

***Türkiye'nin
Hızla Büyüyen
Gıda Perakende
Şirketi***



**ŞOK MARKETLER
2018 FAALİYET RAPORU**

Vizyonumuz

Halkımız tarafından en çok tercih edilen perakende markası, Türkiye'nin önde gelen modern gıda perakendecisi olmak ve yatırımcılarımız için değer yaratmaya devam etmektir.

Misyonumuz

Farklılaşmış iş modelimiz, kaliteli ürün çeşitliliğimiz, uygun fiyat ve ileri hizmet anlayışımız ile müşterilerimize en elverişli alışveriş deneyimini sunmak, iş ortaklarımızın ve çalışanlarımızın ilk tercihi olmaktır.

İçindekiler

BİR BAKIŞTA ŞOK MARKETLER

- 14 Kısaca ŞOK Marketler
- 16 İş Modelimiz
- 18 Ortaklık Yapımız
- 20 Başlıca Finansal ve Operasyonel Göstergeler
- 22 ŞOK Marketler'in Başarı Hikayesi
- 24 Halka Arz
- 27 Yatırımcı İlişkileri

YÖNETİM'İN DEĞERLENDİRMESİ

- 30 Yönetim Kurulu Başkanı'nın Mesajı
- 32 Yönetim Kurulu
- 34 CEO'nun Mesajı

SEKTÖR

- 36 Türkiye'de Gıda Perakendesi Pazarı Ve Şok Marketleri'nin Pazardaki Konumu

FAALİYETLER

- 38 Mağazalarımız
- 40 Dağıtım ve Tedarik Ağımız

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

- 42 İş Etiği
- 50 Sürdürülebilirlik Yönetim Yapısı
- 51 Sürdürülebilirlik Öncelikleri
- 53 Ürün Çeşitliliği
- 54 Ürün Güvenliği ve Kalitesi
- 56 Müşteri Odaklılık
- 59 Tedarik Zinciri Yönetimi
- 60 Çevresel Etki
- 61 Enerji Yönetimi, Ambalaj ve Atık Yönetimi
- 62 İnsan Kaynakları Politikamız
- 66 İş Sağlığı ve Güvenliği Uygulamalarımız

KURUMSAL YÖNETİM

- 67 Ana Sözleşme'de Meydana Gelen Değişiklikler
- 68 Kâr Dağıtım Politikası
- 69 Ücretlendirme Politikası
- 69 İlişkili Taraf İşlemleri Politikası
- 70 Bilgilendirme Politikası
- 72 Bağış Politikası
- 73 Risk Yönetimi
- 74 Bilanço Sonrası Hususlara İlişkin Açıklamaları
- 75 Sorumluluk Beyanı
- 76 Kurumsal Yönetim İlkeleri Uyum Raporu
- 87 Şirket Faaliyetlerine İlişkin Diğer Bilgiler

FİNANSAL BİLGİLER

- 89 1 Ocak – 31 Aralık 2018 Hesap Dönemine Ait Bağımsız Denetim Raporu, Konsolide Finansal Tablolar ve Finansal Tablolara İlişkin Dipnotlar

İLETİŞİM

Türkiye'nin en hızlı büyüyen perakende şirketi

Gıda perakendeciliği sektörünün en hızlı büyüyen şirketiyiz.

2015'ten bu yana özgün bir iş modeli ve sağlam bir strateji ile ilerledik. Ulusal süpermarketler ile indirim marketlerinin iyi yanlarını birleştiren iş modelimizle 5 yılda 6 kat büyüdük.

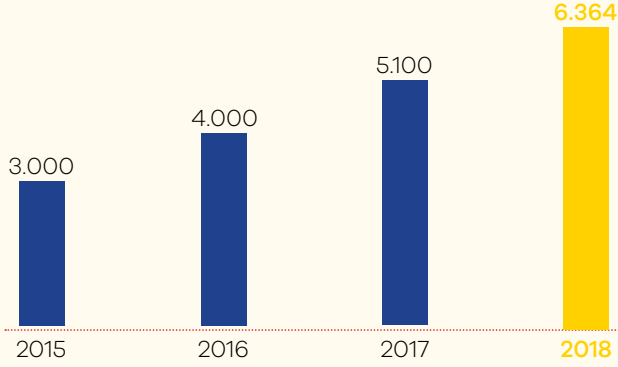
27.000'den fazla çalışanımız ve müşteri odaklı çalışmalarımızla büyümemize hız kesmeden devam edeceğiz.

2018

12,1 milyar TL

Net Satışlar

Mağaza Sayısı

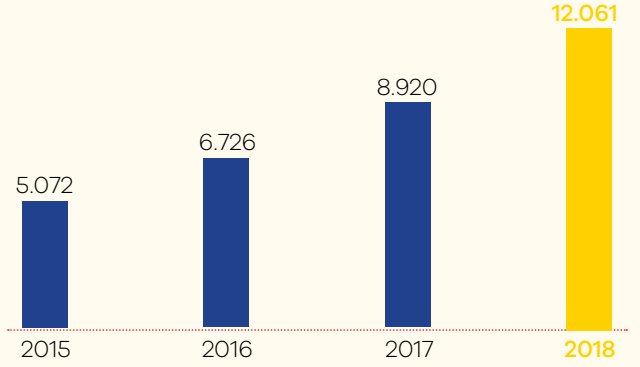


2018

630,2 milyon TL

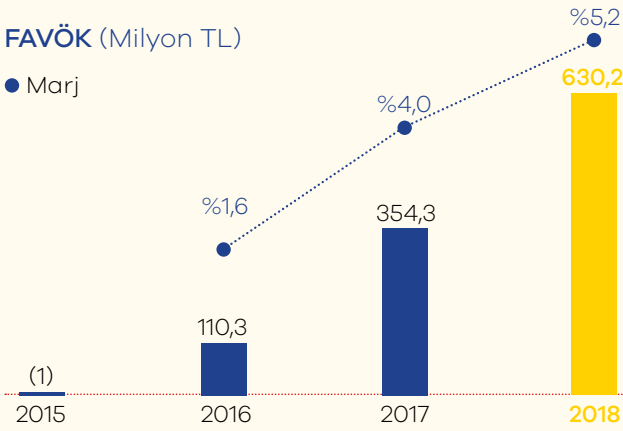
FAVÖK

Net Satışlar (Milyon TL)

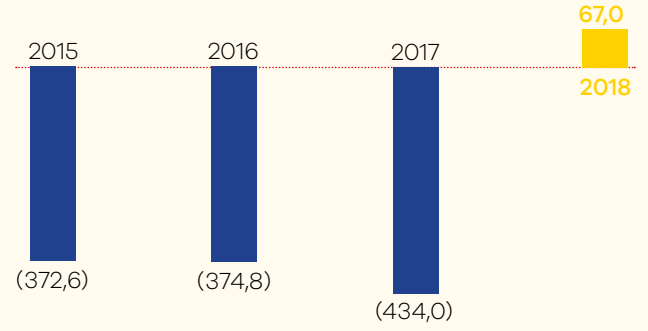


FAVÖK (Milyon TL)

● Marj



Net Kâr (Milyon TL)



Öne çıkan bilgiler

- Türkiye'nin 81 ilinde 6.364 mağazamız, 25 dağıtım merkezimiz ve 27.000'den fazla çalışanımızla, müşterilerimizin temel ihtiyaçlarının tamamına yakınına "tek yerden" ve evlerine en yakın noktadan karşılamalarını sağlıyoruz.
- Mağaza ağıımızı, müşterilerimize daha etkili ulaşabilmek amacıyla sürekli ve hızlı bir biçimde genişletiyoruz.
- Sebze meyve alanındaki uzmanlığımız ile temin edilen mahsulleri müşterilerimize en taze biçimde ulaştırıyoruz.





Yakın mağazacılık

Günde neredeyse
3 mağaza açarak
Türkiye'ye yayıldık.

81 ilde 6.364 mağaza
ile müşterilerimizin
temel ihtiyaçlarının
tamamına yakınını
evlerine en yakın
noktadan
karşılamalarını
sağlamaya
devam ediyoruz.



ŞOK

HER GÜN DÜŞÜK FİYATLARLA
**ŞOK YETER DE
ARTAR**



ŞOK

Düşük fiyatlar

“Her gün düşük fiyat” politikamız ve yaptığımız kampanyalarla müşterilerimizin yüzünü güldürüyoruz.





Evlerin temel ihtiyaçlarını karşıllayan ürün çeşitliliği

Bir evin temel
ihtiyaçlarının
tamamına yakınıni
karşılıyorruz.
Müşterilerimize, 1.500
farklı ürünle tercih
olanağı sunuyor,
onlara **“tek noktadan
alışveriş”** deneyimi
sağlıyoruz.



YETER DE ARTAR



ŞOK



Bilindik köklü markalar

Tüketici hafızasında tarihçesi olan ve çocukluğumuza ait ulusal marka niteliğine sahip **Mis, Piyale, Mintax, Evin ve Amigo** gibi markalara sahip çıkarak bu değerleri uygun fiyatlarla müşterilerimizle buluşturuyoruz.





ŞOK



Kolay alışveriş

**Mağazalarımızın
düzeni, yapılan
alışverişçi
araştırmaları
doğrultusunda,
müşterilerimizin
ürünleri raflarda
kolayca bulabilmeleri
üzerine tasarlanmıştır.**

Operasyon Ağımız

ŞOK Marketler mağaza ağını, müşterilerin yanında olabilmek amacıyla sürekli ve hızlı bir biçimde genişletmektedir.



25

Dağıtım
Merkezi

+1.000

Her yıl Açılan
Mağaza Sayısı

12,1 milyar TL

Ciro



Özgün Markalarımız

**SADECE
ŞOK'TA**



Türkiye'nin en köklü ve bilinirliği en yüksek markalarından biri olan Piyale, 1922 yılında bu yana bizimle.



Türkiye'nin 1976 'daki ilk modern süt tesislerinden birine adını veren Mis Süt, en çok sevilen ve tercih edilen nostaljik markalarımızdan biri.



Paketli yer fıstığının Türkiye'deki jenerik markası Amigo, Türkiye'nin ilk paketlenmiş kuruyemiş firmalarından biri de aynı zamanda.



Reklamlarıyla bir jenerasyonun kalbini kazanan Evin yağ, tüm ürünleri ile sadece ŞOK Marketlerde buluşuyor.



2012 yılında Yıldız Holding bünyesine katılan Mintax markası, ŞOK marketlerin temizlik ürünleri kategorisindeki lider markası.



Ton balığından Garnitüre, Salça'dan Bezelye konservesine, Turşu çeşitlerinden Üzüm-elma sirkesi ve nar ekşisi gibi salata soslarına kadar sofralarımızın ayrılmaz parçasıdır.



Gençlerin severek tükettiği çeşit çeşit Peki ürünleri, ekonomik fiyatlarıyla ŞOK Marketlerde bulunuyor.



Karmen markası, Tablet çikolatadan Çikolata Kaplamalı Gofrete, Çikolata Kaplamalı Bisküviye kadar ki çeşitlilik sunan Karmen, sadece ŞOK Marketler'de.



Kısaca ŞOK Marketler

Türk perakende sektörünün en önemli oyuncularından birisi olarak yer alan ŞOK Marketler, her yıl 1.000 mağaza açmanın yanı sıra 4.000 çalışana istihdam sağlamaktadır.

+27.000

Çalışan Sayısı

12,1

Milyar TL Ciro



ŞOK Marketler, Türkiye'nin 81 ilinde 264 adedi ŞOK Mini Mağazası olmak üzere 6.364 mağazası, 25 dağıtım merkezi ve 27.000'den fazla çalışanıyla, **"tek yerden"** ve en yakın noktadan müşterilerinin ihtiyaçlarının tamamına yakınına karşılamaktadır.

Her Gün Ortalama 3 Yeni Mağaza

Şirket'in mağaza ağı, müşterilerine daha da yakın olmak amacıyla sürekli ve hızlı bir biçimde genişlemektedir. 2015 yılından bu yana her gün ortalama 3 adet yeni mağaza açan ŞOK Marketler, 2015 yılında net 699 adet, 2016'da 1.000 adet, 2017'de 1.100 adet ve 2018 yılında net 1.000 yeni mağaza açmıştır.



81 İlde Toplam Mağaza Sayısı

6.364

25

Dağıtım Merkezi

Tüketici hafızasında tarihçesi olan ve geçmişte ulusal marka niteliğine sahip Mis, Piyale, Mintax, Evin ve Amigo gibi markalara sahip çıkarak bu değerleri yeniden ekonomiye kazandıran ŞOK Marketler; köklü, nostaljik, marka algısı güçlü ve her biri kendi alanında yüksek bilinirliğe sahip bu özgün markaları, uygun fiyatlarla müşterilerine sunmaktadır. Şirket, zengin ürün portföyündeki özgün markaları ile ulusal markaları bir arada bulundurarak, müşterilerine daha çok seçenek sunmakta, müşterilerinin alışveriş ihtiyacının tamamına yakınına kolayca ulaşabilecekleri yüksek kalitedeki ürünlerle karşılamaktadır.

Sebze, meyve alanındaki uzmanlığı ile temin edilen mahsulleri üreticiden müşterilerine en taze biçimde ulaştıran Şirket, kişisel bakım ve temizlik ürünlerinde Türkiye'nin en önemli perakendecilerinden birisi konumundadır. Farklılaşmış iş modeli, "her gün düşük fiyat" politikası ve farklı formattaki kampanyalarıyla müşterilerine en iyi hizmeti vermeyi hedeflemektedir.

Bu yüzden, "ŞOK, Yeter de Artar" sloganını kullanan ŞOK Marketler, Mayıs 2018'den beri SOKM kodu ile Borsa İstanbul'da işlem görmektedir.

Daha ayrıntılı bilgi için **www.sokmarket.com.tr** adresi ziyaret edilebilir.

İş Modelimiz

Özgün iş modelimiz, her gün düşük fiyat stratejimiz, müşteri ihtiyaçları doğrultusunda tasarlanan ve kolay alışveriş deneyimi sunan mağaza konseptimizle en iyi hizmeti vermeyi hedefliyoruz.

81
ilde
6.364
mağazada
kolay alışveriş
deneyimi...

Yakınlık

Alışveriş yaparken, rahatlığı ön planda tutan müşteriler için yakınlık her zaman önemli bir kriter olmuştur. 31 Aralık 2018 tarihi itibarıyla, Türkiye genelinde her şehirde en az bir olmak üzere toplamda 6.364 adet mağazası bulunmakta olan ŞOK Marketler, her yıl 1.000 civarında yeni mağaza açarak müşterilere her geçen gün daha yakın olmayı amaçlamaktadır.

Fiyat

ŞOK'un **"Her gün düşük fiyat"** stratejisi, rekabetçi fiyatlara sahip ürünlere müşteri talebini artırmaya yönelik tasarlanmıştır. ŞOK'a ait olan özgün markalı ürünler parlak sarı renkli kutularda **"Her gün düşük fiyat"** etiketiyle sunulmaktadır. Bu ürünler en çok satan ancak fiyatı genellikle daha yüksek olan ulusal markalı eşdeğer ürünlerle yan yana sergilenmektedir.

Şok "Her gün düşük fiyat" politikasının dışında çeşitli promosyonlar sunmaktadır.

"Her gün düşük fiyat" politikası ile birlikte bu promosyonlarla tüketicilerine daha iyi değer önerisi sağlamaktadır.





