Şirket'in kesin satın alma modeli (2017 net perakende satışlarının %96,4'ü kesin satın alma (*firm buy*), kalan %3,6'sı ise konsinye ürünlerden oluşmuştur) Şirket'in, bir yıl öncesinden etkin bir şekilde planlama ve satın alma yapacak şekilde müşterilerini ve pazarı derinlemesine anladığının göstergesidir. Şirket'in 900'den fazla markadan oluşan lüks ve çağdaş marka portföyü hem marka seviyesinde hem de kategori seviyesinde dikkatli bir şekilde seçilmekte ve global moda eğilimlerini yakından takip edebilmek adına aktif bir şekilde yönetilmektedir. Şirket portföyünde düşük marka

konsantrasyonuna ve bağımlılığına sahiptir ve her zaman için yeni marka ve kategorileri test etmektedir. 31 Aralık 2017’de sona eren yıl için, en çok satan beş uluslararası marka Şirket’in global markalardan yaptığı net perakende satışlarının %23,1’ini (toplam net perakende satışın %18,1’ini) oluştururken en çok satan 6 ila 10’uncu sıra arasındaki markalar %10,6’sını (toplam net perakende satışın %8,3’ünü), en çok satan 11 ila 20’nci sıra arasındaki markalar %14,7’sini (toplam net perakende satışın %11,5’i) ve diğer markalar yaklaşık %51,7’sini (toplam net perakende satışın %62,0’ını) oluşturmuştur. Şirket, 2017 yılında bünyesine (Hugo Boss, Stella McCartney-Men ve Zimmermann da dahil olmak üzere ancak bunlarla sınırlı olmaksızın) 50 yeni marka katmıştır. Ayrıca, Beymen özel markalarının satışları hariç tutulduğunda, 31 Aralık 2017’de sona eren yıl için, en çok satan beş uluslararası marka Şirket’in toplam net perakende satışlarının %18,1’ini; en çok satan 10 uluslararası marka Şirket’in toplam net perakende satışlarının %26,5’ini ve en çok satan 20 uluslararası marka Şirket’in toplam net perakende satışlarının %38,0’ını temsil etmiştir. Şirket’in marka portföyünün sürekli, dikkatli ve titizlikle seçilmesi Şirket’in pazarda modayı belirleyen şirket olarak konumlandırılmasını sağlamakla birlikte aynı zamanda moda riskini de önemli ölçüde azaltmaktadır. Şirket’in en çok satan 10 global markası sezona, global moda eğilimlerine ve hedef müşterilerin ihtiyaçlarına bağlı olarak zaman zaman değişmekte ve sofistike bir müşteri ilişkileri (CRM) fonksiyonu ile desteklenmektedir.

Şirket global lüks pazardaki eşleştirerek giyinme (*mix and match*, farklı segmentlerden ürün ve stilleri birleştirmek) eğilimine uygun olarak, ulaşılabilir çağdaş markalar ve global lüks tasarımcı markalardan oluşan dengeli bir portföye sahiptir. 31 Aralık 2017’de sona eren yılda, multi-brand mağazalarda ve e-ticaret kanalında ulaşılabilir çağdaş markalardan elde edilen net perakende satış, global moda markaların satışından elde edilen toplam net perakende satış tutarının %22,6’sını oluşturmuştur.

Beymen özel markaları ise sundukları erişilebilir fiyatlarla Şirket’in yeni müşteri kazanmasını destekleyen önemli bir stratejik etkidir. Şirket’in Beymen özel markalarına ait temel portföyü ağırlıklı olarak Beymen Club (şık ve rahat (*smart casual*)), Beymen Collection (güncellenmiş klasik) ve Academia’dan (modern) oluşmaktadır. Diğer başlıca özel markalar ise Beymen Blender, Beymen Home, Beymen çanta ve aksesuar, Beymen eşarp, Beymen çikolata ve kişiye özel üretimlerdir. 31 Aralık 2017’de sona eren yılda Beymen özel markalarının satışı Şirket’in net perakende satışların %21,4’ünü oluşturmuştur.

Beymen özel markaları müşterilerin en çok tercih ettikleri markalar arasındadır. 2017 yılında Beymen Club Şirket portföyü içerisinde 900’ün üzerinde marka arasında en çok satış yapan bir numaralı marka olmuştur. Beymen Collection üç numara ve Academia ise on iki numarada yer almıştır. Şirket’in özel markalarına ilişkin faaliyeti oldukça stratejik olup Şirket’in genel faaliyeti için daha yüksek kar marjları oluşturmaktadır. Şirket, tamamı şirket içinde yürütülen ve Şirket’te ortalama sekiz yıllık deneyime sahip 30 kişilik bir ekip tarafından desteklenen, tasarım süreci de dahil olmak üzere, Beymen özel markalarına odaklanmış 80’in üzerinde çalışanı ile dikey entegre iş modeline sahiptir. Şirket zaman zaman, özel markalarını desteklemek üzere önde gelen global moda evleri ile ortaklıklar yapmaktadır. Örnek olarak, 2007 yılından bu yana Beymen Collection-Erkek (takım elbise, pantolon, ceket gruplarında) tasarım ve üretim için İtalyan modaevi Corneliani ile çalışmaktadır. Şirket’in özel markaları için ürünlerin tasarlanmasından mağazaya ulaşmasına kadar olan süreç yaklaşık dokuz aydır. Bu süreç Şirket’in erişilebilir lüks alanındaki rakipleri ile uyumludur. Bu süreç, Şirket’in üreticilere ve tedarikçilere yakınlığı sayesinde kolaylaşmaktadır; zira 31 Aralık 2017’de sona eren yılda Şirket’in üretim ve kaynak maliyetlerinin yaklaşık %89’u yerel olarak karşılanmıştır. 31 Aralık 2017’de sona eren yılda, Şirket’in kullandığı ham maddeler tüm ürün grupları genelinde 180’den fazla tedarikçiden sağlanmış olup, bu çeşitlilik Şirket’in tedarikçilerine yoğunlaşmasını ve bağımlılığını azaltmaktadır. Şirket’in Beymen özel markalarına ait güçlü portföyü ve güçlü iç tasarım becerileriyle geliştirdiği ürün ve kategoriler sayesinde özel markaların büyüme oranı Şirket’in genel büyüme oranı ile paralellik göstermiştir.

### ***Müşteri ilişkileri yönetimi ve iletişim stratejisi***

Şirket’in güçlü bir müşteri ilişkileri yönetim mirası bulunmaktadır. Şirket Türkiye’nin en eski mağaza kartı portföylerinden birisine sahiptir. Şirket, müşteri ilişkileri yönetim becerileri sayesinde müşterilerini derinlemesine anlayabilmekte ve satış ve satın alma girişimlerini daha etkin bir şekilde yönetebilmektedir.

Şirket'in 2015 yılından beri %22,5'lik YBBO ile büyüme gösteren müşteri ilişkileri yönetimi veri tabanında, 2005 yılından beri satın alma alışkanlıklarını görebildiği, yaklaşık 1,6 milyon kayıtlı müşteri verisi bulunmaktadır. Şirket'in her bir müşteri segmenti için farklı müşteri yönetim programları mevcuttur ve bu programlar özel içerikli müşteri iletişimi yapılabilmesini sağlamakta ve herhangi bir yılda, 2000'in üzerinde özelleştirilmiş pazarlama aksiyonları ile Şirket'in "360 derece" müşteri yönetimi stratejisine (başka bir deyişle müşteriyi merkeze alan, müşterinin Şirket'in tüm kanallardaki davranışlarını birçok boyuttan değerlendiren ve müşteriyi birçok yönden tanıyarak bağlılığı destekleyen müşteri yönetim anlayışı stratejisine) yön vermektedir.

Şirket yoğun bir şekilde yeni müşteri kazanımına odaklanmaktadır. Müşteri kazanımını destekleyen birden çok faktör bulunmaktadır. Bu faktörlere, (i) güçlü çok formatlı perakende satış kanallarına ve 900'ün üzerinde marka ile geniş bir portföye sahip olunması, (ii) interaktif müşteri iletişim stratejileri ve (iii) marka ortaklıkları (özel bankalar, telekomünikasyon şirketleri, önde gelen lüks oteller ve lüks restoranlar, lüks saat ve mücevher şirketleri gibi hizmet sağlayıcılar) ile yapılan iş birliklikleri (iv) yurtdışında yapılan dış mekân reklam çalışmaları ve lüks oteller ile yapılan işbirlikleri ile turistlerin hedeflenmesi de dahildir. Şirket'in müşteri yaşam döngüsü, yönetim süreci müşteri verilerinin derinlemesine analiz edilmesine dayalıdır. Şirket satın alma stratejisini ve özelleştirilmiş müşteri etkileşimlerini yönlendirmek üzere çeşitli pazarlama teknikleri ve analizler (değer ve davranış segmentasyonu, satın alma eğilimlerini modelleme gibi) kullanmaktadır.



Şirket müşterilerine iki adet müşteri sadakat programı sunmaktadır; "The One" ve "Beymen Club" olmak üzere iki ayrı sadakat programı yer almaktadır. 31 Aralık 2017'de sona eren yıl itibariyle, Şirket'in "The One" programında, 65.080 üyesi (bayiler tarafından işletilen multi-brand mağazalar aracılığıyla kayıtlı bulunan müşteriler de dâhil olmak üzere) bulunmaktadır. Bu üyeler Şirket'in doğrudan işletilen multi-brand mağazalarından, mono-brand mağazalarından ve e-ticaret kanalından (www.beymen.com) alışveriş yapan müşterilerin %18,5'ini ve Şirket'in bu kanallardan yapılan satışlardan elde edilen net perakende satışlarının %69,7'sini oluşturmaktadır. "The One" programına katılmak ve programda kalabilmek üzere asgari bir alışveriş limiti bulunmakta olup bu kriter programı oldukça ayrıcalıklı hale getirmektedir. "The One" müşterileri ortalama olarak 7 yıldır Şirket müşterisidir. "Beymen Club" müşteri sadakat programı 2016 yılında lanse edilmiştir. 31 Aralık 2017'de sona eren yıl itibariyle, Şirket'in "Beymen Club" müşteri sadakat programına kayıtlı olan 107.389 üyesi (bayiler tarafından işletilen multi-brand mağazalar aracılığıyla kayıtlı bulunan

müşteriler de dahil olmak üzere) bulunmaktadır. Bu üyeler, 31 Aralık 2017’de sona eren yıl için Şirket müşterilerinin %50,0’sini ve doğrudan işletilen Beymen Club mağazalarından elde edilen net perakende satışların %67,7’sini oluşturmaktadır. Her iki sadakat programında da müşteri başına harcama ve alışveriş sıklığı sadakat müşterilerinde önemli ölçüde daha yüksektir.

Şirket, veri odaklı müşteri ilişkileri yönetim becerileri sayesinde dinamik, interaktif ve bütünsel bir müşteri iletişim stratejisine sahiptir. Şirket medya yatırımlarında kategori lideri konumundadır (*Kaynak: Nielsen, 2017*) ve basında çıkan içerik açısından en başarılı lüks perakende moda markası olarak derecelendirilmektedir. (*Kaynak: MTM Medya İzleme Merkezi (MTM Media Monitoring Center)*). 31 Aralık 2017’de sona eren yıl için Şirket, sosyal medya açısından, Facebook ve Instagram’daki yaklaşık 1,4 milyon takipçisi ile Türkiye’de en çok etki yaratan lüks moda hesapları arasındadır. Şirket’in marka konumlandırması aynı zamanda Kate Moss gibi iyi modellerin yer aldığı sezon kampanyaları ile geliştirilmektedir.

### *Planlama ve envanter yönetimi*

Şirket yüksek karlılığa sahip kesin satın alma (*firm buy*) iş modeli ile faaliyet göstermektedir ve envanterinin neredeyse tamamına sahiptir. 31 Aralık 2017’de sona eren yıl için, Şirket’in net perakende satışının %96,4’ü kesin satın alma, %3,6’sı ise konsinye ürünlerden oluşmuştur. Kesin satın alma iş modeli detaylı ve doğru bir satın alma, stok planlaması ve envanter yönetimi gerektirmektedir. Şirket’in satılabilir ürünlerinin (mağazalarda ve e-ticaret kanalında satışa sunulamayacak durumda olan ikinci ve üçüncü kalite mallar hariç) sezon sonu hedef stok tüketim oranı (*sell out*) %90 olup sezon sonunda satılmayan envanterin oranı %10 civarındadır.

Şirket bir sonraki sezon satın alma yapılması için optimal satın alma hacmini tespit etmek amacıyla istatistiksel modellerden elde edilen çıktıları kullanan analitik bir planlama sürecine sahiptir. Planlama mağaza seviyesinde kategori, marka ve ürün grubu bazında yapılmaktadır (örnek olarak Beymen Zorlu Center multi-brand mağazası için Etro’dan kaç adet erkek gömleği alınacağı planlanmaktadır). Azami brüt kar ve Şirket’in satılabilir ürünlerinin (mağazalarda ve e-ticaret kanalında satışa sunulamayacak durumda olan ikinci ve üçüncü kalite mallar hariç) %90’ı oranında sezon sonu stok tüketim oranı ile Şirket’in hedeflenen satış hacimlerine ulaşılmasına odaklı tam entegre bir satış ve satın alma planlaması yapılmaktadır. Şirket’in satın alma planlama ekibi sezon performansları üzerinde çeşitli ticari analizlerde bulunmakta ve bu süreçte istatistiki talep tahmin araçlarını kullanmaktadır. Şirket, brüt marjı ve stok yönetimini desteklemek için Şirket’e özel geliştirilmiş otomatik bir sistem yatırımı yapmıştır. Bu sisteme, her biri otomatik olarak ve satış ihtimallerini en üst seviyeye çıkarmak üzere olasılığa dayanan girdileri dikkate almak suretiyle, mağazalara gidecek ürünlerin günlük olarak depodan transfer edilmesi, her stok tutma birimi (SKU) için satış olasılıklarını en üst seviyeye çıkarmak üzere ürünlerin mağazalar arasında haftalık olarak yeniden dağıtılması ve e-ticaret siparişlerinin satışları daha az olan mağazalardan tedarik edilmesi de dâhildir. Bu çoklu kanal yaklaşımı sayesinde Şirket en üst seviyede envanter etkinliği ile faaliyet göstermekte ve stok tüketim hedeflerine ulaşmaktadır.

Şirket’in satın alma tutarları pazar koşullarına göre belirlenmektedir. Şirket satın alma hacimlerini pazar değerlendirmelerine göre belirlemek konusunda yüksek derecede esnekliğe sahiptir ve tedarikçileri Şirket’e satın alma tutarlarını gerektiğinde ceza ödemeksizin ayarlama konusunda destek olmaktadır. (örnek olarak Şirket, 2016 yılında meydana gelen olumsuz makroekonomik koşullar sebebiyle, 2016 sonbahar kış sezonunda satın alımlarının %10,8’ini iptal etmiş ve satın alımlarını azaltmıştır; ayrıca Şirket 2016’da Türkiye’de meydana gelen olaylar sebebiyle makro-ekonomik gelişmelere tedbirli yaklaşarak 2017 ilkbahar yaz sezonu için satın almalarını revize etmiş ve azaltmıştır ve satın alımlarının %4’ünü iptal etmiştir).

2016 yılında Şirket ihtiyaçlarına göre özelleştirilmiş ve ürünler arasındaki indirim oranlarını ayırt edebilmek üzere ürün ve renk performanslarına göre farklı fiyat önerileri sunabilen bir indirim optimizasyon aracı devreye alınmıştır. Bu model sezon içi performans, envanter seviyeleri ve talebin fiyat elastikiyeti de dahil olmak üzere çeşitli faktörlere dayanmaktadır. Elde edilen çıktı brüt marjların en üst seviyeye çıkarılmasına ve stok tüketim hedeflerine ulaşılmasına önemli ölçüde katkı sağlamaktadır.

## **Çok kanallı hizmet sağlama becerileri ile E-ticaret pazarındaki konum**

E-ticaret Şirket'in cazip pazar dinamiklerinden yararlanan, en hızlı büyüyen ve en önemli kanallarından biridir. Türkiye e-ticaret pazarı önemli bir pazar potansiyeline sahiptir. Zira; Türkiye e-ticaret pazarı 2013 ve 2016 yılları arasında %29'luk YBBO oranı ve 2016 ve 2021 yılları arasında beklenen %34'lük YBBO oranı ile, çeşitli Batı ve Doğu Avrupa ekonomilerini (Polonya, Yunanistan, Birleşik Krallık ve Almanya gibi) geride bırakan ve hızlı büyüyen bir pazardır (*Kaynak: Euromonitor*). Ayrıca 2016 yılı itibariyle internet penetrasyonu (başka bir deyişle internet kullanan kişi sayısının toplam nüfusa oranı) ve online alışveriş penetrasyonu (başka bir deyişle online alışveriş yapan kişi sayısının toplam nüfusa oranı) sırasıyla %59 ve %29'dur ve bu oran Türkiye e-ticaret pazarının AB ülkelerine kıyasla önemli ölçüde doymamış bir pazar olduğunu göstermektedir (*Kaynak: E-commerce Foundation Raporu, 2017*). Türkiye e-ticaret pazarındaki akıllı telefon penetrasyonu (başka bir deyişle akıllı telefon kullanan kişi sayısının toplam nüfusa oranı) ise %60 oranındaki global ortalamaya kıyasla %65 oranındadır. Türkiye'deki mobil e-ticaret sektörü %44 oranındaki global ortalamaya kıyasla online alışverişte yalnızca %19 oranında paya sahiptir ve bu da Türkiye e-ticaret pazarının önemli bir gelişme potansiyeli olduğunu göstermektedir (*Kaynak: TÜSİAD E-Ticaret Raporu*). Türkiye e-ticaret pazarı aynı zamanda gelişmiş bir fiziksel teslimat altyapısı (Türkiye geneline en fazla 3 günlük teslimat süresi), teknoloji meraklısı aktif ve genç sosyal medya tüketici tabanı (Facebook kullanıcıları açısından en üst sıradaki 10 ülkeden biri) ile desteklenmektedir (*Kaynak: World Bank Global Logistics Performance Index, TÜİK*). Beymen 2016 ve 2020 yılları arasında %39'luk beklenen YBBO oranı ile online lüks giyim ve ayakkabı pazarının lideri konumundadır (*Kaynak: OC&C Analizi, Şubat 2018*).

2010 yılında Şirket, online alışveriş sitesi Beymen.com ile e-ticaret platformunu oluşturmuştur. OC&C analizine göre 2016 yılı sonu itibariyle Beymen.com, %79'luk pazar payı ile Türkiye'nin önde gelen lüks moda sitelerinden biridir. Şirket'in e-ticaret kanalı vasıtasıyla yapılan satışlar son yıllarda çok hızlı bir artış göstermiştir. Şirket'in portföyündeki en hızlı büyüyen satış kanalı olan e-ticaret kanalı aracılığıyla yapılan satışlar 2015'ten 2017'ye kadar %59,5'lik YBBO ile artış göstermiş ve 2017'de 119 milyon TL'ye<sup>(1)</sup> ulaşmıştır. Bu rakam, 31 Aralık 2017'de sona eren yılda Şirket'in net satışlarının yaklaşık %9,0'ını oluşturmuştur. Şirket, 31 Aralık 2017' itibariyle Türkiye'de rekabet ettiği büyük çok markalı lüks perakendecilere kıyasla en yüksek e-ticaret satış payına sahiptir. (*Kaynak: OC&C Analizi, Şubat 2018*)

<sup>(1)</sup> Şirket'in TFRS finansal tablolarının 45 numaralı sayfasında verilen "İnternet" kanalından farklılık göstermektedir. Bahsi geçen sayfada belirtildiği üzere, TFRS uyarınca hazırlanan finansal tabloların 4 numaralı dipnotunda yer alan tablolarda bulunan "İnternet" kanalı içerisinde, yalnızca [www.beymen.com](http://www.beymen.com) ve [www.beymenclub.com.tr](http://www.beymenclub.com.tr) internet sayfalarında gerçekleştirilen satışlar yer almakta iken, işbu İzahname'nin diğer bölümlerinde yer alan verilere uygunluk amacıyla, yukarıda yer alan "E-ticaret kanalı" satırına, [www.wepublic.com.tr](http://www.wepublic.com.tr) adresi üzerinden yapılan satışlar dahil edilmiştir.

Şirket'in e-ticaret kanalındaki büyüme artan trafik ve ciro artışı ile desteklenmektedir. Beymen.com ve beymenclub.com kanallarındaki online trafik (mobil uygulama da dahil olmak üzere) son 3 yıl içerisinde %38'lik YBBO ile artış göstermiş ve 2017'de 28,6 milyon ziyaretçiye ulaşmıştır. Aynı kanallardaki mobil trafik ise toplam trafiğin %65'ini teşkil etmektedir. Şirket'in e-ticaret kanalındaki fatura adedi 2015'ten 2017'ye %35,2'lik YBBO ile artış göstermiş ve 2017'de yaklaşık 252.000'e ulaşmıştır. Aynı dönemde, ortalama fatura tutarı %17'lik YBBO ile büyüyerek 464 TL'ye ulaşmıştır.

Şirket'in e-ticaret kanalı, Şirket'in demografik ve coğrafi açısından daha geniş bir müşteri tabanına ulaşılmasını sağladığı için Şirket için oldukça stratejik bir kanaldır. 31 Aralık 2017'de sona eren yıl için, Şirket'in aktif online müşterilerinin %50'sinden fazlası "Y" jenerasyonu (başka bir deyişle 1980-1999 yılları arasında doğmuş olan jenerasyon) ve "Z" jenerasyonu (başka bir deyişle 2000-2021 yılları arasında doğmuş olan jenerasyon) olup bu müşteriler aynı dönem için Şirket'in toplam müşteri portföyünün yaklaşık %40'ını oluşturmaktadır. 31 Aralık 2017'de sona eren yıl için, İstanbul, İzmir ve Ankara'ya yapılan e-ticaret satışları Şirket'in e-ticaret kanalı vasıtasıyla yaptığı satışlardan elde edilen gelirlerin yaklaşık %59,5'ini oluşturmuştur. Ayrıca, e-ticaret kanalı Şirket'in fiziksel olarak mevcut olmadığı şehirlere de ulaşmasını sağlamaktadır. Bu sebeple, e-ticaret kanalı yeni müşteri kazanımı açısından Şirket için önemli bir kanaldır. Zira 2017 yılında yeni müşterilerin (Şirket'in doğrudan işlettiği multi-brand, mono-brand, Beymen Club mağazaları, outlet ve e-ticaret kanalı müşterileri dahil) %16,8'si e-ticaret kanalı aracılığıyla kazanılmıştır. Şirket, güçlü e-ticaret ve perakende mevcudiyetinin ötesinde, tıkla ve al (*click and collect*) ve mağazada iade



et seçenekleri de dâhil olmak üzere çeşitli hizmetler sunarak müşterilerine çok kanallı alışveriş deneyimi sunmaktadır.

### **Karlı, Nakit Getiren ve Sürdürülebilir Büyümede Başarı Geçmişi**

Şirket geçmişten günümüze kesintisiz bir büyüme sağlamış olup 2010 yılından 2017 yılına kadar net satışlarını %25'lik YBBO ile artırmak suretiyle 275 milyon TL'den 1.315 milyon TL'ye yükseltmiş ve aynı süreçte satış alanını neredeyse iki katına çıkarmıştır ve işini beş kat büyütüştür. Ayrıca, 2015 ve 2017 yılları arasındaki dönemde tüm perakende formatları toplamındaki güçlü büyüme sayesinde Şirket'in net satışları %19,8'lik YBBO ile artmıştır. Çeşitli jeopolitik olayların ve terör saldırılarının damga vurduğu ve Türk Lirasının değer kaybettiği 2016 yılında dahi, Şirket net satışlarını çift haneli olarak artırmış ve FAVÖK marjını tutmayı başarmıştır.

2015 ve 2017 yılları arasında Şirket'in satışlarındaki büyümenin %77,7'si bire bir (*like for like*) satışlardan (e-ticaret dâhil ancak outlet mağazaları ve kapanacağı için bire bir hesabına katılmamış olan Wepublic mağazası hariç olmak üzere) kaynaklanmaktadır. 31 Aralık 2015, 2016 ve 2017'de sona eren yıllar için, Şirket'in net satışları sırasıyla %23,2, %10,9 ve %22,8 oranında bire bir (*like for like*) büyüme göstermiştir. Aynı dönemler itibarıyla Şirket'in net satışları sırasıyla %20,4, %6,7 ve %20,7 oranında mağaza seviyesinde bire bir satış büyümesi göstermiştir. Bu durum ise, Şirket'in yatırım yoğun olmayan (*asset-light*) karlı büyüme gerçekleştirecek şekilde yapılandığını göstermektedir.

Şirket'in net satışlarındaki gelişim Şirket'in Düzeltilmiş FAVÖK'ünün daha hızlı artmasına yol açmıştır. 31 Aralık 2017, 2016 ve 2015'te sona eren yıllar için Şirket'in Düzeltilmiş FAVÖK'ü sırasıyla %15,8, %15,0 ve %14,9'luk FAVÖK marjı ile 2015'te 139 milyon TL iken 2017'de 207 milyon TL'ye artmış ve aynı dönem için %22'lik YBBO ile artış göstermiştir. Şirket, faaliyet kaldırıcının ve brüt marjının gelişmesinin de desteği ile FAVÖK marjının orta vadede gelişmesini hedeflemektedir. Yatırım bakımından yoğun olmayan (*Asset-light*) iş modeli (başka bir deyişle limitli yatırım harcaması gereksinimi duyan, hızlı geri ödeme süreci ve yüksek getiri sağlayan iş modeli) Şirket'e faaliyetini sınırlı miktarda yatırım ihtiyacı ile büyütebilme imkânı tanımaktadır. Bunun sonucunda, Şirket'in nakit dönüşümü son üç yılda %80'in üzerinde gerçekleşmiştir. Şirket, yüksek miktarda nakit yaratan faaliyeti sayesinde büyümesinin tamamını kendi nakit akış üretimi yoluyla finanse edebilmektedir. Yatırım yoğun olmayan (*asset-light*) modeli ve cazip kiralama şartları, Şirket'in açtığı yeni mağazaların hızlı geri ödeme sürelerine sahip olmasını ve yatırılan sermayeden yüksek getiri elde edilmesini sağlamaktadır. Şirket'in multi-brand, mono-brand ve Beymen Club mağazaları için geri ödeme süreleri (yatırım desteği öncesi) sırasıyla yaklaşık 30 ila 36 ay, 36 ila 48 ay ve 12 ila 24 aydır. Geri ödeme süresi yeni mağazanın ticari işletme sermayesi ihtiyaçları dikkate alınmak suretiyle, tahmini indirimli serbest nakit akışına dayalı olarak hesaplanmaktadır. Kira masrafları düzeltilerek hesaplanmış yatırılan sermaye getiri oranı, "güncel değere göre sermayeleştirilerek beş ile çarpılmış kira ödemeleri ve vergi sonrası faiz unsurunun vergi sonrası net işletme karına eklenmesini" içermektedir.

Şirket'in net satışlarındaki gelişim ve işletme sermayesini ve bilançosunu verimli bir şekilde yönetebilme becerisi aynı zamanda Şirket'in brüt marjının, net gelirinin ve işletme faaliyetlerinden gelen serbest nakit akışının büyümesine de katkı sağlamıştır. Şirket'in brüt karı 2015 ve 2017 yılları arasında %18,2'lik YBBO ile artış göstererek, 2015 yılında 417 milyon TL iken 2017 yılında 582 milyon TL'ye yükselmiştir. Ayrıca, 2015 ve 2017 yılları arasında Şirket'in net geliri %25,2'lik YBBO ile artış göstererek 2015 yılında 56 milyon TL iken (%6'lık net gelir oranı) 2017 yılında 88 milyon TL'ye (%7'lik net gelir oranı) yükselmiş ve işletme faaliyetlerinden gelen nakit akışı %71,8'lük YBBO ile artış göstererek 2015 yılında 47 milyon TL iken 2017 yılında 140 milyon TL'ye yükselmiştir.

### **Deneyimli Yönetim Kadrosu**

Şirket'in kıdemli yönetim kadrosu Genel Müdür (CEO) Elif Çapçı, Mali İşler Genel Müdür Yardımcısı Esra Tokbaş, Satın Alma ve Ürün Genel Müdür Yardımcısı Polat Uyal, Ticari Genel Müdür Yardımcısı Batur Kutnay, Beymen markalarından sorumlu Artistik Direktörü Murat Türkili, Pazarlama İletişimi Genel Müdür Yardımcısı Elif Yıldız Tellaloğlu, Satış Genel Müdür Yardımcısı Uğur Çiğdem Deniz Özyerli, Pazarlama

Genel Müdür Yardımcısı Yudum Tokgöz Erdur, Operasyon, Teknoloji ve Çoklu Kanal Genel Müdür Yardımcısı Oğuzhan Aygün, Beymen Club Satış Direktörü Cengiz Usuğ, E-Ticaret Direktörü Ümit Arsoy ve İş Geliştirme Direktörü Özden Özden'den oluşmaktadır.

Şirket'in CEO'su Şirket'deki dokuz yılın üzerindeki deneyimi, danışmanlık ve bankacılık alanlarındaki geçmiş deneyimleri de dahil olmak üzere 22,5 yıllık deneyime sahiptir. Şirket'in Mali İşler Genel Müdür Yardımcısı Şirket'deki 1,5 yıllık deneyimi, ana şirket BOYP'daki üç yıllık deneyimi ve tüketici ve bankacılık sektörlerinde finansal yönetim pozisyonlarındaki geçmiş deneyimleri de dahil olmak üzere 18 yıllık deneyime sahiptir.

Şirket'in yönetim kadrosunun lüks moda perakendesi alanında zengin deneyimi ve Şirket'de uzun bir geçmişi bulunmaktadır. Şirket'in marka ilişkilerinden sorumlu Satın Alma ve Ürün Genel Müdür Yardımcısı 21,5 yıldır Şirket'te çalışmaktadır. Beymen özel markalarından sorumlu Artistik Direktörü 22,5 yıldır Şirket'te çalışmaktadır ve Planlama, Karlılık ve Envanter yönetiminden sorumlu Ticari Genel Müdür Yardımcısı 16,5 yıldır Şirket'te çalışmaktadır. Şirket, kıdemli yönetim kadrosunun deneyimlerinin ve operasyonel becerilerinin büyüme ve karlılık oranlarının ve hizmet kalitesinin ve marka bilinirliğinin artmasında önemli katkısı olduğunu düşünmektedir. Şirket'in güçlü ve istikrarlı bir kurumsal kültürü bulunmaktadır. Şirket stratejik konularda (brüt marj yönetimi, Beymen özel marka ürün tasarımları ve müşteri memnuniyetine katkı sağlamak vb.) çalışanların aktif katılımını desteklemektedir. Şirket bu sayede çalışanlarının ve yönetiminin Şirket'in gelişiminde daha büyük paya ve sorumluluğa sahip olduklarına inanmaktadır.

Şirket'in kıdemli yönetim kadrosu 2010 yılından beri satışları büyüten operasyonel başarı geçmişine sahiptir. Şirket'in net satışları 2010 ve 2017 yılları arasında %25'lik YBBO ile büyüme göstermiştir.

### **Şirket'in Dezavantajları**

Şirket'in faaliyet gösterdiği sektör ile operasyonları, finansal durumu ve faaliyet sonuçları açısından aşağıdaki şekilde dezavantajları olduğu gözlemlenmektedir. **Bu konuda detaylı bilgi, işbu İzahname'nin 5 numaralı bölümünde yer alan risk faktörlerinde detaylı olarak açıklanmaktadır.**

- Şirket kişisel lüks pazarında faaliyet göstermekte olduğundan, Şirket'in faaliyetleri, müşterilerin satın alma gücü ve isteğine dayalıdır. Satın alma gücü ve isteği ise, Türkiye veya global pazar ile ilişkili, Şirket'in kontrolü dışındaki çeşitli faktörlerden etkilenebilir.
- 2017 yılında Şirket, portföyündeki ürünlerin yaklaşık %66,9'unu ithal etmiştir. Aynı dönem içinde, ABGB'den yapılan ithalatlar toplam ithalatın büyük çoğunluğunu teşkil etmiştir. Bu nedenle, Şirket'in tedarik maliyetlerinin çoğunluğu, Avro cinsinden olup, Şirket'in tedarik maliyetleri döviz kuru dalgalanmalarının yaratabileceği etkilere maruz kalmaktadır.
- Şirket'in 31 Aralık 2017'de sona eren yılda elde ettiği gelirin %99,8'i Türkiye'de gerçekleştirdiği satışlardan elde edilmiştir. Bu nedenle Şirket'in coğrafi konsantrasyonu bulunmaktadır.
- Şirket'in markasının imajı ve itibarı, Şirket'in etkili pazarlama ve iletişim yapabilmesi ve müşteri memnuniyetini sağlayabilmesi açısından büyük öneme sahiptir. Şirket'in operasyonları büyük ölçüde Şirket'in marka değerine, fikri mülkiyet haklarına dayanmaktadır. Bu nedenle, Şirket'in markasının imajı ve itibarının olumsuz şekilde etkilenmesi Şirket'in operasyonlarını önemli ölçüde etkileyebilecek niteliktedir.

### **7.2.2. İzahnamede yer alması gereken finansal tablo dönemleri itibariyle ihracının net satış tutarının faaliyet alanına ve pazarın coğrafi yapısına göre dağılımı hakkında bilgi:**

Şirket'in 31 Aralık 2017'de sona eren yılda elde ettiği gelirin %99,8'i Türkiye'den elde edilmiştir. Şirket mağaza operasyonlarını Türkiye'de toplam 15 şehirde yürütmektedir. Ayrıca Şirket, e-ticaret kanalı vasıtasıyla Türkiye çapında hizmet vermektedir.

31 Aralık 2017 tarihi itibariyle, Şirket'in multi-brand mağazaları 9 şehirde konumlanmış olup, multi-brand mağazalarının yaklaşık %81'i alışveriş merkezlerinde konumlanmış ve de Şirket'in kendi işlettiği multi-brand mağazalarından elde edilen toplam hasılatın %79'u İstanbul'daki multi-brand mağazalardan elde edilmiştir. Ayrıca, Şirket'in 31 Aralık 2017'de sona eren yılda gelirinin %0,2'si yurtdışına yapılan satışlardan elde edilmiştir. Detaylı bilgi için bkz. (10.2.1—Faaliyet Sonuçlarının Sunulması).

### **7.3. Madde 7.1.1 ve 7.2.'de sayılan bilgilerin olağanüstü unsurlardan etkilenme durumu hakkında bilgi:**

İşbu izahnamenin 5'inci bölümünde yer alan risk faktörleri dışında herhangi bir unsur bulunmadığı düşünülmektedir.

### **7.4. İhracının ticari faaliyetleri ve karlılığı açısından önemli olan patent, lisans, sınai-ticari, finansal vb. anlaşmalar ile ihracının faaliyetlerinin ve finansal durumunun ne ölçüde bu anlaşmalara bağlı olduğuna ya da yeni üretim süreçlerine ilişkin özet bilgi:**

#### ***İzinler ve Lisanslama***

Şirket, 25902 sayılı ve 10 Ağustos 2005 tarihli Resmi Gazetede yayınlanan, Şirket'in mağazalarda faaliyete başlamadan önce işyeri açma ve çalışma ruhsatı almasını gerektiren İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik'e tabidir. Bu İzahname'nin tarihi itibariyle, Antalya Rixos alışveriş merkezindeki Beymen ve Beymen Club mağazaları, Bursa Suryapı'daki Beymen Club mağazası, Vadi İstanbul alışveriş merkezindeki Beymen Club mağazası, Otim'deki Beymen Outlet mağazası, Starcity alışveriş merkezindeki Beymen Outlet mağazası ve Oycan Plaza'daki Şirket Merkez Ofisi, henüz işyeri açma ve çalışma ruhsatına sahip değildirler. Şirket, her ne kadar ruhsatları almak üzere ilgili kurumlara başvuruda bulunmuş olsa da, mağazaların kiraya verenlerinin, (bu mağazaların faaliyet gösterdiği alışveriş merkezlerinin) ve Şirket genel merkez binasının kiraya vereninin, ilgili yönetmelik tahtında belirli gereklilikleri karşılayamamış olması nedeniyle başvurular halen derdest durumdadır. Bu alışveriş merkezleri bu gereklilikleri karşılayamadığı takdirde, bu mağazalar için işyeri açma ve çalışma ruhsatı elde edilemeyebilir. 31 Aralık 2017'de sona eren yılda söz konusu 6 mağazada yapılan satışlardan elde edilen toplam gelir, Şirket'in hasılatının %2,1'ini oluşturmuştur. (Bkz: 5—Risk Faktörleri—Şirket bazı ruhsat alma yükümlülüklerine tabidir ve bu yükümlülüklerin yerine getirilmemesi Şirket'in faaliyeti ve operasyonları üzerinde olumsuz etkilere neden olabilir)

#### ***Fikri Mülkiyet***

Şirket, marka adını korumak için ticaret markasına güvenmektedir ve Şirket fikri mülkiyet haklarını Türk fikri mülkiyet kanun ve yönetmeliklerinden oluşan mevzuat ile global fikri mülkiyet koruması için bazı uluslararası protokollere dayanarak korumaktadır. 31 Aralık 2017 itibariyle, tümü Şirket adına tescilli, Türk Patent ve Marka Kurumu ("TPMK") nezdinde tescil edilmiş 194 marka bulunmaktadır (yaklaşık 113 farklı marka için). Şirket'in Beymen markası, TPMK nezdinde tanınmış bir marka olarak tescil edilmiş olup bu tescil, marka için geniş bir hukuki koruma sağlamaktadır. Şirket'in Beymen Club, Beymen Business ve Academia markaları da, Şirket adına TPMK nezdinde tescil edilmiş ticaret markalarıdır.

Ayrıca, Beymen adına kayıtlı dört adet temel alan adı vardır Bunlar: (i) [www.Beymen.com](http://www.Beymen.com), (ii) [www.Beymen.com.tr](http://www.Beymen.com.tr), (iii) [www.Beymenclub.com](http://www.Beymenclub.com) ve (iv) [www.Beymenclub.com.tr](http://www.Beymenclub.com.tr)'dir.

Şirket'in Beymen Business ticaret markası, bir Boyner Grubu şirketi olan BR Mağazacılık tarafından kullanılmaktadır. Şirket'e ait ticaret markasının kullanımı için BR Mağazacılık'a münhasır bir hak tanınmıştır. BR Mağazacılık, Türkiye'de Şirket'e ait Beymen Business ticaret markası altında hazır giyim ürünleri imal etmekte ve satmaktadır. Bu ticaret markasının kullanımı konusunda BR Mağazacılık ile yazılı herhangi bir sözleşme bulunmamaktadır. Ancak, BR Mağazacılık, Beymen Business ticaret markasının kullanımı için Şirket'e bir lisans bedeli ödemektedir. Şirket ile BR Mağazacılık arasında 2018 yılı içinde bir lisans anlaşması imzalanacaktır. Ayrıca Şirket, 2016 yılından önce Beymen Studio markasının üretimi ve satımı için markanın BBM'e kullandırılması sebebiyle BBM'den lisans bedeli tahsil etmiştir. Ancak 2016 yılı itibarıyla Şirket, Beymen Studio ile ilgili ticaret stratejisini değiştirmiş ve Beymen Studio markalı ürünleri kendisi ürettirip BBM'e satmaya başlamıştır.

### ***Bilgi Teknolojileri***

Bilgi teknolojileri, Şirket'in etkin bir şekilde işletilebilmesi açısından önemlidir. Şirket'in bilgi teknoloji sistemleri, ileri düzey güvenlik ve operasyonel destek ile iş operasyonlarına katkı sağlamaktadır. Şirket'in amacı, çoklu kanal yeterliliklerini geliştirmek ve verimlilik sağlamak üzere bütünleştirilmiş bir bilgi teknolojileri altyapısı sürdürmektir.

Şirket'in bilgi teknolojileri altyapısı, temel olarak, tümü tamamen entegre (i) işletme kaynak planlama sistemi, (ii) ürün, fiyat, stok yönetim sistemi, (iii) satış ve dağıtım sistemi (iv) ürün yönetimi sistemi, (v) finans ve maliyet sistemi, (vi) satın alma siparişi sistemi ve (vii) insan kaynakları sistemini içeren SAP Perakende sistemlerinden oluşmaktadır. Buna ek olarak, Oracle ve MicroStrategy tarafından geliştirilmiş ticari analiz sistemleri kullanılmaktadır.

Şirket, aynı zamanda, envanter yönetimi, ürün transferi karar desteği, promosyon planlama ve fiyat indirimi optimizasyonu için Deloitte ile işbirliği halinde geliştirilmiş uygulamalar kullanmaktadır. Buna ek olarak, Şirket, depo yönetimi için, Şirket'in SAP sistemleri ile tamamen entegre bir sistem olan Ekol'ün "Rainbow Sistemi"ni kullanmaktadır.

Şirket'in müşteri ilişkileri yönetimi, Şirket'in kurumsal ihtiyaçları için özel olarak tasarlanmış özel bir uygulama olan, Oracle veri tabanı üzerinden geliştirilmiş bir uygulamaya dayanmaktadır. Ayrıca, yine tüm SAP ve müşteri ilişkileri yönetimi sistemleri ile entegre olan, NCR ve HP donanımı ve Tera / Persis yazar kasa yazılımına dayalı bir "satış noktası" çözümü kullanılmaktadır.

Şirket'in e-ticaret faaliyetleri, kendisi için özel olarak tasarlanmış e-ticaret alt yapısına dayanmaktadır. Bu altyapıya ilişkin olarak devam eden geliştirmeler BRTI altında kurulan İnovasyon Merkezi'nde Beymen için oluşturulmuş ekip tarafından yürütülmektedir. Şirket'in e-ticaret altyapısı, sipariş verilen ürünlerin anında rapor edilmesini ve mağazalardan ürünlerin teslim alınmasını içerir. E-ticaret sistemi, SAP Perakende sistemi ile ve aynı zamanda Şirket'in müşteri ilişkileri yönetim sistemi ve bankalar gibi üçüncü şahıs hizmet sağlayıcılarının sistemleri ile tamamen bütünleşmiş durumdadır.

Şirket'in özel markalarının tasarım sürecinin yönetilmesi için Ürün Geliştirme Yaşam Döngüsü (*Product Lifecycle Management*) (PLM) uygulaması kullanılmaktadır.

Veri yedeklemesi konusunda Ankara'daki bir felaket kurtarma merkezi kullanılmaktadır. Şirket, hâlihazırda, yedekleme hizmetleri için Turkcell ile çalışmaktadır. Felaket kurtarma merkezi, tüm verileri düzenli olarak senkronize etmekte olup, yedekleme hizmetleri periyodik olarak test edilmektedir.

Ağ altyapısı Superonline tarafından temin edilmekte olup tüm mağazalarda herhangi bir network altyapısı arızasını telafi etmek üzere 3G-4G hat yedekleri bulunmaktadır. Bir ağ altyapı arızası durumunda bile, mağazalardaki yazar kasalar, ürün fiyat bilgilerine ulaşabilmekte ve fatura düzenleyebilmektedir.

2018 yılında, Ürün Bilgi Yönetimi (*Product Information Management*) (PIM) sistemi uygulamasına başlanması planlanmaktadır. Bu sistem Beymen.com ürün bilgilerinin çeşitliliğini ve doğruluğunu artıracak olup bu sayede satış artışı sağlarken data giriş maliyetlerinin düşmesini sağlayacaktır.

Şirket, ayrıca, müşteriler için en iyi teklife karar vermeleri için satış ekibini destekleyecek merkezileştirilmiş bir kampanya sistemi oluşturmayı planlamaktadır.

#### 7.5. İhraççının rekabet konumuna ilişkin olarak yaptığı açıklamaların dayanağı:

İhraççının rekabet konumuna ilişkin açıklamalar işbu İzahname'nin 7.2.1.'inci başlığı altındaki "Lüks Perakende Satışta Rekabetçi Ortam" başlığı altında verilmiştir. 7.2.1.'inci başlık altında verilen kaynaklara ilişkin linkler aşağıda verilmektedir:

- Global Blue, Tax Free Zone Yıllık Raporları ([www.globalblue.com](http://www.globalblue.com), [www.taxfreezone.com.tr](http://www.taxfreezone.com.tr))
- Knight Frank, The Wealth Report 2017 (<http://content.knightfrank.com/research/83/documents/en/the-wealth-report-2017-4482.pdf>)
- EUI Verileri ([http://www.eiu.com/landing/special\\_reports](http://www.eiu.com/landing/special_reports))Çin Milli Turizm İdaresi (<http://china-outbound.com/2018-a-big-year-for-chinese-tourism-years/> <http://www.hurriyetdailynews.com/china-declares-2018-turkey-tourism-year--107391> <https://www.dailysabah.com/tourism/2018/01/15/chinese-couples-spending-honeymoon-in-turkey-welcomed-in-special-ceremony>)
- Türkiye Bankalararası Kart Merkezi (BKM) 2016 Verileri (<https://bkm.com.tr/pos-atm-kart-sayilari/>)
- AK Yatırım Yüksek Net Değerli Bireyler ve Türkiye'deki Gelir Dağılımı 2018 (<https://www.akyatirim.com.tr/raporlar.aspx>)
- TÜİK / Turkstat ([http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt\\_id=1072](http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1072))
- Dünya Turizm Organizasyonu (UNWTO), 2017 (<https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284419029>)
- OECD ([http://stats.oecd.org/OECDStat\\_Metadata/ShowMetadata.ashx?Dataset=LFS\\_D&ShowOnWeb=true&Lang=en](http://stats.oecd.org/OECDStat_Metadata/ShowMetadata.ashx?Dataset=LFS_D&ShowOnWeb=true&Lang=en))
- South China Morning Post, HSBC tahminleri (<http://www.scmp.com/business/article/1862615/hong-kong-and-singapore-luxury-retailers-struggle-luring-chinese-tourist>)
- Knoema (<https://knoema.com/atlas>)
- E-commerce Foundation (*E-ticaret Vakfı*), Rapor 2017 ([https://www.ecommercewiki.org/wikis/www.ecommercewiki.org/images/5/56/Global\\_B2C\\_Ecommerce\\_Report\\_2016.pdf](https://www.ecommercewiki.org/wikis/www.ecommercewiki.org/images/5/56/Global_B2C_Ecommerce_Report_2016.pdf))
- 2017 yStats Turkey E-Ticaret Pazar Raporu (<https://www.ystats.com/market-reports/>)
- Eurostat (<http://ec.europa.eu/eurostat>)
- MTM Medya İzleme Merkezi (MTM Media Monitoring Center) (<http://www.medyatakip.com.tr/medya-analizleri/>)
- Nielsen, 2017 (<http://www.nielsen.com/us/en/insights/reports/2017.html>)

- TÜSİAD E-Ticaret Raporu ([http://www.eticaretraporu.org/wp-content/uploads/2017/04/TUSIAD\\_E-Ticaret\\_Raporu\\_2017.pdf](http://www.eticaretraporu.org/wp-content/uploads/2017/04/TUSIAD_E-Ticaret_Raporu_2017.pdf))
- World Bank Global Logistics Performance Index (Dünya Bankası Global Lojistik Performans İndeksi) (<https://lpi.worldbank.org/international/scorecard/radar/254/C/TUR/2016/C/TUR/2014/C/TUR/2012/C/TUR/2010/C/TUR/2007#chartarea>)
- Euromonitor - Designer Apparel & Footwear, Luxury Leather Goods, Luxury Eyewear, Super Premium Beauty and Personal Care, Luxury Jewellery (multiple countries) (<http://www.portal.euromonitor.com/portal/account/login/>)
- Google Analytics'den (<https://analytics.google.com/analytics>)

**7.6. Personelin ihraççıya fon sağlamasını mümkün kılan her türlü anlaşma hakkında bilgi:**

Yoktur.

**7.7. Son 12 ayda finansal durumu önemli ölçüde etkilemiş veya etkileyebilecek, işe ara verme haline ilişkin bilgiler:**

Yoktur.

## 8. GRUP HAKKINDA BİLGİLER

### 8.1. İhraççının dâhil olduğu grup hakkında özet bilgi, grup şirketlerinin faaliyet konuları, ihraççıyla olan ilişkileri ve ihraççının grup içindeki yeri:

#### *Kurumsal Yapı*

Şirket, Türkiye Cumhuriyeti kanunları uyarınca kurulmuş ve faaliyet gösteren bir anonim şirkettir. Bu İzahname'nin tarihi itibarıyla, Şirket hisselerinin %100,0'ü, Türkiye Cumhuriyeti kanunları uyarınca kurulmuş ve faaliyet gösteren, payları borsada işlem gören bir anonim şirket olan Boyner Perakende ve Tekstil Yatırımları A.Ş.'nin ("BOYP") elinde bulunmaktadır. Aynı tarih itibarıyla, BOYP hisselerinin %14,52'si halka açıktır ve kalan hisselerinin %42,80'i Boyner Holding'e ve %42,68'i ise Mayhoola'ya aittir.

Bu İzahname'nin tarihi itibarıyla, Şirket, (i) İzmir'de iki adet multi-brand Beymen mağazası işletmekte olan İzkar'ın hisselerinin %74,6'sına, (ii) aktif bir şekilde faaliyette bulunmayan Beymen İç ve Dış Ticaret'in hisselerinin %100,0'üne ve (iii) Nişantaşı, İstanbul'daki Şirket mağazasında "Nişantaşı Beymen Brasserie" adlı bir restoran işletmekte olan Nişantaşı Turistik'in hisselerinin %75,0'ine sahiptir.

Buna ilaveten, Şirket, bu İzahname'nin tarihi itibarıyla, İstanbul'da iki adet mono-brand mağaza işleten, Türkiye Cumhuriyeti kanunları uyarınca kurulmuş ve faaliyet gösteren bir anonim şirket olan Christian Louboutin Mağazacılık A.Ş.'nin hisselerinin %30,0'una sahip bulunmaktadır.

30 Kasım 2017'de, Anka Mağazacılık A.Ş. ("Anka") Beymen ile birleşmiş ve daha sonra tasfiye olmaksızın infisah etmiştir. Anka'nın aktif ve pasifleri, defter değerleri üzerinden Beymen'e devrolmuştur. Anka, önceden, İstanbul'da Akmerkez alışveriş merkezinde Wepublic mağazasını işletmekteydi. Anka Beymen ile birleştiğinde, düşük performansı ve beklenenden az trafiği nedeniyle, Wepublic mağazasının kapatılmasına hâlihazırda karar verilmiş bulunmaktaydı. Mağazanın kapatılmasına karar verilmiş olmasına rağmen, Beymen, Anka'nın marka ilişkilerinin bazılarını kullanmak amacı ile ve aynı zamanda Anka'nın Şirket'in bilançosu üzerindeki pozitif etkisinden faydalanmak amacı ile Anka ile birleşmeyi tercih etmiştir. Zira, ilgili tarihte, Anka'nın yaklaşık 29 milyon TL'lik bir aktifi söz konusudur. Bu mağaza, 2018 yılı içerisinde kapatılacaktır. Bu doğrultuda Şirket ile ilgili mağazanın kiralayana Akmerkez Gayrimenkul Yatırım Ortaklığı A.Ş. arasında 13.04.2018 tarihinde bir fesih protokolü imzalanmıştır. Bu protokol kapsamında, Şirket'in 01.11.2018 ila 31.12.2018 tarihleri arasında yazılı ihtarda bulunarak kira sözleşmesini 31.12.2018 tarihinde geçerli olacak şekilde tek taraflı feshetme ve 15.01.2019'a kadar tahliye etme hakkı söz konusudur. Planlanan bu kapanışın çok kısıtlı bir finansal etkisi söz konusu olacaktır ve kira sözleşmesinin feshi nedeniyle, protokol uyarınca, kiralayana yalnızca bir defalık 3.500.000 Amerikan Doları tutarında bir ödeme yapılmasını gerektirecektir. Bu ödemenin sözleşmenin feshinden itibaren 60 gün içinde yapılması halinde kiralayana, Şirket'i sözleşmeden doğacak tüm borç ve cezai şart tutarları bakımından ibra etmiş sayılacağını kabul etmiştir. Kapanıştan doğabilecek bu potansiyel giderin karşılığı Anka tarafından birleşmeden önce ayrılmıştır, dolayısıyla Wepublic mağazasının kapatılmasının herhangi bir kar veya zarar etkisi olmayacaktır. Şirket, birleşmenin bir sonucu olarak yaklaşık 12 milyon TL'lik bir vergi avantajından (5,2 milyon TL'lik kurumsal vergi ve 6,7 milyon TL'lik KDV avantajı) yararlanmayı beklemektedir. Ek olarak, mağazanın kapatılmasından sonra yaklaşık 5 milyon TL'lik bir avantaj, nakit akışı etkisi olarak ortaya çıkacaktır.

### 8.2. İhraççının doğrudan veya dolaylı önemli bağlı ortaklıklarının dökümü:

Ticaret Unvanı	Kurulduğu Ülke ve Merkezi	Faaliyet Konusu	İştirak Payı ve Sahip Olunan Oy Hakkı	Sermaye Tutarı (TL)	Sermaye Taahhüdü (TL)	Yedekleri (TL)	Net Dönem Karı / Zararı (TL)
Beymen İç ve Dış Ticaret A.Ş.	Türkiye	İthalat İhracat	%100	50.000	-	-	(13.213)

<b>Ticaret Unvanı</b>	<b>Kurulduğu Ülke ve Merkezi</b>	<b>Faaliyet Konusu</b>	<b>İştirak Payı ve Sahip Olunan Oy Hakkı</b>	<b>Sermaye Tutarı (TL)</b>	<b>Sermaye Taahhüdü (TL)</b>	<b>Yedekleri (TL)</b>	<b>Net Dönem Karı / Zararı (TL)</b>
Nişantaşı Turistik İşletmeler A.Ş.	Türkiye	Gıda İşletmeciliği	%75	300.000	-	628.500	706.858
İzkar Giyim Sanayi ve Ticaret A.Ş.	Türkiye	Perakende Mağazacılık	%74,6	353.658	-	968.197	2.994.026



## 9. MADDİ DURAN VARLIKLAR HAKKINDA BİLGİLER

**9.1. İzahnamede yer alması gereken son finansal tablo tarihi itibariyle ihraççının finansal kiralama yolu ile edinilmiş bulunanlar dâhil olmak üzere sahip olduğu ve yönetim kurulu kararı uyarınca ihraççı tarafından edinilmesi planlanan önemli maddi duran varlıklara ilişkin bilgi:**

### **Sahip Olunan Maddi Duran Varlıklara İlişkin Bilgiler**

Şirketin finansal kiralama yolu ile edinilmiş bulunan maddi duran varlıklara ilişkin açıklamalar aşağıda verilmekte olup, bunlar haricinde Şirket'in arsa, bina gibi önemli bir maddi duran varlığı bulunmamaktadır.

Şirket'in sahip olduğu maddi duran varlıkları demirbaşları, özel maliyetleri ve yapılmakta olan yatırımlarıdır. Özel maliyetler, kiralanmış gayrimenkulün iktisadi değerini ve ekonomik ömrünü devamlı suretle artıran taşınmaz nitelikte olan harcamalardır, demirbaş niteliğindeki harcamalar dışında inşaat ile ilgili masraflar, yer döşemeleri, mekanik işler, elektrik işleri vb. bu gruba girmektedir. Yapılmakta olan yatırımlar ise mağaza henüz faaliyete geçmeden önce satın alınan veya imal ve inşa edilen dekorasyon ve demirbaş harcamalarından oluşmaktadır. Bu duran varlıklar kullanılmaya hazır hale gelinceye kadar bu hesapta izlenir. Şirket taşınmaz haricindeki önemli maddi duran varlıklarını gelir elde etmek amacıyla kullanmaktadır.

31 Aralık 2015, 31 Aralık 2016, 31 Aralık 2017 tarihleri itibariyle Şirket'in sahip olduğu demirbaşların net defter değeri sırasıyla yaklaşık olarak 47.487 bin TL, 56.260 bin TL ve 57.906 bin TL; özel maliyetlerin net defter değeri sırasıyla yaklaşık olarak; 39.549 bin TL, 41.114 bin TL ve 44.072 bin TL ve yapılmakta olan yatırımların net defter değeri sırasıyla yaklaşık olarak 5.325 bin TL, 5.503 bin TL ve 107 bin TL'dir

### **Edinilmesi Planlanan Maddi Duran Varlıklara İlişkin Bilgiler**

Şirket'in toplam 15 şehirde yer alan mağazaları nedeniyle sahip olduğu maddi duran varlıklar İzahname'deki finansal tablolarında yer almakla birlikte Şirket Yönetim Kurulu tarafından onaylanan yeni projeleri mevcuttur. Bunlardan ilki 2019 yılı ilk çeyreğinde Adana'da 1700 metrekarelik satış alanında ve ikincisi 2020 yılında İzmir'de 3000 metrekare satış alanında planlanan, 2 yeni multibrand mağazadır. Bunlara ilaveten potansiyel lokasyonlar da değerlendirilmektedir. Beymen 2018 yılında 5 yeni Beymen Club mağazası açmayı planlamaktadır. Bunlardan 3'ünün kira sözleşmesi imzalanmış olup diğer 2 si için uygun projeler değerlendirilmektedir.

### **Finansal ya da Faaliyet Kiralaması Yoluyla Edinilen Maddi Duran Varlıklara İlişkin Bilgiler**

31 Aralık 2015, 31 Aralık 2016, 31 Aralık 2017 tarihleri itibariyle finansal kiralama yoluyla edinilen demirbaşların net defter değeri sırasıyla yaklaşık 18.280 bin TL, 27.732 bin TL ve 21.162 bin TL'dir.

2015 yılında, 2 finansal kiralama şirketi ile yapılmış 1 yıl içinde ödenecek 3.415.598 TL ve 1 ile 5 yıl içinde ödenecek 588.532 TL tutarında sözleşme kapsamında Şirket'in çeşitli lokasyonlarının dekorasyon ve IT ihtiyaçlarını karşılamak için (mağazaya ekran, kasa, bilgisayar ve donanım araçları) çeşitli demirbaşlar alınmış olup sözleşme süresi sonunda bu kıymetler Şirket'e devrolacaktır.

2016 yılında, 2 finansal kiralama şirketi ile yapılmış 1 yıl içinde ödenecek 8.185.348 TL ve 1 ile 5 yıl içinde ödenecek 3.820.789 TL tutarında sözleşme kapsamında Şirket'in çeşitli lokasyonlarının dekorasyon ve IT ihtiyaçlarını karşılamak için (mağazaya ekran, kasa, bilgisayar ve donanım araçları) çeşitli demirbaşlar alınmış olup sözleşme süresi sonunda bu kıymetler Şirket'e devrolacaktır.

2017 yılında, 4 finansal kiralama şirketi ile yapılmış 1 yıl içinde ödenecek 9.360.301 TL ve 1 ile 5 yıl içinde ödenecek 2.321.327 TL tutarında sözleşme kapsamında Şirket'in çeşitli lokasyonlarının dekorasyon

ve IT ihtiyaçlarını karşılamak için (mağazaya ekran, kasa, bilgisayar ve donanım araçları) çeşitli demirbaşlar alınmiş olup sözleşme süresi sonunda bu kıymetler Şirket'e devrolacaktır.

**9.2. İhraçının maddi duran varlıklarının kullanımını etkileyecek evre ile ilgili tüm hususlar hakkında bilgi:**

Yoktur.

**9.3. Maddi duran varlıklar üzerinde yer alan kısıtlamalar, ayni haklar ve ipotek tutarları hakkında bilgi:**

Yoktur.

**9.4. Maddi duran varlıkların rayiç/gerçeğe uygun değerinin bilinmesi halinde rayiç değer ve dayandığı değer tespit raporu hakkında bilgi:**

Yoktur.

## 10. FAALİYETLERE VE FİNANSAL DURUMA İLİŞKİN DEĞERLENDİRMELER

### 10.1. Finansal durum:

10.1.1. İhraççının izahnamede yer alması gereken finansal tablo dönemleri itibariyle finansal durumu, finansal durumunda yıldan yıla meydana gelen değişiklikler ve bu değişikliklerin nedenleri:

#### Özet Konsolide Finansal Durum Tablosu

	31 Aralık		
	2015	2016	2017
		(Türk Lirası)	
<b>Dönen varlıklar</b> .....	<b>594.693.026</b>	<b>1.089.376.744</b>	<b>791.360.399</b>
Nakit ve nakit benzerleri .....	17.898.483	41.844.444	163.180.331
Ticari alacaklar .....	84.439.194	86.359.999	130.693.706
Diğer alacaklar .....	185.165.382	571.838.124	73.645.268
Stoklar .....	278.022.807	325.102.185	384.140.925
Türev araçlar .....	5.282.804	1.163.557	4.403.542
Peşin ödenmiş giderler ve diğer dönen varlıklar .....	23.884.356	63.068.435	31.619.412
Satış amaçlı sınıflandırılan duran varlıklar .....	-	-	3.677.215
<b>Duran varlıklar</b> .....	<b>441.270.166</b>	<b>399.756.653</b>	<b>365.589.005</b>
Diğer alacaklar .....	241.323.086	201.977.633	166.909.048
Özkaynak yöntemiyle değerlendirilen yatırımlar .....	5.640.975	5.653.801	2.001.302
Maddi duran varlıklar .....	93.921.301	102.924.503	102.107.015
Maddi olmayan duran varlıklar .....	66.807.975	68.235.696	66.973.031
Ertelemiş vergi varlığı .....	5.444.095	10.696.837	15.073.175
Türev araçlar .....	7.003.260	5.976.146	12.476.702
Peşin ödenmiş giderler ve diğer duran varlıklar .....	21.129.474	4.292.037	48.732
<b>Toplam varlıklar</b> .....	<b>1.035.963.192</b>	<b>1.489.133.397</b>	<b>1.156.949.404</b>
<b>Kısa vadeli yükümlülükler</b> .....	<b>613.256.579</b>	<b>780.287.954</b>	<b>636.547.168</b>
Kısa vadeli borçlanmalar .....	179.959.622	153.788.676	-
Uzun vadeli borçlanmaların kısa vadeli kısımları .....	137.262.244	149.798.094	120.860.264
Diğer finansal yükümlülükler .....	-	34.236.959	-
Ticari borçlar .....	213.248.781	290.386.956	307.324.908
Çalışanlara sağlanan faydalar kapsamında borçlar .....	2.373.312	6.493.570	10.397.753
Diğer borçlar .....	1.874.071	2.155.923	17.811.564
Ertelemiş gelirler .....	53.057.778	114.459.725	123.219.124
Dönem karı vergi yükümlülüğü .....	1.845.574	6.325.032	4.166.711
Kısa vadeli karşılıklar .....	20.241.487	15.116.951	42.578.253
Diğer kısa vadeli borçlanmalar .....	3.393.710	7.526.068	10.188.591
<b>Uzun vadeli yükümlülükler</b> .....	<b>239.149.669</b>	<b>459.049.920</b>	<b>315.575.703</b>
Uzun vadeli borçlanmalar .....	219.859.305	439.221.582	290.301.598
Diğer borçlar .....	105.057	127.156	136.286
Uzun vadeli karşılıklar .....	3.614.412	6.992.999	9.498.648
Ertelemiş gelirler .....	15.570.895	12.708.183	13.112.992
Diğer uzun vadeli borçlanmalar .....	-	-	2.526.179
<b>Özkaynaklar</b> .....	<b>183.556.944</b>	<b>249.795.523</b>	<b>204.826.533</b>
Ödenmiş sermaye .....	86.275.000	106.225.000	156.225.000
<b>Toplam kaynaklar</b> .....	<b>1.035.963.192</b>	<b>1.489.133.397</b>	<b>1.156.949.404</b>

#### Dönen varlıklar

Şirket'in dönen varlıkları, nakit ve nakit benzerleri, ticari alacaklar, diğer alacaklar, stoklar, türev araçlar, diğer dönen varlıklar ve satış amaçlı sınıflandırılan duran varlıklar kalemlerinden oluşmaktadır.

Şirket'in dönen varlıkları, 2015 yılından 2016 yılına 494.683.718 TL artmıştır. Bu artışın birincil sebebi diğer alacaklardaki 386.672.742 TL'lik artış; diğer sebepleri ise stoklardaki 47.079.378 TL'lik artış ve Şirket'in stoklar ve alacakları haricinde kalan diğer dönen varlıklarındaki 39.184.079 TL'lik artıştır. Diğer alacaklardaki artışın sebebi 2016 yılında kullanılan Merrill Lynch kredisinin %57,78'lik kısmının Boyner Perakende'ye plasman olarak verilmesinden kaynaklanmaktadır. Stoklardaki artışın sebebi Anka Mağazacılık'tan gelen stok ile 2016 yılında stoklarıyla birlikte Boyner Büyük Mağazacılık'tan devraldığımız outlet mağazalarının açılmasından kaynaklanmaktadır. Diğer dönen varlıklardaki artışın sebebi Anka Mağazacılık A.Ş.'nin devreden KDV rakamından kaynaklanmaktadır. Devreden KDV'nin oluşma nedeni mağaza yatırımı için ödenen KDV'den kaynaklanmaktadır. Şirket'in dönen varlıklarındaki artışın bir diğer sebebi 2015 yılında 15.877.457 TL olan peşin ödenmiş giderlerin 51.653.431 TL'ye artmasından kaynaklanmaktadır. Bu artışın sebebi Şirket'in ilişkili tarafı olan Altınyıldız'a verilmiş stok avansından kaynaklanmaktadır.

Şirket'in dönen varlıkları, 2016 yılından 2017 yılına 298.016.345 TL azalmıştır. Bu azalışın birincil sebebi diğer alacaklardaki 498.192.856 TL'lik azalıştır; diğer sebebi ise diğer dönen varlıklardaki 31.449.023 TL'lik azalıştır. Diğer alacaklardaki azalışın sebebi 2016 yılında 554.877.471 TL olan grup içi diğer alacakların (bunların büyük çoğunluğu BOYP'a ait plasman alacaklarından oluşmaktadır) 2017 yılında 69.395.258 TL'ye düşmesinden kaynaklanmaktadır. Diğer dönen varlıklardaki azalışın sebebi 2016 yılında 4.632.791 TL olan KDV alacaklarının 2017 yılında mahsup edilmiş olup 2017 yılı sonu itibari ile 600.000 TL'ye azalmasından kaynaklanmaktadır. Şirket'in dönen varlıklarındaki azalışın sebebi 2016 yılında 51.653.431 TL olan peşin ödenmiş giderlerin 21.133.253 TL'ye azalmasından kaynaklanmaktadır. Bu azalışın sebebi 2017 yılında Altınyıldız'dan stok avansı verilmemiş olmasıdır. Şirket'in dönen varlıklarında 2017 yılında meydana gelen azalış, kısmen Şirket'in nakit ve nakit benzerlerindeki 121.335.887 TL artış ile dengelenmiştir. Bu artışın sebebi tamamen operasyonel iyileşmeler ve satış artışından kaynaklanmaktadır. Ayrıca, Şirket'in dönen varlıklarında 2017 yılında meydana gelen azalış, kısmen Şirket'in ticari alacaklarındaki 44.333.707 TL artış ile dengelenmiştir. Bu artışın sebebi 2017 yılındaki ticari alacak senetlerindeki artıştan kaynaklanmaktadır.

### ***Duran Varlıklar***

Şirket'in duran varlıkları, diğer alacaklar, özkaynak yöntemiyle değerlendirilen yatırımlar, maddi duran varlıklar, maddi olmayan duran varlıklar, ertelenmiş vergi varlığı, türev araçlar ve diğer duran varlıklar kalemlerinden oluşmaktadır.

Şirket'in duran varlıkları, 2015 yılından 2016 yılına 41.513.513 TL azalmıştır. Bu azalışın birincil sebebi diğer alacaklardaki 39.345.453 TL'lik azalıştır, diğer sebebi ise diğer duran varlıklardaki 16.837.437 TL'lik azalıştır. Diğer alacaklardaki azalışın sebebi BOYP'un plasman alacaklarının uzun vadeye düşen kısmındaki azalmasından kaynaklanmaktadır. Diğer duran varlıklardaki azalışın sebebi devreden katma değer vergisinin tahsil edilmiş olmasından kaynaklanmaktadır.

Şirket'in duran varlıkları, 2016 yılından 2017 yılına 34.167.648 TL azalmıştır. Bu azalışın birincil sebebi diğer alacaklardaki 35.068.585 TL'lik azalıştır, diğer sebepleri ise diğer duran varlıklardaki 4.291.685 TL'lik azalış ve özkaynak yöntemiyle değerlendirilen yatırımlardaki 3.652.499 TL azalıştır. Diğer alacaklardaki azalışın sebebi BOYP'un plasman alacaklarının ödeme vadelerine bağlı olarak uzun vadeye düşen kısmındaki azalmadan kaynaklanmaktadır. Diğer duran varlıklardaki azalışın sebebi 2016 yılında 4.291.685 TL olan devreden katma değer vergisinin 2017 yılında mahsup edilmesinden kaynaklanmaktadır. Özkaynak yöntemiyle değerlendirilen yatırımlardaki azalışın sebebi 4 Ağustos 2017 tarihi itibari ile Christian Dior Couture S.A. ile yapılan iştirak sözleşmesi sona ermiş olması ve satış sözleşmesi imzalanmasına istinaden, 31 Aralık 2017 itibarıyla finansal tablolarda Christian Dior'un iştirak bedeli satış amaçlı sınıflandırılan duran varlıkların altında gösterilmesinden kaynaklanmaktadır.

### ***Kısa Vadeli Yükümlülükler***

Şirket'in kısa vadeli yükümlülükleri, kısa vadeli borçlanmalar, uzun vadeli borçlanmaların kısa vadeli kısımları, diğer finansal yükümlülükler, ticari borçlar, çalışanlara sağlanan faydalar kapsamında borçlar, diğer borçlar, ertelenmiş gelirler, dönem kârı vergi yükümlülüğü, kısa vadeli karşılıklar ve diğer kısa vadeli borçlanmalar kalemlerinden oluşmaktadır.

Şirket'in kısa vadeli yükümlülükleri 2015 yılından 2016 yılına 167.031.375 TL artmıştır. Bu artışın birincil sebepleri ticari borçlardaki 77.138.175 TL'lik artış ve ertelenmiş gelirlerindeki 61.401.947 TL'lik artıştır. Ticari borçlardaki artışın sebebi hem 2015'ten 2016'ya yaşanan Beymen'in satın almasında yaşanan büyüme hem de 2016 yılında yaşanan konjonktürel sebeplerden dolayı ödeme vadelerinin uzatılmasının bir sonucu olan borç senetlerinde yaşanan 49.943.107 TL'lik artıştan kaynaklanmaktadır. Ertelenmiş gelirlerindeki artışın sebebi ağırlıklı olarak tedarikçilerden alınan sipariş avanslarındaki 39.448.621 TL'lik , AVM'lerden yeni mağazalar ve renovasyonlar sebebi ile alınan mağaza dekorasyon destek gelirlerindeki 15.600.946 TL'lik, müşteri sadakat puan gelirlerindeki 5.546.640 TL'lik artıştan kaynaklanmaktadır.

Şirket'in kısa vadeli yükümlülükleri 2016 yılından 2017 yılına 143.740.786 TL azalmıştır. Bu azalışın birincil sebebi kısa vadeli borçlanmalardaki 153.788.676 TL azalıştır. Kısa vadeli borçlanmalardaki azalışın sebebi 2017 yılında satışlarda yaşanan artış sebebi ile daha az krediye ihtiyaç duyularak 2016 yılsonu bilançosunda yer alan Citibank ve Şekerbank'tan alınan rotatif kredilerin 2017 yılında kapatılmış olmasından kaynaklanmaktadır.

### ***Uzun Vadeli Yükümlülükler***

Şirket'in uzun vadeli yükümlülükleri, uzun vadeli borçlanmalar, diğer borçlar, uzun vadeli karşılıklar, ertelenmiş gelirler ve diğer uzun vadeli borçlanmalar kalemlerinden oluşmaktadır.

Şirket'in uzun vadeli yükümlülükleri 2015 yılından 2016 yılına 219.900.251 TL artmıştır. Bu artışın birincil sebebi uzun vadeli borçlanmalardaki 219.362.277 TL'lik artıştır. Bu artışın sebebi ise 2016 yılında alınan Merrill Lynch kredisinden kaynaklanmaktadır. Şirket'in uzun vadeli yükümlülükleri 2016 yılından 2017 yılına 143.474.217 TL azalmıştır. Bu azalışın birincil sebebi uzun vadeli borçlanmalardaki 148.919.984 TL'lik azalıştır. Bu azalışın sebebi ise Merrill Lynch kredisinin uzun vadesinde yaşanan azalıştan kaynaklanmaktadır.

### ***Özkaynaklar***

Şirket'in özkaynakları, ana ortaklığa ait özkaynaklar ve kontrol gücü olmayan paylardan müteşekkil olup, ana ortaklığa ait özkaynaklar, ödenmiş sermaye, sermaye düzeltme farkları, kârdan ayrılan kısıtlanmış yedekler, kâr veya zararda yeniden sınıflandırılmayacak birikmiş diğer kapsamlı gelirler veya giderler, kâr veya zararda yeniden sınıflandırılacak birikmiş diğer kapsamlı gelirler veya giderler, geçmiş yıllar zararları ve net dönem kârı kalemlerinden oluşmaktadır.

Şirket'in özkaynakları 2015 yılından 2016 yılına 66.238.579 TL artmıştır. Bu artışın sebebi ise 2015'ten 2016'ya dönem karında yaşanan artıştan kaynaklanmaktadır.

Şirket'in özkaynakları 2016 yılından 2017 yılına 44.968.990 TL azalmıştır. Bu azalışın sebebi 2017 yılında yapılan kar dağıtımından kaynaklanmaktadır. Ayrıca bu azalış; Şirket'in ödenmiş sermayesinin, Şirket'in 06.12.2017 tarih ve 1227 sayılı TTSG'de yayımlanan, 21.11.2017 tarihli olağanüstü genel kurul toplantısı neticesinde, Anka Mağazacılık A.Ş. ile birleşmesi neticesinde, sermayesini 86.225.000 TL'den 156.225.000 TL'ye artırmış olmasından kaynaklanmaktadır.

## 10.2. Faaliyet sonuçları:

### 10.2.1. İhraççının izahnamede yer alması gereken finansal tablo dönemleri itibariyle faaliyet sonuçlarına ilişkin bilgi:

#### TFRS Dışı Konsolide Finansal ve Operasyonel Bilgiler

Aşağıda bulunan tabloda, TFRS kapsamında düzenlenmeyen belirli finansal bilgilere yer verilmektedir. Bahsi geçen finansal bilgiler; (i) FAVÖK, (ii) Düzeltilmiş FAVÖK, (iii) Düzeltilmiş FAVÖK marjı (iv) net finansal borç, (v) net işletme borç ve (vi) düzeltilmiş net kar kalemlerini içermektedir. Söz konusu finansal bilgilerin yanı sıra, aşağıdaki tabloda belirli operasyonel bilgiler de sunulmaktadır. Bu operasyonel bilgiler, (i) bire bir satış büyümesi ve (ii) mağaza seviyesinde bire bir satış büyümesi kalemlerini içermektedir.

İşbu İzahnameye dâhil edilen TFRS dışı finansal bilgiler, TFRS açısından gerekli görülmeyen veya TFRS doğrultusunda sunulmayan ve bağımsız denetimden geçmemiş ek bilgilerdir. Yatırımcılar, yatırım kararlarını sağlıklı bir şekilde verebilmek için, yalnızca işbu İzahname'de yer alan TFRS dışı finansal bilgilere dayanmamalıdır. Zira yatırımcılar bu göstergeleri; (i) genel olarak kabul görmüş muhasebe ilkeleri doğrultusunda belirlendiği üzere işletmenin hasılatı, brüt kârı veya net dönem kârına bir alternatif olarak veya işletmenin performansını tam olarak yansıtan bilgiler olarak, (ii) genel olarak kabul görmüş muhasebe ilkeleri doğrultusunda belirlendiği üzere işletme, yatırım veya finansman faaliyetlerinden elde edilen nakit akışlarına alternatif olarak veya Şirket'in likidite ihtiyaçlarını karşılayabilmesi için konulan bir gösterge olarak veya (iii) genel olarak kabul görmüş muhasebe ilkeleri tahtında sair performans göstergelerine alternatif olarak değerlendirmemelidir.