Çeşitlilik

ŞOK için müşterilere tercih olanağı sunmak esastır. Buna bağlı olarak 31 Aralık 2018 tarihi itibarıyla portföyünde 1.500 ürün kalemi bulunmaktadır. Portföyündeki geniş ürün yelpazesi ile müşterilere, **“tek noktadan alışveriş”** deneyimi sağlamaktadır. ŞOK, doğrudan tedarik anlayışıyla geniş yelpazeli taze meyve ve sebzeleri müşterilerine sunmaktadır. ŞOK, 2018 yılında toplam hasılatının %3'üne tekabül eden geniş çeşitlilikteki kişisel bakım ürünlerini de müşterilerle buluşturmaktadır. Şirket'e ait özgün markalar, ulusal markalarla birlikte müşterileri mağazalara çekmekte önemli rol oynamakta ve daha geniş ürün yelpazesi sunma olanağı sağlamaktadır.

Özgün Markalarımız

Şok bünyesine alınan, Türkiye'nin bilinen nostaljik markalarından olan **Mis, Piyale, Mintax, Evin ve Amigo** markaları ŞOK tarafından yeniden canlandırılmıştır. Mağazalarda, Şirket'e ait özgün markalar parlak sarı kutular içinde, eşleniği olan en çok satan ve daha yüksek fiyatlı olan ulusal markalı ürünlerle yan yana sunulmaktadır.

Alışveriş Deneyimi

Çeşitli müşteri geri dönüş anketlerinden alınan sonuçlardan yola çıkılarak mağaza ortamı **temiz, iyi ışıklandırılmış, geniş koridor ve raflarla daha rahat görüş alanı** sağlayan bir düzene getirilmiştir. Böylece, mağazalar müşterilerin kendisini **iyi hissedeceği ve tekrar alışveriş yapmak isteyeceği** alanlara dönüştürülmüştür. Bu vizyonu mağaza ağında uygulamaya koyabilmek için, mağazalar belirli bir düzen ve ürün raflama diyagramına göre tasarlanmıştır. Mağaza düzeni, müşterilerin belirli ürünleri raflarda kolay bulabilmeleri özelliğine odaklanmıştır.

Ortaklık Yapımız

ŞOK Marketler, güçlü ortaklık yapısı sayesinde kurumsal hedeflerini gerçeğe dönüştürmektedir.

Sermayedeki Payı TL (31.12.2018)

Turkish Retail Investments B.V.	144.000.000
Gözde Girişim Sermayesi Yatırım Ortaklığı Anonim Şirketi	140.400.327
Templeton Strategic Emerging Markets Fund IV LDC	36.000.000
Turkish Holdings IV Cooperatief U.A.	36.000.000
Yıldız Holding A.Ş.	33.428.571
Diğer	3.599.673
Halka Açık Pay	218.500.000
Toplam	611.928.571

Halka Açık Pay

%35,71

Turkish Retail Investments B.V.

%23,53

Diğer

%0,60

Templeton Strategic Emerging Markets Fund IV LDC

%5,88

Gözde Girişim Sermayesi Yatırım Ortaklığı Anonim Şirketi

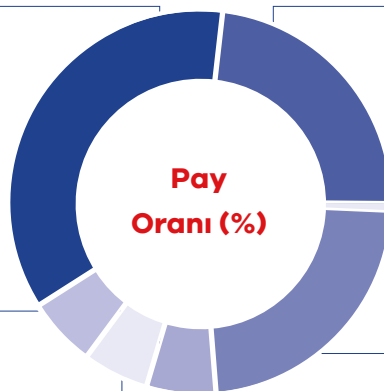
%22,94

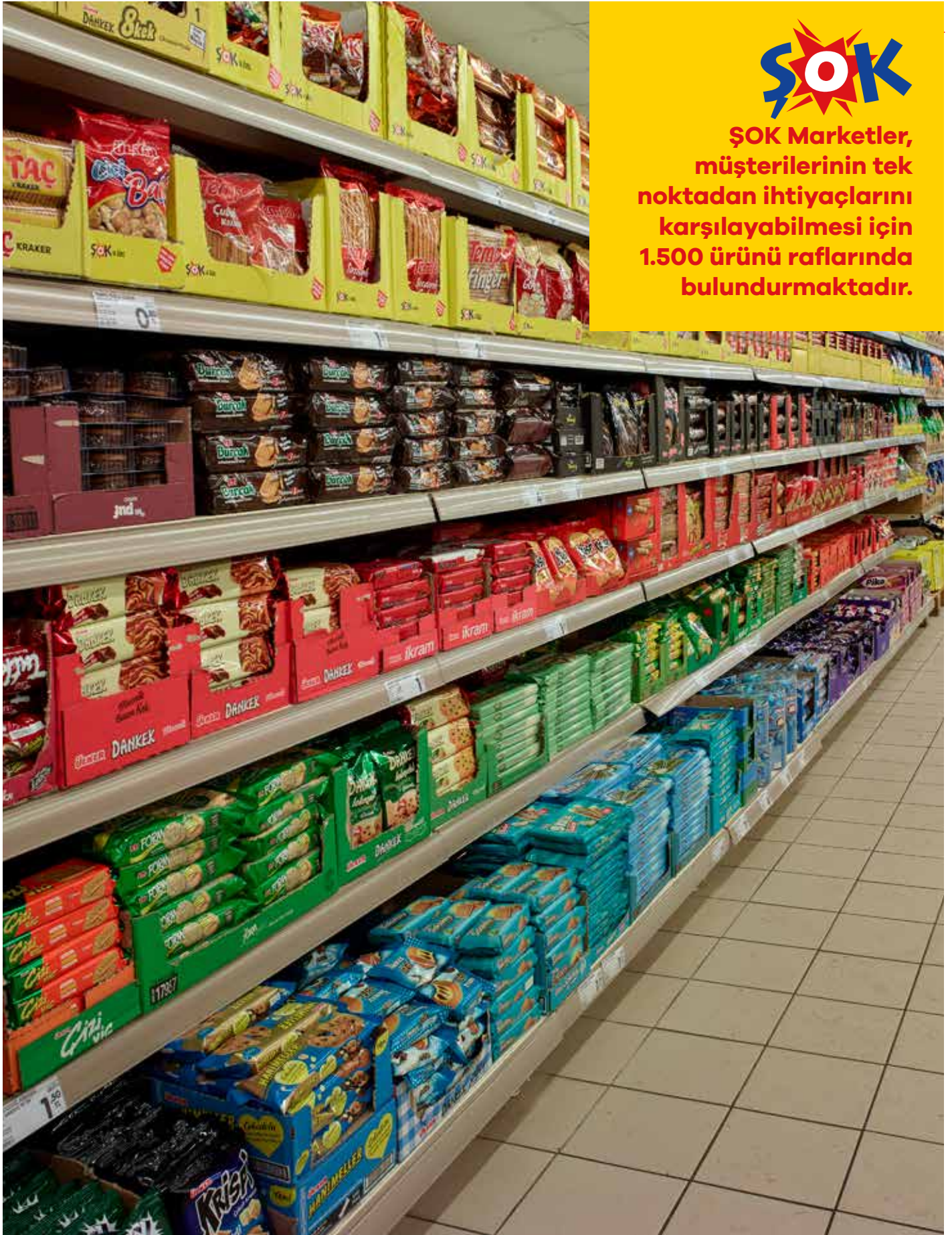
Yıldız Holding A.Ş.

%5,46

Turkish Holdings IV Cooperatief U.A.

%5,88





**ŞOK Marketler,
müşterilerinin tek
noktadan ihtiyaçlarını
karşılatabilmesi için
1.500 ürünü raflarında
bulundurmaktadır.**

Başlıca Finansal ve Operasyonel Göstergeler

ŞOK Marketler, 2018 yılsonu itibarıyla toplam mağaza sayısını 6.364'e ulaştırarak net satışlarını 12,1 milyar TL'ye yükseltmiştir.

2018
3,3 milyar TL
Toplam Varlıklar

263 milyon TL
Özkaynaklar

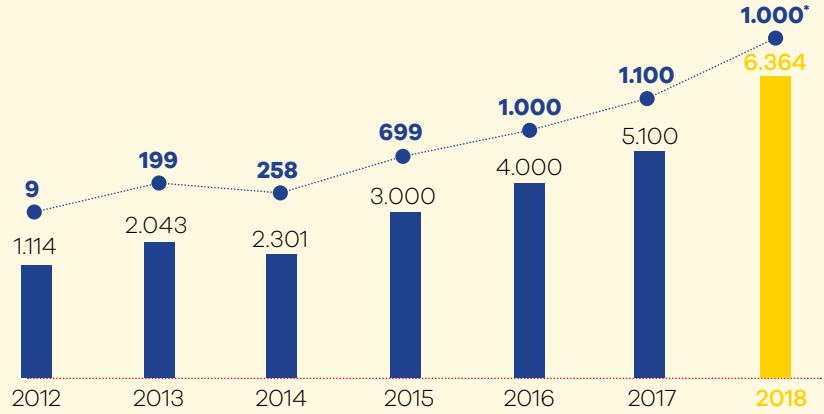
Finansal Tablo Özeti (Milyon TL)

Özet Konsolide Gelir Tablosu (Milyon TL)	2017	2018
Net Satış	8.920	12.061
Brüt Kâr	2.055	2.934
FAVÖK	354	630
FAVKÖK	765	1.177
Dönem Net Karı / (Zararı)	(434)	67

Özet Konsolide Bilanço (Milyon TL)	2017	2018
Nakit ve nakit benzerler	92	296
Toplam Dönen Varlıklar	1.078	1.315
Maddi duran varlıklar	850	978
Toplam Duran Varlıklar	1.532	1.947
Toplam Özkaynaklar	(2.185)	263
Toplam Varlıklar	2.610	3.262

ŞOK Mağaza Sayısı

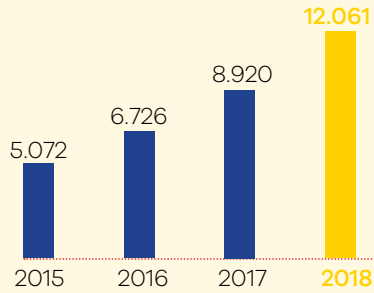
1.000+
Yeni Mağaza



* Net Mağaza Açılışı (264 adet ŞOK Mini hariç)

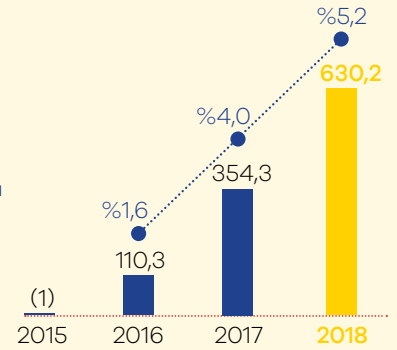
Net Satışlar (milyon TL)

ŞOK Marketler, iş hacmini istikrarlı bir biçimde artırarak 2018 yılında 12,1 milyar TL'lik net satış rakamına ulaşmıştır.



FAVÖK (milyon TL)

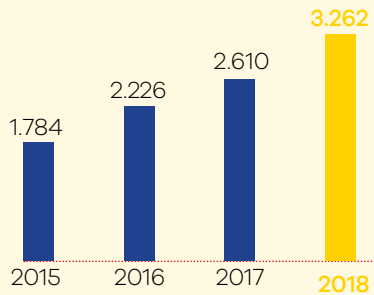
ŞOK Marketler, sürdürülebilir kârlılığını 2018 faaliyet döneminde de sürdürerek FAVÖK'ünü bir önceki yıla kıyasla %78 artırarak 630,2 milyon TL'ye yükseltmiştir.



● Marj

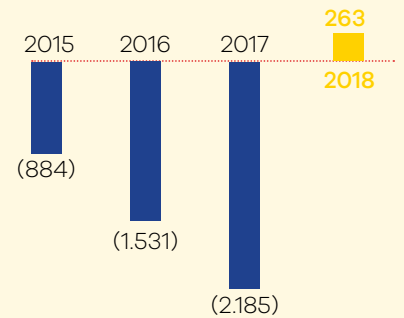
Toplam Varlıklar (milyon TL)

ŞOK Marketler, toplam varlıklarını istikrarlı bir biçimde artırmaya devam ederek bir önceki yıla kıyasla %25 artışla 3,3 milyar TL'ye yükseltmiştir.



Özkaynaklar (milyon TL)

ŞOK Marketler, güçlü özkaynak yapısıyla iş süreçlerini etkin bir biçimde yönetmektedir.



ŞOK Marketler'in Başarı Hikâyesi

ŞOK Marketler, 1995 yılından günümüze müşteri memnuniyetini ön planda tutarak yüksek kalitede hizmet vermeyi sürdürmektedir.

1995

ŞOK Marketler, 13 mağaza ile faaliyetine başladı.

2011

ŞOK Marketler, 1.255 mağaza ve 7 depo ile Yıldız Holding bünyesine katıldı.



2013

ŞOK Marketler, indirimli süpermarket zinciri olan Dia S.A.'yı 584 mağazası ile, Türkiye'de "Onurex" olarak bilinen perakende zinciri Onur Ekspres Marketçilik A.Ş.'yi 116 mağazası ile, Devamlı İndirim Mağazacılık (Dim) mağaza zincirini 18 mağazası ile satın aldı.

2014

Tüm mağazaların ŞOK mağazalarına dönüşümü tamamlandı.

2015

Yeni iş modeli ve mağaza konsepti geliştirildi. Her gün ortalama 3 mağaza açılarak organik büyümeye geçildi ve yılsonu itibarıyla 3.000 mağazaya ulaşıldı.

2017

ŞOK Marketler, 81 ilde müşterilerine ulaşır hale gelerek 5.100'ü aşan mağaza sayısına erişti.

Mobil uygulama olan Cepte ŞOK uygulaması başlatıldı. "Tıkla ve Gel Al" özelliğiyle uygulama, Türkiye'de mobil uygulaması olan ilk perakende indirim marketi haline geldi.

2016

Yeni mağaza konsepti ile günde 3 mağaza açmaya devam edilirken, mevcut 1.648 mağaza yeni mağaza konseptine dönüştürüldü. 1.000 yeni mağaza açılarak, mağaza sayısı 4.000'e ulaştı.

2018

Mağaza sayısı 6.364'e ulaştı.

2,3 milyar TL piyasa büyüklüğü ile ŞOK Marketler, son 10 yılın en büyük birincil halka arzına imza attı.

Halka Arz

ŞOK Marketler, 2,3 Milyar TL'lik halka arz büyüklüğü ile Türkiye Sermaye Piyasaları'nda son 10 yılın en büyük ve en başarılı halka arzlarından birini gerçekleştirmiş ve 18 Mayıs 2018 itibarıyla BIST Yıldız Pazar'da işlem görmeye başlamıştır.

%35,71
Halka Açıklık
Oranı

Şok Marketler, 2,3 milyar TL ile Türkiye'de son 10 yılın en büyük birincil halka arzlarından birini gerçekleştirerek 360 milyon TL olan sermayesini 611,9 milyon TL'ye çıkarmıştır.

Şok Marketler, gerçekleştirdiği bu işlem ile Türkiye'nin uzun vadeli yatırım potansiyeline olan güvenini ve inancını ispatlanmış oldu. Hızlı büyüyen, şeffaf bir şirket olarak yoluna devam eden Şok Marketler'in halka açıklık oranı %35,71 olup, piyasa değeri 31 Aralık 2018 tarihi itibarıyla 6,6 milyar TL'ye ulaşmıştır.