Bu göstergeler geçmiş faaliyetlerin tüm sonuçlarını yansıtan bir gösterge olarak değerlendirilmemelidir ve aynı zamanda gelecekte gerçekleşebilecek sonuçların geçmiş performansa paralel olarak gerçekleşeceği anlamına da gelmemektedir. Bu göstergeler Şirket'in yönetimi tarafından işletme ve faaliyetlerin performansını izlemek için kullanılmaktadır. Tüm şirketler bu önlemleri yeknesak bir şekilde hesaplamadığı için Şirket tarafından sunulan göstergeler diğer şirketlerce kullanılan benzer göstergelerle tam olarak karşılaştırılabilir olmayabilir.

	31 Aralık'ta sona eren yıllık dönem		
	2015	2016	2017
	(aksi belirtilmedikçe, Türk Lirası)		
<b>Diğer finansal bilgiler</b>			
FVÖK <sup>(1)</sup> .....	105.888.666	112.001.343	138.136.751
FAVÖK <sup>(1)</sup> .....	127.915.614	138.485.524	170.822.587
Düzeltilmiş FAVÖK <sup>(1)</sup> .....	139.390.114	154.022.324	207.218.553
Düzeltilmiş FAVÖK marjı (%) <sup>(2)</sup> .....	14,9	15,0	15,8
Net finansal borç <sup>(3)</sup> .....	506.896.624	728.061.164	231.101.287
Operasyonel net borç (efektif) <sup>(4)</sup> .....	85.714.456	(24.140.095)	13.666.541
Brüt kar.....	416.872.965	462.422.928	582.341.987
Düzeltilmiş net kar <sup>(5)</sup> .....	56.197.215	59.232.248	118.945.101
<b>Operasyonel Bilgiler</b>			
Bire bir satış büyümesi (%) <sup>(6)</sup> .....	23,2	10,9	22,8
Multi-brand mağazalar.....	22,9	7,0	18,0
Mono-brand mağazalar.....	14,9	(2,2)	25,8
Beymen Club mağazalar.....	8,1	15,1	34,8
E-ticaret kanalı (yıldan yıla büyüme).....	86,5	76,0	44,5
Bire bir satış büyümesi (mağaza seviyesinde) (%) <sup>(7)</sup> .....	20,4	6,7	20,7

- (1) “**FVÖK**”, finansman gideri öncesi faaliyet karı, “**FAVÖK**” işletme karını ve amortisman giderlerini, “**Düzeltilmiş FAVÖK**” Şirket birleşmesinden kaynaklı tek seferlik etkiler, ve reeskont gelir / gideri, vade farkı gelir / gideri hariç, kur farkı gelir / gideri, faiz, amortisman ve vergi öncesi kazancı ifade etmektedir.

Aşağıdaki tablo, FVÖK ve FAVÖK ile ilgili döneme ait kâr arasındaki mutabakatı göstermektedir.

	31 Aralık'ta sona eren yıl		
	2015	2016	2017
		(Türk Lirası)	
<b>FVÖK</b> .....	105.888.666	112.001.343	138.136.751
Amortisman giderleri .....	22.026.948	26.484.181	32.685.836
<b>FAVÖK</b> .....	<b>127.915.614</b>	<b>138.485.524</b>	<b>170.822.587</b>
UFRS düzeltme kayıtları <sup>(*)</sup> .....	11.474.500	6.283.972	4.054.968
Şirket birleşmesinden kaynaklı tek seferlik giderler ...	-	9.252.828	32.340.998
<b>Düzeltilmiş FAVÖK</b> .....	<b>139.390.114</b>	<b>154.022.324</b>	<b>207.218.553</b>

(\*) UFRS düzeltme kayıtları aşağıdaki gibidir:

	31 Aralık'ta sona eren yıl		
	2015	2016	2017
<b>UFRS Düzeltme Kayıtları</b>			
Ticari faaliyetlerden kaynaklanan kur farkı gelirleri	21.582.109	21.174.401	16.532.964
Reeskont gelirleri	4.069.795	6.084.194	3.379.242
Ticari faaliyetlerden kaynaklanan kur farkı giderleri	(29.616.112)	(26.804.380)	(20.477.428)
Reeskont giderleri	(7.510.292)	(6.738.187)	(3.489.746)
<b>Toplam</b>	<b>(11.474.500)</b>	<b>(6.283.972)</b>	<b>(4.054.968)</b>

- (2) “**Düzeltilmiş FAVÖK marjı**”, ilgili her bir dönem için Düzeltilmiş FAVÖK’ün ilgili dönemdeki hasıllata bölünmesi ile bulunmaktadır.

Aşağıdaki tablo, düzeltilmiş FAVÖK marjını her bir ilgili dönem için göstermektedir:

	31 Aralık'ta sona eren yıl		
	2015	2016	2017
		(Türk Lirası)	
Düzeltilmiş FAVÖK.....	139.390.114	154.022.324	207.218.553
Hasılat.....	933.834.602	1.026.103.481	1.315.214.108
<b>Düzeltilmiş FAVÖK marjı (%)</b> .....	<b>14,9</b>	<b>15,0</b>	<b>15,8</b>

- (3) “**net finansal borç**”, finansal borçlanmalardan nakit ve nakit benzerleri ile türev araçların düşülmesi ile hesaplanmaktadır.

Aşağıdaki tablo, uzun ve kısa vadeli yükümlülükler ile net finansal borcun mutabakatını göstermektedir.

	31 Aralık'ta sona eren yıl		
	2015	2016	2017
		(Türk Lirası)	
Toplam finansal borçlanmalar <sup>(*)</sup> .....	537.081.171	777.045.311	411.161.862
Eksi: nakit ve nakit benzerleri .....	(17.898.483)	(41.844.444)	(163.180.331)
Eksi: Toplam türev araçlar .....	(12.286.064)	(7.139.703)	(16.880.244)
<b>Net finansal borç</b> .....	<b>506.896.624</b>	<b>728.061.164</b>	<b>231.101.287</b>

(\*) Kısa vadeli borçlanmalar, uzun vadeli borçlanmaların kısa vadeli kısımları ve uzun vadeli borçlanmaların toplamından oluşmaktadır

- (4) “**operasyonel net borç**”, net finansal borç ve türev araçlardan toplam alacaklar ile grup içi krediden dolayı BOYP’tan olan alacakların düşülmesi ile hesaplanmaktadır.

Aşağıdaki tabloda net finansal borç ve net işletme borcunun mutabakatı ifade edilmektedir.

	31 Aralık'ta sona eren yıl		
	2015	2016	2017

		(Türk Lirası)	
Net finansal borç(*).....	506.896.624	728.061.164	231.101.287
Eksi: Grup içi krediden dolayı BOYP'tan olan net alacaklar.....	(421.182.168)	(752.201.259)	(217.434.746)
<b>Operasyonel net borç (efektif).....</b>	<b>85.714.456</b>	<b>(24.140.095)</b>	<b>13.666.541</b>

(\*) Net finansal borcun hesaplanması için üstteki (3) numaralı tabloya bakınız.

- (5) “**düzeltilmiş net kar**”; her dönem için hesaplanan dönem sonu kar/zarar rakamının, birleşmeden kaynaklanan kar/zararın çıkarılması ile hesaplanmaktadır.

	31 Aralık'ta sona eren yıl		
	2015	2016	2017
		(Türk Lirası)	
Net kar .....	56.197.215	49.393.715	88.144.273
Şirket birleşmesinden kaynaklı tek seferlik giderler .....	0	9.838.533	30.800.828
<b>Düzeltilmiş net kar.....</b>	<b>56.197.215</b>	<b>59.232.248</b>	<b>118.945.101</b>

- (6) “**bire bir satış büyümesi**”, son 12 aydır devamlı olarak açık olan ve doğrudan Şirket tarafından işletilen perakende kanalındaki (e-ticaret kanalı dahil, outlet mağazalar ve kapanması planlanan mağazalar hariç) hasılat büyümesini ifade eder.
- (7) “**mağaza seviyesinde bire bir satış büyümesi**”, her bir dönem için, son 12 aydır devamlı olarak açık olan ve doğrudan Şirket tarafından işletilen perakende kanalındaki (e-ticaret kanalı ve outlet mağazalar hariç) hasılat büyümesini ifade eder.

## Faaliyet Sonuçlarının Sunulması

### Hasılat

“Hasılat” olarak belirtilen kalem, Şirket’in faaliyetleri ve operasyonlarında elde ettiği gelirlerden oluşmaktadır. Şirket’in hasılatından satıştan iadeler (diğer bir deyişle, ürünlerin iadesi nedeniyle müşterilere geri ödenen tutarlar) ve satış indirimleri (diğer bir deyişle, müşterilere uygulanan indirimler ve sezon kampanyaları kapsamında uygulanan indirimler) mahsup edilmektedir. Şirket’in hasılatı: (i) yurtiçi satışlardan elde edilen hasılat, (ii) yurtdışı satışlardan elde edilen hasılat ve (iii) diğer satışlardan elde edilen hasılat olmak üzere üç kalemden oluşmaktadır.

#### Yurtiçi satışlar

Şirket’in yurtiçi satışlarından elde edilen hasılat Şirket’in, (i) multi-brand mağazaları, (ii) mono-brand mağazaları, (iii) Beymen Club mağazaları, (iv) outlet mağazaları, (v) e-ticaret kanalı ve (vi) toptan satış kanalı üzerinden yaptığı satışlardan elde edilen hasılatın oluşmaktadır.

#### Yurtdışı satışlar

Şirket’in yurtdışı satışlarından elde edilen hasılat Şirket’in envanterindeki ürünleri Türkiye dışına satmasından elde edilen hasılatın oluşmaktadır. Şirket bu hasılatı 2015’te Kuzey Irak, Erbil’de multi-brand mağaza olarak faaliyet göstermekte olan Elif Co.’ya yapılan satışlardan elde etmiştir. Elif Co.’nun işlettiği mağaza Erbil’deki sosyoekonomik koşullar sebebiyle 2016 yılında kapatılmış ve Elif Co.’nun tasfiye süreci 12.04.2017’de tamamlanmıştır.

Buna ilaveten, Şirket, zaman zaman yurtdışındaki üçüncü taraflara toptan satış yapmaktadır. Şirket’in yurtdışına yaptığı bu satışlardan elde edilen hasılat “yurtdışı satışlar” olarak muhasebeleştirilmektedir.

#### Diğer Satışlar

Şirket’in diğer satışlardan elde ettiği hasılatın büyük bir bölümü, Nişantaşı Turistik’e (Nişantaşı Brasserie) ait satış gelirlerinden oluşmaktadır. Nişantaşı Turistik, Şirket’in %75 pay sahibi olduğu iştirakidir. Nişantaşı Turistik, Şirket’in Nişantaşı’ndaki mağazası içerisinde Nişantaşı Beymen Brasserie adlı restoranı işletmektedir.



### *Satışlardan İadeler*

Satışlardan iadeler Şirket'in her satış kanalında gerçekleşen ürün iadeleri tutarı ve devam eden dönemdeki satıştan iadeler için ayrılan karşılıkların toplamından oluşmaktadır.

### *Satış İndirimleri*

Satış indirimleri, sezon kampanyaları kapsamında uygulanan indirimler ve sadakat programına dahil müşterilere uygulanan indirimler dahil olmak üzere Şirket'in müşterilerine uygulanan indirimlerden oluşmaktadır.

### *Satışların Maliyeti*

Şirket'in satış maliyeti iki ana maliyetten oluşmaktadır; bunlar: (i) satılan ticari mal maliyeti ile (ii) satılan malın maliyetidir.

#### *Satılan Ticari Mal Maliyeti*

Şirket'in satılan ticari mal maliyeti; gerçekleştirdiği satışların maliyetini, üçüncü şahıs ve ilişkili taraf üreticilerden ve markalardan satın aldığı ürünlerin maliyetini ve bu ürünler depoya ulaşıncaya kadar oluşan giderlerin toplamından oluşmaktadır. Satılan ticari mal maliyeti tüm satış kanalları üzerinden satılan ürünlerin maliyetini içermektedir.

#### *Satılan Malın Maliyeti*

Şirket'in satılan malın maliyeti kalemi; Şirket'in İstanbul'da restoran işleten iştiraki, Nişantaşı Turistik tarafından sunulan yemek malzemelerinin maliyetini içermektedir (diğer bir deyişle, Nişantaşı Beymen Brasserie). Şirket'in satılan malın maliyeti kalemi, aynı zamanda Nişantaşı Turistik'in yemek malzemeleri, personel harcamaları ve Nişantaşı Turistik'in diğer tüm operasyonel giderlerini içermektedir.

### *Pazarlama Giderleri*

Şirket'in pazarlama giderleri aşağıdaki kalemlerden oluşmaktadır:

- (i) Personel ücret ve giderleri; Şirket'in mağazalarındaki satış personeline ödenen personel ücret ve giderleri, maaşlar, satış primleri, ücretler ve sosyal güvenlik primleri;
- (ii) Kira giderleri; Şirket'in mağazaları ile ilgili oluşan kira giderleri;
- (iii) Amortisman giderleri; Şirket'in mağaza yatırımları ilgili yıpranma ve amortisman giderleri;
- (iv) Reklam giderleri; Şirket'in pazarlama iletişim ve reklam faaliyetleri ile ilgili reklam giderleri;
- (v) Nakliye, lojistik ve dağıtım giderleri; Şirket'in envanter yönetimi ve depolama faaliyetleri ilgili lojistik giderleri ve ürünlerin depodan mağazaya sevkiyatı ve mağazalar arası ürün sevkiyatlarına ilişkin giderler;
- (vi) Ortak yönetim giderleri; Şirket'in alışveriş merkezlerinde yer alan mağazaları ile ilgili olarak mülk sahiplerine yaptığı alışveriş merkezlerinin yönetim giderleri (diğer bir deyişle, temizlik masrafları, ısıtma / soğutma masrafları vb.) için ödemelerden kaynaklanan genel idari giderler;
- (vii) Elektrik, su, yakıt ve aidat giderleri; Şirket'in caddelerde yer alan mağazalarındaki ısıtma / soğutma, elektrik, su masrafları gibi hizmet giderleri;
- (viii) Satış malzeme giderleri; Şirket'in vitrin görsel giderleri ile paketleme, ambalaj ve askı gibi malzeme

giderleri;

- (ix) Dışarıdan sağlanan fayda ve hizmetler; Şirket'in temizlik, güvenlik ve çağrı merkezi hizmetleri gibi dışarıdan aldığı hizmetler ile ilgili dışarıdan alınan fayda ve hizmetlerin giderleri;
- (x) Ürün tadilat giderleri; Şirket'in satışa sunduğu ürünlerin tadilatının yapılması, terzilik işleri ile ilgili giderleri ve
- (xi) Mağaza bakım ve tadilatı, seyahat masrafları ve diğerleri ile ilgili Şirket'in maruz kaldığı diğer giderlerdir.

### **Genel Yönetim Giderleri**

Şirket'in genel yönetim giderleri aşağıdaki kalemlerden oluşmaktadır:

- (i) Personel ücret ve giderleri; Şirket'in merkez ofis personeline ödenen personel ücret ve giderleri, maaşlar, ücretler ve sosyal güvenlik primleri;
- (ii) Danışmanlık giderleri; Şirket'in operasyonel danışmanlık ve ayrıca yasal ve mali yönetsel danışmanlık hizmetleri ile ilgili olarak aldığı hizmetlerden kaynaklanan giderler;
- (iii) Amortisman giderleri; Şirket'in merkez ofis ve bilgi teknolojileri yatırımları ile ilgili olarak maruz kaldığı yıpranma ve amortisman giderleri;
- (iv) Kira giderleri; Şirket'in merkez ofis ve şirket arabaları ile ilgili maruz kaldığı kira giderleri;
- (v) Seyahat giderleri; Şirket'in merkez ofis personellerinin yaptığı iş seyahatleri ile ilgili giderler;
- (vi) Bakım onarım giderleri; Şirket'in merkez ofisinde yürüttüğü bakım faaliyetleri ile ilgili oluşan bakım giderleri ve
- (vii) Diğer; Şirket'in merkez ofisinde oluşan elektrik, ısıtma, su giderleri ve diğerleri gibi hizmet giderleri ile ilgili oluşan diğer giderler.

### **Esas Faaliyet Diğer Gelirleri**

Şirket'in esas faaliyet diğer gelirleri (i) kur farkı gelirleri, (ii) reeskont gelirleri, (iii) mağaza dekorasyon destek geliri (diğer bir deyişle, Şirket'in mağazalarının dekorasyonu için mağazaların mülk sahiplerinden alınan katkı payı ve Şirket'in alışveriş merkezlerine girişi için ödenen giriş bedelidir), (ii) lisans geliri (diğer bir deyişle, Beymen Business ticari markasının kullanımı için BR Mağazacılık'tan elde edilen lisans ücretleridir), ve (iii) diğer gelirlerden oluşmaktadır.

### **Esas Faaliyet Diğer Giderleri**

Şirket'in esas faaliyet diğer giderleri (i) kur farkı giderleri, (ii) reeskont giderleri, (iii) şüpheli alacak karşılık gideri ve (iv) diğer giderlerden oluşmaktadır.

### **Özkaynak Yöntemiyle Değerlenen Yatırımların Karlarından Paylar**

Şirket'in özkaynak yöntemiyle değerlendirilen yatırımların karlarından payları, %50,0'dan daha az hissesinin bulunduğu iştiraklerinin (diğer bir deyişle, 2015 ve 2017 arasındaki dönemler için Christian Louboutin Mağazacılık, 2015 ve 2016 yılları için Christian Dior, 2015 yılı için de Christian Louboutin Mağazacılık, Christian Dior ve İzkar) faaliyetlerinden gelen kar ya da zararı içermektedir.

### **Finansman Gelirleri**

Şirket'in finansman gelirleri (i) faiz gelirleri ve (ii) kambiyo karlarından (diğer bir deyişle finansal ve ticari işlemlerden kaynaklanan kur farkı karlarından) oluşmaktadır.

### Finansman Giderleri

Şirket'in finansman giderleri (i) kredi faiz giderleri, (ii) kambiyo zararları (diğer bir deyişle ticari ve finansal işlemlerden kaynaklanan kur farkı zararları), (iii) kredi kartı kırdırma giderleri, (iv) vade farkı giderleri, (v) POS komisyon giderleri, (vi) çalışanlara sağlanan faydalara ilişkin faiz maliyeti ve (vii) diğer finansman giderlerinden (reeskont gideri ve bankacılık işlemleri ile kredi komisyon giderleri) oluşmaktadır.

### Vergi Gideri

Vergi gideri, cari dönem vergi giderini ve ertelenmiş vergi giderini kapsar. Vergi, doğrudan özkaynaklar altında muhasebeleştirilen bir işlemle ilgili olmaması koşuluyla, gelir tablosuna dâhil edilir. Aksi takdirde vergi de ilgili işlemle birlikte özkaynaklar altında muhasebeleştirilir. Dönem vergi gideri, bilanço tarihi itibarıyla Şirket'in, bağlı ortaklık, iştirak ve iş ortaklıklarının faaliyet gösterdiği ülkelerde yürürlükte olan vergi kanunları dikkate alınarak hesaplanır. Ertelenmiş vergi, yükümlülük yöntemi kullanılarak, varlık ve yükümlülüklerin konsolide finansal tablolarda yer alan değerleri ile vergi değerleri arasındaki geçici farklar üzerinden hesaplanır. Bununla birlikte, işletme birleşmeleri dışında, hem ticari hem de mali karı veya zararı etkilemeyen varlık ve yükümlülüklerin ilk defa mali tablolara alınması durumunda ertelenmiş vergi varlığı veya yükümlülüğü mali tablolara alınmaz. Ertelenmiş vergi varlık ve yükümlülükleri, yürürlükte olan veya bilanço tarihi itibarıyla yürürlüğe giren vergi oranları ve vergi mevzuatı dikkate alınarak, vergi varlığının gerçekleşeceği veya yükümlülüğünün ifa edileceği dönemde uygulanması beklenen vergi oranları üzerinden hesaplanır. Başlıca geçici farklar, maddi duran varlıkların kayıtlı değerleri ile vergi değerleri arasındaki farktan ve hâlihazırda vergiden indirilemeyen / vergiye tabi gider karşılıklarından doğmaktadır. Ertelenmiş vergi yükümlülüğü vergilendirilebilir geçici farkların tümü için hesaplanırken, indirilebilir geçici farklardan oluşan ertelenmiş vergi varlıkları, gelecekte vergiye tabi kar elde etmek suretiyle bu farklardan yararlanmanın kuvvetle muhtemel olması şartıyla hesaplanmaktadır. Aynı ülkenin vergi mevzuatına tabi olmak şartıyla ve cari vergi varlıklarının cari vergi yükümlülüklerinden mahsup edilmesi konusunda yasal olarak uygulanabilir bir hakkın bulunması durumunda ertelenen vergi varlıkları ve yükümlülükleri karşılıklı olarak birbirinden mahsup edilir. Şirket, ertelenen vergi gelirleri ve yükümlülüklerini hesaplamak için, 2015 ve 2016'da %20,0 2017'de ise %22,0 oranını (3 yıl içerisinde realize olması durumunda) kullanmıştır. Bu oran 5 Aralık 2017 tarih ve 30261 sayılı Resmi Gazetede yayınlanan 7061 sayılı kanun uyarınca, 1 Ocak 2018'den itibaren 2020'ye kadar %22,0 olarak uygulanır.

### Faaliyetlerin Sonuçları

#### 31 Aralık 2016'da sona eren yıla kıyasla 31 Aralık 2017'de sona eren yıl için

Aşağıda yer alan tabloda, Şirket'in 31 Aralık 2016 ve 2017 tarihlerinde sona eren yıllardaki konsolide kâr veya zarar ve diğer kapsamlı gelir tablosu, her kalem hasılatın bir yüzdesi olarak ifade edilerek; dönemden döneme gerçekleşen farklar da yüzde olarak belirtilerek gösterilmektedir.

	31 Aralık'ta sona eren yıl		2017 ve 2016 karşılaştırması	
	2016	2017	Fark	Fark %
	Hasılat %	Hasılat %		
	<i>(oranlar dışında Türk Lirası)</i>			
Hasılat.....	1.026.103.481	100,0	1.315.214.108	100,0
Satışların Maliyeti.....	(563.680.553)	54,9	(732.872.121)	55,7
<b>Brüt Kar</b> .....	<b>462.422.928</b>	<b>45,1</b>	<b>582.341.987</b>	<b>44,3</b>
Pazarlama giderleri .....	(265.558.554)	25,9	(340.026.693)	25,9
Genel Yönetim Giderleri.....	(82.335.799)	8,0	(97.432.655)	7,4
Esas Faaliyetlerden Diğer Gelirler .....	39.684.632	3,9	43.663.096	3,3
Esas Faaliyetlerden Diğer Giderler .....	(41.374.153)	4,0	(50.145.129)	3,8
<b>Esas Faaliyetler Karı</b> .....	<b>112.839.054</b>	<b>11,0</b>	<b>138.400.606</b>	<b>10,5</b>
			<b>25.561.552</b>	<b>22,7</b>

Yatırım Faaliyetlerinden Gelirler .....	42.011	0,0	193.148	0,0	151.137	anlamalı değil
Yatırım Faaliyetlerinden Giderler .....	(1.252.524)	0,1	(481.719)	0,0	(770.805)	(61,5)
Özkaynak yöntemiyle değerlendirilen yatırımların karlarından paylar .....	372.802	0,0	24.716	0,0	(348.086)	(93,4)
<b>Finansman Gideri Öncesi Faaliyet Karı.....</b>	<b>112.001.343</b>	<b>10,9</b>	<b>138.136.751</b>	<b>10,5</b>	<b>26.135.408</b>	<b>23,3</b>
Finansman Gelirleri .....	116.577.733	11,4	95.256.407	7,2	(21.321.326)	(18,3)
Finansman Giderleri.....	(165.583.262)	16,1	(123.605.970)	9,4	(41.977.292)	(25,4)
<b>Sürdürülen Faaliyetler Vergi Öncesi Karı</b>	<b>62.995.814</b>	<b>6,1</b>	<b>109.787.188</b>	<b>8,3</b>	<b>46.791.374</b>	<b>74,3</b>
Dönem Vergi Gideri .....	(18.143.820)	1,8	(25.691.464)	2,0	7.547.644	41,6
Ertelenmiş vergi geliri / (gideri) .....	4.541.721	0,4	4.048.549	0,3	(493.172)	(10,9)
<b>Dönem Karı.....</b>	<b>49.393.715</b>	<b>4,8</b>	<b>88.144.273</b>	<b>6,7</b>	<b>38.750.558</b>	<b>78,5</b>

## Hasılat

Şirket hasılatı 2016 yılında 1.026.103.481 TL'iken, 2017 yılında 289.110.627 TL (%28,2) artarak 1.315.214.108 TL olmuştur.

Aşağıdaki tabloda, Şirket'in belirtilen dönemlerdeki hasılatı gelir türüne göre gösterilmekte ve her kalem, hasılatın bir yüzdesi olarak ifade edilmektedir:

	31 Aralık'ta sona eren yıl				2017 ve 2016 karşılaştırması	
	2016		2017		Fark	Fark %
	Hasılat	%	Hasılat	%		
	<i>(oranlar dışında Türk Lirası)</i>					
Yurtiçi satışlar .....	1.433.400.305	139,7	1.810.466.560	137,7	377.066.255	26,3
Yurtdışı satışlar.....	280.263	0	2.904.458	0,2	2.624.195	anlamalı değil
Diğer satışlar.....	16.684.644	1,6	14.267.865	1,1	(2.416.779)	(14,5)
Satışlardan iadeler (-) .....	(235.198.842)	22,9	(260.507.648)	19,8	(25.308.806)	10,8
Satış indirimleri (-) .....	(189.062.889)	18,4	(251.917.127)	19,2	(62.854.238)	33,2
<b>Toplam .....</b>	<b>1.026.103.481</b>	<b>100</b>	<b>1.315.214.108</b>	<b>100</b>	<b>289.110.627</b>	<b>28,2</b>

Şirket'in 2017 yılındaki hasılatında meydana gelen artış, esasen Şirket'in net yurtiçi satışlarında meydana gelen 288.903.211 TL (%28,6) artıştan kaynaklanmaktadır. Net yurtiçi satış tutarı; yurtiçi satış tutarından satışlarda iadeler ve satış indirimleri çıkarılarak elde edilen tutara eşittir. Net yurtiçi satış tutarında meydana gelen bu artış esas olarak (i) 2017 yılında gerçekleştirilen mağaza büyümelerinden ve (ii) Şirket'in multi-brand mağazalarındaki, mono-brand mağazalarındaki ve e-ticaret kanalındaki fiyatlandırma büyümesinden kaynaklanan bire bir satış büyümesinden ve (iii) Şirket'in Beymen Club mağazalarındaki fiyatlandırma büyümesi ve adet büyümesinden kaynaklanmıştır. 2017 yılında Şirket'in Beymen Club mağazalarındaki adet büyümesi esasen Beymen Club markasına olan tüketici talebinin artmasından kaynaklanmıştır. 2017 yılında Şirket'in multi-brand, mono-brand, Beymen Club mağazalarındaki ve e-ticaret kanalındaki fiyatlandırma büyümesi ise döviz kurunda meydana gelen artış sebebiyle Şirket'in gerçekleştirdiği fiyat artışlarından kaynaklanmaktadır. Şirket, döviz kurunda meydana gelen artışları satış fiyatlarına yansıtılabilmektedir.

Şirket'in hasılatındaki artış kısmen, satış indirimlerinde meydana gelen 62.854.238 TL'lik (%33,2) artış ile azalmıştır. Bu artış özellikle multi-brand mağazalarda ve e-ticaret kanalında gerçekleştirilen satış kampanyalarının artışından kaynaklanmıştır. Şirket'in hasılatında meydana gelen artış, satışlardan iadelerde meydana gelen 25.308.806 TL (%10,8) artış ile de kısmen azalmıştır. Satışlardan iadelerde gerçekleşen artışın temel sebebi ise e-ticaret satışlarının artışıdır.

## Satışların Maliyeti

2016 yılında 563.680.553 TL olan satışların maliyeti, 2017 yılında 169.191.568 TL (%30) artarak 732.872.121 TL'ye yükselmiştir. Aynı dönemlerde, satışların maliyeti toplamı hasılatın %54,9'undan %55,7'sine yükselmiştir.

Aşağıdaki tabloda, Şirket'in belirtilen dönemlerdeki satışlarının maliyeti, ana maliyet türüne göre gösterilmekte ve her kalem hasılatın bir yüzdesi olarak da belirtilmektedir:

	31 Aralık'ta sona eren yıl				2017 ve 2016 karşılaştırması	
	2016		2017		Fark	Fark %
	Hasılat %		Hasılat %			
			<i>(TL, yüzdeler hariç)</i>			
Satılan ticari mal maliyeti .....	(556.306.621)	54,2	(724.205.974)	55,1	167.899.353	30,2
Satılan malın maliyeti .....	(7.373.932)	0,7	(8.666.147)	0,7	1.292.215	17,5
<b>Total .....</b>	<b>(563.680.553)</b>	<b>54,9</b>	<b>(732.872.121)</b>	<b>55,7</b>	<b>169.191.568</b>	<b>30,0</b>

2017 yılında Şirket'in satış maliyetindeki artışın sebebi esas olarak, Şirketin satılan ticari mal maliyetindeki 167.899.353 TL'lik (%30,2) oranındaki artıştan kaynaklanmıştır. 2017 yılında Şirket'in satılan ticari mal maliyetlerinde meydana gelen artışın temel sebebi Şirket'in e-ticaret kanalındaki, multi-brand mağazalarındaki ve mono-brand mağazalarındaki fiyatlandırma büyümesi ve Beymen Club mağazalarındaki adet ve fiyatlandırma büyümesidir. Şirket'in satış maliyetindeki artışın bir diğer sebebi ise satılan malın maliyetindeki 1.292.215 TL'lik (%17,5) oranındaki artıştır. Bu artış Şirket'in iştiraki Nişantaşı Turistik tarafından işletilen Nişantaşı Beymen Brasserie adlı restoranın satışlarındaki artıştır. Ayrıca, 2017 yılında yaşanan kur dalgalanmaları da satılan ticari mal maliyetindeki ve satış maliyetindeki artışa katkıda bulunmuştur.

### **Brüt Kar**

Şirket'in hasılatında meydana gelen artıştan dolayı, Şirket'in brüt kârı 2016 yılında 462.422.928 TL iken, 119.919.059 TL'lik (%25,9) oranındaki artışla 2017 yılında 582.341.987 TL'ye yükselmiştir. Şirket'in brüt kar marjı 2016 yılında %45,1 iken 2017 yılında %44,3'e düşmüştür. Bu düşüşün sebeplerinden biri, Şirket'in 2016 yılında outlet mağaza operasyonlarını kendi üzerinde almasından ötürü ayırmış olduğu karşılık tutarlarının değişmesidir. 2017 yılı Şirket'in outlet operasyonlarının tamamen aktif olduğu ilk yıldır. Şirket, outlet operasyonlarına ilişkin tarihsel bir bilgi akışına sahip olmadığı için, yaşanabilecek değer düşüklüğüne ilişkin tutumlu bir tahminde (%40'dan daha fazla) bulunmuştur (bu aynı zamanda mevcut ve ileriki sezonlar dışındaki envantere de uygulanmıştır). Bu tutumlu davranışın sebebi, sezon dışı ürünlerin zamanında tasfiye edilebilmesi için başlatılan outlet operasyonlarının ilk yılında disiplinin sağlanabilmesidir. Bu durum, Şirket'in brüt kar marjında yaklaşık %1'lik bir düşüşe sebep olmuş fakat bu durum Şirket'in 2017 yılında artan hasılatı ile kısmen dengelenmiştir. Ancak Şirket, gelecek dönemde bu oranın daha düşük olacağını tahmin etmektedir. Şirket, gelecekte toptan satış kanalı, outlet mağazaları ve diğer mağazaları bakımından brüt kar marjının 2016 yılında gerçekleşen seviyelerde olmasını hedeflemektedir. Beymen Club mağazaları için ise Şirket, orta vadede brüt kar marjını geliştirmeyi hedeflemektedir.

2017 yılında Şirket'in brüt kar marjında meydana gelen artışın bir diğer sebebi ise Şirket'in 2017 yılında bir bayi ile ilişkisini sona erdirmesi sonucu 2016 yılına kıyasla daha yüksek mal satışı yapılmış olması ve 2017 yılında ilgili bayiden mal iadesi alınmış olmasıdır.

### **Pazarlama Giderleri**

Şirket'in 2016 yılında 265.558.554 TL olan pazarlama giderleri 2017 yılında 74.468.139 TL (%28,0) artarak 340.026.693 TL'ye ulaşmıştır.

Aşağıdaki tabloda, Şirket'in belirtilen dönemlerdeki pazarlama giderlerinin dökümü verilmekte ve her gider türünün hasılatı oranı yüzdeli olarak gösterilmektedir:

	31 Aralık'ta sona eren yıl				2017 ve 2016 karşılaştırması	
	2016		2017		Fark	Fark %
	Hasılat %		Hasılat %			
			<i>(TL, yüzdeler hariç)</i>			
Personel ücret ve giderleri .....	(87.840.205)	8,6	(116.287.249)	8,8	28.447.044	32,4
Kira giderleri .....	(84.449.551)	8,2	(109.855.041)	8,4	25.405.490	30,1

	31 Aralık'ta sona eren yıl				2017 ve 2016 karşılaştırması	
	2016		2017		Fark	Fark %
	Hasılat %		Hasılat %			
			<i>(TL, yüzdeler hariç)</i>			
Amortisman giderleri .....	(22.488.855)	2,2	(27.472.884)	2,1	4.984.029	22,2
Reklam giderleri.....	(20.208.173)	2,0	(23.461.265)	1,8	3.253.092	16,1
Ortak yönetim giderleri.....	(8.618.968)	0,8	(11.688.219)	0,9	3.069.251	35,6
Nakliye, lojistik ve dağıtım giderleri.....	(8.892.466)	0,9	(11.127.172)	0,8	2.234.706	25,1
Elektrik, su, yakıt ve aidat giderleri .....	(5.955.428)	0,6	(6.714.536)	0,5	2.987.776	12,7
Dışarıdan sağlanan fayda ve hizmetler.....	(4.697.599)	0,5	(7.568.283)	0,6	2.870.684	61,1
Satış malzeme giderleri.....	(5.934.397)	0,6	(8.922.173)	0,7	759.108	50,3
Ürün tadilat giderleri.....	(3.362.945)	0,3	(3.559.231)	0,3	196.286	5,8
Diğer .....	(13.109.967)	1,3	(13.370.640)	1,0	260.673	2,0
<b>Toplam .....</b>	<b>(265.558.554)</b>	<b>25,9</b>	<b>(340.026.693)</b>	<b>25,9</b>	<b>74.468.139</b>	<b>28,0</b>

Şirket'in pazarlama giderlerindeki artış Şirket'in mağaza çalışanlarına ilişkin personel ücret ve giderlerinde meydana gelen 28.447.044 TL'lik (%32,4) oranındaki artışa bağlıdır. Bu artışın sebebi esasen, 2017 yılında artan satış hacmine dayalı olarak çalışanlara ödenen prim tutarındaki artış (Şirket'in mağaza çalışanlarına ilişkin personel ücretlerinin yaklaşık %35'i satış büyümesine bağlı olarak değişkenlik göstermektedir) ve kısmen tüketici fiyat endeksindeki artışa dayalı olarak personelin maaş ve ücretlerinde yapılan artıştır. Bu artış aynı zamanda, (i) enflasyon ve (ii) mağaza çalışan sayılarının yeni mağaza açılışları sebebiyle artmasından da kaynaklanmaktadır. Şirket, gelecekte, mağaza çalışanlarının baz ücretlerinin enflasyona paralel olarak artmasını beklemektedir.

Ayrıca, Şirket'in pazarlama giderlerindeki artışın bir diğer sebebi, 2017 yılı satışlarında meydana gelen artış doğrultusunda, Şirket'in kira giderlerinde meydana gelen 25.405.490 TL'lik (%30,1) oranındaki artıştır. Kira giderlerindeki artışın sebebi ise Şirket'in ciro kirası ödediği kira sözleşmeleri tahtında ödediği kira bedelinin 2017 yılındaki hasılatının artmasına paralel olarak artması ve döviz kurunda meydana gelen dalgalanmalar sebebiyle yabancı para cinsinden olan kira bedellerinin artmasıdır. 31 Aralık 2017'de sona eren yılda Şirket'in ödemekle yükümlü olduğu kira bedellerinin %30'u ciro bazlıdır ve %69,5'i yabancı para cinsindedir.

### Genel Yönetim Giderleri

Şirket'in 2016 yılında 82.335.799 TL olan genel yönetim giderleri 2017 yılında 15.096.856 TL (%18,3) artarak 97.432.655 TL'ye ulaşmıştır.

Aşağıdaki tabloda, Şirket'in belirtilen dönemlerdeki genel yönetim giderlerinin dökümü verilmekte ve her gider türü hasılatın bir yüzdesi olarak gösterilmektedir:

	31 Aralık'ta sona eren yıl				2017 ve 2016 karşılaştırması	
	2016		2017		Fark	Fark %
	Hasılat %		Hasılat %			
			<i>(TL, yüzdeler hariç)</i>			
Personel ücret ve giderleri .....	(57.822.304)	5,6	(67.259.955)	5,1	9.437.651	16,3
Danışmanlık giderleri .....	(7.814.094)	0,8	(8.687.556)	0,7	873.462	11,2
Amortisman giderleri.....	(3.798.117)	0,4	(5.017.972)	0,4	1.219.855	32,1
Kira giderleri .....	(3.159.511)	0,3	(3.818.934)	0,3	659.422	20,9
Seyahat giderleri .....	(3.549.452)	0,3	(3.749.561)	0,3	200.109	5,6
Bakım onarım giderleri.....	(1.501.867)	0,1	(2.715.026)	0,2	1.213.159	80,8
Diğer.....	(4.690.454)	0,5	(6.183.651)	0,5	1.493.197	31,8
<b>Toplam.....</b>	<b>(82.335.799)</b>	<b>8,0</b>	<b>(97.432.655)</b>	<b>7,4</b>	<b>15.096.856</b>	<b>18,3</b>

Şirket'in 2017 yılında genel idari giderlerindeki artışın sebebi personel ücret ve giderlerinde meydana gelen 9.437.651 TL'lik (%16,3) oranındaki artıştır. Bu artışın sebebi artan enflasyon oranı, 2017 yılında merkezde çalışan personel sayısındaki artış ile çalışanlara ödenen prim giderindeki artıştır. 2017 yılında merkezdeki çalışanların sayısının artmasının sebebi Şirket'in 2017 yılında yapmış olduğu yeni mağaza açılışları ile

bağlantılıdır. Zira Şirket, mağaza sayısını arttırırken mağaza operasyonlarının desteklenebilmesi amacıyla merkezdeki çalışan sayısını artırma ihtiyacı duymaktadır. Çalışanlara ödene prim giderindeki artış, Şirket'in 2017 yılındaki hasılat artışı ile paraleldir. Ancak, Şirket'in merkez personel ücret ve giderlerinin yalnızca %12'si satış büyümesine bağlı olarak değişkenlik gösterdiği ve Şirket'in hasılatı personel ve ücret giderlerinden daha fazla artış gösterdiği için 2017 yılında personel ücret giderlerinin hasılatı olan oranı %5,1'e düşmüştür.

Şirket gelecekte, merkez çalışanlarının baz ücretlerinin satış büyümesine bağlı olan kısmının, personel sayısında meydana gelebilecek artış ve hasılat tutarında meydana gelebilecek artış sebebiyle %1-2 oranında artış gösterebileceğini düşünmektedir.

### **Esas Faaliyetlerden Diğer Gelirler**

Şirket'in 2016 yılında 39.684.632 TL olan esas faaliyetlerden diğer gelirleri 2017 yılında 3.987.464 TL (%10,0) artarak 43.663.096 TL'ye ulaşmıştır.

Aşağıdaki tabloda, Şirket'in belirtilen dönemlerdeki esas faaliyetlerden diğer gelirlerinin dökümü verilmekte ve her gelir türünün hasılatı oranı yüzdeleri olarak gösterilmektedir:

	31 Aralık'ta sona eren yıl		2017 ve 2016 karşılaştırması			
	2016	2017	Fark	Fark %		
	Hasılat %	Hasılat %				
		(TL, yüzdeler hariç)				
Ticari faaliyetlerden kaynaklanan kur farkı geliri .....	21.174.401	2,1	16.532.964	1,3	(4.641.437)	(21,9)
Mağaza dekorasyon destek gelirleri .....	4.228.018	0,4	14.267.097	1,1	10.039.079	anlamli değil
Lisans geliri .....	3.668.209	0,4	4.344.616	0,3	676.407	18,4
Reeskont geliri.....	6.084.194	0,6	3.379.242	0,3	(2.704.952)	(44,5)
Diğer.....	4.529.810	0,4	5.139.177	0,4	609.367	13,5
<b>Toplam.....</b>	<b>39.684.632</b>	<b>3,9</b>	<b>43.663.096</b>	<b>3,3</b>	<b>3.987.464</b>	<b>10,0</b>

2017 yılında Şirket'in esas faaliyetlerden diğer gelirlerindeki artışın sebebi esasen mağaza dekorasyon ve destek gelirinde meydana gelen 10.039.079 TL'lik artıştır. Bu artışın sebebi ise Şirket'in 2017 yılında yeni mağaza açılışı yapmış olması ve mevcut bazı mağazalarında satış alanını genişletmesiyle aldığı yatırım destek gelirlerindedir.

### **Esas Faaliyetlerden Diğer Giderler**

Şirket'in 2016 yılında 41.374.153 TL olan esas faaliyetlerden diğer giderleri 2017 yılında 8.770.976 TL (%21,2) artarak 50.145.129 TL'ye ulaşmıştır.

Aşağıdaki tabloda, Şirket'in belirtilen dönemlerdeki esas faaliyetlerden diğer giderlerinin dökümü verilmekte ve her gider türünün hasılatı oranı yüzdeleri olarak gösterilmektedir:

	31 Aralık'ta sona eren yıl		2017 ve 2016 karşılaştırması			
	2016	2017	Fark	Fark %		
	Hasılat %	Hasılat %				
		(TL, yüzdeler hariç)				
Ticari faaliyetlerden kaynaklanan kur farkı gideri.....	(26.804.380)	2,6	(20.477.428)	1,6	(6.326.952)	(23,6)
Sabit kıymet değer düşüklüğü .....	0	0,0	(8.141.844)	0,6	8.141.844	-
Reeskont gideri.....	(6.738.187)	0,7	(3.489.746)	0,3	(3.248.441)	(48,2)
Şüpheli alacak karşılık gideri.....	(7.499.339)	0,7	(1.783.726)	0,1	(5.715.613)	(76,2)
Dava karşılık gideri .....	(260.103)	-	(67.973)	0,0	(192.130)	(73,9)
Diğer.....	(72.144)	-	(16.184.412)	1,2	16.112.268	anlamli değil

Toplam.....	<b>(41.374.153)</b>	<b>4,0</b>	<b>(50.145.129)</b>	<b>3,8</b>	<b>8.770.976</b>	<b>21,20</b>
-------------	---------------------	------------	---------------------	------------	------------------	--------------

2017 yılında Şirket'in esas faaliyetlerden diğer giderlerindeki azalış kısmen esas faaliyet diğer giderleri altındaki "diğer" kaleminde meydana gelen 16.112.268 TL'lik artış ile dengelenmiştir. Bu artışın sebeplerinden biri, Wepublic mağazasının kapanışına istinaden Akmerkez Gayrimenkul Yatırım Ortaklığı A.Ş'ne ödenecek çıkış bedelidir.

### **Özkaynak Yöntemiyle Değerlenen Yatırımların Karlarından Paylar**

Şirket'in 2016 yılında özsermaye yöntemi kullanılarak yatırımlardan elde edilen kar payı 372.802 TL iken Christian Louboutin Mağazacılık'tan 2017 yılında alınan karda meydana gelen azalma sebebiyle 348.086 TL'lik (%93,4) bir azalma ile 2017 yılında 24.716 TL'ye düşmüştür. Buna ek olarak, 4 Ağustos 2017 tarihi itibarıyla Christian Dior Couture S.A. ile yapılan iştirak sözleşmesinin sona ermiş olması da bu azalışın sebeplerinden birisidir. Daha fazla bilgi için Şirket'in konsolide TFRS finansal raporunun Not-2 "Finansal Tabloların Sunumuna İlişkin Esaslar" ve Not-13, "Finansal Yatırımlar ve Özkaynak Yöntemiyle Değerlenen Yatırımlar" bölümlerine bakınız.

### **Finansman Gelirleri**

Şirket'in 2016 yılında 116.577.733 TL olan esas finansman gelirleri 2017 yılında 21.321.326 TL (%18,3) azalarak 95.256.407 TL'ye ulaşmıştır.

Aşağıdaki tabloda, Şirket'in belirtilen dönemlerdeki finansman gelirlerinin dökümü verilmekte ve her gelir türünün hasıllara oranı yüzdeleri olarak gösterilmektedir:

	31 Aralık'ta sona eren yıl				2017 ve 2016 karşılaştırması	
	2016		2017		Fark	Fark %
	Hasıllat %		Hasıllat %			
			<i>(TL, yüzdeler hariç)</i>			
Faiz gelirleri .....	68.696.688	6,7	70.479.130	5,4	1.782.442	2,6
Kambiyo karları.....	47.881.045	4,7	24.777.277	1,9	(23.103.768)	(48,3)
<b>Toplam.....</b>	<b>116.577.733</b>	<b>11,4</b>	<b>95.256.407</b>	<b>7,2</b>	<b>(21.321.326)</b>	<b>(18,3)</b>

2017 yılında Şirket'in finansal gelirlerinde meydana gelen azalmanın sebebi esasen Şirket'in kambiyo karlarında meydana gelen 23.103.768 TL (%48,3) azalmadır. Kambiyo karlarının önemli bir bölümü BOYP'a kullanılan grup içi krediden kaynaklanmaktadır. Kambiyo karlarında meydana gelen azalma BOYP'a sağlanan grup içi krediden elde edilen kambiyo karının döviz kuru dalgalanmasındaki gerileme sebebiyle azalmasından kaynaklanmaktadır.

### **Finansman Giderleri**

Şirket'in 2016 yılında 165.583.262 TL olan finansman giderleri 2017 yılında 41.977.292 TL (%25,4) azalarak 123.605.970 TL'ye ulaşmıştır.

Aşağıdaki tabloda, Şirket'in belirtilen dönemlerdeki finansman giderlerinin dökümü verilmekte ve her gider türünün hasıllara oranı yüzdeleri olarak gösterilmektedir:

	31 Aralık'ta sona eren yıl				2017 ve 2016 karşılaştırması	
	2016		2017		Fark	Fark %
	Hasıllat %		Hasıllat %			
			<i>(TL, yüzdeler hariç)</i>			
Faiz giderleri.....	(82.998.678)	8,1	(64.188.726)	4,9	(18.809.952)	(22,7)



Kambiyo zararları.....	(53.969.394)	5,3	(25.744.171)	2,0	(28.225.223)	(52,3)
POS komisyon giderleri.....	(1.776.560)	0,2	(2.025.375)	0,2	248.815	14,0
Kredi kartı kırdırma giderleri.....	(9.830.904)	1,0	(14.331.893)	1,1	4.500.989	45,8
Vade farkı giderleri.....	(14.134.608)	1,4	(14.163.549)	1,1	28.941	0,2
Çalışanlara sağlanan faydalara ilişkin faiz maliyeti .....	(316.392)	0,0	(693.877)	0,1	377.485	119,3
Diğer.....	(2.556.726)	0,2	(2.458.379)	0,2	(98.347)	(3,8)
<b>Toplam.....</b>	<b>(165.583.262)</b>	<b>16,1</b>	<b>(123.605.970)</b>	<b>9,4</b>	<b>(41.977.292)</b>	<b>(25,4)</b>

Şirket'in finansman giderlerinde 2017 yılında meydana gelen azalış, özellikle kambiyo zararlarının 28.225.223 TL'lik (%52,3) azalmasından kaynaklanmıştır. Bu durum, kur dalgalanmasının 2016'ya kıyasla daha az gerçekleşmesi nedeniyle dir.

Aynı zamanda, Şirket'in kredi faiz giderlerinde meydana gelen azalma da Şirket'in finansman giderlerinde 2017 yılında meydana gelen azalmaya katkıda bulunmuştur. Bu azalma, Şirket'in 2017 yılında nakit akışlarının iyileşmesi neticesinde mevcut kredi borçlarını ödemesinden kaynaklanmaktadır.

### Vergi Gideri

Şirket'in 2016 yılında 13.602.099 TL olan vergi gideri 8.040.816 TL (%59,1) artarak 21.642.915 TL'ye yükselmiştir.

Aşağıdaki tabloda, Şirket'in belirtilen dönemlerdeki vergi giderinin dökümü verilmekte ve her gider türünün hasıllara oranı yüzdeleri olarak gösterilmektedir:

	31 Aralık'ta sona eren yıl				2017 ve 2016 karşılaştırması	
	2016		2017		Fark	Fark %
	Hasıllat %		Hasıllat %			
			<i>(TL, yüzdeler hariç)</i>			
Cari dönem kurumlar vergisi gideri.....	(18.143.820)	1,8	(25.691.464)	2,0	7.547.644	41,6
Ertelenmiş vergi geliri / (gideri) .....	4.541.721	0,4	4.048.549	0,3	(493.172)	(10,9)
<b>Toplam vergi gideri .....</b>	<b>(13.602.099)</b>	<b>1,3</b>	<b>(21.642.915)</b>	<b>1,6</b>	<b>8.040.816</b>	<b>59,1</b>

2017 yılında Şirketin vergi giderindeki artışın sebebi, vergi öncesi karında oluşan artış sebebiyle meydana gelen 7.547.644 TL'lik artıştır.

### 31 Aralık 2016 ile biten yılın 31 Aralık 2015 ile biten yıl ile karşılaştırması

Aşağıda yer alan tabloda, Şirket'in 31 Aralık 2015 ve 2016 tarihlerinde sona eren yıllardaki konsolide kâr veya zarar ve diğer kapsamlı gelir tablosu, her kalemin hasıllara oranı yüzdeleri olarak gösterilmektedir; dönemden döneme gerçekleşen farklar da yüzdeleri olarak gösterilmektedir.

	31 Aralık'ta sona eren yıl				2015 ve 2016 karşılaştırması	
	2015		2016		Fark	
	Hasıllat %		Hasıllat %			
			<i>(TL, yüzdeler hariç)</i>			
Hasıllat.....	933.834.602	100	1.026.103.481	100	92.268.879	10
Satışların Maliyeti.....	(516.961.637)	55,4	(563.680.553)	54,9	46.718.916	9,0
<b>Brüt Kar .....</b>	<b>416.872.965</b>	<b>44,6</b>	<b>462.422.928</b>	<b>45,1</b>	<b>45.549.963</b>	<b>10,9</b>
Pazarlama giderleri .....	(239.430.602)	25,6	(265.558.554)	25,9	26.127.952	10,9
Genel Yönetim Giderleri.....	(73.632.038)	7,9	(82.335.799)	8,0	8.703.761	11,8
Esas Faaliyetlerden Diğer Gelirler .....	38.085.594	4,1	39.684.632	3,9	1.599.038	4,2
Esas Faaliyetlerden Diğer Giderler .....	(37.614.294)	4,0	(41.374.153)	4,0	3.759.859	10,0
<b>Esas Faaliyetler Karı .....</b>	<b>104.281.625</b>	<b>11,2</b>	<b>112.839.054</b>	<b>11,0</b>	<b>8.557.429</b>	<b>8,2</b>
Yatırım Faaliyetlerinden Gelirler .....	187.285	0,0	42.011	0,0	(145.274)	(77,6)
Yatırım Faaliyetlerinden Giderler .....	(233.525)	0,0	(1.252.524)	0,1	1.018.999	anlamli değil

Özkaynak yöntemiyle değerlendirilen yatırımların karlarından paylar .....	1.653.281	0,2	372.802	0,0	(1.280.479)	(77,5)
<b>Finansman Gideri Öncesi Faaliyet Karı.....</b>	<b>105.888.666</b>	<b>11,3</b>	<b>112.001.343</b>	<b>10,9</b>	<b>6.112.677</b>	<b>5,8</b>
Finansman Gelirleri .....	50.325.800	5,4	116.577.733	11,4	66.251.933	131,6
Finansman Giderleri.....	(89.915.061)	9,6	(165.583.262)	16,1	75.668.201	84,2
<b>Sürdürülen Faaliyetler Vergi Öncesi Karı</b>	<b>66.299.405</b>	<b>7,1</b>	<b>62.995.814</b>	<b>6,1</b>	<b>(3.303.591)</b>	<b>(5,0)</b>
Dönem Vergi Gideri .....	(8.546.810)	0,9	(18.143.820)	1,8	9.597.010	112,3
Erteleilmiş vergi geliri / (gideri).....	(1.555.380)	0,2	4.541.721	0,4	6.097.101	392,0
<b>Dönem Karı .....</b>	<b>56.197.215</b>	<b>6,0</b>	<b>49.393.715</b>	<b>4,8</b>	<b>(6.803.500)</b>	<b>(12,1)</b>

## Hasılat

Şirket hasılatı 2015 yılında 933.834.602 TL'ye, 2016 yılında 92.268.879 TL (%9,9) artarak 1.026.103.481 TL olmuştur.

Aşağıdaki tabloda, Şirket'in belirtilen dönemlerdeki hasılatı gelir türüne göre gösterilmekte ve her kalemin hasılatı oranı yüzdeli olarak gösterilmektedir:

	31 Aralık'ta sona eren yıl				2016 ve 2015 karşılaştırması	
	2015		2016		Fark	Fark %
	Hasılat	%	Hasılat	%		
			<i>(oranlar dışında Türk Lirası)</i>			
Yurtiçi satışlar .....	1.188.753.712	127,3	1.433.400.305	139,7	244.646.593	20,6
Yurtdışı satışlar.....	4.725.520	0,5	280.263	-	(4.445.257)	(94,1)
Diğer satışlar.....	13.407.554	1,4	16.684.644	1,6	3.277.090	24,4
Satışlardan iadeler (-) .....	(145.624.894)	15,6	(235.198.842)	22,9	89.573.948	61,5
Satış indirimleri (-) .....	(127.427.290)	13,6	(189.062.889)	18,4	61.635.599	48,4
<b>Toplam .....</b>	<b>933.834.602</b>	<b>100,0</b>	<b>1.026.103.481</b>	<b>100,0</b>	<b>92.268.879</b>	<b>9,9</b>

Şirket'in 2016 yılındaki hasılatında meydana gelen artış, esasen Şirket'in net yurtiçi satışlarında meydana gelen 93.437.046 TL tutarındaki (%10,2) artıştan kaynaklanmaktadır. Net yurtiçi satış tutarı; yurtiçi satış tutarından satışlarda iadeler ve satış indirimleri çıkarılarak elde edilen tutara eşittir. Net yurtiçi satış tutarında meydana gelen bu artış esas olarak (i) 2016 yılında gerçekleştirilen mağaza büyümelerinden ve (ii) Şirket'in multi-brand mağazalarındaki, mono-brand mağazalarındaki ve e-ticaret kanalındaki fiyatlandırma büyümesinden kaynaklanan bire bir satış büyümesinden ve (iii) Şirket'in Beymen Club mağazalarındaki fiyatlandırma büyümesi ve adet büyümesinden kaynaklanmıştır. 2016 yılında Şirket'in Beymen Club mağazalarındaki adet büyümesi esasen Beymen Club markasına olan tüketici talebinin artmasından kaynaklanmıştır. 2016 yılında Şirket'in multi-brand, mono-brand, Beymen Club mağazalarındaki ve e-ticaret kanalındaki fiyatlandırma büyümesi ise döviz kurunda meydana gelen artış sebebiyle Şirket'in gerçekleştirdiği fiyat artışlarından kaynaklanmaktadır. Şirket, döviz kurunda meydana gelen artışları satış fiyatlarına yansıtılabilmektedir.

2017 yılında Şirket'in hasılatında meydana gelen artışın bir diğer sebebi Şirket'in diğer satışlarında meydana gelen 3.277.090 TL (%24,4) artıştan kaynaklanmıştır. Bu artışın sebebi, Şirket'in iştiraki olan Nişantaşı Turistik'in işlettiği Nişantaşı Beymen Brasserie adlı restorandaki satışların artmasıdır.

31 Aralık 2016'da sona eren yılda Şirket'in satışlardan iadelerinde meydana gelen 89.573.948 TL'lik (%61,5) artış başta e-ticaret olmak üzere satışlarının hacmindeki artıştan kaynaklanmaktadır. Buna ilaveten, 2016'daki olumsuz piyasa koşullarından kaynaklanan sezon içi satış kampanyalarındaki artış Şirket'in satış indirimlerinin 61.635.599 TL (%48,4) artmasına sebep olmuştur.

## Satışların Maliyeti

2015 yılında 516.961.637 TL olan satışların maliyeti, 2016 yılında 46.718.916 TL (%9,0) artarak 563.680.553 TL'ye yükselmiştir. Aynı dönemlerde, satışların maliyeti toplamı hasılatın %55,4'ünden %54,9'üne düşmüştür.

Aşağıdaki tabloda, Şirket'in belirtilen dönemlerdeki satışlarının maliyeti, ana maliyet türüne göre gösterilmekte ve her kalemin hasıllara oranı yüzdeleri olarak gösterilmektedir:

	31 Aralık'ta sona eren yıl				2016 ve 2015 karşılaştırması	
	2015		2016		Fark	Fark %
	Hasılat %		Hasılat %			
			<i>(TL, yüzdeler hariç)</i>			
Satılan ticari mal maliyeti .....	(510.264.487)	54,6	(556.306.621)	54,2	46.042.134	9,0
Satılan malın maliyeti .....	(6.697.150)	0,7	(7.373.932)	0,7	676.782	10,1
<b>Total .....</b>	<b>(516.961.637)</b>	<b>55,4</b>	<b>(563.680.553)</b>	<b>54,9</b>	<b>46.718.916</b>	<b>9,0</b>

Satışların maliyetinde 2016 yılında gerçekleşen artış esas olarak, Şirket'in satılan ticari mal maliyetinin 46.042.134 TL (%9) artmasıdır. Şirket'in satılan ticari mal maliyetinin meydana gelen artışın temel sebebi Şirket'in e-ticaret kanalındaki, multi-brand mağazalarındaki ve mono-brand mağazalarındaki fiyatlandırma büyümesi ve Beymen Club mağazalarındaki adet ve fiyatlandırma büyümesidir. Satışların maliyetinde 2016 yılında gerçekleşen artışın diğer sebebi ise satılan malın maliyetinin 676.782 TL (%10,1) artmasından kaynaklanmıştır. Bu artışın sebebi ise Şirket'in iştiraki olan Nişantaşı Turistik'in işlettiği Nişantaşı Beymen Brasserie adlı restorandaki satışların artmasıdır.

### Brüt Kar

Şirket'in hasıllarında meydana gelen artışa bağlı olarak, Şirket'in brüt kârı 2015 yılında 416.872.965 TL iken, 2016 yılında 45.549.963 TL (%10,9) artarak 462.422.928 TL'ye ulaşmıştır. Brüt kâr marjıysa, 2015'te %44,6 iken, 2016'da %45,1'e yükselmiştir.

### Pazarlama Giderleri

Şirket'in 2015 yılında 239.430.602 TL olan pazarlama giderleri 2016 yılında 26.127.952 TL (%10,9) artarak 265.558.554 TL'ye ulaşmıştır.

Aşağıdaki tabloda, Şirket'in belirtilen dönemlerdeki pazarlama giderlerinin dökümü verilmekte ve her gider türünün hasıllara oranı yüzdeleri olarak gösterilmektedir:

	31 Aralık'ta sona eren yıl				2016 ve 2015 karşılaştırması	
	2015		2016		Fark	Fark %
	Hasılat %		Hasılat %			
			<i>(TL, yüzdeler hariç)</i>			
Personel ücret ve giderleri .....	(79.019.793)	8,5	(87.840.205)	8,6	8.820.412	11,2
Kira giderleri .....	(75.313.996)	8,1	(84.449.551)	8,2	9.135.555	12,1
Amortisman giderleri .....	(18.793.602)	2,0	(22.488.855)	2,2	3.695.253	19,7
Reklam giderleri .....	(19.934.374)	2,1	(20.208.173)	2,0	273.799	1,4
Ortak yönetim giderleri .....	(6.842.221)	0,7	(8.618.968)	0,8	1.776.747	26,0
Nakliye, lojistik ve dağıtım giderleri .....	(7.355.977)	0,8	(8.892.466)	0,9	1.536.489	20,9
Elektrik, su, yakıt ve aidat giderleri .....	(5.187.010)	0,6	(5.955.428)	0,6	768.418	14,8
Satış malzeme giderleri .....	(6.835.189)	0,7	(5.934.397)	0,6	(900.792)	(13,2)
Dışarıdan sağlanan fayda ve hizmetler .....	(3.540.480)	0,4	(4.697.599)	0,5	1.157.119	32,7
Ürün tadilat giderleri .....	(2.989.679)	0,3	(3.362.945)	0,3	373.266	12,5
Diğer .....	(13.618.281)	1,5	(13.109.967)	1,3	(508.314)	(3,7)
<b>Toplam .....</b>	<b>(239.430.602)</b>	<b>25,6</b>	<b>(265.558.554)</b>	<b>25,9</b>	<b>26.127.952</b>	<b>10,9</b>

Şirket'in pazarlama giderlerinde 2016 yılında meydana gelen artış, birincil olarak kira giderlerinde meydana gelen 9.135.555 TL'lik (%12,1) artıştan kaynaklanmıştır. Bu artış ise, özellikle belirli mağazaların kira ücretlerindeki artıştan kaynaklanmaktadır.

Buna ilaveten Şirket'in pazarlama giderlerinde 2016 yılında meydana gelen artış, personel ücret ve giderlerinde meydana gelen 8.820.412 TL'lik (%11,2) artıştan kaynaklanmıştır. Bu artış ise, Şirket'in 2016'da artan satış hacmine paralel olarak çalışanlarına ödediği prim tutarında meydana gelen artıştan ve

kısmen tüketici fiyat endeksindeki artışa atfedilen personel ücret ve maaşlarındaki artıştan kaynaklanmıştır. Şirket'in pazarlama giderlerindeki artış ayrıca, mağazaların ortak yönetim giderlerinin TL 1.776.747 (%26,0) artmasından kaynaklanmıştır. Bununla birlikte, Şirket'in personel ücret ve giderlerinin ve kira giderlerinin hasıllata olan oranı 2016'da sırasıyla %8,5'ten %8,6'ya ve %8,1'den %8,2'ye yükselmiştir.

### Genel Yönetim Giderleri

Aşağıdaki tabloda, Şirket'in belirtilen dönemlerdeki genel yönetim giderlerinin dökümü verilmekte ve her gider türünün hasıllata oranı yüzdeleri olarak gösterilmektedir:

	31 Aralık'ta sona eren yıl		2016 ve 2015 karşılaştırması			
	2015	2016	Fark	Fark %		
	Hasılat %	Hasılat %				
		<i>(TL, yüzdeler hariç)</i>				
Personel ücret ve giderleri .....	(46.743.595)	5,0	(57.822.304)	5,6	11.078.709	23,7
Danışmanlık giderleri .....	(12.076.143)	1,3	(7.814.094)	0,8	(4.262.049)	(35,3)
Amortisman giderleri.....	(3.160.767)	0,3	(3.798.117)	0,4	637.350	20,2
Kira giderleri .....	(2.722.026)	0,3	(3.159.511)	0,3	437.485	16,1
Seyahat giderleri .....	(2.701.284)	0,3	(3.549.452)	0,3	848.168	31,4
Bakım onarım giderleri.....	(1.252.184)	0,1	(1.501.867)	0,1	249.683	19,9
Diğer.....	(4.976.039)	0,5	(4.690.454)	0,5	(285.586)	(5,7)
<b>Toplam.....</b>	<b>(73.632.038)</b>	<b>7,9</b>	<b>(82.335.799)</b>	<b>8,0</b>	<b>8.703.761</b>	<b>11,8</b>

Şirket'in genel yönetim giderlerinde 2016 yılında meydana gelen artış, personel ücret ve giderlerindeki 11.078.709 TL'lik (%23,7) artıştan kaynaklanmıştır. Bu artış, 2016'da kısmen tüketici fiyat endeksindeki artışa atfedilen personel ücret ve maaşlarındaki artıştan ve Şirket'in üst yönetimine yapılan prim ödemesindeki artıştan kaynaklanmaktadır. Şirket'in genel yönetim giderlerindeki artış, kısmen Şirket'in danışmanlık giderlerindeki 4.262.049 TL (%35,3) azalma ile dengelenmiştir. Bu azalma Şirket'in, global perakende sektörünün ana bireylerinden birisi ile danışmanlık ilişkisini sona erdirmesinden kaynaklanmıştır.

### Esas Faaliyet Diğer Gelirleri

Aşağıdaki tabloda, Şirket'in belirtilen dönemlerdeki esas faaliyet diğer gelirlerinin dökümü verilmekte ve her gelir türünün hasıllata oranı yüzdeleri olarak gösterilmektedir:

	31 Aralık'ta sona eren yıl		2016 ve 2015 karşılaştırması			
	2015	2016	Fark	Fark %		
	Hasılat %	Hasılat %				
		<i>(TL, yüzdeler hariç)</i>				
Kur farkı gelirleri - ticari .....	21.582.109	2,3	21.174.401	2,1	(407.708)	(1,9)
Reeskont gelirleri - ticari .....	4.069.795	0,4	6.084.194	0,6	2.014.399	49,5
Mağaza dekorasyon destek gelirleri .....	3.358.508	0,4	4.228.018	0,4	869.510	25,9
Lisans geliri .....	5.875.220	0,6	3.668.209	0,4	(2.207.011)	(37,6)
Diğer.....	3.199.962	0,3	4.529.810	0,4	1.329.848	41,6
<b>Toplam.....</b>	<b>38.085.594</b>	<b>4,1</b>	<b>39.684.632</b>	<b>3,9</b>	<b>1.599.038</b>	<b>4,2</b>

2016 yılında Şirket'in esas faaliyet diğer gelirlerindeki artışın sebebi reeskont gelirlerindeki artıştır. Şirket'in 2016 yılında ödeme vadelerini uzatması sebebiyle reeskont geliri artmıştır. 2016 yılında Şirket'in esas faaliyet diğer gelirlerindeki artış kısmen Şirket'in lisans gelirinde meydana gelen 2.014.399 TL (%49,5) artış ile dengelenmiştir. Bu azalma, Şirket'in 2016 yılından önce Beymen Studio markasının üretimi ve satımı için markanın BBM'e kullandırılması sebebiyle BBM'den tahsil edilen lisans bedelinin 2016 yılı itibarıyla tahsilinin durdurulmasından kaynaklanmıştır. Çünkü Şirket, 2016'dan itibaren Beymen Studio ile ilgili ticaret stratejisini değiştirmiş ve bu markalı ürünleri kendisi ürettirip BBM'e satmaya başlamıştır.

### Esas Faaliyet Diğer Giderleri

Aşağıdaki tabloda, Şirket'in belirtilen dönemlerdeki esas faaliyet diğer giderlerinin dökümü verilmekte ve her gider türünün hasıllata oranı yüzdeli olarak gösterilmektedir:

	31 Aralık'ta sona eren yıl				2016 ve 2015 karşılaştırması	
	2015	Hasıllat %	2016	Hasıllat %	Fark	Fark %
			<i>(TL, yüzdeler hariç)</i>			
Kur farkı giderleri - ticari .....	(29.616.112)	3,2	(26.804.380)	2,6	(2.811.732)	(9,5)
Reeskont giderleri - ticari .....	(7.510.292)	0,8	(6.738.187)	0,7	(772.105)	(10,3)
Şüpheli alacak karşılık gideri(-).....	(8.492)	-	(7.499.339)	0,7	7.490.847	anlamli değil
Diğer.....	(479.398)	0,1	(332.247)	-	(147.152)	(30,7)
<b>Toplam.....</b>	<b>(37.614.294)</b>	<b>4,0</b>	<b>(41.374.153)</b>	<b>4,0</b>	<b>3.759.859</b>	<b>10,0</b>

Şirket'in esas faaliyet diğer giderlerinde 2016 yılında meydana gelen artış, Şirket'in şüpheli alacak karşılık giderinin TL 7.490.847 artmış olmasından kaynaklanmaktadır. Bu artışın önemli bir kısmı, Kuzey Irak, Erbil'de bir multi-brand mağaza işletmekte olan Elif Co.'dan olan alacakların silinmesinden kaynaklanmıştır. Erbil'deki sosyal ve ekonomik koşullar nedeniyle, Erbil'deki multi-brand mağaza 2016'da kapatılmıştır ve Nisan 2017 itibarıyla Elif Co.'nun tasfiyesi tamamlanmıştır.

### Özkaynak Yöntemiyle Değerlenen Yatırımların Karlarından Paylar

Şirket'in 2015 yılında 1.653.281 TL olan özkaynak yöntemiyle değerlendirilen yatırımların karlarındaki payı 2016 yılında 1.280.479 TL (%77,5) azalarak 372.802 TL'ye düşmüştür. Bu düşüşün sebebi, Şirket'in, Christian Louboutin Mağazacılık A.Ş. ve Christian Dior İstanbul Mağazacılık A.Ş.'den 2015 yılına nazaran daha düşük gelir elde etmesinden kaynaklanmaktadır. Daha fazla bilgi için Şirket'in konsolide TFRS finansal raporunun Not-2 "Finansal Tabloların Sunumuna İlişkin Esaslar" ve Not-13, "Finansal Yatırımlar ve Özkaynak Yöntemiyle Değerlenen Yatırımlar" bölümlerine bakınız.

### Finansman Gelirleri

Şirket'in 2015 yılında 50.325.800 TL olan finansman gelirleri 2016 yılında 66.251.933 TL (%131,6) artarak 116.577.733 TL'ye ulaşmıştır.

Aşağıdaki tabloda, Şirket'in belirtilen dönemlerdeki finansman gelirlerinin dökümü verilmekte ve her gelir türünün hasıllata oranı yüzdeli olarak gösterilmektedir:

	31 Aralık'ta sona eren yıl				2016 ve 2015 karşılaştırması	
	2015	Hasıllat %	2016	Hasıllat %	Fark	Fark %
			<i>(TL, yüzdeler hariç)</i>			
Faiz gelirleri .....	30.064.985	3,2	68.696.688	6,7	38.631.703	128,5
Kambiyo karları.....	20.260.815	2,2	47.881.045	4,7	27.620.230	136,3
<b>Toplam.....</b>	<b>50.325.800</b>	<b>5,4</b>	<b>116.577.733</b>	<b>11,4</b>	<b>66.251.933</b>	<b>131,6</b>

Şirket'in finansman gelirlerinde 2016 yılında meydana gelen artış, faiz gelirlerinin 38.631.703 TL % (128,5) artmasında kaynaklanmaktadır. Bu artış, BOYP'a sağlanan grup içi kredi tutarındaki artışın etkisi ile elde edilen faiz gelirinin artmasından kaynaklanmaktadır.

Ayrıca, Şirket'in kambiyo karlarında meydana gelen 27.620.230 TL (%136,3) artış da 2016 yılında Şirket'in finansman gelirlerinde artışa sebep olmuştur. Kambiyo karlarında meydana gelen artış BOYP'a sağlanan grup içi krediden elde edilen kambiyo karının döviz kuru dalgalanmasındaki artış sebebiyle artmasından kaynaklanmaktadır.

## Finansman Giderleri

Şirket'in 2015 yılında 89.915.061 TL olan finansman giderleri 2016 yılında 75.668.201 TL (%84,2) artarak 165.583.262 TL'ye ulaşmıştır. Aşağıdaki tabloda, Şirket'in belirtilen dönemlerdeki finansman giderlerinin dökümü verilmekte ve her gider türünün hasılatı oranı yüzdeli olarak gösterilmektedir:

	31 Aralık'ta sona eren yıl		2016 ve 2015 karşılaştırması			
	2015	2016	Fark	Fark %		
	Hasılat %	Hasılat %				
		(TL, yüzdeler hariç)				
Faiz giderleri.....	(42.729.292)	4,6	(82.998.678)	8,1	40.269.385	94,2
Kambiyo zararları.....	(26.723.074)	2,9	(53.969.394)	5,3	27.246.320	102,0
POS komisyon giderleri.....	(1.669.845)	0,2	(1.776.560)	0,2	106.715	6,4
Kredi kartı kırdırma giderleri.....	(7.717.539)	0,8	(9.830.904)	1,0	2.113.365	27,4
Vade farkı giderleri.....	(8.543.023)	0,9	(14.134.608)	1,4	5.591.585	65,5
Çalışanlara sağlanan faydalara ilişkin faiz maliyeti.....	(241.646)	0,0	(316.392)	0,0	74.746	30,9
Diğer.....	(2.290.642)	0,2	(2.556.726)	0,2	266.085	11,6
<b>Toplam.....</b>	<b>(89.915.061)</b>	<b>9,6</b>	<b>(165.583.262)</b>	<b>16,1</b>	<b>75.668.201</b>	<b>84,2</b>

Şirket'in finansman giderlerinde 2016 yılında meydana gelen artış, özellikle Şirket'in kredi faiz giderlerindeki 40.269.385 TL'lik (%94,2) artıştan kaynaklanmıştır. Şirket'in 2016 yılında Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi tahtında aldığı ve BOYP'a şirket içi kredi ile sağladığı kredi tutarının artmasından kaynaklanmaktadır. Ayrıca, Şirket'in kambiyo zararlarının 27.246.320 TL (%102,0) artması da Şirket'in finansman giderlerinde artışa sebep olmuştur. Bu artış, 2016 yılında Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi tahtında alınan kredi tutarının artmasından kaynaklanmaktadır. Şirket'in finansman giderlerindeki artış, aynı zamanda Şirket'in vade farkı giderlerindeki 5.591.585 TL (%65,5) artıştan kaynaklanmıştır. Bu artış ise, iç piyasadaki ödemelerdeki vadelerin uzatılmış olmasından kaynaklanmaktadır.

## Vergi Gideri

Şirket'in 2015 yılında 10.102.190 TL olan vergi gideri 2016 yılında 3.499.909 TL (%34,6) artarak 13.602.099 TL'ye ulaşmıştır. Aşağıdaki tabloda, Şirket'in belirtilen dönemlerdeki vergi giderinin dökümü verilmekte ve her gider türünün hasılatı oranı yüzdeli olarak gösterilmektedir:

	31 Aralık'ta sona eren yıl		2016 ve 2015 karşılaştırması			
	2015	2016	Fark	Fark %		
	Hasılat %	Hasılat %				
		(TL, yüzdeler hariç)				
Cari dönem kurumlar vergisi gideri.....	(8.546.810)	0,9	(18.143.820)	(1,8)	9.597.010	112,3
Ertelenmiş vergi geliri / (gideri) .....	(1.555.380)	0,2	4.541.721	0,4	6.097.101	392,0
<b>Toplam vergi gideri .....</b>	<b>(10.102.190)</b>	<b>1,1</b>	<b>(13.602.099)</b>	<b>(1,3)</b>	<b>3.499.909</b>	<b>34,6</b>

Şirket'in vergi giderinde 2016 yılında meydana gelen artış, birincil olarak Şirket'in cari dönem kurumlar vergisi giderinde meydana gelen 9.597.010 TL (%112,3) artıştan kaynaklanmıştır. Bu artış ise, Şirket'in ödediği yasal kurumlar vergisinin satışlarında meydana gelen artış sebebiyle artmasından ve şirketin kurumlar vergisi hesaplamasında indirilecek gelir rakamındaki azalmadan kaynaklanmaktadır. Şirket'in vergi giderinde 2016 yılında meydana gelen artış, kısmen Şirket'in ertelenmiş vergi gelirinde meydana gelen 6.097.101 TL'lik artış ile dengelenmiştir. Şirket'in ertelenen vergi gelirindeki bu artış özellikle stok değer düşüklüğü karşılığındaki artışın sonucundan kaynaklanmaktadır.