6,6 milyar TL
Piyasa Değeri

Halka açılma süreci içerisinde, 5 yatırım bankasının da desteği ile 123 yatırımcı görüşmesi yapılmış ve 180 toplantı gerçekleştirilmiştir. New York, Boston, Birleşik Arap Emirlikleri, Londra, Frankfurt ve Amsterdam'a Pilot Fishing ve Roadshow'lar yapılmış ve Şirketin halka arzı 10,5 TL'den 18 Mayıs 2018 tarihinde gerçekleştirilmiştir.

Sermaye Piyasası Kurulu'nun Halka Arz onayı çerçevesinde, 8-11 Mayıs 2018 tarihlerinde halka arzı gerçekleştirilen Şok Marketler'in sermayesi 360.000.000 TL'den 578.500.000 TL'ye çıkarılmış ve ihraç edilen 218.500.000 TL nominal değerli paylar, Kotasyon Yönergesi uyarınca kota alınmıştır.



Ortaklık Yapısı

Halka Arzdan Önce



- **%50** Turkish Retail Investments B.V.
- **%39** Gözde Girişim Ser. Yatırım Ortaklık A.Ş.
- **%10** Templeton Strategic Emerging Markets Fund
- **%1** Diğerleri

Halka Arzdan Sonra



- **%23** Turkish Retail Investment B.V.
- **%23** Gözde Girişim Ser. Yatr. Ortaklık A.Ş.
- **%6** Turkish Holdings IV Cooperatief
- **%6** Templeton Statagic Emerging Markets Fund IV. LDC
- **%1** Diğerleri
- **%36** Halka Arz Edilen Pay
- **%5** Yıldız Holding A.Ş.

Yurt dışından 1,8 kat,
yurt içinden de 2,5 kat talep aldık!

- **%85** Yurt Dışı Kurumsal Yatırımcı
- **%7,5** Yurt İçi Kurumsal Yatırımcı
- **%7,5** Yurt İçi Bireysel Kurumsal Yatırımcı



Kayıtlı sermaye sistemi çerçevesinde Şirket'in mevcut pay sahiplerinin tamamının yeni pay alma haklarının kısıtlanması sureti ile halka arzın tamamlanması sonrasında 578.500.000 TL olan şirket sermayesi 33.428.571 TL artırılarak 611.928.571 TL'ye yükseltilmiştir. Bahsi geçen sermaye artırımını çerçevesinde ihraç edilen payların tamamı Yıldız Holding A.Ş.'ye tahsis edilmiştir.

Yatırımcılardan gelen yüksek talep ile ekonomi ve sermaye piyasalarının derinleşmesi açısından büyük bir önem taşıyan halka arzda, 218.500.000 TL nominal değerli halka arz edilen payların %7,5'ine denk gelen 16.387.500 TL nominal değerli paylar Yurtiçi Bireysel Yatırımcılar'a, %7,5'ine denk gelen 16.387.500 TL nominal değerli paylar Yurt içi Kurumsal Yatırımcılar'a, %85'ine denk gelen 185.725.000 TL nominal değerli paylar Yurt dışı Kurumsal Yatırımcılar'a tahsis edilmiştir.

Halka Arz Öncesi Sermaye	360.000.000 TL
Halka Arz Sonrası Sermaye	578.500.000 TL
İhraç Edilen Pay Adedi	218.500.000 TL
Sermaye Artışı	33.428.571 TL
Toplam Sermaye	611.928.571 TL

Şirketin halka arz sürecinden elde edilen 2,3 milyar TL tutarındaki geliri ile şirketin ilişkili ve ilişkisiz taraflara olan finansal borçları ödenerek güçlü bir bilançoya ulaşması sağlanmıştır.

Halka Arz

ŞOK Marketler, Türkiye Bonds & Loans Ödülleri'nde halka arz kategorisinde birinciliğe layık görülmüştür.



Şok halka arzına 'Yılın Hisse Senedi Sermaye Piyasaları Ödülü'

Düşük fiyat politikası ve yaygın mağaza ağı ile Türk perakende sektörünün önde gelen şirketlerinden birisi olan Şok Marketler'in Mayıs 2018 tarihinde gerçekleşen halka arzı, **Global Financial Conferences'in düzenlediği Türkiye Bonds & Loans Ödülleri'nde** halka arz kategorisinde birinci oldu. Şirket, 21 Şubat 2019 tarihinde İstanbul'da gerçekleştirilen ödül töreninde 'Yılın Hisse Senedi Sermaye Piyasaları Ödülü'nü aldı.

Şok Marketler CEO'su Uğur Demirel'in de belirttiği gibi;

"Şirketimizin halka arzı sırasında, hem yurt içi hem de yurt dışı bireysel ve kurumsal yatırımcılardan beklentilerin çok üzerinde talep geldi.

Yatırımcıların gösterdiği bu ilgi aslında Türkiye ekonomisine, sektörümüze ve şirketimize duyulan bir güvenin ifadesidir.

Global ve ulusal piyasa koşullarının zorlu olduğu bir dönemde, Şok Marketler olarak büyük bir

sorumluluk üstlendik ve ne mutlu ki başarılı bir sonuç elde ettik. 2,3 milyar TL ile Türkiye'de son 10 yılın en büyük birincil halka arzlarından birini gerçekleştirdik. Gerçekleştirdiğimiz bu işlem ile yatırımcıların piyasalardaki kısa vadeli dalgalanmaları dikkate almayıp ülkemizin uzun vadeli yatırım potansiyeline olan güvenini ve inancını ispatlamış olduk ve ülkemize tam da ihtiyaç olan bir dönemde yabancı sermaye girişi sağladık.

Yolumuza ve hızlı büyümemize şeffaf bir şirket olarak devam ediyoruz"

Yatırımcı İlişkileri

ŞOK Marketler'in, halka açık bölümdeki yabancı yatırımcı payı 2018 yılı sonunda %84 olarak gerçekleşmiştir. Aynı dönemde BIST yabancı yatırımcı payı ise %65'tir.

Şirket'in çıkarılmış sermayesi 611.928.571 TL olup, her biri 1 TL itibari değerinde tamamı nama yazılı 144.000.000 adedi Odak Paylar ve 467.928.571 adedi Ana Paylar olmak üzere toplam 611.928.571 adet pay, 2 gruba bölünmüş ve tamamı ödenmiştir.

Şirketin yabancı yatırımcı payı 2018 yılı sonunda %84 olarak gerçekleşmiştir. Aynı dönemde BIST yabancı yatırımcı payı ise %65 olmuştur.

18 Mayıs 2018

Halka Açılma Tarihi

SOKM.IS

Borsa Kodu

611.928.571 TL

Ödenmiş
Sermaye

1.800.000.000 TL

Kayıtlı Sermaye
Tavanı



- **%23** Turkish Retail Investments B.V.
- **%23** Gözde Girişim Sermayesi Yatırım Ortaklığı Anonim Şirketi.
- **%36** Halka Açık Pay
- **%6** Templeton Strategic Emerging Markets Fund IV LDC
- **%6** Turkish Holdings IV Cooperatief U.A
- **%5** Yıldız Holding A.Ş.
- **%1** Diğer

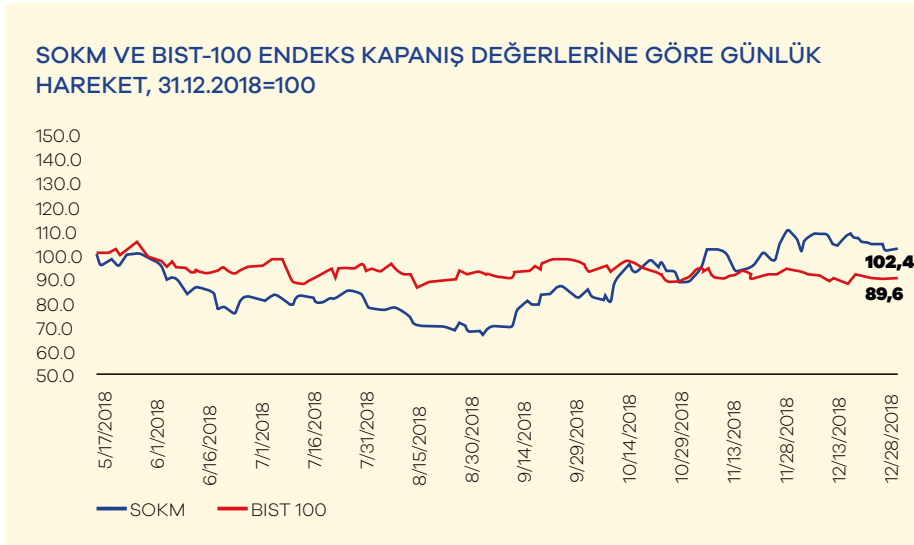
Şirket'in Dahil olduğu Endeksler:

BIST 100 / BIST TUM / BIST TİCARET / BIST HİZMETLER / BIST YILDIZ /
BIST 100-30 / BIST 50 / BIST HALKA ARZ

Yatırımcı İlişkileri

ŞOK Marketler, düzenli olarak her çeyrek döneme ilişkin finansal sonuç açıklamasının hemen akabinde tüm paydaşların katılımına açık telekonferanslar düzenlemektedir.

Hisse Performansı



SOKM hissesi 2018 yılı içinde BIST-100 endeksinin 2,4 puan üzerinde performans sergiledi.

	31.12.2018	1 Aylık (%)	3 Aylık (%)	6 Aylık (%)	SOKM Halka Arzdan İtibaren (%)
SOKM	10,75	%5,7	%16,7	%32,7	%2,4
BIST-100	91.270	%-52,9	-%7,9	-%3,3	-%10,4

Yatırımcı İlişkileri Faaliyetleri

2018 yılı içinde, yurt içinde ve yurt dışında üst düzey yöneticilerin de katılımıyla 350'yi aşkın yerli ve yabancı, kurumsal ve bireysel mevcut ve potansiyel yatırımcı ve analist ile toplantılar yapılmış ve Şirket faaliyet sonuçları, performansı ve dönem içindeki diğer gelişmeler hakkında bilgi verilmiştir.

Şirket ayrıca düzenli olarak her çeyrek döneme ilişkin finansal sonuç açıklamasının hemen akabinde tüm paydaşların katılımına açık olarak internet üzerinden canlı yayımlanan web yayın toplantıları düzenlemektedir. Pay sahiplerini ve yatırımcıları bilgilendirmeye yönelik yapılan yurt içi ve yurt dışı konferanslara ve diğer toplantılara katılım sağlamaktadır. Bu kapsamda 2018 yılında halka arz sonrasında yurt dışında ve yurt içinde toplam 4 konferansa iştirak edilmiş ve bir "roadshow" düzenlenmiştir.



Şirket internet sitesi (www.sokmarket.com.tr), Türkçe ve İngilizce olarak iki dilde hazırlanmıştır.

Türkçe Yatırımcı İlişkileri

İnternet sayfası: <https://sokmarketyatirimciiliskileri.com/tr/>

İngilizce Yatırımcı İlişkileri

İnternet sayfası: <https://sokmarketyatirimciiliskileri.com/en/>

Şirketimizin yatırımcı ilişkileri internet sitesinde, Şirket tarafından yapılan özel durum açıklamaları ile yurt içi ve yurt dışı bilgilendirme toplantılarında yararlanılan sunumların birer kopyası bulunmaktadır. Ayrıca, üç ayda bir hazırlanan finansal sonuçlar ve ilgili bilgilendirme notları ile İngilizce ve Türkçe dillerinde yayınlanan faaliyet raporları da internet sitesinde yer almaktadır.

Geleneksel bilgi dağıtım kanallarının yanı sıra çeşitli haberleşme araçları da kamunun bilgilendirilmesi amacı ile kullanılmaktadır. Bu çerçevede, Şirket tarafından yapılmış olan özel durum açıklamaları, internet sitesi ve diğer kanallar yolu ile iletişim bilgilerini ileterek ek talepte bulunan menfaat sahiplerine doğrudan elektronik posta vasıtası ile de gönderilmektedir.

2018 Temel Veriler

10,75 TL

Kapanış Fiyatı

6,6 milyar TL

Piyasa Değeri

%84

Halka Açık Kısımındaki
Yabancı Payı

6,98 TL

En Düşük Fiyat

9,24 TL

Ortalama Fiyat

11,49 TL

En Yüksek Fiyat

Yönetim Kurulu Başkanı'nın Mesajı

Şirketimiz özgün iş modelini en iyi şekilde uygulayarak, hissedarlarımıza değer yaratmaya ve hızlı büyümesine devam edecektir.



2018 yılı gelişmeleri

6.364 **+27.000**
Mağaza Sayısı Çalışan Sayısı

337 **67**
milyon TL milyon TL
Yatırım Tutarı Net Kâr

Çalışanlarımızın mutluluğu, müşterilerimizin memnuniyeti ve tedarikçilerimizin gelişimi önceliğimiz olurken, sürdürülebilir bir iş modeliyle paydaşlarımıza katma değer yaratıyor, pazarda rekabet üstünlüğü elde ediyoruz.

Cengiz Solakoğlu
Yönetim Kurulu Başkanı

Sayın Hissedarlarımız, İş Ortaklarımız ve Çalışanlarımız,

Dünya genelinde gıda perakende sektöründeki eğilimler çok hızlı değişim gösteriyor. Bu değişimin etkilerini, içinde bulunduğumuz dönemde daha yakından hissediyoruz. 2020'li yıllara ilerlerken "yeni perakendeci", "yeni ürün ve üretici" ve "yeni alışverişçi" kavramlarıyla tanışıyoruz. Fiyat bilinci ve hassasiyeti artan tüketiciler tercihleriyle üretime ve sektörün geleceğine yön veriyor. Bu noktada hızlı ve sağlıklı büyümesine son 10 yılın en başarılı halka arzlarından birini gerçekleştirerek ivme kazandıran ŞOK Marketler, hizmet kalitesi ve uygun fiyat politikasıyla tüketicisine en yakın marka olmaya devam ediyor.

Perakendenin yükselen yıldızı indirim marketleri son iki yılda %34'lük bir büyüme ile mağaza sayısını en çok artıran format oldu. Türkiye'de modern kanaldaki mağaza sayısı 31.000'e yaklaştı. 2018 yılı, ŞOK Marketler'in halka açılmasıyla Türkiye'de son 10 yılın en büyük halka arzlarından birinin gerçekleştiği yıl oldu. ŞOK Marketler olarak halka arz sayesinde sağlam bir bilançoyla sağlıklı bir büyüme gerçekleştirdik. 2018'de 337 milyon TL yatırımla toplam mağaza sayımızı 6.364'e, toplam çalışan sayımızı da 27.000'in üzerine çıkararak bu gelişime katkıda bulunduk. %35'lik satış artışı ile 12.1 milyar TL ciro elde ederek Türkiye'nin mağaza sayısı ve ciro bakımından en hızlı büyüyen şirketlerinden biri olduk. Ülke ekonomisini geliştirmek ve müşteri memnuniyetini artırmak için tüketici fiyat enflasyonunu baskılayan ve enflasyonla mücadelede destek veren fiyat politikası oluşturduk. Yaklaşık 1.500 ürün çeşidimizle temel ihtiyaç maddelerinin tamamına yakınına 81 ilde müşterilerimize sunmamız rekabet gücümüzü artırdı.

Gıda perakendeciliğinin gelişiminde hızlı tüketim ürünleri (FMCG) sektörünün büyümesi etkili oldu. İnovasyonla büyüyen sektör; süt, ev temizlik ve kağıt ürünlerindeki fiyat artışına rağmen toplam cirosunu %19 oranında yükseltti. Tüketicinin fiyat farkındalığı %69'dan %91'e çıktı. Yüksek büyüme sergileyen sağlıklı ürünlere, özellikle de organik gruba merak arttı.