## Önemli Muhasebe Politikaları

### Gelirlerin muhasebeleştirilmesi

Hasılat sunulan malın karşılığında alınan veya alınacak olan tutardan indirimler, ıskontolar ve satışla ilgili vergilerin düşülmesi sonucu kalan tutarın gerçeğe uygun değeri ile ölçülür. Hasılat tutarı güvenilir bir biçimde ölçülebildiği, işleme ilişkin ekonomik faydanın Şirket tarafından elde edilmesinin muhtemel olduğu ve her bir Şirket aktivitesiyle ilgili aşağıda belirtilen kriterlerin gerçekleşmesi durumunda hasılat olarak muhasebeleştirilir.

#### *Mal satışları - perakende*

Şirket, perakende sektöründe faaliyet göstermektedir. Mal satışı, Şirket, müşteriye malları sattığında muhasebeleştirilir. Perakende satışlar nakit veya kredi kartı karşılığında yapılır. Müşteriye ürünlerin satışı, Şirket'in iade politikaları çerçevesinde belirlenen süre içinde iade hakkı ile satılır. Şirket, iade politikaları çerçevesinde belirlenen süreleri dikkate alarak, muhasebeleştirilen hasılatla ilişkin ıskonto ve iade karşılığı hesaplayarak konsolide finansal tablolarında muhasebeleştirmiştir.

#### *Mal satışları - toptan*

Şirket bayilerine toptan satış yapmaktadır. Mal satışı, Şirket, toptancıya malları teslim ettiğinde, toptancının malları kabul etmesini engelleyecek, yerine getirilmeyen herhangi bir yükümlülüğün olmadığı durumlarda muhasebeleştirilir. Malların belirlenen yerlere nakledilmesi, malların kaybolma veya zarara uğrama riskinin toptancıya geçmiş olması ve satış sözleşmesine göre toptancının malları kabul etmesi, kabul etmeme hakkının ortadan kalkması veya Şirket'in kabul edilme şartlarının hepsinin gerçekleştiğini gösterecek kadar objektif delil olduğu ana kadar teslimat gerçekleşmiş sayılmaz. Şirket, geçmiş dönem tecrübelerini baz alınarak, muhasebeleştirilen hasılatla ilişkin ıskonto ve iade karşılığı hesaplayarak konsolide finansal tablolarında muhasebeleştirmiştir.

Satış karşılığında nakit veya nakit benzerlerinin alındığı durumlarda, gelir söz konusu nakit veya nakit benzerlerinin tutarıdır. Ancak, Şirket'in büyük ölçüde vadeli olarak gerçekleştirilen toptan satışları, satışların içerisinde önemli bir finansman unsuru bulunması durumunda, gerçeğe uygun bedel gelecekte oluşacak tahsilatların finansman unsuru içerisinde yer alan faiz oranı ile indirgenmesi ile tespit edilir. Fark, tahakkuk esasına göre, esas faaliyetlerden diğer gelirler olarak ilgili dönemlere kaydedilmektedir.

#### *İnternet üzerinden satışlar*

İnternet üzerinden mal satışlarında hasılat, mala ilişkin risk ve getirilerin kargo firmasına geçtiği teslimat noktasında tanınır. İşlemler kredi kartı veya banka kartı ile yapılır. Müşteriye ürünlerin satışı, Şirket'in iade politikaları çerçevesinde belirlenen 30 gün içinde iade hakkı ile satılır. Şirket, geçmiş dönem tecrübelerini baz alınarak, muhasebeleştirilen hasılatla ilişkin iade karşılığı hesaplayarak konsolide finansal tablolarında muhasebeleştirmiştir.

#### *Diğer gelirler*

Şirket tarafından elde edilen diğer gelirlere isim hakkı gelirleri, faiz gelirleri ve temettü gelirleri dahildir.

## ***Stoklar***

Stoklar, net gerçekleştirilebilir değer veya maliyet değerinden düşük olanı ile değerlendirilmektedir. Stokların maliyetini oluşturan unsurlar tüm satın alım maliyetlerini ve ilgili durumlarda stokları mevcut durum ve konumuna getirmek için katlanılan giderleri kapsamaktadır. Maliyet belirleme yöntemi tüm stoklar için aylık ağırlıklı ortalamadır. Net gerçekleştirilebilir değer, satış fiyatından satış gerçekleştirilmek için gerekli tahmini satış maliyeti toplamının indirilmesi ile elde edilen tutardır. Kredi maliyetleri stok maliyetlerine dahil edilmemektedir.

31 Aralık 2017'de sona eren yıl itibariyle, Şirket'in stok seviyesi satılan ticari mal maliyetinin yaklaşık %53'üdür (net satışın yaklaşık %30'u) (yılsonuna göre 193 gün, ortalama 173 gün). Şirket, stok günlerinin gelecekte de bu seviyelerde olmasını beklemektedir.

## ***Maddi duran varlıklar***

Bütün maddi duran varlıklar başlangıç olarak maliyet değerinden kaydedilmektedir ve maliyet bedellerinden birikmiş amortisman ve varsa değer düşüklüğü karşılığı düşülerek kayıtlara yansıtılmaktadır. Maddi duran varlık satıldığı zaman bu varlığa ait maliyet ve birikmiş amortisman ilgili hesaplardan düşüldükten sonra oluşan gelir ya da gider gelir tablosuna dahil edilmektedir.

Maddi duran varlığın maliyet değeri; alış fiyatı, ithalat vergileri ve iadesi mümkün olmayan vergiler ve maddi varlığı kullanıma hazır hale getirmek için yapılan masraflardan oluşmaktadır. Maddi duran varlığın kullanımına başladıktan sonra oluşan tamir ve bakım gibi masraflar, oluştuğu dönemde gider kaydedilir. Yapılan harcamalar ilgili maddi varlığa gelecekteki kullanımında ekonomik bir değer artışı sağlıyorsa bu harcamalar varlığın maliyetine eklenmektedir.

## ***Kur değişiminin etkileri***

Şirket'in her işletmesinin kendi finansal tabloları faaliyette buldukları temel ekonomik çevrede geçerli olan para birimi (fonksiyonel para birimi) ile sunulmuştur. Her işletmenin finansal durumu ve faaliyet sonuçları, Şirket'in fonksiyonel para birimi olan ve konsolide finansal tablolar için sunum para birimi olan Türk Lirası ("TL") cinsinden ifade edilmiştir.

Her bir işletmenin finansal tablolarının hazırlanması sırasında, yabancı para cinsinden (TL dışındaki para birimleri ya da ilgili işletmenin fonksiyonel para birimi dışındaki para birimleri) gerçekleşen işlemler, işlem tarihindeki kurlar esas alınmak suretiyle kaydedilmektedir. Bilançoda yer alan dövizde endeksli parasal varlık ve yükümlülükler bilanço tarihinde geçerli olan kurlar kullanılarak TL'ye çevirmektedir.

Gerçeğe uygun değeri ile izlenmekte olan parasal olmayan kalemlerden yabancı para cinsinden kaydedilmiş olanlar, gerçeğe uygun değer belirlendiği tarihteki kurlar esas alınmak suretiyle TL'ye çevirmektedir.

## ***Kiralama İşlemleri***

### ***Finansal kiralamalar***

#### ***Finansal kiralama - Şirket - kiracı olarak***

Şirket'in esas olarak mülkiyetin tüm risk ve getirilerini üstüne aldığı maddi duran varlık kiralaması, finansal kiralama şeklinde sınıflandırılır. Finansal kiralamalar, kiralama döneminin başlangıcında finansal kiralama konusu sabit kıymetin rayiç değeri ile kira ödemelerinin bugünkü değerinden düşük olanını esas almak suretiyle maddi duran varlıklara dâhil edilmektedir. Kiralamadan doğan finansman maliyetleri kiralama süresi boyunca sabit bir faiz oranı oluşturacak şekilde kira dönemine yayılmaktadır. Ayrıca, finansal kiralama konusu sabit kıymetler faydalı ömürleri esas alınmak suretiyle amortisman tabii tutulmaktadır. Finansal kiralama konusu sabit kıymetlerin değerinde bir azalma tespit edilirse değer düşüklüğü karşılığı



ayrılır. Finansal kiralama borçları ile ilgili faiz ve kur farkı giderleri konsolide gelir tablosuna yansıtılmaktadır. Kira ödemeleri finansal kiralama borçlarından düşülür.

#### Faaliyet kiralaması - Şirket - kiracı olarak

Mülkiyete ait risk ve getirilerin önemli bir kısmının kiralayana ait olduğu kiralama işlemi, faaliyet kiralaması olarak sınıflandırılır. Faaliyet kiralaları olarak (kiralayandan alınan teşvikler düşüldükten sonra) yapılan ödemeler, kira dönemi boyunca doğrusal yöntem ile konsolide gelir tablosuna gider olarak kaydedilir.

#### **Mağaza dekorasyon destek gelirleri ve AVM giriş teşvik bedelleri**

Şirket'in, mülk sahipleri tarafından karşılanan mağaza dekorasyon destek gelirleri ve AVM'lerde mağaza açması için Şirket'e ödenen AVM giriş teşvik bedelleri bulunmaktadır. Mağaza dekorasyon destek gelirleri, alındığı gün ertelenmiş gelir olarak kaydedilmekte ve kira dönemi boyunca gelir olarak kaydedilmektedir. Şirket'e AVM'lerde mağaza açması için ödenen AVM giriş teşvik bedelleri ise alındığı gün ertelenmiş gelir olarak kaydedilmekte ve mağaza açıldığı gün gelir olarak esas faaliyetlerden diğer gelirler hesabına kaydedilmektedir.

#### **Müşteri sadakat programı**

Şirket'in sadakat programları müşterilere alışveriş yaparak puan biriktirme ve biriktirilen puanlar ile alışveriş yapabilme imkânı, ayrıca belirli dönemlerde indirim imkânı sağlamaktadır. Puanların karşılığı olan TL değer konsolide finansal tablolara ertelenmiş gelir olarak kaydedilmekte, müşterilerin puan kullanımıyla eş zamanlı olarak gelir kaydedilmektedir. Şirket, raporlama dönemleri itibarıyla kullanılmış puanların toplam kazanılmış puanlara oranı ile her bir program için kullanım oranları belirlemekte ve bu kullanım oranları doğrultusunda gerçekleşecek tahmini hasılatı gelir kaydetmektedir. Müşteri sadakat programlarında biriken puanlar iki yıl içerisinde kullanılmakta, bu süre zarfında kullanılmayan puanlar ise silinmektedir.

#### **Mali Tablolarımızın Karşılaştırılabilirliğini Etkileyen Faktörler**

Şirket'in 31 Aralık 2015, 2016 ve 2017 ile sona eren yıllar için mali durum ve faaliyetlerinin sonuçlarının karşılaştırılabilirliği aşağıdaki unsurlardan etkilenmektedir:

#### **İzkar Hisselerinin Satın Alınması**

31 Aralık 2015, 2016 ve 2017 ile sona eren yıllarda Şirket'in finansal sonuçları tam olarak karşılaştırılabilir değildir. Zira, 28 Nisan 2015'e kadar İzkar, öz kaynak yöntemi kullanılarak muhasebeleştirilirken, 28 Nisan 2015 sonrasında İzkar Şirket'in finansal tablolarında konsolide edilmiştir.

Şirket, 28 Nisan 2015'te İzkar'da hissedar olan Ran Konf. Deri ve Yan Ür. İth. İhr. Turizm Tic. Ltd. Şti ile hisse satın alma anlaşması imzalamış ve İzkar'daki hissedarlığını arttırmıştır. Söz konusu sözleşme ile Şirket İzkar'daki hissedarlığını %49.6'dan %74.6'ya yükseltmiştir.

#### **Nişantaşı Turistik Hisselerinin Satın Alınması**

31 Aralık 2015, 2016 ve 2017 ile sona eren yıllarda Şirket'in finansal sonuçları tam olarak karşılaştırılabilir değildir. Zira, Şirket 2 Mart 2015'te Boyner Holding'den Nişantaşı Turistik'in hisselerinin %75'ini satın almıştır. Ancak, parasal önemlilik kavramı göz önünde bulundurularak, ortak kontrolün olduğu raporlama döneminin başı itibarıyla gerçekleşmiş gibi konsolide finansal tablolar düzeltilmemiştir.

#### **10.2.2. Net satışlar veya gelirlerde meydana gelen önemli değişiklikler ile bu değişikliklerin nedenlerine ilişkin açıklama:**

Şirket'in net satışlar ve gelirlerinde meydana gelen önemli değişiklikler ile bu değişikliklerin nedenlerine

ilişkin açıklamalar, işbu İzahname'nin 10.2.1 sayılı bölümünde yer almaktadır.

### **10.2.3. İhraççının, izahnamede yer alması gereken finansal tablo dönemleri itibariyle meydana gelen faaliyetlerini doğrudan veya dolaylı olarak önemli derecede etkilemiş veya etkileyebilecek kamusal, ekonomik, finansal veya parasal politikalar hakkında bilgiler:**

#### **Şirket'in Faaliyet Sonuçlarını Etkileyen Önemli Faktörler**

Şirket'in performansı ve faaliyet sonuçları, harici faktörler de dâhil olmak üzere bir takım faktörlerden etkilenmiş olduğu gibi, ileride de etkilenmeye devam edecektir. Şirket'in kanaatine aşağıdaki hususlar, Şirket faaliyet sonuçlarını etkileyen dış faktörler arasında yer almaktadır:

#### **Şirket'in Faaliyet Sonuçlarını Etkileyen Dış Faktörler**

- Türkiye'deki makro-ekonomik çevre; ve
- Döviz kurları

#### ***Türkiye'deki Makro-ekonomik Ortam***

Şirket, faaliyetlerini Türkiye'de yürütmekte olup, Şirket'in faaliyetleri Türkiye'deki makroekonomik koşullardan etkilenmektedir. Şirket, Türkiye'de kişisel lüks eşya pazarlarında faaliyet göstermektedir ve bu iki pazar ve dolayısıyla Şirket'in faaliyetleri müşterilerinin satın alma gücü ve tüketici güvenine yüksek oranda bağlıdır. Şirket'in finansal durumu güçlü makroekonomik koşullarda ve tüketici güveninin yüksek olduğu zamanlarda olumlu yönden etkilenmektedir. Örneğin, 2017'de Şirket'in mono-brand mağazalarından elde ettiği satışlar %25,9'luk büyüme ile 2016'da 81.285.206 TL'den 102.341.593 TL'ye yükselmiştir. Bu artışta, Türkiye'de 2016 yılında meydana gelen olumsuz makroekonomik koşullar sonrası 2017'de pazarın hızla iyileşme göstermesinin ve Türkiye'ye olan turist akışının 2016 yılından sonra 2017'de artmasının etkisi olmuştur. Zayıf makroekonomik koşullarda ve tüketici güveninin zayıf olduğu zamanlarda ise Şirket'in finansal durumu kısmen etkilenmektedir. Bu dönemlerde Şirket'in finansal durumunun kısmen etkilenmesi; Şirket'in satın alma ve fiyatlama stratejisi ile olumsuz piyasa koşullarının etkisini iyi yönetmesi sayesinde. Örneğin; 2016 yılında Türkiye'de meydana gelen olumsuz makroekonomik koşullar sebebiyle Türkiye'ye olan turist akışı azalmış ve Şirket'in mono-brand mağazalarından elde ettiği satışlar 2015'te 82.225.339 TL'den, 81.285.206 TL'ye düşmüştür. Bunun yanı sıra, aynı sebeplerle Şirket'in 2016 yılındaki bire bir satış büyümesi 2015'te %23,2'den 2016'da %10,9'a düşmüştür. Ancak Şirket, Türkiye'deki olumsuz piyasa koşullarına rağmen yine de iki haneli bire bir satış büyümesi sağlamıştır. Çünkü, piyasa koşullarının olumsuz olması durumunda Şirket'in ürün satın alımlarını azaltma konusunda esnekliği vardır. Bu tarz durumlarda Şirket, bire bir satış büyümesinin önemli etkenleri olan satın alım miktarlarını ve ürün fiyatlarını koşullara göre uyarlamaktadır. Bkz. "Şirket'in bire bir gelirindeki büyüme".

Economist Intelligence Unit Türkiye, yıllık reel GSYİH oranındaki artışın 2017 ve 2020 yılları arasında % 4,8 olacağını tahmin etmektedir ve bu oranın aynı dönem için Avrupa Birliği'ndeki yıllık GSYİH oranındaki artışın iki katından fazla olması beklenmektedir (*Kaynak: EIU, 2017*). Türkiye'deki ABD Doları milyonerlerinin sayısı, Almanya, Fransa, İtalya ve İspanya'ya oranla daha hızlı olarak, 2006'dan 2016'ya kadar %18 büyümüştür. (*Kaynak: Knight Frank – The Wealth Report, 2017* Ayrıca, Türkiye, toplam nüfusunun yaklaşık %56'sını oluşturan genç bir nüfusa (35 yaş altı) sahiptir. Bu oran diğer önemli Avrupa ülkelerindeki (örneğin Birleşik Krallık, Fransa, Polonya ve Almanya) genç nüfus oranından yüksek olup, gelecek için de temel inşa etmektedir (*Kaynak. Euromonitor*). Bunlara ek olarak, yıllık reel GSYİH oranındaki artış, ABD Doları milyonerlerinin sayısındaki ve genç nüfusun sayısındaki artış ve kadın çalışanların sayısındaki artışın da Şirket'in müşteri kitlesine ve satışlarına, dolayısıyla Şirket'in finansal sonuçlarına etki etmektedir.

## ***Döviz Kurları***

Şirket, kira masrafları ve ürün tedarik maliyetleri nedeniyle, operasyonel olarak döviz kurlarındaki dalgalanmalara maruz kalmaktadır. 31 Aralık 2017, 2016 ve 2015 tarihleri itibarıyla, Şirket'in kira giderinin yaklaşık sırasıyla %69,5'i, %72,5'i ve %66,3'ü (ciro kira bazlı kira ödemeleri TL cinsinden değerlendirilmektedir, zira bu kira ödemeleri ilgili mağazanın elde ettiği cironun belli bir oranı üzerinden ödenmektedir), döviz cinsindedir (özellikle, ABD Doları ve Avro). Ek olarak, 31 Aralık 2017 itibarıyla, Şirket'in kira giderlerinin yaklaşık %72,9'si (%69,5'i yabancı para cinsinden, %3,4'ü Türk Lirası cinsinden olmak üzere) sabit ve yaklaşık %27,1'i (minimum kira bazında ödenen kiralar sabit, ciro kirası olarak ödene kiralar değişken olarak değerlendirilmiştir) değişkendir. Şirket geçmişte, piyasadaki döviz kurlarının yüksek olduğu dönemde piyasadaki orandan daha avantajlı oranlar üzerinden kiraya verenler ile anlaşma yapmış ve 2017 yılında ABD doları ve Avro cinsinden olan kira ücretlerini piyasa ortalaması ile karşılaştırıldığında yaklaşık %10-%12 oranında düşürebilmiştir.

Diğer taraftan, Şirket, portföyündeki ürünlerin çoğunluğunu ithal etmektedir ve ithalatının büyük çoğunluğunu Avrupa Birliği Gümrük Birliği ülkelerinden temin etmektedir. 31 Aralık 2017, 2016 ve 2015'te sona eren yıllarda, Şirket'in satın alım maliyetlerinin %66,9, %69,3 ve %74,0'ı ürünlerin ithalatından kaynaklanmıştır ve bu nedenle, yabancı para cinsindedir (daha çok Avro cinsinden). Ürünlerin ithalinin maliyetleri yabancı para cinsinden olsa da Şirket, ithal edilen bu ürünleri TL üzerinden satmaktadır ve Şirket'in hasılatı TL üzerinden elde edilmektedir. Bunun sonucunda, Avro, TL karşısında değer kazandıkça, Şirket'in satın alma maliyetlerinin artması beklenmektedir. Döviz kuru dalgalanmalarının etkilerini en aza indirebilmek için Şirket sezon içerisinde fiyatlandırma güncellemeleri uygulamaktadır. Ayrıca Şirket, 2015'ten bu yana, ek vergi ödemelerine maruz kalmamak için tedarikçilerine avans ödemeleri yapmaya başlamıştır. Bu nedenle Şirket'in kambiyo zararları 2016 ve 2017 yılında düşmüştür. Şirket, aynı ödeme yöntemini uygulamayı devam ettirmeyi planladığından, gelecekte ürün ithalatı dolayısıyla ciddi kambiyo zararı ile karşı karşıya kalmayı beklememektedir.

Şirket aynı zamanda, Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi tahtındaki borcu sebebiyle döviz kuru dalgalanmalarına maruz kalmaktadır. Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi'ne ilişkin detaylar için bkz. "22. Önemli Sözleşmeler". Ancak Şirket, döviz cinsinden olan borçlanmalarından kaynaklı kur riskini gidermek için çapraz kur swap işlemleri yapmaktadır. Şirket, borçlanma politikası gereği gelecekte döviz kuru bazlı borçlanma yapmayı planlamamaktadır.

## ***Şirket'in Faaliyet Sonuçlarını Etkileyen İç Faktörler***

Şirket'in kanaatince aşağıdaki hususlar, Şirket faaliyet sonuçlarını etkileyen iç faktörler arasında yer almaktadır:

- Şirket'in bire bir gelirindeki büyüme;
- Şirket'in e-ticaret faaliyetlerinin büyümesi/genişletilmesi;
- Şirket'in mağaza ağının genişletilmesi; ve
- Şirket'in portföyündeki kategori ve markaların genişletilmesi.

### ***Şirket'in bire bir gelirindeki büyüme***

Bire bir satış büyümesi, Şirket'in en az on iki ay boyunca faaliyette olan, doğrudan işletmekte olduğu mağazalarından (outlet mağazalar hariç) ve e-ticaret kanalında elde ettiği gelirden meydana gelen büyümeyi ifade etmektedir. Bire bir satış büyümesi, Şirket'in yönetimi için önemli bir göstergedir. Zira, bire bir satış büyümesi Şirket'in olgunlaşmış olan mevcut mağazalarındaki satış ve operasyonel verimliliğinin bir göstergesidir. Şirket'in performansı ve operasyonel sonuçları, Şirket'in doğrudan işlettiği perakende mağazalarındaki bire bir satış ve bire bir satış büyümesinden etkilenmektedir.

### Bire bir Satış Büyümesi Kırılımı

Aşağıda yer alan tablo sözü edilen dönemler için her bir satış kanalı (sadece Şirket'in doğrudan işletilen perakende mağazaları bazında, outlet mağazaları hariç) bazında bire bir satış büyümesini ifade etmektedir.

	Yıl Sonu, 31 Aralık		
	2015	2016	2017
		(%)	
Multi-brand mağazalar			
Bire bir adet büyümesi.....	9,2	0,8	1,1
Bire bir satış büyümesi .....	22,9	7,0	18,0
Mono-brand mağazalar			
Bire bir adet büyümesi.....	(0,1)	(13,6)	0,7
Bire bir fiyatlandırma büyümesi .....	15,1	13,2	24,9
Bire bir satış büyümesi .....	14,9	(2,2)	25,8
Beymen Club mağazaları			
Bire bir adet büyümesi.....	9,6	6,5	23,8
Bire bir fiyatlandırma büyümesi .....	(1,4)	8,1	8,9
Bire bir satış büyümesi .....	8,1	15,1	34,8
E-ticaret kanalı .....	86,5	76,0	44,5
Bire bir satış büyümesi (mağaza seviyesinde) .....	20,4	6,7	20,7
Bire bir satış büyümesi (toplam) .....	23,2	10,9	22,8
Bire bir adet büyümesi (e-ticaret kanalı dahil).....	13,3	6,9	11,5

31 Aralık 2015, 2016 ve 2017 ile sona eren yılda Şirket'in toplam bire bir satış büyümesi (e-ticaret kanalı satışları dahil toplam) sırası ile %23,2, %10,9 ve %22,8 iken Şirket'in mağaza seviyesindeki bire bir satış büyümesi (başka bir deyişle outlet mağazaları ve e-ticaret kanalı hariç Şirket'in doğrudan işlettiği mağazalarındaki bire bir satış büyümesi) aynı dönemler için sırası ile %20,4, %6,7 ve %20,7 olmuştur. 2015 ve 2017 arasında Şirket'in satışlarındaki büyümenin %77,7'si Şirket'in doğrudan işletilen perakende mağazalarındaki (outlet mağazaları hariç) ve de e-ticaret satışındaki bire bir satış büyümesinden kaynaklanmıştır. Aynı şekilde, 2015-2017 arasında Şirket'in mağazalarındaki bire bir net satış büyümesinin Şirket'in net satışlarındaki toplam büyümedeki payı 211.331.327 TL'dir. Bire bir satış büyümesi hesaplamasında dikkate alınmayan Şirket mağazalarının Şirket'in net satışlarındaki büyümedeki payı 82.090.291 TL'dir.

Şirket'in bire bir satışlarındaki büyüme özellikle iki faktörden kaynaklanmıştır; (i) adet büyümesi (ii) fiyatlandırma artışı. Aşağıda Şirket'in mağaza seviyesinde bire bir satış büyümesine ilişkin açıklamalar yer almaktadır.

#### Şirket'in multi-brand mağazalarındaki bire bir satış büyümesi

2016 yılında Şirket'in multi-brand mağazalarındaki bire bir satış büyümesi 2015'te %22,9'dan %7,0'a düşmüştür. Bu düşüş 2016 yılında Türkiye'deki olumsuz makroekonomik koşullardan kaynaklanmıştır.

Ancak, 2017 yılında Şirket'in multi-brand mağazalarındaki bire bir satış büyümesi 2016'da %7,0'dan %18,0'a yükselmiştir. Bu artış özellikle 2017 yılının ikinci yarısında piyasanın (ve turist akışının) hızlıca toparlanmış olmasında kaynaklanmıştır. Şirket'in multi-brand mağazalarındaki bire bir satış büyümesindeki artış esasen 2017 yılındaki fiyatlandırma büyümesinden kaynaklanmıştır. Fiyatlandırma büyümesi ise Şirket'in döviz kurunda meydana gelen artışa paralel olarak satış fiyatlarında yapmış olduğu güncellemelerden kaynaklanmıştır.

#### Şirket'in mono-brand mağazalarındaki bire bir satış büyümesi

2016 yılında Şirket'in mono-brand mağazalarındaki bire bir satış büyümesi 2015'te %14,9'dan %(2,2)'ye düşmüştür. Bu düşüş 2016 yılında Türkiye'deki olumsuz makroekonomik koşullardan kaynaklanmıştır.

Ancak, 2017 yılında Şirket'in mono-brand mağazalarındaki bire bir satış büyümesi 2016'da %(2,2)'den

%25.8'e yükselmiştir. Bu artış 2017 yılında piyasanın hızlıca toparlanmış olması ve turist akışının artmış olmasından kaynaklanmıştır. Şirket'in mono-brand mağazalarındaki bire bir satış büyümesindeki artış esasen 2017 yılındaki %24.9'luk fiyatlandırma büyümesinden kaynaklanmıştır. Fiyatlandırma büyümesi ise Şirket'in döviz kurunda meydana gelen artışa paralel olarak satış fiyatlarında yapmış olduğu güncellemelerden kaynaklanmıştır.

#### *Şirket'in Beymen Club mağazalarındaki bire bir satış büyümesi*

2016 yılında Şirket'in Beymen Club mağazalarındaki bire bir satış büyümesi 2015'te %8.1'den %15.1'e yükselmiştir. Bu artış 2016 yılındaki %8.1'lik fiyatlandırma büyümesinde kaynaklanmıştır. Fiyatlandırma büyümesi ise esasen enflasyondaki artıştan kaynaklanmıştır. Beymen Club mağazalarındaki bire bir satış büyümesindeki artış aynı zamanda, %6.5'lik adet büyümesinden kaynaklanmıştır. Adet büyümesi ise esasen Beymen Club markasına olan tüketici talebinin artmasından kaynaklanmıştır.

2017 yılında Şirket'in Beymen Club mağazalarındaki bire bir satış büyümesi 2016'da %15.1'den %34.8'e yükselmiştir. Bu artış 2017 yılında piyasanın hızlıca toparlanmış olması ve Beymen Club markasına olan tüketici talebinin artmasından kaynaklanmıştır.

#### *Şirket'in e-ticaret kanalındaki bire bir satış büyümesi*

Şirket'in e-ticaret kanalındaki bire bir satış büyümesi, müşteriler tarafından benimsenmesinin artışından kaynaklı olarak, %86,5 olarak gerçekleşmiştir. Türkiye'deki olumsuz makroekonomik koşullara rağmen Şirket'in e-ticaret kanalındaki bire bir satış büyümesi, 2016 yılında %76,0 olarak gerçekleşmiştir. 2016 yılında Türkiye'de meydana gelen olumsuz makroekonomik koşullar ve çok tüketicilerin güvenliğe yönelik endişeleri sebebiyle Türkiye'de genel olarak tüm sektörlerdeki satışlar olumsuz yönde etkilenmiştir. Şirket, çoklu kanal yeterlilikleri sayesinde mağazalarının satışlarında meydana gelen azalmayı hızlı büyüme gösteren e-ticaret kanalının satışları ile kompanse etmiştir. 2017 yılında piyasanın hızlıca toparlanmış olması ile Türkiye'de daha stabil bir perakende ortamı oluşmuştur. Böylece, Şirket'in mağaza satışları iyileşme göstermiş ve e-ticaret kanalı bir önceki yıla nazara nispeten daha az bir büyüme sergilemiştir.

#### *Şirket'in bire bir adet büyümesi (e-ticaret kanalı dahil)*

Şirket'in bire bir adet büyümesi 2015 yılında 13.3%'ten 2016 yılında %6.9'a düşmüştür. Bu düşüşün sebebi, Türkiye'de meydana gelen olumsuz makroekonomik koşullar ve koşullar sebebiyle Şirket'in etkin stok yönetimi çerçevesinde stok alımını azaltmış olmasıdır. Ancak, 2017 yılında Şirket'in bire bir adet büyümesi 2016 yılında %6.9'dan 2017 yılında %11.5'e artmıştır. Bu artış ise Beymen Club markasına olan tüketici talebinin artmasından kaynaklanmıştır.

#### *Toplam bire bir satış büyümesi*

Şirket'in bire bir satış büyümesi 2015'te %23,2'den 2016'da %10,9'a düşmüştür. Bu durum, 2016'da Türkiye'de meydana gelen olumsuz gelişmelerden kaynaklanmıştır. Ancak Şirket, Türkiye'deki olumsuz piyasa koşullarına rağmen yine de bire bir satış büyümesi sağlamıştır. Çünkü, piyasa koşullarının olumsuz olması durumunda Şirket'in ürün satın alımlarını azaltma konusunda esnekliği vardır. Bu tarz durumlarda Şirket, bire bir satış büyümesinin önemli etkenleri olan satın alım miktarlarını ve ürün fiyatlarını koşullara göre uyarlamaktadır. Efektif stok yönetimi Şirket'in en önemli güçlü yanlarında biridir. Stabil ve olumlu piyasa koşullarının olduğu durumlarda ise Şirket'in bire bir satış büyümesi birim ve fiyatlandırma büyümesi ile sağlanmaktadır. 2016 yılında meydana gelen olumsuz piyasa koşullarından Şirket'in yıllık büyümesi ve bire bir satış büyümesi etkilenmiştir, ancak Şirket, satışlarını artırarak ve marjlarını stabil tutarak olumsuz piyasa koşullarının finansal sonuçlarına olan etkisini başarılı bir şekilde yönetmiştir.

### ***Şirket'in E-ticaret Faaliyetlerinin Genişletilmesi***

Şirket'in e-ticaret kanalı, Türkiye çapındaki tüm illere hizmet vererek Şirket'in daha derin bir demografik ve coğrafi etkide bulunmasına yardımcı olduğu için çok stratejik bir kanaldır. Şirket'in e-ticaret kanalı üzerinden gerçekleştirilen satışlar; e-ticaret kanalı vasıtasıyla alışveriş yapma alışkanlığının tüketiciler nezdinde daha çok yayılması sebebiyle, son birkaç yılda hızlı bir büyüme kaydetmiştir. Şirket'in portföyündeki en hızlı gelişen satış kanalı olarak, Şirket'in e-ticaret kanalı üzerinden yapılan satışlar, 31 Aralık 2017'de sona eren yılda Şirket'in hasılatının %9,0'ını temsil ederek 118.914.675 TL'ye ulaşmış, 2015'ten 2017'ye %59,5'lik YBBO ile büyümüştür.

Şirket'in e-ticaret kanalındaki somut büyüme belirgin trafik ve değer artışı ile desteklenmiştir. Şirket'in beymen.com ve beymenclub.com e-ticaret kanalının toplam online trafiği (mobil uygulama dahil) 2017'de 28.6 milyona ulaşarak, son 3 sene içinde %38,0'lık YBBO ile büyürken; mobil trafik toplam trafiğin %65'ini temsil etmiştir. Şirket'in faturalarının sayısı 2017'de yaklaşık 252.000'e ulaşarak 2015'ten 2017'ye %35 YBBO ile büyümüştür. Aynı dönem süresince ortalama Şirket'in fatura tutarı 464 TL'ye ulaşarak %17 YBBO büyümüştür.

Dünyadaki en hızlı büyüyen e-ticaret piyasalarından birisi olan Türkiye e-ticaret piyasası, 2016 ve 2021 (öngörü) arasında %34 YBBO gibi güçlü bir büyüme beklenmesi nedeniyle güçlü bir piyasa potansiyeline sahiptir (*Kaynak: Euromonitor*). Bu durum, Şirket'in e-ticaret kanalındaki büyümeyi desteklemektedir.

### ***Şirket'in Mağaza Ağının Genişlemesi***

Şirket'in hasılatının artması, diğer faktörlerin yanı sıra Şirket'in mağaza ağının genişletilmesi ile de bağlantılıdır. Şirket toplam 15 şehirde mağaza açarak Türkiye'deki yüksek gelirli şehirleri hedeflemek suretiyle seçkin bir perakende alanı oluşturmuş ve sürdürmüştür. Şirket'in doğrudan işlettiği perakende mağaza sayısı 2015'te 56 iken 2017'de 69'a yükselmiştir. Buna Şirket'in uzun vadeli yaygınlaşma planı Türkiye'deki lüks pazarın detaylı boşluk analizi ile desteklenmektedir. Şirket'in kendi mağaza ağını uzun vadede %35'in üzerinde genişleterek mağaza sayısını, üç adet net yeni multi-brand, dört adet net yeni mono-brand, 16 adet net yeni Beymen Club mağazası açmak suretiyle, 90'ın üzerine çıkartması beklenmektedir. Beymen Club konsepti makul fiyatlı lüks pazarını hedeflediği ve bu sebeple daha geniş bir müşteri tabanına sahip olduğu ve daha geniş coğrafi dağıtıma sahip olduğu için, Beymen Club mağazaları yeni ve mevcut alanlarda önemli bir genişleme potansiyeli taşımaktadır ve bu sayede Şirket Beymen Club mağaza ağını önceki dönemlerle benzer hızda büyütmeyi hedeflemektedir.

2017 yılında açılan 7 yeni Beymen Club mağazasının ardından Beymen 2018 yılında 5 yeni mağaza ve uzun vadede net olarak 16 yeni Beymen Club mağazası açılması planlanmaktadır. Bu mağazaların 200 ila 300 metrekarelik net satış alanına sahip olması gerekmektedir. 2018 yılında açılacak 5 yeni mağazadan iki tanesi Nisan 2018'de açılmış ve diğerleri müzakere aşamasındadır. Ayrıca Şirket, üç diğer mağaza için müzakere aşamasındadır. Ek olarak, Şirket, önceden bir bayi tarafından işletilmekte olan ve Bodrum Oasis AVM'de bulunan Beymen Club mağazasını devralmıştır. Ayrıca Şirket, mevcut multi-brand mağazaları için genişleme fırsatlarını yakından takip etmektedir. Şirket Mart 2018 itibarıyla, Panora alışveriş merkezinde bulunan multi-brand mağazasının net satış alanını %75 oranında genişletmiştir.

### ***Şirket'in Portföyündeki Kategori ve Markaların Arttırılması***

Şirket'in finansal sonuçları, kısmen Şirket'in marka ve ürün portföyünü genişletebilme yeteneğinden etkilenmektedir. Şirket'in marka ve ürün portföyünü genişletmesi Şirket'in müşterilerine daha fazla seçenek sunmasını sağlamaktadır. Bu durum ise müşteri talebini ve Şirket'in marka değerini artırmaktadır. Şirket'in satışlarının büyük bir kısmı multi-brand mağazalardaki satışlardan elde edilmekte olup 31 Aralık 2017 itibarıyla çeşitli global moda markaları dahil olmak üzere 900'den fazla markanın ürünü Şirket'in 20 multi-brand mağazasında (6 tanesi bayiler tarafından işletilen, 14 tanesi Şirket tarafından doğrudan işletilen perakende mağazalar olan) satılmaktadır. 31 Aralık 2017'de sona eren yılda global markalar (Valentino, Dolce & Gabbana, Celine, Givenchy, Saint Laurent ve Etro gibi) Şirket'in net perakende satışının %78,6'sını

oluştururken, Şirket'in Beymen özel markaları (Beymen Club, Beymen Collection ve Academia gibi) aynı dönem için net perakende satışının %21,4'ünü oluşturmuştur. 2017 yılı içinde, yeni lüks markalar, yeni modern markalar ve sadece Beymen tarafından satılan markalar da dahil olmak üzere Şirket'in marka portföyü yaklaşık 50 yeni moda markası ile genişletilmiştir. Tarihsel olarak Şirket'in portföyüne yeni markalar katması Şirket'in mağazalarındaki ve e-ticaret kanalındaki trafiği ve satış verimliliğini artırmasını sağlamıştır. Aynı zamanda bu durum Şirket'in brüt kar marjının stabil kalmasını sağlamıştır.

Şirket'in portföyündeki global moda markalarının çoğu ile Şirket arasında uzun süreli bir ilişki bulunmaktadır ve Şirket, piyasa standartlarına göre bu markaların bazılarının dağıtımında "fiili münhasırlığa" sahiptir (*Kaynak: OC&C Analizi, Şubat 2018*). Celine, Dolce & Gabbana, Givenchy ve Etro gibi global moda markaları Türkiye'de sadece Şirket tarafından satılmaktadır. . 31 Aralık 2017 ile sona eren yılda, mağaza doğrulamalarına göre, sadece Şirket tarafından satılan markalar Şirket'in 31 Aralık 2017'de sona eren yılda elde ettiği net perakende satışlarının yaklaşık %71,0'ını (kozmetik, ev&hediye ve çocuk kategorileri hariç olmak üzere) oluşturmaktadır. Bu nedenle, Şirket'in özellikle global marka portföyünü ve sadece Şirket tarafından satılan marka portföyünü genişletmesi, portföyüne yeni global markalar katması Şirket'in finansal sonuçları bakımından önem taşımaktadır.

### 10.3. İhraççının borçluluk durumu

Borçluluk Durumu	Tutar (TL)		
	31.Ara		
	2015	2016	2017
<b>Kısa Vadeli Yükümlülükler</b>	613.256.579,00	780.287.954,00	636.547.168,00
Garantili	-	-	-
Teminatlı	216.367.532,28	159.394.408,02	127.566.867,87
Garantisiz/Teminatsız	396.889.046,72	620.893.545,98	508.980.300,13
<b>Uzun Vadeli Yükümlülükler (uzun vadeli borçların kısa vadeli kısımları hariç)</b>	<b>239.149.669,00</b>	<b>459.049.920,00</b>	<b>315.575.703,00</b>
Garantili	-	-	-
Teminatlı	219.270.773,00	435.400.793,00	287.980.271,00
Garantisiz/Teminatsız	19.878.896,00	23.649.127,00	27.595.432,00
<b>Kısa ve Uzun Vadeli Yükümlülükler Toplamı</b>	<b>852.406.248,00</b>	<b>1.239.337.874,00</b>	<b>952.122.871,00</b>
<b>Özkaynaklar</b>	<b>183.556.944,00</b>	<b>249.795.523,00</b>	<b>204.826.533,00</b>
Ödenmiş/çıkarılmış sermaye	86.275.000,00	106.225.000,00	156.225.000,00
Yasal yedekler	1.017.668,00	1.017.668,00	25.607.481,00
Diğer yedekler	-	-	-
<b>TOPLAM KAYNAKLAR</b>	<b>1.035.963.192,00</b>	<b>1.489.133.397,00</b>	<b>1.156.949.404,00</b>
<b>Net Borçluluk Durumu</b>	537.081.170,38	777.045.311,03	411.161.862,37
<b>A. Nakit</b>	13.207.632,00	37.388.557,00	156.201.783,00
<b>B. Nakit Benzerleri</b>	4.690.851,00	4.455.887,00	6.978.548,00
<b>C. Alım Satım Amaçlı Finansal Varlıklar</b>	-	-	-
<b>D. Likidite (A+B+C)</b>	17.898.483,00	41.844.444,00	163.180.331,00
<b>E. Kısa Vadeli Finansal Alacaklar</b>	-	-	-
<b>F. Kısa Vadeli Banka Kredileri</b>	179.959.622,00	153.788.676,00	-

<b>G. Uzun Vadeli Banka Kredilerinin Kısa Vadeli Kısmı</b>	133.846.646,00	141.612.746,00	111.499.963,00
<b>H. Diğer Kısa Vadeli Finansal Borçlar</b>	3.415.598,00	42.422.307,00	9.360.301,00
<b>I. Kısa Vadeli Finansal Borçlar (F+G+H)</b>	317.221.866,00	337.823.729,00	120.860.264,00
<b>J. Kısa Vadeli Net Finansal Borçluluk (I-E-D)</b>	299.323.383,00	295.979.285,00	42.320.067,00
<b>K. Uzun Vadeli Banka Kredileri</b>	219.270.773,00	435.400.793,00	287.980.271,00
<b>L. Tahviller</b>	-	-	-
<b>M. Diğer Uzun Vadeli Krediler</b>	588.532,00	3.820.789,00	2.321.327,00
<b>N. Uzun Vadeli Finansal Borçluluk (K+L+M)</b>	219.859.305,00	439.221.582,00	290.301.598,00
<b>O. Net Finansal Borçluluk (J+N)</b>	519.182.688,00	735.200.867,00	247.981.531,00
<b>Net plasman alacağı (kısa ve uzun, toplam)</b>	421.182.168,11	752.201.259,12	217.434.746,00
<b>Türev finansal araçlar</b>	12.286.064,00	7.139.703,00	16.880.244,00
<b>Net borçluluk, operasyonel</b>	85.714.455,89	24.140.095,12	13.666.541,00

### ***Türev Finansal Araçlar ve Bilanço Dışı Düzenlemeler***

Şirket, kira masrafları, ürün tedarik maliyetleri nedeniyle döviz kurlarındaki dalgalanmalara maruz kalmaktadır. Ayrıca Şirket, finansman faaliyetleri kapsamında yabancı para cinsinden edindiği borçlanmalar açısından döviz kuru riskine maruz kalmaktadır. Şirket, yabancı para dalgalanmaları ve faiz oranı riski ile bağlantılı risklerden korumak için türev araçlar kullanmaktadır (diğer bir deyişle, yabancı para swap sözleşmeleri yapmaktadır). Şirket, 31 Aralık 2017 tarihi itibarıyla 44.715.012 ABD Doları (168.660.554 TL) (31 Aralık 2016 - 50.057.302 ABD Doları (176.161.657 TL), 31 Aralık 2015 - 26.635.546 ABD Doları (77.445.512 TL) swap işlemleri gerçekleştirmiş olup, değişken faizli kredileri opsiyonlu çapraz kur swap işlemleri ile kuru ve faizi sabitleyerek TL'ye dönüştürmüştür. Şirket'in finansal tablolarına kaydedilen türev varlıkları Şirket'in grup içi kredilerinden olan türev varlıklarını kapsamamaktadır.

Aşağıda yer alan tabloda belirtilen tarih itibarıyla swap işlemlerinden ortaya çıkan kısa vadeli ve uzun vadeli mali varlıklar gösterilmektedir.

	<b>31 Aralık itibarıyla,</b>		
	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
Swap işlemlerinden ortaya çıkan mali varlıklar (kısa vade) .....	5.282.804	1.163.557	4.403.542
Swap işlemlerinden ortaya çıkan mali varlıklar (uzun vade) .....	7.003.260	5.976.146	12.476.702
<b>Toplam</b> .....	<b>12.286.064</b>	<b>7.139.703</b>	<b>16.880.244</b>



## 11. İHRAÇÇININ FON KAYNAKLARI

### 11.1. İhraççının kısa ve uzun vadeli fon kaynakları hakkında bilgi:

Şirket'e ilişkin faiz riski (sabit faizli finansal araçlar ve değişken faizli finansal araçlar), Şirket'in yabancı para pozisyonu ve net borçluluğunun özkaynaklarına olan oranına ilişkin bilgilere detaylı olarak Şirket'in finansal tablolarının "Finansal Araçlardan Kaynaklanan Risklerin Niteliği ve Düzeyi" başlıklı 30'uncu notunda yer verilmektedir.

#### Likidite ve Sermaye Kaynakları

Şirket esas olarak işletme sermayesi gereksinimlerini finanse etmek, mağaza ağını genişletmek ve ihtiyaçlarını fonlamak için nakde ihtiyaç duymaktadır. Şirket sermaye gereksinimlerini faaliyetlerinden elde ettiği nakit ile fonlamayı hedeflemektedir.

Mevcut durumda, Şirket'in temel likidite kaynağı yurtiçi satışlardan elde ettiği hasılattır. Yurtiçi satışlar özellikle taksitli kredi kartı satışları üzerinden yapılmaktadır. Bu nedenle Şirket, vadesi dolmadan kredi kartı alacaklarını ilgili bankaya bir faiz tutarı (kredi kartı kırdırma tutarı) ödemek suretiyle kırdırmaktadır ve bu yöntemle nakit yaratmaktadır. Bu Şirket'e kısa vadeli fonlama kapasitesi sağlamaktadır ve Şirket bu yöntemi nakit yönetimi amacıyla kullanmaktadır. Zira, bu yöntem vasıtasıyla bankalara ödenen faiz tutarı piyasadaki faiz tutarından daha avantajlıdır. Şirket, gelecek dönemde bankalara ödenen kredi kartı kırdırma tutarının net perakende satış tutarına olan oranın 2017 yılında gerçekleşen seviyede olmasını beklemektedir.

Ayrıca Şirket, bayilerinden ödeme yükümlülüklerinin karşılığı olarak çekler tahsil etmektedir. Söz konusu çekler Şirket tarafında zaman zaman faktöring işlemlerine konu edilmektedir. Örneğin, Şirket, 2016 yılında bayilerden aldığı çekler ile faktöring işlemleri gerçekleştirmiştir. Bu çekler Şirket'in kısa vadede nakit elde etmesini sağlamaktadır.

Şirket 2015 ve 2016 yıllarında, işletme sermayesi ihtiyaçları ve sermaye giderleri nedeniyle finansmana ihtiyaç duymuştur. Şirket yeterli finansman temin etmek için, üçüncü taraf mali kurumlar ile harici finansman anlaşmaları imzalamıştır. İşbu İzahname tarihi itibarıyla Şirket Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi'ne taraftır. Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi'nin detayları için işbu İzahname'nin 22'inci bölümüne bakınız.

İşbu İzahname tarihi itibarıyla, Şirket yönetimi Şirket'in ilerideki yatırımları için taahhütlerini karşılamak için gerekli kaynakları sağlamaya izin verecek olan orta ila uzun vadeli finansmana erişim ve likiditeye sahip olduğuna inanmaktadır. Şirket hissedarlarına kar payı dağıtmaya devam edebilecek şekilde sermayesini yönetmekte ve optimal sermaye yapısı tesis etmek ve düşük giderler elde etmek için çabalamaktadır.

### 11.2. Nakit akımlarına ilişkin değerlendirme:

#### *Nakit Akışları*

Aşağıdaki tablo Şirket'in belirtilen dönemler için nakit akışlarını göstermektedir:

	31 Aralık'ta biten yıl		
	2015	2016	2017
		(Türk Lirası)	
<b>Dönem başı nakit ve nakit eşdeğerleri</b> .....	59.397.743	17.898.483	41.844.444
İşletme faaliyetlerinden elde edilen nakit.....	47.593.660	159.996.008	140.399.067
Yatırım faaliyetlerinden elde edilen nakit / (kullanılan).....	(32.513.420)	(37.765.642)	(39.036.100)
Finans faaliyetlerinden elde edilen nakit / (kullanılan).....	(56.579.500)	(98.284.405)	19.972.920
Nakit ve nakit eşdeğerindeki değişim.....	(41.499.260)	23.945.961	121.335.887
<b>Dönem sonunda nakit ve nakit eşdeğerleri</b> .....	<b>17.898.483</b>	<b>41.844.444</b>	<b>163.180.331</b>

### ***İşletme Faaliyetlerinden Elde Edilen Nakit***

Şirket'in işletme faaliyetlerinden nakit akışları genelde yurtiçi satışlar üzerinden elde edilmektedir. İşletme faaliyetlerinde kullanılan nakit akışlar özellikle işletme sermaye gereksinimleri ile ilgilidir.

31 Aralık 2017'de sona eren yılda Şirket'in işletme faaliyetlerinden nakit akışları, 31 Aralık 2016'da sona eren yıl itibariyle 159.996.008 TL iken 140.399.067 TL olmuştur. Satışta güçlü bir büyümenin gerçekleştiği 2017 yılında işletme faaliyetlerinden elde edilen nakit 2016 yılına göre çok fazla artmamıştır. Bunda, 2016 yılında Beymen'in olumsuz piyasa koşullarına bağlı olarak işletme sermayesini korumak adına yerel tedarikçilerinin ödeme vadesini uzatması, 2017 yılında ise ekonomik ortamın iyileşmesine bağlı olarak bu ödeme vadelerinin normal seviyelerine geri dönmesi, yani kısılması, etkili olmuştur.

31 Aralık 2016'da sona eren yılda Şirket'in işletme faaliyetlerinden nakit akışları, 31 Aralık 2015'te sona eren yıl itibariyle 47.593.660 TL iken 159.996.008 TL olmuştur. Bu değişim, özellikle ticari ödemeler ve alacaklardaki değişim ile birlikte bayilerden alınan avanslardaki artışlardan kaynaklanmaktadır. 2015 yılında Beymen ithalat şeklini değiştirmiştir. Beymen 2015 yılı sonunda kredi kaynak destekleme fonu ("KKDF") vergisini ödememek için yurtdışı ödemelerini vadeli akreditiften peşine dönüştürmüştür. Bu durum 2015 yılı için ek işletme sermayesi ihtiyacı yaratmış, Şirket'in işletme sermayesinden elde edilen nakit girişini azaltmıştır.

### ***Yatırım Faaliyetlerinde Kullanılan Nakit***

Şirket'in yatırım faaliyetlerinde kullanılan nakit özellikle mağaza yatırımları ve diğer yatırımlar ile ilgilidir.

Şirket'in yatırım faaliyetlerinde kullanılan nakit çıkışı 31 Aralık 2016'da sona eren yılda (37.765.642) TL iken, 31 Aralık 2017'de sona eren yılda (39.036.100) TL olmuştur. Bu değişim özellikle Şirket'in 2017 yılında daha fazla mağaza açmasından ve diğer yatırımlarındaki artıştan kaynaklanmaktadır.

31 Aralık 2016'da sona eren yılda Şirket'in yatırım faaliyetlerinde kullanılan nakit akışları, 31 Aralık 2015'te sona eren yıl itibariyle (32.513.420) TL iken (37.765.642) TL olmuştur. Bu değişim özellikle 2015 yılında Şirket'in İstinye Park alışveriş merkezindeki multi-brand mağazasında yapılan yenileme çalışmasından kaynaklanmaktadır.

### ***Finansman Faaliyetlerinde Kullanılan Nakit***

Şirket'in finansman faaliyetlerinden elde edilen nakit akışları özellikle grup içi krediler üzerinden elde edilmektedir. Şirket'in finansman faaliyetlerinde kullanılan nakit akışları özellikle mali borçlanmalar ile ilgilidir.

Şirket'in finansman faaliyetlerinden elde ettiği nakit çıkışı 31 Aralık 2016'da sona eren yılda (98.284.405) TL iken 31 Aralık 2017'de sona eren yılda 19.972.920 TL'ye düşmüştür. Şirket 2017 yılı içinde 181.802.107 TL temettü ödemiş ancak buna rağmen özellikle BOYP'a kullanılan grup içi kredinin bir kısmının BOYP tarafından Şirket'e ödenmesi ve Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi tahtında sahip olduğu borç tutarının azalmasından dolayı 2017 finansman faaliyetlerinden kaynaklı nakit çıkışı daha az olmuştur.

Şirket'in finansman faaliyetlerinden elde ettiği nakit akışı 31 Aralık 2015'te sona eren yılda (56.579.500) TL iken 31 Aralık 2016'da sona eren yılda (98.284.405) TL'ye çıkmıştır. Şirket 2015 yılında, özellikle yukarıda bahsedilen ödeme yapısındaki değişikliklere bağlı olarak artan işletme sermayesi ihtiyacından dolayı bankalardan daha fazla borç almıştır. 2015'teki bu durumdan dolayı, finansmandan kaynaklı nakit çıkışı 2016 yılında 2015'e göre daha yüksek bir miktarda gerçekleşmiştir.

### 11.3. Fon durumu ve borçlanma ihtiyacı hakkında değerlendirme:

Şirket esas olarak işletme sermayesi gereksinimlerini ve yatırım harcamalarını finanse etmek için finansmana ihtiyaç duymaktadır. Bu İzahname'nin tarihi itibarıyla, Şirket'in yönetimi Şirket'in söz konusu finansman ihtiyaçlarını karşılaması için gerekli orta ve uzun dönem finansmana ve likiditeye erişim imkânına sahip olduğu görüşündedir.

Aşağıda yer alan tabloda Şirket'in 31 Aralık 2015, 31 Aralık 2016 ve 31 Aralık 2017 tarihleri itibarıyla finansal borçlarının kırılımı yer almaktadır.

(Türk Lirası)	31.12.2015	31.12.2016	31.12.2017
Faizsiz banka kredileri	3.950.000	-	-
Kısa vadeli krediler	176.009.622	153.788.676	-
<b>Toplam Kısa Vadeli Finansal Borçlar</b>	<b>179.959.622</b>	<b>153.788.676</b>	-
Uzun vadeli kredilerin kısa vadeli kısmı	133.846.646	141.612.746	111.499.963
Uzun vadeli finansal kiralama kısımlarının kısa vadeli kısmı	3.415.598	8.185.348	9.360.301
<b>Toplam Uzun Vadeli Borçlanmaların Kısa Vadeli Kısımları</b>	<b>137.262.244</b>	<b>149.798.094</b>	<b>120.860.264</b>
Uzun vadeli krediler	219.270.773	435.400.793	287.980.271
Uzun vadeli finansal kiralama kısımları	588.532	3.820.789	2.321.327
<b>Toplam Uzun Vadeli Finansal Borçlanmalar</b>	<b>219.859.305</b>	<b>439.221.582</b>	<b>290.301.598</b>

Bu İzahname'nin tarihi itibarıyla, Şirket'in yönetimi Şirket'in gelecekteki yatırımlarına ilişkin taahhütlerini karşılaması için gereken orta ve uzun dönem finansmana ve likiditeye erişim imkânına sahip olduğu görüşündedir.

#### *Yatırım harcamaları*

Şirket'in yatırım harcamaları üç kalemden oluşmaktadır; (i) yeni mağaza yatırım harcamaları ("**yeni mağaza yatırım harcamaları**"), (ii) mevcut mağaza genişlemeleri ve mağaza bakım yatırım harcamaları ("**mevcut mağaza yatırım harcamaları**") ve (iii) Şirket'in e-ticaret kanalı ile ilgili IT yatırım harcamaları (genel olarak, 31 Aralık 2017'de sona eren yılda Şirket'in IT & diğer yatırım harcamalarının yaklaşık %90'ını oluşturan; operasyonel başarıyı ve verimliliği artırma ve e-ticaret faaliyetlerini geliştirme amacıyla yazılım geliştirme ve satın alımları ile ilgili yapılan harcamalar) ve Şirket'in e-ticaret kanalına ilişkin yapılan diğer harcamalar ("**IT & diğer yatırım harcamaları**"). Şirket'in mağazalarının her biri prestij, kalite ve müşteri memnuniyeti sağlamak üzere tasarlanmıştır.

31 Aralık 2015, 2016 ve 2017'da sona eren yıllarda, mevcut mağaza yatırım harcamaları sırasıyla 10 milyon TL, 4 milyon TL ve 5 milyon TL olmuştur. Aynı dönemler için Şirket'in yeni mağaza yatırım harcamaları sırası ile 10 milyon TL, 32 milyon TL (Wepublic mağazası yatırımları 19.5 milyon) ve 29 milyon TL (Wepublic mağazası yatırımları 2.6 milyon TL) iken IT ve diğer yatırım harcamaları sırasıyla 8 milyon TL, 9 milyon TL ve 7 milyon TL olmuştur.

31 Aralık 2017, 2016 ve 2015'te sona eren yıllarda; Şirket'in toplam yatırım harcamalarının net satışına olan oranı, sırasıyla %3,1, %4,4 ve %3,1'dir.

Şirket'in yeni mağaza yatırım harcamaları tutarı her bir satış kanalı bazında değişiklik göstermektedir. 31 Aralık 2017 itibarıyla yeni mağaza yatırım harcamaları tutarı yaklaşık olarak, multi-brand mağazalar için metre kare başına 2,000 ABD Doları ile 2,500 ABD Doları civarında iken, mono-brand mağazalarda metrekare başına 3,500 ABD Doları ile 4,500 ABD Doları civarında, Beymen Club mağazalarda ise yaklaşık

850 ABD Doları'dır. Ayrıca Şirket, 2018 yılı içerisinde toplamda en fazla 35 milyon TL yatırım harcaması yapmayı beklemektedir. 2019 yılı için ise Şirket, yatırım harcamalarının toplam satışlarına (yani gelirine) oranının %2,5 ile %3'ü arasında olmasını beklemektedir. 2019 yılından sonra ise Şirket, toplam yatırım harcamalarının toplam satışlarına (yani gelirine) olan oranının yaklaşık %2 oranında kalmasını beklemektedir.

Şirket, markasının tanınırlığı ve pazar payının etkisi ile yeni mağaza yatırım harcamaları, mevcut mağaza genişlemeleri ve mağaza renovasyonları yatırımlarıyla ilgili mağaza sahiplerinden ve mono-brand ortaklarından yatırım desteği almaktadır.

### ***Sözleşmeye Dayalı Yükümlülükler ve Ticari Taahhütler***

Şirket faaliyetlerini finanse edebilmek için üçüncü taraf mali kuruluşlarla çeşitli finansman anlaşmaları yapmaktadır.

24 Ekim 2016'da Şirket, Şirket'in ve Ay Marka'nın mevcut kredilerinin refinanse edilmesi, BOYP'a grup içi kredi sağlanarak BOYP'un mevcut kredilerinin refinanse edilmesi ve Şirket'in yatırım harcamalarının finanse edilmesi amacıyla Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi'ni imzalamıştır. Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi ve grup içi kredi ile ilgili detaylı bilgi için işbu İzahname'nin 22'inci bölümüne bakınız. BOYP'a sağlanan grup içi kredi kapsamında Şirket, Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi kapsamında sağlanan toplam tutarın %50'den fazlasını BOYP'a tahsis etmiş olup 31 Aralık 2017 tarihi itibarıyla BOYP'a tahsis edilmiş muaccel tutar 235.246.310 TL'dir. Ancak, 31 Aralık 2017 itibarıyla, Şirket'in Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi kapsamında BOYP'a olan borçlarının toplamı 17.811.564 TL'dir. Bu borç, BOYP tarafından Şirket'e, grup içi kredi kapsamında, Teminat Temsilcisi lehine teminat olarak verilmiş olan Şirket'in kredi kartı alacakları tutarı karşılığında yapılan ödemeden kaynaklanmaktadır. Bu nedenle, 31 Aralık 2017 itibarıyla, Şirket'in BOYP'tan Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi'nden olan net alacağı 217.434.746 TL'dir. BOYP yönetim kurulunun, 20 Nisan 2018 tarihinde aldığı ve 20 Nisan 2018 tarihinde KAP'ta açıklanan 12 sayılı kararı uyarınca BOYP, Şirket'in halka arzından elde ettiği gelirin bir kısmını, Şirket'e olan net ticari olmayan borçlarının tamamının kapatılması için kullanılacaktır. Şirket ise, BOYP'tan olan alacağının kapatılması vasıtasıyla elde edeceği nakdin tamamını, Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi kapsamındaki borcunu kapatmak amacıyla kullanacaktır. BOYP'un grup içi kredi kapsamında Şirket'e olan borcunun elde ettiği halka arz gelirinden ödeneceğine ilişkin açıklama işbu İzahname'nin "28.2. *Halka arzın gerekliliği ve halka arz gelirlerinin kullanım yerleri*" başlıklı bölümünde yatırımcıların dikkatine sunulmaktadır.

Ayrıca Şirket, özellikle kira sözleşmeleri ile ilgili gelecekte yapılması gereken ödemelere ilişkin olarak çeşitli sözleşmeye dayalı yükümlülüklerde ve ticari taahhütlerde bulunmaktadır. Şirket kira sözleşmelerinden kaynaklı yükümlülüklerine ilişkin teminat sağlamak amacıyla teminat mektubu ve kefalet de dahil olmak üzere birtakım finansal teminat sağlamaktadır. 31 Aralık 2015, 2016 ve 2017 itibarıyla, 10,983,600 TL, 14.676.380 TL ve 19.472.426 TL tutarında teminat verilmiştir. Buna ilaveten Şirket, gelecekteki ödemelerini güvence altına almak için bayilerinden ve alt kiracılarından teminat almaktadır. 31 Aralık 2015, 2016 ve 2017 itibarıyla, Şirket tarafından elde edilen teminat tutarları sırasıyla 13.857.721 TL, 16.936.538 TL ve 13.900.425 TL'dir. Aşağıdaki tablo, Şirket'in beklenen faiz ödemeleri dâhil, vade dönemlerinde bu sözleşmeler altındaki gelecek yükümlülüklerini özetlemektedir. Ayrıca, 31 Aralık 2017 itibarıyla Şirket'in finansal durum tablolarında yer almayan bir yıldan daha uzun vadede iptal edilemez merkez ofis ve mağaza kiralamalarıyla ilgili yıllık ödeme yükümlüklerini göstermektedir:

	<b>Bir yıldan az</b>	<b>Bir ila Beş Yıl Arası</b>	<b>Beş yıldan fazla</b>	<b>Toplam</b>
		<i>(Türk Lirası)</i>		
Operasyonel mağaza kiralama taahhütleri.....	92.019.811	25.123.354	0	117.143.165
Operasyonel araç kiralama taahhütleri.....	746.935	712.429	0	1.459.364
Finansal kiralama taahhütleri.....	9.360.301	2.321.327	0	11.681.628
Operasyonel ofis kiralama taahhütleri.....	897.536	0	0	897.536
<b>Toplam yükümlülükler.....</b>	<b>103.024.583</b>	<b>28.157.110</b>	<b>0</b>	<b>131.181.693</b>

#### 11.4. İşletme sermayesi beyanı:

##### Net İşletme Sermayesi

Aşağıda yer alan tablo, ifade edilen tarihlerde Şirket'in net ticari işletme sermayesinin kırılımını göstermektedir:

	31 Aralık itibarıyla		
	2015	2016	2017
		(Türk Lirası)	
Nakit ve nakit benzerleri.....	17.898.483	41.844.444	163.180.331
Ticari alacaklar .....	84.439.194	86.359.999	130.693.706
<i>İlişkili Taraflardan Ticari Alacaklar</i> .....	23.572.548	12.149.338	14.188.284
<i>İlişkili Olmayan Taraflardan Ticari Alacaklar</i> .....	60.866.646	74.210.661	116.505.422
Diğer alacaklar.....	185.165.382	571.838.124	73.645.268
<i>İlişkili Taraflardan Diğer Alacaklar</i> .....	183.034.731	554.877.471	69.395.258
<i>İlişkili Olmayan Taraflardan Diğer Alacaklar</i> .....	2.130.651	16.960.653	4.250.010
Türev araçlar.....	5.282.804	1.163.557	4.403.542
Stoklar .....	278.022.807	325.102.185	384.140.925
Peşin ödenmiş giderler.....	15.877.457	51.653.431	21.133.253
Diğer dönen varlıklar.....	8.006.899	11.415.004	10.486.159
<i>İlişkili Olmayan Taraflardan Diğer Dönen Varlıklar</i> .....	8.006.899	11.415.004	10.486.159
Satış amaçlı sınıflandırılan duran varlıklar.....	-	-	3.677.215
Kısa vadeli borçlanmalar .....	(179.959.622)	(153.788.676)	-
Uzun vadeli borçlanmaların kısa vadeli kısımları.....	(137.262.244)	(149.798.094)	(120.860.264)
Diğer finansal yükümlülükler .....	-	(34.236.959)	-
Ticari borçlar .....	(213.248.781)	(290.386.956)	(307.324.908)
<i>İlişkili taraflara ticari borçlar</i> .....	(2.943.187)	(2.694.538)	(8.700.885)
<i>İlişkili olmayan taraflara ticari borçlar</i> .....	(210.305.594)	(287.692.418)	(298.624.023)
Çalışanlara sağlanan faydalar kapsamında borçlar.....	(2.373.312)	(6.493.570)	(10.397.753)
Diğer borçlar.....	(1.874.071)	(2.155.923)	(17.811.564)
Ertelemiş gelirler .....	(53.057.778)	(114.459.725)	(123.219.124)
Dönem karı vergi yükümlülüğü.....	(1.845.574)	(6.325.032)	(4.166.711)
Kısa vadeli karşılıklar.....	(20.241.487)	(15.116.951)	(42.578.253)
Diğer kısa vadeli yükümlülükler.....	(3.393.710)	(7.526.068)	(10.188.591)
<b>Net İşletme Sermayesi.....</b>	<b>(18.563.553)</b>	<b>309.088.790</b>	<b>154.813.231</b>

Net işletme sermayesi dönen varlıklardan kısa vadeli yükümlülükleri netlenmesiyle hesaplanmıştır. Şirketin 31.12.2017 yılı itibari ile dönen varlıkları kısa vadeli yükümlülüklerinden 154.275.559 TL daha yüksektir. Ayrıca Şirket'in net işletme sermayesi 2015'ten 2017'ye iyileşme göstermiştir. Bunda özellikle satış gelirlerinin artmasına bağlı olarak net finansal borçluluğun azalması önemli etkenlerden biridir. Ayrıca Anka birleşmesi 2017 senesinde çok kısıtlı da olsa varlıkların artmasına bağlı olarak olumlu etkide bulunmuştur. 2016 senesinde net işletme sermayesinin 309.088.790 TL seviyesine çıkmasının en önemli nedeni finansal borçların dönen varlıklara göre daha uzun vadeli bir yapıda olmasıdır.

##### Net Ticari İşletme Sermayesi

Aşağıda yer alan tablo, ifade edilen tarihlerde Şirket'in net ticari işletme sermayesinin kırılımını göstermektedir:

	31 Aralık itibarıyla		
	2015	2016	2017
		(Türk Lirası)	
Ticari alacaklar.....	84.439.194	86.359.999	130.693.706
Stoklar .....	278.022.807	325.102.185	384.140.925
<b>Mevcut varlıklar .....</b>	<b>362.462.001</b>	<b>411.462.184</b>	<b>514.834.631</b>
Ticari borçlar.....	(213.248.781)	(290.386.956)	(307.324.908)
<b>Net ticari işletme sermayesi .....</b>	<b>149.213.220</b>	<b>121.075.228</b>	<b>207.509.723</b>

31 Aralık 2017 itibarıyla, Şirket'in net ticari işletme sermayesi 31 Aralık 2016'da 121.075.228 TL'den 86.434.495 TL artarak 207.509.723 TL'ye çıkmıştır. Artış, 2018 yılı için önceden alınan mallar ve 2017 yılında normal seviyeye geri döndürülen ödeme süreleri sebebiyle Şirket'in envanterinde artış meydana

gelmesinden kaynaklanmıştır.

31 Aralık 2016 itibariyle, Şirket'in net ticari işletme sermayesi 31 Aralık 2015'te 149.213.220 TL'den 28.137.992 TL azalarak 121.075.228 TL'ye gerilemiştir. Bu düşüş, ticari ödeme günlerindeki artıştan kaynaklanmaktadır.

Şirket, net (ticari ve diğer) işletme sermayesinin satışlarına olan oranının orta vadede 2017 yılında gerçekleşen orana (%5) paralel olmasını hedeflemektedir.

Şirket (bağlı ortaklıkları da dahil olmak üzere) operasyonlarını sürdürmek için gereken yeterli işletme sermayesine sahiptir. Şirket (bağlı ortaklıkları da dahil olmak üzere) en az 12 aylık bir dönem için yeterli nakit akımına sahiptir.

**11.5. Faaliyetlerini doğrudan veya dolaylı olarak önemli derecede etkilemiş veya etkileyebilecek fon kaynaklarının kullanımına ilişkin sınırlamalar hakkında bilgi:**

Yoktur.

**11.6. Yönetim kurulunca karara bağlanmış olan planlanan yatırımlar ile finansal kiralama yolu ile edinilmiş bulunanlar dâhil olmak üzere mevcut ve edinilmesi planlanan önemli maddi duran varlıklar için öngörülen fon kaynakları hakkında bilgi:**

Şirket, gelecek dönemlerde edinmeyi planladığı önemli maddi duran varlıklarını kendi yaratacağı nakit akışı ve gerekirse uygun borçlanma kaynakları veya leasing yöntemiyle finanse etmeyi öngörmektedir.

## **12. ARAŞTIRMA VE GELİŞTİRME, PATENT VE LİSANSLAR**

**12.1. İzahnamede yer alması gereken finansal tablo dönemleri itibariyle ihraçcının araştırma ve geliştirme politikaları ile sponsorluk yaptığı araştırma ve geliştirme etkinlikleri için harcanan tutarlar da dâhil olmak üzere bu etkinlikler için yapılan ödemeler hakkında bilgi:**

Yoktur.

### 13. EĞİLİM BİLGİLERİ

#### 13.1. Üretim, satış, stoklar, maliyetler ve satış fiyatlarında görülen önemli en son eğilimler hakkında bilgi:

Bulunmamaktadır.

#### 13.2. İhraçcının beklentilerini önemli ölçüde etkileyebilecek eğilimler, belirsizlikler, talepler, taahhütler veya olaylar hakkında bilgiler:

- Türkiye'deki makroekonomik ortam
- Bire bir gelirdeki büyüme
- E-ticaret operasyonlarının büyümesi
- Mağaza ağının genişlemesi
- Yatırım harcamaları
- Portföyümüzde yer alan marka ve kategorilerin artması
- Döviz kurlarında meydana gelen dalgalanmalar ve
- Mevsimsellik

Şirket'in beklentilerini önemli ölçüde etkileyebilecek eğilimler, belirsizlikler, talepler, taahhütler veya olaylar hakkında bilgiler, işbu İzahname'nin 10.2.3 sayılı bölümünde yer almaktadır.



## **14. KAR TAHMİNLERİ VE BEKLENTİLERİ**

### **14.1. İhraççının kar beklentileri ile içinde bulunulan ya da takip eden hesap dönemlerine ilişkin kar tahminleri:**

Bulunmamaktadır.

### **14.2. İhraççının kar tahminleri ve beklentilerine esas teşkil eden varsayımlar:**

Bulunmamaktadır.

### **14.3. Kar tahmin ve beklentilerine ilişkin bağımsız güvence raporu:**

Bulunmamaktadır.

### **14.4. Kar tahmini veya beklentilerinin, geçmiş finansal bilgilerle karşılaştırılabilecek şekilde hazırlandığına ilişkin açıklama:**

Şirket'in kar tahmini veya beklentisi bulunmamaktadır.

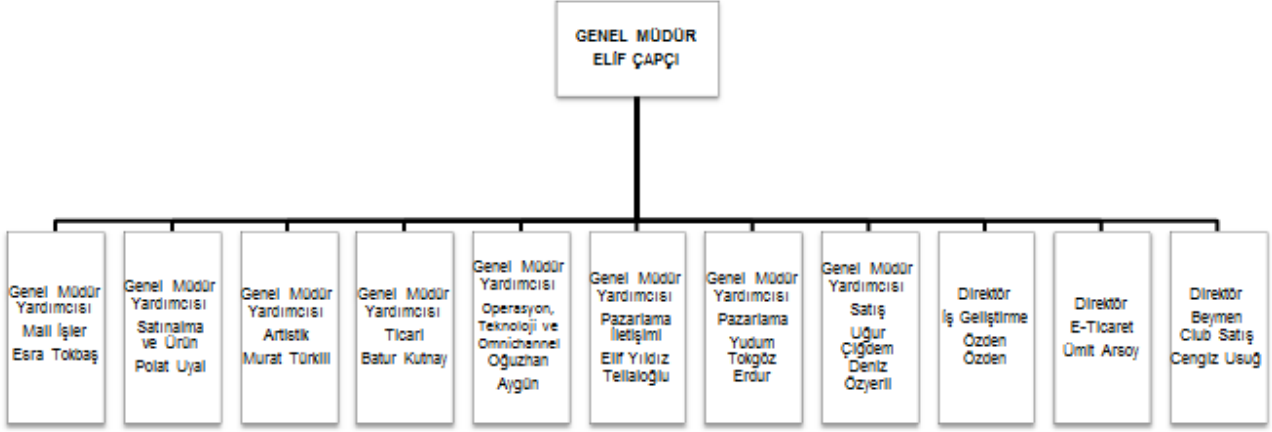
### **14.5. Daha önce yapılmış kar tahminleri ile bu tahminlerin işbu izahname tarihi itibarıyla hala doğru olup olmadığı hakkında bilgi:**

Bulunmamaktadır.

## 15. İDARİ YAPI, YÖNETİM ORGANLARI VE ÜST DÜZEY YÖNETİCİLER

### 15.1. İhraççının genel organizasyon şeması:

Şirket'in organizasyon şeması aşağıda verilmektedir:



### 15.2. İdari yapı:

#### 15.2.1. İhraççının yönetim kurulu üyeleri hakkında bilgi:

Adı Soyadı	Görevi	İş Adresi	Son Beş Yılda İhraççıda Üstlendiği Görevler	Görev Süresi / Kalan Görev Süresi	Sermaye Payı	
					(TL)	(%)
Hasan Cem Boyner	Yönetim Kurulu Başkanı	Maslak Mah. Eski Büyükdere Cad. Park Plaza No.14 Kat:15-16 Sarıyer-İstanbul	Yönetim Kurulu Başkanı	28/03/2017 tarihinde 3yıl için seçilmiş olup kalan görev süresi 2 yıldır	-	-
Nazlı Ümit Boyner	Yönetim Kurulu Üyesi		Yönetim Kurulu Üyesi	28/03/2017 tarihinde 3yıl için seçilmiş olup kalan görev süresi 2 yıldır	-	-
Nur Mehmet İnal	Yönetim Kurulu Üyesi		Yönetim Kurulu Üyesi	28/03/2017 tarihinde 3yıl için seçilmiş olup kalan görev süresi 2 yıldır	-	-
Serdar Sunay	Yönetim Kurulu Üyesi		Yönetim Kurulu Üyesi	28/03/2017 tarihinde 3yıl için seçilmiş olup kalan görev süresi 2 yıldır	-	-
Mustafa Türkay Tatar	Yönetim Kurulu Üyesi		Yönetim Kurulu Üyesi	28/03/2017 tarihinde 3yıl için seçilmiş olup kalan görev süresi 2 yıldır	-	-

Elif Çapçı	Yönetim Kurulu Üyesi		Genel Müdür (2009'den beri) <sup>(1)</sup> ve Yönetim Kurulu Üyesi (2017'den beri)	28/03/2017 tarihinde 3yıl için seçilmiş olup kalan görev süresi 2 yıldır	-	-
------------	----------------------	--	--	--	---	---

(1) Elif Çapçı 2009 yılından bu yana fiili olarak Şirket'in Genel Müdürlüğü görevini yürütmekte olup Elif Çapçı'nın Yönetim Kurulu kararı ile resmi olarak genel müdürlük görevine atanması Mart 2018'de gerçekleşmiştir.