MK Novo tarafından yapılan analize göre, Türk gıda perakende pazarı, 2019 ve 2020'de de modern kanalın genişlemesine ve hane halkı tüketiminin artışına paralel büyümeye devam edecek. Gıda perakendeciliğinin %40'ına tekabül eden modern kanal, 2023 itibarıyla 209 milyar TL'ye ulaşacak ve pazar payında %4 oranında artış gözlenecek. Ancak tüm bunlara rağmen Türkiye bu alanda hâlâ diğer Avrupa pazarlarının oldukça gerisinde. O nedenle sektörün önünde gidilecek geniş bir beyaz alan olduğunu düşünüyoruz. ŞOK Marketler olarak yeni ve özgün iş modelimizle salt indirim marketi sınıflandırmasından ayrı bir konumdayız. Bununla birlikte müşterimizin uygun fiyat beklentisini yerine getirmeyi de başarıyoruz. Tüm sosyoekonomik grupların ve jenerasyonların dijitalleşmesi nedeniyle e-ticarette gelişimimizi sürdürmek ve perakendeye şekil veren endüstri 4.0'ın getirdiği teknolojileri aşamalı olarak hayata geçirmeyi amaçlıyoruz.

Sürdürülebilirlik çalışmalarımızla, faaliyetlerimizin çevresel, toplumsal ve finansal etkilerini araştırıyor, kamuoyuna şeffaflıkla sunuyoruz. Çalışanlarımızın mutluluğu, müşterilerimizin memnuniyeti ve tedarikçilerimizin gelişimi önceliğimiz olurken, sürdürülebilir bir iş modeliyle paydaşlarımıza katma değer yaratıyor, pazarda rekabet üstünlüğü elde ediyoruz. 2018'de yayımladığımız ilk

sürdürülebilirlik raporumuzda, ürün kalitesi ve müşteri memnuniyetinde kaydettiğimiz artış, fırsat eşitliği ve adil yönetim anlayışımız, çalışan eğitimine yaptığımız yatırımlar, kadın çalışan sayısındaki pozitif uygulamalarımız, iş sağlığı ve güvenliğine verdiğimiz öncelikler ve karbon salımı ile enerji tüketiminde elde ettiğimiz tasarruflar yer alıyor. Çabalarımızın karşılığını kazandığımız ödüllerle de görüyoruz. "Müşteri Deneyimini En İyi Yöneten İndirim Marketi" olarak Marketing Türkiye'nin 2016 A.L.F.A Ödülü'ne değer bulunmamız ve Cep'te ŞOK mobil uygulamamız ile 2017 IDC Perakende Teknoloji Ödülleri'nde "En İyi Dijital Kanallar Projesi" seçilmemiz doğru yolda olduğumuzu gösteriyor. Sürdürülebilirlik çalışmalarımız ile finansal ve diğer varlıklarımızın değerini artırabileceğimize inancımız sonsuz.

2019'da da en çok tercih edilen perakende markası olma ve yatırımcılarımız için değer yaratma hedefini benimsiyoruz. Bu hedefe tüm düzeylerdeki yönetim kadromuz ve organizasyon yapımız; yatırım ve yönetim politikalarımız, denetim mekanizmamız, şeffaflık anlayışımız ve sürdürülebilirlik faaliyetlerimiz ile ulaşabileceğimizi biliyoruz.

Destekleriyle gücümüze güç katan hissedarlarımıza, ortak vizyon ve hedeflerimizi paylaşan iş ortaklarımıza, değerli çalışanlarımıza ve takdirlerini esirgemeyen müşterilerimize en içten teşekkürlerimi ve saygılarımı sunuyorum.

Saygılarımla,

Cengiz Solakoğlu
ŞOK Marketler Tic. A.Ş.
Yönetim Kurulu Başkanı

Yönetim Kurulu

ŞOK Marketler'in 18 Temmuz 2018 tarihinde gerçekleştirdiği 2017 yılı Olağan Genel Kurul Toplantısı'nda 6 kişilik yönetim kurulu üyeleri üç yıllığına seçilmiştir. Üyelerin isimleri ve görev dağılımları aşağıdaki gibidir;

Adı Soyadı	Görevi
Cengiz Solakoğlu	Yönetim Kurulu Başkanı
Ali Ülker	Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı
Mustafa Yaşar Serdengeçti	Yönetim Kurulu Üyesi
Erman Kalkandelen	Yönetim Kurulu Üyesi
Ahmet Bal	Yönetim Kurulu Üyesi (Bağımsız)
Ceyda Aydede	Yönetim Kurulu Üyesi (Bağımsız)

CENGİZ SOLAKOĞLU

Yönetim Kurulu Başkanı

İstanbul İktisadi Ticari İlimler Akademisi'nden 1964 yılında mezun olan Cengiz Solakoğlu, iş yaşamına 1967 yılında Beko Ticaret A.Ş.'de satış elemanı olarak başlamış, 1977 yılında Şirket'te Genel Müdür görevine getirilmiştir. 1983 yılına kadar sürdürdüğü bu görevin ardından yine Koç Topluluğu'na ait Atılım Şirketi'nde Genel Müdürlük görevine getirilmiştir. 8 yıl süren bu görevi sırasında "Arçelik Yetkili Satıcılık Sistemi'nin yeniden yapılandırılması ve güçlendirilmesi" çalışmalarına önderlik etmiştir. 1991 yılında Koç Holding Tüketim Grubu Başkan Yardımcılığı'na, 1994 yılında ise Tüketim Grubu Başkanlığı'na atanmıştır. 1996-1998 yılları arasında Topluluk Yürütme Kurulu Üyeliği görevini de üstlenen Solakoğlu, 2002 yılında Koç Holding Dayanıklı Tüketim Grubu Başkanlığı'na atanmış, 2004 yılında 60 yaş uygulaması nedeniyle 38 yıl aralıksız çalıştığı Koç Topluluğu'ndan emekliye ayrılmıştır. Cengiz Solakoğlu, 2011 yılından itibaren ŞOK Marketler'in Yönetim Kurulu Üyesi'dir. Solakoğlu, ayrıca, 2011 yılından bu yana Yıldız Holding'in toptan satış sektöründeki şirketlerinden biri olan Bizim Toptan Satış Mağazaları A.Ş.'nin Bağımsız Yönetim Kurulu Üyeleri arasında yer almaktadır. Solakoğlu, 1907 Fenerbahçeliler Derneği ve Eğitim Gönüllüleri Vakfı'nın kurucu ortaklarından biridir. 2003 yılında

Ekonomist dergisi tarafından verilen Sivil Toplum Lideri ödülüne layık görülen Solakoğlu, şu an Marmara Üniversitesi olarak faaliyetlerine devam eden İstanbul İktisadi ve Ticari Bilimler Akademisi'nden mezun olmuştur.

ALİ ÜLKER

Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı

2005 yılında Ülker Şirketler Topluluğu (bisküvi, çikolata, şekerleme) Başkanlığı'na getirilen Ali Ülker, iş hayatına 1985 yılında Ülker Gıda A.Ş. Kalite Kontrol Departmanı'nda stajyer olarak başlamış, 1986-1998 yılları arasında çikolata üretim tesislerinde ve Atlas Gıda Pazarlama A.Ş.'de Stajyer, Satış Yöneticisi, Satış Koordinatörü, Ürün Grup Koordinatörü ve Ürün Grup Müdürü olarak görev yapmıştır. 1998 yılında Atlas Gıda Pazarlama A.Ş.'nin Genel Müdürü, 2000 yılında Pazarlama ve Zincir Mağazalardan Sorumlu Tüketici Grup Başkan Yardımcısı, 2001 yılında ise Merkez Gıda Pazarlama A.Ş.'nin Genel Müdürü olarak görev yapmıştır. Boğaziçi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İktisat ve İş İdaresi bölümlerinden mezun olan Ali Ülker, 2002 yılında Gıda Grubu Başkan Yardımcılığı'na atanmıştır. IMD, Harvard ve Wharton'da çeşitli eğitim programlarına katılan Ali Ülker, De Boccard & Yorke Danışmanlık Şirketi ile Şirket İçi Kaizen Çalışması'nda (1992) ve IESC Satış Sistemini Geliştirme ve Şirket İçi Organizasyon Projesi'nde (1997)

çalışmıştır. 1969 yılında doğan Ali Ülker, evli ve üç çocuk babasıdır. İngilizce ve Almanca bilen Ali Ülker; basketbol ve bilardo oynamaktan, balık avlamaktan, sinemaya gitmekten ve kitap okumaktan hoşlanmaktadır.

MUSTAFA YAŞAR SERDENGEÇTİ

Yönetim Kurulu Üyesi

1982 yılında İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi'nden mezun olan Mustafa Yaşar Serdengeçti, aynı yıl Deva Holding'de denetçi olarak çalışma hayatına başlamıştır. 1985 yılında ise, Yıldız Holding'de Denetçi olarak çalışmaya başlamıştır. 1992-1998 yılları arasında İstanbul Gıda Dış Ticaret A.Ş.'de Genel Müdür Yardımcısı, 1998-2004 yılları arasında Genel Müdür olarak görev yapmış, Ülker Grubu'nun dış ticaret şirketinin kurulmasını ve 12 yıl içerisinde 106 ülkeye ihracat yapılmasını sağlamıştır. 2004-2006 yılları arasında Ülker Grubu Şirketleri'nin nakliye ve depolama operasyonlarının birleştirilmesi ve outsource edilmesi projesini yürütmüştür. 2005-2010 yılları arasında Bizim Toptan Satış Mağazaları A.Ş.'nin yeniden yapılanmasında görev almış, yeni vizyonun hayata geçirilmesi ve sektörün önemli kuruluşlarından birisi haline getirilmesi süreçlerinde Yönetim Kurulu Başkan Yardımcılığı görevini üstlenmiştir. 2011 yılında ŞOK Marketler Zinciri'nin Migros Grubu'ndan satın alınmasından sonra yeni yönetimi ve yol haritasını oluşturmuştur. Ardından,

UCZ Mağazacılık marketlerinin satın alınması, organizasyonun geliştirilmesi, yeni formatların oluşturulmasında rol almıştır. 2011 yılından itibaren Perakende Grup Başkanı olarak görevini sürdüren Mustafa Yaşar Serdengeçti; satış ve perakende konularında sahip olduğu deneyim ile pek çok şirketin performansının iyileştirilmesini, yeniden yapılandırılmasını sağlamıştır. 2017 yılına kadar Perakende Grup Başkanlığı'na satış ve perakende şirketleri bağlıyken, Pladis'in kurulmasından sonra perakende, ev dışı tüketim kanalına satış yapan (g2m, Eksper), ortak girişim şirketleri ile bazı holding iştirakleri Perakende Grup Başkanlığı'na bağlanmıştır.

Mustafa Yaşar Serdengeçti, 2011 yılından itibaren Şirket'in Yönetim Kurulu Üyesi olarak görev yapmanın yanı sıra 2010 yılından bu yana Yıldız Holding'in Perakende Grubu'nun Yönetim Kurulu Başkanlığı, 2005 yılından itibaren ise Bizim Tiptan Satış Mağazaları A.Ş.'nin Yönetim Kurulu Üyesi olarak görev yapmaktadır. 2007 yılından itibaren ise idari sorumluluğu bulunan Yönetim Kurulu Başkan Yardımcılığı görevini üstlenmiştir.

Daha önce Deva Holding Finansal Kontrol Departmanı'nda görev yapan Serdengeçti, İstanbul Gıda Ticaret A.Ş.'de Genel Müdür Yardımcılığı ve Genel Müdürlük görevlerinde bulunmuş ve Netlog Lojistik Hizmetleri A.Ş.'nin Yönetim Kurulu Üyesi olarak görev almıştır. İstanbul Üniversitesi İşletme Yönetimi'nden Denetçilik alanında master derecesi sahibi olan Mustafa Yaşar Serdengeçti evli ve dört çocuk babası olup, İngilizce bilmektedir.

ERMAN KALKANDELEN

Yönetim Kurulu Üyesi

2014 yılından itibaren ŞOK Marketler'in Yönetim Kurulu Üyesi olarak görev yapan Kalkandelen, Franklin Templeton Investments'in Türkiye, Orta Doğu ve Doğu Avrupa şirketlerinin Araştırmalarından Sorumlu Ülke Müdürü olarak görev yapmaktadır. Gelişen Piyasalar, Küçük Şirketler ve Türk Hisse Senetleri ürünleri üzerine çalışan

Kalkandelen, Defacto Perakende Ticaret A.Ş., Şok Marketleri ve Gözde Girişim'in yönetim kurullarında üyelik görevini yürütmektedir. Erman Kalkandelen, Sabancı Üniversitesi İş İdaresi Yüksek Lisans (MBA) Programı'ndan onur derecesiyle mezun olmuştur. Ayrıca, MBA eğitimi sırasında, Florida Üniversitesi Warrington İşletme Okulu'nda stratejik yönetim üzerine uzmanlaştığı bir dönem geçirmiş, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilimler Fakültesi Çalışma Ekonomisi Bölümü'nden yüksek şeref derecesi ile mezun olmuştur. Kalkandelen, İngilizce bilmektedir.

CEYDA AYDEDE

Bağımsız Yönetim Kurulu Üyesi

İzmir Amerikan Koleji, ardından Boğaziçi Üniversitesi Mühendislik Fakültesi Endüstri Mühendisliği bölümünü bitiren Ceyda Aydede, Hesser College'da (New Hampshire, ABD) Perakendecilik İletişimi Programı'nı tamamlamıştır. 1977-1979 yılları arasında Arthur Andersen'da Asistan Denetçi, 1979-1986 yılları arasında Migros T.A.Ş.'de Satış Müdürü, 1986-1989 yılları arasında Migros Türk T.A.Ş.'de Halkla İlişkiler ve Araştırma Müdürü olarak çalışmıştır. 1989 yılında Global Tanıtım ve Halkla İlişkiler şirketini kuran Aydede, 2008 yılında şirketin çoğunluk hissesini WPP'ye devrederek 2013 yılına kadar Global Hill and Knowlton'ın Yönetim Kurulu Başkanlığı'nı yürütmüştür. Aydede, H+K Strategies adıyla faaliyetlerine halen devam eden şirkette ortak olarak devam etmektedir. Aydede, çeşitli üniversitelerde 20 yılı aşkın süre halkla ilişkiler alanında ders vermiştir. Halkla İlişkiler Kampanyaları, Profesyonel bir ilişki: Medya ve Halkla İlişkiler, Sanal Ortam Günlükleriyle Blog Çağı ve Yükselen Trend: Kurumsal Sosyal Sorumluluk adlı 4 kitabı bulunan Aydede, 2003 yılında IPRA'da (Uluslararası Halkla İlişkiler Derneği) Başkanlık görevini üstlenmiştir. TÜHİD (Türkiye Halkla İlişkiler Derneği) ve PRSA (Amerika Halkla İlişkiler Derneği) üyeliklerinin yanı sıra Türkiye Kadın Girişimciler Derneği'nin (KAGİDER) kurucu üyesi olan Aydede, Boğaziçi Üniversitesi Vakfı (BÜVAK) ile 2013-2015 yılları arasında Yönetim Kurulu Başkanlığı'nı da yaptığı Sağlık ve Eğitim Vakfı (SEV) Mütevelli Heyeti Üyesi'dir.