#### 15.2.2. Yönetimde söz sahibi olan personel hakkında bilgi:

Adı Soyadı	Görevi	İş Adresi	Son Beş Yılda İhraççıda Üstlendiği Görevler	Sermaye Payı	
				(TL)	(%)
Elif Çapçı	Genel Müdür	Maslak Mah. Eski Büyükdere Cad. No:15 Oycan Plaza K:8 Sarıyer- İstanbul	Genel Müdür	-	-
Esra Tokbaş	Genel Müdür Yardımcısı		Mali İşler Genel Müdür Yardımcısı	-	-
Polat Uyal	Genel Müdür Yardımcısı		Satın Alma ve Ürün Genel Müdür Yardımcısı	-	-
Batur Kutnay	Genel Müdür Yardımcısı		Satın alma ve Planlama Müdürü (Ocak 2014' e kadar) Ticari Genel Müdür Yardımcısı (Ocak 2014'ten itibaren)	-	-
Uğur Çiğdem Deniz Özyerli	Genel Müdür Yardımcısı		Satış Genel Müdür Yardımcısı	-	-
Elif Yıldız Tellaloğlu	Genel Müdür Yardımcısı		Pazarlama İletişimi Genel Müdür Yardımcısı	-	-
Oğuzhan Aygün	Genel Müdür Yardımcısı		Operasyon, Teknoloji ve Omnichannel Genel Müdür Yardımcısı	-	-
Murat Türkili	Genel Müdür Yardımcısı		Artistik Genel Müdür Yardımcısı	-	-
Yudum Tokgöz Erdur	Genel Müdür Yardımcısı		Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı	-	-
Özden Özden	Direktör		Satış Geliştirme ve Koordinasyon Müdürü (Ocak 2015'e kadar) İş Geliştirme Direktörü (Ocak 2015'ten itibaren)	-	-
Ümit Arsoy	Direktör		E-Ticaret Direktörü	-	-

Cengiz Usuğ	Direktör		Beymen Club Satış Müdürü (Ekim 2017 öncesi)	-	-
			Beymen Club Satış Direktörü (Ekim 2017'den itibaren)		

### 15.2.3. İhraççı son 5 yıl içerisinde kurulmuş ise ihraççının kurucuları hakkında bilgi:

Şirket 14 Mayıs 1992 tarihinde kurulmuştur.

### 15.2.4. İhraççının mevcut yönetim kurulu üyeleri ve yönetimde söz sahibi olan personel ile ihraççı son 5 yıl içerisinde kurulmuş ise kurucuların birbiriyle akrabalık ilişkileri hakkında bilgi:

Şirket 14 Mayıs 1992 tarihinde kurulmuştur.

Şirket'imizin mevcut yönetim kurulu üyelerinden Hasan Cem Boyner ve Nazlı Ümit Boyner evli olup bunun dışında gerek diğer yönetim kurulu üyeleri gerekse de yönetimde söz sahibi olan personel arasında akrabalık ilişkisi bulunmamaktadır.

### 15.3. İhraççının yönetim kurulu üyeleri ile yönetimde söz sahibi olan personelin yönetim ve uzmanlık deneyimleri hakkında bilgi:

#### Yönetim Kurulu Üyeleri

##### *Hasan Cem Boyner*

1978 yılında Boğaziçi Üniversitesi İşletme Fakültesi'ni bitiren Cem Boyner, aynı yıl aile Şirket'i olan Altinyıldız'da iş hayatına başladı. 1982-1994 yılları arasında Boyner Holding Yürütme Kurulu Başkanı olarak görev yaptı. 1989-1990 yılları arasında Türk Sanayicileri ve İş Adamları Derneği (TÜSİAD) Yönetim Kurulu Başkanı olarak görev yapan Cem Boyner, 1996'da Boyner Holding Murahhas Üyesi oldu. Cem Boyner, 2010 yılında Osman Boyner'in Onursal Başkan olması ile birlikte Boyner Holding Yönetim Kurulu Başkanlığı'nı devraldı. Cem Boyner, diğer Boyner Grubu Şirketlerinin de Yönetim Kurulu Başkanı'dır.

##### *Nazlı Ümit Boyner*

Yüksek öğrenimini University of Rochester, New York'ta tamamlayan Ümit Boyner, iş hayatına Chemical Mitsui Bank Kredi Pazarlama bölümünde başladı. Daha sonra sırasıyla Turcas Petrolcülük A.Ş.'de Finans Müdürü, Türk Petrol Holding A.Ş. Hazine Bölümü'nde Yatırım Direktörü olarak çalıştı. Ümit Boyner, 1996 yılında Boyner Holding'de Finansman Direktörü olarak görev aldı. 2006 yılından bu yana BOYP ve Şirket Yönetim Kurulu Üyesi olarak görev yapan Ümit Boyner, 2010-2013 yılları arasında da TÜSİAD Yönetim Kurulu Başkanı olarak görev yaptı.

##### *Mustafa Türkay Tatar*

Türkay Tatar, ODTÜ İşletme Bölümü mezunudur. Bilgi Üniversitesi'nde İş Hukuku yüksek lisansını tamamladı. Tatar, hazine bölümünde başladığı bankacılık kariyerini çeşitli bankalarda görev aldıktan sonra, en son Demirbank Genel Müdür Yardımcılığı pozisyonu ile sonlandırdı. 2001'den sonra Cingilloğlu Grubu'nun finans şirketlerinin tümünün hazinesini yönetti. 2005 yılında girdiği Arçelik'te Finans Direktörü olarak görev yaptı. 2011 sonu itibarıyla Boyner Holding Başkan Yardımcısı olarak Boyner Grubu'na katıldı.

2014-2017 yılları arasında BOYP Yönetim Kurulu'nda görev yaptı. 2015 yılı itibariyle Şirket'te Yönetim Kurulu Üyeliğini devam ettirmektedir.

### ***Nur Mehmet İnal***

Yükseköğrenimini Boğaziçi Üniversitesi'nde tamamladı. Arthur Andersen denetim bölümündeki görevinin ardından, sırasıyla Altınyıldız Grubu Sistem ve Denetim Koordinatörü, Finansman Koordinatörü, Yürütme Kurulu Başkan Yardımcısı ve Yürütme Kurulu Başkanı olarak çalıştı. Nur Mehmet İnal, 1996 yılında Boyner Holding Başkan Yardımcısı oldu. BOYP'ta 2006-2017 yılları arası Yönetim Kurulu Üyeliği görevini yürüttü. Halen BOYP İcra Kurulu üyesi ve 2006 yılından beri Şirket'in Yönetim Kurulu Üyesi olarak görevlerini devam ettirmektedir.

### ***Serdar Sunay***

Yükseköğrenimini Boğaziçi Üniversitesi'nde tamamladı. İş yaşamında sırasıyla, Arthur Andersen ve Koç Holding A.Ş. Kurumsal Planlama Bölümü'nde çalışan Serdar Sunay son 35 yıldır Boyner Grubu bünyesinde çalışmaktadır. Boyner Holding'de Yatırımlar Koordinatörü olarak başlayan kariyeri, Boyner Grubu İcra Kurulu üyesi, Mc Kinsey & Co ile yürütülen Boyner Grubu Yeniden Yapılandırma Projesi Lideri, Türkiye ve Orta Asya Benetton Lisans Operasyonu Genel Müdürü, Benetton-Türkiye Yönetim Kurulu Başkanı olarak görev yaptı. BOYP'de 2009-2017 yılları arasında Yönetim Kurulu Üyesi olarak görev aldı. 2009 yılından bu yana Boyner Grubu Başkan Yardımcılığı görevini sürdürmektedir. Halen BOYP İcra Kurulu üyesi ve Şirket'in Yönetim Kurulu Üyesi olarak görevlerini devam ettirmektedir.

### ***Elif Çapçı***

1994 yılında Bilkent İşletme Fakültesinden mezun olan Elif Çapçı, Duke Üniversitesi'ndeki MBA derecesini takiben, iş yaşantısına ABD'de başladı.

1996-1998 döneminde Signet Bank'ta çalıştı. Ardından, Bain & Company'de İstanbul ve Tel-Aviv'de çeşitli sektörlerde danışmanlık yaptıktan sonra, 2001 yılında New York'ta Citigroup İş Geliştirme Grubunda başkan yardımcılığı görevini üstlendi. 2003'te Citibank Avrupa-Orta Doğu-Afrika Bölgesi Kredi Kartları Grubu'nun stratejik planlama lideri olarak Belçika'ya atandı. Ardından Citigroup Londra'da Batı Avrupa bankacılık grubunda görev aldı. 2006'da aynı bankanın genel müdür yardımcısı unvanıyla Türkiye'ye dönen Çapçı, kariyerini Nisan 2008'den bu yana Boyner Holding'de sürdürüyor. 2009 yılından bu yana Şirket'in Genel Müdürlüğü görevini yürütmekte olup Elif Çapçı'nın Yönetim Kurulu kararı ile resmi olarak genel müdürlük görevine atanması Mart 2018'de gerçekleşmiştir. Ayrıca, Elif Çapçı 2017 yılı itibariyle aynı zamanda Şirket'in Yönetim Kurulu Üyesidir.

### **Yönetimde Söz Sahibi Olan Personel**

#### ***Esra Tokbaş***

Esra Tokbaş, 1999 yılında Boğaziçi İşletme bölümünden mezun olduktan sonra iş hayatına Türk Ekonomi Bankası'nda çalışmaya başlamıştır. Takip eden yıllarda Türk Tuborg 'da çalışmış olan Esra Tokbaş 2004 - 2008 yılları arasında Carlsberg Breweries'in Danimarka'da yer alan Genel Merkezinde Bölge Kontrolörü olarak çalışmış, 2008-2011 yılları arasında ise Carlsberg Southeast Europe Bölgesi Finanstan Sorumlu Genel Müdür yardımcısı olarak Belgrad'ta görev yapmıştır. 2013 yılında Boyner Grubu bünyesine Bütçe Raporlama Direktörü olarak katılmış olup Ekim 2016 tarihinden itibaren Şirket'te Mali İşler Genel Müdür Yardımcısı olarak görevini sürdürmektedir.

#### ***Polat Uyal***

1995 yılında Bilkent Üniversitesi İngiliz dili ve Edebiyat mezunu olan Polat Uyal, mezuniyetinin ardından iş hayatına Beymen Erkek departmanında Private Label ürün sorumlusu olarak başlamıştır. 1997-2000

döneminde Şirket'te Uluslararası markaların Satın Alma Müdürlüğü'nü üstlendi. 2000 yılında Şirket'te Erkek markalardan sorumlu Satın Alma ve Ürün Direktörlüğü'ne atandı. 2004 -2007 yılları arasında Erkek ve Kadın markalardan sorumlu Satın Alma ve Ürün Direktörlüğü'nü üstlendi. 2007 yılında Şirket'te Satın alma ve Ürün Genel Müdür Yardımcılığı görevine getirilmiştir. Polat Uyal Şirket'te hemen hemen her görevde yer almasının yanı sıra 2011 yılında Monocle dergisi tarafından dünyanın en iyi beş satın almacısından biri olarak gösterildi.

### ***Murat Türkili***

1993 yılında Orta Doğu Teknik Üniversitesi Mimarlık Fakültesi Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü'nden mezun olan Murat Türkili , Academia genç yetenekler tasarım yarışmasında ödül alıp 1995 yılında Şirket'te Tasarımcı ve Görsel Düzenlemeler Uzmanı olarak iş yaşantısına başladı. Devam eden yıllarda Art Direktör, Creative Direktör olarak devam eden kariyerinde 2012 yılında Artistik Direktör olarak Beymen Collection Kadın ve Academia markalarının tasarım sorumluluğunu aldı. 2015 yılında Beymen Club markasının da Artistik Direktörü olan Murat Türkili, 2017 yılında bu görevine ek olarak Beymen Tasarım Merkezi Liderliği'ni de üstlenmiştir.

### ***Elif Yıldız Tellaloğlu***

Elif Yıldız Tellaloğlu, orta ve lise öğrenimini Robert Kolej'de tamamladıktan sonra Boğaziçi Üniversitesi Turizm ve Otel Yöneticiliği Bölümünden mezun oldu. İletişim sektörüyle 1993 yılında Güzel Sanatlar reklam ajansında müşteri ilişkileri bölümünde çalışmaya başlayarak tanıştı.1994-2004 yılları arasında Lowe Adam, Ekol ve RPM reklam ajanslarında çalıştı ve müşteri grup direktörlüğü görevinde bulundu. Bu süre içinde 2004 Türkiye Olimpiyat adaylığı Komitesi gibi farklı projelerde yer aldı ve pek çok ulusal ve çok uluslu firmaya hizmet verdi.2004-2005 yıllarında Turkcell bünyesinde yer alan Shubuo markasının pazarlama iletişimi müdürü oldu. Haziran 2005'te Beymen bünyesine katıldı. Beymen, Beymen Club ve Monobrand mağazaların tüm pazarlama iletişimi çalışmalarından sorumlu Genel Müdür Yardımcısı olarak görevine devam etmektedir.

### ***Batur Kutnay***

2000 yılında Bilkent Üniversitesi Ekonomi bölümünden mezun olmuştur. İş hayatına 2000 yılında Şirket'te Satış ve Ürün Planlama yetkilisi olarak başlamış, daha sonra 2004 yılında İş Geliştirme yöneticiliği görevini üstlenmiştir. 2008 yılına kadar bu görevi sürdürmüş ve 2008 yılında Şirket'te Planlama ve Merchandising Müdürlüğü görevine atanmıştır. Son olarak, 2014 yılında Şirket'te Ticari Konulardan Sorumlu Genel Müdür Yardımcılığı görevini almıştır ve halen bu görevde bulunmaktadır.

### ***Yudum Tokgöz Erdur***

1999 yılında İstanbul Üniversitesi İngilizce İktisat Fakültesinden mezun oldu. Bankacılık hayatına 2000 yılında Citibank'ta başlayıp; 2002 yılında Garanti Bankası iştiraki Garanti Ödeme Sistemleri A.Ş. Pazarlama departmanında devam etti. 2004 yılında Garanti Ödeme Sistemleri A.Ş'de yönetmen; 2007 yılında yönetici ve 2009 yılında Garanti Ödeme Sistemleri Marka ve Kampanya Yönetimi Müdürü oldu. Bu süre zarfında Garanti Bankası kurumsal firmalarının; ödeme sistemlerine ilişkin tüm ilişki, kampanya, proje ve karlılık yönetiminden sorumlu oldu. 2017 yılından bu yana Şirket'te Pazarlamadan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı olarak görevine devam etmektedir.

### ***Uğur Çiğdem Deniz Özyerli***

1991 yılında ODTÜ İşletme Fakültesinden mezun olan Uğur Çiğdem Deniz Özyerli, aynı yıl Procter & Gamble da finansal analist olarak çalışmaya başladı. 1993-1995 yılları arasında Washington D.C. Georgetown Üniversitesinde MBA derecesini aldı. 1995-1997 yıllarında Türkp petrol Holding'de Stratejik Planlama ardından MS Mağazacılıkta Stratejik Planlama ve Pazarlama görevlerinde çalıştı. 1997-2001 yılları arasında sırasıyla, Vakko Mağazacılık'da Pazarlama Direktörü ve Giysa'da Marka Müdürü olarak görev aldı.

2003 yılında Adidas'a katılan Uğur Çiğdem Deniz Özyerli, Perakende Müdürü, Bölge Perakende Müdürü, Perakende Direktörü ve Kıdemli Perakende Direktörü olarak artan sorumluluklarla 2017 yılına kadar Adidas'ta çalışmaya devam etti. Uğur Çiğdem Deniz Özyerli 2017 Ekim ayında Satış Genel Müdür Yardımcısı olarak Şirket'e katıldı.

### ***Oğuzhan Aygün***

Oğuzhan Aygün Orta Doğu Teknik Üniversitesi Endüstri Mühendisliği bölümünden 1986 yılında mezun olmuştur. Çalışma hayatına aynı yıl Aytemizler Makina Sanayi firmasında tasarım mühendisi olarak başlayan Oğuzhan Aygün 1989 yılında Goodyear lastiklerine pazarlama uzmanı olarak geçmiştir. 1,5 yıllık çalışmanın ardından CBS Holding firmasında 3 yıl süreyle satın alma şefi olarak çalışmıştır. 1993 yılından 2001 yılına kadar Adidas Türkiye lisansörü olan Esem Spor Giyim firmasında Planlama Müdürlüğü, Toplam Kalite Yönetimi Koordinatörlüğü ve Operasyon Direktörlüğü görevlerinde bulunmuştur. 2001 yılında DHL lojistiğin Türkiye kuruluş kadrosunda yer almış 2009 yılına kadar Fashion Sektör Yöneticiliği, sonrasında Tüketici Perakende ve Kimya Sektörü Operasyon Direktörlüğü görevlerini 2015 yılına kadar sürdürmüştür. 2015-2017 yılları arasında Omsan lojistik Şirket'inde Satın alma ve Tedarikçi Geliştirme Direktörlüğü görevinin ardından 2017 yılında Şirket ailesine lojistik, IT ve Omnichannel'dan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı olarak katılmıştır.

### ***Özden Özden***

1995 yılında Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi İşletme bölümünden mezun olan Özden Özden, ilk iş hayatına Migros A.Ş.'de başladı. 1996-2002 döneminde Şirket mağazalarında değişik pozisyonlarda görev aldı. Toronto'da Pazarlama eğitimi almak için Şirket bünyesindeki hayatına ara veren Özden 2005 yılında Beymen Kahire proje çalışmasına dahil olarak Şirket'e geri döndü. 2005'ten bu yana Şirket'te Satış Geliştirme Yöneticisi, Multi-brand Mağaza Müdürü, Satış Geliştirme Müdürü görevlerinde bulundu. Şu anda İş Geliştirme Direktörü olarak Görsel Düzenleme ve Mimari Projelerden sorumludur.

### ***Ümit Arsoy***

Ümit Arsoy, Bilkent Üniversitesi Endüstri Mühendisliği'nden 2003'de mezun olduktan sonra Koç Grubu'nda Pazarlama Uzmanı olarak iş hayatına başladı. 2007-2012 yılları arasında Avea'da Katma Değerli Servisler Direktörlüğü'nde çalıştı. Numara taşınabilirliği, 3G lansmanı gibi önemli projelerde görev aldı ve Koç Üniversitesi'nde Executive MBA programını tamamladı. Mobil ve dijital alanda edindiği tecrübeyi startup deneyimi ile birleştirmek istediğinden Çiçeksepeti'nin mizu.com projesinin kuruluşunda yer aldı. 2012-2014 yılları arasında mizu.com'da tüm e-ticaret fonksiyonlarının kurulması ve işler hale gelmesinde lider rolü üstlendi. Ümit Arsoy, 2015'ten bu yana Şirket'te E-ticaret Direktörü olarak görev yapmaktadır. Şirket'in tüm dijital kanallarını yönetmektedir.

### ***Cengiz Usuğ***

1993 yılında Marmara Üniversitesi Metalurji lisans ve İşletme yüksek lisans bölümlerinden mezun olduktan sonra, Hidromak AŞ. de ilk olarak Proje Mühendisi ve ardından Planlama Müdürü olarak görev yaptı. 2000 yılında Macrocenter Mağazalarında Mağaza Müdürlüğü görevinde bulundu. 2004 yılında göreve başladığı YKM Mağazacılık AŞ. de sırasıyla, Mağaza Müdürlüğü, Bayi Mağazalar Satış Müdürlüğü ve Şirket Mağazalar Satış Müdürlüğü görevlerini yürüttü. 2012 yılında Boyner Grubun YKM Mağazacılık AŞ. satın almasının ardından, BBM'de Bölge Satış Müdürü olarak görevine devam etti. 2014 yılında Şirket'e Beymen Club Mağazaları Satış Müdürü olarak geçiş yaptı. 2017 yılında Beymen Club mağazaları Satış Direktörü pozisyonuna atandı. Halen bu görevine devam etmektedir.

**15.4. Yönetim kurulu üyeleri ile yönetimde söz sahibi olan personelin son durum da dâhil olmak üzere son beş yılda, yönetim ve denetim kurullarında bulunduğu veya ortağı olduğu bütün şirketlerin unvanları, bu şirketlerdeki sermaye payları ve bu yönetim ve denetim kurullarındaki üyeliğinin veya ortaklığının halen devam edip etmediğine dair bilgi:**

***Yönetim Kurulu Üyeleri***

<b>Ad-Soyad</b>	<b>Görevi</b>	<b>Grup İçinde Aldığı Görevler ve Şirket Unvanı (Görev bitiş tarihi bildirilenler hariç devam ediyor)</b>	<b>Grup Dışında Aldığı Görevler ve Şirket Unvanı (Görev bitiş tarihi bildirilenler hariç devam ediyor)</b>	<b>Grup İçindeki Hissedarlık Durumu (Bitiş tarihi bildirilenler hariç devam ediyor)</b>	<b>Grup Dışındaki Hissedarlık Durumu (Bitiş tarihi bildirilenler hariç devam ediyor)</b>
Hasan Cem Boyner	Yönetim Kurulu Başkanı	-Boyner Holding A.Ş.-YK Başkanı ve CEO -Boyner Büyük Mağazacılık A.Ş.- YK Başkanı -Aymarka Mağ.- YK Başkanı -Beymen Mağazacılık – YK Başkanı -Altınıyıldız– YK Başkanı -BR Mağazacılık – YK Başkanı -Diğer grup şirketlerinde YK Başkanlığı	Yoktur	Yoktur	Yoktur
Nazlı Ümit Boyner	Yönetim Kurulu Üyesi	-Boyner Holding A.Ş.-YK Üyesi -Boyner Büyük Mağazacılık A.Ş.- YK Üyesi -Beymen Mağazacılık – YK Üyesi -Altınıyıldız– YK Üyesi -Diğer grup şirketlerinde YK üyelikleri	Euler Hermes-YK Üyesi	Yoktur	Yoktur
Nur Mehmet İnal	Yönetim Kurulu Üyesi	-Boyner Holding A.Ş.-Başkan Yardımcısı -Boyner Büyük Mağazacılık A.Ş.- YK Üyesi -Aymarka Mağ.- YK Üyesi -Altınıyıldız– YK Üyesi -Beymen-YK Üyesi -Diğer grup şirketlerinde YK üyelikleri	Yoktur	Yoktur	Yoktur
Serdar Sunay	Yönetim Kurulu Üyesi	Boyner Holding A.Ş.-Başkan Yardımcısı -Boyner Büyük Mağazacılık A.Ş.- YK Üyesi -Aymarka Mağ.- YK Üyesi -Beymen Mağazacılık – YK Üyesi -Altınıyıldız– YK Üyesi -Diğer grup şirketlerinde YK üyelikleri	Yoktur	Yoktur	Yoktur
Mustafa Türkay Tatar	Yönetim Kurulu Üyesi	-Boyner Holding A.Ş.- Başkan Yardımcısı -Boyner Büyük Mağazacılık A.Ş.- YK Üyesi -Aymarka Mağ.- YK Üyesi -Beymen Mağazacılık – YK Üyesi -Altınıyıldız– YK Üyesi -BR Mağazacılık – YK Üyesi -Diğer grup şirketlerinde YK üyelikleri	Yoktur	Yoktur	Yoktur
Elif Çapçı	Yönetim Kurulu Üyesi	-Boyner Perakende ve Tekstil Yatırımları A.Ş.- İcra Kurulu Üyesi -Beymen Mağazacılık A.Ş.-Genel Müdür	Yoktur	Yoktur	Yoktur



**15.5. Son 5 yılda, ihraççının yönetim kurulu üyeleri ile yönetimde yetkili olan personelden alınan, ilgili kişiler hakkında sermaye piyasası mevzuatı, 5411 sayılı Bankacılık Kanunu ve/veya Türk Ceza Kanununun 53 üncü maddesinde belirtilen süreler geçmiş olsa bile; kasten işlenen bir suçtan dolayı beş yıl veya daha fazla süreyle hapis cezasına ya da zimmet, irtikâp, rüşvet, hırsızlık, dolandırıcılık, sahtecilik, güveni kötüye kullanma, hileli iflas, ihaleye fesat karıştırma, verileri yok etme veya değiştirme, banka veya kredi kartlarının kötüye kullanılması, kaçakçılık, vergi kaçakçılığı veya haksız mal edinme suçlarından dolayı alınmış cezai kovuşturma ve/veya hükümlülüğünün ve ortaklık işleri ile ilgili olarak taraf olunan dava konusu hukuki uyuşmazlık ve/veya kesinleşmiş hüküm bulunup bulunmadığına dair bilgi:**

Son beş yılda, ihraççının yönetim kurulu üyeleri ile yönetimde yetkili olan personelin, ilgili kişiler hakkında sermaye piyasası mevzuatı, 5411 sayılı Bankacılık Kanunu ve/veya Türk Ceza Kanununun 53 üncü maddesinde belirtilen süreler geçmiş olsa bile; kasten işlenen bir suçtan dolayı beş yıl veya daha fazla süreyle hapis cezasına ya da zimmet, irtikâp, rüşvet, hırsızlık, dolandırıcılık, sahtecilik, güveni kötüye kullanma, hileli iflas, ihaleye fesat karıştırma, verileri yok etme veya değiştirme, banka veya kredi kartlarının kötüye kullanılması, kaçakçılık, vergi kaçakçılığı veya haksız mal edinme suçlarından dolayı alınmış cezai kovuşturma ve/veya hükümlülüğü ve ortaklık işleri ile ilgili olarak taraf olunan dava konusu hukuki uyuşmazlık ve/veya kesinleşmiş bir hüküm bulunmamaktadır.

**15.6. Son 5 yılda, ihraççının mevcut yönetim kurulu üyeleri ile yönetimde söz sahibi olan personele ilişkin yargı makamlarınca, kamu idarelerince veya meslek kuruluşlarınca kamuya duyurulmuş davalar/suç duyuruları ve yaptırımlar hakkında bilgi:**

Son beş yılda, ihraççının mevcut yönetim kurulu üyeleri ile yönetimde söz sahibi olan personele ilişkin yargı makamlarınca, kamu idarelerince veya meslek kuruluşlarınca kamuya duyurulmuş herhangi bir dava, suç duyurusu ya da yaptırım bulunmamaktadır.

**15.7. Son 5 yılda, ortaklığın mevcut yönetim kurulu üyeleri ile yönetimde söz sahibi olan personelin, yönetim ve denetim kurulu üyeleri ile yönetimde söz sahibi olduğu şirketlerin iflas, kayyuma devir ve tasfiyeleri hakkında ayrıntılı bilgi:**

Yoktur.

**15.8. Son 5 yılda, ortaklığın mevcut yönetim kurulu üyeleri ile yönetimde söz sahibi olan personelin herhangi bir ortaklıktaki yönetim ve denetim kurulu üyeliğine veya ihraççıdaki diğer yönetim görevlerine, mahkemeler veya kamu otoriteleri tarafından son verilip verilmediğine dair ayrıntılı bilgi:**

Yoktur.

**15.9. Yönetim kurulu üyeleri, yönetimde söz sahibi personel ile ihraççı son 5 yıl içerisinde kurulmuş ise kurucuların ihraççıya karşı görevleri ile şahsi çıkarları arasındaki çıkar çatışmalarına ilişkin bilgi:**

Şirket 14 Mayıs 1992 tarihinde kurulmuştur.

Yönetim kurulu üyeleri ile yönetimde söz sahibi personelin Şirket'e karşı görevleri ile şahsi çıkarları arasında herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

**15.9.1. Yönetim kurulu üyeleri, yönetimde söz sahibi personel ile ihraççı son 5 yıl içerisinde kurulmuş ise kurucuların yönetim kurulunda veya üst yönetimde görev almaları için, ana hissedarlar, müşteriler, tedarikçiler veya başka kişilerle yapılan anlaşmalar hakkında bilgi:**

Yönetim kurulu üyeleri ve yönetimde söz sahibi personelin yönetim kurulunda veya üst yönetimde görev almaları için, ana pay sahipleri, müşteriler, tedarikçiler veya başka kişilerle herhangi bir anlaşma akdedilmemiştir.

**15.9.2. İhraççının çıkardığı ve yönetim kurulu üyeleri, yönetimde söz sahibi personel ile ihraççı son 5 yıl içerisinde kurulmuş ise kurucuların sahip olduğu sermaye piyasası araçlarının satışı konusunda belirli bir süre için bu kişilere getirilmiş sınırlamalar hakkında ayrıntılı bilgi:**

Yoktur.

## 16. ÜCRET VE BENZERİ MENFAATLER

**16.1. Son yıllık hesap dönemi itibariyle ihraççının yönetim kurulu üyeleri ile yönetimde söz sahibi personelinin; ihraççı ve bağlı ortaklıklarına verdikleri her türlü hizmetler için söz konusu kişilere ödenen ücretler (şarta bağlı veya ertelenmiş ödemeler dâhil) ve sağlanan benzeri menfaatler:**

31 Aralık 2017 tarihinde sona eren yılda üst yönetime 17.122.888 TL tutarında ücret ve menfaat sağlanmıştır (1 Ocak - 31 Aralık 2016: 18.607.147 TL, 1 Ocak - 31 Aralık 2015: 11.587.622 TL). Bu tutarın 41.934 TL (1 Ocak - 31 Aralık 2016: 86.999 TL, 1 Ocak - 31 Aralık 2015: 20.340 TL) tutarındaki kısmı kıdem tazminatı ödemelerinden oluşmaktadır.

Şirket tarafından, 31 Ocak 2015, 31 Ocak 2016 ve 31 Ocak 2017 tarihlerinde sona eren mali yıllarda yönetim kurulu üyelerine, yönetim kurulu üyelikleri dolayısıyla herhangi bir ücret ödenmemiştir. Bu kapsamda, söz konusu dönemlerde üst yönetime sağlanan faydalara ilişkin bilgi aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

	Tutar (TL)			Kişi Sayısı		
	2015	2016	2017	2015	2016	2017
<b>Yönetim Kurulu Üyesi</b>	-	-	-	5	6	6
<b>Üst Düzey Yönetici</b>	11.587.622	18.607.147	17.122.888	13	14	15

Şirket'in üst düzey yönetim kadrosuna sağladığı hisse bazlı ödeme veya işten ayrılma nedeni ile sağlanan fayda bulunmamaktadır.

**16.2. Son yıllık hesap dönemi itibariyle ihraççının yönetim kurulu üyeleri ile yönetimde söz sahibi personeline emeklilik aylığı, kıdem tazminatı veya benzeri menfaatleri ödeyebilmek için ihraççının veya bağlı ortaklıklarının ayırmış olduğu veya tahakkuk ettirdikleri toplam tutarlar:**

Şirket, Şirket'in yönetim kurulu üyeleri ile yönetimde söz sahibi personelinin kıdem tazminatını ödeyebilmek için üst düzey yöneticileri için 302.387 TL karşılık ayırmıştır.

## 17. YÖNETİM KURULU UYGULAMALARI

### 17.1. İhraççının yönetim kurulu üyeleri ile yönetimde söz sahibi olan personelin görev süresi ile bu görevde bulunduğu döneme ilişkin bilgiler:

Adı Soyadı	Son Beş Yılda İhraççıda Üstlendiği Görevler	Görev Süresi / Kalan Görev Süresi
Hasan Cem Boyner	Yönetim Kurulu Başkanı	2017 yılında seçilmiştir. 2020 yılında görev süresi sona erecektir.
Nazlı Ümit Boyner	Yönetim Kurulu Üyesi	2017 yılında seçilmiştir. 2020 yılında görev süresi sona erecektir.
Nur Mehmet İnal	Yönetim Kurulu Üyesi	2017 yılında seçilmiştir. 2020 yılında görev süresi sona erecektir.
Serdar Sunay	Yönetim Kurulu Üyesi	2017 yılında seçilmiştir. 2020 yılında görev süresi sona erecektir.
Mustafa Türkay Tatar	Yönetim Kurulu Üyesi	2017 yılında seçilmiştir. 2020 yılında görev süresi sona erecektir.
Elif Çapçı	Genel Müdür/Yönetim Kurulu Üyesi	2017 yılında seçilmiştir. 2020 yılında görev süresi sona erecektir.

### Yönetimde Söz Sahibi Personel:

Adı Soyadı	Son Beş Yılda İhraççıda Üstlendiği Görevler	Görev Süresi / Kalan Görev Süresi
Elif Çapçı	Genel Müdür	Belirsiz Süreli
Esra Tokbaş	Genel Müdür Yardımcısı	Belirsiz Süreli
Polat Uyal	Genel Müdür Yardımcısı	Belirsiz Süreli
Batur Kutnay	Satınalma ve Planlama Müdürü/ Genel Müdür Yardımcısı (Ocak 2014'den beri)	Belirsiz Süreli
Uğur Çiğdem Deniz Özyerli	Genel Müdür Yardımcısı	Belirsiz Süreli
Elif Yıldız Tellaloğlu	Genel Müdür Yardımcısı	Belirsiz Süreli
Yudum Tokgöz Erdur	Genel Müdür Yardımcısı	Belirsiz Süreli
Oğuzhan Aygün	Genel Müdür Yardımcısı	Belirsiz Süreli
Murat Türkili	Genel Müdür Yardımcısı	Belirsiz Süreli
Özden Özden	Satış Geliştirme ve Koordinasyon Müdürü / İş Geliştirme Direktörü (Ocak 2015'ten beri)	Belirsiz Süreli
Ümit Arsoy	E-Ticaret Direktörü	Belirsiz Süreli
Cengiz Usuğ	Beymen Club Satış Müdürü/ Beymen Club Satış Direktörü (Ekim 2017'den beri)	Belirsiz Süreli

**17.2. Tamamlanan son finansal tablo dönemi itibariyle ihraççı ve bağlı ortaklıkları tarafından, yönetim kurulu üyelerine ve yönetimde söz sahibi personele, iş ilişkisi sona erdirildiğinde yapılacak ödemelere/sağlanacak faydalara ilişkin sözleşmeler hakkında bilgi veya bulunmadığına dair ifade:**

Yönetim kurulu üyelerine ve yönetimde söz sahibi personele, iş ilişkisi sona erdirildiğinde ihraççı ve bağlı ortaklıkları tarafından ödeme yapılmasını veya fayda sağlanmasını öngören herhangi bir sözleşme bulunmamaktadır.

**17.3. İhraççının denetimden sorumlu komite üyeleri ile diğer komite üyelerinin adı, soyadı ve bu komitelerin görev tanımları:**

Şirket'in izahname tarihi itibariyle mevcut yönetim kurulu üyelerine ilişkin bilgi yukarıda temin edilmektedir. Komitelere ilişkin bilgiler aşağıda sunulmaktadır.

Şirket tarafından denetimden sorumlu komite, riskin erken saptanması komitesi ve kurumsal yönetim komitesi kurulacaktır. Söz konusu komitelerin kurulmasına ilişkin olarak 20 Nisan 2018 tarihli ve 15 sayılı Yönetim Kurulu kararı alınmış olup, söz konusu Yönetim Kurulu kararı uyarınca bahsi geçen komiteler, Şirket paylarının halka arzını takiben SPK'nın Kurumsal Yönetim Tebliği (II-17.1)'ne uyum çerçevesinde atanacak olan bağımsız yönetim kurulu üyelerinin göreve başladığı tarih itibariyle veya en geç Şirket paylarının halka arzından sonra yapılacak ilk olağan genel kurul toplantısının gerçekleştirildiği tarih itibariyle faaliyete geçecektir.

**17.4. İhraççının Kurulun kurumsal yönetim ilkeleri karşısındaki durumunun değerlendirilmesi hakkında açıklama:**

Şirket Esas Sözleşmesi'nin 28'inci maddesinde yer alan "Kurumsal Yönetim İlkelerine Uyum" maddesine göre; "Sermaye Piyasası Kurulu tarafından uygulaması zorunlu tutulan kurumsal yönetim ilkelerine uyulur. Zorunlu ilkelere uyulmaksızın yapılan işlemler ve alınan yönetim kurulu kararları geçersiz olup Esas Sözleşmeye aykırı sayılır. Kurumsal Yönetim İlkelerinin uygulanması bakımından önemli nitelikte sayılan işlemlerde ve Şirket'in önemli nitelikteki ilişkili taraf işlemlerinde ve üçüncü kişiler lehine teminat, rehin ve ipotek verilmesine ilişkin işlemlerinde Sermaye Piyasası Kurulu düzenlemelerine uyulur."

Şirket, Kurumsal Yönetim Tebliği uyarınca dâhil olduğu grup Sermaye Piyasası Kurulu tarafından ilan edilinceye kadar üçüncü grup içinde yer alacaktır. SPK'nın Kurumsal Yönetim Tebliği (II-17.1)'ne uyum, Şirket paylarının halka arzını takiben yapılacak ilk genel kurul tarihine kadar sağlanacaktır. Ayrıca, Şirket, Kurumsal Yönetim Tebliği hükümlerine titizlikle uymaya gayret edecektir.

Şirket tarafından ücretlendirme politikası, bilgilendirme politikası ve kâr dağıtım politikasının belirlenmesine ilişkin 20 Nisan 2018 tarihli ve 15 sayılı Yönetim Kurulu kararı alınmış olup, politikaların içerikleri aşağıda belirtilmiştir:

*Ücretlendirme Politikası*

Sermaye piyasası mevzuatı düzenlemeleri kapsamında Şirket'in yönetim kurulu üyelerinin ve üst düzey yöneticilerinin ücretlendirme usul ve esaslarını düzenleyen ücret politikası uyarınca, yönetim kurulu üyelerine her yıl olağan genel kurul toplantısında belirlenen sabit ücret ödenir. Ayrıca, yönetim kurulu üyeleri ile üst düzey yöneticilerin ücretleri, sabit ve performans dayalı olmak üzere parasal ve parasal olmayan ödemelerden oluşmaktadır.

*Bilgilendirme Politikası*

Bilgilendirme politikasının amacı, tabi olduğu düzenlemelerle uyumlu olarak pay sahipleri, yatırımcılar, çalışanlar ve müşteriler olmak üzere tüm menfaat sahiplerine tam, adil, doğru, zamanında, anlaşılabilir, düşük maliyetle ve eşit koşullarda ulaşılabilir aktif ve şeffaf bir iletişimi sağlamaktır.

Yönetim Kurulu tarafından alınacak karar doğrultusunda, Mali İşler Genel Müdür Yardımcısı (CFO) kamuyu aydınlatma ile ilgili her türlü hususu gözetmek ve izlemek üzere görevlendirilecektir. Bu görev Yönetim Kurulu, Genel Müdür, Mali İşler ile Bütçe ve Raporlamadan sorumlu yöneticiler, Boyner Perakende ve Tekstil Yatırımları A.Ş. Kurumsal İletişim ve Yatırımcı İlişkileri Bölümleri ile koordinasyon içinde yerine getirilir.

#### *Kâr Dağıtım Politikası*

Kâr dağıtım politikası uyarınca Şirket, kâr dağıtımına karar verilen genel kurul toplantısında onaya sunulan ve TMS / TFRS esas alınarak hazırlanan konsolide finansal tablolarda yer alan ve kâr dağıtımına göre düzeltilmiş öz kaynaklarının toplam kâr dağıtımına göre düzeltilmiş aktiflerine oranının %20'nin altına düşmeyecek olması kaydıyla, sermaye piyasası düzenlemeleri ve ilgili diğer mevzuat çerçevesinde hesaplanan dağıtılabilir kârının %100'üne kadar nakit kâr dağıtımını yapmayı hedeflemektedir. Bedelsiz hisse şeklinde dağıtım için ise, Şirket'in öz kaynaklarının toplam aktiflerine oranıyla ilgili bir koşul belirlenmemiş olup, dağıtım oranına ilişkin bir kısıtlama da getirilmemektedir.

Kâr dağıtımında, SPK'nın Kurumsal Yönetim İlkeleri'ne uygun olarak pay sahipleri ve Şirket menfaatleri arasında dengeli ve tutarlı bir politika izlenmekte; kâr dağıtım tutarının belirlenmesinde, uzun vadeli şirket stratejimiz, yatırım ve finansman politikaları ile ihtiyaçları, ilgili mevzuatta gerçekleşen değişimler ve gelişmeler, Şirket'in orta ve uzun vadeli stratejileri, sermaye ve yatırım gereksinimleri, kârlılık ve nakit durumu ve ulusal ve küresel ekonomik şartlar dikkate alınmaktadır.

Halka arz sonrası ilk genel kurulda pay sahiplerinin onayına sunulacak olan ve ana hatları yukarıda açıklanan kâr dağıtım politikası veya yukarıda yer alan ve Şirket yönetimi tarafından yapılan ek açıklama hiçbir şekilde kâr dağıtımını ile ilgili bir vaat veya bir taahhüt olarak algılanmamalıdır. Bu hususta ayrıca, işbu İzahname'nin "5.3 İhraç edilecek paylara ilişkin riskler" başlığı altında yer alan "Şirket, gelecekte kâr payı ödemeyebilir veya kar payı açıklamayabilir" konulu riskin, işbu bölümde gerçekleştirilen detaylı açıklamaların ve aynı zamanda Şirket'in internet sitesinde yer alan Yatırımcı İlişkileri bölümünde kamuya açıklanan kâr dağıtım politikasının detaylı olarak incelenmesi gerekmektedir.

#### **17.5. Kurul düzenlemeleri uyarınca kurulması zorunlu olan ihraççının pay sahipleri ile ilişkiler biriminin faaliyetleri ile bu birimin yöneticisi hakkında bilgi:**

##### **Pay Sahipleri İlişkiler Birimi Temel Faaliyetleri:**

- Pay sahiplerine ilişkin kayıtların sağlıklı, güvenli ve güncel olarak tutulmasını sağlamak
- Pay sahiplerinin şirket ile ilgili yazılı bilgi taleplerini mevzuat çerçevesinde karşılamak
- Genel kurul toplantılarında pay sahiplerine sunulacak dokümanı hazırlamak
- Toplantı tutanaklarının usulüne uygun tutulması amacıyla gerekli önlemleri almak
- Kamuyu aydınlatma ile ilgili her hususun mevzuata uygun şekilde gerçekleşmesini gözetmek ve izlemek

Bu birim tüm çalışmalarında elektronik haberleşme ortamlarını ve Şirket'in İnternet sitesini kullanmaya özen gösterir.

İzahname tarihi itibarıyla sermaye piyasası lisanslarına sahip personel istihdam edilmemiştir. Şirket, II-17.1 sayılı Kurumsal Yönetim Tebliği kapsamında paylarının ilk defa halka arz edilmesi ve borsada işlem görmeye başlaması için Kurula başvuran/başvurulan ortaklık olarak Şirket'in, yatırımcı ilişkileri bölümü oluşturarak, bu kapsamda yükümlülüklerini, paylarının borsada işlem görmeye başlaması tarihinden itibaren altı ay içerisinde yerine getirmesi gerekmektedir. Şirket bu doğrultuda, Murat Ersin Saraçlar'ı Hukuki

Süreçler, Kiralama, İç Kontrol ve Yatırımcı İlişkileri Direktörü, Can Kaya Öztoprak'ı ise Yatırımcı İlişkileri Müdürü olarak atamış bulunmaktadır.

## 18. PERSONEL HAKKINDA BİLGİLER

**18.1. İzahnamede yer alan her bir finansal tablo dönemi için ortalama olarak veya dönem sonları itibariyle personel sayısı, bu sayıda görülen önemli değişiklikler ile mümkün ve önemli ise belli başlı faaliyet alanları ve coğrafi bölge itibariyle personelin dağılımı hakkında açıklama:**

### Çalışanlar

31 Aralık 2017 itibariyle, Şirket toplamda, güvenlik, yemek, nakliye ve terzilik hizmetleri ile iştigal eden dış kaynaklardan alınan hizmet çalışanları da dahil olmak üzere, 2.107 adet çalışana sahiptir. Aynı tarih itibariyle, Şirket'in 1.850 çalışmanı vardır, Nişantaşı Turistik'in 46 ve Christian Louboutin Mağazacılık'ın 10 çalışmanı vardır.

Bu İzahname'nin tarihi itibariyle, çalışanların hiçbiri, sendikaya bağlı değildir ve Şirket, herhangi bir toplu iş sözleşmesine taraf değildir.

Aşağıdaki tabloda, belirtilen tarihler itibariyle iştirakler arasında dağılıma ve fonksiyonlarına göre Beymen çalışanlarının sayısı hakkında bilgiye yer verilmektedir.

	31 Aralık		
	2015 itibariyle	2016 itibariyle	2017 itibariyle
Beymen			
Merkez ofis.....	294	317	344
Satış <sup>(1)</sup>			
Multi-brand mağazalar <sup>(2)</sup> .....	837	782	844
Mono-brand mağazalar.....	91	80	81
Beymen Club mağazaları .....	207	205	270
Outlet mağazalar .....	-	86	94
E-ticaret kanalı <sup>(3)</sup> .....	53	55	51
Diğer <sup>(4)</sup> .....	-	177	166
<b>Satış Toplam</b> .....	<b>1.188</b>	<b>1.385</b>	<b>1.506</b>
<b>Beymen Toplam</b> .....	<b>1.482</b>	<b>1.702</b>	<b>1.850</b>
Nişantaşı Turistik İşletmeler A.Ş.	47	50	46
Christian Louboutin Mağazacılık A.Ş.	12	13	10
<b>Toplam</b> .....	<b>1.541</b>	<b>1.765</b>	<b>1.906</b>
<b>Dış kaynak kullanımı</b> .....	<b>189</b>	<b>189</b>	<b>201</b>

(1) "satış" kalemi altında yansıtılan çalışan rakamları, multi-brand mağazalar, mono-brand mağazalar, Beymen Club mağazaları, outlet mağazalar, e-ticaret kanalı ve Wepublic'de çalışan satış personeli (örneğin, mağaza müdürleri, departman müdürleri, satış danışmanları) ve destek personeli (örneğin, mağaza içi depo personeli, café personeli, muhasebe, kasiyerler) de içerir.

(2) İzkar çalışanlarını da içerir.

(3) "e-ticaret kanalı" kalemi altında yansıtılan çalışan rakamları, e-ticaret kanalı için özel olarak çalışan ve depo operasyonları, merkez ofis operasyonları (örneğin, dijital pazarlama, teknik operasyonlar, IT, ürün ve satış yönetimi) ve stüdyo operasyonları (örneğin, fotoğraf, redaksiyon) ile ilişkili pozisyonlarda hizmet veren personeli de içermektedir.

(4) Wepublic çalışanları.

31 Aralık 2017'de sona eren yıl için, çalışanların %44'ü kadın ve %56'sı erkektir. Aynı dönem için, çalışanların ortalama yaşı 32 ve Beymen'deki ortalama kıdem süresi 4 yıldır. 31 Aralık 2017 tarihi itibariyle, mağazalarda çalışan satış ekibinin yaklaşık %25'i yabancı dil (esasen İngilizce, Arapça ve Rusça olmak üzere) bilmekte ve satış çalışanlarının yaklaşık %88'i lise ve üzeri eğitim seviyesindedir. İşe alma sürecinde, lüks perakende deneyimine sahip ve yabancı dil bilen adaylara öncelik verilmektedir.

Şirket, ticari operasyonları için motive ve kalifiye iş gücünün büyük öneme sahip olduğuna inanmaktadır. Şirket, aynı zamanda, gelecekteki başarı ve sürdürülebilirliğin, kalifiye ve yetenekli çalışanları belirleme, işe alma, eğitme ve elde tutma konusunda süregelen yeteneğine bağlı olduğuna inanmaktadır.

Şirket, çalışanlarına, tasarım, moda ve marka eğitimleri ve aynı zamanda kişisel gelişim ve liderlik eğitimleri üzerinde odaklanmak suretiyle eğitim ve gelişim fırsatları sunmaktadır. Örneğin, her yeni çalışan, (Şirket tarihçesi, Şirket değerleri, müşteri profili, prosedürler, kişisel imaj gibi konuları içeren) oryantasyon



programlarına katılır. Şirket, aynı zamanda, müşteri hizmeti geliştirme, lüks perakende ve konsiyerj, işyerinde farkındalık, sezon trendleri, marka eğitimleri gibi çeşitli konularda da satış eğitimleri vermektedir. Ayrıca, Beymen özel markası ve global marka eğitimleri, ve teknik eğitimler de sunulmaktadır.

Şirket, performansa dayalı bir ücret politikasına sahiptir. Tüm satış danışmanları, kişisel hedef gerçekleştirmeye dayalı aylık bir prim programının parçasıdır. Kalifiye ve yetenekli çalışanları elde tutmak için, Şirket, açık iletişim kültürü, işe alıştırma ve oryantasyon, mağazalarda akıl hocalığı programları, derecelendirmeye dayalı ve rekabetçi ücret sistemi ve motivasyon üzerinde odaklanmaktadır.

## **18.2. Pay sahipliği ve pay opsiyonları:**

### **18.2.1. Yönetim kurulu üyelerinin ihraççının paylarına yönelik sahip oldukları opsiyonlar hakkında bilgi:**

Yönetim kurulu üyelerinin ihraççının paylarına yönelik herhangi bir opsiyon hakkı bulunmamaktadır.

### **18.2.2. Yönetimde söz sahibi olan personelin ihraççının paylarına yönelik sahip oldukları opsiyonlar hakkında bilgi:**

Yönetimde söz sahibi personelin ihraççının paylarına yönelik herhangi bir opsiyon hakkı bulunmamaktadır.

### **18.2.3. Personelin ihraççıya fon sağlamasını mümkün kılan her türlü anlaşma hakkında bilgi:**

Personelin ihraççıya fon sağlamasını mümkün kılan bir anlaşma yoktur.

## 19. ANA PAY SAHIPLERİ

19.1. İhraççının bilgisi dâhilinde son genel kurul toplantısı ve son durum itibariyle sermayedeki veya toplam oy hakkı içindeki payları doğrudan veya dolaylı olarak %5 ve fazlası olan gerçek ve tüzel kişiler ayrı olarak gösterilmek kaydıyla ortaklık yapısı veya böyle kişiler yoksa bulunmadığına dair ifade:

Son genel kurul toplantısı ve son durum itibariyle sermayedeki veya toplam oy hakkı içindeki payları doğrudan veya dolaylı olarak %5 ve fazlası olan tüzel kişilere ilişkin bilgi aşağıda temin edilmektedir. Son durum itibariyle; Şirket'in güncel pay sahipliği yapısı aşağıdaki gibidir.

### Beymen Mağazacılık A.Ş. Doğrudan Pay Sahipliği Yapısı

Ortağın Ticaret Unvanı	Sermaye Payı / Oy Hakkı			
	02/03/2018		23/04/2018	
	(TL)	(%)	(TL)	(%)
Boyner Perakende ve Tekstil Yatırımları A.Ş.	156.225.000,00	100,00	156.225.000,00	100,00
<b>TOPLAM</b>	<b>156.225.000,00</b>	<b>100,00</b>	<b>156.225.000,00</b>	<b>100,00</b>

### Beymen Mağazacılık A.Ş.'nin Dolaylı Pay Sahipleri ve Dolaylı Pay Sahiplerinin Pay Sahipliği Yapısı

#### Boyner Perakende ve Tekstil Yatırımları A.Ş.'nin Pay Sahipliği Yapısı

Ortağın Ticaret Unvanı	Sermaye Payı / Oy Hakkı			
	26/03/2018		23/04/2018	
	(TL)	(%)	(TL)	(%)
Boyner Holding A.Ş.	110.293.939,72	42,80	110.293.939,72	42,80
Mayhoola for Investments LLC	109.975.819,61	42,68	109.975.819,61	42,68
İstanbul Portföy Ark.II Serbest Fon*	18.179.770,16	7,05	18.067.229,16	7,01
Diğer	19.250.470,52	7,47	19.363.011,52	7,51
<b>TOPLAM</b>	<b>257.700.000,00</b>	<b>100</b>	<b>257.700.000,00</b>	<b>100</b>

\*Merkezi Kayıt Kuruluşu tarafından 23.04.2018 tarihi itibariyle KAP'ta açıklanan veriler çerçevesinde bilgi verilmiştir.

#### Boyner Holding A.Ş.'nin Pay Sahipliği Yapısı

Ortağın Ticaret Unvanı	Sermaye Payı / Oy Hakkı			
	18/04/2017		23/04/2018	
	(TL)	(%)	(TL)	(%)
Hasan Cem Boyner	95.257.377,15	23,46	95.257.377,15	23,46
Neylan Dinler	89.795.850,76	22,11	89.795.850,76	22,11
Lerzan Boyner	62.169.299,95	15,31	62.169.299,95	15,31
Latife Boyner	62.169.299,57	15,31	62.169.299,57	15,31
Zahide Leman Halulu	62.169.299,57	15,31	62.169.299,57	15,31
Ali Osman Boyner	22.345.050,67	5,50	22.345.050,67	5,50
Emine Ayten Boyner	8.265.702,65	2,04	8.265.702,65	2,04
Sağlık Tekstil Gıda Yatırımı A.Ş.	3.909.043,64	0,96	3.909.043,64	0,96
<b>TOPLAM</b>	<b>406.080.923,97</b>	<b>100,00</b>	<b>406.080.923,97</b>	<b>100,00</b>

### **Mayhoola Pay Sahipliği Yapısı**

Mayhoola sermayesinin %100'ü gerçek kişi H.H. Sheikh Hamad Bin Khalifah Al Thani'ye ait olup, Mayhoola'nın toplam sermayesi işbu İzahname tarihi itibarıyla 200.000 Katar Riyali'dir.

### **Şirket'teki Dolaylı Pay Sahipliği Yapısına İlişkin Bilgi**

İşbu İzahname tarihi itibarıyla, Boyner Holding, Mayhoola ve İstanbul Portföy Ark.II Serbest Fon'un Şirket'teki dolaylı iştirak oranları sırasıyla %42,80, %42,68 ve %7,0'dır.

İşbu İzahname tarihi itibarıyla, Hasan Cem Boyner'in ve Neylan Dinler'in Şirket'teki dolaylı iştirak oranları sırasıyla %10,4 ve %9,4'tür. İşbu İzahname tarihi itibarıyla, Lerzan Boyner, Latife Boyner ve Zahide Leman Halulu'nun Şirket'teki dolaylı iştirak oranları ise sırasıyla %6,5, %6,5 ve %6,5'tir.

İşbu İzahname tarihi itibarıyla, H.H. Sheikh Hamad Bin Khalifah Al Thani'nin Şirket'teki dolaylı iştirak oranı %42,68'dir.

### **19.2. Sermayedeki veya toplam oy hakkı içindeki doğrudan payları %5 ve fazlası olan gerçek ve tüzel kişi ortakların sahip oldukları farklı oy haklarına ilişkin bilgi veya bulunmadığına dair ifade:**

Şirket'in ortağı tüzel kişidir ve sermayedeki veya toplam oy hakkı içindeki doğrudan payı %5 ve fazlası olan tüzel kişi ortak olan Boyner Perakende ve Tekstil Yatırımları A.Ş.'nin farklı bir oy hakkı bulunmamaktadır.

### **19.3. Sermayeyi temsil eden paylar hakkında bilgi:**

Şirket'in sermayesini temsil eden paylarda imtiyaz bulunmamaktadır.

Grubu	Nama/ Hamiline Olduğu	İmtiyazların türü (Kimin sahip olduğu)	Bir Payın Nominal Değeri (TL)	Toplam (TL)	Sermayeye Oranı (%)
Yoktur	Nama	İmtiyaz bulunmamaktadır	1,00	156.225.000,00	100
			<b>TOPLAM</b>	<b>156.225.000,00</b>	<b>100</b>

### **19.4. İhraççının bilgisi dâhilinde doğrudan veya dolaylı olarak ihraççının yönetim hakimiyetine sahip olanların ya da ihraççıyı kontrol edenlerin adı, soyadı, ticaret unvanı, yönetim hakimiyetinin kaynağı ve bu gücün kötüye kullanılmasını engellemek için alınan tedbirler:**

İzahname'nin 19.1 numaralı maddesinde belirtilen Şirket'in doğrudan ortağı olan BOYP, Şirket'in yönetim hâkimiyetine doğrudan sahiptir. BOYP'un Şirket'in yönetim hâkimiyetine sahip olmasının kaynağı, Şirket paylarına %100 oranında sahip olmasıdır. İzahname'nin 19.1 numaralı maddesinde belirtilen Şirket dolaylı ortağı Boyner Holding ve Mayhoola, Şirket'te müşterek kontrole ve dolaylı yoldan yönetim hâkimiyetine sahiptir. Boyner Holding ve Mayhoola'nın Şirket üzerindeki müşterek kontrolü Boyner Holding ve Mayhoola arasında imzalanmış olan Pay Sahipleri Sözleşmesi'nden kaynaklanmaktadır. Sözleşmeye ilişkin detaylar için (Bkz. 22. - Önemli Sözleşmeler - Pay Sahipleri Sözleşmesi).

Esas Sözleşme'nin 9'uncu maddesi uyarınca, Şirket, en az altı üyeden meydana gelen yönetim kurulu tarafından idare ve temsil edilir. Yönetim kurulu üyeleri genel kurul tarafından seçilir. Bağımsız yönetim kurulu üyelerinin aday gösterilmesi ve seçiminde, Kurul'un bağımsız yönetim kurulu üyelerine ilişkin düzenlemeleri esas alınır.

Esas Sözleşme'nin 6'ncı maddesi uyarınca, yönetim kurulu, Türk Ticaret Kanunu ve sermaye piyasası mevzuatı hükümlerine uygun olarak, gerekli gördüğü zamanlarda (i) kayıtlı sermaye tavanına kadar yeni pay

ihraç ederek çıkarılmış sermayeyi artırmaya, (ii) pay sahiplerinin yeni pay alma hakkının sınırlandırılmasına ve (iii) nominal değerinin üzerinde veya nominal değerinin altında pay ihracı konularında karar almaya yetkilidir. Yeni pay alma kısıtlama yetkisi pay sahipleri arasında eşitsizliğe yol açacak şekilde kullanılamaz.

Yukarıda bahsedilenlerin yanı sıra aşağıdaki esas sözleşme hükümleri de Şirket kontrolünün ve hakimiyetin kötüye kullanılmasını engelleyici niteliğe sahiptir.

Esas Sözleşmenin;

- 9. Maddesi gereğince; yönetim kurulunun SPKn, T.C. Başbakanlık Sermaye Piyasası Kurulunun kurumsal yönetime ilişkin düzenlemeleri ile Türk Ticaret Kanunu ve ilgili mevzuat kapsamında kurmakla yükümlü olduğu komitelerin oluşumu, görev ve çalışma esasları ile yönetim kurulu ile ilişkileri hakkında, ilgili mevzuat hükümleri uygulanır.
- 13. Maddesi gereğince; bağımsız yönetim kurulu üyelerinin ücretlerinin belirlenmesinde SPKn ve ilgili mevzuat hükümlerine uyulur.
- 14. Maddesi gereğince; Şirket'in ve mevzuatta öngörülen diğer hususların denetimine ilişkin olarak Türk Ticaret Kanunu, SPKn ve ilgili mevzuat hükümleri uygulanır.
- 28. Maddesi gereğince; yönetim kurulunda görev alacak bağımsız üyelerin sayısı ve nitelikleri Kurul'un kurumsal yönetime ilişkin düzenlemelerine göre tespit edilir.

Ayrıca, paylar Borsa'da işlem görmeye başladıktan sonra, Şirket'in halka açılmanın getireceği denetimlere tabi olması da kontrol gücünün kötüye kullanımını engelleyecek etkenler arasında olduğu düşünülmektedir.

#### **19.5. İhraççının yönetim hakimiyetinde değişikliğe yol açabilecek anlaşmalar/düzenlemeler hakkında bilgi:**

Boyner Holding tarafından 29 Nisan 2015 ve 22 Haziran 2017 tarihinde yapılan KAP açıklamalarında da belirtildiği üzere, Boyner Holding ve Mayhoola arasındaki Pay Sahipleri Sözleşmesi ve bu sözleşmede yapılan tadiller çerçevesinde:

- (i) Mayhoola'nın BOYP sermayesinde sahip olduğu paylardan, BOYP'un sermayesinin %30'unun üzerindeki kısmını 2020'ye kadar satamaması;
- (ii) Mayhoola'ya, tahsisli sermaye artışıyla elde ettiği ve daha sonra devraldığı BOYP paylarının (ilgili tarihlerdeki satın alma bedelleri esas alınarak) tamamı için 2020'ye kadar Boyner Holding A.Ş.'ye satma hakkı (*put option*) tanınması; ve
- (iii) Boyner Holding A.Ş.'ye, Mayhoola'nın sahip olduğu tüm BOYP payları üzerinde ve Mayhoola'ya da, Boyner Holding A.Ş.'nin sahip olduğu BOYP payları üzerinde 2020'den sonra (opsiyonun kullanım tarihinde bağımsız değerlendirme kuruluşlarınca yapılacak değerlemeye göre belirlenecek fiyattan) satın alma opsiyonu (*call option*) tanınması;

hususlarında mutabakata varıldığı bildirilmiştir.

#### **19.6. Sermayedeki veya toplam oy hakkı içindeki doğrudan payları %5 ve fazlası olan gerçek kişi ortakların birbiriyle akrabalık ilişkileri:**

Şirket'in ortağı tüzel kişidir.

## 20. İLİŞKİLİ TARAFLAR VE İLİŞKİLİ TARAFLARLA YAPILAN İŞLEMLER HAKKINDA BİLGİLER

Şirket'in ilişkili tarafları ile yapılan alım ve satımlar hakkında bilgi 20.2'inci başlıkta verilmiştir.

### 20.1. İzahnamede yer alan hesap dönemleri ve son durum itibariyle ilişkili taraflarla yapılan işlemler hakkında UMS 24 çerçevesinde ayrıntılı açıklama:

Şirket Boyner Grubu bünyesinde, diğerlerinin yanı sıra, BOYP, Boyner Holding A.Ş., BR Mağazacılık Ticaret A.Ş. ("**BR Mağazacılık**"), BBM, Anka, Altınyıldız Tekstil ve Konfeksiyon A.Ş. ("**Altınyıldız**"), Alsis Sigorta Acentalığı A.Ş. ("**Alsis Sigorta**"), BNR Teknoloji A.Ş. ("**BNR Teknoloji**" veya "**Hopi**"), Fırsat Elektronik Ticaret ve Sanayi A.Ş. ("**Morhipo**") ve AY Marka Mağazacılık A.Ş. ("**AY Marka**") da dâhil olmak üzere çeşitli ilişkili taraflarla işlemler gerçekleştirmektedir. Şirket'in ilişkili taraflarıyla yapılan işlemler piyasa koşullarına uygun olarak gerçekleştirilmektedir. **Pay Tebliği'nin 5'inci maddesinin 6'ncı fıkrası Uyarınca Verilen Beyanlar**

31 Aralık 2017 tarihi itibariyle, Şirket'in tüm ilişkili taraflarından ticari olmayan alacakları toplamı brüt 235.790.036 TL ve net 217.978.472 TL'dir (235.790.036 TL tutarındaki tüm ticari olmayan alacaklardan, 17.811.564 TL'lik BOYP'a borç netleştirilmiştir). Bu tutarların 31.12.2017 tarihi itibariyle 371.248.022 TL tutarındaki Beymen'in tüm alacaklar toplamı ile 1.156.949.404 TL'lik aktif toplamına oranları sırasıyla brüt bazda %63,51 ve %20,38, net bazda %58,72 ve 18,84'tür.

Kurul'un VII-128.1 sayılı Pay Tebliği'nin ("**Pay Tebliği**") 5'inci maddesinin 6'ncı fıkrasında, "*payları ilk defa halka arz edilecek ortaklıkların izahnamesinde yer alacak en son tarihli finansal tablolarına göre Kurulun ilgili düzenlemelerinde tanımlanan ilişkili taraflarından olan ticari olmayan alacaklarının tüm alacaklar toplamına olan oranı yüzde yirmiyi veya aktif toplamına olan oranı yüzde onu geçemez.*" hükmü yer almaktadır. Söz konusu Tebliğ hükmünde yer alan oranlar Şirket için aşılmaktadır.

BOYP, Pay Tebliği'nin ilgili hükmü ve 20 Nisan 2018 tarihli ve 12 sayılı yönetim kurulu kararı (<https://www.kap.org.tr/tr/Bildirim/678333>) çerçevesinde;

- Şirket'in paylarının halka arzı sonucunda elde edeceği halka arz gelirinden karşılanmak üzere, BOYP'un Beymen'e olan ticari olmayan borcunun; Pay Tebliği'nin 5'inci maddesinin 6'ncı fıkrası hükmünde, işbu İzahname'nin ekinde yer alan 31.12.2017 tarihli finansal tablolarına göre Kurul'un ilgili düzenlemelerinde tanımlanan ilişkili taraflarından olan ticari olmayan alacaklarının; tüm alacaklar toplamına olan oranına veya aktif toplamına olan oranına ilişkin olarak belirlenen sınırlara uygun hale getirilecek şekilde ödeneceğini, ve
- Şirket'in BOYP tarafından ticari olmayan işlemlerle Pay Tebliği'nin 5'inci maddesinin 6'ncı fıkrasında belirtilen sınırları aşmayacak ve söz konusu hükmün dolanılmasına yol açacak şekilde tekrar alacaklı hale getirilmeyeceğini, Kurul'a taahhüt etmiştir.

BOYP, ek olarak Şirket'in BOYP'tan net ticari olmayan alacaklarının, 31.03.2018 tarihi itibariyle ise 345.269.431 TL olarak gerçekleşmiş olduğunu ve halka arza ilişkin takas işlemi tarihi itibariyle güncel olan söz konusu net ticari olmayan alacaklarının tamamının kapatılacağını; ve BOYP'un Şirket'e olan ticari olmayan borcuna konu kredinin kapatılmasından kaynaklanan bir erken ödeme komisyonu doğması beklenmemekle birlikte, böyle bir erken ödeme komisyonunun ödenmesinin gerekli olması durumunda, ödemenin tamamının BOYP tarafından yapılacağını beyan ve taahhüt etmiştir.

Bu doğrultuda, Şirket, Pay Tebliği'nin ilgili hükmü ve 20 Nisan 2018 tarihli ve 16 sayılı yönetim kurulu kararı çerçevesinde;

- Şirket paylarının halka arzı sonucunda elde edilecek halka arz gelirinden karşılanmak üzere, BOYP'un Şirket'e olan ticari olmayan borcunun; Pay Tebliği'nin 5'inci maddesinin 6'ncı fıkrası hükmünde, Şirket'in izahnamesinin ekinde yer alan 31.12.2017 tarihli finansal tablolarına göre Kurul'un ilgili düzenlemelerinde tanımlanan ilişkili taraflarından olan ticari olmayan alacaklarının; tüm alacaklar

toplamaına olan oranına veya aktif toplamına olan oranına ilişkin olarak belirlenen sınırlara uygun hale getirilecek şekilde tahsiline,

- Ayrıca, Şirket’in ticari olmayan işlemlerle Pay Tebliği’nin 5’inci maddesinin 6’ncı fıkrasında belirtilen sınırları aşmayacak ve söz konusu hükmün dolanılmasına yol açacak şekilde tekrar alacaklı hale getirilmeyeceğinin Sermaye Piyasası Kurulu’na işbu karar ile beyan ve taahhüdüne,

karar verilmiştir.

Böylece, Beymen ve BOYP’un yönetim kurulu kararlarında belirtilen esaslara paralel uygun bir şekilde halka arzdan elde edilen gelirin kullanılması ile birlikte, Pay Tebliği’nin 5’inci maddesinin 6’ncı fıkrası hükmüne uygunluk sağlanacaktır.

### **İlişkili Taraf İşlemlerinin Özeti**

#### ***Beymen ve Beymen’in Doğrudan ve Dolaylı Hissedarları arasındaki İlişkili Taraf İşlemleri***

##### *BOYP’tan olan Alacaklar / BOYP’a olan Borçlar*

22 Eylül 2014 tarihinde, Şirket Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi’ni imzalamıştır. Sözü geçen bu sözleşme 24 Ekim 2016 tarihinde tadil edilmiş ve yeniden imzalanmıştır. Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi, Beymen’in faaliyetlerinin finanse edilmesi ve BOYP’a grup içi kredi sağlanması amacıyla imzalanmıştır. BOYP’a sağlanan grup içi kredi kapsamında Şirket, Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi kapsamında sağlanan toplam tutarın %50’den fazlasını BOYP’a tahsis etmiş olup 31 Aralık 2017 tarihi itibarıyla BOYP’a tahsis edilmiş muaccel tutar 235.246.310 TL’dir. Ancak, 31 Aralık 2017 itibarıyla, Şirket’in Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi kapsamında BOYP’a olan borçlarının toplamı 17.811.564 TL’dir. Bu borç, BOYP tarafından Şirket’e, grup içi kredi kapsamında, Teminat Temsilcisi lehine teminat olarak verilmiş olan Şirket’in kredi kartı alacakları tutarı karşılığında yapılan ödemeden kaynaklanmaktadır. Bu nedenle, 31 Aralık 2017 itibarıyla, Şirket’in BOYP’tan Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi’nden olan net alacağı 217.434.746 TL’dir. BOYP yönetim kurulunun, 20 Nisan 2018 tarihinde aldığı ve 20 Nisan 2018 tarihinde KAP’ta açıklanan kararı (12 sayılı) uyarınca BOYP, Şirket’in halka arzından elde ettiği gelirin bir kısmını, Şirket’e olan net ticari olmayan borçlarının tamamının kapatılması için kullanılacaktır. Şirket ise, BOYP’tan olan alacağının kapatılması vasıtasıyla elde edeceği nakdin tamamını, Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi kapsamındaki borcunu kapatmak amacıyla kullanacaktır. BOYP’un grup içi kredi kapsamında Şirket’e olan borcunun elde ettiği halka arz gelirinden ödeneceğine ilişkin açıklama işbu İzahname’nin “28.2. Halka arzın gerekeşi ve halka arz gelirlerinin kullanım yerleri” başlıklı bölümünde yatırımcıların dikkatine sunulmaktadır.

Ayrıca, Şirket’in BOYP’a, BOYP’tan sağlanan bilgi teknolojileri, merkezi tedarik, kira müzakereleri ve medya satın alımları gibi ortak hizmetlere ilişkin ticari borçları söz konusudur.

Aşağıdaki tabloda BOYP’tan olan alacakların ve BOYP’a olan borçların belirtilen tarihler itibarıyla bir dökümü yer almaktadır:

	31 Aralık itibarıyla		
	2015	2016	2017
		(Türk Lirası)	
<b><i>BOYP’tan olan alacaklar</i></b>			
BOYP	423.046.996	754.357.182	235.246.310
<b>BOYP’tan olan Toplam Alacaklar</b>	<b>423.046.996</b>	<b>754.357.182</b>	<b>235.246.310</b>
<b><i>BOYP’a olan borçlar</i></b>			
BOYP’a olan ticari borçlar	162.683	1.618	711.696
BOYP’a olan diğer borçlar	1.864.828	2.155.923	17.811.564
<b>BOYP’a olan Toplam Borçlar</b>	<b>2.027.511</b>	<b>2.157.541</b>	<b>18.523.260</b>

31 Aralık 2015, 2016 ve 2017’de sona eren yıllar için Şirket’in BOYP’tan herhangi bir ticari alacağı

bulunmamaktadır.

*Boyner Holding'den olan Alacaklar / Boyner Holding'e olan Borçlar*

Şirket Boyner Holding ile sınırlı ilişkili taraf işlemleri gerçekleştirmiştir. Bu işlemler, Boyner Holding'den sağlanan bilgi teknolojileri, merkezi tedarik, kira müzakereleri ve medya satın alımları gibi ortak hizmetlere ilişkindir. 31 Aralık 2015, 2016 ve 2017'de sona eren yıllar için Şirket'in Boyner Holding'e olan ticari borçları sırasıyla 76.639 TL, 35.980 TL ve 554.634 TL'dir.

31 Aralık 2015, 2016 ve 2017'de sona eren yıllar için, Şirket'in söz konusu işlemler sebebiyle Boyner Holding'den olan alacakları sırasıyla 1.092.222 TL 2.316.895 TL ve 543.726 TL'dir. Aynı dönem için, Şirket'in Boyner Holding'den herhangi bir ticari alacağı bulunmamaktadır.

***Beymen ve Diğer İlişkili Taraflar arasındaki İlişkili Taraf İşlemleri***

*Diğer İlişkili Taraflardan Alacaklar / Diğer İlişkili Taraflara Borçlar*

Aşağıdaki tabloda, Şirket'in belirtilen tarihler itibariyle diğer ilişkili taraflardan olan alacaklarının bir dökümü yer almaktadır:

	31 Aralık itibariyle,		
	2015	2016	2017
	<i>(Türk Lirası)</i>		
<b><i>Diğer ilişkili taraflardan olan ticari alacaklar</i></b>			
Fırsat Elektronik .....	3.623.535	5.985.088	11.588.118
BR Mağazacılık .....	21.634	1.423.537	2.566.889
BBM .....	5.479.805	4.663.861	0
Elif Co. ....	11.398.440	0	0
Diğerleri <sup>(1)</sup> .....	3.049.134	76.852	33.277
<b><i>Diğer ilişkili taraflardan olan ticari alacaklar toplamı</i></b>	<b>23.572.548</b>	<b>12.149.338</b>	<b>14.188.284</b>
<b><i>Diğer ilişkili taraflardan olan diğer alacaklar</i></b>			
Altınıyıldız .....	0	0	0
Diğerleri <sup>(2)</sup> .....	424.178.525	756.674.077	235.790.036
<b><i>Diğer ilişkili taraflardan olan diğer alacaklar toplamı</i></b>	<b>424.178.525</b>	<b>756.674.077</b>	<b>235.790.036</b>

(1) "Diğerleri" kalemi 2017 ve 2016 yıllarında Ay Marka, BNR Teknoloji ve Christian Loboutin'dan, 2015 yılında ise Ay Marka'dan olan ticari alacakları içermektedir.

(2) "Diğerleri" kalemine 2016 ve 2017 yılları için BOYP ve Boyner Holding'den olan alacaklar ve 2015 yılı için BOYP, Boyner Holding ve Christian Dior'dan olan alacaklar da dahildir. BOYP ve Boyner Holding'den olan alacaklar için bkz. "Beymen ve Beymen'in Doğrudan ve Dolaylı Hissedarları arasındaki İlişkili Taraf İşlemleri – BOYP ile olan İlişkili Taraf İşlemleri" ve bkz. "Beymen ve Beymen'in Doğrudan ve Dolaylı Hissedarları arasındaki İlişkili Taraf İşlemleri – Boyner Holding ile olan İlişkili Taraf İşlemleri".

Şirket'in 31 Aralık 2015, 2016 ve 2017 itibariyle Fırsat Elektronik, BBM ve Elif Co'dan olan ticari alacakları, Şirket'in toptan satış kanalı üzerinden bu şirketlere gerçekleştirilen satışlara ilişkindir. Ek olarak, Şirket'in BR Mağazacılık'tan olan ticari alacakları, Şirket'in BR Mağazacılık'tan Beymen Business ürünlerinin BR Mağazacılık tarafından satışına ilişkin olarak aldığı lisans bedeli ödemesine ilişkindir.

Şirket'in 31 Aralık 2015 ve 2016 itibariyle Altınıyıldız'dan olan diğer alacakları Altınıyıldız'a, Altınıyıldız'dan satın alınan kumaşlar karşılığında yapılan avans ödemelerine ilişkindir.

Aşağıdaki tabloda, belirtilen tarihler itibariyle, Şirket'in diğer ilişkili taraflara olan borçlarının bir dökümü yer almaktadır:

**31 Aralık itibariyle,**

	2015	2016	2017
		(Türk Lirası)	
<b>Diğer ilişkili taraflara olan ticari borçlar</b>			
BBM .....	0	8.776	5.719.852
Altınıyıldız .....	1.522.435	708.403	745.023
Diğerleri <sup>(1)</sup> .....	1.420.752	1.977.359	2.236.010
<b>Diğer ilişkili taraflara olan ticari borçlar toplamı .....</b>	<b>2.943.187</b>	<b>2.694.538</b>	<b>8.700.885</b>

(1) "Diğerleri" kalemine, Alsis Sigorta, Boyner Holding, BNR Teknoloji, Boğaziçi Yatçılık ve Tur. Yat. Tic. A.Ş. ve Ay Marka'nın yanı sıra, BOYP'a olan borçlar da dahildir. BOYP'a olan borçlar için, bkz. "Beymen ve Beymen'in Doğrudan ve Dolaylı Hissedarları arasındaki İlişkili Taraf İşlemleri – BOYP ile olan İlişkili Taraf İşlemleri".

Şirket'in 31 Aralık 2015, 2016 ve 2017 itibariyle Anka ve BBM'e olan ticari borçları BBM'den esasen kozmetik satın alımlarına ilişkindir.

## 20.2. İlişkili taraflarla yapılan işlerin ihracının net satış hasılatı içindeki payı hakkında bilgi:

### BOYP ve Boyner Holding'den Satın Almalar ve BOYP ve Boyner Holding'e Satışlar

Şirket, bilgi teknolojileri, merkezi tedarik, kira müzakereleri ve medya satın alımları gibi ortak hizmetlere ilişkin olarak BOYP ve Boyner Holding'den çeşitli hizmetler satın almaktadır. 31 Aralık 2015, 2016 ve 2017'de sona eren yıllar için Şirket BOYP'tan sırasıyla 5.023.590 TL, 6.692.110 TL ve 6.338.239 TL tutarında hizmet satın almıştır. 31 Aralık 2015, 2016 ve 2017'de sona eren yıllar için Şirket Boyner Holding'den sırasıyla 1.414.609 TL, 852.239 TL ve 160.735 TL tutarında hizmet satın almıştır.

Ayrıca Şirket, BOYP'a sağlamış olduğu grup içi kredi ile ilgili olarak BOYP'tan faiz ödemesi almaktadır. Bu faiz ödemesi BOYP'a yapılan satışlar altında en önemli kalemi oluşturmaktadır.

Boyner Grup'un hazine yönetimi Grup şirketlerinin dönemsel finansal ihtiyaçlarını Grup şirketleri arasında plasman yoluyla karşılamaktadır. Grup şirketleri tarafından kullanılan krediler karşılığında emsal faiz oranından faiz hesaplanmakta, TL cinsinden kullanılan krediye ortalama TL faiz oranı, döviz cinsinden kullanılan krediye ise ortalama döviz kredisi faiz oranında bir faiz tutarı taahhuk ettirilmektedir.

Grup şirketlerinden birinin diğer bir grup şirketine kendisi adına aldığı banka kredisini aynen aktarması mümkündür. Bu durumda banka kredisi aynı gün ve aynı koşullarla (faiz oranı, vade ve diğer koşullarla) birlikte diğer grup şirketine aynen aktarabilmektedir. Bu kapsamda, işbu İzahname'nin "22. Önemli Sözleşmeler" başlıklı bölümünde yer verilen kredi sözleşmesi kapsamında Beymen'e uygulanan faiz oranı BOYP'tan olan ticari olmayan alacaklara aynen aktarılmıştır.

Söz konusu faiz oranları izahnamede yer verilen finansal tablo dipnotlarında belirtilen Şirket'in borçlanma maliyetine ilişkin faiz aralığı içerisinde yer almaktadır. Daha fazla bilgi için TFRS'ye göre hazırlanan konsolide finansal tabloların 7'inci dipnotlarına bakınız.

Aşağıdaki tabloda belirtilen tarihler itibariyle BOYP'a yapılan satışların bir dökümü yer almaktadır:

	31 Aralık itibariyle,		
	2015	2016	2017
		(Türk Lirası)	
<b>BOYP'a yapılan satışlar</b>			
Mallar .....	8.110	127	1.445
Faiz/Diğer .....	33.749.006	68.491.277	69.271.395
Toplam BOYP'a yapılan satışlar .....	<b>33.757.116</b>	<b>68.491.404</b>	<b>69.272.840</b>
<b>Toplam net satış hasılatı içindeki payı</b>	<b>3,6%</b>	<b>6,7%</b>	<b>5,3%</b>



### *Diğer İlişkili Taraflardan Mal ve Hizmet Alımı*

Şirket ilişkili taraflarından bazı mallar satın almaktadır. 2015 ve 2016 yıllarında Şirket Anka, BBM ve Altınyıldız'dan belli ürünler satın almıştır.

Öte yandan, 2015, 2016 ve 2017 yıllarında Şirket Boyner Grubu'nun sigorta acentesi olan Alsis Sigorta'dan sigorta hizmetleri ve internet üzerinden bir alışveriş uygulaması olan Hopi'yi işleten BNR Teknoloji'den pazarlama hizmetleri satın almıştır.

Aşağıdaki tabloda, belirtilen tarihler itibariyle Şirket'in diğer ilişkili taraflarından satın aldığı mal ve hizmetlerin dökümü yer almaktadır:

	31 Aralık itibariyle,		
	2015	2016	2017
	<i>(Türk Lirası)</i>		
<b>Diğer ilişkili taraflardan satın alınan mallar</b>			
BBM .....	4.904.827	7.259.491	19.310.105
Altınyıldız .....	6.332.511	4.887.713	2.034.660
Diğerleri <sup>(1)</sup> .....	17.254	741.505	441.338
<b>Diğer ilişkili taraflardan satın alınan mallar toplamı .....</b>	<b>11.254.592</b>	<b>12.888.709</b>	<b>21.786.103</b>
<b>Toplam net satış hasılatı içindeki payı .....</b>	<b>1,2%</b>	<b>1,3%</b>	<b>1,7%</b>
<b>Diğer ilişkili taraflardan satın alınan hizmetler</b>			
BBM .....	-	74.634	834.775
Alsis Sigorta .....	2.593.183	3.025.647	4.257.603
BNR Teknoloji .....	1.768.864	2.374.078	2.227.592
Diğerleri <sup>(2)</sup> .....	6.469.899	7.608.069	6.783.214
<b>Diğer ilişkili taraflardan satın alınan hizmetler toplamı .....</b>	<b>10.831.946</b>	<b>13.082.428</b>	<b>14.103.184</b>
<b>Toplam net satış hasılatı içindeki payı .....</b>	<b>1,2%</b>	<b>1,3%</b>	<b>1,1%</b>

(1) "Diğerleri" kalemine Boyner Holding, Boğaziçi Yatçılık ve Tur. Yat. Tic. A.Ş., Morhipo, Altınyıldız, ve Ay Marka'dan satın alınan hizmetler de dahildir.

(2) "Diğerleri" kalemine, diğerlerinin yanı sıra, BOYP'tan satın alınan hizmetler de dahildir. BOYP'tan satın alınan hizmetler için, bkz. "Beymen ve Beymen'in Doğrudan ve Dolaylı Hissedarları arasındaki İlişkili Taraf İşlemleri – BOYP ile olan İlişkili Taraf İşlemleri".

### *Diğer İlişkili Taraflara Mal ve Hizmet Satışı*

Şirket, toptan satış kanalı aracılığıyla yaptığı satışların bir parçası olarak, BBM ve Morhipo'ya, temel olarak "Beymen Çanta ve Aksesuarlar" gibi seçili Beymen özel markalarının BBM'nin çok katlı büyük mağazalarında ve Morhipo'da satılması amacıyla mal satışı yapmaktadır.

2015 yılında Şirket, portföyündeki bazı markaları İzmir'de iki adet multi-brand mağaza işleten İzkar'a satmıştır.

Öte yandan, Şirket ilişkili taraflarına hizmetler satmaktadır. 2015 ve 2016 yıllarında, BBM'e yapılan hizmet satışları, Beymen Business ürünlerinin tasarımı, imalatı ve BBM çok katlı büyük mağazalarında perakende ve toptan satışına ilişkin olarak BBM'e verilmiş olan lisansa ilişkindir. 2015 ve 2016 yılları için, Ay Marka'ya yapılan hizmet satışları ise, Beymen Business ürünlerinin üretimi ve satışı için Ay Marka'ya verilen lisansa ilişkindir. Ek olarak, 2016 ve 2017 yılları için, BR Mağazacılık'a yapılan hizmet satışları, Beymen Business markasının BR Mağazacılık tarafından kullanımına ilişkin olarak BR Mağazacılık'a verilen lisansa ilişkindir.

Aşağıdaki tabloda, belirtilen tarihler itibariyle, Şirket'in diğer ilişkili taraflarına sattığı mal ve hizmetlerin dökümü yer almaktadır:

	31 Aralık itibariyle,		
	2015	2016	2017
	(Türk Lirası)		
<b><i>Diğer ilişkili taraflara satılan mallar</i></b>			
BBM .....	23.488.419	9.313.389	19.377.995
Morhipo .....	12.359.991	17.986.459	23.323.198
İzkar <sup>(1)</sup> .....	3.529.522	-	-
Diğerleri <sup>(2)</sup> .....	6.156.153	803.072	18.583
<b>Diğer ilişkili taraflara satılan mallar toplamı</b> .....	<b>45.534.085</b>	<b>28.102.920</b>	<b>42.719.776</b>
<b>Toplam net satış hasılatı içindeki payı</b> .....	<b>4,9%</b>	<b>2,7%</b>	<b>3,2%</b>
<b><i>Diğer ilişkili taraflara satılan hizmetler</i></b>			
BBM .....	1.785.110	608.277	-
Ay Marka .....	4.424.616	1.845.002	-
Diğerleri <sup>(3)</sup> .....	536.490	1.217.170	846.655
<b>Diğer ilişkili taraflara satılan hizmetler toplamı</b> .....	<b>6.746.216</b>	<b>3.670.449</b>	<b>846.655</b>
<b>Toplam net satış hasılatı içindeki payı</b> .....	<b>0,7%</b>	<b>0,4%</b>	<b>0,1%</b>

(1) 28 Nisan 2015 tarihinde, Şirket İzkar'ın bir hissedarı olan Ran Konf. Deri ve Yan Ür.İth.lhr.Turizm Tic. Ltd. Şti. ile bir hisse alım sözleşmesi imzalamış ve İzkar hisselerinin %25,4'ünü devralmıştır. Şirket geçmişte İzkar hisselerinin %49,6'sına sahip olduğu için İzkar Şirket'in ortak girişimidir. İşbu İzahname tarihi itibariyle, Şirket İzkar hisselerinin %74,6'sına sahiptir ve bu sebeple İzkar Şirket'in finansal tablolarına eklenmiştir.

(2) "Diğerleri" kalemine, diğerlerinin yanı sıra, BOYP'a satılan mallar da dahildir. BOYP'a satılan mallar için, bkz. "Beymen ve Beymen'in Doğrudan ve Dolaylı Hissedarları arasındaki İlişkili Taraf İşlemleri – BOYP ile olan İlişkili Taraf İşlemleri".

(3) "Diğerleri" kalemine, diğerlerinin yanı sıra, BOYP'a satılan hizmetler de dahildir. BOYP'a satılan hizmetler için, bkz. "Beymen ve Beymen'in Doğrudan ve Dolaylı Hissedarları arasındaki İlişkili Taraf İşlemleri – BOYP ile olan İlişkili Taraf İşlemleri".

Bunlara ek olarak, Şirket'in BR Mağazacılık'a 31 Aralık 2017'de sona eren yılda 4.344.616 TL tutarında ve 31 Aralık 2016'da sona eren yılda 1.214.930 TL tutarında bir hizmet satışı olmuştur. Bu hizmet satışı Şirket'in finansal tablolarında "faiz/diğer" kalemi altına kaydedilmiştir. Bu hizmet satışı Şirket tarafından BR Mağazacılık'a Beymen Business markasına ait ürünlerin BR Mağazacılık tarafından satılması için verilen lisans hakkına ilişkindir.

## 21. DİĞER BİLGİLER

### 21.1. Sermaye Hakkında Bilgiler

İzahname tarihi itibariyle, Şirket'in çıkarılmış sermayesi 156.225.000,00 TL'dir.

### 21.2. Kayıtlı Sermaye Tavanı:

Şirket'in kayıtlı sermaye tavanı 500.000.000,00 TL'dir.

### 21.3. Dönem başı ve dönem sonundaki fiili dolaşımdaki pay sayısının mutabakatı ve izahnamede yer alması gereken finansal tablo dönemleri itibariyle sermayenin %10'undan fazlası aynı olarak ödenmişse konu hakkında bilgi:

Fiili dolaşımda pay bulunmamaktadır. Şirket'in aynı sermayesi bulunmamaktadır.

### 21.4. Sermayeyi temsil etmeyen kurucu ve intifa senetleri vb. hisselerin sayısı ve niteliği hakkında bilgi:

Yoktur.

### 21.5. İhraççının paylarından, kendisi tarafından bizzat tutulan veya onun adına tutulan veya bağlı ortaklıklarının sahip oldukları ihraççı paylarının adedi, defter değeri ve nominal değeri:

Yoktur.

### 21.6. Varanlı sermaye piyasası araçları, paya dönüştürülebilir tahvil, pay ile değiştirilebilir tahvil vb. sermaye piyasası araçlarının miktarı ve dönüştürme, değişim veya talep edilme esaslarına ilişkin bilgi:

Yoktur.

### 21.7. Grup şirketlerinin opsiyona konu olan veya koşullu ya da koşulsuz bir anlaşma ile opsiyona konu olması kararlaştırılmış sermaye piyasası araçları ve söz konusu opsiyon hakkında ilişkili kişileri de içeren bilgi:

Yoktur.

### 21.8. İzahnamede yer alması gereken finansal tablo dönemleri itibariyle yapılan sermaye artırımları ve kaynakları ile sermaye azaltımları, yaratılan/iptal edilen pay grupları ve pay sayısında değişikliğe yol açan diğer işlemlere ilişkin bilgi:

Şirket, 06.12.2017 tarih ve 1227 sayılı TTSG'de yayımlanan, 21.11.2017 tarihli olağanüstü genel kurul toplantısı neticesinde, Anka Mağazacılık A.Ş. ile birleşmesi neticesinde, sermayesini 86.225.000 TL'den 156.225.000 TL'ye artırmıştır.

Anka'nın kuruluş sermayesi 50.000 TL olup, Anka'da kuruluşundan bu yana (Anka 29 Eylül 2015 tarihinde kurulmuştur) 3 defa sermaye artırımını gerçekleştirilmiştir. Anka, 08.08.2016 tarih ve 9132 sayılı TTSG'de yayımlanan, genel kurul toplantısı neticesinde, sermayesini 50.000 TL'den 100.000 TL'ye nakden artırmıştır. Ayrıca Anka, 12.12.2016 tarih ve 9212 sayılı TTSG'de yayımlanan, genel kurul toplantısı neticesinde, sermayesini 100.000 TL'den 20.000.000 TL'ye nakden artırmıştır. Son olarak Anka, 19.07.2017 tarih ve 9370 sayılı TTSG'de yayımlanan, genel kurul toplantısı neticesinde, sermayesini 20.000.000 TL'den 70.000.000 TL'ye nakden artırmıştır.

Öte yandan, 02/03/2018 tarihinde yapılan olağanüstü genel kurul toplantısında alınan karar ile kayıtlı sermaye sistemine geçilmesine ve gerekli esas sözleşme tadillerinin yapılmasına oy birliği ile karar

verilmiştir. Şirket'in kayıtlı sermaye sistemine geçişte sermayesi 156.225.000 TL'dir. Bu sermaye, her biri 1,0 TL nominal değere sahip 156.225.000 adet paya ayrılmıştır. Söz konusu sermayenin tamamı muvazaadan arı bir şekilde ödenmiştir. Şirket, SPKn hükümlerine göre kayıtlı sermaye sistemini kabul etmiş ve Kurul'un 22/02/2018 tarih ve 8/290 sayılı Kurul toplantı kararı ile kayıtlı sermaye sistemine geçmiştir.

Şirket'in kayıtlı sermaye tavanı 500.000.000,00 TL'dir. Sermaye Piyasası Kurulu tarafından verilen kayıtlı sermaye tavanı izni başlangıcı 2018 yılı ve bitişi 2022 yılı olmak üzere beş yıldır. 2022 yılı sonunda kayıtlı sermaye tavanına ulaşılmamış olsa dahi, 2022 yılından sonra Yönetim Kurulu tarafından sermaye artırımı kararı alınabilmesi için, daha önce Sermaye Piyasası Kurulu tarafından izin verilen tavan ya da karar verilecek yeni kayıtlı sermaye tavanı tutarı için Sermaye Piyasası Kurulu'ndan izin almak suretiyle genel kuruldan yeni bir süre için yetki alınması zorunludur. Söz konusu yetkinin alınmaması halinde, Şirket yönetim kurulu kararıyla sermaye artırımı yapamaz.

**21.9. İhraççının son on iki ay içinde halka arz, tahsisli veya nitelikli yatırımcıya satış suretiyle pay ihracının bulunması halinde, bu işlemlerin niteliğine, bu işlemlere konu olan payların tutarı ve niteliklerine ilişkin açıklamalar:**

Yoktur.

**21.10. İhraççının mevcut durum itibarıyla paylarının borsada işlem görmesi durumunda hangi payların borsada işlem gördüğüne veya bu hususlara ilişkin bir başvurusunun bulunup bulunmadığına ilişkin bilgi:**

Şirket'in payları yurt içi/yurt dışı borsaların herhangi birinde işlem görmemekte olup, işbu İzahname'nin SPK tarafından onaylanması akabinde Şirket paylarının BIST'de işlem görmesi amacıyla Borsa İstanbul'a 14 Mart 2018 tarihinde başvuruda bulunulmuş olup, başvuruya ilişkin Borsa görüşüne işbu İzahname'nin I'inci başlığında yer verilmektedir..

**21.11. İzahname'nin hazırlandığı yıl ve bir önceki yılda eğer ihraççı hâlihazırda halka açık bir ortaklık ise ihraççının payları üzerinde üçüncü kişiler tarafından gerçekleştirilen ele geçirme teklifleri ile söz konusu tekliflerin fiyat ve sonuçları hakkında bilgi:**

Yoktur.

**21.12. Esas Sözleşme ve iç yönergeye ilişkin önemli bilgiler:**

Esas sözleşme

Şirket'in temsil ve ilzamu altı (6) üyeden meydana gelen yönetim kurulu tarafından gerçekleştirilir. Yönetim kurulu; Türk Ticaret Kanunu, SPKn ve ilgili diğer mevzuatla kendisine verilen görevleri ifa eder. Yönetim kurulu, TTK'nın 370/2'inci maddesi uyarınca; temsil yetkisini, kanunen devredilemez nitelikte olan görev ve yetkileri saklı kalmak kaydıyla, yönetim kurulu üyesi olan murahhaslara ve/veya yönetim kurulu üyesi olmayan müdürlere bırakabilir. Bu kişilere verilecek ücreti yönetim kurulu tespit eder.

Yönetim Kurulu, üye tam sayısının çoğunluğu ile toplanır ve ilgili mevzuatın zorunlu kıldığı durumlarda mevzuatın öngördüğü yeterli sayıda bağımsız üyenin olumlu oy kullanmış olması koşuluyla kararlarını hazır bulunan üyelerin çoğunluğu ile alır.

Esas Sözleşme'nin 6'ncı maddesi uyarınca, yönetim kurulu, Türk Ticaret Kanunu ve sermaye piyasası mevzuatı hükümlerine uygun olarak, gerekli gördüğü zamanlarda (i) kayıtlı sermaye tavanına kadar yeni pay ihraç ederek çıkarılmış sermayeyi artırmaya, (ii) pay sahiplerinin yeni pay alma hakkının sınırlandırılmasına ve (iii) nominal değerinin üzerinde veya nominal değerinin altında pay ihracı konularında karar almaya yetkilidir. Yeni pay alma kısıtlama yetkisi pay sahipleri arasında eşitsizliğe yol açacak şekilde kullanılamaz.

## İç Yönerge

Yönetim kurulu, Türk Ticaret Kanunu'nun 367. maddesi uyarınca hazırlanan bir iç yönerge ile yönetimi kısmen veya tamamen yönetim kurulu üyesi olan veya olmayan bir veya birkaç kişiye (Murahhaslara ve/veya "Yönetim"e) devretmeye yetkilidir. "Yönetim" Yönetim kurulunun bütünü dışındaki genel müdür, yardımcıları; müdürler, yardımcıları ve buna benzer farklı unvanlardaki kişilerden oluşan ekibi ifade eder. Yönetim, devredilmediği sürece, yönetim kurulunun tüm üyelerine aittir.

Yönetim kurulu hazırlanan bu iç yönerge ile murahhasların yetki ve sorumluluklarını tayin eder ve Yönetim kuruluna tanınmış olan her türlü yetki ve sorumluluğu, yine yönetim kurulunun tespit edeceği şartlar, hükümler ve kısıtlamalar dâhilinde ilgili kişilere devredebilir ve gerekli gördüğünde bu yetkilerin tamamını veya bir kısmını değiştirip tadil edebilir veya geri alabilir. Türk Ticaret Kanun'unun 375. maddesi saklıdır.

Türk Ticaret Kanunu'nun 370. maddesi çerçevesinde Yönetim Kurulu temsil yetkisini, Yönetim Kurulu üyesi olan veya pay sahibi ya da yönetim kurulu üyesi olmaları zaruri bulunmayan bir veya birkaç kişiye bırakabilir. Ancak böyle bir durumda en az bir yönetim kurulu üyesinin temsil yetkisinin olması şarttır.

Şirket'in mevcut 29.03.2017 tarih ve 2 numaralı İç Yönergesi'ne göre; Şirket'i temsil ve ilzam edecek yetkililer üç gruba ayrılmıştır: (i) birinci derece (A) imza yetkilisi, (ii) ikinci derece (B) imza yetkilisi ve (iii) üçüncü derece (C) imza yetkilisi.

**(A), (B) ve (C) grubu imza yetkililerinin gerçekleştirebileceği işlemlere ilişkin detaylı bilgi için işbu İzahname'nin Ek 2'de yer alan yer alan İç Yönerge'ye bakınız.**

### **21.13.Esas sözleşmenin ilgili maddesinin referans verilmesi suretiyle ihracının amaç ve faaliyetleri:**

Esas Sözleşmenin 3'üncü maddesinde belirtildiği üzere Şirket amaçlarını gerçekleştirebilmek için aşağıda belirtilen konularda faaliyet gösterir.

- Tekstil ürünlerinin, her türlü kadın, erkek ve çocuk konfeksiyon ürünlerinin, hazır giyim eşyasının, aksesuarının, ayakkabılarının, çantalarının, deriden, plastikten ve sair malzemeden, her türlü ürünün perakende ticaretinin yapılabilmesi,
- Her türlü ilancılık ve reklamcılık işleri ile iştigal edilmesi,
- Turizm konuları ile ilgili olarak; otel, motel, kamping, pansiyon, tatil köyleri, dinlenme salonları, plaj, lokanta, kafeterya, bar, konaklama, eğlence, yiyecek ve içecek tesisleri işletilmesi, kiralınması,
- Söz konusu işlerin yapılabilmesi için gerekli hammadde, mahrukat, enerji, işletme ve tamir, ambalaj ve dekorasyon malzemesinin pazarlanması, alınıp satılması, ithal ve ihrac edilmesi, bu konularda iştigal eden kuruluşlara iştirak edilmesi, satın alınması, satılması, kiralınması veya kiraya verilmesi, kurulmuş olanlara Sermaye Piyasası Kanunu'nun örtülü kazanç aktarımına ilişkin hükümleri saklı kalmak kaydı ile ortak olunması,
- İşletme konusu ile ilgili faaliyetlerde bulunabilmek için gerekli makina, teçhizat ve taşıt araçlarının alınıp satılması, kiralınması veya kiraya verilmesi, ithal ve ihrac edilmesi, bu amaçla nakliyecilik ile iştigal edilmesi, tesislerin kurulması, tamamen ve kısmen satın alınması, satılması, kiralınması, kiraya verilmesi, kurulmuş olanlara Sermaye Piyasası Kanunu'nun örtülü kazanç aktarımına ilişkin hükümleri saklı kalmak kaydı ile ortak olunması
- Şirket'in amaç ve konusu ile ilgili faaliyetler için faydalı ihtira haklarının beratlarının lisans ve imtiyazlarının, marka, model, resim ve ticaret unvanlarının, know-how'ın ve hususi imal ve istihsal usullerinin müşavirlik ve mühendislik hizmetlerinin ve benzeri ve diğer gayri maddi hakların iktisap edilmesi, üzerlerinde diğer her türlü tasarruflarda bulunulması,

- İşletme konusu ile ilgili yurt içinde ve yurt dışında mümessillikler, komisyonculuklar, acente ve bayilikler verilebilmesi, alınabilmesi, devredilebilmesi, kiralanabilmesi ve tesis edilebilmesi,
- İşletme konusu ile ilgili her türlü teknolojiden ve rasyonalizasyon tedbirlerinden yararlanılabilmesi, bu konuda işbirliği yapılabilmesi.

#### **21.14. Yönetim kuruluna ve komitelere ilişkin önemli hükümlerin özetleri:**

Şirket'in temsil ve ilzamu altı (6) üyeden meydana gelen yönetim kurulu tarafından gerçekleştirilir. Yönetim kurulu; Türk Ticaret Kanunu, SPKn ve ilgili diğer mevzuatla kendisine verilen görevleri ifa eder. Yönetim kurulu, TTK'nın 370/2'inci maddesi uyarınca; temsil yetkisini, kanunen devredilemez nitelikte olan görev ve yetkileri saklı kalmak kaydıyla, yönetim kurulu üyesi olan murahhaslara ve/veya yönetim kurulu üyesi olmayan müdürlere bırakabilir. Bu kişilere verilecek ücreti yönetim kurulu tespit eder.

Yönetim Kurulunun alacağı karar üzerine, Şirket'in temsil yetkisi yönetim kurulu üyelerine ya da murahhas üyelere veya müdür olarak üçüncü kişilere devredebilir. En az bir yönetim kurulu üyesinin temsil yetkisini haiz olması şarttır. Temsile yetkili kişileri ve bunların temsil şekillerini gösterir kararın noterce onaylanmış sureti ticaret sicilinde tescil ve ilan edilmedikçe, temsil yetkisinin devri geçerli olmaz. Temsil yetkisinin sınırlandırılması, iyi niyet sahibi üçüncü kişilere karşı hüküm ifade etmez; ancak, temsil yetkisinin sadece merkezin veya bir şubenin işlerine özgü olduğuna veya birlikte kullanılmasına ilişkin tescil ve ilan edilen sınırlamalar geçerlidir. TTK'nun 371, 374, ve 375'inci maddesi hükümleri saklıdır. İmzaya yetkili olanlar ve dereceleri Yönetim Kurulu tarafından düzenlenecek olan imza sirkülerinde hiçbir şahsın tek başına temsil ve ilzam etme yetkisine sahip olmayacağı bir şekilde düzenlenecektir. Şirket'in yürürlükteki iç yönergesine ilişkin detaylı bilgi için 21.12'inci başlığa ve işbu İzahnamenin Ek 2'de yer alan yer alan İç Yönerge'ye bakınız.

Şirket tarafından verilecek bütün belgeleri ve akdolunacak mukavelelerin geçerli olabilmesi için bunların Şirket'in resmi unvanı altına konmuş ve şirket namına imza yetkisine sahip kişilerin imzasını taşıması lazımdır. İmzaya yetkili olanlar ve dereceleri Yönetim Kurulu kararı ile tespit olunur.

Yönetim Kurulu, üye tam sayısının çoğunluğu ile toplanır ve ilgili mevzuatın zorunlu kıldığı durumlarda mevzuatın öngördüğü yeterli sayıda bağımsız üyenin olumlu oy kullanmış olması koşuluyla kararlarını hazır bulunan üyelerin çoğunluğu ile alır.

Esas Sözleşmenin 9'uncu maddesi uyarınca, Yönetim Kurulu'na Sermaye Piyasası Kurulu'nun kurumsal yönetim ilkelerinde belirtilen, Yönetim Kurulu üyelerinin bağımsızlığına ilişkin esaslar çerçevesinde, yeterli sayıda bağımsız Yönetim Kurulu üyesi, Genel Kurul tarafından seçilir. Bağımsız üyelerin Sermaye Piyasası Kurulu'nun kurumsal yönetime ilişkin düzenlemelerinde yer alan şartları taşıması şarttır. Bağımsız üyenin bağımsızlığını kaybetmesi, istifa etmesi veya görevini yerine getiremeyecek duruma gelmesi halinde, Sermaye Piyasası Kurulu düzenlemelerinde belirlenen prosedürlere uyulur. Bağımsız yönetim kurulu üyelerinin ücretlerinin belirlenmesinde SPKn ve ilgili mevzuat hükümlerine uyulur.

Esas Sözleşmenin 9. maddesi uyarınca, Yönetim Kurulunun Sermaye Piyasası Kanunu, SPK'nın kurumsal yönetime ilişkin düzenlemeleri ile Türk Ticaret Kanunu ve ilgili mevzuat kapsamında kurmakla yükümlü olduğu komitelerin oluşumu, görev ve çalışma esasları ile Yönetim Kurulu ile ilişkileri hakkında, ilgili mevzuat hükümleri uygulanır. Sermaye Piyasası Kurulu'nun kurumsal yönetime ilişkin düzenlemeleri ile TTK ve ilgili mevzuat kapsamında kurmakla yükümlü olduğu komiteler ile Yönetim Kurulu kararıyla kurulacak icrai ya da danışma, koordinasyon niteliğindeki diğer komite ve kurullardaki üyelik dolayısıyla komite üyelerine yapılacak ödemelerin şekil ve miktarı ise, mevzuata uygun olarak, genel kurulda pay sahiplerinin bilgisine sunulan Ücretlendirme Politikası çerçevesinde Ücret Komitesi'nin önerisi de dikkate alınarak Yönetim Kurulu tarafından belirlenir.

Şirket tarafından denetimden sorumlu komite, riskin erken saptanması komitesi ve kurumsal yönetim komitesi kurulacaktır. Söz konusu komitelerin kurulmasına ilişkin olarak 20 Nisan 2018 tarihli ve 15 sayılı

Yönetim Kurulu kararı alınmış olup, söz konusu Yönetim Kurulu kararı uyarınca bahsi geçen komiteler, Şirket paylarının halka arzını takiben SPK'nın Kurumsal Yönetim Tebliği (II-17.1)'ne uyum çerçevesinde atanacak olan bağımsız yönetim kurulu üyelerinin göreve başladığı tarih itibariyle veya en geç Şirket paylarının halka arzından sonra yapılacak ilk olağan genel kurul toplantısının gerçekleştirildiği tarih itibariyle faaliyete geçecektir.

**21.15. Her bir pay grubunun sahip olduğu imtiyazlar, bağlam ve sınırlamalar hakkında bilgi:**

Yoktur.

**21.16. Pay sahiplerinin haklarının ve imtiyazlarının değiştirilmesine ilişkin esaslar:**

Yoktur.

**21.17. Olağan ve olağanüstü genel kurul toplantısının yapılmasına ilişkin usuller ile toplantılara katılım koşulları hakkında bilgi:**

Esas Sözleşme'nin 15'inci maddesi uyarınca, Şirket genel kurulu Esas Sözleşme, sermaye piyasası mevzuatı ile TTK hükümlerine göre toplanır. Şirket genel kurul toplantılarında ve bu toplantılardaki karar nisabında TTK hükümlerine, sermaye piyasası mevzuatı hükümleri ile kurumsal yönetim ilkelerine ilişkin düzenlemelere uyulur. Genel kurulda alınan kararlar, muhalifler ve hazır bulunmayanlar dâhil Şirket'in bütün pay sahipleri için bağlayıcıdır. Şirket genel kurulu olağan veya olağanüstü olarak toplanır. Genel kurul toplantıları, Şirket genel merkezinde ya da ilgili Kanunlarca uygun olan ve Şirket Yönetim Kurulunun tespit edebileceği başka bir yerde yapılır. Olağan genel kurul, yönetim kurulu tarafından Şirket'in mali yılının sona ermesinden itibaren 3 (üç) ay içerisinde toplantıya çağırılır. Olağan genel kurul toplantısında pay sahipleri Türk Ticaret Kanunu'nun 409'uncu maddesinde belirtilen hususları görüşüp karara bağlarlar. Olağanüstü genel kurul Şirket'in işlerinin gerektirdiği her durumda toplanır. Bu toplantılara davette, TTK'nın ilgili maddelerinin hükümleri uygulanır.

Şirket'in genel kurul toplantılarına katılma hakkı bulunan pay sahipleri bu toplantılara, TTK'nın 1527'nci maddesi uyarınca elektronik ortamda da katılabilir. Şirket, "Anonim Şirketlerde Elektronik Ortamda Yapılacak Genel Kurullara İlişkin Yönetmelik" hükümleri uyarınca hak sahiplerinin genel kurul toplantılarına elektronik ortamda katılmalarına, görüş açıklamalarına, öneride bulunmalarına ve oy kullanmalarına imkân tanıyacak elektronik genel kurul sistemini kurabileceği gibi, bu amaç için oluşturulmuş sistemlerden de hizmet satın alabilir. Yapılacak tüm genel kurul toplantılarında Esas Sözleşme'nin bu hükmü uyarınca kurulmuş olan sistem üzerinden veya destek hizmeti alınacak sistem üzerinden hak sahiplerinin ve temsilcilerinin, anılan yönetmelik hükümlerinde belirtilen haklarını kullanabilmesi sağlanır.

Genel Kurul toplantılarında pay sahipleri, Sermaye Piyasası Kurulunun vekâlet yoluyla temsile ilişkin düzenlemelerine uygun olarak, kendilerini diğer pay sahiplerine veya hariçten tayin edecekleri vekil vasıtasıyla temsil ettirebilirler. Pay sahipleri, oy haklarını genel kurulda paylarının toplam itibari değeriyle orantılı olarak kullanır.

**21.18. İhraççının yönetim hâkimiyetinin el değiştirmesinde gecikmeye, ertelemeye ve engellemeye neden olabilecek hükümler hakkında bilgi:**

Esas Sözleşme kapsamında yönetim hâkimiyetinin el değiştirmesine ilişkin herhangi bir sınırlama bulunmamaktadır. Şirket'in yönetim hâkimiyetinin el değiştirmesine ilişkin olarak başta TTK ve SPK'n olmak üzere Şirket'in bağlı olduğu ilgili mevzuat hükümleri geçerlidir.

**21.19. Payların devrine ilişkin esaslar:**

Esas Sözleşme kapsamında Şirket paylarının devrine ilişkin herhangi bir sınırlama bulunmamaktadır. Şirket paylarının devrine ilişkin olarak başta TTK ve SPKn olmak üzere Şirket'in bağlı olduğu ilgili mevzuat hükümleri geçerlidir.

**21.20. Sermayenin artırılmasına ve azaltılmasına ilişkin esas sözleşmede öngörülen koşulların yasanın gerektirdiğinden daha ağır olması halinde söz konusu hükümler hakkında bilgi:**

Yoktur.



## 22. ÖNEMLİ SÖZLEŞMELER

### *Kredi Genel Hükümler Sözleşmeleri*

22 Eylül 2014 tarihinde, Şirketler sıfatıyla Şirket ile Ay Marka Mağazacılık A.Ş. ("**Ay Marka**"), Bank of America Merrill Lynch International Limited, ("**Düzenleyici**"), the Commercial Bank (Q.S.C), ("**Global Kredi Temsilcisi**"), Alternatif Bank A.Ş., ("**Konvansiyonel Kredi Temsilcisi**"), Barwa Bank Q.S.C., ("**Yatırım Temsilcisi**"), Fibabanka A.Ş. ("**Teminat Temsilcisi**") arasında bir kredi genel hükümler sözleşmesi akdedilmiştir. Söz konusu kredi genel hükümler sözleşmesi, 24 Ekim 2016 tarihinde, Beymen, Ay Marka, Düzenleyici, Global Kredi Temsilcisi, Konvansiyonel Kredi Temsilcisi, Yatırım Temsilcisi ve Teminat Temsilcisi arasında imzalanan bir tadil sözleşmesi yoluyla tadil edilmiş ve yeniden düzenlenmiş ve daha sonra Şirket, Ay Marka ve Global Kredi Temsilcisi arasında 10 Nisan 2017'de imzalanmış olan bir Tadil Mektubu yoluyla tadil edilmiştir (muhtelif zamanlarda tadil edilmiş hali ile "**Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi**"). 24 Ekim 2016 tarihindeki tadil ve yeniden düzenleme ile birlikte Türkiye İş Bankası A.Ş. de Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi'ne taraf olmuştur.

Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi, Şirket'in ve Ay Marka'nın mevcut kredilerinin refinanse edilmesi, BOYP'a grup içi kredi sağlanarak BOYP'un mevcut kredilerinin refinanse edilmesi ve Şirket'in yatırım harcamalarının finanse edilmesi amacıyla imzalanmıştır. 31 Aralık 2017 itibarıyla, Şirket'in Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi'den doğan mali yükümlülüklerinin toplam tutarı 105.909.550 ABD Doları'dır. Bu Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi kapsamında Şirket'e sağlanan toplam tutarının %50'den fazlası (31 Aralık 2017 tarihi itibarıyla BOYP'a tahsis edilmiş muaccel tutar 235.246.310 TL'dir) BOYP'a tahsis edilmiştir. BOYP, Halka Arz'dan elde edeceği hasılat ile Şirket'e olan borcunun tamamını ödemeyi planlamaktadır. Şirket ise BOYP'tan alacağı bu ödeme akabinde, Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi kapsamındaki borcunu kapatmayı planlamaktadır. Şirket'e yapılacak olan net ticari olmayan alacakların ödenmesi neticesinde, cari kredi tutarı arasında fark olması durumunda ise, Şirket kredinin kalan kısmını ödeme tarihindeki nakit ve nakit benzerlerinden ve/veya kısa vadeli banka kredisi limitlerinden karşılayacaktır. 31 Mart 2018 tarihi itibarıyla bahsi geçen bu fark 38.896.227,22 TL'dir (384.165.658,22 TL eksi 345.269.431 TL). İlgili tüm gelişmeler KAP vasıtasıyla kamuya açıklanacaktır. Şirket Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi tahtındaki borcum erken ödenmesi sebebiyle herhangi bir gider doğmayacağını düşünmektedir. Şirket'in Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi tahtındaki borcun kapatılacağına ilişkin vermiş olduğu beyan için 28.2 başlığına bakınız.

Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi, aşağıdaki kredileri içeren iki adet konvansiyonel kredi sözleşmesini düzenlemektedir: (i) Beymen, Ay Marka ve Konvansiyonel Kredi Temsilcisi arasında 22 Eylül 2014 tarihli (24 Ekim 2016'da tadil edilip tekrar düzenlenmiş haliyle) 80.000.000 ABD Doları tutarında bir kredi sözleşmesi ("**Konvansiyonel Kredi A Sözleşmesi**") ve (ii) Beymen, Ay Marka ve Konvansiyonel Kredi Temsilcisi arasında 24 Ekim 2016 tarihli 73.192.000 ABD Doları tutarında bir kredi sözleşmesi ("**Konvansiyonel Kredi B Sözleşmesi**").

Ayrıca, Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi, aşağıdaki kredileri içeren iki adet murabaha kredi sözleşmesini düzenlemektedir: (i) Şirket ile Yatırım Temsilcisi arasında, 29 Eylül 2014 tarihli (24 Ekim 2016'da Şirket, Ay Marka ve Yatırım Temsilcisi arasında tadil edilip tekrar düzenlenmiş haliyle), 70.000.000 ABD Doları (24 Ekim 2016'da tadil edilmiş hali ile 36.582.000 ABD Doları) tutarında bir murabaha kredi sözleşmesi ("**Murabaha Kredisi A Sözleşmesi**") ve (ii) Şirket, Ay Marka ve Yatırım Temsilcisi arasında, 24 Ekim 2016 tarihli, 18.870.000 ABD Doları tutarında bir murabaha kredi sözleşmesi ("**Murabaha Kredisi B Sözleşmesi**").

### *Genel Taahhütler*

#### Temettüler ve Hisse İtfaları

Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi uyarınca, Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi tahtında belirtilen bazı istisnalara tabi olmak kaydıyla, Şirket, herhangi bir temettü ilan etme, yapma veya ödeme veya herhangi bir

temettüyü veya hisse prim rezervini geri ödeme veya dağıtma iznine sahip değildir. Ancak söz konusu kısıtlama aşağıda yer alan temettü dağıtımları için geçerli olmayacaktır:

(a) Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi tahtında temin edilen kredilerin gelirleri kullanılarak dağıtılan herhangi bir temettü,

veya

(b) Kredi Genel Hükümler Sözleşmesine ilişkin bir temerrüt söz konusu olmaması veya söz konusu temettü dağıtımının yapılması neticesinde herhangi bir temerrüt oluşmaması; ve

(c) Söz konusu temettü dağıtımı dikkate alındığında, Beymen ve Ay Marka'nın toplam borcunun (Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi'nde tanımlandığı üzere) toplam uyarlanmış FAVÖK'e (Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi'nde tanımlandığı üzere) oranının, Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi'nde belirtilen bazı eşikleri aşmaması.

### Kontrol Değişikliği

Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi Şirket için zorunlu erken ödeme yükümlülüğünü tetikleyebilecek olan bir kontrol değişikliği hükmü içermektedir. Bu hüküm Boyner Holding ve Mayhoola'nın (tek başlarına veya birlikte) aşağıdaki durumlardan birini kaybetmeleri halinde uygulama alanı bulmaktadır:

(a) Doğrudan veya dolaylı olarak, (i) Şirket'in genel kurulunda kullanılabilir olan oyların %66,6'sını kullanma veya kullanılmasını kontrol etme, (ii) Şirket yönetim kurulu veya eşdeğer yöneticilerinin tamamını veya çoğunluğunu atama veya görevden alma, ya da (iii) Şirket'in işletme veya finansal politikalarına ilişkin olarak yöneticilerin veya eşdeğer kişilerin uymakla zorunlu olduğu talimatlar verme hakkına (pay sahipliği, vekalet, sözleşme veya sair suretle) sahip olunması; veya

(b) Doğrudan veya dolaylı olarak Şirket sermayesinin en az %66,6'sına sahip olunması.

Halka arz işlemi neticesinde Boyner Holding, Şirket paylarının 24,40%'ına (ek satış hakkının tamamen kullanılması durumunda 21,83%'ına) ve Mayhoola, Şirket paylarının 24,33%'ına (ek satış hakkının tamamen kullanılması durumunda 21,77%'ına) dolaylı yoldan sahip olmaya devam edecektir. Bu durumda, Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi tahtındaki kontrol değişikliği maddesi uyarınca Şirket'in erken ödeme yükümlülüğü doğacaktır. Ancak, BOYP yönetim kurulunun, 20 Nisan 2018 tarihinde aldığı kararı (12 sayılı) uyarınca BOYP, Şirket'in halka arzından elde ettiği gelirin bir kısmını, Şirket'e olan net ticari olmayan borçlarının tamamının kapatılması için kullanılacaktır. Şirket ise, BOYP'tan olan alacağının kapatılması vasıtasıyla elde edeceği nakdin tamamını, Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi kapsamındaki borcunu kapatmak amacıyla kullanacaktır. Bu doğrultuda Şirket, Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi tahtındaki borcunu erken ödeme yükümlülüğü doğar doğmaz ödeyecek olup, kontrol değişikliği sebebiyle herhangi bir temerrüt durumu oluşmayacaktır. Kontrol değişikliği ve elden çıkarmaya bağlı zorunlu erken ödeme meydana gelmesi üzerine ödemenin gerçekleştirilmemesi durumunda ise, Şirket temerrüde düşecek ve henüz kullandırılmamış kredi limitleri derhal iptal edilecektir. Konu hakkında detaylı bilgi ayrıca işbu İzahname'nin 19.5 sayılı bölümünde yatırımcıların dikkatine sunulmaktadır.

Şirket'in Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi tahtındaki borcunun erken ödenmesine ilişkin Şirket beyanı işbu İzahname'nin "28.2. Halka arzın gerekçesi ve halka arz gelirlerinin kullanım yerleri" başlıklı bölümünde yatırımcıların dikkatine sunulmaktadır.

### Elden Çıkarmalar ve Takyidat Yasağı

Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi Şirket için zorunlu erken ödeme yükümlülüğünü tetikleyebilecek olan, mal varlığının elden çıkartılmasına ilişkin bir hüküm de içermektedir. Bu bağlamda, Şirket malvarlıklarının tamamının veya önemli bir kısmının elden çıkartılması durumunda zorunlu erken ödeme hali meydana

gelmektedir. Ayrıca Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi, diğer taahhütlerin yanı sıra, Şirket'in varlıklarını veya alacaklarını satmasını, devretmesini veya sair şekilde elden çıkarmasını engelleyen bir taahhüt de içermektedir. Ancak bu kısıtlamalar, yapılan satış, kiralama, devir veya sair şekilde elden çıkarmanın (i) olağan iş seyri içinde gerçekleşmesi, veya (ii) karşılığında tür, değer ve kalite bakımından benzer veya daha iyi bir malvarlığı ile değiştirilmesi, veya (iii) Kredi Genel Hükümler Sözleşmesinde tutar olarak belirlenen eşiklerin altında kalması durumlarında uygulanmayacaktır.

Yukarıdakine ilaveten, Şirket, Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi tahtında aykırılık halinde temerrüt hali meydana getirebilecek olan bazı genel taahhütlerde de bulunmaktadır. Bu taahhütler, diğerlerinin yanı sıra, Şirket'in varlıkları üzerinde herhangi bir teminat tesis etmesini veya bir teminat mevcut olmasını engelleyen bir taahhüt de içermektedir. Ancak takyidat yasağına ilişkin bu taahhüt, Şirket operasyonları için engel teşkil etmeyecek yeterli istisnalara tabi kılınmıştır.

### Sigorta Gelirleri

Şirket'in sigorta geliri tahsil etmesi halinde zorunlu erken ödeme hali meydana gelecektir; ancak sigortadan elde edilen gelirin 1.000.000 ABD Dolarından az olması veya ilgili Şirket'in Global Kredi Temsilcisi'ne söz konusu sigorta ödemesi ile üçüncü bir tarafın talebinin karşılanacağını ya da ödeme ile sigorta gelirine sebebiyet veren zararını karşılayacağını bildirmesi halleri istisna tutulmuştur ve bu halde zorunlu erken ödeme söz konusu olmayacaktır.

### *Teminat Hakları*

Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi tahtında, Şirket, kredi verenler lehine çeşitli teminat hakları temin etmiş bulunmaktadır. Bu teminat hakları şunları içermektedir: (i) Beymen'in Türkiye Garanti Bankası A.Ş.'den kredi kartı alacaklarına ilişkin olarak; Beymen ile Teminat Temsilcisi arasında, birinci derece teminat amaçlı devir (temlik) sözleşmesi ve (ii) Kredi Genel Hükümler Sözleşmesinde belirtilen hesaplar üzerinde, Beymen ile Teminat Temsilcisi arasında düzenlenen birinci derece hesap rehin sözleşmeleri.

### **Marka Sözleşmeleri**

#### *Mono-brand Sözleşmeleri*

Şirket, mono-brand mağazalarını kurmak ve işletmek için, uluslararası lüks markalar ile bazı sözleşmeler imzalamaktadır ("**mono-brand sözleşmeler**"). 31 Aralık 2017 itibariyle, Şirket tarafından 15 adet mono-brand mağaza işletilmekte olup İstinye Park ve Zorlu Center alışveriş merkezlerindeki çeşitli mağazalar ve Nişantaşı, İstanbul ilçesindeki mağazalar için Dolce & Gabbana, Celine, Bottega Venetta, Etro, Brunello Cuccinelli, Saint Laurent, Valentino, Tory Burch, Tods ve Dsquared2 ile imzalanmış 10 adet mono-brand sözleşmeye taraf bulunmaktadır. Buna ilaveten, işbu İzahname tarihi itibariyle, hâlihazırda operasyonel durumda olan mono-brand mağazası için bir mono-brand sözleşmenin nihai hale getirilmesi konusunda, Stella McCartney ile müzakere sürecinde bulunmaktadır.

Genel olarak, bu mono-brand sözleşmeler, Şirket'e, bazı satın alma taahhütleri ve duruma göre bazı yan yükümlülükler (diğer bir ifade ile, fikri mülkiyete ilişkin lisans bedeli ödemeleri, reklam taahhütleri ve dekorasyon masrafları) karşılığında ilgili markanın çeşitli özelliklerini kullanarak bir mono-brand mağaza tesis etme ve işletme ve söz konusu markaların ürünlerini satma hakkı tanımaktadır. Mono-brand sözleşmeler, ilgili marka mağazanın işletimini denetleme hakkını saklı tutarken Şirket'in, mono-brand mağazaları, kendi iş ilkeleri doğrultusunda işletmesine izin vermektedir.

Mono-brand sözleşmelerin tamamında, Şirket, sözleşmenin süresinin tamamı kapsamına giren her bir sezon için, genellikle satın alma değeri üzerinden ve nadiren müşteri talebinin karşılanması ve ilgili markanın tüm koleksiyonun yansıtılması vaatleri olarak, asgari satın alma taahhütleri vermiş bulunmaktadır. Hedeflerin karşılanamaması durumunda, ilgili marka, mono-brand sözleşmeyi feshetme hakkına sahip olabilmektedir.

Ayrıca, mono-brand sözleşmelerin tamamında, Şirket, ilgili markanın vizyonu ve görüşleri doğrultusunda mağaza dekorasyonlarını yürütmeyi taahhüt etmektedir. Bu İzahname'nin tarihi itibarıyla, mono-brand sözleşmelerin altı tanesinde, ilgili mono-brand mağazanın tesisi için Şirket'in yaptığı yatırım harcamalarının marka tarafından Şirket'e belli bir miktarda iade edilecek olduğu düzenlemesine yer verilmektedir. Buna ek olarak, mono-brand sözleşmelerin tamamında, Şirket, kendisi tarafından söz konusu markaya ödenen satın alma meblağının %2,5'i ile %4'ü arasında değişen tutarlarda olmak üzere bazı reklam giderleri yapma taahhüdünde bulunmaktadır. Bu mono-brand sözleşmelerin bazıları, ilgili marka üzerine de aynı katkıyı yapma yükümlülüğü getirmektedir.

Buna ilaveten, "Dolce & Gabbana" markası ile imzalanan mono-brand sözleşme uyarınca, İstinye Park ve Zorlu Center alışveriş merkezlerindeki mono-brand mağazalar için, Şirket'in bir lisans bedeli ücreti ödemesi gerekmektedir. Ayrıca, Bottega Veneta ile imzalanan mono-brand sözleşmeye göre, İstinye Park alışveriş merkezindeki mono-brand mağaza için, Şirket yine bir lisans bedeli ödemeyi taahhüt etmiştir.

Mono-brand sözleşmelerin tümü, "kontrol"ü, çeşitli eşikler ve konseptler üzerinden tanımlarken Şirket'in kontrolünde bir yönetim değişikliği durumunda Şirket'in markaya bildirim göndermesini gerektirmektedir. Bu mono-brand sözleşmelerin bazıları, markaya, Şirket'in hissedarlık yapısındaki olası bir değişiklik ile ilgili mono-brand sözleşmelerde sağlanan tanımları karşıladığı takdirde, mono-brand sözleşmeleri feshetme yetkisi vermektedir. Halka Arz'da satılan hisse miktarına bağlı olarak, Şirket'in yönetim yapısındaki olası değişiklikler veya Şirket'in hissedarlık yapısındaki değişiklikler, Şirket'in, ilgili markalardan gerekli onayları almasını gerektirmektedir. İşbu İzahname tarihi itibarıyla, ilgili markalardan gerekli onayların alınması amacıyla yazılı bildirim gönderilmiş ve gereken adımlar atılmıştır.

Bu mono-brand sözleşmelerin süresi genelde, 10 sezona tekabül eden beş yıldır. Genellikle, mono-brand sözleşmelerin süresi sona erdikten sonra otomatik yenilenmelerini öngören maddeler konulmadığından, sözleşmeler, ilgili markalar ile sürelerinin sonunda müzakere edilmek suretiyle yenilenmektedir. Bu şekilde, Şirket, mono-brand mağazaların performansını takip ettikten sonra ilgili markanın söz konusu mono-brand mağazada iyi performans göstermediği kanaatine varır ise, o marka ile mono-brand sözleşmeyi yenilememe opsiyonuna sahip olmaktadır. Şirket, mono-brand mağazaların kira sözleşmelerine taraf olduğundan, ilgili markayı, ilgili markanın mono-brand sözleşmesinin süresinin bitiminde, tek taraflı feshi üzerine ya da karşılıklı anlaşma uyarınca sona erdirilmesi üzerine, önemli mağaza lokasyonlarında daha iyi potansiyel sunan başka bir marka ile değiştirebilmektedir.

#### *Multi-brand Sözleşmeler*

Şirket, genelde, multi-brand mağazalarda satılan markalar için uzun vadeli sözleşmeler imzalamamakta ve böylece, hangi markaların ürünlerinin satın alınıp mağazalarda satışa sunulacağına karar vermede ve her sezon marka portföyünü değiştirmede esnekliğe sahip olmaktadır. Bunun yerine, Şirket, çeşitli markalara verdiği sezonluk siparişlere dayalı olarak hareket etmektedir.

Ancak, "tünel mağaza"larda (*corner store*, sadece söz konusu markanın ürünlerinin teşhir edilmesi için multi-brand mağazalarda ayrılan özel bir alan) ve "shop-in-shop mağazalar"da (söz konusu markaya ayrılmış ayrı bir girişi olan bir tünel mağaza) satılmakta olan, Şirket portföyündeki birkaç marka için, yazılı sözleşmeler imzalanmıştır ("**multi-brand sözleşmeler**"). Söz konusu markalar, diğerlerinin yanı sıra, "Allsaints", "Balenciaga" ve "Canali"yi içermektedir. Bu multi-brand sözleşmeler, öngördükleri hukuki çerçeve bakımından Şirket'in mono-brand sözleşmeleri ile birkaç benzerlik göstermektedir. Ek olarak, "Allsaints" ile Şirket arasındaki multi-brand sözleşmede, sözleşmede belirtildiği gibi açılacak mağazalar, corner'lar ve shop in shop'lar gibi tesisler için, Şirket'in, Mayıs 2020 itibarıyla bir lisans bedeli ödemesi gerekeceği öngörülmektedir.

Buna ilaveten, Şirket, multi-brand mağazalarda satılacak ürünlerin alımı için "Coach", "Ralph Lauren" ve "Christian Louboutin" (yalnızca kozmetik ürünler için) ile yazılı sözleşmeler imzalamış bulunmaktadır. Bu sözleşmeler, asgari alım, reklam veya dekorasyon taahhütleri gibi özel şartlar içermemektedir.

## *Beymen Özel Moda Markaları Sözleşmeleri*

Şirket, genelde Beymen özel moda markalı ürünlerin imali konusunda ve ham madde (diğer bir ifade ile, kumaş) tedariki konusunda uzun vadeli sözleşmeler imzalamamaktadır ve bu durum, Şirket'in, gerekli gördüğü takdirde, her sezon imalatçıları kolayca değiştirmesine olanak tanımaktadır. Ancak Şirket 2018 yılının Mart ayı itibariyle, bazı büyük firmalar ile sözleşmeler imzalamaya başlamıştır. Sözleşmesi olmayanlarla da, Şirket, münferit sipariş formlarına dayalı olarak ilerlemektedir. Bu siparişler, bazı ortak şartlar içermektedir. Örneğin, bu siparişler uyarınca, tedarikçiler, satın aldıkları kumaş ve yan ürünlerin kimyasal testlerini yürütmekten sorumludur. Ayrıca, eğer ürün kalite kontrolü iki kez geçemez ise veya tedarikçi zamanında teslimat gerçekleştirmez ise Şirket lehine bazı indirimler uygulanmaktadır. Bir ayı aşan geç teslimler, Şirket'e siparişi iptal etme hakkını vermektedir. Ayrıca, Şirket'in düşük kalite, aşırı veya kusurlu üretim nedeniyle satın almadığı ürünleri, tedarikçi, bir yıl boyunca üçüncü şahıslara satamamaktadır ve o yıldan sonra bunları satmadan önce şirkete ait tüm etiketleri çıkarmak durumundadır. Son olarak, siparişlerde, ürünlerin taşınması ile ilgili maliyetlerden tedarikçinin sorumlu olacağı öngörülmektedir.

## *Kira Sözleşmeleri*

### *Kira Sözleşmelerine İlişkin Genel Açıklama*

31 Aralık 2017 itibariyle, Şirket, İstanbul, Ankara, İzmir, Antalya ve Bursa da dâhil çeşitli şehirlerde multi-brand mağazalar, mono-brand mağazalar ve Beymen Club mağazalara ve aynı zamanda İstanbul'daki outlet mağazalara ilişkin olarak birçok kira sözleşmesine taraftır. Şirket, bu sözleşmeleri, alışveriş merkezlerinde yer alan mağazalar için alışveriş merkezi işleticileri ile caddelerde yer alan mağazalar için ise, çeşitli mal sahipleri ile imzalamaktadır. Şirket, genelde, bu tür kira sözleşmelerinin şartlarını kollektif olarak Boyner Grubu ile birlikte müzakere etmektedir ve çoğunlukla kendi standart tip sözleşmelerini kabul ettirmeyi tercih eden prestijli alışveriş merkezleri ve mal sahiplerine karşı müzakere gücünü arttırmaktadır. Ancak, Şirket, sözleşmeleri, Boyner Grubu'nun ilkeleri doğrultusunda, önerilen sözleşmelerin şartlarını müzakere ve tadil etmek suretiyle veya Şirket'in uygulanmasını istediği hüküm ve şartları yansıtan ilave protokoller imzalamak suretiyle şekillendirebilmektedir. Şirket Boyner Grup'un bu avantajlarından faydalanmayı sürdürmeyi beklemektedir.

Genel olarak, bu kira sözleşmeleri, Şirket'in, kiralık tesisleri alt kiraya vermesine veya üçüncü şahıslara (bayiler, restoranlar ve kafeler) kullandırmasına veya işlettirmesine izin vermektedir. Bu doğrultuda, Şirket, portföyündeki önemli sayıda mağazayı doğrudan işletiyor olmasına karşın, kiracısı olduğu bazı mağazalarını (bazı Beymen Club mağazalarını ve bazı multi-brand mağazaları içerisinde yer alan belirli alanları) alt kiraya vermektedir. Şirket'in, kira sözleşmelerinde ana kiracı olması, Şirket'in, düşük performans gösteren mono-brand'ler veya bayileri (örneğin, Beymen Club mağazalarını işletenler) değiştirmesine olanak tanımaktadır. Kira sözleşmelerinin çoğunluğu, Şirket'in, sözleşmeyi, kiraya verenden onay almasına gerek olmaksızın Boyner Grubunun başka bir üyesine devretmesine de izin vermektedir.

Kira sözleşmelerinin çoğunluğu, (i) Şirket'in hissedarlık yapısında meydana gelecek bir değişikliğin sözleşmenin feshine yol açmayacağı, veya (ii) Şirket'i kontrol eden ortağın Şirket'in hisselerinin %51 veya daha fazlasını elinde bulundurmaya devam edeceği pay sahipliği değişikliklerinin kiraya verene fesih veya diğer bir hak tanımayacağı, veya (iii) bir halka arzın, kontrol değişikliği üzerine fesih haklarının doğmasından muaf olduğuna dair hükümler içermektedir.

Kira bedeli ödemesi ile ilgili düzenlemelerin çoğu, döviz cinsindedir (Avro ve ABD Doları), birkaç sözleşme ise, kira bedellerinin TL cinsinden ödenmesini öngörmektedir. Çeşitli kira sözleşmelerinde kira bedellerinin belirlenmesine dair üç yöntem olarak, kira bedeli (i) sabit olabilmekte, (ii) sadece ciro kirası şeklinde olabilmekte (ilgili ayın gelirinden belirli bir pay) veya (iii) sabit veya ciro kirasından daha yüksek olanı olabilmektedir.

Ayrıca, son yıllarda imzalanan kira sözleşmelerinin bazılarında (diğer bir ifade ile, 2015, 2016 ve 2017 yıllarında imzalanan sözleşmelerden bazıları) mağazanın kuruluşu ile ilgili ilk yatırım harcamalarına veya mağazaların dekorasyon masraflarına kiraya verenlerin katılmasına dair taahhütler içermektedir.

Kira sözleşmelerinin süreleri, kiralanan gayrimenkulün büyüklüğü ve lokasyonuna bağlı olarak 5 ila 15 yıl arasında değişmektedir. Genelde, Şirket, sözleşmenin bir ila beş yıllık bir süre ve istisnai olarak 10 yıllık bir süre için yenilendiğini tek taraflı olarak beyan etme hakkına sahip bulunmaktadır. Bu tür sözleşmelerin çoğu ile ilgili olarak, yenileme dönemlerinde ödenecek yeni kira bedellerinin önceden belirlenmesi imkanı bulunmaktadır. Ayrıca, bu kira sözleşmelerinde, Şirket'in, sözleşmede belirlenen belli bir süre geçtikten sonra, sözleşmenin süresinden önce feshini ilan edebileceği (bu tür bir fesih ile ilgili herhangi bir tazminat ödeme yükümlülüğü olmaksızın) düzenlenmektedir.

Buna ilaveten, bazı mağazaların işletildiği alışveriş merkezlerindeki depolar, Çatalca'daki ufak çaplı depolama yerleri, Levent'teki stüdyo (diğer bir ifade ile, e-ticaret kanalı için fotoğraf çekimleri için kullanılan stüdyo), merkez ofisler için kira sözleşmeleri ve mağazaları tamamlayıcı nitelikteki birkaç restoran, café ve kuaför için de bazı alt-kira ve işletme sözleşmeleri mevcuttur.

#### *Zorlu Center Mağazasına İlişkin Kira Sözleşmesi*

Şirket'in Zorlu Center alışveriş merkezinde yer alan amiral mağazasına ilişkin kira sözleşmesi 2013 yılında imzalanmış olup, sözleşmenin süresi 15 yıldır. Kira sözleşmesi uyarınca, Şirket tarafından fesih ihbarı gönderilmedikçe (ve kiralayan tarafından kanuni hakları çerçevesinde fesih davası açılmadıkça) sözleşmenin süresi bir yıl süreyle kendiliğinden uzamaktadır. Bu durumda taraflar yeni bir asgari kira bedelinde anlaşamazlarsa bir önceki yılın asgari kira bedeli %10 oranında artırılabacaktır.

Kira sözleşmesi uyarınca; (i) sözleşmede yer alan herhangi bir borcun vadesinde ve kararlaştırıldığı gibi ödenmemesi (aynı kira dönemi içinde üç defayı, toplam Sözleşme süresi zarfında 10 defayı geçmemek üzere herhangi bir ödeme yükümlülüğünün 15 günden az gecikerek yerine getirilmesi hariç), (ii) mağaza işletmesi için gerekli yasal izinlerin alınmaması/iptal edilmesi, (iii) mağazanın amaca aykırı kullanılması, (iv) kiraya verene verilmiş olan beyanların gerçeğe uygun olmaması (personel ve sistem hatalarının ispatlanması hariç) veya bu beyanlarda meydana gelen esaslı mahiyette değişikliklerin bildirilmemesi, (v) verilen teminatların geçersizliği, (vi) iflas durumu, kayyum atanması, konkordato ve benzeri düzenlemeler, tasfiye ve benzerleri, (vii) mağazadaki faaliyetin öngörülen istisnai haller ve kiraya verenden kaynaklanan haller dışında 45 günden fazla kesintiye uğraması ve (viii) mağazanın faaliyetinin idari işlemlerden dolayı 45 günden fazla kesintiye uğraması halleri temerrüt halleri olarak tanımlanmıştır. Yukarıda sayılan bu temerrüt halleri, kira sözleşmesinde belirlenen iyileştirme süreleri içerisinde giderilmez ise, kiraya verenin sözleşmeyi yazılı ihbarla tek taraflı fesih hakkı bulunmaktadır. Kiraya verenin kanundan kaynaklanan fesih hakları saklıdır.

#### *İstinye Park Mağazasına İlişkin Kira Sözleşmesi*

Şirket'in İstinye Park alışveriş merkezinde yer alan amiral mağazasına ilişkin kira sözleşmesi 2007 yılında imzalanmıştır. Kira sözleşmesinin süresi 10 yıl olup, ilk 10 yıllık süresi 2017 yılında dolmuş olduğundan sözleşmenin süresi ek protokol yapılmak suretiyle 31 Aralık 2027 tarihine kadar uzatılmıştır. Şirket'in alışveriş merkezi yönetimine belirlenen kurallara aykırı davranması, genel düzeni bozucu, zarar verici davranışlar sergilemesi, yönetim kararlarına ısrarla aykırı davranması, mağazanın kullanım amacını izinsiz değiştirmesi/amaca aykırı kullanılması sözleşmeye aykırılık halleri olarak belirlenmiştir. Ayrıca, sözleşmede belirlenen istisnalar haricinde Şirket'in sözleşmeyi kiraya verenden izinsiz olarak devretmesi de sözleşmeye aykırılık hali olarak belirlenmiştir. Örneğin, Şirket'in hisselerinin %51'inin veya daha fazlasının Boyner Grubu dışında izinsiz olarak devri hali sözleşme ihlali olarak belirlenmiş; ancak bu maddeden Şirket'in halk arzı kapsamında yapacağı hisse devirleri hariç tutulmuştur. Sözleşmeye aykırılık olarak belirlenen bu durumlarda Şirket'in kiraya veren tarafında kendine tanınan süre içerisinde ihlali gidermesi gerekmekte olup, söz konusu ihlal süresi içinde giderilmezse kiraya verenin tek taraflı fesih hakkı doğmaktadır. Kiraya verenin kanundan kaynaklanan fesih hakları saklıdır.

## *Suadiye Mağazasına İlişkin Kira Sözleşmesi*

Şirket'in İstanbul Suadiye'de yer alan, Eylül 2017'de açılan ve olgunlaştıktan sonra Şirket'in en büyük üçüncü multi-brand mağazası (amiral mağazalarından biri) olması beklenen, mağazasına ilişkin kira sözleşmesi 2017 yılında imzalanmıştır. Sözleşmenin süresi 15 yıldır. Kira sözleşmesinde Şirket'in sözleşmeyi ihlal etmesi durumuna ilişkin genel bir fesih maddesi öngörülmüş olup, buna göre; Şirket'e tahmil olunan esaslı mükellefiyetlerin kısmen veya tamamen yerine getirmemesi halinde kiraya veren tarafından gönderilecek 30 günlük ihtar süresinde aykırılık düzeltilmez ise kiraya verenin sözleşmeyi tek taraflı fesih hakkı bulunmaktadır. Ayrıca, Şirket'in iflas durumu hali de temerrüt hali olarak tanımlanmıştır. Söz Kiraya verenin kanundan kaynaklanan fesih hakları saklıdır.

### ***Bayilik Sözleşmeleri***

Şirket, işbu İzahname tarihi itibarıyla, toptan satış operasyonlarımız kapsamında Şirket'in multi-brand mağazaları ve Beymen Club mağazaları ile coğrafi kapsama alanını genişletmek için bayilik veren sıfatıyla sekiz adet aktif bayilik sözleşmesine ("**bayilik sözleşmesi**") taraf bulunmaktadır. Bayilik sözleşmeleri, Şirket'in faaliyeti ve markasını koruyan standart bir şekle sahiptir.

Şirket, markasını korumak ve bayiler tarafından işletilen mağazaların (31 Aralık 2017'de sona eren yıl itibarıyla toplam 15 mağaza bayiler tarafından işletilmektedir ve bu mağazalardan elde edilen hasılat net satışların %5,1'sine tekabül etmiştir), Şirket standartları doğrultusunda, Şirket'in müşteri hizmetleri mükemmeliyetini sergilediklerinden emin olmak için kontrol uygulamaktadır. Bu doğrultuda, bayiler, ürünleri seçmekte, siparişlerini belirlemekte ve Şirket'in onayı üzerine siparişleri nihai hale gelmektedir. Bayilik sözleşmesi kapsamında bayiler tarafından satın alınan tüm ürünler, prensip olarak, yalnızca bayilik sözleşmesine konu mağazada satılabilmektedir.

Ayrıca, bayilerin, mağazayı Şirket standartlarına göre dekore etmeleri, başlangıçtaki mağaza tasarımı ve tüm önemli renovasyonlar konusunda Şirket'in önceden onayını almaları, ayrıca bu çalışmalar ile ilgili tüm giderlere katılmaları gerekmektedir. Bayiler, ayrıca, Şirket'in imaj ve pazarlama standartlarına ve tüm işletim standartlarına uymakla yükümlüdürler. Bu doğrultuda, Şirket, bayi personeline zaman zaman eğitimler sağlamaktadır. Buna ilaveten, bayilerin, ihlallere karşı Şirket'in ticaret markalarını korumaları gerekmektedir.

Tüm bayiler, kesin satın alma modeline göre çalışmakta olup, Şirket'ten sezonluk mal satın almaktadırlar. Bayiler sezon sonunda satamadıkları bazı ürünleri Şirket'in envanter riskini bertaraf eden ve sezon sonu satılmayan stoktan kaynaklanan fiyat farkına ilişkin bir ödeme yapmak suretiyle Şirket'e geri iade etmektedirler. Bayiler tarafından işletilen mağazalar tarafından kullanılan POS makinelerinin, Şirket lehine tahsilat garantisi olması için ilgili taraflarca gerekli talimatlar imzalanmaktadır. Bu çerçevede, Şirket, çoğu bayisinden POS makinelerine ilişkin tahsilatlarını temlik yöntemiyle devralmış, bazı bayileri ile de karşılıklı anlaşmaya dayanarak POS makinesi temlik yerine farklı türde teminatlar almıştır. Buna ek olarak, Şirket, bayilerden banka garantileri isteme hakkına sahiptir. 31 Aralık 2017'de sona eren yıl itibarıyla, Şirket'in bayilerinden olan toplam alacağının (TL 31.432.420) yaklaşık %88'i teminat altına alınmıştır.

Ayrıca, bayiler, Şirket tarafından kullanılan bilgi teknolojisi sistemleri ve altyapısını benimsemelidirler. Bu Şirket'in, bayilerin performansını izlemesine ve kontrol etmesine olanak tanımaktadır. Şirket, ayrıca, bayilerin tüm hesapları, envanteri ve sistemlerini denetleme hakkını saklı tutar.

Bayilik sözleşmelerinin süresi iki yıldır ve taraflardan biri bayilik sözleşmesinin bitişinden üç ay önce bir bildirim göndererek sözleşmeyi feshetmediği sürece iki yıllık süreler için kendiliğinden yenilenir. Ayrıca, sözleşme, 60 gün önceden bildirim gönderilmek kaydıyla, fesheden tarafın herhangi bir tazminat ödemesi gerekmeksizin erken feshetme hakkına sahiptir.

## ***Marka Devir Sözleşmesi***

Şirket, yalnızca, bazı Avrupa Birliği ülkelerinde bazı sınıflar altında Beymen ticaret markasını tescil ettirmiş olan bir gerçek kişi ile bir sözleşmeye taraftır. Söz konusu birey ile 2007 yılında bir lisans sözleşmesi imzalanmış olup bu sözleşmeye göre, birey, mülkiyetini saklı tutarak markayı kullanmamayı kabul etmiştir. 2012 yılında, aynı birey ile başka bir sözleşme daha imzalanarak 2007 tarihli lisans sözleşmesi iptal edilmiş Beymen markasının mülkiyetinin Şirket'e devri sağlanmıştır. Bu sözleşme uyarınca, ilgili gerçek kişi anılan markalarının tescilli olduğu ülkelerde hiçbir hakkının bulunmadığını ve gelecekte, söz konusu markalar ile aynı, ayırt edilmeyecek derecede benzer ya da sair surette benzer markalar için başvuruda bulunmayacağını kabul ve taahhüt etmiştir. Ayrıca sözleşme tabi olduğu Alman Hukuku kapsamında gerçek kişinin mirasçılarını da bağlayacak şekilde düzenlenmiştir. Özetle, Şirket söz konusu markanın ve başvurunun – ki anılan başvuruda hali hazırda tescilli bir markadır - devir sözleşmesinin imzalandığı 14.06.2012 tarihi itibarıyla, Topluluk Tasarım Tescili Ofisi (*Office for Harmonisation in the Internal Market*) ("**OHIM**") nezdinde devir işlemleri de tamamlanmış olduğundan tek yasal sahibidir. Anılan markalar sicil kayıtları ile de sabit olacağı üzere her türlü takyidattan aridir.

## ***Lisans Sözleşmeleri***

Fikri mülkiyet konuları ile ilişkili farklı bir düzenleme olarak, Şirket, 2006'dan itibaren, mağazalarda çalışan müzik eserleri için müzik eserleri kurumları ile lisans sözleşmeleri imzalamaktadır. Şirket, Müzik Eseri Sahipleri Grubu (MSG), Türk Fonogram Yapımcıları Meslek Birliği (Mü-YAP), Türkiye Musiki Eseri Sahipleri Meslek Birliği (MESAM) ve Müzik Yorumcuları Meslek Birliği (MÜYORBİR) ile sözleşmelere sahiptir. Bu sözleşmelerde genel ödeme planları kapsamında, bu dört kurumun resmi oranları üzerinden %50 indirim ile (Şirket'in Birleşmiş Markalar Derneğine (BMD) üyeliği nedeniyle) her bir mağazanın net yüzölçümüne göre yıllık ücret ödenmektedir.

## ***Pay Sahipleri Sözleşmesi***

29 Nisan 2015 tarihinde, Boyner Holding ve Mayhoola ("**Taraflar**") arasında, BOYP'un yönetimine ilişkin olarak ilk pay sahipleri sözleşmesi imzalanmıştır. Söz konusu sözleşme, daha sonra 18 Haziran 2015 ve 9 Mart 2017 tarihlerinde tadil edilmiştir. Taraflar, 21 Haziran 2017 tarihinde, yeni bir pay sahipleri sözleşmesi imzalamışlardır ("**Pay Sahipleri Sözleşmesi**"). Pay Sahipleri Sözleşmesi uyarınca, Boyner Holding, dolaylı olarak BOYP sermayesinin %42,8'ine Mayhoola ise dolaylı olarak BOYP sermayesinin %42,68'ine sahiptir ve Pay Sahipleri Sözleşmesi çerçevesinde müşterek kontrol durumu söz konusudur.

Pay Sahipleri Sözleşmesi uyarınca BOYP'un 9 kişilik yönetim kurulunda Mayhoola tarafından atanan üye sayısı 3'tür. Ayrıca, BOYP'ta gerçekleştirilecek önemli nitelikteki bazı genel kurul kararları için esas sözleşmede ağırlaştırılmış nisaplar öngörmüştür. BOYP esas sözleşmesinin 26'ncı maddesinde yer alan genel kurul kararlarının icrası ancak Mayhoola ile Boyner Holding'in birlikte olumlu oy kullanmasıyla mümkündür. Boyner Holding ve Mayhoola'nın BOYP'un oy haklarının toplam %85,48'ine sahip olması nedeniyle müşterek kontrol durumu söz konusudur.

Pay Sahipleri Sözleşmesi, Boyner Holding'in, BOYP ve Beymen de dahil olmak üzere, bir takım iştiraklerinin yönetimini düzenlemekte olup, bazı ticari faaliyetlerin gerçekleştirilmesine yönelik hak ve yetkileri belirlemektedir. Pay Sahipleri Sözleşmesi, BOYP'un iştiraki olan Şirket'in doğrudan karar alma mekanizmasına yönelik düzenlemeler içermemektedir. Pay Sahipleri Sözleşmesi, esasen BOYP'a ilişkin düzenlemelere yönelik olup Pay Sahipleri Sözleşmesi'nden doğan hak ve yükümlülükler nispi niteliktedir; yalnızca Pay Sahibi Sözleşmesinin tarafları (Boyner Holding ve Mayhoola) arasında bağlayıcıdır. Fakat yine de, yatırımcıları ilgilendirebileceği düşüncesi ile aşağıdaki hususlara yer verilmektedir. Pay Sahipleri Sözleşmesi Mayhoola BOYP'un hisselerinin en az %10'unu tuttuğu sürece; Pay Sahipleri Sözleşmesi'nde listelenen ve kısmen BOYP esas sözleşmesinde de yer alan önemli işlemler (*reserved matters*) için Boyner Holding'in BOYP genel kurulu ve yönetim kurulunda olumlu oy kullanması bakımından Mayhoola'nın da rızasının gerekeceğini düzenlemektedir.