AHMET BAL

Bağımsız Yönetim Kurulu Üyesi

1957 yılında Tokat'ta doğan Ahmet Bal, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi İktisat ve Maliye Bölümü'nü bitirerek Maliye Bakanlığı Hesap Uzmanları Kurulu'na girmiştir. 1991 yılında Baş Hesap Uzmanlığı ve Yeminli Mali Müşavirlik unvanını alan Ahmet Bal, 1992 yılında İngiltere'de Nottingham Üniversitesi'nde İşletme alanında yüksek lisans derecesi (MBA) almış, 1994 yılında Anadolu Endüstri Holding'de Mali İşler Koordinatör Yardımcısı olarak göreve başlamıştır. 1995-1998 yılları arasında Efes Sınai Yatırım Ticaret A.Ş. Finans Direktörlüğü, 1998-1999 yılları arasında Efes Sınai Yatırım Holding A.Ş. Genel Müdürlüğü, 1999-2006 yılları arasında Anadolu Endüstri Holding Mali İşler Başkanlığı'nda Otomotiv, Finans ve Kırtasiye Şirketlerinden Sorumlu Mali İşler Koordinatörlüğü görevini yürütmüştür. 2006-2012 yılları arasında Anadolu Endüstri Holding'de Grup Şirketlerinden Sorumlu Denetim Koordinatörlüğü görevini yürütmüştür. 2013-2018 yılları arasında Anadolu Grubu Şirketlerinin Denetiminden Sorumlu Denetim Başkanlığı görevini yürütmüştür. Ahmet Bal, evli ve iki çocuk babasıdır.

CEO'nun Mesajı

Hizmete açtığımız 1.000 yeni ŞOK mağazası ve 2018 yılı içinde dönüşümü tamamlanan 264 ŞOK Mini mağazası ile birlikte Türkiye'nin 81 ilinde toplamda 6.364 mağazaya ulaştık.



2018 yılı gelişmeleri

6.364

Mağaza
Sayısı

%35

Net Satış
Büyümesi

12,1
milyar TL
Ciro

%5,2
FAVÖK Marjı

Süpermarketler ile indirim marketlerinin üstün yanlarını birleştirerek Türkiye'nin gıda perakendeciliğine yeni bir soluk getiren özgün iş modelimiz ile, hızlı büyümemizi sürdürmeye devam edeceğiz.

Uğur Demirel
CEO

Değerli Paydaşlarımız,

ŞOK Marketler olarak, yenilikçi ve büyüme odaklı iş modelimiz ile Türkiye gıda perakende sektörünün en hızlı büyüyen market zinciri ve sektörünün öncülerinden biriyiz.

Hepimizin bildiği gibi, dünyada ve ülkemizde önemli ekonomik gelişmelerin yaşandığı bir yılı daha geride bıraktık. Global ve ulusal etkenler nedeniyle piyasa koşullarının zorlu olduğu bu dönemde, ŞOK Marketler olarak büyük bir sorumluluk üstlendik ve ne mutlu ki başarılı sonuçlar elde ettik. Şirketimiz, 2018'in en büyük başarılarından birine imza atarak halka arz oldu. Yılın ilk yarısında 2,3 milyar TL ile Türkiye'de son 10 yılın en büyük birincil halka arzlarından birini gerçekleştirerek 360 milyon TL olan sermayemizi 611 milyon TL'ye çıkardık. Yüksek performans kültürünü odağımıza alarak büyümemizi devam ettiriyoruz. 2018'de yeni açılan mağazalarımız, başarılı iş modelimiz, piyasadaki konumumuz, yetkin çalışan kadromuz ve dinamik iş yapımızla performansımızı artırmayı sürdürdük. Net satışlarımız 2017 yılına kıyasla %35 artarak 12,1 milyar TL'ye ulaştı. Halka arzdan elde ettiğimiz gelirler ile finansal borçluluğumuzu minimize ederek bilançomuzu çok daha güçlü bir hale getirdik. FAVÖK kârlılığımızı %5,2 arttırarak satış büyümemizin üstünde bir performans gösterdik ve 2018'i 67 milyon TL net kâr ile kapattık.

2018 satış stratejimiz çerçevesinde özel kampanyalar düzenledik. "Bugün Ne Pişirsem", "Yeter de Artar" ve "Haftanın Fırsatları" sloganlarıyla düzenlediğimiz kampanyalarla pek çok ödül aldık. 2018'de gerçekleştirdiğimiz 337 milyon TL'lik yatırım ile ülke ekonomimize kaynak sağladık. Hizmete açtığımız 1.000 yeni ŞOK mağazası ve 2018 yılı içinde dönüşümü tamamlanan 264 ŞOK Mini mağazası ile birlikte Türkiye'nin 81 ilinde toplamda 6.364 mağazaya ulaştık. Her yıl ortalama 4.000 kişiye istihdam sağlama politikamız, açtığımız mağazalara paralel olarak bu yıl da devam etti ve 2019'a toplamda 27.000'den fazla çalışanımızla girdik.

Süpermarketler ile indirim marketlerinin üstün yanlarını birleştirerek Türkiye'nin gıda perakendeciliğine yeni bir soluk getiren özgün iş modelimiz ile, hızlı büyümemizi sürdürmeye devam edeceğiz. Mağazalarımızın satış performansını arttırarak gıda perakende sektörünün en hızlı büyüyen oyuncularından biri olma özelliğimizi koruyoruz.

Her geçen gün dünyada ve Türkiye'de modern kanalın perakende sektörü içindeki payının arttığını gözlemliyoruz. ŞOK Marketler olarak, faaliyet gösterdiğimiz pazarın ve Şirketimizin büyüme potansiyeline inanıyoruz ve büyüme odaklı çalışmalarımıza devam ediyoruz. Son olarak 2018'de ilk Sürdürülebilirlik Raporumuzu yayımlamanın mutluluğunu sizlerle paylaşmak istiyorum.

Büyük bir ekiple, rekabetçi bir iklimde yönettiğimiz operasyonumuzu anlatan Sürdürülebilirlik Raporumuzda, çalışmalarımızın odak noktasını çalışanlarımızın mutluluğu, müşterilerimizin memnuniyeti ve tedarikçilerimizin gelişimi oluşturdu. 2019'da sürdürülebilirlik anlayışımızı tüm operasyonlarımızda azami verimlilikle uygulamayı hedefliyoruz. 2018'in şirketimiz için başarılarla dolu çok özel bir yıl olmasında tüm paydaşlarımızın katkı ve güvenini daima hissettik. ŞOK Marketler olarak 2019 yılında da hedeflerimiz doğrultusunda büyümemizi sürdürecektik, gıda perakende pazarına ve gelişmelere güçlü bir şekilde odaklanarak tedarikçilerimizi, müşterilerimizi ve hissedarlarımızı memnun etme hedefiyle çalışacağız. Saygılarımla,

Uğur Demirel

ŞOK Marketler Tic. A.Ş.
CEO

Türkiye’de Gıda Perakende Pazarı ve ŞOK Marketler’in Pazardaki Konumu¹

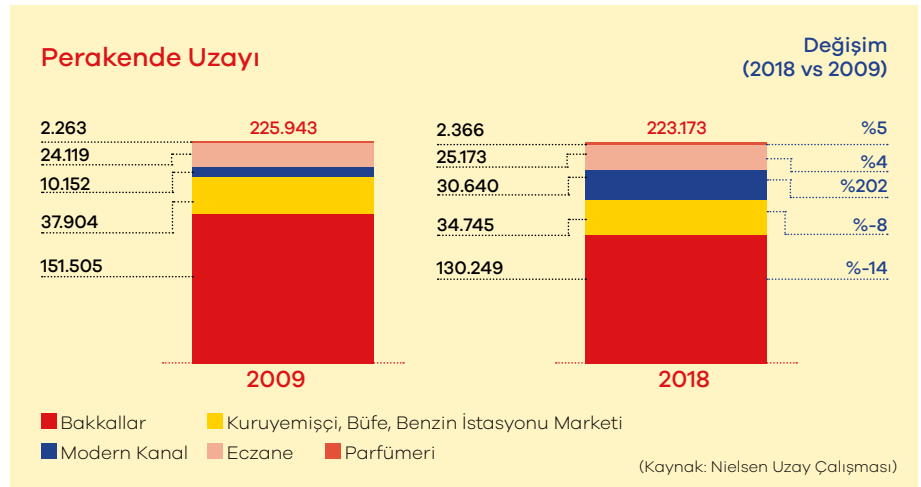
Türkiye’nin gıda perakende pazarı, hane halkı harcaması bakımından Avrupa’nın yedinci en büyük pazarı konumundadır.

Türk gıda perakende piyasası 2002’de 37,1 milyar TL seviyesindeyken, 2016’da 218 milyar TL seviyesine yükselmiştir. Türkiye gıda perakende piyasası, hane halkı harcaması bakımından Avrupa’nın yedinci en büyük pazarı konumundadır. Son on yılda Türkiye gıda perakende pazarı önemli ölçüde değişim göstermiştir. Geçmiş dönemde; küçük, bağımsız ve normalde aile işletmesi olan bakkalların da bulunduğu “geleneksel kanal” satış noktaları baskınken, ilerleyen dönemde Türk gıda perakende piyasası içinde “modern kanal” perakendeciler (süpermarketler, hipermarketler ve indirim perakendecileri) ortaya çıkmış ve yaygınlaşmıştır. Modern kanal, 2017 yılında Türkiye gıda geleneksel kanallarından pazar payı almaya devam ederek Türk gıda perakende pazarının %40’ını oluşturmuştur. 2012 ile 2017 yılları arasında, modern kanalda indirimli perakende segmenti, %28 yıllık bileşik büyüme oranı (“YBBO”) ile bütün modern kanalın %11 oranına ve toplam pazarın %13 oranına kıyasla en hızlı büyümeyi kaydetmiştir.

¹ (Kaynak: MK Novo Raporu)

2018 yılına gelindiğinde ise;

- Modern kanal mağaza sayısı son 10 yılda 3 katına çıkmıştır.

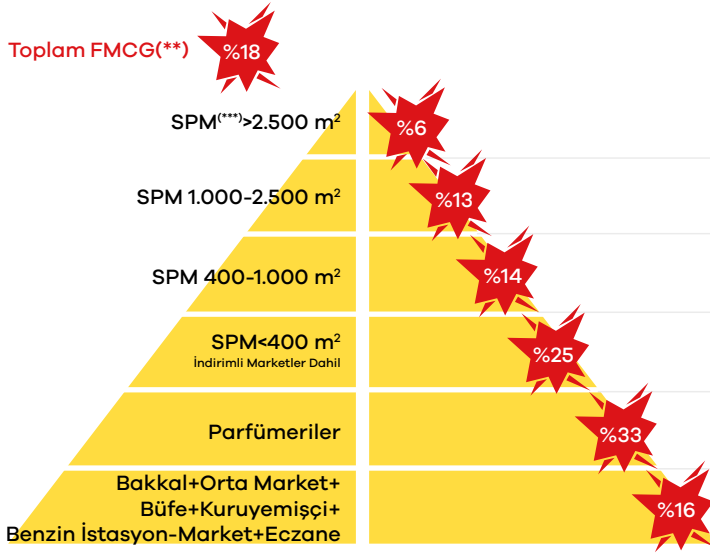


İndirim Marketleri son iki yılda mağaza sayısını en çok artıran format olmuştur.



Ciro büyüklüğü olarak indirim marketlerinin de içinde yer aldığı ve 400 m² altı küçük formatlı süpermarketler, 2018 yılında almış oldukları %26,8 ciro payı ve %25 büyüme hızı ile en büyük modern kanaldır.

Kanallar ve Ciro Büyümeleri (%)^(*)



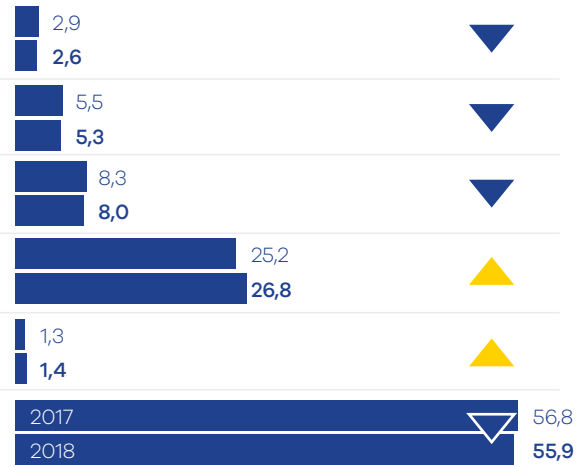
* Kaynak: Nielsen

** FMCG (Fast Moving Consumer Goods-Hızlı Tüketim Ürünleri)

*** SPM (süper market)

Ciro Ağırlığı (%)

Toplam FMCG=100



2009-2018 arası son 10 yıllık dönem perakende uzayına bakıldığında da indirim marketlerinin yer aldığı modern kanal oyuncularının mağaza sayısının 3 katına çıktığını bunda yine indirim marketlerinin etkili olduğunu görmekteyiz. Son iki yıla bakıldığında, bu durumun daha da hızlandığı, indirim marketlerinin mağaza sayılarını %31 oranında arttırdığı görülmektedir.¹

2000-2017 arasında şehirli nüfus ve hane halkı harcamaları artmış, orta sınıf 2002-2016 yılları arasında yaklaşık üç kat büyümüştür. Alışveriş merkezleri yaygınlaşırken, indirim marketlerinin yükselişinin hızlandığı görülmektedir. Bugün itibarıyla Türkiye'nin şehirli nüfusu Rusya, Fransa ve İngiltere ile paralel seviyeye gelmiştir. Bu verilere bakılarak gıda perakendeciliğinin gelecekte de büyümeye devam edeceği öngörülmektedir. Türkiye'nin modern kanallardaki büyüme potansiyeli, Türkiye

ve diğer ülkelerin 2018 yılı modern kanal ciro paylarına bakıldığında da görülmektedir. Nielsen verilerine göre, 2018 yılında toplam FMCG pazarı %18 büyürken, en hızlı büyüyen kanallar ciro ağırlığı da hesaba katıldığında, %25 büyümesiyle indirim marketlerinin yer aldığı 400 m² altı market kanalı olmuştur. MK Novo verilerine göre, indirimli perakende segmentinin 2017'de %18 olan pazar payının, 2023'te toplam Türk gıda perakende piyasasının %24'üne, 2030 yılında ise %31'ine ulaşacağı tahmin edilmektedir. İndirimli mağaza segmentinde, mevcut 18.000 mağazaya 2030 yılına kadar 13.000 ile 17.000 arasında ek mağaza daha eklenme potansiyelinin olduğuna işaret edilmektedir. Büyümenin büyük kısmının, İstanbul, Ankara, Bursa, İzmir, Antalya gibi büyük metropollerde ve diğer büyük şehirlerde gerçekleşmesi beklenmektedir.

ŞOK Marketler olarak, indirim marketleri arasındaki pazar payımızı hem yeni mağaza açarak hem de mevcut mağazalarımızın satışlarını büyüterek artırdık. 2012-2017 yılları arasında satışlarımızı %46, mağaza sayımızı %35 oranında artırırken, tüm kanalların üzerinde büyümeyle sektörün en hızlı büyüyen perakendecilerinden birisi olmayı başardık. Toplam indirim marketleri içindeki ciro payımızı %8,3'ten %19,3'e yükselttik.²

¹ (Kaynak: Nielsen)

² (Kaynak: MK Novo Raporu)

Mağazalarımız

ŞOK Marketler, araştırmaları doğrultusunda dizayn ettiği mağaza konsepti ile müşterilerine kolayca alışveriş yapabilecekleri ferah bir mağaza ortamı sunmaktadır.

81

ŞOK Marketler
Bulunan İl Sayısı

6.364

Mağaza
Sayısı

+27.000

Çalışan
Sayısı

ŞOK Mağaza Sayısı	Net Mağaza Açılışı
2012	1.114 9
2013	2.043 199
2014	2.301 258
2015	3.000 699
2016	4.000 1.000
2017	5.100 1.100
2018	6.364 1.000*

*ŞOK Mini hariç (ŞOK Mini 264)

Sürekli gelişim hedefiyle faaliyetlerine devam eden ŞOK Marketler, 2018 yılında 337 milyon TL yatırım yaparak ŞOK Mini'ler hariç olmak üzere 1.000 yeni mağaza açılışıyla toplam mağaza sayısını 6.364'e yükseltmiş, yeni istihdamla toplam çalışan sayısını 27.000'in üzerine çıkarmıştır. Mayıs 2018 tarihinde son 10 yılın en başarılı 10 halka arzından birini gerçekleştiren Şirket'in 2018 net kârı ise 67 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. Halka arz gelirlerinin verimli bir şekilde kullanılmasıyla birlikte, Şirket'in finansal ve operasyonel çevikliği sağlamlaştırılmıştır. ŞOK ve ŞOK Mini olarak iki farklı mağaza türüyle hizmet vermekte olan ŞOK Marketler, Haziran 2018 tarihinde bütün şubeleri İstanbul'da bulunan UCZ'nin tamamını satın almış, bu şubeleri 2018 içinde ŞOK Mini'ye dönüştürmüştür.

Alışveriş Deneyimi Temel Öncelik...

Mağazalarının tamamını müşterilere derli toplu, ferah ve kolay bir alışveriş deneyimi yaşatacak şekilde düzenleyen Şirket, mağazalarda bu konseptte uygun olarak alçak raflar ve daha fazla aydınlatma ile müşterilere rahat bir alışveriş ortamı sağlamaktadır. Ayrıca, mağazalardaki standart raf teşhir planı stok yenilenmesi gereken ürünlerin daha kolay tespit edilebilmesini sağlamakta ve stok devri, mağazalardaki çalışan sayısı ve denetim bakımından verimliliği artırmaktadır. Şirket'e ait özgün markalı ürünler, Pazarlama Ekibi tarafından tasarlanan, kolay fark edilecek parlak sarı kutular içerisinde sergilenmektedir. Bu sarı kutular, aynı zamanda markaların kolaylıkla tanınır ve standart bir şekilde sunulmasını ve "Her gün düşük



337 milyon TL
Yatırım
Tutarı

1.000*
Yeni Açılan
Mağaza Sayısı

25
Dağıtım
Merkezi Sayısı

fiyat" sloganının belirgin bir şekilde görülebilmesini sağlamaktadır. ŞOK'a ait bir ürün, eşdeğeri ulusal markalı ürünün yanında ve her bir ürünün fiyat etiketi, ürün birim fiyatını gösterecek şekilde sergilenmektedir. Ürünlerin bu şekilde yerleştirilmesinin, ürünleri kolayca karşılaştırma ve bu sayede, fiyatlandırma politikası uyarınca, Şirket'e ait özgün markalı ürünlerin, önde gelen ulusal markalar ile karşılaştırma imkânı vermektedir. Bunun yanı sıra, mağazaların dış tarafında tabelaların çabuk fark edilebilmesi ve dikkat çekebilmesi amacıyla parlak sarı ve kırmızı renkler ile ŞOK logosu öne plana çıkarılmıştır.

**Teközel Gıda'nın Tamamı
Satın Alındı**

ŞOK Marketler'e ait özgün markalı ürünlerin üreticisi olarak tedariki faaliyetinin büyük bir kısmını

gerçekleştiren tedarik şirketi Teközel'in %55 hisse payı Yıldız Holding tarafından Aralık 2017 tarihinde satın alınmıştır. Bu satın almayla birlikte, Şirket'in özgün markalı ürün tedariki doğrudan kendisi tarafından yapılmaya başlanmıştır. 2018 yılında Teközel Gıda'nın geri kalan %45 hissesi 25,6 milyon TL'ye satın alınmıştır.

31 Aralık 2017 tarihi itibarıyla her biri kiralık mülklerde kurulu olan 24 adet dağıtım merkezinden tedarik sürecini yöneten ŞOK Marketler, 2018 yılında toplamda 25 adet dağıtım merkezi ile 81 ildeki tüm mağazalarına dağıtım merkezi başına ortalama 245 mağazaya düşecek şekilde tedarik süreçlerini yönetmeye başlamıştır. ŞOK Marketler, müşterileri ve ülke ekonomisi için değer yaratmak için önümüzdeki dönemde de büyümesini sürdürmeyi hedeflemektedir.

**ŞOK Marketler,
2018 yılında
toplam 25 adet
dağıtım merkezi
ile tedarik
süreçlerini
yönetmektedir.**

* ŞOK Mini dahil değildir. (ŞOK Mini: 264 adet)

Dağıtım ve Tedarik Ağımız

1.000'in üzerinde tedarikçiden oluşan geniş ve çeşitli bir satın alma kaynağı bulunan ŞOK Marketler, istikrarlı şekilde büyüyerek tedarikçiler nezdindeki önemini artırmaktadır.

1.000+
Şok Marketler
Tedarikçi Sayısı

ŞOK Marketler,
ürün portföyünün
büyük bölümünü
yerel firmalardan
temin etmektedir.

ŞOK Marketler, bir değer zincirinin halkaları olarak gördüğü dağıtım ve tedarik ağı vasıtasıyla ülkemizdeki yerli üreticinin gelişimini desteklemeyi hedeflemektedir. Şirket'in raflarında yer alan ürünlerin büyük bölümü yerel firmalardan temin edilirken, küçük üreticilerin desteklenmesi ve yöresel ürünlere sahip çıkılması için büyük çaba gösterilmektedir. Organik bir gelişim çizgisi benimseyen Şirket, kendi gelişimine paralel olarak tedarikçilerinin gelişimine de büyük önem vermektedir. Çalışma şartlarına uyum sağlayan tedarikçiler, hem kalite standartlarını yükseltmekte, hem de ürün yelpazesini genişletmektedir. Birbirinden öğrenme süreci olarak tanımlanan bu ilişki kazan-kazan yaklaşımıyla sürdürülmektedir.

Taze Meyve-Sebzeler Mevsim'den

ŞOK Marketler, stratejik olarak konumlandırılmış 25 adet dağıtım merkezinden oluşan dağıtım ağı sayesinde hızlı ve etkin bir biçimde ürünleri mağazalara dağıtmaktadır. Türkiye'nin 81 ilinde bulunan tüm mağazalara ürün dağıtımları bu merkezlerden gerçekleştirilirken, taze meyve ve sebze ürünleri ise

Şirket'in bağlı ortaklığı Mevsim aracılığı ile sağlanmaktadır. Mevsim sayesinde taze meyve ve sebzeler dağıtım merkezinden mağazalara sunulabilirken, çoklu aracı kullanımına gerek kalmamaktadır. Müşteriler bu ürün grubu için özellikle tazeliğe önem verdikleri için otomatik stok yenileme araçları kullanılmakta ve Şirket'in var olan dağıtım ağı ile 24 saat içerisinde dağıtım merkezlerinden mağazalara ürünler ulaştırılabilmektedir.

Mağazalar kapsamında satışa sunulan ürünler, akdetilen tedarik sözleşmeleri ile temin edilmektedir. Özgün markalı ürünlerin tedarikini gerçekleştiren Teközel ile akdedilmiş sözleşmelerin yanı sıra ürün tedarik edilen başlıca şirketler de mevcuttur.

Tedarik sözleşmelerinde esas itibarıyla ürünlerin tedarikçi firmalar tarafından ŞOK Marketler mağazalarına teslimatı, stoklanması, ürünlerin hasar/ziyan durumlarına ve ayıplı mallara göre tarafların sorumlulukları, satın alma ve iade koşulları düzenlenmiştir.



ŞOK Marketler, 25 adet dağıtım merkezinden oluşan dağıtım ağı sayesinde hızlı ve etkin bir biçimde ürünleri mağazalara dağıtmaktadır.



Bunun yanında, tütün mamullerinin tedarikine ilişkin sözleşmelerin önemli bir kısmında raf standartları ve ürünlerin muhafaza edilme koşulları da ayrıca taraflarca kararlaştırılmıştır.

1.000'in üzerinde tedarikçiden oluşan geniş ve çeşitli bir satın alma kaynağı bulunan ŞOK Marketler'in istikrarlı bir biçimde büyümesi Şirket'i tedarikçiler nezdinde giderek daha önemli bir müşteri konumuna getirmektedir.

Buna ilave olarak, ŞOK Marketler tarafından geliştirilen yöntemlerle de tedarik zinciri yönetimi başarıyla geliştirilmektedir. Taze sebze ve meyvede çoklu aracı sistemini kullanmadan doğrudan mağazalara ulaşan bir süreci yöneten Şirket, sebze ve meyveyi üretici ve çiftçiden en taze şekilde müşterilere sunabilmektedir.

**ŞOK Marketler,
sebze ve meyveyi
en taze şekilde
müşterilere
sunmaktadır.**

İş Etiği

Çalışanlarımızın iş performansını objektif yöntem ve uygulamalarla ölçer, sonuçlara göre ihtiyaç duydukları alanlarda gelişim olanakları sunmaya özen gösteririz.

Çalışanlarımıza, kendilerini güvenli, huzurlu ve değerli hissettikleri bir çalışma ortamı sunarız.



Şok Marketler Etik İlkeleri

Yasalara Uyum Ve Sorumluluklar

Yurt içi ve yurt dışında mevcut tüm faaliyet ve işlemlerimizi yasalar ve milletlerarası hukuk çerçevesinde yürütürüz. Yasal düzenleyici kurum ve kuruluşlarla ilişkilerimizde doğru ve zamanında iletişime önem veririz. İşlerimizi; kanunlar, düzenlemeler ve mesleki standartlar ile birlikte Yıldız Holding Etik İlkeleri çerçevesinde yürütürüz.

İnsan ve Çalışan Hakları

İnsan haklarına, insanların bireysel farklılıklarına ve kişisel özelliklerine saygı duyarız. Çalışanlarımıza ve iş başvurusunda bulunan adaylara, eşit fırsat tanıyacağımızı taahhüt ederiz. Kişisel bilgilerinin gizliliğini koruruz. Cinsiyet, ırk, din, dil, medeni hal, siyasi görüş, engellilik, yaş vb. konularındaki ayrımcılığı reddederiz.

Çalışanlarımıza, kendilerini güvenli, huzurlu ve değerli hissettikleri, yaptıkları işin niteliğine uygun bir çalışma ortamı sunarız.

Şok Marketler olarak, yasalarla belirlenenler dışında çocuk işgücünün kullanımını reddederiz. Çocukları iş gücü olarak kullanan

hiçbir tedarikçi ya da taşeronla çalışmayız. Çalışanlarımızın iş performansını objektif yöntem ve uygulamalarla ölçer, sonuçlara göre ihtiyaç duydukları alanlarda gelişim olanakları sunmaya özen gösteririz. Çalışanlarımız arasında olumsuz rekabet koşulları yerine, dayanışma ve işbirliğinin esas olduğu, başarıların paylaşıldığı bir sistemi teşvik ederiz. Çalışanlarımızın sosyal hayatlarını zenginleştirecek, iş dışı sosyal faaliyetlerini destekleriz.

Doğal afet gibi olağanüstü durumlarda çalışanlar ve aileleriyle dayanışmayı esas kabul ederiz.

Mobbing (Yıldırma)

Mobbing, çalışanlara psikolojik şiddet, baskı kuşatma, taciz yoluyla rahatsızlık vererek, yıldırma olarak tanımlanmaktadır. Türk Ceza Kanunu'nca da suç kapsamında değerlendirilen mobbing uygulamalarını engelleyecek, çalışanlarımızı bu muameleden koruyacak önlemler geliştiririz. Çalışanlarımızın kişiliğinin korunmasına özel önem verir ve kimden gelirse gelsin, her türlü psikolojik baskı ve tacizle kişilik değerlerinin ihlal edilmesine, duygusal saldırılarla yıpratılmalarına izin vermeyiz.



Çevre, Sağlık ve Güvenlik

Çevreye saygılı bir şirket olarak faaliyetlerimizi çevre mevzuatı ile tam bir uyum içerisinde yürütürüz. Hava, su ve toprak kirliliğini engellemek için çalışır, atık miktarını azaltmak için geri dönüşüm ve yeniden kullanım süreçlerini uyguluyoruz. Enerji, su gibi doğal kaynakları koruma yöntemleri geliştirip, enerji ve malzemenin verimli kullanılması için çalışmalar yürütürüz.

Çevre ile ilgili acil durumlar için riskleri belirler ve azaltmak için tedbirler alırız. Çalışanlara ve taşeronlara çevreyle ilgili eğitimler vererek onları bilinçlendiririz. Çalışmalarımızda, tüm mesleki güvenlik ve sağlık yasalarına ve standartlarına uyarız. Güvenli ve sağlıklı bir iş ortamı oluşturmak amacı ile "Risk Yönetimi" prensiplerini uyguluyoruz. Yeterli koruyucu teçhizatın kullanılmasını ve güvenlik önleminin alınmasını sağlar ve zorunlu kılarız. İş yerinde ve/veya iş performansını etkileyecek şekilde her türlü alkol, uyuşturucu madde vb. kullanımına ve belirlenmiş alanlar dışında sigara içilmesine müsaade etmeyiz.

Çalışma yerinde sağlık ve güvenlikle ilgili şirket politikalarını ve yönetmeliklerini uygulamanın tüm çalışanlarımızın dikkat etmesi gereken önemli bir sorumluluk olduğuna dikkat çekiyoruz. Bir perakende şirketi olarak toplumumuzun ve tüketicilerimizin sağlığına itibar ederiz.

Hissedarlara Karşı Sorumluluklarımız

Şirketimizin kaynak ve varlıklarını hissedarlarımızın lehine verimlilik ve tasarruf bilinciyle yönetiriz. Karar mekanizmasında, hissedarlarımızın görüşlerini de değerlendiririz. Hissedarlarımızla ilişkilerimizi finansal disiplin ve şeffaflık prensibi çerçevesinde düzenleriz. Halka açık şirketimizin hisselerine yönelik alım ve satım işlemlerimizi yasal süreçler çerçevesinde gerçekleştiririz.

Yatırımlarımızı rekabet gücümüzü arttıracak ve hisselerimize yüksek getiriyi sağlayacak alanlarda sürdürülebilir kârlılığı göz önünde bulundurarak yapmaya özen gösteririz. Kamuya ve hissedarlarımıza yaptığımız açıklamalarda; mali tablolarımız, stratejilerimiz, yatırımlarımız ve risk

profilimiz ile ilgili zamanında, doğru, mevzuatın öngördüğü kapsamda ve anlaşılabilir bilgi veririz.

Politik Faaliyetler

Şok Marketler siyasi partiler ve partiler çıkarına faaliyet gösteren gruplarla işbirliği yapmaz ve destekleyici faaliyetlerde bulunmaz. Çalışanlarımızın herhangi bir politik ya da toplumsal etkinliğe katkıda bulunma kararı tamamen kişiseldir. Ancak çalışanlarımızın politik faaliyetlerini çalışma saatleri içinde yapmalarını, konuyla ilgili çalışma arkadaşlarının zamanını almamalarını isteriz. Ayrıca çalışanlarımız politik faaliyetleri süresince şirket adına şirketteki pozisyonlarını, unvanlarını ve şirkete ait kaynakları kullanamazlar.