Ancak belirtmek gerekir ki, Pay Sahipleri Sözleşmesi tarafı olan Boyner Holding, Beymen'in yönetim kurulunda temsil edilen doğrudan hissedarı olmayıp; Beymen'in hissedarı olarak sadece BOYP karar alma mekanizmasında yer aldığından ve BOYP, Pay Sahipleri Sözleşmesi'nin tarafı olmadığından, bu düzenlemeler BOYP açısından hüküm ifade etmemektedir. Herhangi bir Önemli İşleme dair Boyner Holding ile Mayhoola arasında akdedilen Pay Sahipleri Sözleşmesi, BOYP genel kurulu ve yönetim kurulunda Boyner Holding'in olumlu oy kullanması açısından sözleşmesel nispi bir düzenlemedir.

BOYP'un hissedarlarına doğrudan etki eden bir husus olarak, BOYP'un esas sözleşmesinin 17'nci maddesi kapsamında "*İlgili mevzuat uyarınca zorunlu olan haller saklı kalmak üzere, Şirket tarafından herhangi bir üçüncü kişiye herhangi bir Grup şirketinde Şirketin kayıtlı sermaye tavanı içerisinde kalan tutarlarda hisse, sermayeye dönüştürülebilir borç veya sermayeye dönüştürülebilir diğer menkul kıymetlerin ihraç edilmesi, tahsis edilmesi; veya herhangi bir üçüncü kişiye herhangi bir Grup şirketinin Şirketin kayıtlı sermaye tavanı içerisinde kalan tutarlarda hisselerine, sermayeye dönüştürülebilir borcuna veya sermayeye dönüştürülebilir diğer menkul kıymetlerine iştirak etme hakkı veya opsiyonu tanınması (mevcut hissedarların rüçhan haklarını veya imtiyazlarını sınırlama yolu ile yapılacaklar dahil olmak üzere)*" hususlarında yönetim kurulunun ancak tüm yönetim kurulu üyelerinin mevcudu ile toplanabileceği ve, bağımsız olmayan yönetim kurulu üyelerinden herhangi biri tarafından olumsuz oy kullanılmamış olması şartıyla, toplantıya katılan üyelerin salt çoğunluğunun olumlu oyu ile karar alabileceği hükme bağlanmıştır.

Pay Sahipleri Sözleşmesinde düzenlenen bir Önemli İşleme ilişkin olarak Mayhoola'dan onay alma yükümlülüğü Boyner Holding'in üzerinde olup, Boyner Holding'in Pay Sahipleri Sözleşmesi tahtında Mayhoola'dan bu hususlara dair onay almaması durumunda, yalnızca Pay Sahipleri Sözleşmesi hükümlerine aykırılık söz konusu olabilecek ve taraflar bu aykırılığı Pay Sahipleri Sözleşmesi'nde yer alan hukuki çarelere başvurarak giderebileceklerdir. Önemli İşlemlere dair Boyner Holding veya grup şirketleri seviyesinde herhangi bir ihlal meydana gelmesi ve söz konusu ihlalin 15 iş günü içerisinde giderilmemesi durumunda, Mayhoola'nın Pay Sahipleri Sözleşmesi tahtında kendine tanınan (ve işbu İzahname'nin 19.5 bölümünde açıklanan) satım opsiyonunu yine Pay Sahipleri Sözleşmesi'nde yer alan hükümlere uygun olarak kullanma hakkı bulunmaktadır. Dolayısıyla bu hususun Şirket üzerinde doğurabileceği azami etki, dolaylı pay sahipliği değişikliğidir. Pay Sahipleri Sözleşmesi, BOYP'un iştiraki olan Beymen'in karar alma mekanizmasına yönelik düzenlemeler içermemekle birlikte, yatırımcıların yukarıda yer alan açıklamalara ilişkin olarak bilgilendirilmesinde fayda görülmüştür.

## 23. İHRAÇÇININ FİNANSAL DURUMU VE FAALİYET SONUÇLARI HAKKINDA BİLGİLER

### 23.1. İhraççının Kurulun muhasebe/finansal raporlama standartları uyarınca hazırlanan ve izahnamede yer alması gereken finansal tabloları ile bunlara ilişkin bağımsız denetim raporları:

Türkiye Muhasebe Standartları'na ("TMS") göre hazırlanan ve Kurul'un bağımsız denetime ilişkin düzenlemeleri çerçevesinde denetime tabi tutulan ve izahnamede yer alması gereken 31 Aralık 2015, 31 Aralık 2016 ve 31 Aralık 2017 itibarıyla hazırlanmış olan finansal tablolar ve bunlara ilişkin bağımsız denetim raporları ekte yer almaktadır.

### 23.2. İzahnamede yer alması gereken finansal tablo dönemlerinde bağımsız denetimi gerçekleştiren kuruluşların unvanları, bağımsız denetim görüşü ve denetim kuruluşunun/sorumlu ortak baş denetçinin değişmiş olması halinde nedenleri hakkında bilgi:

İhraççının 31 Aralık 2017, 31 Aralık 2016 ve 31 Aralık 2015 tarihli finansal tablolarının bağımsız denetimini gerçekleştiren kuruluş PwC Bağımsız Denetim ve Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik A.Ş. olup, 31 Aralık 2017, 31 Aralık 2016 ve 31 Aralık 2015 tarihli finansal tablolarından sorumlu ortak denetçi Ahmet Gökhan Yüksel'dir. Bağımsız denetim kuruluşunun görevden alınması, görevden çekilmesi ya da değişmesi söz konusu olmamıştır.

PwC Bağımsız Denetim ve Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik A.Ş.'nin İhraççı'nın 31 Aralık 2017, 31 Aralık 2016 ve 31 Aralık 2015 tarihli finansal tabloları için vermiş olduğu bağımsız denetim raporu görüşleri aşağıda yer almaktadır:

*"Beymen Mağazacılık A.Ş.'nin ("Şirket") ve bağlı ortaklıklarının (hep birlikte "Grup" olarak anılacaktır) 31 Aralık, 2017, 2016 ve 2015 tarihli konsolide bilançoları ile aynı tarihlerde sona eren hesap dönemlerine ait; konsolide kâr veya zarar ve diğer kapsamlı gelir tabloları, konsolide özkaynaklar değişim tabloları ve konsolide nakit akış tabloları ile önemli muhasebe politikalarının özeti de dâhil olmak üzere konsolide finansal tablo dipnotlarından oluşan konsolide finansal tablolarını denetlemiş bulunuyoruz.*

*Görüşümüze göre, ilişikteki konsolide finansal tablolar Grup'un 31 Aralık, 2017, 2016 ve 2015 tarihleri itibarıyla konsolide finansal durumunu ve aynı tarihlerde sona eren hesap dönemlerine ait konsolide finansal performansını ve konsolide nakit akışlarını Türkiye Muhasebe Standartlarına ("TMS'lere") uygun olarak tüm önemli yönleriyle gerçeğe uygun bir biçimde sunmaktadır."*

### 23.3. Son finansal tablo tarihinden sonra meydana gelen, ihraççının ve/veya grubun finansal durumu veya ticari konumu üzerinde etkili olabilecek önemli değişiklikler (üretim, satış, stoklar, siparişler, maliyet ve satış fiyatları hakkındaki gelişmeleri de içermelidir) veya söz konusu hususların bulunmadığı hakkında ifade:

#### **Güncel Ticari Durum ve Beklentiler**

28 Şubat 2018'de sona eren iki aylık dönemde, Şirket'in hasılatı 74.720.262 TL (%37,5) artarak 199.405.054 TL'den 274.125.316 TL'ye yükselmiştir. Bu artış, (i) tüm perakende segmentlerinin 2018'in ilk iki ayında güçlü katkıda bulunması, (ii) 2017'deki aynı dönem ile kıyaslandığında, 2018'in ilk iki ayında mağaza seviyesinde %39,6 bire bir satış büyümesi ve bunun %11,3'ü tutarında bir hacim büyümesiyle desteklenmesi, (iii) 2017'deki aynı dönem ile kıyaslandığında, 2018'in ilk iki ayında turistlere gerçekleştirilen satışların iki katından daha fazlasına çıkmasından kaynaklanmıştır. Ek olarak, Şirket'in ilkbahar-yaz satın alma hacimleri yıldan yıla değerlendirildiğinde yaklaşık %15 artış göstermiştir.

Şirket yönetimi, 31 Mart 2018’de sona eren üç aylık dönem için yayımlayacağı hasılatının, yılın ilk iki ayındaki büyüme trendi ile genel anlamda paralel olmasını (küçük bir düşüş ihtimali ile birlikte) beklemektedir.

### ***İhraççı Hakkındaki Son Gelişmeler***

Şirket, 31 Aralık 2017’den sonra, biri İstanbul, Kartal İstmarina alışveriş merkezi, diğeri ise Maltepe Piazza AVM’de bulunan iki yeni Beymen Club mağazası açmıştır. Şirket, önceden bir bayi tarafından işletilmekte olan ve Bodrum Oasis AVM’de bulunan Beymen Club mağazasını devralmıştır. İlgili mağaza Eylül 2018 sonuna kadar aktif kalacak ve ardından kapanacaktır. 2018 Mayıs ayının sonuna kadar, Bodrum Midtown AVM’de yeni bir Beymen Club mağazası açmayı planlamaktadır. Aynı zamanda Şirket, Mart 2018’de Panora Alışveriş Merkezi’nde yer alan multi-brand mağazasının yenileme ve satış alanı genişletme çalışmalarını tamamlamış ve mağazanın satış alanını %75 oranında büyütülmüştür.

### **23.4. Proforma finansal bilgiler:**

Şirket, Boyner Perakende’nin %100 sahip olduğu Anka ile 30 Kasım 2017 itibarıyla birleşmiş, TFRS’ye göre bu birleşme “ortak yönetime tabi işletme birleşmelerinin haklarının birleşmesi yöntemi” ile gerçekleşmiştir ve finansal tablolarda şerefiyeye yer verilmemiştir. Bu birleşme kapsamında Şirket’in konsolide finansal tabloları geçmiş yıllardan itibaren Anka’nın finansal tabloları ile birleşmiş ve taraflar arasındaki işlemler elimine edilmiştir.

Söz konusu birleşme işlemi Şirket’in toplam varlıkları, satışları, kar ya da zarar kalemleri gibi faaliyetleri ve finansal durumu için brüt gelir, toplam aktif veya dönem net karı/zararı gibi önemli göstergelerden herhangi birinde %25 veya daha fazla oranda önemli bir değişikliğe yol açmadığından proforma finansal tablo hazırlanmamıştır. Anka ile Şirket’in birleşmesinin Şirket’in finansal sonuçlarına olan etkisi işbu İzahname’nin “4.B.b . – *Anka Bileşmesi’nin Finansal Tablolardaki Finansal Etkisi Hakkında Bilgi*” başlıklı bölümde ve Şirket’in TFRS’ye göre hazırlanan konsolide finansal tabloların 2.5’inci ve 3’üncü dipnotlarında açıklanmaktadır.

### **23.5. Proforma finansal bilgilere ilişkin bağımsız güvence raporu:**

Yoktur.

### **23.6. İhraççının esas sözleşmesi ile kamuya açıkladığı diğer bilgi ve belgelerde yer alan kar payı dağıtım esasları ile izahnamede yer alması gereken finansal tablo dönemleri itibarıyla kar dağıtım konusunda almış olduğu kararlara ilişkin bilgi:**

Şirket’in 20 Nisan 2018 tarih ve 15 sayılı Yönetim Kurulu kararı ile teklif edilen ve halka arz sonrası yapılacak ilk genel kurul toplantısında genel kurulun onayına sunulacak olan kar dağıtım politikası kapsamında Şirket, kâr dağıtımına karar verilen genel kurul toplantısında onaya sunulan ve TMS / TFRS esas alınarak hazırlanan konsolide finansal tablolarda yer alan ve kâr dağıtımına göre düzeltilmiş öz kaynaklarının toplam kâr dağıtımına göre düzeltilmiş aktiflerine oranının %20’nin altına düşmeyecek olması kaydıyla, sermaye piyasası düzenlemeleri ve ilgili diğer mevzuat çerçevesinde hesaplanan dağıtılabilir kârının %100’üne kadar nakit kâr dağıtımını yapmayı hedeflemektedir.

Şirket, pay sahiplerine bir defa kar dağıtımını yapmıştır. Bu kar dağıtımını 22.12.2017 tarihli olağanüstü genel kurul toplantısında kararlaştırılmış olup; buna göre Şirket’in 31.12.2016 tarihli bilançosunda görülen geçmiş yıl karlarından, TTK uyarınca ayrılması gereken yasal yedek ve karşılıklar ayrıldıktan sonra kalan net dağıtılabilir kardan 152.596.890,86 TL kar payı ödemesi yapılmıştır. Ayrıca, 30.09.2017 finansal tablolarında yer alan ticari kar tutarına göre 22.12.2017 tarihli olağanüstü genel kurul toplantısında 28.975.674,52 TL tutarında bir meblağın avans kar payı olarak ödenmesine karar verilmiştir. Söz konusu kar payı tutarı, BOYP’un Şirket’ten kullandığı grup içi krediden olan borcundan mahsup edilmek suretiyle ödenmiştir.

28.03.2018 tarihinde yapılan 2017 yılı olağan genel kurul toplantısında, 2017 yılında kar payı avansı olarak dağıtılmış olan 28.975.674,52 TL kar payı olarak dağıtımının onaylanmasına, Şirket'in 2017 yılı karından, 28.975.674,52 TL dağıtılmış olan kar payı avansının mahsup edilmesine, kalan tutardan TTK ve Şirket esas sözleşmesi gereği ayrılması gereken kanuni yedekler indirildikten sonra kalan net tutarın pay sahiplerine dağıtılmayarak olağanüstü yedeklere alınmasına karar verilmiştir.

**23.7. Son 12 ayda ihraççının ve/veya grubun finansal durumu veya karlılığı üzerinde önemli etkisi olmuş veya izleyen dönemlerde etkili olabilecek davalar, hukuki takibatlar ve tahkim işlemleri veya söz konusu hususların bulunmadığı hakkında ifade:**

Şirket, olağan ve faaliyetlerden kaynaklanan çeşitli hukuki işlemlere taraftır. Şirket yönetimi, bu hâlihazırda derdest durumda olan hukuki işlemlerin, Şirket'in finansal durumu, operasyon sonuçları veya nakit akışları üzerinde önemli olumsuz bir etkisi olmasını beklememektedir.

Şirket olağan iş akışı çerçevesinde, (i) bazı eski çalışanlar tarafından başlatılan çalışan talepleri, (ii) üçüncü şahıslara karşı Şirket'in açtığı, fikri mülkiyet ihlalleri ile ilgili talepler, (iii) Şirket'in ticari karşı taraflara ve kullanıcılara karşı açtığı icra ve borç tahsilat işlemleri, (iv) olağan ve faaliyetlerden kaynaklanan, müşteriler tarafından ileri sürülen şikâyetler ve (v) birkaç gayrimenkul kirası ile ilgili olarak ihtilaflara taraftır ve taraf hale gelebilir.

31 Aralık 2017 tarihi itibarıyla Şirket, toplamda 202 adet davaya taraftır. 31 Aralık 2017'de Şirket'in taraf olduğu tüm davalar için ayrılmış olan karşılık tutarı 1.063.025 TL'dir.

Şirket'in taraf olduğu davaların toplam tutarının Şirket'in gelirine olan oranı dikkate alındığında, Şirket aleyhine sonuçlanması durumunda Şirket'in finansal durumunu önemli ölçüde etkileyecek herhangi bir dava bulunmamaktadır.

Ancak Şirket, Eylül 2017'de açılan ve olgunlaştıktan sonra Şirket'in en büyük üçüncü multi-brand mağazası (amiral mağazalarından biri) olması beklenen, Suadiye'deki multi-brand mağazasına ilişkin olarak, aleyhine sonuçlanması durumunda operasyonlarını önemli ölçüde etkileyebilecek bir davaya taraftır. Bu dava Şirket'in Suadiye'de yer alan multi-brand mağazasına ilişkin olarak Kadıköy Belediye Başkanlığı tarafından kesilen para cezasının iptaline ilişkin Şirket tarafından açılan davadır. 01 Aralık 2017 tarihinde Kadıköy Belediye Başkanlığı'nın Yapı Kontrol Müdürlüğü tarafından Suadiye mağazasında yapılan inceleme sonucunda, Şirket'in Suadiye mağazasının birinci ve ikinci bodrum katlarının onaylı mimari projeye aykırı kullanılmakta olduğu iddia edilmiştir. İlgili belediye birimi, aykırılığın giderilmesi gerektiğini tespit ederek Şirket aleyhine 105.136,20 TL'lik para cezası kesmiştir. Şirket, 2018 yılının Ocak ayında para cezası uygulanması kararının iptali ve yargılama neticeleninceye kadar yürütmenin durdurulması istemiyle Kadıköy Belediye Başkanlığı aleyhine dava açmıştır ve 23 Mart 2018 tarihinde 105.136,20 TL'lik para cezasını ihtirazi kayıtlı Kadıköy Belediyesi'ne ödemiştir. Davanın Şirket aleyhine sonuçlanması durumunda Şirket ihtirazi kayıt ile ödediği 105.136,20 TL'lik idari para cezası ödemesini geri alamayacaktır. İşbu İzahname tarihi itibarıyla, dava hala devam etmekte iken 1 Mart 2018 tarihinde Kadıköy Belediyesi tarafından projeye aykırı alanların yıkımı kararı alınmış ve 12 Mart 2018 tarihinde Şirket'e tebliğ edilmiştir. Kadıköy Belediyesi tarafından alınan yıkım kararının iptal edilmesi ve yargılama neticeleninceye kadar yürütmenin durdurulması istemiyle Şirket tarafından 11 Nisan 2018 tarihinde dava açılmıştır. Söz konusu yıkım kararına ilişkin davanın Şirket'in aleyhine sonuçlanması durumunda Şirket'in Suadiye mağazasının toplam satış alanında %24,9'lük (yıkıma konu olacak alan toplam brüt 1.160,48 metrekaredir) bir azalma meydana gelme ihtimali bulunmaktadır. Şirket'in Suadiye mağazasının toplam satış alanında meydana gelecek bu azalmanın Şirket'in Suadiye mağazasındaki satış verimliliğini etkilemesi beklenmemektedir. Zira Şirket, davanın aleyhine sonuçlanması durumunda mağaza içerisindeki satış alanı alokasyonunu yeniden düzenleyecek ve satış verimliliği daha düşük olan ürünlerin satış alanlarını azaltarak yıkım kararına uyum sağlayacaktır.

**23.8. İzahnamede yer verilen denetime tabi tutulmuş diğer bilgiler:**

Yoktur.

## 24. İHRAÇ VE HALKA ARZ EDİLECEK PAYLARA İLİŞKİN BİLGİLER

### 24.1. İhraç edilecek ve/veya borsada işlem görecek payların ISIN (uluslararası menkul kıymet tanımlama numarası) veya başka benzer tanımlama kodu bilgisi dâhil tür ve gruplarına ilişkin bilgi:

Ortaklara ait mevcut paylardan halka arz edilecek paylara ilişkin bilgi aşağıdaki tabloda sunulmaktadır.

Grubu	Nama/ Hamiline Olduğu	İmtiyazlar	Pay Sayısı	Pay Sayısının Grup Pay Sayısına Oranı (%)	Bir Payın Nominal Değeri (TL)	Toplam (TL)	Sermayeye Oranı (%)
-	Nama	-	67.176.750	-	1,00	67.176.750	43,0

Ek satış kapsamında mevcut paylardan halka arz edilecek paylara ilişkin bilgi aşağıdaki tabloda sunulmaktadır.

Grubu	Nama/ Hamiline Olduğu	İmtiyazlar	Pay Sayısı	Pay Sayısının Grup Pay Sayısına Oranı (%)	Bir Payın Nominal Değeri (TL)	Toplam (TL)	Sermayeye Oranı (%)
-	Nama	-	9.373.500	-	1,00	9.373.500	6,0

Şirket payları arasında grup ayrımı ile bu gruplara tanınan imtiyaz bulunmamaktadır.

İhraç edilecek paylar kaydileştirme esasları çerçevesinde; merkez adresi Reşitpaşa Mahallesi Borsa Caddesi No:4, 34467 Sarıyer/İstanbul olan, Merkezi Kayıt Kuruluşu A.Ş. tarafından hak sahipleri bazında kayden izlenecektir.

Halka arz edilecek paylara ilişkin ISIN, Kurul onayının ardından Takasbank'tan temin edilecektir.

#### a) İç kaynaklardan yapılan sermaye artırımının kaynakları hakkında bilgi:

İç kaynaklardan sermaye artırımı yapılmayacaktır.

#### b) İç kaynaklardan artırılarak bedelsiz olarak mevcut ortaklara dağıtılacak paylar ile ilgili bilgi:

İç kaynaklardan sermaye artırımı yapılmayacaktır.

#### c) Bedelsiz olarak verilecek payların dağıtım esasları:

Bedelsiz olarak verilecek pay bulunmamaktadır.

### 24.2. Payların hangi mevzuata göre oluşturulduğu:

Beymen Mağazacılık A.Ş.'nin merkezi Türkiye'de bulunmaktadır ve Beymen Mağazacılık A.Ş. Türk hukukuna tabidir. Şirket'in payları sermaye piyasası mevzuatı kapsamında oluşturulmuştur.

### 24.3. Payların kaydileştirilip kaydileştirilmediği hakkında bilgi:

Şirket'in payları henüz kaydileştirmemiş olup halka arz çalışmaları sırasında kaydileştirme esasları çerçevesinde MKK nezdinde kaydileştirilmesi planlanmaktadır.

### 24.4. Payların hangi para birimine göre ihraç edildiği hakkında bilgi:

Paylar Türk Lirası cinsinden satışa sunulacaktır.

#### **24.5. Kısıtlamalar da dâhil olmak üzere paylara ilişkin haklar ve bu hakları kullanma prosedürü hakkında bilgi:**

Satışı yapılacak paylar, ilgili mevzuat uyarınca pay sahiplerine aşağıdaki hakları sağlamaktadır:

**Kardan Pay Alma Hakkı (Sermaye Piyasası Kanunu madde 19, Kâr Payı Tebliği (II-19.1)):** Pay sahipleri, Şirket genel kurulu tarafından belirlenecek kâr dağıtım politikaları çerçevesinde ve ilgili mevzuat hükümlerine uygun olarak dağıtılan kardan pay alma hakkına sahiptir.

**Ortaklıktan Ayrılma Hakkı (Sermaye Piyasası Kanunu madde 24, Önemli Nitelikteki İşlemlere İlişkin Ortak Esaslar ve Ayrılma Hakkı Tebliği (II-23.1)):** Önemli nitelikteki işlemlere ilişkin genel kurul toplantısına katılıp da olumsuz oy kullanan ve muhalefet şerhini toplantı tutanağına işleyen pay sahipleri, paylarını şirkete satarak ayrılma hakkına sahiptir.

**Satma Hakkı / Ortaklıktan Çıkarma Hakkı (Sermaye Piyasası Kanunu madde 27, Ortaklıktan Çıkarma ve Satma Hakları Tebliği (II-27.1)):** Pay alım teklifi sonucunda veya birlikte hareket etmek de dâhil olmak üzere başka bir şekilde sahip olunan payların Şirket'in oy haklarının Kurulca belirlenen orana veya daha fazlasına ulaşması durumunda, paya sahip olan bu kişiler açısından azınlıkta kalan pay sahiplerini Şirket'ten çıkarma hakkı doğar. Bu kişiler, Sermaye Piyasası Kurulu tarafından belirlenen süre içinde, azınlıkta kalan ortakların paylarının iptalini ve bunlar karşılığı çıkarılacak yeni payların kendilerine satılmasını Şirket'ten talep edebilirler. Aynı zamanda azınlıkta kalan pay sahipleri, ilgili durumun Kurulun özel durumların kamuya açıklanmasına ilişkin düzenlemeleri çerçevesinde kamuya açıklamasını takip eden üç aylık hak düşürücü süre içerisinde satma hakkını kullanabilir.

**Tasfiyeden Pay Alma Hakkı (TTK madde 507):** Şirket'in sona ermesi hâlinde her pay sahibi, esas sözleşmede sona eren Şirket'in mal varlığının kullanılmasına ilişkin, başka bir hüküm bulunmadığı takdirde, tasfiye sonucunda kalan tutara payı oranında katılır.

**Bedelsiz Pay Edinme Hakkı ((Sermaye Piyasası Kanunu madde 19, Pay Tebliği (VII-128.1):** Şirket'in sermaye artırımlarında, bedelsiz paylar artırım tarihindeki mevcut paylara dağıtılır. Yeni Pay Alma Hakkı (TTK madde 461, kayıtlı sermaye sistemindeki ortaklıklar için Sermaye Piyasası Kanunu madde 18, Kayıtlı Sermaye Sistemi Tebliği (II-18.1)): Her pay sahibi, yeni çıkarılan payları, mevcut paylarının sermayeye oranına göre, alma hakkını haizdir. Kayıtlı sermaye sisteminde, çıkarılan paylar tamamen satılarak bedelleri ödenmedikçe veya satılmayan paylar iptal edilmedikçe yeni pay çıkarılamaz.

**Genel Kurula Davet ve Katılma Hakkı (Sermaye Piyasası Kanunu madde 29, 30, Vekaleten Oy Kullanılması ve Çağrı Yoluyla Vekalet Toplanması Tebliği (II-30.1), TTK madde 414, 415, 419, 425, 1527):** Genel kurula katılma ve oy kullanma hakkı, pay sahibinin paylarını herhangi bir kuruluş nezdinde depo etmesi şartına bağlanamaz. Payları kayden izlenen halka açık ortaklıkların genel kurul toplantılarına, yönetim kurulu tarafından MKK'dan sağlanan pay sahipleri listesi dikkate alınarak oluşturulan hazır bulunanlar listesinde adı yer alan pay sahipleri katılabilir. Bu listede adı bulunan hak sahipleri kimlik göstererek genel kurula katılırlar.

**Oy Hakkı (Sermaye Piyasası Kanunu madde 30, TTK madde 434):** Her pay sahibi sadece bir paya sahip olsa da en az bir oy hakkını haizdir. Pay sahipleri, oy haklarını genel kurulda, paylarının toplam itibarı değeriyile orantılı olarak kullanır.

**Bilgi Alma ve İnceleme Hakkı (Sermaye Piyasası Kanunu madde 14, Sermaye Piyasasında Finansal Raporlamaya İlişkin Esaslar Tebliği (II-14.1), TTK madde 437):** Finansal tablolar, konsolide finansal tablolar, yönetim kurulunun yıllık faaliyet raporu, denetleme raporları ve yönetim kurulunun kâr dağıtım önerisi, genel kurulun toplantısından en az üç hafta önce, Şirket'in merkez ve şubelerinde, pay sahiplerinin incelemesine hazır bulundurulur. Bunlardan finansal tablolar ve konsolide tablolar bir yıl süre ile merkezde

ve şubelerde pay sahiplerinin bilgi edinmelerine açık tutulur. Her pay sahibi, gideri şirkete ait olmak üzere gelir tablosuyla bilançonun bir suretini isteyebilir. Pay sahibi genel kurulda, yönetim kurulundan, Şirket'in işleri; denetçilerden denetimin yapılma şekli ve sonuçları hakkında bilgi isteyebilir. Bilgi verme yükümü, Şirket'in bağlı şirketlerini de kapsar. Verilecek bilgiler, hesap verme ve dürüstlük ilkeleri bakımından özenli ve gerçeğe uygun olmalıdır.

**İptal Davası Açma Hakkı (TTK madde 445-451, Sermaye Piyasası Kanunu md. 18/6, 20/2):** Yönetim kurulunun kayıtlı sermaye sistemine ilişkin esaslar çerçevesinde aldığı kararlar aleyhine, genel kurul kararlarının iptaline ilişkin hükümler çerçevesinde yönetim kurulu üyeleri veya hakları ihlal edilen pay sahipleri, kararın ilanından itibaren otuz gün içinde ortaklık merkezinin bulunduğu yer ticaret mahkemesinde iptal davası açabilirler.

Kusurlarına ve durumun gereklerine göre zararlar şahsen kendilerine yükletilebildiği ölçüde yönetim kurulu üyeleri ve hazırladıkları raporlarla sınırlı olarak bağımsız denetimi yapanlar, ara dönem finansal tablolarının gerçeği dürüst bir şekilde yansıtmamasından veya mevzuat ile muhasebe ilke ve kurallarına uygun olarak düzenlenmemiş olması nedeniyle dağıtılan kâr payı avansının doğru olmamasından doğan zararlar için ortaklığa, pay sahiplerine, ortaklık alacaklılarına ve ayrıca doğrudan doğruya olmak üzere kâr payı avansının kararlaştırıldığı veya ödendiği hesap dönemi içinde pay iktisap etmiş bulunan kişilere karşı sorumludurlar. Hukuki sorumluluk doğuran hâllerin varlığı hâlinde, pay sahipleri ve yönetim kurulu üyeleri tarafından kararın ilanından itibaren otuz gün içinde, iptal davası açılabilir.

Genel kurul toplantısında hazır bulunup da karara olumsuz oy veren ve bu muhalefetini tutanağa geçirten, toplantıda hazır bulunsun veya bulunmasın, olumsuz oy kullanmış olsun ya da olmasın; çağrının usulüne göre yapılmadığını, gündemin gereği gibi ilan edilmediğini, genel kurula katılma yetkisi bulunmayan kişilerin veya temsilcilerinin toplantıya katılıp oy kullandıklarını, genel kurula katılmasına ve oy kullanmasına haksız olarak izin verilmediğini ve yukarıda sayılan aykırılıkların genel kurul kararının alınmasında etkili olduğunu ileri süren pay sahipleri, kanun veya esas sözleşme hükümlerine ve özellikle dürüstlük kuralına aykırı olan genel kurul kararları aleyhine, karar tarihinden itibaren üç ay içinde iptal davası açabilirler.

**Azınlık Hakları (TTK madde 411, 412, 439, 531, 559):** Sermayenin en az yirmide birini oluşturan pay sahipleri, yönetim kurulundan, yazılı olarak gerektirici sebepleri ve gündemi belirterek, genel kurulu toplantıya çağırmasını veya genel kurul zaten toplanacak ise, karara bağlanmasını istedikleri konuları gündeme koymasını isteyebilirler. Pay sahiplerinin çağrı veya gündeme madde konulmasına ilişkin istemleri yönetim kurulu tarafından reddedildiği veya isteme yedi iş günü içinde olumlu cevap verilmediği takdirde, aynı pay sahiplerinin başvurusu üzerine, genel kurulun toplantıya çağırılmasına şirket merkezinin bulunduğu yerdeki asliye ticaret mahkemesi karar verebilir.

Genel kurulun özel denetim istemini reddetmesi hâlinde, sermayenin en az yirmide birini oluşturan pay sahipleri veya paylarının itibarî değeri toplamı en az bir milyon Türk Lirası olan pay sahipleri üç ay içinde şirket merkezinin bulunduğu yer asliye ticaret mahkemesinden özel denetçi atamasını isteyebilir.

Haklı sebeplerin varlığında, sermayenin en az yirmide birini temsil eden payların sahipleri, Şirket'in merkezinin bulunduğu yerdeki asliye ticaret mahkemesinden Şirket'in feshine karar verilmesini isteyebilirler. Kurucuların, yönetim kurulu üyelerinin, denetçilerin, Şirket'in kuruluşundan ve sermaye artırımından doğan sorumlulukları, Şirket'in tescili tarihinden itibaren dört yıl geçmedikçe sulh ve ibra yoluyla kaldırılamaz. Bu sürenin geçmesinden sonra da sulh ve ibra ancak genel kurulun onayıyla geçerlilik kazanır. Bununla beraber, esas sermayenin yirmide birini temsil eden pay sahipleri sulh ve ibranın onaylanmasına karşı iseler, sulh ve ibra genel kurulca onaylanmaz.

**Özel Denetim İsteme Hakkı (TTK madde 438):** Her pay sahibi, pay sahipliği haklarının kullanılabilmesi için gerekli olduğu takdirde ve bilgi alma veya inceleme hakkı daha önce kullanılmışsa, belirli olayların özel bir denetimle açıklığa kavuşturulmasını, gündemde yer almasa bile genel kuruldan isteyebilir. Genel kurul

istemi onaylarsa, şirket veya her bir pay sahibi otuz gün içinde, şirket merkezinin bulunduğu yerdeki asliye ticaret mahkemesinden bir özel denetçi atanmasını isteyebilir.

#### **Kardan Pay Alma Hakkına İlişkin Bilgi:**

**a) Hak Kazanılan Tarih:** Sermaye Piyasası Kanunu madde 19 ve Kâr Payı Tebliği (II-19.1) uyarınca, halka açık ortaklıklarda kâr payı, dağıtım tarihi itibarıyla mevcut payların tümüne, bunların ihraç ve iktisap tarihleri dikkate alınmaksızın eşit olarak dağıtılır.

**b) Zamanaşımı:** Kâr Payı Tebliği (II-19.1) uyarınca, ortaklar ve kâra katılan diğer kişiler tarafından tahsil edilmeyen kâr payı bedelleri 2308 sayılı “Şirketlerin Müruru Zamana Uğrayan Kupon Tahvilat ve Pay Bedellerinin Hazineye İntikali Hakkında Kanun” hükümleri uyarınca dağıtım tarihinden itibaren beş yılda zaman aşımına uğrar.

**c) Hakkın kullanımına ilişkin sınırlamalar ve bu hakkın yurtdışında yerleşik pay sahipleri tarafından kullanım prosedürü:** Yoktur.

**d) Kâr payı oranı veya hesaplanma yöntemi, ödemelerin dönemleri ve kümülatif mahiyette olup olmadığı:** Esas Sözleşme hükümlerine uygun olarak TTK, sermaye piyasası mevzuatı ve genel kabul gören muhasebe ilkelerine göre tespit edilir ve dağıtılır. Dağıtılmasına karar verilen kârın dağıtım şekli ve zamanı, yönetim kurulunun bu konudaki teklifi üzerine genel kurulca kararlaştırılır.

#### **24.6. Payların ihracına ilişkin yetkili organ kararları:**

Şirket, 20 Nisan 2018 tarihli ve 11 sayılı Yönetim Kurulu kararı ile Şirket ortağı Boyner Perakende ve Tekstil Yatırımları A.Ş. portföyünde bulunan payların, %43,0'ına kadarlık kısmına karşılık gelen, toplam 67.176.750 TL nominal değerdeki 67.176.750 paya kadarlık kısmının, mevcut payların halka arzı yoluyla halka arz edilmesinin uygun görülmesine ve toplanan kesin talebin satışa sunulan payların nominal değerinden fazla olması halinde, Şirket'in toplam sermayesinin %6,0'ına kadarlık kısmına karşılık gelen, toplam 9.373.500 TL nominal değerdeki 9.373.500 paya kadarlık kısmının, kısmen veya tamamen ek satışa konu edilebilmesine ilişkin talebin uygun görülmesine karar vermiştir. Ayrıca, Boyner Perakende ve Tekstil Yatırımları A.Ş., 20 Nisan 2018 tarihli ve 11 sayılı yönetim kurulu kararı (<https://www.kap.org.tr/tr/Bildirim/678282>) ile Şirket sermayesinde sahip olduğu payların %43'0'ına kadarlık kısmına karşılık gelen, toplam 67.176.750 TL nominal değerdeki 67.176.750 paya kadarlık kısmının, mevcut payların halka arzı yoluyla halka arz edilmesinin uygun görülmesine ve toplanan kesin talebin satışa sunulan payların nominal değerinden fazla olması halinde, Şirket'in toplam sermayesinin %6,0'ına kadarlık kısmına karşılık gelen, toplam 9.373.500 TL nominal değerdeki 9.373.500 paya kadarlık kısmının, kısmen veya tamamen ek satışa konu edilebilmesine ilişkin talebin uygun görülmesine karar vermiştir.

#### **24.7. Halka arz edilecek paylar üzerinde, payların devir ve tedavülünü kısıtlayıcı veya pay sahibinin haklarını kullanmasına engel olacak kayıtların bulunup bulunmadığına ilişkin bilgi:**

Halka arz edilecek paylar üzerinde, payların devir ve tedavülünü kısıtlayıcı veya pay sahibinin haklarını kullanmasına engel olacak kayıtlar bulunmamaktadır.

#### **24.8. İhraç edilecek paylara ilişkin zorunlu pay alım teklifi, satın alma ve/veya satma haklarına ilişkin kurallar hakkında bilgi:**

Halka açık ortaklıklarda yönetim kontrolünü sağlayan payların veya oy haklarının iktisap edilmesi hâlinde diğer ortakların paylarını satın almak üzere teklif yapılması zorunlu olup, halka açık anonim ortaklıkların pay sahiplerine yapılacak pay alım teklifine ilişkin esaslar Kurul'un pay alım teklifine ilişkin düzenlemelerinde yer almaktadır.



Pay alım teklifi sonucunda veya birlikte hareket etmek de dâhil olmak üzere başka bir şekilde sahip olunan payların halka açık ortaklığın oy haklarının Kurulca belirlenen orana veya daha fazlasına ulaşması durumunda, söz konusu paylara sahip olan bu kişiler açısından azınlıkta kalan pay sahiplerini ortaklıktan çıkarma hakkı doğar. Bu kişiler, Kurulca belirlenen süre içinde, azınlıkta kalan ortakların paylarının iptalini ve bunlar karşılığı çıkarılacak yeni payların kendilerine satılmasını ortaklıktan talep edebilirler. Satım bedeli, SPKn'nun 24 üncü maddesi çerçevesinde belirlenir.

Yukarıda yer alan şartlar çerçevesinde ortaklıktan çıkarma hakkının doğduğu durumlarda, azınlıkta kalan pay sahipleri açısından satma hakkı doğar. Bu pay sahipleri Kurulca belirlenen süre içinde, paylarının adil bir bedel karşılığında satın alınmasını oy haklarının Kurulca belirlenen orana veya daha fazlasına sahip olan gerçek veya tüzel kişilerden ve bunlarla birlikte hareket edenlerden talep edebilirler. TTK'nın 208 inci maddesi halka açık ortaklıklara uygulanmaz.

SPKn'nun 23 üncü maddesinde yer alan önemli nitelikteki işlemlere ilişkin genel kurul toplantısına katılıp da olumsuz oy kullanan ve muhalefet şerhini toplantı tutanağına işleyen pay sahipleri, paylarını halka açık ortaklığa satarak ayrılma hakkına sahiptir. Halka açık ortaklık bu payları pay sahibinin talebi üzerine, söz konusu önemli nitelikteki işlemin kamuya açıklandığı tarihten önceki otuz gün içinde borsada oluşan ağırlıklı ortalama fiyatların ortalamasından satın almakla yükümlüdür.

Pay sahibinin SPKn'nun 23 üncü maddesinde belirtilen önemli nitelikteki işlemlere ilişkin genel kurul toplantısına katılmasına haksız bir biçimde engel olunması, genel kurul toplantısına usulüne uygun davet yapılmaması veya gündemin usulüne uygun bir biçimde ilan edilmemesi hâllerinde, genel kurul kararlarına muhalif kalma ve muhalefet şerhini tutanağa kaydettirme şartı aranmaksızın bir önceki paragraftaki açıklama geçerlidir.

Önemli nitelikteki işlemlerin görüşüleceği genel kurul toplantısının gündeminde, bu kararlara muhalefet oyu kullanacak pay sahiplerinin ortaklıktan ayrılma hakkının bulunduğu hususu ile bu hakkın kullanılması durumunda payların ortaklık tarafından satın alınacağı bedel yer alır.

**24.9. Cari yıl ve bir önceki yılda ihraççının payları üzerinde üçüncü kişiler tarafından gerçekleştirilen ele geçirme teklifleri ile söz konusu tekliflerin fiyat ve sonuçları hakkında bilgi:**

Yoktur.

## 25. HALKA ARZA İLİŞKİN HUSUSLAR

### 25.1. Halka arzın koşulları, halka arza ilişkin bilgiler, tahmini halka arz takvimi ve halka arza katılmak için yapılması gerekenler

#### 25.1.1. Halka arzın tabi olduğu koşullar:

Önemli Nitelikteki İşlemler Tebliği'nin 5'inci maddesinin 1/(b) fıkrası uyarınca; “*Ortaklıkların kendi tüzel kişilikleri ile ilgili mal varlığının tümünü veya önemli bir bölümünü devretmesi veya kiraya vermesi veya mal varlığının tümü veya önemli bir bölümü üzerinde aynı hak tesis etmesi, Tebliğ'in 6'ncı maddesi kapsamında belirlenen önemlilik kriterlerini de sağlamış olmak koşuluyla önemli nitelikteki işlem sayılır*”.

Önemli Nitelikteki İşlemler Tebliği'nin 6'ncı maddesinin 1'inci fıkrası uyarınca, söz konusu işlem için öngörülen önemlilik kriteri; “*(a) işleme konu mal varlığının kamuya açıklanan son finansal tablodaki kayıtlı değerinin kamuya açıklanan son finansal tablolara göre varlık (aktif) toplamına oranı veya, (b) işlem tutarının yönetim kurulu karar tarihinden önceki altı aylık günlük düzeltilmiş ağırlıklı ortalama fiyatların aritmetik ortalaması baz alınarak hesaplanan ortaklık değerine oranı veya, (c) devredilecek veya kiraya verilecek veya üzerinde aynı hak tesis edilecek mal varlığı unsurunun son yıllık finansal tablolara göre elde edilen gelire katkısının, son yıllık finansal tablolardaki gelirlere oranının %50 den fazla olması durumudur.*”

Önemli Nitelikteki İşlemler Tebliği'nin yukarıda anılan ilgili maddelerinin lafzından; “*ortaklıkların kendi tüzel kişilikleri ile ilgili mal varlığının tümünü veya önemli bir bölümünü devretmesi*” kavramının kapsamına halka açık ortaklıkların bağlı ortaklıklarının da girdiği anlaşılmaktadır.

Bu doğrultuda BOYP, ilgili Şirket paylarının halka arzının önemli nitelikte bir işlem doğurmaması amacıyla gerekli değerlendirmeleri yapmış ve 20 Aralık 2017 tarihinde KAP'ta yaptığı özel durum açıklaması ile, söz konusu önemlilik kriterlerini aşmayacak şekilde, Şirket'in 156.225.000,00 Türk Lirası olan mevcut sermayesinin %49'unu aşmayacak kısmının halka arz edilmesi için çalışmalara başlanmasına BOYP yönetim kurulunca karar (19 Aralık 2017 tarih ve 38 sayılı karar) verildiği duyurulmuştur. Bununla birlikte, söz konusu işlemin önemli nitelikteki bir işlem teşkil etmesi söz konusu olabilecek olup, bu duruma ilişkin değerlendirmeler 25.1.1 başlıklı bu kısımda ve bu konuya ilişkin riskler ise yukarıda 5. Numaralı başlık altındaki “*BOYP'un Şirket'teki paylarını satması yolu ile Şirket paylarının halka arz edilmesi işlemi, ilgili sermaye piyasası mevzuatı uyarınca önemli nitelikteki işlem teşkil edebilir ve bunun sonucunda söz konusu halka arz işleminin gerçekleştirilmesi, BOYP'un genel kurulunun onayını gerektirebilir.*” başlıklı risk faktöründe açıklanmaktadır.

İşbu karar kapsamında gerçekleştirilecek ortak satışı yoluyla Şirket paylarının halka arz edilmesi işleminin, Önemli Nitelikteki İşlemler Tebliği'nin 6'ncı maddesinin birinci fıkrası kapsamında değerlendirilmesi sonucunda; (a) ve (c) bentlerinde öngörülen önemlilik kriterlerini aşan bir işlem teşkil etme riski taşımadığı; fakat ilgili maddenin birinci fıkrasının (b) bendi uyarınca, toplam işlem tutarının “*yönetim kurulu karar tarihinden önceki altı aylık günlük düzeltilmiş ağırlıklı ortalama fiyatların aritmetik ortalaması baz alınarak hesaplanan ortaklık değerine oranının %50'nin üzerinde olması*” halinde BOYP için, SPKn'nun 23'üncü maddesinde tanımlanan önemli nitelikte işlem tanımına gireceği anlaşılmıştır.

SPKn'nun 23'üncü maddesi ve Önemli Nitelikteki İşlemler Tebliği'nin 7'inci maddesinin 1'inci fıkrası uyarınca, BOYP'un sahibi olduğu Şirket paylarının satışı yoluyla gerçekleştirilecek olan halka arz işleminin Önemli Nitelikteki İşlemler Tebliği'nin 6'ncı maddesinin 1'inci fıkrasındaki önemlilik eşiklerinden birini aşması halinde, söz konusu önemli işlemin ortaklığın genel kurulunun onayına sunulması zorunludur.

Ayrıca, BOYP'un esas sözleşmesinin 26'ncı maddesi uyarınca, “*sermaye piyasası mevzuatı ile Türk Ticaret Kanunu'nda belirtilen önemlilik kriterlerini aşan nitelikte...hisse...elden çıkarılması*” işlemine ilişkin olarak karar alınabilmesi için yapılacak genel kurul toplantısında aranan toplantı ve karar yeter sayıları, Şirket sermayesinin en az %75'ini temsil eden pay sahipleri olarak belirlenmiştir. Bu doğrultuda, yapılan çağrıya istinaden 02.05.2018 tarihinde gerçekleştirilmesi öngörülen genel kurul toplantısı, toplantı yeter sayısının

sağlanamaması nedeniyle ertelenebilir. Planlanan halka arzın “önemli nitelikteki işlem” teşkil etmesi ve yukarıda açıklanan sebeplerle genel kurul onayını gerektirmesi ihtimali dahilinde, genel kurul toplantısı ertelenir ise, halka arzın gerçekleştirilebilmesi için toplantının esas sözleşmede öngörülen toplantı yeter sayısı sağlanarak gerçekleştirilmesi ve esas sözleşmede öngörülen karar yeter sayıları sağlanarak kararın alınması gerecektir. Dolayısıyla da planlanan halka arz, söz konusu şartlar sağlanana kadar gerçekleştirilemeyecektir.

Bahsi geçen genel kurul toplantısında ilişkin toplantı veya karar nisaplarının 2 Mayıs 2018 tarihinde sağlanamaması halinde, İzahname ve İhraç Belgesi Tebliği'nin ilgili hükümleri çerçevesinde Şirket'in 31 Aralık 2017 tarihli finansal tabloları ile halka arza devam etmesi mümkün olmayacak, ve halka arzın, 31 Mart 2018 tarihli finansal tabloları da dahil edilecek şekilde hazırlanacak bir izahnamenin Kurul tarafından onaylanmasına kadar ertelenmesi gündeme gelecektir.

Ayrıca, söz konusu önemli işlem ilgili ortaklığın genel kurulunda gerekli nisaplar sağlanarak onaylansa dahi, *Önemli Nitelikteki İşlemler Tebliği'nin 9'uncu maddesi uyarınca “önemli nitelikteki işlemlere ilişkin genel kurul toplantılarına katılan ve olumsuz oy kullanarak muhalefet şerhini toplantı tutanağına işleyen pay sahipleri veya temsilcileri paylarını ortaklığa satarak ortaklıktan ayrılma hakkına sahiptir.”*

Bu kapsamda, söz konusu yönetim kurulu kararı çerçevesinde, BOYP'un sahip olduğu Şirket paylarının halka arzı işlemine ilişkin satış tutarının 19.12.2017 tarih ve 38 sayılı yönetim kurulu kararı tarihinden önceki altı aylık günlük düzeltilmiş ağırlıklı ortalama fiyatların aritmetik ortalaması baz alınarak hesaplanan ortaklık değerine oranının %50'sini (1.155.062.940 TL) aşması halinde, *Önemli Nitelikteki İşlemler Tebliği'nin 6'ncı maddesinin 1'inci fıkrasının (b) bendi uyarınca önemli nitelikteki işlem tanımına girecek olan söz konusu Şirket paylarının halka arz işlemi, BOYP genel kurulunda ortakların onayına sunulacak olup, söz konusu genel kurul toplantısına katılan ve ilgili gündem maddesine olumsuz oy kullanarak muhalefet şerhini toplantı tutanağına işleyen pay sahipleri veya temsilcilerine, paylarını Önemli Nitelikteki İşlemler Tebliği'nin 10'uncu maddesine göre yapılan hesaplama sonucu ulaşılan değer olan 1 TL nominal değerli pay için 8,39 TL fiyat üzerinden ortaklığa satarak ortaklıktan ayrılma hakkı tanınacaktır.* Söz konusu olağanüstü genel kurul toplantısına ilişkin ilan metni, 09.04.2018 tarihinde KAP'ta (<https://www.kap.org.tr/tr/Bildirim/675418>), Elektronik Genel Kurul Sistemi'nde ve 10.04.2018 tarihli ve 9555 sayılı Türkiye Ticaret Sicili Gazetesi'nde ilan edilmiştir.

Sonuç olarak, BOYP'un sahibi olduğu Şirket paylarının satışı yoluyla gerçekleştirilecek olan halka arz işleminin, yukarıda açıklanan durumlar uyarınca önemli nitelikteki işlem teşkil etmesi fakat BOYP'un 02.05.2018 tarihinde gerçekleştirilmesi öngörülen genel kurul toplantısında onaylanmaması halinde, söz konusu halka arz işlemi gerçekleştirilemeyecektir. Ek olarak, söz konusu halka arz işlemi BOYP'un genel kurul toplantısında onaylansa dahi, söz konusu genel kurul toplantısına katılan ve ilgili gündem maddesine olumsuz oy kullanarak muhalefet şerhini toplantı tutanağına işleyen pay sahipleri veya temsilcilerine, paylarını Önemli Nitelikteki İşlemler Tebliği'nin 10'uncu maddesine göre yapılan hesaplama sonucu ulaşılan değer olan 1 TL nominal değerli pay için 8,39 TL fiyat üzerinden ortaklığa satarak ortaklıktan ayrılma hakkı doğacaktır.

Söz konusu genel kurul toplantısının sonuçları ve BOYP'a ilişkin diğer önemli gelişmeler, BOYP'un KAP'ta yaptığı açıklamalardan takip edilebilir (<https://www.kap.org.tr/tr/sirket-bilgileri/ozet/4028e4a1415f4d9b014160337607401a>).

### **25.1.2. Halka arz edilen payların nominal değeri:**

Halka arz edilen payların nominal değeri 67.176.750 TL olup çıkarılmış sermayeye oranı %43'tür.

Ek satış kapsamında halka arz edilecek payların nominal değeri 9.373.500 TL olup çıkarılmış sermayeye oranı %6'dır.

Ek satışın tamamının gerçekleşmesi halinde halka arz edilecek payların nominal değeri toplam 76.550.250 TL, çıkarılmış sermayeye oranı %49 olmaktadır.

### **25.1.3. Halka arz süresi ile halka arza katılım hakkında bilgi**

#### **25.1.3.1. Halka arz süresi ve tahmini halka arz takvimi:**

Halka arz edilecek paylar için 2 iş günü boyunca talep toplanacaktır. Bu sürenin başlangıç ve bitiş tarihleri ilan edilecek tasarruf sahiplerine satış duyurusunda belirtilecektir. Halka arzın Mayıs ayı içerisinde yapılması planlanmaktadır.

#### **25.1.3.2. Halka arza başvuru süreci**

Paylar “Fiyat Aralığı ile Talep Toplama” yöntemi ile satılacaktır.

Şirket paylarının halka arzında talepte bulunacak yatırımcılar Boyner Grup Çalışanları, Yurt İçi Bireysel Yatırımcılar, Yurt İçi Kurumsal Yatırımcılar ve Yurt Dışı Kurumsal Yatırımcılar’dır.

Beymen Mağazacılık Anonim Şirketi paylarının halka arzında talepte bulunacak yatırımcılar aşağıdaki şekilde tanımlanmıştır:

- **Yurtiçi Bireysel Yatırımcılar:** (i) Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti vatandaşları ile yurtdışında işçi, serbest meslek ve müstakil iş sahipleri dahil Türkiye’de ikametgâh sahibi gerçek kişiler ve (ii) bir takvim yılı içinde Türkiye’de devamlı olarak 6 aydan fazla oturan gerçek kişiler ile (iii) Yurtiçi ve Yurtdışı Kurumsal Yatırımcılar dışında kalan ve merkezi Türkiye’de bulunan tüm tüzel kişilerdir.

- **Boyner Grup Çalışanları:** Boyner Holding A.Ş., Boyner Büyük Mağazacılık A.Ş., Altınyıldız Tekstil ve Konfeksiyon A.Ş., Boyner Perakende ve Tekstil Yatırımları A.Ş., Beymen Mağazacılık A.Ş., Beymen İç ve Dış Ticaret A.Ş., AY Marka Mağazacılık A.Ş., Fırsat Elektronik Ticaret ve Sanayi A.Ş., BNR Teknoloji A.Ş., Alsis Sigorta Acentalığı A.Ş., Nişantaşı Turizm İşletmeleri A.Ş., Beymen Ayrıcalıklı Yapı Geliştirme A.Ş., Boyner Danışmanlık Servis ve Ticaret A.Ş., Boğaziçi Yatçılık ve Turizm Yatırımları ve Ticaret A.Ş., İzkar Giyim Tic. ve San. A.Ş., BR Mağazacılık A.Ş., Christian Dior İstanbul Mağazacılık A.Ş. ve Christian Louboutin Mağazacılık A.Ş.’nin Türkiye’de ikametgah sahibi çalışanlarıdır. Çalışanların belirlenmesinde Şirket tarafından Konsorsiyum Liderlerine talep toplama başlangıcından önce iletilen liste esas alınacaktır. Bu tahsisat grubundaki yatırımcılar azami 7,800 adet pay satın alma talebinde bulunabileceklerdir.

- **Yurtiçi Kurumsal Yatırımcılar:** Merkezi Türkiye’de bulunan a) Aracı kurumlar, bankalar, portföy yönetim şirketleri, kolektif yatırım kuruluşları, emeklilik yatırım fonları, sigorta şirketleri, ipotek finansman kuruluşları, varlık yönetim şirketleri, b) Emekli ve yardım sandıkları, 17/7/1964 tarihli ve 506 sayılı Sosyal Sigortalar Kanunu’nun Geçici 20. maddesi uyarınca kurulmuş olan sandıklar, c) Kamu kurum ve kuruluşları, T.C. Merkez Bankası, ç) Nitelikleri itibarıyla bu kurumlara benzer olduğu Kurul’ca kabul edilebilecek diğer kuruluşlar, d) Aktif toplamının 50.000.000 TL, yıllık net hâsılâtının 90.000.000 TL, özsermayesinin 5.000.000 TL üzerinde olması kriterlerinden en az ikisini taşıyan kuruluşlardır.

- **Yurtdışı Kurumsal Yatırımcılar:** Türk Parası Kıymetini Koruma Hakkında 32 Sayılı Karar’da tanımlanan yurtdışında yerleşik olan, aracı kurumlar, bankalar, portföy yönetim şirketleri, kolektif yatırım kuruluşları, emeklilik yatırım fonları, sigorta şirketleri, ipotek finansman kuruluşları, varlık yönetim şirketlerinin muadili ile Dünya Bankası ve Uluslararası Para Fonu gibi kuruluşlardır. Paylar, Türk mevzuatı uyarınca BİAŞ’ta işlem görecektir şekilde halka arz edildiğinden, bu kategoriden talepte bulunan yatırımcılar payları Türkiye’de satın alacaklardır.

Şirket paylarının halka arzına katılmak isteyen Yurt İçi Bireysel Yatırımcılar ve Yurt İçi Kurumsal Yatırımcıların başvuru yerlerinde belirtilen Konsorsiyum Üyelerinin merkez, şube ve acentelerine Boyner Grup Çalışanlarının ise başvuru yerlerinde belirtilen Konsorsiyum Liderleri’nin merkez, şube ve acentelerine

başvurarak talep formu doldurmaları gerekmektedir. Yatırımcılar, talep formunda, talep ettikleri pay adedini ve pay fiyatını belirteceklerdir.

Talepte bulunacak yatırımcılar, aşağıda belirtilen belgeleri, Talep Formlarına ekleyeceklerdir:

1. Gerçek Kişi Yatırımcılar: Kimlik (nüfus cüzdanı veya sürücü belgesi veya pasaport) fotokopisi.
2. Tüzel Kişi Yatırımcılar: İmza sirkülerinin noter tasdikli örneği, kuruluş gazetesi, vergi levhası ve ticaret sicili kayıt belgesi fotokopisi.

İnternet, telefon bankacılığı veya ATM'ler vasıtası ile talepte bulunacak yatırımcıların, internet şubesi, telefon bankacılığı şubesi veya ATM'de işlem yapmaya yetkili olma (internet ve telefon bankacılığı hesaplarının olması, interaktif bankacılık taahhünamesi imzalamış olmaları ve/veya ATM'de kullanılan manyetik kartlarının olması) şartı aranacaktır. Boyner Grup Çalışanları internet, telefon bankacılığı veya ATM'ler vasıtasıyla talepte bulunamayacaklardır.

Boyner Grup Çalışanları ve Yurt Dışı Kurumsal Yatırımcılar sadece Konsorsiyum Liderleri'ne başvurabileceklerdir.

Talepler toplandıktan sonra II-5.2 sayılı Sermaye Piyasası Araçlarının Satışı Tebliği'nin Eki'nde yer alan talep formuna göre içermesi gereken asgari bilgileri ve Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti vatandaşları ile Türkiye'de yerleşik yabancı uyruklular dışında kalan bireysel yatırımcıların T.C. kimlik numarasını içermeyen ve Boyner Grup Çalışanları tahsisatından başvuran yatırımcıların T.C. kimlik numaraları Şirket tarafından sağlanan listede yer almayan kayıtları iptal edilecektir. Eksikliği nedeniyle iptal edilen kayıtlar talep listelerinden çıkartıldıktan ve talepler her bir tahsis grubu bazında ayrıldıktan sonra öncelikle aşağıdaki şekilde nihai arz fiyatına göre nihai talep adedi belirlenecektir:

- Yurt İçi Bireysel Yatırımcılar ve Boyner Grup Çalışanları için yatırımcıların farklı fiyat seviyelerinden girmiş oldukları farklı talep adetleri dikkate alınarak nihai talep adedi belirlenecektir. Farklı fiyat seviyelerinden farklı talep adedi giren yatırımcılar için nihai halka arz fiyatına eşit veya üstündeki en yakın fiyattan girmiş oldukları talep dikkate alınacaktır. Ayrıca, Talep Fiyatı ile nihai halka arz fiyatı arasındaki farkın ilave pay talebine dönüştürülmesini isteyen yatırımcıların bu yöndeki talepleri dikkate alınarak nihai talep adedi belirlenecektir. Fiyattan bağımsız sadece adet olarak talep eden yatırımcılar için bu adet nihai talep adedi olarak dikkate alınacaktır. Fiyattan bağımsız sadece pay bedeli olarak talep eden yatırımcılar için bu pay bedelinin nihai halka arz fiyatına bölünmesiyle (küsurat aşağı yuvarlanarak) elde edilen adet nihai talep adedi olarak dikkate alınacaktır.
- Yurt İçi Kurumsal Yatırımcılar ve Yurt Dışı Kurumsal Yatırımcılar için ise yatırımcıların farklı fiyat seviyelerinden girmiş oldukları farklı talep adetleri dikkate alınarak nihai talep adedi belirlenecektir. Farklı fiyat seviyelerinden farklı talep adedi giren yatırımcılar için nihai halka arz fiyatına eşit veya üstündeki en yakın fiyattan girmiş oldukları talep dikkate alınacaktır. Fiyattan bağımsız sadece adet olarak talep eden yatırımcılar için bu adet talep adedi olarak dikkate alınacaktır. Fiyattan bağımsız sadece pay bedeli olarak talep eden yatırımcılar için bu pay bedelinin nihai halka arz fiyatına bölünmesiyle (küsurat aşağı yuvarlanarak) elde edilen adet talep adedi olarak dikkate alınacaktır.

Her bir tahsisat grubuna dağıtım, aşağıda belirtilen şekilde kendi içinde ayrı ayrı yapılacaktır.

- Boyner Grup Çalışanlarına Dağıtım: Bu tahsisat grubundan yatırımcılar azami 7.800 adet pay talepte bulunabileceklerdir. 7.800 adet payı aşan talepler 7.800 adet olarak dikkate alınacaktır. Dağıtım Oransal Dağıtım Yöntemi'ne göre yapılacaktır. İlk aşamada, talepte bulunan tüm Boyner Grup Çalışanlarına birer adet pay verilecek (yetmesi kaydıyla), daha sonra, Boyner Grup Çalışanları için geriye kalan tahsisat miktarının, kalan pay talep miktarına bölünmesi ile "Arzın Talebi Karşılama Oranı" bulunacaktır. Bulunan Arzın Talebi Karşılama Oranı her bir yatırımcıya ait kişisel talep adedi ile çarpılacak ve paylar dağıtılacaktır.

Nihai halka arz fiyatı üzerinden uygulanacak %5 iskonto dağıtım aşamasında dağıtılan pay adedinin nihai halka arz fiyatı ile çarpılması ile bulunacak tutara uygulanacaktır.

- Yurt İçi Bireysel Yatırımcılar'a Dağıtım: Oransal Dağıtım Yöntemi'ne göre yapılacaktır. İlk aşamada, talepte bulunan tüm Yurt İçi Bireysel Yatırımcılar'a birer adet pay verilecek (yetmesi kaydıyla), daha sonra, Yurt İçi Bireysel Yatırımcılar için geriye kalan tahsisat miktarının, kalan pay talep miktarına bölünmesi ile "Arzın Talebi Karşılama Oranı" bulunacaktır. Bulunan Arzın Talebi Karşılama Oranı her bir yatırımcıya ait kişisel talep adedi ile çarpılacak ve paylar dağıtılacaktır.
- Yurt İçi Kurumsal Yatırımcılar'a Dağıtım: Her bir Yurt İçi Kurumsal Yatırımcı'ya verilecek pay miktarına Konsorsiyum Liderleri'nin önerileri de dikkate alarak Şirket ve BOYP karar verecektir.
- Yurt Dışı Kurumsal Yatırımcılar'a Dağıtım: Her bir Yurt Dışı Kurumsal Yatırımcı'ya verilecek pay miktarına Konsorsiyum Liderleri'nin önerileri de dikkate alınarak Şirket ve BOYP karar verecektir.

Tüm yatırımcı gruplarına dağıtım yapılırken, dağıtım sonucu ortaya çıkan miktarlar alt sınır koyan yatırımcılar açısından gözden geçirilecek, ortaya çıkan miktarın bu alt sınırın altında kalması halinde yatırımcı isteğine uygun olarak listeden çıkartılacak ve bu miktarlar tekrar dağıtım tabi tutulacaktır.

Yatırımcı gruplarına belirtilen yöntemlerle dağıtım yapılırken, hesaplamalarda kusurat ortaya çıkmasından dolayı dağıtılamayan paylar, pay talebi tamamen karşılanamayan yatırımcılar arasında Şirket ve BOYP'nin uygun gördüğü şekilde dağıtılacaktır.

Konsorsiyum Liderleri, talep toplama süresinin bitimini izleyen en geç iki iş günü içerisinde dağıtım listelerini, her bir tahsis grubu için ayrı ayrı kesinleştirerek Şirket ve BOYP'ye verecektir. Şirket ve BOYP, dağıtım listelerini en geç kendilerine teslim edilen gün içerisinde onaylayacak ve onayı İş Yatırım'a bildireceklerdir.

#### **b) Pay bedellerinin ödenme yeri, şekli ve süresine ilişkin bilgi:**

Tüm yatırımcılar, fiyat aralığının içerisinde kalmak kaydıyla, 1 (bir) kuruş fiyat adımlarında olmak üzere beş farklı fiyat seviyesinden farklı miktardaki taleplerini Konsorsiyum Üyelerine iletebilecekleri gibi taleplerini fiyattan bağımsız olarak talep ettikleri pay adedi şeklinde veya fiyattan bağımsız olarak talep ettikleri toplam pay bedeli şeklinde de Konsorsiyum Üyelerine iletebilirler. Yatırımcıların ilettiği bu fiyatlardan nihai arz fiyatına eşit veya nihai arz fiyatından yüksek en yakın fiyat "Talep Fiyatı" olarak anılacaktır ("**Talep Fiyatı**"). Ancak, bu bölümde sadece fiyat aralığı tavanından talep toplanabileceği özellikle belirtilen başvuru yerlerinde Yurt İçi Bireysel Yatırımcıların sadece fiyat aralığı tavanından talepte bulunma imkanı olacaktır. Diğer başvuru yerlerinde, Yurt İçi Bireysel Yatırımcılar fiyat aralığından talepte bulunabileceklerdir.

Boyer Grup Çalışanları fiyat aralığına ilişkin herhangi bir iskonto uygulamadan fiyat aralığından talepte bulunacaklardır.

Yurt İçi Kurumsal Yatırımcılar ve Yurt Dışı Kurumsal Yatırımcılar pay bedellerini ödenmeme riskinin yetkili kuruluşlarca üstlenilmesi kaydıyla, talep anında ödemeyebileceklerdir. Yurt İçi Kurumsal Yatırımcılar ve Yurt Dışı Kurumsal Yatırımcılar, almaya hak kazandıkları pay miktarının belirlenen nihai satış fiyatı ile çarpılması sonucu oluşacak pay bedelini dağıtım listelerinin onaylanmasını takip eden ikinci işgünü saat 12:00'ye kadar talepte buldukları Konsorsiyum Üyesi'ne ödeyeceklerdir. Yurt İçi Kurumsal Yatırımcılar ve Yurt Dışı Kurumsal Yatırımcılar'ın talep anında veya bu şekilde sonradan yapacakları ödemeler nakden yapılacaktır.

Yurt İçi Bireysel Yatırımcılar ve Boyner Grup Çalışanları talep ettikleri pay bedelini kısmen veya tamamen nakden yatırılabilecekleri gibi, kısmen veya tamamen yatırım hesaplarında mevcut olan ve aşağıdaki tabloda belirtilen daha önce kredili işlem veya açığa satış gibi işlemler nedeniyle teminat olarak gösterilmemiş

kıymetlerin ve/veya dövizlerin bir veya birkaçını teminat göstermek suretiyle de pay talep edebileceklerdir. Yurt İçi Bireysel Yatırımcılar ve Boyner Grup Çalışanları için “Talep Bedeli”, talep ettikleri pay adetleri ile talep ettikleri pay fiyatı çarpımı sonucu ortaya çıkacak tutarlardan en yüksek olanıdır.

Yatırımcılar dağıtım listelerinin onaylanmasından sonra almaya hak kazandıkları payların bedellerini ödemekten imtina edemezler. Yurt İçi Kurumsal Yatırımcılar ve Yurt Dışı Kurumsal Yatırımcılar’a ilişkin yatırımcıların pay bedellerinin ödenmemesi ile ilgili risk talebi giren yetkili kuruluşa ait olup, talebi giren yetkili kuruluş dağıtım listesinin konsorsiyuma iletilmesini takip eden 2 işgünü içerisinde ilgili pay bedellerini Konsorsiyum Liderleri’nin bildireceği halka arza özel hesabına yatırmak zorundadır. Talebi giren yetkili kuruluş Yurt İçi Kurumsal Yatırımcılar ve Yurt Dışı Kurumsal Yatırımcılar kategorisindeki yatırımcının talebini kabul edip etmemekte serbest olacaktır.

Yurt İçi Bireysel Yatırımcılar’ın ve Boyner Grup Çalışanları’nın Talep Bedeli karşılığında teminata alınacak kıymetler ve/veya dövizler, ile, teminat oranları ve teminata alışı ve bozdurmada uygulanacak fiyatlar ve teminat tutarı hesaplanmasında uygulanacak formül aşağıda gösterilmiştir:

Teminat Tutarı = Talep Bedeli / Teminat Katsayısı ilgili kıymet için tabloda belirtilen teminat katsayısı

Teminata Alınacak Kıymet/Döviz	Değerleme Katsayısı	Teminata Alımda Uygulanacak Fiyat	Teminat Bozumunda Uygulanacak Fiyat
Para Piyasası Fonu	0,97	Fonun o gün için fon kurucusu tarafından açıklanan alış fiyatı	Fonun o gün için fon kurucusu tarafından açıklanan alış fiyatı
Borçlanma Araçları Fonu	0,90	Fonun o gün için fon kurucusu tarafından açıklanan alış fiyatı	Fonun o gün için fon kurucusu tarafından açıklanan alış fiyatı
Özel Sektör Borçlanma Araçları Fonu	0,90	Fonun o gün için fon kurucusu tarafından açıklanan alış fiyatı	Fonun o gün için fon kurucusu tarafından açıklanan alış fiyatı
Kısa Vadeli Borçlanma Araçları Fonu	0,97	Fonun o gün için fon kurucusu tarafından açıklanan alış fiyatı	Fonun o gün için fon kurucusu tarafından açıklanan alış fiyatı
Döviz (ABD Doları, Avro, İngiliz Sterlini ve İsviçre Frangı)	0,90	Döviz teminatında her bir Konsorsiyum Üyesi’nin çalıştığı bankanın söz konusu yabancı para için ilk açıkladığı döviz alış gişe kuru (Küsuratlı döviz tutarları bir ve katları şeklinde yukarı yuvarlanacaktır.)	Döviz teminatında her bir Konsorsiyum Üyesi’nin çalıştığı bankanın anlık döviz alış gişe kuru (Küsuratlı döviz tutarları bir ve katları şeklinde yukarı yuvarlanacaktır.)
TL DİBS	0,95	Her bir Konsorsiyum Üyesi’nin ilgili günde açıkladığı ilk gösterge alış fiyatı	Her bir Konsorsiyum Üyesi’nin ilgili günde açıkladığı ilk gösterge alış fiyatı
Eurobond (T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı’nın ihraç ettiği)	0,95	Bloomberg elektronik alım-satım ekranında her bir Konsorsiyum Üyesi bankanın gördüğü en az üç işlem yapılabilir fiyat sağlayıcısının ortalama fiyatı dikkate alınacaktır.	Bloomberg elektronik alım-satım ekranında fiyat sağlayıcıların verdiği işlem yapılabilir cari piyasa fiyatı kullanılacaktır.
Özel Sektör Borçlanma Aracı (Her aracı kurum)	0,85	Özel Sektör Borçlanma Araçları’nda Borsa İstanbul Tahvil Bono Piyasası Kesin Alım Satım Pazarı’nda oluşan son işgünü ağırlıklı ortalama fiyatı	Özel Sektör Borçlanma Araçları’nda Borsa İstanbul Tahvil ve Bono Piyasası’nda oluşan cari piyasa fiyatı

Teminata Alınacak Kıymet/Döviz	Değerleme Katsayısı	Teminata Uygulanacak Fiyat	Alımda Uygulanacak Fiyat	Teminat Bozumunda Uygulanacak Fiyat
sadece ihracına kendi aracılık ettiği ve Borsa İstanbul'da işlem gören OSBA'ları teminata konu edebilir)				
Hisse Senedi Yoğun Fon	0,90	Fonun o gün için fon kurucusu tarafından açıklanan alış fiyatı		Fonun o gün için fon kurucusu tarafından açıklanan alış fiyatı
Değişken Fon	0,90	Fonun o gün için fon kurucusu tarafından açıklanan alış fiyatı		Fonun o gün için fon kurucusu tarafından açıklanan alış fiyatı
Pay (BİST 30'da yer alan paylar teminata konu olabilir)	0,90	Borsa İstanbul Pay Piyasası'nda oluşan son işgünü ağırlıklı ortalama fiyatı		Borsa İstanbul Pay Piyasası'nda oluşan cari piyasa fiyatı
TL Vadeli Mevduat	1,00	-		-
Döviz (Avro, ABD Doları ve İngiliz Sterlini) Cinsinden Vadeli Mevduat	0,90	Döviz cinsinden vadeli mevduatların TL'ye dönüştürülmesinde, her bir Konsorsiyum Üyesi'nin çalıştığı bankanın söz konusu yabancı para için anlık döviz alış gişe kuru (Küsuratlı döviz tutarları bir ve katları şeklinde yukarı yuvarlanacaktır.)		Döviz cinsinden vadeli mevduatların TL'ye dönüştürülmesinde, her bir Konsorsiyum Üyesi'nin çalıştığı bankanın söz konusu yabancı para için anlık döviz alış gişe kuru (küsuratlı döviz tutarları bir ve katları şeklinde yukarı yuvarlanacaktır.)

Teminat tutarlarının hesaplanmasında, kullanılan menkul kıymetin asgari adet, adet katları ve birim tutarları dikkate alınarak, teminat gösterilen menkul kıymet adedi asgari adedin altında kalmayacak ve kesirli ve/veya ilgili menkul kıymet için belirtilen katların dışında bir adet oluşmayacak şekilde yukarı yuvarlama yapılabilecektir.

Hesaplarında bulunan kıymetleri teminata vermek suretiyle talepte bulunan Yurt İçi Bireysel Yatırımcılar ve Boyner Grup Çalışanları;

- Dağıtım listelerinin açıklandığı gün saat 12:00'ye kadar dağıtım listesine göre almayı hak ettikleri payın bedelini nakden ödeyebilirler. Bu durumda, teminata alınan kıymetler ve/veya dövizler yatırımcının kullanımı için derhal serbest bırakılacaktır.
- Dağıtım listelerinin açıklandığı gün saat 12:00'ye kadar dağıtım listesine göre almayı hak ettikleri payın bedelini kısmen nakden ödeyebilirler. Bu durumunda, bedeli ödenmeyen kısmın tahsil edilebilmesi için teminata alınan kıymetler yatırımcının belirteceği sıra ile bozdurulacaktır. Ancak, ilgili talep formunda belirtilmek suretiyle, Konsorsiyum Üyesi aracı kurumlar ve emir iletimine yetkili aracı kuruluşlar teminata alınan kıymetleri kendi belirleyecekleri sıra ile resen paraya çevirme ve bedelleri tahsil yetkisi saklıdır.

Yurt İçi Bireysel Yatırımcıların ve Boyner Grup Çalışanları'nın teminatlarının nakde dönüşümü ile ilgili risk bu şekilde talebi giren aracı kuruma aittir.

Konsorsiyum Üyeleri ile emir iletimine yetkili aracı kuruluşlar birbirlerinden farklı kıymetleri teminata kabul edebilirler. Konsorsiyum Üyeleri ve Emir İletimine Aracılık Eden Kuruluşlar teminata kabul edecekleri kıymetler izahnamenin 25.1.3.2 (c) maddesinde yer alan ilgili tabloda belirtilmektedir.



Dağıtım listesinin onaylanması sonucunda almaya hak kazanılan payların bedelinin teminatını teşkil etmek üzere, mevcut kıymetlerini teminat göstererek talepte bulunan Yurt İçi Bireysel Yatırımcılar ve Boyner Grup Çalışanları, talep formunu imzaladıkları anda, taleplerini gerçekleştirebilmeleri için teminata alınan kıymetler üzerinde, hesabın bulunduğu Konsorsiyum Üyesi aracı kurum lehine rehin tesis edilir. Hak kazanılan pay bedellerinin zamanında nakden ve defaten ödenmemesi halinde, teminat niteliğindeki kıymetler ve/veya dövizler, hiçbir yazılı ya da sözlü ihbar veya ihtara gerek olmaksızın ve başka bir işleme gerek kalmaksızın, aracı kurum tarafından, yukarıdaki tabloda belirtilen “Teminat Bozumunda Uygulanacak Fiyat” üzerinden re’sen paraya çevirerek, almaya hak kazanılan pay bedelleri re’sen tahsil edilir. Bu kapsamda talepte bulunan yatırımcılar, talepte bulunulan aracı kurumu yetkilendirdiklerini ve bu yetkinin ifasından doğabilecek her türlü zararlardan ilgili aracı kurumun hiçbir şekilde sorumlu olmayacağını gayrikabili rücu kabul, beyan ve taahhüt etmiş olacaktırlar.

Her bir Konsorsiyum Üyesi, Kurul’un kredili menkul kıymet alımına ilişkin düzenlemeleri çerçevesinde, kendilerine kredi komitesi ile limit tahsis edilmesi uygun bulunan yatırımcıların, kredi limitleri dâhilinde kalmak kaydıyla talep tarihinde herhangi bir teminatlandırma yapılmaksızın kredili başvurularını kabul edebilirler. Kredi, dağıtım sonuçları belli olduktan sonra, hak edilen pay adedinin nihai halka arz fiyatı ile çarpılması sonucu bulunan tutarın tahsil edildiği günden itibaren kullanılmış sayılacaktır.

#### **c) Başvuru yerleri:**

Talepleri kabul edecek Konsorsiyum Üyeleri (Konsorsiyum Liderleri aynı zamanda Konsorsiyum Üyesi’dir) ve başvuru yerleri aşağıda yer almaktadır:

#### **KONSORSİYUM LİDERLERİ:**

##### **AK YATIRIM MENKUL DEĞERLER A.Ş.**

Sabancı Center 4.Levent 34330 Beşiktaş / İstanbul

Tel: (0212) 334 94 94, Faks: (0212) 334 96 89

Ak Yatırım Menkul Değerler A.Ş. Genel Müdürlük ve Ak Yatırım Ankara, Antalya, Adana, Bursa, Batı Ataşehir, Bakırköy, Bağdat Caddesi, Buyaka, İzmir, Taksim Şubeleri, Akbank T.A.Ş. tüm şubeleri, www.akbank.com adresi, Akbank Direkt Mobil uygulaması ve 444 25 25 numaralı telefon

##### **GARANTİ YATIRIM MENKUL KIYMETLER A.Ş**

Etiler Mah Tepecik Yolu Demirkent Sok No:1 34337 Beşiktaş / İstanbul

Tel: (0212) 384 10 10, Faks: (0212) 352 42 40

Garanti Yatırım Genel Müdürlük tüm şubeleri, Acentesi Türkiye Garanti Bankası A.Ş.’nin tüm şubeleri, Garanti Bankası İnternet Şubesi (www.garanti.com.tr) ve 444 0 333 no’lu telefon

##### **İŞ YATIRIM MENKUL DEĞERLER A.Ş.**

İş Kuleleri Kule-2 Kat:13 34330 4.Levent/İstanbul

Tel: (0212) 350 20 00, Faks: (0212) 350 20 01

İş Yatırım Menkul Değerler A.Ş. Genel Müdürlük, Adana, Ankara, Antalya, Ataşehir, Başkent, Bursa, Eskişehir, İzmir, Kalamış, Levent, Maslak, Nişantaşı ve Yeşilyurt Şubeleri ile Diyarbakır, Gaziantep ve Kayseri İrtibat Büroları, Türkiye İş Bankası A.Ş. tüm Şubeleri, www.isbank.com.tr adresi, İşCep uygulaması ve (0850) 724 0 724 no’lu telefon

## **KONSORSİYUM ÜYELERİ:**

### **ANADOLU YATIRIM MENKUL KIYMETLER A.Ş.**

Saray mah. Toya Sok. No:3 Ümraniye / İstanbul

Tel: (0216) 649 77 00, Faks: (0216) 634 58 78

ANADOLUBANK A.Ş. Tüm Şubeleri , [www.anadolubank.com.tr](http://www.anadolubank.com.tr) ve [www.webborsam.com.tr](http://www.webborsam.com.tr)

### **BİZİM MENKUL DEĞERLER A.Ş.**

İnönü Cad. Kanarya Sok. No:25 Kat:4 Yenisahra-Ataşehir/İstanbul

Tel: (0216) 547 13 00, Faks: (0216) 547 13 98-99

[www.bmd.com.tr](http://www.bmd.com.tr) adresi ve 0216 547 13 00 ve 444 1 263 no'lu telefon

### **DENİZ YATIRIM MENKUL KIYMETLER A.Ş.**

Büyükdere Cad. N:141 K:9 Esentepe-Şişli/İstanbul

Tel: (0212) 348 20 00, Faks (0212) 336 30 70

Deniz Yatırım Menkul Kıymetler A.Ş.'nin tüm şubeleri ile DenizBank A.Ş.'nin tüm şubeleri ve Denizbank A.Ş. Telefon Bankacılığı (444 0 800) ve Denizbank A.Ş. İnternet Bankacılığı [www.denizbank.com](http://www.denizbank.com) ile 0 212 906 1000 no'lu telefon

### **GEDİK YATIRIM MENKUL DEĞERLER A.Ş.**

Cumhuriyet Mah. İlkbahar Sok. No:1 A Blok 34876 Yakacık-Kartal/İstanbul

Tel: (0216) 453 00 53, Faks: (0216) 451 00 00

Bakırköy, Levent Loft, Batı Ataşehir, Etiler, Kapalıçarşı, Şişli, Ümraniye, Fenerbahçe, Tophane, Maltepe, Gedik Private Bağdat Cad., Kızılay, Çankaya, Antalya, Bursa, Düzce, Denizli, Elazığ, Eskişehir, Gebze, İzmir, Antalya Muratpaşa, Malatya, Konya, Mersin, Manisa, Uşak, , Trabzon, Kuşadası, Adana, Edirne, Bodrum, Nazilli, Bursa Nilüfer, Fethiye, Bahçeşehir, Samsun, Çorum, Karadeniz Ereğli şubeleri, [www.gedik.com](http://www.gedik.com) adresi ve GedikTrader (GedikTrader Web ve GedikTrader Mobil) ile (0216) 453 00 53 no'lu ve (0216) 453 00 00 no'lu telefon

### **GLOBAL MENKUL DEĞERLER A.Ş.**

Yeşilce Mah. Eski Büyükdere Cad. Beyaz Plaza No:65 Kat:1 Kağıthane 34418 İstanbul

Tel: 0212 244 55 66, Faks: (0212) 244 60 81

Merkez şube, Ankara şube, İzmir şube [www.global.com.tr](http://www.global.com.tr) adresi ve 444 0 321 no'lu telefon

### **HALK YATIRIM MENKUL DEĞERLER A.Ş.**

Halide Edip Adivar Mah. Darülaceze Cad. No: 20 Kat:4 34382 Şişli/İstanbul

Tel: (0212) 314 81 81, Faks: (0212) 221 31 81

T. Halk Bankası A.Ş.

[www.halkyatirim.com.tr](http://www.halkyatirim.com.tr) ile [www.halkbank.com.tr](http://www.halkbank.com.tr) adresleri ve 444 42 55 no'lu telefon

### **ICBC TURKEY YATIRIM MENKUL DEĞERLER A.Ş.**

Maslak Mahallesi Dereboyu 2 Cad. No:13 34398 Sarıyer İstanbul

Tel: (0212) 276 27 27, Faks: (0212) 276 29 00

ICBC Turkey Bank A.Ş. ve ICBC Turkey Yatırım Menkul Değerler A.Ş.

[www.icbc.com.tr](http://www.icbc.com.tr) ile [www.icbcyatirim.com.tr](http://www.icbcyatirim.com.tr) adresleri

### **ING MENKUL DEĞERLER A.Ş.**

Reşitpaşa Mah.Eski Büyükdere Cad.No:8 Kat:10 Sarıyer/İstanbul

Tel: (0212) 367 70 20 –(0212) 367 70 16, Faks: (0212) 367 70 70

ING Menkul Değerler Ankara, Maslak, Antalya, Kadıköy ve İzmir İrtibat Büroları, ING BANK Özel Bankacılık Şubeleri, 0850 222 0 600 no'lu telefon,[www.ingbank.com.tr](http://www.ingbank.com.tr) adresi

### **MEKSA YATIRIM MENKUL DEĞERLER A.Ş.**

Şehit Teğmen Ali Yılmaz Sokak Güven Sazak Plaza No:13 Kat:3/4 Kavacık-Beykoz/İstanbul

Tel: (0216) 681 34 00, Faks: (0216) 693 05 70  
Meksa Yatırım Menkul Değerler A.Ş.'nin Genel Müdürlük ve tüm acente / şubeleri

**OSMANLI YATIRIM MENKUL DEĞERLER A.Ş.**

Büyükdere Cad. Nuroi Plaza B Blok No: 255/802 Kat:8 Maslak Sarıyer/İstanbul  
Tel: (0212) 366 88 00, Faks: (0212) 328 40 70  
Ankara, İzmir, Bursa, Denizli, Adana Şubeleri  
444 17 30 ve [www.osmanlimenkul.com.tr](http://www.osmanlimenkul.com.tr) adresi

**OYAK YATIRIM MENKUL DEĞERLER A.Ş.**

Akatlar Ebulula Cad. F2C Blok Levent 34335 Beşiktaş/İstanbul  
Tel: (0212) 319 12 00, Faks: (0212) 351 05 99  
Oyak Yatırım Menkul Değerler A.Ş. şubeleri, [www.oyakyatirim.com.tr](http://www.oyakyatirim.com.tr) adresi ve 0850 222 0 414 no'lu telefon

**PHİLLİPCAPİTAL MENKUL DEĞERLER A.Ş.**

Dr.Cemil Bengü C. Hak İş Merkezi No: 2 K: 6A Çağlayan Kağıthane 34403 İstanbul  
Tel: (0212) 982 25 00, Faks: (0212) 233 69 29  
PhillipCapital Menkul Değerler A.Ş. ve şubeleri ile [www.phillipcapital.com.tr](http://www.phillipcapital.com.tr) adresi

**QNB FİNANS YATIRIM MENKUL DEĞERLER A.Ş.**

Esentepe Mah. Büyükdere Cad. Kristal Kule Binası No :215 Kat : 6-7 34394 Şişli İstanbul, Türkiye  
Tel: (0212) 336 70 51 , Faks (0212) 282 22 55  
QNB Finansbank A.Ş. ve tüm şubeleri ile Telefon Bankacılığı 0212 336 73 73 (Sadece Finans Yatırım) ve İnternet Bankacılığı [www.qnbfi.com](http://www.qnbfi.com) (Sadece Finans Yatırım)

**ŞEKER YATIRIM MENKUL DEĞERLER A.Ş.**

Büyükdere Cad. No:171 Metrocity A Blok K:4-5 Esentepe-Şişli/İstanbul  
Tel: (0212) 334 33 33, Faks: (0212) 334 33 34  
Şeker Yatırım Menkul Değerler A.Ş. ve Şubeleri, Şekerbank T.A.Ş. ve şubeleri, [www.sekeryatirim.com.tr](http://www.sekeryatirim.com.tr) adresi

**TACİRLER YATIRIM MENKUL DEĞERLER A.Ş.**

Nispetiye Cad. Akmerkez B3 Blok K:9 Etiler/İstanbul  
Tel: (0212) 355 46 46, Faks: (0212) 282 09 97  
Tacirler Yatırım Genel Müdürlüğü, Adana, Ankara, Antalya, Bakırköy, Bursa, Denizli, Karadeniz Ereğli, Erenköy, Gaziantep, İzmir, İzmit, Kartal, Kayseri, Girne, Mersin şubeleri ile Marmaris ve İzmit irtibat büroları ve [www.tacirler.com.tr](http://www.tacirler.com.tr) adresi

**TEB YATIRIM MENKUL DEĞERLER A.Ş.**

TEB KAMPÜS D Blok Saray mah. Küçüksu Cad. Sokullu Sk. No:7 34768 Ümraniye/ İstanbul  
Tel: (0216) 636 44 44, Faks: (0216) 631 44 00  
TEB Yatırım Menkul Değerler A.Ş. Şubeleri ve Türk Ekonomi Bankası A.Ş. ile 0850 200 0 600 no'lu telefon ve [www.teb.com.tr](http://www.teb.com.tr) adresi

**TERA YATIRIM MENKUL DEĞERLER A.Ş.**

Eski Büyükdere Cad. İz Plaza Giz No:9 Kat:11 34398 Maslak-Sarıyer/İstanbul  
Tel: (0212) 365 10 00, Faks: (0212) 290 69 95

**TURKISH YATIRIM MENKUL DEĞERLER A.Ş.**

Esentepe Mahallesi, Ali Kaya Sokak, No: 1A/52 Polat Plaza A Blok Kat: 4 - Levent/İstanbul  
Tel: (0212) 315 10 00, Faks: (0212) 315 10 02  
TURKISHBANK A.Ş. tüm şubeleri ile TÜRK BANKASI LİMİTED,  
[www.turkishyatirim.com](http://www.turkishyatirim.com) adresi

**ÜNLÜ MENKUL DEĞERLER A.Ş.**

Ahi Evran Caddesi Polaris Plaza No: 21 Kat:1 34485 Maslak, Sarıyer/ İstanbul

Tel: (0212) 367 36 36 , Faks: (0212) 346 10 40

ÜNLÜ Menkul Değerler A.Ş. Genel Müdürlük ve Ankara İrtibat Bürosu, [www.utrade.com.tr](http://www.utrade.com.tr)

**VAKIF YATIRIM MENKUL DEĞERLER A.Ş.**

Akat Mah. Ebulula Mardin Cad. No:18 Park Maya Sitesi F2/A Blok 34335 Beşiktaş/İstanbul

Tel: (0212) 352 35 77, Faks: (0212) 352 36 20

Vakıf Yatırım Menkul Değerler A.Ş. merkez ve merkez dışı örgütleri ile T.Vakıflar Bankası T.A.O.'nun tüm şubeleri ve Ankara, İstanbul, İzmir yatırım merkezleri, [www.vakifbank.com.tr](http://www.vakifbank.com.tr) ve [www.vakifyatirim.com.tr](http://www.vakifyatirim.com.tr) adresleri ve 444 0 724 no'lu telefon

**YATIRIM FİNANSMAN MENKUL DEĞERLER A.Ş.**

Meclisi Mebusan Cad. No:81 Fındıklı Beyoğlu / İstanbul

Tel: (0212) 317 69 00, Faks: (0212) 282 15 50-51

Yatırım Finansman Menkul Değerler A.Ş.'nin Genel Müdürlük ve tüm şubeleri ile [www.yf.com.tr](http://www.yf.com.tr) adresi

**ZİRAAT YATIRIM MENKUL DEĞERLER A.Ş.**

Levent Mah. Gonca Sok. No:22 (Emlak Pasajı) Kat:1 Beşiktaş/İstanbul

Tel: (0212) 339 80 80, Faks: (0212) 269 09 60

Ziraat Yatırım Menkul Değerler A.Ş. merkezi ile T.C. Ziraat Bankası A.Ş.'nin tüm şubeleri, Prim Menkul Değerler A.Ş.'nin merkezi, [www.ziraatyatirim.com.tr](http://www.ziraatyatirim.com.tr) ile [www.ziraatbank.com.tr](http://www.ziraatbank.com.tr) adresleri ve 0850 222 2 979 no'lu telefon

Her bir Konsorsiyum Üyesi'nin teminata kabul edeceği kıymetler aşağıdaki tabloda gösterilmektedir:

<b>AK YATIRIM MENKUL DEĞERLER A.Ş.</b>	Para Piyasası Fonu Kısa Vadeli Borçlanma Araçları Fonu Özel Sektör Borçlanma Araçları Fonu TL DİBS Özel Sektör Borçlanma Aracı (ÖSBA) - (Sadece Akbank T.A.Ş. tarafından ihraç edilen borçlanma araçları kabul edilecektir.) Hisse Senedi Fonu Borçlanma Araçları Fonu Değişken Fon Pay (BIST 30'da yer alan paylar) Döviz Blokesi - ABD Doları Döviz Blokesi - Avro Döviz Blokesi – Sterlin Vadeli Mevduat Blokesi - TL Vadeli Mevduat Blokesi - ABD Doları Vadeli Mevduat Blokesi - Avro Vadeli Mevduat Blokesi - Sterlin
<b>Akbank T.A.Ş.</b>	Para Piyasası Fonu Kısa Vadeli Borçlanma Araçları Fonu Özel Sektör Borçlanma Araçları Fonu TL DİBS Özel Sektör Borçlanma Aracı (ÖSBA) - (Sadece Akbank T.A.Ş. tarafından ihraç edilen borçlanma araçları kabul edilecektir.) Hisse Senedi Fonu Borçlanma Araçları Fonu

	<p>Değişken Fon  Pay (BIST 30’da yer alan paylar)  Döviz Blokesi - ABD Doları  Döviz Blokesi - Avro  Döviz Blokesi – Sterlin  Vadeli Mevduat Blokesi - TL  Vadeli Mevduat Blokesi - ABD Doları  Vadeli Mevduat Blokesi - Avro  Vadeli Mevduat Blokesi - Sterlin</p>
<b>GARANTİ YATIRIM MENKUL KIYMETLER A.Ş.</b>	<p>Para Piyasası Fonu  Kısa Vadeli Borçlanma Araçları Fonu  TL DİBS  Döviz (ABD Doları, Avro, İngiliz Sterlini)</p>
<b>Türkiye Garanti Bankası A.Ş.</b>	<p>Para Piyasası Fonu  Kısa Vadeli Borçlanma Araçları Fonu  TL DİBS  Döviz (ABD Doları, Avro, İngiliz Sterlini)</p>
<b>İŞ YATIRIM MENKUL DEĞERLER A.Ş.</b>	<p>Para Piyasası Fonu  Kısa Vadeli Borçlanma Araçları Fonu  Özel Sektör Borçlanma Araçları Fonu  TL DİBS  Eurobond (T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı’nın ihraç ettiği)  Özel Sektör Borçlanma Aracı (ÖSBA) - (Sadece Akbank T.A.Ş. tarafından ihraç edilen borçlanma araçları kabul edilecektir.)  Hisse Senedi Fonu  Borçlanma Araçları Fonu  Değişken Fon  Pay (BIST 30’da yer alan paylar)  Döviz Blokesi - ABD Doları  Döviz Blokesi - Avro</p>
<b>Türkiye İş Bankası A.Ş.</b>	<p>Para Piyasası Fonu ( Sadece İş Portföy Para Piyasası Fonu)  Kısa Vadeli Borçlanma Araçları Fonu (Sadece İş Portföy Kısa Vadeli Borçlanma Araçları Fonu)  TL DİBS (İşCep’ten alınan taleplerde bu teminat kullanılmamaktadır)  Döviz Blokesi - ABD Doları (İşCep’ten alınan taleplerde bu teminat kullanılmamaktadır)  Döviz Blokesi – Avro (İşCep’ten alınan taleplerde bu teminat kullanılmamaktadır)</p>
<b>ANADOLU YATIRIM MENKUL KIYMETLER A.Ş.</b>	<p>Pay (BIST 30’da yer alan paylar)  Döviz Blokesi - ABD Doları  Döviz Blokesi - Avro  Döviz Blokesi – Sterlin  Döviz Blokesi – İsviçre Frangı  Vadeli Mevduat Blokesi - TL  Vadeli Mevduat Blokesi - ABD Doları  Vadeli Mevduat Blokesi - Avro  Vadeli Mevduat Blokesi - Sterlin</p>
<b>Anadolubank A.Ş.</b>	<p>Pay (BIST 30’da yer alan paylar)  Döviz Blokesi - ABD Doları</p>

	<p>Döviz Blokesi - Avro  Döviz Blokesi – Sterlin  Döviz Blokesi – İsviçre Frangı  Vadeli Mevduat Blokesi - TL  Vadeli Mevduat Blokesi - ABD Doları  Vadeli Mevduat Blokesi - Avro  Vadeli Mevduat Blokesi - Sterlin</p>
<b>BİZİM MENKUL DEĞERLER A.Ş.</b>	Yoktur.
<b>DENİZ YATIRIM MENKUL KIYMETLER A.Ş.</b>	<p>Para Piyasası Fonu  Kısa Vadeli Borçlanma Araçları Fonu  TL DİBS  Özel Sektör Borçlanma Aracı (ÖSBA) (Sadece Denizbank A.Ş. tarafından ihraç edilen bonolar kabul edilecektir)  Döviz Blokesi - ABD Doları  Döviz Blokesi - Avro  Döviz Blokesi – Sterlin  Döviz Blokesi – İsviçre Frangı  Vadeli Mevduat Blokesi - TL  Vadeli Mevduat Blokesi - ABD Doları  Vadeli Mevduat Blokesi - Avro  Vadeli Mevduat Blokesi - Sterlin</p>
<b>Denizbank A.Ş.</b>	<p>Para Piyasası Fonu  Kısa Vadeli Borçlanma Araçları Fonu  TL DİBS  Özel Sektör Borçlanma Aracı (ÖSBA) (Sadece Denizbank A.Ş. tarafından ihraç edilen bonolar kabul edilecektir)  Döviz Blokesi - ABD Doları  Döviz Blokesi - Avro  Döviz Blokesi – Sterlin  Döviz Blokesi – İsviçre Frangı  Vadeli Mevduat Blokesi - TL  Vadeli Mevduat Blokesi - ABD Doları  Vadeli Mevduat Blokesi - Avro  Vadeli Mevduat Blokesi - Sterlin</p>
<b>GEDİK YATIRIM MENKUL DEĞERLER A.Ş.</b>	<p>Para Piyasası Fonu  Kısa Vadeli Borçlanma Araçları Fonu  Özel Sektör Borçlanma Araçları Fonu  TL DİBS  Eurobond (T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı'nın ihraç ettiği)  Özel Sektör Borçlanma Aracı (ÖSBA)  Hisse Senedi Fonu  Borçlanma Araçları Fonu  Değişken Fon  Pay (Bist 30'da yer alan paylar)  Döviz Blokesi - ABD Doları  Döviz Blokesi - Avro  Döviz Blokesi – Sterlin  Döviz Blokesi – İsviçre Frangı  Vadeli Mevduat Blokesi - TL</p>

	Vadeli Mevduat Blokesi - ABD Doları Vadeli Mevduat Blokesi - Avro Vadeli Mevduat Blokesi - Sterlin
<b>GLOBAL MENKUL DEĞERLER A.Ş.</b>	Para Piyasası Fonu Kısa Vadeli Borçlanma Araçları Fonu
<b>HALK YATIRIM MENKUL DEĞERLER A.Ş.</b>	Para Piyasası Fonu Kısa Vadeli Borçlanma Araçları Fonu Pay (BIST 30’da yer alan paylar)
<b>ING MENKUL DEĞERLER A.Ş.</b>	Pay (BIST 30’da yer alan paylar) Döviz Blokesi - ABD Doları Döviz Blokesi - Avro Döviz Blokesi – Sterlin Döviz Blokesi – İsviçre Frangı Vadeli Mevduat Blokesi - TL Vadeli Mevduat Blokesi - ABD Doları Vadeli Mevduat Blokesi - Avro Vadeli Mevduat Blokesi - Sterlin
<b>INGBANK A.Ş. (Özel Bankacılık Şubeleri)</b>	Pay (BIST 30’da yer alan paylar) Döviz Blokesi - ABD Doları Döviz Blokesi - Avro Döviz Blokesi – Sterlin Döviz Blokesi – İsviçre Frangı Vadeli Mevduat Blokesi - TL Vadeli Mevduat Blokesi - ABD Doları Vadeli Mevduat Blokesi - Avro Vadeli Mevduat Blokesi - Sterlin
<b>T. Halk Bankası A.Ş.</b>	Para Piyasası Fonu Kısa Vadeli Borçlanma Araçları Fonu TL DİBS Döviz Blokesi - ABD Doları Döviz Blokesi - Avro Döviz Blokesi – Sterlin Döviz Blokesi – İsviçre Frangı
<b>ICBC TURKEY YATIRIM MENKUL DEĞERLER A.Ş.</b>	Para Piyasası Fonu TL DİBS Döviz Blokesi - ABD Doları Döviz Blokesi – Avro Vadeli Mevduat Blokesi - TL Vadeli Mevduat Blokesi - ABD Doları Vadeli Mevduat Blokesi - Avro
<b>ICBC Turkey Bank A.Ş.</b>	Para Piyasası Fonu TL DİBS Döviz Blokesi - ABD Doları Döviz Blokesi – Avro Vadeli Mevduat Blokesi - TL Vadeli Mevduat Blokesi - ABD Doları Vadeli Mevduat Blokesi - Avro
<b>MEKSA YATIRIM MENKUL DEĞERLER A.Ş.</b>	Yoktur.
<b>OSMANLI YATIRIM MENKUL DEĞERLER A.Ş.</b>	Para Piyasası Fonu Kısa Vadeli Borçlanma Araçları Fonu Özel Sektör Borçlanma Araçları Fonu TL DİBS Eurobond (T.C. Başbakanlık Hazine

	<p>Müşterarlığı'nın ihraç ettiği)  Özel Sektör Borçlanma Aracı (ÖSBA)  Hisse Senedi Fonu  Borçlanma Araçları Fonu  Değişken Fon  Pay (BIST 30'da yer alan paylar)  Döviz Blokesi - ABD Doları  Döviz Blokesi - Avro  Döviz Blokesi – Sterlin  Döviz Blokesi – İsviçre Frangı  Vadeli Mevduat Blokesi - TL  Vadeli Mevduat Blokesi - ABD Doları  Vadeli Mevduat Blokesi - Avro  Vadeli Mevduat Blokesi - Sterlin</p>
<b>OYAK YATIRIM MENKUL DEĞERLER A.Ş.</b>	<p>Para Piyasası Fonu  TL DİBS  Döviz Blokesi - ABD Doları  Döviz Blokesi - Avro</p>
<b>PHILLIPCAPITAL MENKUL DEĞERLER A.Ş.</b>	<p>Para Piyasası Fonu  Kısa Vadeli Borçlanma Araçları Fonu  Özel Sektör Borçlanma Araçları Fonu  TL DİBS  Özel Sektör Borçlanma Aracı (ÖSBA)  Hisse Senedi Fonu  Değişken Fon  Pay (BIST 30'da yer alan paylar)  Döviz Blokesi - ABD Doları  Döviz Blokesi - Avro</p>
<b>QNB FİNANS YATIRIM MENKUL DEĞERLER A.Ş.</b>	<p>Para Piyasası Fonu  Kısa Vadeli Borçlanma Araçları Fonu  TL DİBS  Döviz Blokesi - ABD Doları  Döviz Blokesi - Avro  Döviz Blokesi – Sterlin</p>
<b>QNB Finansbank A.Ş.</b>	<p>Para Piyasası Fonu  Vadeli Mevduat Blokesi - TL  Vadeli Mevduat Blokesi - ABD Doları  Vadeli Mevduat Blokesi - Avro  Vadeli Mevduat Blokesi - Sterlin</p>
<b>ŞEKER YATIRIM MENKUL DEĞERLER A.Ş.</b>	<p>Para Piyasası Fonu  Kısa Vadeli Borçlanma Araçları Fonu  TL DİBS  Özel Sektör Borçlanma Aracı (ÖSBA)  Hisse Senedi Fonu  Borçlanma Araçları Fonu  Değişken Fon  Pay (BIST 30'da yer alan paylar)  Döviz Blokesi - ABD Doları  Döviz Blokesi - Avro  Döviz Blokesi – Sterlin</p>
<b>Şekerbank T.A.Ş.</b>	<p>Para Piyasası Fonu  Kısa Vadeli Borçlanma Araçları Fonu  TL DİBS</p>



	<p>Özel Sektör Borçlanma Aracı (ÖSBA)  Hisse Senedi Fonu  Borçlanma Araçları Fonu  Değişken Fon  Pay (Bist 30’da yer alan paylar)  Döviz Blokesi - ABD Doları  Döviz Blokesi - Avro  Döviz Blokesi – Sterlin</p>
<b>TACİRLER YATIRIM MENKUL DEĞERLER A.Ş.</b>	Yoktur.
<b>TEB YATIRIM MENKUL DEĞERLER A.Ş.</b>	<p>Para Piyasası Fonu (Sabit Yöntem)  Kısa Vadeli Borçlanma Araçları Fonu (Sabit Yöntem)</p>
<b>Türk Ekonomi Bankası A.Ş</b>	<p>Para Piyasası Fonu (Değişken Yöntem)  Kısa Vadeli Borçlanma Araçları Fonu (Değişken Yöntem)  Döviz Blokesi - ABD Doları (Yalnızca vadesiz ABD Doları DTH’lar kullanılabilir.)  Döviz Blokesi - Avro (Yalnızca vadesiz Euro Doları DTH’lar kullanılabilir.)  Vadeli Mevduat Blokesi- TL (Değişken Yöntem)(Özellikli mevduat ürünleri hariç olmak üzere vadesi tahsilat günü ile aynı valör gününe sahip TL mevduatları kullanılabilir.)</p>
<b>TERA YATIRIM MENKUL DEĞERLER A.Ş.</b>	Vadeli Mevduat Blokesi- TL
<b>TURKISH YATIRIM MENKUL DEĞERLER A.Ş.</b>	<p>Para Piyasası Fonu  Kısa Vadeli Borçlanma Araçları Fonu  TL DİBS  Özel Sektör Borçlanma Aracı (ÖSBA)  Pay (BIST 30’da yer alan paylar)  Döviz Blokesi - ABD Doları  Döviz Blokesi - Avro  Döviz Blokesi – Sterlin  Vadeli Mevduat Blokesi - TL  Vadeli Mevduat Blokesi - ABD Doları  Vadeli Mevduat Blokesi - Avro  Vadeli Mevduat Blokesi - Sterlin</p>
<b>Turkish Bank A.Ş.</b>	<p>Para Piyasası Fonu  Kısa Vadeli Borçlanma Araçları Fonu  TL DİBS  Özel Sektör Borçlanma Aracı (ÖSBA)  Pay (BIST 30’da yer alan paylar)  Döviz Blokesi - ABD Doları  Döviz Blokesi - Avro  Döviz Blokesi – Sterlin  Vadeli Mevduat Blokesi - TL  Vadeli Mevduat Blokesi - ABD Doları  Vadeli Mevduat Blokesi - Avro  Vadeli Mevduat Blokesi - Sterlin</p>
<b>ÜNLÜ MENKUL DEĞERLER A.Ş.</b>	<p>Para Piyasası Fonu  Kısa Vadeli Borçlanma Araçları Fonu  Özel Sektör Borçlanma Araçları Fonu  TL DİBS</p>

	<p>Eurobond (T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı'nın ihraç ettiği)  Hisse Senedi Fonu  Borçlanma Araçları Fonu  Değişken Fon  Pay (BIST 30'da yer alan paylar)  Döviz Blokesi - ABD Doları  Döviz Blokesi - Avro  Döviz Blokesi – Sterlin  Döviz Blokesi – İsviçre Frangı  Vadeli Mevduat Blokesi - TL  Vadeli Mevduat Blokesi - ABD Doları  Vadeli Mevduat Blokesi - Avro  Vadeli Mevduat Blokesi - Sterlin</p>
<b>VAKIF YATIRIM MENKUL DEĞERLER A.Ş.</b>	<p>Para Piyasası Fonu  TL DİBS</p>
<b>T. Vakıflar Bankası T.A.O</b>	<p>Para Piyasası Fonu  Kısa Vadeli Borçlanma Araçları Fonu  TL DİBS  Vadeli Mevduat Blokesi – TL / İnternet Bankacılığı Hariç  Vadeli Mevduat Blokesi - ABD Doları / İnternet Bankacılığı Hariç  Vadeli Mevduat Blokesi – Avro / İnternet Bankacılığı Hariç</p>
<b>YATIRIM FİNANSMAN MENKUL DEĞERLER A.Ş.</b>	<p>Para Piyasası Fonu  Kısa Vadeli Borçlanma Araçları Fonu  TL DİBS  Pay (BIST 30'da yer alan paylar)  Döviz Blokesi - ABD Doları  Döviz Blokesi - Avro</p>
<b>ZİRAAT YATIRIM MENKUL DEĞERLER A.Ş.</b>	<p>Para Piyasası Fonu  Kısa Vadeli Borçlanma Araçları Fonu  Özel Sektör Borçlanma Araçları Fonu  TL DİBS  Özel Sektör Borçlanma Aracı (ÖSBA)  Hisse Senedi Fonu  Borçlanma Araçları Fonu  Değişken Fon  Pay (BIST 30'da yer alan paylar)  Döviz Blokesi - ABD Doları  Döviz Blokesi - Avro  Döviz Blokesi – Sterlin  Döviz Blokesi – İsviçre Frangı</p>
<b>T.C. Ziraat Bankası A.Ş.</b>	<p>Para Piyasası Fonu  Kısa Vadeli Borçlanma Araçları Fonu  Özel Sektör Borçlanma Araçları Fonu  TL DİBS  Özel Sektör Borçlanma Aracı (ÖSBA)  Hisse Senedi Fonu  Borçlanma Araçları Fonu  Değişken Fon</p>

	Pay (BIST 30’da yer alan paylar) Döviz Blokesi - ABD Doları Döviz Blokesi - Avro Döviz Blokesi – Sterlin Döviz Blokesi – İsviçre Frangı
--	---

Sadece fiyat aralığı tavanından Yurtiçi Bireysel Yatırımcı taleplerinin toplanacağı başvuru yerleri aşağıdaki tabloda gösterilmektedir:

BAŞVURU YERİ	NOTLAR
TÜRKİYE İŞ BANKASI A.Ş.	İşCep uygulamasından sadece fiyat aralığı tavanından talep girilebilecektir.
BİZİM MENKUL DEĞERLER A.Ş.	-
DENİZ YATIRIM MENKUL KIYMETLER A.Ş.	-
HALK YATIRIM MENKUL DEĞERLER A.Ş.	Halk Yatırım Menkul Değerler A.Ş. farklı fiyat seviyelerinden talep toplama yöntemini, T. Halk Bankası A.Ş. ise sadece tavan fiyattan talep toplama yöntemini kullanacaktır.
ING MENKUL DEĞERLER A.Ş.	-
MEKSA YATIRIM MENKUL DEĞERLER A.Ş.	-
OSMANLI YATIRIM MENKUL DEĞERLER A.Ş.	-
PHILLIPCAPITAL MENKUL DEĞERLER A.Ş.	-
QNB FİNANS YATIRIM MENKUL DEĞERLER A.Ş.	QNB Finans Yatırım Menkul Değerler A.Ş. farklı fiyat seviyelerinden talep toplama yöntemini, QNB Finansbank A.Ş. ise sadece tavan fiyattan talep toplama yöntemini kullanacaktır.
TACİRLER YATIRIM MENKUL DEĞERLER A.Ş.	-
TERA MENKUL DEĞERLER A.Ş.	-
VAKIF YATIRIM MENKUL DEĞERLER A.Ş.	-
YATIRIM FİNANSMAN MENKUL DEĞERLER A.Ş.	-

#### d) Payların dağıtım zamanı ve yeri:

Halka arzdan pay alan ortakların söz konusu payları sermaye piyasası mevzuatı çerçevesinde MKK nezdinde hak sahipleri bazında kayden izlenmeye başlanacaktır. Paylar, Şirket ve Satan Ortak tarafından dağıtım listesinin onaylanmasını takiben ve pay bedellerinin ödenmesi şartıyla Konsorsiyum Üyeleri tarafından yatırımcıların MKK nezdindeki hesaplarına aktarılacaktır.

Talebi karşılanan yatırımcıların payları, kaydi sistem esasları çerçevesinde, dağıtım listesinin kesinleştiğinin konsorsiyum üyelerine bildirimini takip eden en geç 2 iş günü içerisinde ve pay bedellerinin ödenmesi şartıyla, kaydi olarak teslim edilecektir.

#### 25.1.4. Halka arzın ne zaman ve hangi şartlar altında iptal edilebileceği veya ertelenebileceği ile satış başladıktan sonra iptalin mümkün olup olmadığına dair açıklama:

a) Talep toplama öncesi aşağıdaki durumlardan birinin oluşması halinde Konsorsiyum Liderleri ve/veya BOYP bu Sözleşme’yi karşılıklı anlaşmaya vararak derhal sona erdirip halka arzı durdurabilecek ve/veya ileri bir tarihe erteleyebileceklerdir.

Yasama, yürütme veya sermaye piyasaları veya bankalar ile ilgili karar almaya yetkili organlar tarafından yapılan düzenlemeler nedeniyle bu Sözleşme'den kaynaklanan yükümlülüklerini yerine getirmesini imkansız kılacak veya önemli ölçüde güçleştirecek hukuki düzenlemeler yapılması,

Halka arzı etkileyebilecek savaş hali, yangın, deprem, su baskını gibi olayların meydana gelmesi,

Konsorsiyum Liderleri tarafından, ekonomik ve siyasi gelişmeler ile para ve sermaye piyasalarındaki ve/veya Beymen'nin faaliyet gösterdiği sektör ya da ihraççı'nın mali bünyesindeki gelişmelerin halka arz edilen payların pazarlanmasına imkân vermeyecek durumda olması nedeniyle yeterli talebin oluşmayacağı ve piyasaların durumu itibarıyla halka arzdan beklenen faydanın gerçekleşmeyeceğinin öngörülmesi,

Beymen, BOYP, bunların yönetici, doğrudan ve dolaylı ortakları veya bağlı kuruluşları hakkında payların pazarlanmasını etkileyebilecek herhangi bir soruşturma ve/veya dava açılması ve Beymen ve BOYP aleyhine, halka arzı önemli derecede etkileyen ya da etkileyebilecek herhangi bir soruşturma, dava ve/veya sair adli veya idari takip başlatılması,

b) Talep toplama sürecinin başlamasından dağıtım listesinin Beymen ile BOYP tarafından onaylanmasına kadar geçen süreçte, aşağıdaki durumlardan birinin oluşması halinde, işbu Sözleşme Konsorsiyum Liderleri ve/veya BOYP tarafından feshedilebilir.

Talep toplama sürecinin başlamasından dağıtım listesinin Beymen ile BOYP tarafından onaylanmasına kadar geçen süreçte, halka arzın tamamlanmasını engelleyebilecek önemli bir sebebin ortaya çıkması halinde,

Nihai halka arz fiyatının tespitinde Konsorsiyum Liderleri ve BOYP arasında uzlaşmaya varılamaması durumunda,

Toplanan kesin talebin halka arz büyüklüğü olarak belirtilen 67.176.750 adet ek satış hariç satışa sunulan pay miktarından az olması durumunda,

Beymen, BOYP, bunların yönetici, doğrudan ve dolaylı ortakları veya bağlı kuruluşları hakkında payların pazarlanmasını veya halka arzı önemli derecede etkileyen ya da etkileyebilecek herhangi bir soruşturma, dava ve/veya sair adli veya idari takip başlatılması,

Halka arzı etkileyebilecek savaş hali, yangın, deprem, su baskını gibi olayların meydana gelmesi,

Yasama, yürütme, yargı veya sermaye piyasaları veya bankalar ile ilgili karar almaya yetkili organlar tarafından yapılan düzenlemeler nedeniyle bu Sözleşme'den kaynaklanan yükümlülüklerini yerine getirmesini imkansız kılacak veya önemli ölçüde güçleştirecek hukuki düzenlemeler yapılması,

Konsorsiyum Liderleri tarafından, ekonomik ve siyasi gelişmeler ile para ve sermaye piyasalarındaki ve/veya Beymen'nin faaliyet gösterdiği sektör ya da Beymen'nin mali bünyesindeki gelişmelerin halka arz edilen payların pazarlanmasına imkân vermeyecek durumda olması nedeniyle yeterli talebin oluşmayacağı ve piyasaların durumu itibarıyla halka arzdan beklenen faydanın gerçekleşmeyeceğinin öngörülmesi.

d) Dağıtım listesinin Beymen ile BOYP tarafından onaylanması aşamasına gelindiğinde, her ne sebeple olursa olsun halka arz edilmesi planlanan tutarın en az %70'inin Yurtdışı Kurumsal Yatırımcılar tahsis grubuna ayrılamaması durumunda, her hâlükârda halka arz iptal edilecek, iptal işlemlerinin tamamlanmasıyla birlikte sözleşme fesih edilmiş sayılacaktır.

e) d) Dağıtım listesinin Beymen ile BOYP tarafından onaylanmasından payların yatırımcılara teslimine kadar geçen süreçte Türkiye'de yerleşik olmayan yatırımcılara satılması planlanan payların satışının

herhangi bir nedenle sonuçlandırılmaması ile dünyanın başlıca finans piyasaları veya Türkiye’de ciddi olumsuz ekonomik ve siyasal sonuçlar doğuran gelişmelerin oluşması halinde, Beymen, BOYP ve/veya Konsorsiyum Liderleri aralarındaki Aracılık Konsorsiyum Sözleşmesini feshedebilir ve sözleşmenin feshi durumunda halka arz iptal edilir.

f) (a), (b), (c) ve (d) maddelerinde yer alan koşullar nedeniyle Aracılık ve Konsorsiyum Sözleşmesi’nin feshi ve halka arzın sonuçlandırılmaması ya da halka arzdan vazgeçilmesi halinde, Beymen ve BOYP nakit olarak talepte bulunan Yurt İçi Bireysel Yatırımcıların ve Boyner Grup Çalışanlarının talep bedellerinin, Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası gecelik faizi üzerinden nemalandırılmış tutarlarını ilgili yatırımcılara ödeyecektir.

BOYP’un 20 Nisan 2018 tarih ve 11 sayılı kararı kapsamında gerçekleştirilecek olan, ortak satışı yoluyla Şirket paylarının halka arz edilmesi işleminin, Kurul’un II-23.1 Önemli Nitelikteki İşlemlere İlişkin Ortak Esaslar ve Ayrılma Hakkı Tebliği’nin ("**Önemli Nitelikteki İşlemler Tebliği**") 6’ncı maddesinin birinci fıkrası uyarınca, toplam işlem tutarının “*yönetim kurulu karar tarihinden önceki altı aylık günlük düzeltilmiş ağırlıklı ortalama fiyatların aritmetik ortalaması baz alınarak hesaplanan ortaklık değerine oranının %50’nin üzerinde olması*” halinde ve SPKn’nun 23’ncü maddesinde tanımlanan BOYP için önemli nitelikte işlem tanımına girmesi söz konusudur. SPKn’nun 23’üncü maddesi ve Önemli Nitelikteki İşlemler Tebliği’nin 7’inci maddesinin 1’inci fıkrası uyarınca, önemli nitelikte bir işlemin ortaklığın genel kurulunun onayına sunulması zorunludur. Ayrıca, söz konusu önemli işlem ilgili ortaklığın genel kurulunda gerekli nisaplar sağlanarak onaylansa dahi, Önemli Nitelikteki İşlemler Tebliği’nin 9’uncu maddesi uyarınca “*önemli nitelikteki işlemlere ilişkin genel kurul toplantılarına katılan ve olumsuz oy kullanarak muhalefet şerhini toplantı tutanağına işleten pay sahipleri veya temsilcileri paylarını ortaklığa satarak ortaklıktan ayrılma hakkına sahiptir.*”

Bu kapsamda, söz konusu yönetim kurulu kararı çerçevesinde, BOYP’un sahip olduğu Şirket paylarının halka arzı işlemine ilişkin satış tutarının 19 Aralık 2017 tarihli ve 38 sayılı yönetim kurulu kararı tarihinden önceki altı aylık günlük düzeltilmiş ağırlıklı ortalama fiyatların aritmetik ortalaması baz alınarak hesaplanan ortaklık değerine oranının %50’sini (1.155.062.940 TL) aşması halinde, Önemli Nitelikteki İşlemler Tebliği’nin 6’ncı maddesinin 1’inci fıkrasının (b) bendi uyarınca önemli nitelikteki işlem tanımına girecek olan söz konusu Şirket paylarının halka arz işlemi, BOYP genel kurulunda ortakların onayına sunulacak olup, söz konusu genel kurul toplantısına katılan ve ilgili gündem maddesine olumsuz oy kullanarak muhalefet şerhini toplantı tutanağına işleten pay sahipleri veya temsilcilerine, paylarını Önemli Nitelikteki İşlemler Tebliği’nin 10’uncu maddesine göre yapılan hesaplama sonucu ulaşılan değer olan 1 TL nominal değerli pay için 8,39 TL fiyat üzerinden ortaklığa satarak ortaklıktan ayrılma hakkı tanınacaktır. Söz konusu olağanüstü genel kurul toplantısına ilişkin ilan metni, 09.04.2018 tarihinde KAP’ta (<https://www.kap.org.tr/tr/Bildirim/675418>), Elektronik Genel Kurul Sistemi’nde ve 10.04.2018 tarihli ve 9555 sayılı Türkiye Ticaret Sicili Gazetesi’nde ilan edilmiştir.

Ayrıca, BOYP’un esas sözleşmesinin 26’ncı maddesi uyarınca önemli nitelikteki bir işlemin genel kurul tarafından onaylanması için, Şirket sermayesinin en az %75’ini temsil eden pay sahiplerinin toplantıya katılması ve olumlu oy vermesi gerekmektedir. Bu doğrultuda, yapılan çağrıya istinaden 02.05.2018 tarihinde gerçekleştirilmesi öngörülen genel kurul toplantısı, toplantı yeter sayısının sağlanamaması nedeniyle ertelenebilir. Planlanan halka arzın “önemli nitelikteki işlem” teşkil etmesi ve yukarıda açıklanan sebeplerle genel kurul onayını gerektirmesi ihtimali dahilinde, genel kurul toplantısı ertelenir ise, halka arzın gerçekleştirilebilmesi için toplantının esas sözleşmede öngörülen toplantı yeter sayısı sağlanarak gerçekleştirilmesi ve esas sözleşmede öngörülen karar yeter sayıları sağlanarak kararın alınması gerektirir. Dolayısıyla da planlanan halka arz, söz konusu şartlar sağlanana kadar gerçekleştirilemeyecektir.

Bahsi geçen genel kurul toplantısında ilişkin toplantı veya karar nisaplarının 2 Mayıs 2018 tarihinde sağlanamaması halinde, İzahname ve İhraç Belgesi Tebliği’nin ilgili hükümleri çerçevesinde Şirket’in 31 Aralık 2017 tarihli finansal tabloları ile halka arza devam etmesi mümkün olmayacak, ve halka arzın, 31 Mart 2018 tarihli finansal tabloları da dahil edilecek şekilde hazırlanacak bir izahnamenin Kurul tarafından onaylanmasına kadar ertelenmesi gündeme gelecektir.

**Sonuç olarak, BOYP'un sahibi olduğu Şirket paylarının satışı yoluyla gerçekleştirilecek olan halka arz işleminin, yukarıda açıklanan durumlar uyarınca önemli nitelikteki işlem teşkil etmesi fakat BOYP'un 02.05.2018 tarihinde gerçekleştirilmesi öngörülen genel kurul toplantısında onaylanmaması halinde, söz konusu halka arz işlemi gerçekleştirilemeyecektir.**

Ek olarak, söz konusu halka arz işlemi BOYP'un genel kurul toplantısında onaylansa dahi, söz konusu genel kurul toplantısına katılan ve ilgili gündem maddesine olumsuz oy kullanarak muhalefet şerhini toplantı tutanağına işleyen pay sahipleri veya temsilcilerine, paylarını Önemli Nitelikteki İşlemler Tebliği'nin 10'uncu maddesine göre yapılan hesaplama sonucu ulaşılan değer olan 1 TL nominal değerli pay için 8,39 TL fiyat üzerinden ortaklığa satarak ortaklıktan ayrılma hakkı doğacaktır.

Söz konusu genel kurul toplantısının sonuçları ve BOYP'a ilişkin diğer önemli gelişmeler, BOYP'un KAP'ta yaptığı açıklamalardan takip edilebilir (<https://www.kap.org.tr/tr/sirket-bilgileri/ozet/4028e4a1415f4d9b014160337607401a>).

#### **25.1.5. Karşılanamayan taleplere ait bedeller ile yatırımcılar tarafından satış fiyatının üzerinde ödenen tutarların iade şekli hakkında bilgi:**

a) Talep Fiyatı ile oluşacak nihai fiyat arasındaki farkın talebe dönüşmesini talep eden yatırımcılar için iade esasları aşağıdaki gibi olacaktır:

Yurt İçi Bireysel Yatırımcıların ve Boyner Grup Çalışanlarının farklı fiyat seviyelerinden girmiş oldukları farklı talep adetleri dikkate alınarak belirlenecek nihai talep adedinden belirtmiş oldukları talep fiyatı ile nihai halka arz fiyatı arasında oluşacak iade tutarı kadar ekstra bir pay talebinde bulunup bulunmamaya yönelik tercihlerini talep formunda ilgili alanı işaretleyerek beyan edeceklerdir.

İzahnamenin 25.1.3.2 (c) maddesinde yer alan ilgili tabloda belirtilen başvuru yerlerinden sadece fiyat aralığı tavanından talepte bulunan Yurtiçi Bireysel Yatırımcılar ise tavan fiyatı ile nihai halka arz fiyatı arasında oluşacak iade tutarı kadar ekstra bir pay talebinde bulunup bulunmamaya yönelik tercihlerini talep formunda ilgili alanı işaretleyerek beyan edeceklerdir. Bu yatırımcılar için talep fiyatı tavan fiyat olacaktır.

Yatırımcının iade tutarını pay olarak talep etmeye yönelik tercihini belirtmesi durumunda, talep fiyatı ile nihai halka arz fiyatı arasındaki fark, ilave pay talebi olarak yatırımcı talebine yansıtılacak ve ancak bu yansıtılardan sonra dağıtım işlemine başlanacaktır. Bedel farkının talebe dönüştürülmesinden sonra kalan bakiye ve/veya karşılanamayan taleplerden dolayı oluşan iade bedeli, dağıtım listesinin onaylanarak kesinleşmesini izleyen iş günü içerisinde, ilgili talebi giren Konsorsiyum Üyeleri tarafından, pay bedellerini nakden ödeyen Yurt İçi Bireysel Yatırımcılara ve Boyner Grup Çalışanlarına iade edilecektir.

b) Talep Fiyatı ile oluşacak nihai fiyat arasındaki farkın talebe dönüşmesini talep etmeyen yatırımcılar için iade esasları aşağıdaki gibi olacaktır:

Karşılanamayan taleplerden dolayı oluşan iade bedeli ve Talep Fiyatı ile nihai halka arz fiyatı arasında oluşan farklar dağıtım listesinin onaylanarak kesinleşmesini izleyen işgünü içerisinde, satışı gerçekleştiren Konsorsiyum Üyeleri tarafından, Talep Bedeli'ni nakden ödeyen Yurt İçi Bireysel Yatırımcılara ve Boyner Grup Çalışanlarına iade edilecektir.

#### **25.1.6. Talep edilebilecek asgari ve/veya azami pay miktarları hakkında bilgi:**

Talep adetleri bir adet ve katları şeklinde olup, Yurt İçi Bireysel, Yurt İçi Kurumsal ve Yurt Dışı Kurumsal yatırımcılar için talep edilebilecek azami pay adedi konusunda herhangi bir sınırlama bulunmamaktadır. Boyner Grup Çalışanları ise azami 7.800 adet pay talep edebilirler.

Tüm yatırımcılar istedikleri takdirde talep formunda almak istedikleri miktara ilişkin bir alt sınır belirleyebilirler.

### **25.1.7. Yatırımcıların satın alma taleplerinden vazgeçme haklarına ilişkin bilgi:**

SPKn'nun 8. maddesi uyarınca, İzahname ile kamuya açıklanan bilgilerde, satışa başlamadan önce veya satış süresi içinde yatırımcıların yatırım kararını etkileyebilecek değişiklik veya yeni hususların ortaya çıkması hâlinde durum ihraççı veya halka arz eden tarafından en uygun haberleşme vasıtasıyla derhâl Kurula bildirilir.

Değişiklik gerektiren veya yeni hususların ortaya çıkması hâlinde, satış süreci durdurulabilir.

Değiştirilecek veya yeni eklenecek hususlar bildirim tarihinden itibaren yedi iş günü içinde SPKn'nda yer alan esaslar çerçevesinde Kurulca onaylanır ve İzahname'nin değişen veya yeni eklenen hususlara ilişkin kısmı yayımlanır.

Değişiklik veya yeni hususların yayımlanmasından önce pay satın almak için talepte bulunmuş olan yatırımcılar, İzahnamede yapılan ek ve değişikliklerin yayımlanmasından itibaren iki iş günü içinde taleplerini geri alma hakkına sahiptirler.

Ayrıca, İzahnamede herhangi bir değişiklik olmasa dahi yatırımcılar, talep toplama süresi içerisinde taleplerini değiştirme ya da geri alma hakkına sahiptirler.

### **25.1.8. Payların teslim yöntemi ve süresi:**

İhraç edilecek paylar kaydileştirme esasları çerçevesinde MKK tarafından hak sahipleri bazında kayden izlenecek olup, payların fiziki teslimi yapılmayacaktır. Kaydi paylar azami dağıtım listesinin kesinleştiğinin konsorsiyum üyelerine bildirimini takip eden 2 iş günü içerisinde teslim edilecektir.

### **25.1.9. Halka arz sonuçlarının ne şekilde kamuya duyurulacağı hakkında bilgi:**

Halka arz sonuçları, Kurulun sermaye piyasası araçlarının satışına ilişkin düzenlemelerinde yer alan esaslar çerçevesinde dağıtım listesinin kesinleştiği günü takip eden iki iş günü içerisinde Kurul'un özel durumların kamuya açıklanmasına ilişkin düzenlemeleri uyarınca kamuya duyurulur.

### **25.1.10. Yeni Pay Alma Hakkına İlişkin Bilgiler**

Sermaye artımı yapılmayacağı için yeni pay alma hakkı doğmamaktadır.

### **25.1.11. Satın alma taahhüdünde bulunan gerçek ve/veya tüzel kişilerin adı, iş adresleri ve bir payın satın alma fiyatı ile bu kişilerin ihraççı ile olan ilişkisi hakkında bilgi:**

Yoktur.

### **25.1.12. Varsa tasarruf sahiplerine satış duyurusunun ilan edileceği gazeteler:**

Yoktur.

### **25.1.13. Halka arz nedeniyle toplanan bedellerin nemalandırılıp nemalandırılmayacağı, nemalandırılacaksa esasları:**

Halka arz nedeniyle toplanan bedeller nemalandırılmayacaktır.

### **25.1.14. Halka arzda içsel bilgiye ulaşabilecek konumdaki kişilerin listesi:**

Şirket'in, halka arza aracılık edenlerin, payların değerini etkileyebilecek nitelikteki bilgiye ulaşabilecek konumdaki idari sorumluluğu bulunan kişilerin, Şirket'in %5 ve üzerinde paya sahip ortaklarının ve halka arz nedeniyle hizmet aldığı diğer kişi/kurumların listesi aşağıda yer almaktadır:

<b>Ad-Soyad</b>	<b>Kurum</b>
Hasan Cem Boyner	Şirket
Nazlı Ümit Boyner	Şirket
Mustafa Türkay Tatar	Şirket
Nur Mehmet İnal	Şirket
Serdar Sunay	Şirket
Elif Çapçı	Şirket
Esra Tokbaş	Şirket
Polat Uyal	Şirket
Batur Kuntay	Şirket
Uğur Çiğdem Deniz Özyerli	Şirket
Elif Yıldız Tellaloğlu	Şirket
Yudum Tokgöz Erdur	Şirket
Oğuzhan Aygün	Şirket
Murat Türkili	Şirket
Murat Ersin Saraçlar	Şirket
Can Kaya Öztoprak	Şirket
Elif Şatıroğlu	Boyner Perakende ve Tekstil Yatırımları A.Ş.
Ömer Akdoğan	Boyner Perakende ve Tekstil Yatırımları A.Ş.
Taliye Yeşilürdü	Boyner Perakende ve Tekstil Yatırımları A.Ş.
Merve Çiçek Güngör	Boyner Perakende ve Tekstil Yatırımları A.Ş.
Ali Adana	Boyner Perakende ve Tekstil Yatırımları A.Ş.
Tuğba Uysal	Boyner Perakende ve Tekstil Yatırımları A.Ş.
Derin Altan	Devrim Güniz Gökçe Avukatlık Bürosu
Elif Ece Küreğibüyük	Devrim Güniz Gökçe Avukatlık Bürosu
Ahmet Kaan Alkan	Devrim Güniz Gökçe Avukatlık Bürosu
Gökhan Yüksel	PWC
Mert Güneş Sönmezsoy	PWC
Elif İmir	PWC
Gizem Akıncı	PWC
Sertu Talı	PWC
Yelda Sefil	PWC
Necip Saygı	PWC
Büşra Demir	PWC
Mete Gorbon	İş Yatırım Menkul Değerler A.Ş.
Melih Zeren	İş Yatırım Menkul Değerler A.Ş.
Gözde Gürtaş Karabulut	İş Yatırım Menkul Değerler A.Ş.
Ayşe Yaşar	İş Yatırım Menkul Değerler A.Ş.
Selim Onur Yalın	İş Yatırım Menkul Değerler A.Ş.
Hürhan Soyuyüce	İş Yatırım Menkul Değerler A.Ş.
Rıza İhsan Kutlusoy	İş Yatırım Menkul Değerler A.Ş.
Murat Kural	İş Yatırım Menkul Değerler A.Ş.
Rıfat Cenk Aksoy	İş Yatırım Menkul Değerler A.Ş.
Mehmet Yiğit Arıkök	İş Yatırım Menkul Değerler A.Ş.
Barış Özbalyalı	İş Yatırım Menkul Değerler A.Ş.



Ayten Aktan	İş Yatırım Menkul Değerler A.Ş.
Mert Erdoğan	Ak Yatırım Menkul Değerler A.Ş.
Ahmet Kemal Atasoy	Ak Yatırım Menkul Değerler A.Ş.
Süleyman Cengiz	Ak Yatırım Menkul Değerler A.Ş.
Engin Yegül	Ak Yatırım Menkul Değerler A.Ş.
Nesligül Onyedioğlu	Ak Yatırım Menkul Değerler A.Ş.
Barış Çivici	Ak Yatırım Menkul Değerler A.Ş.
Duygu Haker	Ak Yatırım Menkul Değerler A.Ş.
Ferizan Kızıl	Ak Yatırım Menkul Değerler A.Ş.
Alican Selçuk	Ak Yatırım Menkul Değerler A.Ş.
Kemal Ulaş Ünal	Ak Yatırım Menkul Değerler A.Ş.
Erhan Benim	Ak Yatırım Menkul Değerler A.Ş.
Berk Ay	Ak Yatırım Menkul Değerler A.Ş.
Bertuğ Tüzün	Ak Yatırım Menkul Değerler A.Ş.
Mehmet Hakkı Taman	Ak Yatırım Menkul Değerler A.Ş.
Ömer Lütfü Ömerbaş	Ak Yatırım Menkul Değerler A.Ş.
Pınar Ayşe Aras	Ak Yatırım Menkul Değerler A.Ş.
Mehmet İlgen	Ak Yatırım Menkul Değerler A.Ş.
Çağlar Şengil	Ak Yatırım Menkul Değerler A.Ş.
Dilek Erdoğan	Ak Yatırım Menkul Değerler A.Ş.
Cansev Şanlı	Ak Yatırım Menkul Değerler A.Ş.
Fitnat Derwent Baytekin	Ak Yatırım Menkul Değerler A.Ş.
Berat Kırık	Ak Yatırım Menkul Değerler A.Ş.
Zeki Şen	Garanti Yatırım Menkul Kıymetler A.Ş.
İbrahim Halil Öztop	Garanti Yatırım Menkul Kıymetler A.Ş.
Sezai Akın Kozikoğlu	Garanti Yatırım Menkul Kıymetler A.Ş.
Poyraz Koğacıoğlu	Garanti Yatırım Menkul Kıymetler A.Ş.
Metin Özhan	Garanti Yatırım Menkul Kıymetler A.Ş.
Anıl Karakaya	Garanti Yatırım Menkul Kıymetler A.Ş.
Cansu Bahadır	Garanti Yatırım Menkul Kıymetler A.Ş.
Anıl Can İpekçi	Garanti Yatırım Menkul Kıymetler A.Ş.
Kadir Levent Aydın	Garanti Yatırım Menkul Kıymetler A.Ş.
Leman Ceren Yılmaz	Garanti Yatırım Menkul Kıymetler A.Ş.
Esra Tekinöz	Garanti Yatırım Menkul Kıymetler A.Ş.
Didem Özatalar	Garanti Yatırım Menkul Kıymetler A.Ş.
Müjde Erdoğan Birdal	Garanti Yatırım Menkul Kıymetler A.Ş.
Hakkı Gedik	Gedik Eraksoy Avukatlık Ortaklığı
Umut Gürgey	Gedik Eraksoy Avukatlık Ortaklığı
Cansel Baydınç Tekin	Gedik Eraksoy Avukatlık Ortaklığı
Burak Özsoy	Gedik Eraksoy Avukatlık Ortaklığı
Berkan Tomay	Gedik Eraksoy Avukatlık Ortaklığı
Deniz Ünver	Gedik Eraksoy Avukatlık Ortaklığı

## 25.2. Dağıtım ve tahsis planı:

**25.2.1. Halka arzın birden fazla ülkede aynı anda yapıldığı durumlarda, bu ülkelerden birine belli bir oranda tahsisat yapılmışsa buna ilişkin bilgi:**

Yoktur.

**25.2.2. İhraççının bildiği ölçüde, ihraççının ana hissedarları veya yönetim kurulu üyeleri ile yönetimde söz sahibi kişilerin yapılacak halka arzda iştirak taahhüdünde bulunma niyetinin olup olmadığı veya herhangi bir kişinin halka arz edilecek payların yüzde beşinden fazlasına taahhütte bulunmaya niyetli olup olmadığına ilişkin bilgi:**

Yoktur.

**25.2.3. Halka arzda yatırımcılara tahsis ve dağıtım esasları:**

**a) Yatırımcı grubu bazında tahsisat oranları:**

671.767 TL nominal değerdeki (%1) kısmı Boyner Grup Çalışanlarına

6.717.675 TL nominal değerdeki (%10) kısmı Yurt İçi Bireysel Yatırımcılara

10.076.513 TL nominal değerdeki (%15) kısmı Yurt İçi Kurumsal Yatırımcılara

49.710.795 TL nominal değerdeki (%74) kısmı Yurt Dışı Kurumsal Yatırımcılara

gerçekleştirilecek satışlar için tahsis edilmiştir.

**b) Tahsisat değişikliğinin yapılabileceği şartlar, büyüklüğü ve tahsisat değişikliğinde münferit dilimler için uygulanabilir yüzdeler:**

Talep toplama süresi sonunda belirli bir yatırımcı grubuna tahsis edilen tutarı karşılayacak miktarda talep gelmemiş ise o gruba ait tahsisat BOYP'nin onayı ile diğer gruplara aktarılabilir.

Talep toplama süresinin sonunda Yurt Dışı Kurumsal Yatırımcılar ve Yurt İçi Kurumsal Yatırımcılar gruplarına tahsis edilen tutarı karşılayacak kadar talep gelmiş olsa dahi, tahsisat oranları arasında, BOYP'nin onayı ile - tahsis edilen tutarı %20'den fazla azaltmamak üzere - Yurt Dışı Kurumsal Yatırımcılara ve Yurt İçi Kurumsal Yatırımcılara tahsis edilen tutarlar azaltılabilir ve diğer gruplara kaydırma yapılabilir.

**c) Bireysel yatırımcılar ve ihraççının çalışanlarına ilişkin tahsisat grubunda tahsis edilen nominal değerden daha fazla talep gelmesi durumunda uygulanacak dağıtım yöntemi/yöntemleri:**

Boyner Grup Çalışanları ve/veya Yurtiçi Bireysel Yatırımcılar tahsisat grubunda aşırı talep olması durumunda uygulanacak farklı bir yöntem yoktur.

**d) Tahsisatta belirli yatırımcı gruplarına veya belirli diğer gruplara tanınabilecek ayrıcalıklar ve bu gruplara dâhil edilme kriterleri:**

Boyner Grup Çalışanlarına nihai arz fiyatı üzerinden %5 indirim yapılacaktır. Boyner Grup Çalışanları tahsisat grubu için başvuracak yatırımcılarına dahil olan katılımcıların talep toplama tarihleri itibariyle Boyner Grup Çalışanı tanımının şartlarını sağlıyor olmaları gerekmektedir. Boyner Grup Çalışanı grubundan talep giren yatırımcılar en fazla 7.800 adet pay talep girebilirler, bu adedin üzerinde girilen talepler 7.800 adet olarak dikkate alınacaktır.

**e) Tek bir bireysel yatırımcıya dağıtılması öngörülen asgari pay tutarı:**

Yurt İçi Bireysel Yatırımcı ve Boyner Grup Çalışanları grupları için ilgili gruptaki toplam yatırımcı sayısının bu yatırımcı grubuna dağılacak toplam pay adedinden az veya eşit olduğu durumlarda talebi bilgi eksikliğinden iptal edilmemiş o gruptaki tüm yatırımcılara en az bir adet pay dağıtılacaktır.

Yurt İçi Bireysel Yatırımcı ve Boyner Grup Çalışanları grupları için toplam yatırımcı sayısının ilgili yatırımcı grubuna dağılacak toplam pay adedinden fazla olduğu durumlarda ise hangi yatırımcılara birer adet pay dağıtılacağı Konsorsiyum Liderleri'nin önerileri de dikkate alınarak Satan Ortak tarafından II-5.2 Sermaye Piyasası Araçlarının Satışı Tebliği'nin 19. maddesinde yer alan eşit ve adil davranılma esası gözetilerek karar verilecektir.

**f) Mükerrer talep olması halinde uygulanacak esaslar:**

Boyner Grup Çalışanları ve Yurtiçi Bireysel Yatırımcılar için oransal dağıtım yöntemi kullanılacağından herhangi bir mükerrer tarama işlemi yapılmayacaktır.

Yurt İçi Kurumsal Yatırımcı ve Yurt dışı Kurumsal Yatırımcı gruplarında nihai talep adedi belirlendikten sonra bir defadan fazla talepte bulunan yatırımcıların bulunması durumunda fazla olan talep kabul edilecektir. Farklı Konsorsiyum Üyelerinden eşit miktarda mükerrer talep yapılmışsa veya yetersiz bilgi girişinden dolayı kararsız kalınan durumlarda, Konsorsiyum Üyelerinin kurum unvanlarının alfabetik önceliğine bakılacaktır.

Ancak, talep toplama süresi sonunda Yurt İçi Kurumsal Yatırımcı veya Yurt Dışı Kurumsal Yatırımcı grubuna tahsis edilen tutarı karşılayacak miktarda talep gelmemiş ise mükerrer talepte bulunan yatırımcıların en yüksek miktarda ikinci talep tutarları da dikkate alınabilecektir. İlgili yatırımcı grubuna tahsis edilen tutarın tamamını karşılayacak talep belirleninceye kadar hesaplamaya bu şekilde devam edilecektir.

**g) Halka arz süresinin erken sonlandırılma koşulları ve erken sonlandırılabilir tarihler:**

Yoktur.

**h) Halka arz edilecek paylara ilişkin yapılacak tahsisatlara yönelik olarak, iletilen talepler veya fiyat tekliflerinin, işlemi yapan veya yapılmasına aracı olan yetkili kuruluş bazında belirlenmesinin mümkün olup olmadığı hakkında bilgi:**

Konsorsiyum Üyesi yetkili kuruluşlarına iletilen tahsisat grubu bazında talep ve fiyat tekliflerinin belirlenmesi mümkündür.

**25.2.4. Talepte bulunan yatırımcılara, halka arzdan aldıkları kesinleşmiş pay miktarının bildirilme süreci hakkında bilgi:**

Halka arzda talepte bulunan yatırımcılar, dağıtım listelerinin onaylandığı günü takip eden işgünü talepte buldukları Konsorsiyum Üyesi'ne başvurarak halka arzdan aldıkları kesinleşmiş pay miktarını öğrenebilirler.

**25.2.5. Ek satış işlemlerine ilişkin bilgi:**

**(a) Toplanan kesin talebin satışa sunulan pay miktarından fazla olması halinde mevcut ortaklara ait payların, ek satışa konu olup olmayacağı hakkında bilgi:**

Toplanan kesin talebin satışa sunulan pay miktarından fazla olması halinde BOYP'ye ait 9.373.500 TL nominal değere kadar payın dağıtımına tabi tutulacak toplam pay miktarına eklenmesi planlanmaktadır.

**(b) Ek satışa konu olabilecek payların azami nominal değeri ve oranları ile satış yöntemi ve süresi:**

Ek Satış Yöntemi	Adet	Nominal Değer	Pay Grubu	Halka Arz Edilen Paylara Oranı (%)
Ortak Satışı	9.373.500	9.373.500 TL	Bulunmamaktadır.	13,95%
<b>TOPLAM</b>	<b>9.373.500</b>	<b>9.373.500 TL</b>	<b>Bulunmamaktadır.</b>	<b>13,95%</b>

Ek satışa konu olabilecek payların azami nominal tutarı 9.373.500 TL'dir. Bu paylar halka arz edilecek payların nominal tutarının %13,95'ine denk gelmektedir. Ek satışa konu paylar için özel olarak talep toplanmayacaktır. Ek satışa konu paylar, tasarruf sahiplerine satış duyurusu ile ilan edilecek talep toplama tarihlerinde, halka arza konu paylara fazla talep gelmesi durumunda ilgili fazla talebin karşılanması suretiyle satılacaktır. Toplanan kesin talebin satışa sunulan pay miktarından fazla olması halinde ek satış hakkı kullanılabilir ve ek satışa konu edilecek miktar, halka arz edilen pay miktarına eklenerek dağıtım tabii tutulacaktır. Ek satışa konu payların yatırımcı grupları arasındaki dağılımı tahsis oranlarına bağlı kalmadan Konsorsiyum Liderleri'nin önerileri de dikkate alınarak, Satan Ortak tarafından belirlenerek kesinleştirilecektir.

**(c) Yatırımcıların karar verme sürecinde etkili olabilecek diğer bilgiler:**

Yoktur.

**25.3. Payların fiyatının tespitine ilişkin bilgi**

**25.3.1. 1 TL nominal değerli bir payın satış fiyatı ile talepte bulunan yatırımcının katlanacağı maliyetler hakkında bilgi**

1 TL nominal değerdeki bir payın satış fiyatı 12,80 TL ile 15,36 TL arasında belirlenmiştir.

SPK'nın Sermaye Piyasası Araçlarının Satışı Tebliği (II-5.2) hükümlerine uygun olarak satış fiyat aralığı yapılacak bir özel durum açıklamasıyla talep toplama süresinin başlangıç tarihinden önce veya söz konusu süreler içerisinde izahname değişikliği gerektirmeksizin aşağı yönlü revize edilebilir. Fiyatın talep toplama süresinin başlangıç tarihinden önce revize edilmesi durumunda halka arza en erken yapılacak özel durum açıklamasını takip eden ikinci gün başlanacak, revizenin talep toplama süresi içerisinde yapılması durumunda ise belirlenen halka arz süresine en az iki iş günü ilave edilecektir.

Konsorsiyum Üyelerinin, halka arzda talepte bulunan yatırımcılardan talep edecekleri komisyon ve benzeri giderler aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Kurum	Hesap Açma Ücreti *	Sermaye Piyasası Aracının MKK'ya Virman Ücreti	Yatırımcının Başka Aracı Kuruluştaki Hesabına Virman Ücreti	EFT Ücreti	Damga Vergisi	Diğer
AK YATIRIM MENKUL DEĞERLER A.Ş.	YOKTUR	YOKTUR	2,63 TL(işlem sayısı üzerinden her bir farklı tarih için)	%0,5	YOKTUR	YOKTUR
GARANTİ YATIRIM MENKUL KIYMETLER A.Ş.	İlk defa pay senedi işlemi yapacak	MKK'ya ödenecek yasal ücretler tahsil	Başka kurumlara Hisse Senedi Virmanlarında MKK'ya ya	Yoktur.	Yoktur.	MKK'ya ödenecek ücretler yatırımcıdan alınacaktır.

	olması nedeniyle MKK tarafından MKK sicil Numarası üretilecek ve şifre tahsis edilerek gönderilecek müşterilerden MKK'ya ödenecek ücretler tahsil edilecektir.	edilecektir .	ödenecek ücretler tahsil edilecektir.			
<b>İŞ YATIRIM MENKUL DEĞERLER A.Ş.</b>	1,50 TL	-	1,25 TL	-	-	-
<b>TÜRKİYE İŞ BANKASI A.Ş.</b>	Bulunmamaktadır	-	25 TL + BSMV	Gelen EFT üzerinden masraf alınmamaktadır	-	Halka arz sırasında yatırımcının herhangi bir diğer masraf alınmayacak olup, izleyen dönemde T.İş Bankası A.Ş.'nin yatırım hesabı saklama komisyon tarifesi geçerli olacaktır.
<b>ANADOLU YATIRIM MENKUL KIYMETLER A.Ş.</b>	MKK Tarifesi	-	1,50 TL+MSMV	Bankamız skalası uygulanacaktır.	-	-
<b>BİZİM MENKUL DEĞERLER A.Ş.</b>	Yoktur	1,63 TL + BSMV	Yoktur	Yoktur	Yoktur	Hesaplardan aylık 3,00 TL hesap işletim ücreti alınmaktadır. MKK'nın tahsil edeceği diğer ücretler yatırımcılara yansıtılır
<b>DENİZ YATIRIM MENKUL KIYMETLER A.Ş.</b>	-	MKK Tarifesi	-	-	-	-
<b>GEDİK YATIRIM</b>	-	0,5TL	0,5TL	YOK	YOK	YOK

<b>MENKUL DEĞERLER A.Ş.</b>						
<b>GLOBAL MENKUL DEĞERLER A.Ş.</b>	-	-	-	-	-	-
<b>HALK YATIRIM MENKUL DEĞERLER A.Ş.</b>	Hesap Açma 1,58TL+ Şifre Gönderim 8,40 TL	0,26 TL (BSMV DAHİL)	1,31 TL (BSMV DAHİL)	Yürürlükteki EFT skalası uygulanacaktır.	YOKTUR	YOKTUR
<b>ICBC TURKEY YATIRIM MENKUL DEĞERLER A.Ş.</b>	-	-	0,11 TL	Beher İşlem İçin 5,25 TL	-	-
<b>ING MENKUL DEĞERLER A.Ş.</b>	MKK nın alacağı ücretler yansıtılır					
<b>MEKSA YATIRIM MENKUL DEĞERLER A.Ş.</b>	YOK	YOK	MKK TARİFESİ	YÜRÜRLÜKTEKİ EFT TARİFESİ	YOK	YOK
<b>OSMANLI YATIRIM MENKUL DEĞERLER A.Ş.</b>	-	-	5,84TL	-	-	-
<b>OYAK YATIRIM MENKUL DEĞERLER A.Ş.</b>	1,58	YOKTUR	YOKTUR	YOKTUR	YOKTUR	YOKTUR
<b>PHILLIPCAPITAL MENKUL DEĞERLER A.Ş.</b>	-	-	-	-	-	-
<b>QNB FİNANS YATIRIM MENKUL DEĞERLER A.Ş.</b>	-	-	-	-	-	Yıllık MKK saklama ücreti (On binde7,5+BS MV). Her ay MKK tarafından alınan saklama ve hesap işletim ücreti müşterilerden tahsil edilmektedir.
<b>ŞEKER YATIRIM MENKUL DEĞERLER A.Ş.</b>	-	-	-	5,25.-TL	-	-
<b>TACİRLER YATIRIM MENKUL DEĞERLER A.Ş.</b>	YOK	YOK	YOK	2,500 TL'ye kadar 5 TL, 2,501-15,000 TL'ye kadar 10 TL, 15,001-50,000 TL'ye kadar 15 TL, 50,001 TL üzeri 20 TL	-	-
<b>TEB YATIRIM MENKUL DEĞERLER A.Ş.</b>				TEB A.Ş. nezdindeki		Saklamada olan sermaye

				hesaplardan yapılacak EFT'lerden BSMV hariç azami %0,5 (min 40TL, max350TL)		piyasası araçlarının nominal değeri üzerinden 3'er aylık dönemlerde onbinde 2.1 oranında saklama komisyonu alınmaktadır.
<b>TERA YATIRIM MENKUL DEĞERLER A.Ş.</b>	-	-	-	-	-	-
<b>TURKISH YATIRIM MENKUL DEĞERLER A.Ş.</b>	-	-	2,50+BSMV	0,00 – 92.000,00 TL arası 10 TL+BSMV, 92.001 – 920.000 arası tutar üzerinden 0,0001 (on binde bir) + BSMV 920.000–üzeri 100,00 TL +(BSMV)	-	İnternette yapılan EFT'lerde tutar gözetilmeksizin 6 TL +BSMV masraf alınacaktır.
<b>ÜNLÜ MENKUL DEĞERLER A.Ş.</b>	YOKTUR	MKK'nın aldığı ücret	MKK'nın aldığı ücret	TakasBank'ın aldığı ücret	YOKTUR	YOKTUR
<b>VAKIF YATIRIM MENKUL DEĞERLER A.Ş.</b>	MKK'ya ödenecek yasal ücretler yatırımcıdan tahsil edilecektir	-	MKK tarifesi	Yürürlükteki eft skalası uygulanacaktır	-	MKK'ya ödenecek yasal ücretler yatırımcıdan tahsil edilecektir.
<b>YATIRIM FİNANSMAN MENKUL DEĞERLER A.Ş.</b>	Alınmıyor	Müşterilerden alınmıyor	Müşterilerden alınmıyor. Yatırım Finansman müşterisi olmayanlardan; başka kurumlara hisse senedi virmanlarında MKK tarifesi uygulanır	Müşterilerden alınmıyor. Yatırım Finansman müşterisi olmayanlardan, İş Bankası'na yapılacak olan havalelerden alınmayacak, diğer banka ve aracı kurumlara yapılacak olan EFT ve	-	-

				virmanlardan; 40.000 TL'nin altında olan tutarlardan 5,25 TL , 40.000 TL ve üzerindeki tutarlar için 48,30 TL (BSMV dahil) masraf alınacaktır.		
<b>ZİRAAT YATIRIM MENKUL DEĞERLER A.Ş.</b>	-	-	-	EFT tutarı üzerinden yüzbinde 5	-	-

**25.3.2. Halka arz fiyatının tespitinde kullanılan yöntemler ile satış fiyatının belirli olmaması durumunda halka arz fiyatının kamuya duyurulması süreci ile halka arz fiyatının veya fiyat tespitindeki kriterlerin belirlenmesinde kimin sorumlu olduğuna dair bilgi:**

Halka arz fiyatı aralığı belirlenirken ön pazarlama çalışmaları sonucunda gelen geri bildirimler dikkate alınmıştır. Nihai halka arz fiyatı ise, Konsorsiyum Liderleri'nin önerileri de dikkate alınarak, BOYP tarafından halka arz süresi içerisinde yatırımcılardan gelecek taleplerin değerlendirilmesi sonucunda belirlenerek kesinleştirilecektir. Payların dağıtımı, belirlenen nihai halka arz fiyatı esas alınarak yapılacaktır. Nihai halka arz fiyatı halka arzın bitimini takip eden 2 işgünü içerisinde KAP'ta kamuya duyurulacaktır.