Sosyal Sorumluluk, Gönüllülük, Bağışlar ve Sürdürülebilirlik

Sosyal sorumluluk bilinci ile toplumun gelişmesine katkıda bulunacak projelerde yer alır ve bağış desteğinde bulunuruz. Kurumsal bağış ve sosyal desteklerimizin iç yönetmeliklerimize, Yıldız Holding Etik İlkeleri'ne ve şirket itibarımıza uygun olan proje, kurum ve kuruluşlara yapılması

İş Etiği

Tarafsızlık İlkesi

Tüm faaliyet ve işlemlerimizi yürütürken, kamu kurum ve kuruluşlarına, sivil toplum örgütlerine ve siyasi partilere herhangi bir menfaat beklentisi olmaksızın eşit mesafede dururuz.

şartını ararız. Özel hesaplara ve kâr amacı güden kuruluşlara bağış yapmayız. Çalışanlarımızı da çevre, sağlık, eğitim, spor gibi toplumsal faaliyetlere katılma konusunda teşvik eder, bireysel gönüllü faaliyetlere katılımın kendi kaynaklarıyla işyeri dışında ve iş performansını etkilemeyecek şekilde olmasını benimseniriz. Hem kendi faaliyetlerimizde, hem de tedarikçilerimiz ve iş ortaklarımızın faaliyetlerinde insan ve toplum sağlığını gözetmeye, çevreyi korumaya azami özen gösteririz.

3. Şahıslara Karşı Sorumluluklarımız

Kamu Kurum ve Kuruluşlarıyla İlişkiler

Tüm faaliyet ve işlemlerimizi yürütürken, kamu kurum ve kuruluşlarına, sivil toplum örgütlerine ve siyasi partilere herhangi bir menfaat beklentisi olmaksızın eşit mesafede dururuz. Faaliyetlerimize ilişkin adil kararlar verilmesini engelleyecek türde bir ilişkiden, etkiden ve etkinlikten kaçınırız. Hiçbir kamu görevlisine maddi veya manevi değeri olan menfaat sağlamayız. Kamuya ve hissedarlarımıza zamanında tutarlı, doğru, anlaşılır bilgi sunarız. Sermaye piyasasında işlem gören yatırım araçlarının değerine etki edebilecek her türlü bilgi, gelişme ve değişikliği, mevzuat ile uyumlu ve de belirlenen süreler içerisinde kamuya duyururuz. Kamuya açıklanmayan içsel bilgilerin gizliliğine özen gösteririz. Tekliflere, ihale hazırlıklarına veya sözleşme görüşmelerine katılan ilgili çalışanlarımızı ilgili taraflara verdikleri tüm ifadelerin, yazışmaların ve beyanların doğru ve gerçek olmasından sorumlu tutarız.

Tedarikçiler ve İş Ortakları ile İlişkiler

Tedarikçilerimiz ve iş ortaklarımızla olan ilişkilerimizde her zaman dürüst ve adil davranmaya özen gösteririz. Tedarikçi ve iş ortaklarımızdan Şok Marketler Etik İlkelerine ve Çalışma Prensipleri'ne uymalarını, aynı değerleri paylaşmalarını ve bu çerçevede hareket etmelerini bekleriz. Tedarikçilerimizi ve iş ortaklarımızı faaliyetlerini yasa ve yönetmeliklere uygun sürdürmeleri, çalışanlarının haklarını gözetmeleri ve çevreyi koruma vb. standartlara uymaları konularında zorunlu tutarız.

Müşteriler ve Tüketicilerle İlişkiler

Müşterilerimizin memnuniyet ve mutluluğunu önceliğimiz kabul ederiz. Müşterilerimizle ilişkilerimizde adil olmayan veya yanıltıcı uygulamalardan kaçınırız. Müşterilerimizin görüş talep ve şikayetlerini değerlendirir ve kararlarımızda da dikkate alırız. Ürünlerimizin, müşterilerimize ulaşana kadarki süreçte tedarikçilerimizden kaynaklanan her türlü sorununu hızla giderir ve ürün kalitesini müşterilerimizin beklentisinin de ötesine taşımaya çalışırız. Değişen müşteri ve piyasa ihtiyaçlarına odaklanarak en iyi hizmeti sunmayı hedefleriz.

Rakiplerle İlişkiler ve Rekabet Mevzuatına Uyum

Ülkemizde geçerli adil rekabet kurallarına ve bunu destekleyen yasa ve düzenlemelere uymayı taahhüt ederiz. Çalışanlarımızı da yasa ve düzenlemelere uymakla yükümlü tutarız. Rakiplerimiz ve onların yöneticileri aleyhinde olumsuz beyanatta bulunmaz; onlar hakkında spekülasyona neden olacak açıklamalardan kaçınırız. Diğer şirketlerle ilgili

bilgilere erişmek maksadıyla etikle bağdaşmayan yollara başvurmaz. Çalışanlarımızın da bu yollara başvurmalarını engelleyecek düzenlemeler geliştiririz. Çalışanlarımızın, şirketin rekabet davranışlarını belirleyen veya etkileyen herhangi bir veri hakkında açıklama yapmalarına izin vermez. Ayrıca çalışanlarımızın, endüstriyel casusluk, rüşvet, hırsızlık yoluyla başkalarına ait bilgileri gizlice edinerek piyasa bilgisi toplamasına göz yummayız.

Medya ile ilişkiler

Medya ile açık ve şeffaf bir iletişim modeli yönetiriz. Kurumsal mesaj, bilgilendirme ve açıklamaların kamuoyunu yanıltıcı olmamasına dikkat ederiz. Medya kuruluşlarına eşit mesafede durur ve eşit ilişki kurarız. Medyadan gelen Şok Marketler hakkında mali ya da sektörel ilgili bilgi taleplerine, bu konuda yetkilendirilmiş kurumsal iletişim bölümünün koordinasyonunda yanıt veririz. Medyadan gelen soru ve talepleri ilgili bölüme yönlendiririz. Medya ile muhaberatımızın yazılı olmasına özen gösteririz.

Kurumsal ve Kişisel Çıkarların Ayrımı

Çıkar Çatışmasının Tanımı

Çalışanlarımızın aile bireylerinin ve yakınlarının; Şok Marketler tedarikçileri ile gerçekleştirdiği ticari faaliyetlerden yarar sağlaması durumunu, çıkar çatışması olarak tanımlarız. Çalışanlarımızın, çalıştıkları şirketin tedarikçisi konumunda çalışmasına izin vermez. Keza aile bireyleri ve yakınları da, çalışanlarımızın bağlı oldukları şirketin tedarikçisi olamaz. Çalışanlarımızın tedarikçilerimize kurum çıkarlarına aykırı olacak

şekilde yatırım yapmasına, borç para vermesine müsaade etmeyiz. Aynı şekilde tedarikçi tarafından şirkete sağlanan özel avantaj ve koşullardan kişisel çıkarları için yararlanmalarına müsaade etmeyiz. Çalışanlarımızın bu ve benzer durumlarda gerçekleştirecek olan işlemlerin, bir çıkar çatışması yaratıp yaratmadığı konusunda bilgilencikleri için öncelikle Yıldız Holding Etik Kurul'a ve bir üst yöneticisine danışılmasını tavsiye ederiz.

Hediye ve Menfaatlerin (Kredi, İndirim vs.) Kabulü ve Verilmesi

Çalışanlarımızın, Şok Marketler tedarikçilerinden, tarafsızlıklarını ve kararlarını etkileyecek para veya paraya çevrilebilir nitelikte hediye alıp vermesine izin vermez. Çalışanlarımız, şirket bünyesinde iç ödüllendirme sistemi çerçevesinde hediye ile ödüllendirilir. Bunun dışında çalışanlarımızın, hediye kabul etme ve hediye verme konusunda ilgili şirket yönetmeliklerine uymaları gerekir.

Çalışanlar Tarafından Yapılan Yatırımlar

Halka açık şirketlerimizin çalışanlar ile içsel bilgiye erişimi olan çalışanlarımızın, ilgili şirketin Kamuoyu Bilgilendirme Politikası ve Mevzuatı çerçevesinde hareket etmesini zorunlu kılabilir. Şirketle ilişkisi olan herhangi bir tedarikçinin ana şirketine veya şubesine Yönetim Kurulu Başkanı'ndan izin almadan yatırım yapmasına veya ona borç para vermesine; tedarikçileri veya müşterilerinden şirkete tanınan özel avantajlardan ve koşullardan kişisel çıkarları için yararlanmayı talep etmesine izin vermez.

Şirketin Hisse Senetlerini Alım Satım Politikası

Çalışanlarımızın şirket hisse senetlerini alıp satarken konuya ilişkin yasal düzenlemelere ve şirketin dahili prosedürlerine uygun davranmalarını çıkar çatışmasından uzak durmalarını zorunlu kılabilir.

Dışarda Kabul Edilen Görevler

Çalışanlarımızdan iş sözleşmelerine ve sadakat kurallarına uymalarını bekleriz. Tam zamanlı olarak istihdam edilen çalışanlarımızın, yürürlükte olan yönetmelikler gereğince şirket dışında bir kuruluşa çalışmasına izin vermez. Çalışanlarımızın doğrudan veya dolaylı yollarla "tacir " veya "esnaf" olarak nitelenen faaliyetlerde bulunmalarına müsaade etmeyiz. Keza, rakip şirketlerde veya şirketin iş ilişkisi içinde olduğu şirketlerde de görev alamazlar. Kısmi süreli veya danışman statüsündeki çalışanlarımızın, bağlı bulundukları şirket yönetimine bilgi vermek kaydı ile rakip şirketler haricinde işlerini sürdürmelerine izin veririz.

Çalışanların Etkinliklere Konuşmacı Olarak Katılımı

Şirket bilgilendirme politikası gereğince, belirlenen şirket sözcüsü/ temsilcisi, kurumsal iletişim ve ilgili bölümlerin onayından geçen bilgiyi, kamu ile paylaşılabılır. Şirketi temsilen her türlü dernek, işveren sendikası ve benzeri sivil toplum kuruluşlarında, yerine getirilen görev gereği tahakkuk edecek her türlü ücret, ilgili kuruma aittir. Üçüncü kişiler tarafından Şok Marketler'in çalışanına seminer konuşmacı ücreti veya benzer bir hizmet karşılığında yapılan ödemeler de benzer şekilde ilgili kuruma aittir. Bu kişiler maddi

İş Etiği

değeri olabilecek hediyeler dışında günün anısı olarak verilen ve sembolik değeri olan ödül, plaket vb. hediyeler alabilirler.

Akrabalar ve Arkadaşlar

İşe alım kararı verme durumunda olan yöneticiler, birinci dereceden yakınlarını ve bu kişilerin akrabalarını işe alamazlar. Çalışanlarımızdan, herhangi bir rakip firmada kritik bir pozisyonda işe başlayan birinci derece akrabaların en geç bir ay içerisinde yazılı olarak şirkete bildirmelerini isteriz.

Temsil ve Ağırlama

Tedarikçilerin ağırlanması ve iş toplantılarının maliyeti için temsil masrafları ödeneği ayırırız. Temsil masraflarının sadece ilgili olduğu alanlarda kullanılmasını isteriz. Bütçe harcama alanları arasında geçerli yapılmasına izin vermeyiz. Yapılan harcamaların fatura ile belgelenmesi esastır ve fatura alınmayan harcama için başka bir yerden fatura temin edilemez. Gerekli durumlarda ise kanunlara uygun şekilde gider pusulası düzenlenmesini isteriz. KKE giderler, KKE gider hesaplarında tutulur ve ilgili şirketlerde alacak hesaplarına kaydedilir. İşle ilgili ağırlama etkinlikleri, kurumsal standartlar ve ilgili iç yönetmeliklerin yardımıyla özenle denetlenir ve şirket üst yönetimi tarafından onaylanır. Bunun dışında ağırlama masrafı yapılması kabul edilemez.

İçsel Bilgi Aktarılması (Insider Information)

Çalışanlarımız, herhangi bir nedenle gerek kendi çıkarları, gerekse şirket dışında birinin çıkarı için, kamuya açıklanmamış bilgileri asla üçüncü taraflarla paylaşamazlar.

İçsel bilgiye erişebilecek olanların bu bilgileri kullanarak kendilerine ve/veya üçüncü kişilere menfaat sağlaması yasaktır. İçsel bilgiye erişimi olanlar; halka açık şirketin yönetim kurulu başkan ve üyeleri, yöneticileri (müdür ve üstü görevdeki kişiler) denetçileri, bunların dışında meslekleri ve görevlerini ifa etmeleri sırasında bilgi sahibi olabilecek durumda olanlarla, bunlara temasları nedeniyle doğrudan veya dolaylı olarak bilgi sahibi olabilecek isimleri belirlenmiş kişilerdir. Halka açık Şok Marketler çalışanları ve kurum bilgilerine erişimi olan çalışanlarımızı SPK'nın ilgili tebliğinin belirttiği yükümlülüklerle ve şirket politikalarına uymakla sorumlu tutarız. Bu kişiler, dışındaki Şok Marketler çalışanları kamuya açıklanmış bilgileri değerlendirerek Şok Marketler hisse senetlerini süre kısıtlaması olmaksızın serbestçe alıp satabilirler. Yukarıda yer alan uygulamalar çalışanların birinci dereceden yakınları için de geçerli olup, bu kişilerin yaptığı işlemler çalışan tarafından yapılmış sayılır.

Kara Para Aklamanın Önlenmesi ve Yolsuzlukla Mücadele

Gelirlerinin ya da doğrudan veya dolaylı olarak kâr sağladığı malların kaynağını aldatıcı yol ve araçlarla meşrulaştırmak suretiyle, suç işleyen veya yasaları çiğneyen bir kişiye her ne şekil ve suretle olursa olsun yardım ve ortaklık etmek; bu tür faaliyetlerden elde edilen kaynakların bir yere yatırılması, gizlenmesi veya aklanması amacına yönelik bir sürece katılmak, kara para aklamak olarak tanımlanır.

Çalışanlarımızı, kara para aklama ve yolsuzlukla mücadele konusunda gereken titizliği göstermekle yükümlü tutarız. Bu amaçla, çalışanlarımız yürürlükteki bütün

yasa ve yönetmelik hükümlerine ve şirket politikalarına uymak zorundadırlar.

Şok Marketler, kara para aklamayla mücadele etmek ve kara para aklama faaliyetlerini önleme amacına yönelik gayretlere destek vermekle yükümlüdür.

Şirket Varlıklarının Korunması ve Veri Gizliliği

Kurum varlıklarının korunması

Çalışanlarımız, fikri mülkiyet hakları, teknoloji, bilgisayar donanımı ve destekleri, yazılım, gayrimenkul varlıklar, makine ve aletler, hammadde, şirket araçları ve nakit değerler dahil olmak üzere grubun tüm aktif varlıklarının ve kaynaklarının uygun biçimde kullanılmasından sorumludur.

Şok Marketler'in ekipmanları, sistemleri, olanakları ve varlıkları sadece şirketin işlerini yürütmek veya yönetim tarafından izin verilen amaçlar için kullanılır. Şirketçe yayınlanan yönetmeliklerde aksi hüküm olmadıkça çalışanlarımızın, şirket varlıklarını kişisel amaçlarla veya şirket haricinde herhangi bir kişinin yararına kullanmalarına izin verilmez.