Halka arz fiyat aralığı ve bu aralığın hesaplanmasında kullanılan yöntemlere ilişkin olarak hazırlanan fiyat tespit raporu halka arzın başlayacağı tarihten en az üç gün önce KAP'ta ilan edilecektir. Halka arz fiyatının belirlenmesinde nihai sorumluluk BOYP'ye aittir.

**25.3.3. Yeni pay alma hakkı kısıtlanmışsa yeni pay alma hakkının kısıtlanmasından dolayı menfaat sağlayanlar hakkında bilgi:**

Halka arz mevcut payların halka arzı yoluyla yapılacaktır. Bu nedenle ortakların yeni pay alma hakları bulunmamaktadır.

**25.3.4. İhraççı'nın yönetim kurulu üyeleri ile yönetimde söz sahibi kişilerin veya ilişkili kişilerin (bunların eşleri ile birinci derecede kan ve sıhri hısımları) geçmiş yıl ile içerisinde bulunulan yıl içerisinde iktisap ettiği veya iktisap etme hakkına sahip oldukları İhraççı payları için ödedikleri veya ödeyecekleri fiyat ile halka arz fiyatının karşılaştırılması:**

Yoktur.

**25.4. Aracılık Yüklenimi ve Halka Arza Aracılık**

**25.4.1. Halka arza aracılık edecek yetkili kuruluşlar hakkında bilgi:**

Halka arza aracılık edecek yetkili kuruluşlara ilişkin bilgiler iş bu izahnamenin 25.1.3.2.c. bölümünde yer almaktadır. Yurt Dışı Kurumsal Yatırımcılara ve Boyner Grup Çalışanlarına satış ise yalnızca Konsorsiyum Liderleri aracılığıyla yapılacaktır.

**25.4.2. Halka arzın yapılacağı ülkelerde yer alan saklama ve ödeme kuruluşlarının isimleri:**

Türkiye dışında bir halka arz gerçekleştirilmeyecektir.

**25.4.3. Aracılık türü hakkında bilgi:**

Konsorsiyum Üyeleri "En İyi Gayret Aracılığı" yoluyla satışa aracılık edecektir. Bu nedenle satışa yüklenimde bulunan herhangi bir kişi ya da kurum bulunmamaktadır.



#### **25.4.4. Aracılık sözleşmesi hakkında bilgi**

BOYP, Beymen, Konsorsiyum Liderleri ve Konsorsiyum Üyeleri arasındaki Aracılık ve Konsorsiyum Sözleşmesi 20 Nisan 2018 tarihinde imzalanmıştır. Söz konusu sözleşme, aracılığın türü ve kapsamı, BOYP, Beymen, Konsorsiyum Liderleri ve Konsorsiyum Üyeleri'nin hak, yükümlülük ve taahhütleri, aracılık komisyonu ve masraflar, satış ve dağıtım ile aracılık ve halka arz iptal koşullarına ilişkin hükümleri içermektedir.

#### **25.5. Halka arza ilişkin ilgili gerçek ve tüzel kişilerin menfaatleri:**

BOYP portföyünde bulundurduğu Şirket paylarının halka arzında toplam 67.176.750 TL nominal değerde 67.176.750 adet (ek satış hakkının kullanılması ve bu kapsamdaki tüm payların satılması durumunda, toplam 76.550.250 TL nominal değerde ve 76.550.250 adet) pay satarak, pay satışı geliri elde edecektir.

Halka arz sırasında, halka arza aracılık eden aracı kuruluşların halka arza aracılık komisyonu, hukuki danışmanlık bürolarının danışmanlık ücreti ve bağımsız denetim Şirket'inin denetim ücreti elde etmesi söz konusu olacaktır. Söz konusu maliyetler, işbu İzahname'nin 28.1 numaralı bölümünde ayrıntılı bir şekilde açıklanacaktır.

Şirket ile halka arzda Konsorsiyum Liderleri olarak görev alan Ak Yatırım, Garanti Yatırım ve İş Yatırım arasında çıkar çatışması veya herhangi bir menfaat çatışması bulunmamaktadır. Konsorsiyum Liderleri ve Şirket arasında herhangi bir sermaye ilişkisi yoktur. Konsorsiyum Liderleri'nin halka arz işlemi nedeniyle elde edeceği aracılık komisyonu haricinde doğrudan ya da dolaylı olarak halka arzın başarısına bağlanmış bir ekonomik çıkarı bulunmamaktadır.

Diğer kredi verenlerin yanı sıra, İş Yatırım'ın ana ortağı olan İş Bankası ile Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi imzalamış bulunmaktadır. Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi hakkında detaylı açıklama için Bkz. (22. "Önemli Sözleşmeler - Kredi Sözleşmeleri").

Şirket ile bağımsız hukukçu raporunu hazırlayan Devrim Güniz Gökçe Avukatlık Bürosu arasında herhangi bir çıkar veya menfaat çatışması bulunmamaktadır. Devrim Güniz Gökçe Avukatlık Bürosu ve Şirket arasında herhangi bir sermaye ilişkisi yoktur. Devrim Güniz Gökçe Avukatlık Bürosu'nun doğrudan ya da dolaylı olarak halka arzın başarısına bağlanmış bir ekonomik çıkarı bulunmamaktadır. Devrim Güniz Gökçe Avukatlık Bürosu halka arza ilişkin sunulan hukuki danışmanlık hizmetleri için danışmanlık ücreti elde etmektedir.

Şirket ile mali tablolarının bağımsız denetimini yapan PwC Bağımsız Denetim ve Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik A.Ş. arasında çıkar çatışması veya herhangi bir menfaat çatışması bulunmamaktadır. PwC Bağımsız Denetim ve Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik A.Ş. ve Şirket arasında herhangi bir sermaye ilişkisi yoktur. PwC Bağımsız Denetim ve Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik A.Ş.'nin doğrudan ya da dolaylı olarak halka arzın başarısına bağlanmış bir ekonomik çıkarı bulunmamaktadır. PwC Bağımsız Denetim ve Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik A.Ş.'nin, Şirket ile arasında bağımsız denetim çalışmalarının yürütülmesine ilişkin yapmış olduğu anlaşmalar haricinde, herhangi bir anlaşma bulunmamaktadır. PwC Bağımsız Denetim ve Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik A.Ş., Şirket'e sunduğu bağımsız denetim hizmetleri kapsamında ücret elde etmektedir.

Şirket ile pazar analizlerini yapan OCC Danışmanlık A.Ş. arasında çıkar çatışması veya herhangi bir menfaat çatışması bulunmamaktadır. OCC Danışmanlık A.Ş. ve Şirket arasında herhangi bir sermaye ilişkisi yoktur. OCC Danışmanlık A.Ş.'nin doğrudan ya da dolaylı olarak halka arzın başarısına bağlanmış bir ekonomik çıkarı bulunmamaktadır. OCC Danışmanlık A.Ş.'nin, pazar analizi yapması ve yapmış olduğu pazar analizleri sonucunda elde edilen bir takım verilerin işbu İzahname'de kullanılmasına ilişkin olarak ve Şirket ile arasında yapmış olduğu anlaşma haricinde herhangi bir anlaşma bulunmamaktadır.

Bunların dışında halka arzdan önemli menfaati olan danışmanlar vb. bulunmamaktadır.



## **26. BORSADA İŞLEM GÖRMEYE İLİŞKİN BİLGİLER**

### **26.1. Payların Borsada işlem görmesi için başvuru yapıp yapılmadığı ve biliniyorsa en erken işlem görme tarihleri:**

Halka arz sonrasında payların Borsa İstanbul Yıldız Pazarı'nda işlem görmesi için başvuru yapılmıştır.

Halka arz bu payların Borsa'da işlem göreceği anlamına gelmemekte olup, halka arz edilen payların satış tamamlandıktan sonra Borsa'da işlem görebilmesi Borsa mevzuatının ilgili hükümleri çerçevesinde Borsa'nın vereceği olumlu karara bağlıdır.

### **26.2. İhraççı'nın aynı grup paylarının borsaya kote olup olmadığına/borsada işlem görüp görmediğine veya bu hususlara ilişkin bir başvurusunun bulunup bulunmadığına ilişkin bilgi:**

Yoktur.

### **26.3. Borsada işlem görmesi amaçlanan paylarla eş zamanlı olarak;**

- Söz konusu paylarla aynı grupta yer alanların tahsisli/nitelikli yatırımcılara satışa konu edilmesi veya satın alınmasının taahhüt edilmesi veya,

- İhraççının başka bir grup payının veya sermaye piyasası araçlarının tahsisli/nitelikli yatırımcılara satışa ya da halka arza konu edilmesi durumunda

- bu işlemlerin mahiyeti ve bu işlemlerin ait olduğu sermaye piyasası araçlarının sayısı, nominal değeri ve özellikleri hakkında ayrıntılı bilgi:

Yoktur.

### **26.4. Piyasa yapıcı ve piyasa yapıcılığın esasları:**

Yoktur.

### **26.5. Fiyat istikrarı işlemlerinin planlanıp planlanmadığı:**

Fiyat istikrarı işlemlerinin gerçekleştirilmesi planlanmaktadır.

#### **26.5.1. Fiyat istikrarı işlemlerinin yerine getirilmesine yönelik garantinin olmadığına ilişkin açıklama:**

İş Yatırım, Beymen paylarına yönelik olarak fiyat istikrarı işlemlerinde bulunmayı planlamaktadır. Ancak, İş Yatırım fiyat istikrarı işlemlerini kesin olarak yerine getireceğine ilişkin bir taahhüt vermemektedir. İş Yatırım, fiyat istikrarı işlemlerine hiç başlamayabileceği gibi fiyat istikrarı işlemlerinde bulunması halinde de, gerekçesini açıklamak suretiyle, bu işlemi istediği her an sona erdirebilir.

#### **26.5.2. Fiyat istikrarı işlemlerinin gerçekleştirilebileceği zaman aralığı:**

Payların borsada işlem görmeye başlamasından itibaren en fazla 30 gündür.

#### **26.5.3. Fiyat istikrarına ilişkin işlemleri gerçekleştirebilecek aracı kurumun ticaret unvanı:**

İş Yatırım Menkul Değerler A.Ş.

#### **26.5.4. Fiyat istikrarına ilişkin sürenin bitiminden sonra pay fiyatlarının düşebileceğine ilişkin açıklama:**

Fiyat istikrarını sağlayıcı işlemler en fazla 26.5.2. numaralı maddede belirtilen süreyle sınırlıdır. Pay fiyatı, fiyat istikrarını sağlayıcı işlemler sonucunda yükselmiş olsa bile, bu sürenin bitiminden sonra tekrar düşebilir.

#### **26.5.5. Fiyat istikrarını sağlayıcı işlemlerin amacı:**

Fiyat istikrarını sağlayıcı işlemlerde amaç, pay fiyatının halka arz fiyatının altına düşmesi halinde alımda bulunarak fiyat istikrarına belli bir süreyle katkıda bulunmaktır. Ancak bu işlem, herhangi bir fiyat taahhüdü niteliğinde değildir ve fiyat istikrarı işlemlerinin gerçekleştirildiği dönemde payın piyasa fiyatı piyasa koşullarına göre olması gereken fiyata göre yüksek olabilmektedir. Fiyat istikrarını sağlayıcı işlemlerde halka arz fiyatının üzerinde emir verilemez.

#### **26.5.6. Fiyat istikrarı işlemlerinde sorumluluk ve bu işlemlerde kullanılacak kaynağın niteliği:**

Fiyat istikrarı işlemlerine ilişkin tüm sorumluluk, bu işlemleri gerçekleştiren yetkili kuruluş İş Yatırım'a aittir. İş Yatırım, fiyat istikrarı işlemlerinde yabancı kaynak kullanacaktır.

Fiyat istikrarını sağlayıcı işlemlerde, BOYP portföyünden halka arz edilecek paylardan toplam 9.373.500 TL nominal değerdeki kısmının satışından elde edilecek taban fiyattan hesaplandığında 119.980.800 TL'ye, tavan fiyattan hesaplandığında 143.976.960 TL'ye tekabül eden hasılat kullanılacaktır.

#### **26.5.7. Yatırımcıların karar verme sürecinde etkili olabilecek diğer bilgiler**

Yoktur.

## 27. MEVCUT PAYLARIN SATIŞINA İLİŞKİN BİLGİLER İLE TAAHHÜTLER

### 27.1. Paylarını halka arz edecek ortak/ortaklar hakkında bilgi:

Halka Arz Eden: Boyner Perakende ve Tekstil Yatırımları A.Ş.

Adres: Eski Büyükdere Caddesi No.14 Park Plaza K:15-16 Maslak, Sarıyer, İstanbul

### 27.2. Paylarını halka arz edecek ortakların satışa sunduğu payların nominal değeri

Şirket'in 156.225.000 TL nominal tutarındaki mevcut sermayesinde, halka arz eden BOYP'nin toplam 156.225.000 TL nominal değerinde ve %100 oranında payı bulunmaktadır.

Şirket'in 156.225.000 TL nominal tutarındaki mevcut sermayesinde, halka arz eden BOYP'nin sahip olduğu toplam 67.176.750 TL nominal değerli paylar halka arz edilecektir. Ek satış olması halinde, halka arz eden BOYP'nin sahip olduğu toplam 9.373.500 TL nominal değerli paylar ek satışa konu edilebilecektir.

Ortağın Unvanı	Halka Arz'dan Önce		Halka Arz'dan Sonra		Halka Arz'dan Sonra	
			(ek satış hariç)		(ek satış dâhil)	
	TL	%	TL	%	TL	%
BOYP	156.225.000	100,00	89.048.250	57,00	79.674.750	51,00
Halka Açık Kısım	-	-	67.176.750	43,00	76.550.250	49,00
<b>Toplam</b>	<b>156.225.000</b>	<b>100,00</b>	<b>156.225.000</b>	<b>100,00</b>	<b>156.225.000</b>	<b>100,00</b>

### 27.3. Halka arzdan sonra dolaşımdaki pay miktarının artırılmamasına ilişkin taahhütler:

#### a. İhraççı tarafından verilen taahhütler:

Şirket, 20 Nisan 2018 tarihli ve 17 sayılı yönetim kurulu kararı ile,

- halka arz edilen payların Borsa İstanbul'da işlem görmeye başlamasından itibaren 180 gün süreyle, sermaye artırımını yapılmayacağı, halka arz edilen paylar dışında kalan Şirket paylarının, dolaşımdaki pay miktarının artmasına yol açacak şekilde satışa veya halka arza konu edilmeyeceği, bu doğrultuda bir karar alınmayacağı ve/veya Borsa İstanbul'a veya Kurul'a veya yurtdışındaki herhangi bir menkul kıymetlere ilişkin düzenleyici kurum, borsa veya kotasyon otoritesine başvuruda bulunulmayacağı ve bu süre boyunca ileride yeni bir satış veya halka arz yapılacağına dair bir açıklama yapılmayacağına ve
- satmama taahhüdü ile ilgili olarak SPKn, Kurul'un İzahname ve İhraç Belgesi Tebliği (II-5.1), Pay Tebliği ve Sermaye Piyasası Araçlarının Satışı Tebliği (II-5.2) ile diğer ilgili sermaye piyasası mevzuatında bulunan ilgili hükümlere uygun olarak hareket edeceğine

dair beyan ve taahhütte bulunmuştur.

**b. Ortaklar tarafından verilen taahhütler:**

BOYP 20 Nisan 2018 tarihli ve 13 sayılı yönetim kurulu kararı ile, Şirket paylarının Borsa İstanbul'da işlem görmeye başlamasından itibaren 180 gün süreyle, halka arz edilen paylar dışında kalan Şirket paylarının, dolaşımdaki pay miktarının artmasına yol açacak şekilde satışa veya halka arza konu edilmeyeceği, bu doğrultuda bir karar alınmayacağı ve/veya Borsa İstanbul'a veya Kurul'a veya yurtdışındaki herhangi bir menkul kıymetlere ilişkin düzenleyici kurum, borsa veya kotasyon otoritesine başvuruda bulunulmayacağı ve bu süre boyunca ileride yeni bir satış veya halka arz yapılacağına dair bir açıklama yapılmayacağına dair taahhütte bulunmuştur. İlgili yönetim kurulu kararında, şüpheye mahal vermemek adına, Şirket paylarının Borsa İstanbul'da işlem görmeye başlamasını takiben 30 günlük bir süre için gerçekleştirilecek olan fiyat istikrarı işlemleri neticesinde, BOYP'un sahip olabileceği ek paylar, işbu taahhüt dışında olduğu da belirtilmektedir.

Sermaye piyasası mevzuatı uyarınca öngörülen emredici sınırlamalara hanel getirmeksizin, yukarıda belirlenen sınırlamalar aşağıdaki hallerde uygulanmayacaktır:

- (i) Şirket'in tüm pay sahiplerine yöneltilen bir pay alım teklifi veya Şirket'in gerçekleştireceği bir pay geri alımı kapsamında Şirket paylarının satılması ya da sair surette elden çıkarılması,
- (ii) İlgili grup şirketlerinin de işbu taahhütnamelere uygun olarak davranması şartı ile, BOYP'un sahip olduğu Şirket paylarının, BOYP'un içerisinde yer aldığı gruptaki diğer ortaklıklara devredilmesi ve
- (iii) Mevzuat hükümleri çerçevesinde veya herhangi bir düzenleyici kurum veya yetkili mahkeme tarafından zorunlu kılınması sebebiyle Şirket paylarının elden çıkarılması.

**c. Sermaye piyasası mevzuatı kapsamında verilen taahhütler:**

BOYP, 20 Nisan 2018 tarihli ve 13 sayılı yönetim kurulu kararında, Pay Tebliği'nin 8'inci maddesi uyarınca, halka arz edilen Şirket paylarının borsada işlem görmeye başlamasından itibaren bir yıl süreyle elinde bulunduracağı Beymen paylarını halka arz fiyatının altındaki bir fiyattan borsada satmayacağını, bu payların halka arz fiyatının altında borsada satılması sonucunu doğuracak şekilde herhangi bir işleme tabi tutmayacağını ve borsa dışında yapılacak satışlarda da satışa konu payları alanların bu sınırlamaya tabi olacağına taahhüt etmiştir.

**d. Yetkili kuruluşlar tarafından verilen taahhütler:**

Yoktur.

**e. Taahhütlerde yer alan diğer önemli husular:**

Yoktur.

## 28. HALKA ARZ GELİRİ VE MALİYETLERİ

### 28.1. Halka arza ilişkin İhraççı'nın elde edeceği net gelir ile katlanacağı tahmini toplam ve pay başına maliyet:

BOYP, halka arzdan ek satış hakkı kullanılmadığı durumda 859,9 milyon TL ile 1.031,8 milyon TL (ek satış hakkının tamamen kullanılması durumunda 979.88 milyon TL ile 1.175,8 milyon TL) aralığında gelir elde edecektir.

Halka arz sadece ortak satışı yoluyla yapılacaktır. İhraççı halka arz yoluyla herhangi bir gelir elde etmeyecektir.

Halka arza ilişkin toplam maliyetin 36,3 milyon TL ile 41,4 milyon TL (ek satış hakkının kullanılması durumunda 40,3 milyon TL ile 46,4 milyon TL) aralığında, halka arz edilecek pay başına maliyetin ise 0,54 TL ile 0,62 TL (ek satış hakkının kullanılması durumunda 0,53 TL ile 0,61 TL) aralığında olacağı tahmin edilmektedir.

Halka arzın ortağın sahip olduğu paylardan bir kısmının satışı suretiyle gerçekleştirilmesinden dolayı aracılık ve danışmanlık maliyetleri, borsa tarafından alınacak ilk kotasyon ücretleri ile halka arz edilecek payların nominal değeri ile ihraç değeri arasındaki fark üzerinden alınacak Kurul ücreti, BOYP tarafından karşılanacaktır. Şirket'in sermayesinin tamamının nominal değeri üzerinden alınan Kurul ücreti ile diğer giderler Şirket tarafından karşılanacaktır. Şirket tarafından karşılanacak toplam maliyet 6,8 milyon TL olacaktır.

Halka arz maliyetlerinin kırılımı aşağıdaki tabloda yer almaktadır:

Tahmini Maliyet	Karşılamanın Tarafı	Ek Satış Hariç (TL)		Ek Satış Dâhil (TL)	
		Taban Fiyattan	Tavan Fiyattan	Taban Fiyattan	Tavan Fiyattan
Bağımsız Denetim	Beymen	224.000			
Reklam, Pazarlama ve Halkla İlişkiler	Beymen	6.383.844			
MKK Üyelik Ücreti	Beymen	65.205			
SPK Kurul Ücreti* (Sermayenin nominal değeri üzerinden)	Beymen	156.225			
SPK Kurul Ücreti* (Halka arz edilen payların halka arz fiyatı ile nominal değeri arasındaki fark üzerinden)	BOYP	451.646	549.631	451.646	549.631
Borsa İstanbul İşlem Görme Başvuru Ücreti	BOYP	13.099			
Aracılık Komisyonu	BOYP	25.000.000	30.000.000	29.000.000	35.000.000

Hukuki Danışmanlık	BOYP	4.000.000			
<b>Toplam Maliyet</b>		36.294.019	41.392.004	40.294.019	46.392.004
<b>Pay Başına Maliyet</b>		<b>0,54</b>	<b>0,62</b>	<b>0,53</b>	<b>0,61</b>

\*Kurul'un 24 Haziran 2016 tarihli bülteninde, belirli olmayan bir süre için, Kurul ücretlerinde %50 oranında indirimine gidilmesi kararı yayınlanmıştır. Bu maliyetler %50 indirim dikkate alınarak hesaplanmıştır.

## 28.2. Halka arzın gerekçesi ve halka arz gelirlerinin kullanım yerleri:

Halka arzın tamamı ortak satışı yoluyla gerçekleştirilecek olup, Şirket'e doğrudan nakit girişi olmayacaktır.

BOYP, 20 Nisan 2018 tarihinde, Şirket'in halka arzından elde ettiği nakdin kullanımına ilişkin bir yönetim kurulu kararı (12 sayılı) almış ve bu karar 20 Nisan 2018 tarihinde KAP'ta açıklanmıştır. Bu karar uyarınca, BOYP, Şirket'in halka arzından elde ettiği gelirin bir kısmını, Şirket'e olan net ticari olmayan borçlarının tamamının kapatılması için kullanılacaktır. BOYP'un Şirket'e olan net ticari olmayan borcu 31.12.2017 tarihi itibarıyla 217.434.746 TL olup (235.246.310 TL tutarındaki tüm ticari olmayan alacaklardan, 31.12.2017 tarihi itibarıyla 17.811.564 TL'lik BOYP'a borç netleştirilmiştir), bu husus işbu İzahname'nin ekinde yer alan ve TFRS uyarınca hazırlanmış olan finansal tabloların 29 numaralı dipnotunda görülebilir. Şirket'in BOYP'tan net ticari olmayan alacakları, 31.03.2018 tarihi itibarıyla ise 345.269.431 TL olarak gerçekleşmiştir. Kısaca, halka arzdan elde edilen gelirin bir kısmı BOYP'un Şirket'e olan ticari olmayan borcunun, halka arza ilişkin takas işlemi tarihi itibarıyla güncel olan tüm cari miktarının geri ödenmesinde kullanılacaktır.

BOYP bahsi geçen ödemenin, halka arza ilişkin takas işleminin gerçekleşmesi anında, veya en geç, takas işlemi takip eden 3 iş günü içerisinde tamamlanmasını planlamaktadır. BOYP tarafından, Şirket'e ilgili geri ödeme gerçekleştirildiğinde, bu husus ivedilikle BOYP ve Şirket tarafından Kamuyu Aydınlatma Platformu vasıtasıyla kamuya açıklanacaktır.

Şirket ise, BOYP'tan olan alacağının kapatılması vasıtasıyla elde edeceği nakdin tamamını, Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi kapsamındaki borcunu kapatmak amacıyla kullanacaktır. Bahsi geçen Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi hakkında detaylı bilgi, işbu İzahname'nin "22. Önemli Sözleşmeler" başlıklı bölümünde yatırımcıların dikkatine sunulmaktadır. Bu borç 31.12.2017 tarihi itibarıyla 105.909.550 ABD Doları (399.480.234 TL) tutarında olup (uzun vadeli borçlanmaların kısa vadeli kısmı ve uzun vadeli krediler toplam olarak sunulmuştur), bu husus işbu İzahname'nin ekinde yer alan TFRS uyarınca hazırlanmış olan finansal tabloların 7 numaralı dipnotunda yatırımcıların dikkatine sunulmuştur. Kredi Genel Hükümler Sözleşmesi'nde yer alan ödeme planına göre 31.03.2018 tarihi itibarıyla ödenecek tutar ise 101.589.216,80 ABD Doları'dır. Bu rakam 31.03.2018 tarihli TCMB ABD Doları alış kuru üzerinden TL'ye çevrildiğinde ise 401.165.658,22 TL'dir. Bu rakam mevcut swap sözleşmeleri kapsamında yapılan düzenlemelerle, 31 Mart 2018 tarihi itibarıyla 384.165.658,22 TL'dir.

Kredinin kapatılmasından kaynaklanan bir erken ödeme komisyonu doğması beklenmemekle birlikte, böyle bir erken ödeme komisyonunun ödenmesinin gerekli olması durumunda, ödemenin tamamının BOYP tarafından yapılacağı BOYP tarafından 20 Nisan 2018 tarihli yönetim kurulu kararında beyan ve taahhüt edilmiştir.

Şirket, BOYP'tan kendisine aktarılan nakdin tamamını ivedilikle yukarıda yer alan kredinin erken geri ödemesinde kullanacaktır. BOYP'un halka arzdan elde ettiği gelirden, Şirket'e yapılacak olan net ticari olmayan alacakların ödenmesi neticesinde, cari kredi tutarı arasında fark olması durumunda ise, Şirket kredinin kalan kısmını ödeme tarihindeki nakit ve nakit benzerlerinden ve/veya kısa vadeli banka kredisi limitlerinden karşılayacaktır. 31 Mart 2018 tarihi itibarıyla bahsi geçen bu fark 38.896.227,22 TL'dir (384.165.658,22 TL eksi 345.269.431 TL). İlgili tüm gelişmeler KAP vasıtasıyla kamuya açıklanacaktır.



## **29. SULANMA ETKİSİ**

### **29.1. Halka arzdan kaynaklanan sulanma etkisinin miktarı ve yüzdesi:**

Halka arz sürecinde sermaye artırımını yapılması planlanmadığı için şirket paylarında sulanma olmayacaktır.

### **29.2. Mevcut hissedarların halka arzdan pay almamaları durumunda (yeni pay alma haklarını kullanmamaları durumunda) sulanma etkisinin tutarı ve yüzdesi:**

Halka arz sürecinde sermaye artırımını yapılması planlanmadığı için şirket paylarında sulanma olmayacaktır.

### 30. UZMAN RAPORLARI VE ÜÇÜNCÜ KİŞİLERDEN ALINAN BİLGİLER

#### 30.1. Halka arz sürecinde ihraççıya danışmanlık yapanlar hakkında bilgiler:

Kurum	Danışmanlık Hizmeti
İş Yatırım Menkul Değerler A.Ş.	Aracılık Hizmetleri
Ak Yatırım Menkul Değerler A.Ş.	Aracılık Hizmetleri
Garanti Yatırım Menkul Kıymetler A.Ş.	Aracılık Hizmetleri
Devrim Güniz Gökçe Avukatlık Bürosu	Hukuki Danışmanlık Hizmetleri
PwC Bağımsız Denetim ve Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik A.Ş.	Bağımsız Denetim Hizmetleri

#### 30.2. Uzman ve bağımsız denetim raporları ile üçüncü kişilerden alınan bilgiler:

Aşağıda belirtilen uzman ve bağımsız denetim raporlarını hazırlayan taraflardan sağlanan bilgiler, ilgili raporlardan aynen alınarak, Şirket'in bildiği veya hazırlayan tarafın yayınladığı bilgilerden kanaat getirebildiği kadarıyla yanlış veya yanıltıcı olmayacak şekilde İzahname'de yer almaktadır. Bu raporların yayınlanmasında ilgili raporları hazırlayan kişilerin rızası bulunmaktadır.

##### *Finansal Tablolar*

Beymen Mağazacılık A.Ş.'nin 31 Aralık 2017, 31 Aralık 2016, 31 Aralık 2015 tarihli finansal tablolarını denetleyen bağımsız denetim kuruluşunun:

**Ticaret Ünvanı:** PwC Bağımsız Denetim ve Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik A.Ş.

**Adresi:** BJK Plaza, Süleyman Seba Caddesi No: 48, B Blok Kat: 9 Akaretler Beşiktaş 34357 İstanbul, Türkiye

**Telefon:** 0212 326 60 60 **Faks:** 0212 326 60 50

**İlgili Döneme İlişkin Sorumlu Baş Denetçi:** Ahmet Gökhan Yüksel

Bağımsız denetim Şirket'inin, Şirket'in finansal tabloları ile ilgili olarak aşağıdaki şekilde olumlu görüş vermiştir.

PwC Bağımsız Denetim ve Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik A.Ş.'nin İhraççı'nın 31 Aralık 2017, 31 Aralık 2016 ve 31 Aralık 2015 tarihli finansal tabloları için vermiş olduğu bağımsız denetim raporu görüşleri aşağıda yer almaktadır:

*“Beymen Mağazacılık A.Ş.'nin (“Şirket”) ve bağlı ortaklıklarının (hep birlikte “Grup” olarak anılacaktır) 31 Aralık, 2017, 2016 ve 2015 tarihli konsolide bilançoları ile aynı tarihlerde sona eren hesap dönemlerine ait; konsolide kâr veya zarar ve diğer kapsamlı gelir tabloları, konsolide özkaynaklar değişim tabloları ve konsolide nakit akış tabloları ile önemli muhasebe politikalarının özeti de dâhil olmak üzere konsolide finansal tablo dipnotlarından oluşan konsolide finansal tablolarını denetlemiş bulunuyoruz.*

*Görüşümüze göre, ilişikteki konsolide finansal tablolar Grup'un 31 Aralık, 2017, 2016 ve 2015 tarihleri itibarıyla konsolide finansal durumunu ve aynı tarihlerde sona eren hesap dönemlerine ait*

*konsolide finansal performansını ve konsolide nakit akışlarını Türkiye Muhasebe Standartlarına ("TMS'lere") uygun olarak tüm önemli yönleriyle gerçeğe uygun bir biçimde sunmaktadır."*

### **Hukukçu Raporu**

İşbu İzahname'nin ekinde yatırımcıların incelemesine sunulan bağımsız hukukçu raporu Devrim Güniz Gökçe Avukatlık Bürosu tarafından hazırlanmıştır.

**Adresi:** Maya Akar Center, Büyükdere Caddesi No: 102 Kat: 28, 34394 Esentepe, İstanbul

**Telefon:** +90 212 355 1300

**Faks:** +90 212 355 1301

Ekli hukukçu raporunda da ayrıca belirtildiği üzere, Devrim Güniz Gökçe Avukatlık Bürosu hukukçu raporunun işbu İzahname kapsamında kamuya açıklanması konusunda rızası bulunmaktadır.

### **Diğer Açıklamalar**

Yukarıda bahsi geçen ve Şirket'e aracılık hizmetleri, hukuki danışmanlık hizmetleri ve bağımsız denetim hizmetleri sunan hiçbir taraf, Şirket veya grup şirketleri tarafından ihraç edilen ya da Şirket'e veya grup şirketlerine ait menkul kıymetleri ya da Şirket'in veya grup şirketlerinin menkul kıymetlerini elde etme hakkı veren ya da taahhüt eden opsiyonlara sahip değildir. Aynı tarafların Şirket veya grup şirketleri, Şirket'in halka arzında görev alan yetkili kuruluşlar ve bağımsız denetim kuruluşları ile herhangi bir istihdam, yönetim, denetim ya da sermaye bağlantısı bulunmamaktadır.

Şirket'e yukarıda bahsi geçen hizmetleri sunan taraflar haricinde, İzahname'nin genelinde muhtelif sektör raporlarından, pazar araştırmalarından ve halka açık olan veya olmayan çeşitli kaynaklardan elde edilen bilgilere yer verilmiştir. Şirket olarak burada verilen bilgilerin aynen alındığı, Şirket'in bildiği veya ilgili üçüncü şahsın yayınladığı bilgilerden kanaat getirebildiği kadarıyla, açıklanan bilgileri yanlış veya yanıltıcı hale getirecek herhangi bir eksikliğin bulunmadığını beyan ederiz. Üçüncü kişilerden alınan söz konusu bilgilerin kaynakları ilgili bölümlerde verilmekte olup, bu bilgilerin doğruluğunu teyit ederiz. Öte yandan, tüm üçüncü kişilerden alınan bilgilerin güvenilir olduğu düşünülmeyle birlikte, bağımsız bir doğrulama işleminden geçirilmemiştir.

Beymen Mağazacılık A.Ş., üçüncü kişilerden elde ettiği bilgilerden kanaat getirebildiği kadarıyla açıklanan bilgileri yanlış veya yanıltıcı hâle getirecek herhangi bir eksikliğin bulunmadığını ve söz konusu bilgilerin aynen alındığını beyan eder.

## 31. İŞTİRAKLER HAKKINDA BİLGİLER

### 31.1. Konsolidasyona dâhil edilenler hariç olmak üzere ihracının finansal yatırımları hakkında bilgi:

Şirket finansallarında konsolidasyona dahil edilenler hariç olmak üzere, Şirket tarafından oy hakkının %20 ile %50'sine sahip olunan veya Şirket'in şirket faaliyetleri üzerinde kontrol yetkisine sahip olmamakla birlikte önemli etkiye sahip olduğu kuruluşlar Şirket'in finansal tablolarında özkaynak yöntemine göre muhasebeleştirilmiştir.

31 Aralık 2017, 2016 ve 2015 tarihleri itibarıyla Şirket'in özkaynak yönetimine göre muhasebeleştirilen iştirakleri ve iş ortaklıkları ve etkin ortaklık oranları aşağıdaki gibidir:

İştirakler / İş Ortaklıkları Ticaret Unvanı	Ülke	31 Aralık'ta sona eren yıl itibarıyla etkin ortaklık oranı (%)		
		2017	2016	2015
		Christian Dior İstanbul Mağazacılık A.Ş. <sup>(1)</sup>	Türkiye	-
Christian Louboutin Mağazacılık A.Ş.	Türkiye	30,0	30,0	30,0
Elif Co. For General Trading Ltd. <sup>(2)</sup>	Irak	-	-	50,0

(1) 4 Ağustos 2017 tarihi itibarıyla Christian Dior Couture S.A. ile yapılan iştirak sözleşmesi sona ermiş olup, satış sözleşmesi imzalanmıştır. Sözleşmeye istinaden Christian Dior Couture S.A., Beymen'den iştirak hisselerini 2 Ocak 2018 tarihinde 900.000 Euro karşılığı olan 4.063.950 TL bedel ile satın almıştır. 31. Aralık 2017 itibarıyla Christian Dior'un iştirak bedeli satış amaçlı sınıflandırılan duran varlık altında sınıflandırılmıştır.

(2) 2016 yılında alınan yönetim kurulu kararıyla tasfiye işlemleri başlatılmış olup 12 Nisan 2017 tarihinde söz konusu süreç tamamlanmıştır.

Aşağıda yer alan tabloda Şirket'in özkaynak yönetimine göre muhasebeleştirilen iştirakleri ve iş ortaklıklarına ilişkin 31 Aralık 2017 tarihi itibarıyla detaylı bilgilere yer verilmektedir.

Ticaret Unvanı	Faaliyet Konusu	İştirak Payı ve Sahip Olunan Oy Hakkı	Sermayesi (TL)	Yedekleri (TL)	Net Dönem Karı / Zararı (TL)	Sermaye Taahhüdü (TL)	Hangi değer üzerinden izlendiği	İhraççı'nın Alacağı Temettü Tutarı (TL)
Christian Louboutin Mağazacılık A.Ş.	Ticaret	30,0	50.000	319.500	82.388	-	2.001.302	-(1)

(1) Christian Louboutin Mağazacılık A.Ş.'nin finansal dönemi 1 Eylül – 31 Ağustos arası kapsadığı için 31 Aralık 2017 tarihi itibarıyla ihracının alacağı temettü tutarı işbu İzahname tarihi itibarıyla belli değildir.

Daha fazla bilgi için Şirket'in finansal tablolarının 13'üncü notuna bakınız.

## 32. PAYLAR İLE İLGİLİ VERGİLENDİRME ESASLARI

Aşağıda özetlenmekte olan hususlar borsada işlem görecektir. Paylar'ın elde tutulması ve elden çıkarılması sırasında elde edilecek kazanç ve iratların vergilendirilmesi hakkında genel bir bilgi vermek amacıyla İşbu İzahname tarihi itibarıyla yürürlükte bulunan vergi mevzuatı dikkate alınarak hazırlanmıştır. Özellikle durumlarda yatırımcıların vergi danışmanlarına danışması gerektiği önemle hatırlatılır. İşbu İzahname tarihi itibarıyla yürürlükte olan vergi mevzuatı ve vergi mevzuatının yorumlanma biçimi kapsamında verilen bilgilerin ileride değişebileceğinin hatta mevzuatın geriye yönelik olarak da değişebileceğinin göz önünde bulundurulması gerekmektedir.

### 32.1 Genel Bakış

#### 32.1.1. Kişilerin Vergilendirilmesi

Gelir vergisi mevzuatı uyarınca, Türk hukukunda vergi mükelleflerinin yükümlülüklerini belirleyen iki çeşit vergi mükellefiyet statüsü mevcuttur. Türkiye’de yerleşik bulunan (“Tam Mükellef”) kişiler ve kurumlar Türkiye içinde ve dışında elde ettikleri kazanç ve iratların tamamı üzerinden vergilendirilirler. Türkiye’de yerleşik bulunmayan (“Dar Mükellef”) kişiler ve kurumlar sadece Türkiye’de elde ettikleri kazanç ve iratlar üzerinden vergilendirilirler.

193 sayılı Gelir Vergisi Kanunu (“GVK”) uyarınca, bir gerçek kişinin Tam Mükellef olarak değerlendirilebilmesi için: (i) yerleşim yerinin Türk Medeni Kanunu hükümlerine uygun olarak Türkiye’de olması veya (ii) bir takvim yılı içerisinde Türkiye’de devamlı olarak altı aydan fazla oturması gerekmektedir. Buna ek olarak, (i) resmi dairelere; (ii) resmi müesseselere veya (iii) merkezi Türkiye’de bulunan teşekkül ve teşebbüslere bağlı olup adı geçen daire, müessese, teşekkül ve teşebbüslerin işleri dolayısıyla yabancı ülkelerde oturan Türk vatandaşları da Tam Mükellef yani sınırsız vergi yükümlüleri olarak değerlendirilmektedir. Dolayısıyla, Tam Mükellef olarak değerlendirilen söz konusu kişiler Türkiye içinde ve dışında elde ettikleri kazanç ve iratların tamamı üzerinden vergilendirilirler. Türk vergi mevzuatı çerçevesinde belirtilen bu şartları sağlamayan bir gerçek kişi Dar Mükellef olarak değerlendirilir.

Paylar’a sahip olan kişilerin, söz konusu Paylar’ın BİST’te elden çıkarılmasından kaynaklanan değer artış kazançları ve Paylar ile ilgili dağıtılan kâr paylarından elde ettikleri menkul sermaye iratları, Türkiye’de elde edilmiş olarak kabul edilmektedir.

Kişilerin 2016 yılında elde ettikleri ücret gelirleri dışındaki gelirlerin vergilendirilmesinde aşağıda yer alan artan oranlı gelir vergisi tarifesi uygulanır.

2016	
Gelir Aralığı	Gelir Vergisi Oranı
0-12.600	%15
12.600-30.000	%20
30.000-69.000	%27
69.000’ni aşan kısım	%35

2017	
Gelir Aralığı	Gelir Vergisi Oranı
0-13.000	%15
13.000-30.000	%20
30.000-110.000	%27
110.000’ni aşan kısım	%35

## 2018

Gelir Aralığı	Gelir Vergisi Oranı
0-14.800	%15
14.800-34.000	%20
34.000-120.000	%27
120.000’ni aşan kısım	%35

### 32.1.2. Kurumların Vergilendirilmesi

5520 Sayılı Kurumlar Vergisi Kanunu’na göre sermaye şirketleri, kooperatifler, iktisadî kamu kuruluşları, dernek veya vakıflara ait iktisadî işletmeler, iş ortaklıkları, kurum kazançları üzerinden kurumlar vergisine tabidirler. Kurumların kârları Vergi Usul Kanunu ve diğer Türk Vergi Kanunlarına göre belirlenmektedir. Hâlihazırda kurum kârlarına uygulanmakta olan kurumlar vergisi oranı %20’dir.

Kurumlar Vergisi Kanunu’nda tam ve dar mükellefiyet olmak üzere iki tür vergi mükellefiyeti tanımlanmıştır.5520 sayılı Kurumlar Vergisi Kanunu (“KVK”) uyarınca, bir kurumun Tam Mükellef olarak değerlendirilebilmesi için: (i) kanuni merkezinin Türkiye’de bulunması veya (ii) kanuni merkezinin Türkiye dışında bulunmasına rağmen iş bakımından işlemlerin fiilen toplandığı ve yönetildiği merkez olan iş merkezinin Türkiye’de bulunması gerekmektedir. Türk vergi mevzuatı çerçevesinde belirtilen bu iki şartı sağlamayan bir kurum Dar Mükellef olarak değerlendirilir.

Tam mükellef kurumlar gerek Türkiye içinde gerekse Türkiye dışında elde ettikleri kazançlarının tamamı üzerinden Türkiye’de vergilendirilirler. Dar mükellef kurumlar ise sadece Türkiye’de elde ettikleri kazançları üzerinden vergilendirilirler.

Dar mükellefiyete tabi kimseler bakımından menkul sermaye iratlarının Türkiye’de elde edilmiş olarak kabul edilebilmesi için sermayenin Türkiye’de yatırılmış olması gerekmektedir. Dar mükellefiyete tabi kimseler bakımından değer artış kazançlarının Türkiye’de elde edilmiş olarak kabul edilebilmesi için söz konusu değer artış kazancını doğuran işin veya muamelenin Türkiye’de ifa edilmesi veya Türkiye’de değerlendirilmesi gerekmektedir. “Türkiye’de değerlendirilmesi” ifadesinden ödemenin Türkiye’de yapılması veya ödeme yabancı bir ülkede yapılmış ise, Türkiye’de ödeyenin veya nam ve hesabına yapılanın ödeme hesaplarına intikal ettirilmesi veya kârından ayrılması gerektiği şeklinde anlaşılması gerekir.

### 32.2 Payların elden çıkarılması karşılığında sağlanan kazançların vergilendirilmesi

#### 32.2.1 Borsada işlem gören payların vergilendirme esasları:

2006 ve 2020 yılları arasında BİST’te işlem gören payların elden çıkarılması sonucu sağlanan değer artış kazançlarının vergilendirilmesi GVK’nın Geçici 67. maddesi çerçevesinde gerçekleştirilmektedir. GVK’nın Geçici 67. maddesi kapsamında değer artış kazançları işlemlere aracılık eden bankalar ve aracı kurumlar ile saklayıcı kuruluşlar tarafından yapılan tevkifat ile vergilendirilmektedir. GVK’nın Geçici 67. Maddesinin yürürlük süresinin 2020 yılından sonraya uzatılmaması veya herhangi bir şekilde kapsamının vergi mevzuatına dâhil edilmemesi durumunda 2020yılından sonra aşağıda açıklandığı üzere (Bkz. 33.2.2 Genel Olarak Pay Alım Satım Kazançlarının Vergilendirilmesi (Yatırım Ortaklığı Payları Hariç), BİST’te işlem gören payların elden çıkarılmasından sağlanacak değer artış kazançları genel hükümler çerçevesinde vergilendirilecektir.

Diğerlerinin yanı sıra, BİST’te işlem gören payların alım satımına aracılık ettikleri yatırımcılar tarafından sağlanan gelirlerin vergilendirilmesinden yükümlü olan ve dolayısıyla vergi tevkifatını yapmakla sorumlu tutulan taraflar bankalar, aracı kurumlar ve saklayıcı kuruluşlardır. Bankalar, aracı kurumlar ve saklayıcı (saklamacı) kuruluşlar tevkifat yükümlülükleri tahtındaki ilgili vergi beyanlarını, üçer aylık dönemler itibarıyla beyan edeceklerdir. İstanbul Takas ve Saklama Bankası A.Ş.-Merkezi Kayıt Kuruluşu A.Ş. dışında saklayıcı kuruluşlardan saklama hizmeti alan yatırımcıların işlemlerinde vergi tevkifatının yapılması esasen ilgili saklayıcı kuruluşun sorumluluğundadır.

BİST’te işlem gören bir payın başka bir banka veya aracı kuruma naklinin istenmesi halinde, nakli gerçekleştirecek banka veya aracı kurum nakli istenen kıymetle ilgili alış bedeli ve alış tarihini naklin yapılacağı kuruma bildirecektir. Bildirilecek tarih ve bedel, tevkifat matrahının tespitinde dikkate alınacaktır. Söz konusu payların bir başka kişi veya kurum adına nakledilmesi halinde alış bedelinin ve alış tarihinin Maliye Bakanlığı’na bildirilmesi gerekmektedir.

Saklayıcı kuruluşlar, bankalar ve aracı kurumlar tarafından yapılacak vergi tevkifatı oranı kanunen %15 olarak belirlenmiştir. Söz konusu tevkifat oranı bankalar, aracı kuruluşlar ve saklayıcı kuruluşlar tarafından aşağıda yer alan gelirler üzerinden uygulanır:

- a) bankalar ve aracı kurumların alım satımına aracılık ettikleri menkul kıymetler ile diğer sermaye piyasası araçlarının alış ve satış bedelleri arasındaki fark;
- b) alımına aracılık ettikleri menkul kıymet veya diğer sermaye piyasası araçlarının itfası halinde alış bedeli ile itfa bedeli arasındaki fark,
- c) bankalar ve aracı kurumların aracılık ettikleri menkul kıymet veya diğer sermaye piyasası araçlarının ödünç işlemlerinden sağlanan gelirler,
- d) Aracılık ettikleri menkul kıymet veya diğer sermaye piyasası araçlarının ödünç işlemlerinden sağlanan gelirler

Ancak, GVK ve 2012/3141 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı (“BKK”) uyarınca, kanunen %15 olarak belirlenen tevkifat oranı: (i) paylara ve pay endekslerine dayalı olarak yapılan vadeli işlem ve opsiyon sözleşmeleri, BİST’te işlem gören aracı kuruluş varantları dâhil olmak üzere paylar (menkul kıymetler yatırım ortaklık payları hariç) ve pay yoğun fonlarının katılma belgelerinden elde edilen kazançlar için %0; (ii) KVK’nın 2/1 maddesi kapsamındaki mükellefler ile münhasıran menkul kıymet ve diğer sermaye piyasası aracı getirileri ile değer artışı kazançları elde etmek ve bunlara bağlı hakları kullanmak amacıyla faaliyette bulunan mükelleflerden Sermaye Piyasası Kanununa göre kurulan yatırım fonları ve yatırım ortaklıklarıyla benzer nitelikte olduğu Maliye Bakanlığınca belirlenenler için %0; ve (iii) (ii) numaralı alt kırılda belirtilen gerçek kişi ve kurumlar hariç olmak üzere, (i) numaralı alt kırılda belirtilen dışında kalan kazançlar için %10 olarak uygulanır.

Yatırımcılar yukarıda belirtilen oranların ileride değişikliğe uğrayabileceğini göz önünde bulundurmalıdır.

Paylar değişik tarihlerde alındıktan sonra bir kısmının elden çıkarılması halinde tevkifat matrahının tespitinde dikkate alınacak alış bedelinin belirlenmesinde ilk giren ilk çıkar metodu esas alınacaktır. Payların alımından önce elden çıkarılması durumunda, elden çıkarılma tarihinden sonra yapılan ilk alım işlemi esas alınarak söz konusu tutar üzerinden tevkifat yapılacak tutar tespit edilir. Aynı gün içinde birden fazla alım satım yapılması halinde o gün içindeki alış maliyetinin tespitinde ağırlıklı ortalama yöntemi uygulanabilecek, ancak tevkifat matrahı ilk giren ilk çıkan yöntemine göre belirlenecektir. Alış ve satış işlemleri dolayısıyla ödenen komisyonlar ile Banka ve Sigorta Muameleleri Vergisi tevkifat matrahının tespitinde dikkate alınır.

282 Seri No’lu Gelir Vergisi Genel Tebliği uyarınca menkul kıymet ve diğer sermaye piyasası araçlarına ilişkin türler (i) sabit getirili menkul kıymetler; (ii) değişken getirili menkul kıymetler; (iii) diğer sermaye piyasası araçları ve (iv) yatırım fonları katılma belgeleri ve yatırım ortaklıkları payları olacak şekilde belirlenmiştir. Paylar ve pay endekslerine dayalı olarak yapılan vadeli işlem ve opsiyon sözleşmeleri, menkul kıymetin dâhil olduğu sınıf içinde değerlendirilecektir. Bu kapsamda pay ve pay endekslerine dayalı olarak yapılan vadeli işlem sözleşmeleri ile BİST’te işlem gören pay ve pay endekslerine dayalı olarak ihraç edilen aracı kuruluş varantları paylarının da dâhil olduğu değişken getirili menkul kıymetler sınıfı kapsamında değerlendirilecektir.

Üçer aylık dönem içerisinde, birden fazla pay ve aynı türden olduğu kabul edilen menkul kıymet alım satım işlemi yapılması halinde tevkifatın gerçekleştirilmesinde bu işlemler tek bir işlem olarak dikkate alınır. Pay ve aynı türden olduğu kabul edilen menkul kıymet alım satımından doğan zararlar takvim yılı aşılmamak kaydıyla izleyen üç aylık döneme devredilir ve takip eden dönemlerin tevkifat matrahından mahsup edilir. Takvim yılının son üç aylık döneminde oluşan zarar tutarının izleyen döneme aktarılması mümkün değildir.

Tam mükellef kurumlara ait olup, BİST’te işlem gören ve bir yıldan fazla süreyle, Tam Mükellef ve Dar Mükellef pay sahipleri tarafından, elde tutulan payların elden çıkarılmasında tevkifat uygulanmaz.

Tevkifata tabi tutulan BİST’te işlem gören paylara ilişkin alım satım kazançları için gerçek kişilerce yıllık veya münferit beyanname verilmez. Söz konusu bu gelirler, diğer gelirler dolayısıyla verilecek yıllık beyannameye dâhil edilmez. Ticari faaliyet kapsamında elde edilen gelirler, mükelleflerin her türlü ticari ve sınai faaliyetlerinden elde ettikleri kazançları şeklinde tanımlanan ticari kazanç hükümleri çerçevesinde kazancın tespitinde dikkate alınır. Ticari kazancın elde edilmesi sırasında tevkif suretiyle ödenmiş olan vergiler, GVK’nın ilgili hükümleri kapsamında tevkif edilen vergilerin tabi olduğu hükümler çerçevesinde, tevkifata tabi kazançların beyan edildiği beyannamelerde hesaplanan vergiden mahsup edilir.

GVK’nın Geçici 67. maddesi kapsamında tevkifata tâbi tutulan kazançlar için gerçek kişilerce yıllık veya münferit beyanname verilmez. Diğer gelirler dolayısıyla verilecek yıllık beyannameye bu gelirler dâhil edilmez. Söz konusu madde hükümleri uyarınca tevkifata tabi tutulsun tutulmasın dar mükellef gerçek kişi veya kurumlarca Hazine, 4749 sayılı Kanuna göre kurulan varlık kiralama şirketleri ve tam mükellef kurumlar tarafından yurt dışında ihraç edilen menkul kıymetlerden sağlanan kazanç ve iratlar için münferit veya özel beyanname verilmez.

Menkul kıymet ve sermaye piyasası araçlarının üçer aylık dönemler itibarıyla tevkifata tabi tutulacak alım satım kazançlarının tespitinde alım satım konusu işlemlerin (yukarıda belirtildiği üzere) aynı türden olmasına dikkat edilecektir. Kazançlar, bu türlere göre ayrı ayrı tespit edilip tevkifata tabi tutulacaktır.

GVK’nın Geçici 67/5 maddesi uyarınca, gelir sahibinin gerçek veya tüzel kişi ya da Dar veya Tam Mükellef olması, vergi mükellefiyeti bulunup bulunmaması, vergiden muaf olup olmaması ve elde edilen kazancın vergiden istisna olup olmaması yukarıda ayrıntıları verilen vergilendirme uygulamasını etkilememektedir.

2006/10731 sayılı BKK, 2010/926 sayılı BKK ve 2012/3141 sayılı BKK uyarınca, halka arz tarihi itibarıyla tevkifat oranı Bakanlar Kurulu’nca %0 olarak belirlenmekle birlikte söz konusu oranın artırılması durumunda Dar Mükellefler açısından çifte vergilendirme sorunu gündeme gelecektir. GVK’nın Geçici 67. maddesinde düzenlenmiş olan tevkifat uygulamalarında, tevkifata konu geliri elde etmiş olan kişinin mukim olduğu ülke ile yapılmış ve yürürlükte olan Çifte Vergilendirmeyi Önleme Anlaşması hükümleri önem arz etmektedir. Söz konusu anlaşma hükümleri, Türk Vergi Kanunları’ndan önce uygulanacaktır.

Dar Mükellef gerçek kişi ve kurumların, GVK’nın Geçici 67. maddesi kapsamında Türkiye'deki finansal araçlara kendileri veya yurt dışındaki portföy yönetim şirketleri vasıtasıyla yatırım yapabilmeleri için vergi kimlik numarası almaları gerekmektedir.

Vergi kimlik numarası alınabilmesi için (i) Dar Mükellef gerçek kişilerin pasaportlarının noter onaylı bir örneği ya da vergi dairesi yetkililerince onaylanmak üzere, aslı ve fotokopisini, (ii) Dar Mükellef kurumların ise kendi ülkelerinde geçerli kuruluş belgesinin Türkiye'nin o ülkede bulunan temsilciliğince onaylı Türkçe bir örneğini veya yabancı dilde onaylı kuruluş belgesinin tercüme bürolarınca tercüme edilmiş Türkçe bir örneğini ilgili vergi dairesine ibraz etmeleri gerekmektedir. Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti vatandaşları için nüfus cüzdanının ibrazı yeterli olacaktır.

Ayrıca, bankalar ve aracı kurumlar ile saklayıcı kuruluşlar kendilerine işlem yapmak için müracaat eden ancak vergi kimlik numarası ibraz edemeyen yabancı müşterileri için, toplu olarak vergi kimlik numarası alabilirler.

Çifte vergilendirmeyi önleme anlaşmaları hükümlerinden yararlanılabilmesi için ise ilgili ülkenin yetkili makamları tarafından düzenlenerek imzalanmış mukimlik belgesinin aslının ve tercüme bürolarınca tercüme edilmiş örneğinin ilgili vergi dairesine, banka ve aracı kurumlar vasıtasıyla veya doğrudan ibraz edilmesi gerekmektedir. Bir takvim yılına ilişkin mukimlik belgesi, izleyen yılın dördüncü ayına kadar geçerli olup, söz konusu belgenin her yıl yenilenmesi gerekmektedir.



Tevkifat uygulamasından önce mukimlik belgesinin ibraz edilmemesi halinde Çifte Vergilendirmeyi Önleme Anlaşması hükümleri dikkate alınmadan %15 (hâlihazırda 2012/3141 sayılı BKK uyarınca %0 oranında uygulanmaktadır) oranı uygulanmak suretiyle tevkifat yapılacaktır. Ancak bu durumda dahi sonradan söz konusu mukimlik belgesinin ibrazı ile Çifte Vergilendirmeyi Önleme Anlaşması hükümleri ve iç mevzuat hükümleri doğrultusunda yersiz olarak tevkif suretiyle alınan verginin iadesi talep edilebilecektir.

Maliye Bakanlığı gerekli gördüğü hallerde, Çifte Vergilendirmeyi Önleme Anlaşmaları hükümlerinden yararlanacak kişi ve kurumlardan, alım-satımını yaptıkları veya getirisini tahsil ettikleri Türk menkul kıymetleri bakımından, uygulanacak anlaşma hükümlerine göre gerçek hak sahibi (*beneficial owner*) olduklarına dair ilgili ispat edici belgelerin ibrazını da isteyebilecektir. Bu belgeleri Maliye Bakanlığının tayin edeceği sürede ibraz etmeyen veya bu belgeler ile veya başkaca bir suretle gerçek hak sahibi olmadığı tespit edilenler bakımından zamanında tahakkuk ve tahsil edilmeyen vergiler için vergi ziyayı doğmuş sayılacaktır.

Türkiye Cumhuriyeti'nin bugüne kadar akdettiği anlaşmalar ve anlaşmaların Türkçe metinleri Gelir İdaresi Başkanlığı'nın [www.gib.gov.tr](http://www.gib.gov.tr) web sayfasında yer almaktadır.

### **32.2.2 Genel Olarak Pay Alım Satım Kazançlarının Vergilendirilmesi**

Bu bölümde GVK'nın Geçici 67. maddesinin dışında kalan durumlara ilişkin genel açıklamalar yer almaktadır.

#### **32.2.2.1 Gerçek Kişiler**

##### **32.2.2.1.1 Tam Mükellef Gerçek Kişiler**

Pay alım satım kazançları, GVK'nun Mükerrer 80'inci maddesi uyarınca gelir vergisine tabi olacaktır. Ancak anılan madde uyarınca, "ivazsız olarak iktisap edilen hisse senetleri ile tam mükellef kurumlara ait olan ve iki yıldan fazla süreyle elde tutulan hisse senetlerinin elden çıkarılması durumunda elde edilen kazançlar vergiye tabi olmayacaktır. Hisse senetlerinin elden çıkartılmasında da kamu menkul kıymetlerinin satışında olduğu gibi, GVK'nun Mükerrer 81'inci maddesi uyarınca iktisap bedeli, elden çıkarıldığı ay hariç olmak üzere Devlet İstatistik Enstitüsü tarafından belirlenen toptan eşya fiyat artış oranında artırılarak dikkate alınabilecektir. GVK'nun Mükerrer 81. Maddesi uyarınca mal ve hakların elden çıkarılmasında iktisap bedeli, elden çıkarılan mal ve hakların, elden çıkarıldığı ay hariç olmak üzere Devlet İstatistik Enstitüsünce belirlenen toptan eşya fiyat endeksindeki artış oranında artırılarak tespit edilir. Bu endekslemenin yapılabilmesi için artış oranının %10 veya üzerinde olması şarttır.

GVK'un Madde 86/1 (c) uyarınca tam mükellef gerçek kişilerin tevkif sureti ile vergilendirilmiş menkul sermaye iratları GVK'nun 103'üncü maddesinin ikinci gelir dilimindeki tutarı aşmıyor ise (bu tutar 2016 yılı için 30.000.-TL'dir.) beyan edilmesi gerekir.

##### **32.2.2.1.2 Dar Mükellef Gerçek Kişiler**

GVK madde (86/2) çerçevesinde dar mükellefiyette vergiye tabi gelirin tamamı, Türkiye'de tevkif suretiyle vergilendirilmiş olan ücretler, serbest meslek kazançları, menkul ve gayrimenkul sermaye iratları ile diğer kazanç ve iratlardan oluşuyorsa yıllık beyannameye tabi değildir. Dar mükellef gerçek kişilerin tevkif sureti ile vergilendirilmemiş gelirleri mevcut ise, GVK madde (101/2) uyarınca, menkul malların ve hakların elden çıkarılmasından doğan kazanç ve iratlarını mal ve hakların Türkiye'de elden çıkarıldığı yerin vergi dairesine münferit beyanname ile bildirmek zorundadırlar.

##### **32.2.2.2 Kurumlar**

### **32.2.2.2.1 Kurumlar Vergisi Mükelleflerinin Aktifine Kayıtlı Payların Elden Çıkarılmasından Sağlanan Kazançlar**

Ticari faaliyete bağlı olarak işletme bünyesinde elde edilen alım satım kazançları ticari kazanç olarak beyan edilip vergilendirilecektir.

### **32.2.2.2.2 Tam Mükellef Kurumlar**

Öte yandan, KVK'nın 5/1-e maddesi uyarınca kurumların aktiflerinde en az iki tam yıl süreyle yer alan iştirak hisselerinin satışından doğan kazancın %75'lik kısmı kurumlar vergisinden istisna tutulmaktadır. Ancak bu istisnadan yararlanabilmek için satış kazancının satışın yapıldığı yılı izleyen 5. yılın sonuna kadar bilançonun pasifinde özel bir fon hesabında tutulması; satış bedelinin satışın yapıldığı yılı izleyen ikinci takvim yılı sonuna kadar tahsil edilmesi ve satışı yapan ve dolayısı ile istisnadan yararlanacak kurumun menkul kıymet ticareti ile uğraşmaması gerekmektedir.

### **32.2.2.2.3 Dar Mükellef Kurumlar**

Dar Mükellef kurum, Türkiye'de bir işyeri açmak suretiyle veya daimi temsilci vasıtasıyla devamlı menkul kıymet alım satım işi yapan kurum statüsünde ise alım satım kazançları ticari kazanç olarak vergiye tabi olacak vergileme Tam Mükellef kurumlarda olduğu şekilde gerçekleşecektir. Yukarıda belirtildiği üzere, devamlı olarak menkul kıymet ticareti ile uğraştıklarından %75'lik kurumlar vergisi istisnasından faydalanmaları mümkün değildir.

Türkiye'de bir işyeri açmadan veya daimi temsilci vasıtasıyla menkul kıymet alım satım kazancı elde eden Dar Mükellefler açısından da ilgili kazancın Türkiye'de vergilendirilmesi söz konusu olabilir. Dar mükellef kurumların vergilendirilmesi açısından Türkiye'nin imzalamış olduğu yürürlükte bulunan çifte vergilendirmeyi önleme anlaşmalarının hükümleri önem arz etmektedir. Söz konusu anlaşma hükümleri, Türk Vergi Kanunları'ndan önce uygulanacaktır.

### **32.2.2.3 Yabancı Fon Kazançlarının ve Bu Fonların Portföy Yöneticiliğini Yapan Şirketlerin Vergisel Durumu**

1 Ocak 2006 tarihinden itibaren Sermaye Piyasası Kurulunun düzenleme ve denetimine tabi fonlara benzer yabancı fonlar da sermaye Şirket'i sayılarak kurumlar vergisi mükellefi olacaklardır. KVK'ya 6322 sayılı Kanununun 35 inci maddesiyle, 15 Haziran 2012 tarihinden itibaren yürürlüğe girmek üzere, "Yabancı fon kazançlarının vergilendirilmesi" başlıklı 5/A maddesi eklenmiştir. Bu maddede, yabancı fonlar ile bu fonların aracılık işlemlerini yürüten portföy yöneticiliği yetki belgesine sahip Tam Mükellef portföy yöneticisi şirketlerin vergisel durumları düzenlenmiştir.

KVK'nın 2/1 maddesinde belirtilen yabancı fonların, portföy yöneticisi şirketler aracılığıyla organize bir borsada işlem görsün veya görmesin; (i) her türlü menkul kıymet ve sermaye piyasası aracı; (ii) vadeli işlem ve opsiyon sözleşmesi; (iii) varant; (iv) döviz; (v) emtiaya dayalı vadeli işlem ve opsiyon sözleşmesi; (vi) kredi ve benzeri finansal varlıklar; ve (vii) kıymetli maden borsalarında yapılan emtia işlemleri ile ilgili elde ettikleri kazançları için KVK'nın 5/A maddesinde sayılan şartların sağlanması durumunda; portföy yöneticisi şirketler, bu fonların daimi temsilcisi sayılmayacak ve bunların iş yerleri de bu fonların iş yeri veya iş merkezi olarak kabul edilmeyecektir.

Dolayısıyla, yabancı fonların bu kapsamda elde ettikleri kazançları için beyanname verilmeyecek ve diğer kazançlar nedeniyle beyanname verilmesi halinde de bu kazançlar beyannameye dâhil edilmeyecektir.

Bu uygulamanın, yabancı fonların Türkiye kaynaklı gelirleri üzerinden yapılacak vergi kesintisine etkisi yoktur.

Türkiye'de bulunan, aktif büyüklüğünün %51'inden fazlası taşınmazlardan oluşan şirketlere ait paylar veya ortaklık payları veya bunlara ilişkin vadeli işlem ve opsiyon sözleşmeleri, elde edilen kazançlar bu uygulama kapsamında değerlendirilmeyecektir.

### **32.3 Paylara ilişkin kâr paylarının ve kâr payı avanslarının vergilendirilmesi**

GVK'nın 94/1-6-b maddesine 4842 sayılı Kanunla yapılan değişiklikte, tevkifat kârın dağıtılması aşamasına bırakılmıştır. Bu kapsamda GVK'nın 4842 sayılı Kanunla değişik 94/1-6-b maddesi uyarınca, Tam Mükellef kurumlarca; (i) Tam Mükellef gerçek kişilere; (ii) gelir ve kurumlar vergisi mükellefiyeti olmayanlara; (iii) gelir ve kurumlar vergisinden muaf olanlara; (iv) Dar Mükellef gerçek kişilere; (v) Dar Mükellef kurumlara (Türkiye'de bir işyeri veya daimi temsilci aracılığıyla kâr payı elde edenler hariç); ve (vi) gelir ve kurumlar vergisinden muaf olan Dar Mükelleflere dağıtılan kâr payları üzerinden 2009/14592 sayılı BKK uyarınca %15 oranında tevkifat yapılacaktır (girişim sermayesi yatırım fonları ve ortaklıkları için bu oran %0 oranında uygulanır). Tam Mükellef kurumlarca; (i) Tam Mükellefler kurumlara; ve (ii) işyeri ve daimi temsilci vasıtasıyla faaliyette bulunan Dar Mükellef kurumlara dağıtılan kâr payları tevkifata tabi değildir.

#### **32.3.1 Gerçek Kişiler**

##### **32.3.1.1 Tam Mükellef Gerçek Kişiler**

GVK'ya 4842 sayılı Kanunla eklenen 22/2 maddesi uyarınca Tam Mükellef kurumlardan elde edilen, GVK'nın 75/2 maddesinin (1), (2) ve (3) numaralı bentlerinde yazılı kâr paylarının yarısı gelir vergisinden müstesnadır. Kurumlar kâr payı dağıtırken, gelir vergisinden istisna edilen kısım olan yarısı (%50'si) dâhil olmak üzere dağıtılan kâr payının tamamı (%100'ü) üzerinden %15 oranında gelir vergisi tevkifatı yapmaktadırlar. Kâr payının yıllık vergi beyannamesinde beyan edilmesi halinde, söz konusu vergi tevkifatı yıllık vergi beyannamesinde hesaplanan gelir vergisi tutarından mahsup edilir. GVK'nın 86/1-c maddesi uyarınca, GVK'nun (86/1-c) maddesi uyarınca, tevkif yoluyla vergilendirilmiş bulunan ve gayrisafi tutarları; 2016 yılı gelirleri için 30.000 TL'yi aşan ve tam mükellef kurumlardan elde edilen kâr payları için beyanname verilmesi gerekecektir.

Ayrıca, kârın sermayeye eklenmesi kâr dağıtımını sayılmaz.

Beyan edilen tutar üzerinden hesaplanan gelir vergisinden, kurum bünyesinde kârın dağıtım aşamasında yapılan %15 oranındaki vergi kesintisinin tamamı (istisnaya tabi olan kısım dâhil) mahsup edilecek olup, mahsup sonrası kalan tutar genel hükümler çerçevesinde red ve iade edilecektir.

Kâr payı avansları da kâr payları ile aynı kapsamda vergilendirilmektedir.

##### **32.3.1.2 Dar Mükellef Gerçek Kişiler**

GVK'nun 94/6-b maddesi uyarınca, tam mükellef kurumlarca dar mükellef gerçek kişilere dağıtılan kâr payları üzerinden Bakanlar Kurulunca belirlenen oranlarda (bugün için bu oran %15'tir) tevkifat yapılacaktır. Türkiye'nin taraf olduğu bazı çifte vergilendirmeyi önleme anlaşmalarında daha düşük tevkifat oranları belirlenebilmektedir.

Dar mükellef gerçek kişiler açısından kâr paylarının tevkifat suretiyle vergilendirmesi nihai vergileme olup, dar mükelleflerce bu gelirler için gelir vergisi beyannamesi verilmesine gerek bulunmamaktadır.

Diğer taraftan GVK'nun 101. Maddesinin 5 no'lu fıkrası gereğince dar mükellef gerçek kişilerin vergisi tevkif suretiyle alınmamış menkul sermaye iratlarını, Türkiye'de elde edildiği yerin vergi dairesine münferit beyanname ile beyan etmeleri gerekmektedir.

#### **32.3.2 Kurumlar**

### **32.3.2.1 Tam Mükellef Kurumlar**

Ticari faaliyete bağlı olarak ticari işletme bünyesinde elde edilmesi halinde tevkifat yapılmayacak söz konusu gelirler ticari kazanç olarak beyan edilecektir. KVK'nın 6. maddesinde kapsamındaki "safı kurum kazancı, GVK'nın ticari kazancı düzenleyen hükümlerine göre belirlenecektir. Kurumlar vergisi, mükelleflerin bir hesap dönemi içinde elde ettikleri safı kurum kazancı üzerinden %20 oranında uygulanır.

Ancak, KVK'nın 5/a-1 maddesi uyarınca, Tam Mükellef başka bir kuruma iştirak nedeniyle elde edilen kâr payları, yatırım fonlarının katılım belgeleri ile yatırım ortaklıklarının hisse senetlerinden elde edilen kâr payları hariç, kurumlar vergisinden müstesnadır.

### **32.3.2.2 Dar Mükellef Kurumlar**

GVK'nun 94/6-b maddesi uyarınca, tam mükellef kurumlarca dar mükellef kurumlara dağıtılan kâr payları üzerinden Bakanlar Kurulunca belirlenen oranlarda (bugün için bu oran %15'tir) tevkifat yapılacaktır. Türkiye'nin taraf olduğu bazı çifte vergilendirmeyi önleme anlaşmalarında daha düşük tevkifat oranları belirlenebilmektedir.

Dar mükellef kurumların, Türkiye'de bir işyeri veya daimi temsilci aracılığı olmaksızın elde ettikleri kâr payları için tevkifat suretiyle vergilendirme nihai vergileme olup, dar mükelleflerin bu gelirler için Türkiye'de beyanname vermelerine gerek bulunmamaktadır.

### **33. İHRAÇÇI VEYA HALKA ARZ EDEN TARAFINDAN VERİLEN İZİN HAKKINDA BİLGİ**

**33.1. İhraççı veya halka arz eden tarafından izahnamenin kullanılmasına ilişkin verilen izin ve izin verilen herhangi bir yetkili kuruluşun payların sonradan tekrar satışına dair kullandığı izahnamenin içeriğinden de ilgili kişilerin sorumlu olmayı kabul ettiklerine dair beyanları:**

Yoktur.

**33.2. İzahnamenin kullanımına izin verilen süre hakkında bilgi:**

Yoktur.

**33.3. Payların yetkili kuruluşlarca sonradan tekrar satışa sunulabileceği dönem hakkında bilgi:**

Yoktur.

**33.4. Payların yetkili kuruluşlarca sonradan tekrar satışa sunulması kapsamında izahnamenin kullanılabilceği ülkeler hakkında bilgi:**

Yoktur.

**33.5. İzahname kullanım izninin verilmesinin şartı olan diğer açık ve objektif koşullar hakkında bilgi:**

Yoktur.

**33.6. Yetkili kuruluşlarca payların sonradan tekrar satışının gerçekleştirilmesi durumunda, satışın koşullarına ilişkin bilgilerin yetkili kuruluş tarafından satış esnasında yatırımcılara sunulacağına dair koyu harflerle yazılmış uyarı notu:**

Yoktur.

### 34. İNCELEMESİNE AÇIK BELGELER

Aşağıdaki belgeler, Maslak Mahallesi Eski Büyükdere Caddesi Oycan Plaza No:15 K:8 Sarıyer/34398 İstanbul adresindeki Şirket'in merkezi ve başvuru yerleri ile ihraççının internet sitesi ([www.beymen.com](http://www.beymen.com) veya <http://yatirimci.beymen.com>) ile Kamuyu Aydınlatma Platformunda (KAP) tasarruf sahiplerinin incelemesine açık tutulmaktadır:

- 1) İzahnamede yer alan bilgilerin dayanağını oluşturan her türlü rapor ya da belge ile değerlendirme ve görüşler (değerleme, uzman, faaliyet ve bağımsız denetim raporları ile yetkili kuruluşlarca hazırlanan raporlar, esas sözleşme, vb.)
- 2) İhraççının izahnamede yer alması gereken finansal tabloları

### **35. EKLER**

EK 1: Şirket Esas Sözleşmesi

EK 2: Şirket Yönetim Kurulu İç Yönergesi

EK 3: 31.12.2015, 31.12.2016, 31.12.2017 tarihlerinde sona eren yıllara ilişkin TFRS'ye göre hazırlanan Konsolide Finansal Tablolar ve Bağımsız Denetim Raporu

EK 4: 31.12.2015, 31.12.2016, 31.12.2017 tarihlerinde sona eren yıllara ilişkin UFRS'ye göre hazırlanan Konsolide Finansal Tablolar ve Bağımsız Denetim Raporu

EK 5: Bağımsız Denetim Kuruluşu'ndan alınan Sorumluluk Beyanı

EK 6: Devrim Güniz Gökçe Avukatlık Bürosu tarafından hazırlanan 16 Nisan 2018 tarihli Hukukçu Raporu ve 20 Nisan 2018 tarihli ek hukukçu beyanı

EK 7: Anka Birleşmesi'nin geçmişe yönelik etkileri hariç tutularak, UFRS uyarınca hazırlanan ve TFRS'ye uygunluk anlamında bağımsız denetimden geçirilmemiş finansal tablolarına göre hazırlanan bölümler