Çalışanlarımızdan şirket varlıklarını, kurumsal ilkelere ve yönetmeliklere uygun şekilde kullanmalarını bekleriz. Bu varlıkların yetkili olmayan üçüncü şahıslar tarafından kullanımını veya zarar görmesini önleyecek tedbirler alırız.

Bilgi Teknolojileri Kaynaklarının Kullanımı

Şok Marketler Bilgi Teknolojileri Kaynakları; şirketin sahibi olduğu, finansal kiralama yapılan ya da kiralaan tüm bilgisayar donanımlarını içerir. Söz konusu

donanımlar; her türlü yazılım, kişisel bilgisayar, taşınabilir bilgisayar cihazları, ağ sunucuları, internet erişimi, intranet ve e-posta erişim cihazlarını kapsar.

Şok Marketler'in Bilgi Teknolojileri Kaynaklarının tümü, bu kaynaklar kullanılarak yaratılan, saklanan veya iletilen bilgiler, Şok Marketler'in mülkiyetindedir. Çalışanlarımız bu kaynakları iş amaçları için, yasalara ve şirket yönetmeliklerine uygun bir şekilde ve sorumlulukla kullanır, korur ve yetkili olmayan kişilerin bu kaynaklara erişmemesi için gerekli tedbirleri alır.

Gizli Bilgi ve Gizli Bilgilerin Korunması Esasları

Şok Marketler gizli bilgi kapsamında yer alan başlıklar şunlardır:

"Ticari bilgiler, teknik veri, mali veri, üretim verileri, müşteri bilgisi, kişisel bilgiler, ürün bilgileri, ekipman ve uygulama bilgileri, teknik formül ve çizimler, sistem ve program bilgileri, satın alma bilgileri, mühendislik bilgileri, yönetmelikler, iş planları ve bunlarla kısıtlı olmamak üzere şirketin kamuya açıklamadığı tüm bilgiler". Bu bilgiler gizli olarak adlandırılmaz fakat gizlidir. Çalışanlarımız işlerini yaparken eriştikleri tüm gizli bilgi-belgeleri korurlar. Eriştikleri gizli bilgiyi sadece şirket için yaptıkları işin faydasına yönelik olarak, yasal ve etik kurallar çerçevesinde kullanırlar. Çalışanlarımız, herhangi bir nedenle ya da kişisel çıkarları veya şirket dışında birinin çıkarı için, kamuya açıklanmamış bilgileri asla üçüncü taraflarla paylaşamazlar.

Çalışanlarımız, işten ayrılışları dahi, şirkete ait yukarıda belirtilen her türlü gizli bilgi ve belgeyi doğrudan veya dolaylı olarak, şirketin yazılı iznini almadan kendileri veya

üçüncü şahısların menfaati için sözlü ya da yazılı olarak kullanamaz ve kullanıramazlar.

Çalışanlarımızdan, her türlü Bilgi Teknolojileri kaynakları ve elektronik haberleşme araçlarını kullanırken bahsi geçen veri gizliliği ve güvenliği hususlarında azami derecede dikkatli olmalarını bekleriz. Gizli bilgilerin yetkisi olmayan kişilerin eline geçmemesi veya dışarıya sızması için gerekli önlemlerin alınması hususunda çalışanlarımızın şirket politika ve talimatlarına istisnasız uymasını isteriz.

Fikri Mülkiyet Hakları

Şok Marketler'de "Fikri Mülkiyet Hakları" kapsamında yer alan başlıklar şunlardır:

"Şok Marketler'e ait marka, patent vb. fikri haklar, her türlü yenilik dahil personelin yazdığı, bulduğu, geliştirdiği, yaptığı veya uygulamaya döktüğü veri tabanı, basılı iletişim malzemeleri, süreçler, reklam, ürün ambalajı ve etiketler ile planlar (pazarlama, ürün, teknik), ürün tasarımları, know-how ve bunlarla sınırlı kalmamak şartıyla her türlü bilgi".

Çalışanlarımızın bünyesinde bulunduğu sırada veya görevleri gereği şirket olanaklarını kullanarak oluşturdukları her türlü ürün, tasarım, program vb. yeniliklerin yani fikri mülkiyet haklarının ticari/ mali hakları şirkete aittir; hiç kimse şirket aleyhine bu konuda bir hak iddia edemez.

Çalışanlarımızdan her türlü yazışma, yazılı malzeme, belge ya da kayıt, özel süreç bilgisi, yönetmelikler, şirketimize ait özel iş akış – gizli olsun ya da olmasın – bilgilerinin Yıldız Holding ve

iştiraklerinin mülkü olduğunun ve kurumun bünyesinde kalması gerektiğinin bilincinde olmalarını bekleriz.

Çalışanlarımıza, yazılım lisansı, patent ve telif hakları ile ilgili kural ve kanunlara uymalarını şart koşarız ve işlerini yapabilmeleri için gereken bütün yazılımları ve telif haklarını yasal yollardan temin ederiz. Kendileri hesabımızı kanunsuz kullanamazlar.

Ürün ve Hizmet Kalitesi

Faaliyet gösterdiğimiz ülkemizdeki yasal mevzuatlara uygun hareket eder, ürün kalitesi ve müşteri refahını sağlamaya yönelik yasal düzenlemelerin oluşmasında katkıda bulunuruz.

ISO90001, 14000, 450001 gibi uluslararası kalite standartlarına göre faaliyetlerimizi yürütür, sahip olduğumuz kalite belgelerine tüm çalışanlarımızla birlikte sahip çıkarız. Müşterilerimize kolayca ulaşabilecekleri yüksek kalitede ürünleri ve güçlü markaları, en iyi hizmet ile sunarız.

Suistimal ve Usulsüzlük

Faaliyet gösterdiğimiz ülkelerde ve iş alanlarında rüşvet, hileli davranış ya da haksız kazanç sağlayacak her türlü ahlak dışı faaliyetten imtina ederiz.

Çalışanlarımızın sorumlu oldukları iş ilişkilerinde; bu konudaki ilgili yasa veya yönetmeliklere uygun davranmalarını, bunları ihlal eden taraflarla bilerek işbirliği içerisine girmemelerini, etik ilkelere aykırı, hileli ve yanlış yollardan kaçınmalarını zorunlu kılarız.

İş Etiği

Ticari ve Mali Haklar

Çalışanlarımızın şirket olanaklarını kullanarak oluşturdıkları yeniliklerin ticari ve mali hakları ŞOK Marketler'e aittir.

Çalışanlarımızın yetkilerini, kendileri ve/veya yakınları menfaatine ve kendilerinden beklenen özen dışında kullanarak Şok Marketler'e zarar vermelerini kabul etmeyiz.

Çalışanlarımızın, Şok Marketler'in satın alma ve satış faaliyetleri ile taraf olduğu tüm işlemler ve sözleşmelerden doğrudan ya da dolaylı olarak kişisel kazanç elde etmelerine izin vermiyoruz.

Çalışanlarımızdan, iş ilişkilerinde bu bağlamda bir usulsüzlük tespit etmeleri halinde derhal yöneticilerini ve/veya Yıldız Holding Etik Kurulu'nu bilgilendirmelerini bekleriz.

Kayıtlarda ve Finansal Raporlamada Doğruluk

Doğru ve tam kayıt tutma

Şok Marketler'de, tüm kayıtlarımızın mevzuata uygun şekilde tutulması esastır. Ticari ve mali işlemlere ait belgeler gerçek durumu yansıtmak zorundadır. Amacının dışında kullanılacak hiçbir ödeme yapılamaz ve onaylanamaz.

Gerekli tüm yerlere doğru bilgi ve finansal raporlar sunma

Şok Marketler tüm hizmet ve işlemlerinde; gerek yatırımcılara, gerekse müşteriler, tedarikçi ve resmi mercilere karşı mevzuata uygun olarak doğru, eksiksiz ve zamanında bilgi aktarımı yapılır.

Reklam ve Promosyon

Şok Marketler;

Satış ve pazarlama faaliyetlerinde yanıltıcı ya da aldatıcı reklam vermez, yalan beyanda bulunmaz. Reklamlarında cinsiyet, din, dil ve ırk ayrımı yapılmaz, bireyleri küçük düşürücü ve şiddet içeren unsurlara yer verilmez.

Uyum Sorumluluğu ve İhlallerin Bildirilmesi

Şok Marketler çalışanları;

Etik İlkeleri ve Çalışma Prensipleri konusunda ihtiyaç duyduklarında;

- İlgili etik ilkeler kılavuzuna,
- Bir üst yöneticilerine, ilgili insan kaynakları yöneticisine,
- Etik Kurulu'na (etik.bildirim@yildizholding.com.tr) danışılmalıdır.

Etik kurallarının ihlaline inandıkları her türlü eylemi ya da durumu;

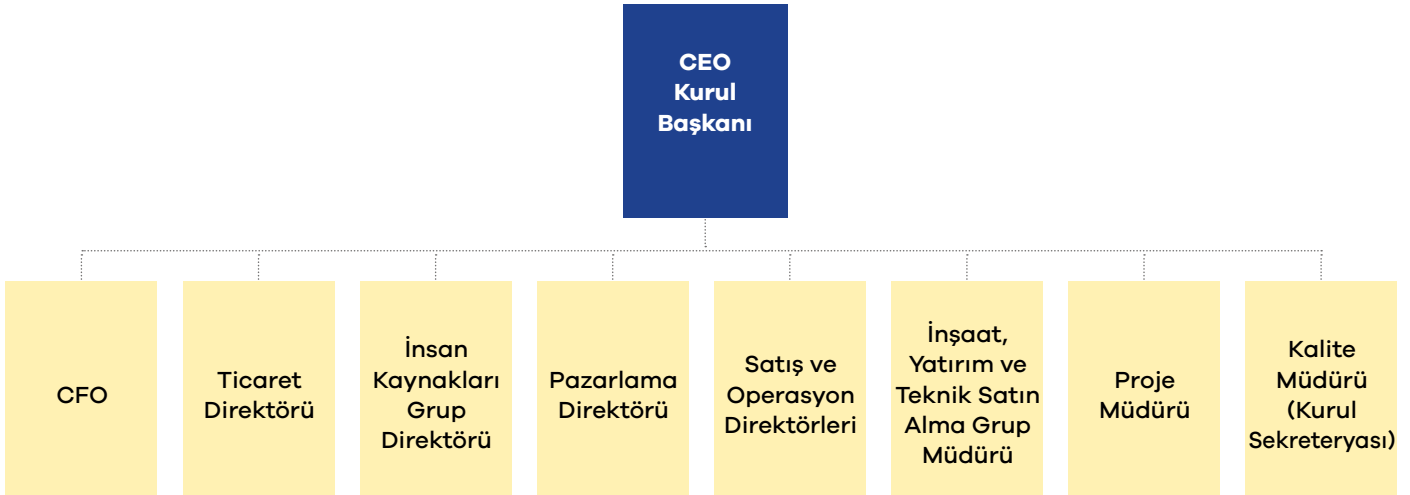
- Şok Marketler CEO'suna yazılı olarak ya da Etik Kurulu'na e-posta ile (etik.bildirim@yildizholding.com.tr) bildirmelidirler.
- İhlal bildiri sırasında isim bildirilmesi tercih edilmekle birlikte, isimsiz bildirimler dikkate alınacaktır.
- İhlalin derecelendirilmesi Etik Kurul tarafından yapılacak, gerektiği durumlarda ilgili destek biriminin (Hukuk, Denetim, İK, vb.) de görüşü alınacaktır.
- Tüm bildirimler gizli tutulacaktır. Bildirimler Etik Kurulu tarafından gözden geçirilerek, kurul kararı doğrultusunda uygun eylemler/ tedbirler alınacaktır.
- Şok Marketler, Etik Kurulu'na bildirim yapan çalışanlarının haklarının korunması konusunda karardır. Bildirim nedeniyle hiçbir çalışana misilleme yapılmasına müsaade edilmeyecek, misillemeye kalkışanlar hakkında gerekli işlemler yapılacaktır.
- Çalışanlarımızın, sorumluluk bilinci ve iş ahlakına uygun tutumlar sergilemelerini, Etik İlkelerin anlamına ve amacına uygun olarak her zaman tutarlı davranmalarını bekleriz.



**Çalışanlarımızın,
sorumluluk bilinci
ve iş ahlakına
uygun tutumlar
sergilemelerini bekleriz.**

Sürdürülebilirlik Yönetim Yapısı

Sürdürülebilirlik Kurulu, sürdürülebilirlik stratejisini, hedeflerini, yol haritalarını ve politikalarını oluşturmak, çevresel, sosyal ve kurumsal yönetim konusunda riskleri haritalamak gibi sorumluluklara sahiptir.



Şok Marketler; çevresel, sosyal ve kurumsal yönetim alanlarında ürettiği değeri artırmak için yapacağı stratejik yatırımlara yön vermek üzere şirket bünyesinde Sürdürülebilirlik Kurulu'nu oluşturmuştur. Bu yapılanma, Yıldız Holding'in küresel sürdürülebilirlik liderliği yolculuğunda başlattığı dönüşüm çalışmasının bir parçası olarak, Şirket'in sürdürülebilirlik kültürünü benimseyerek rekabet ve marka değerini artırmaya yönelik çalışmaları doğrultusunda şekillenmiştir.

Sürdürülebilirlik Kurulu; sürdürülebilirlik stratejisini, hedeflerini, yol haritalarını ve politikalarını oluşturmak; çevresel,

sosyal ve kurumsal yönetim konusunda riskleri haritalamak ve pro-aktif olarak yönetmek; sürdürülebilirlikle ilgili performans ölçütleri belirlemek, çalışanları bu alanda bilgilendirmek ve politikaların içselleştirilmesi için çalışmalar yapmak; paydaşlarla etkin bir iletişimi kurgulamak gibi sorumluluklara sahiptir. Kurul, yılda en az iki kez toplanarak çalışmalarını planlamaktadır.

Sürdürülebilirlik Kurulu'nda CEO, CFO, Satış ve Operasyon, Ticaret, İnsan Kaynakları, Kalite, İnşaat, Yatırım ve Teknik Satın alma gibi Şirket'in önemli bölümlerinden yöneticiler yer almaktadır.

Yıldız Holding Yönetim Kurulu'nun sponsoru olduğu Sürdürülebilirlik Girişimi, kurumsal itibar ve risk yönetimi için Şirket'e katkı sağlamaktadır. Girişim aynı zamanda sektörün küresel gündemini, mega trendlerini, yeni gelişen regülasyon ortamını (BM Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri dahil) ve tüm paydaşlar tarafından ortaya konan ana meselelerin stratejik bir çerçevede söylem ve eylem birliği içerisinde yönetilmesini sağlamaktadır. Şirket, çalışmalarını, Yıldız Holding Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı ve Yıldız Holding Sürdürülebilirlik Girişimi ana sponsoru Ali Ülker'e raporlamaktadır.

Sürdürülebilirlik Öncelikleri

ŞOK Marketler, doğal kaynakları koruyarak, enerji verimliliğini ve tasarrufunu ön planda tutarak gelecek nesiller için çevre koşullarını iyileştirmeyi hedeflemektedir.

Öncelikli Konu	Nasıl Yönetiyoruz?
Dijitalleşme	Müşteri Odaklılık Ürün - Tedarik Zincir Yönetimi - Çalışanlar - Çevresel Etki
Gıda Atığı ya da Kayıpları	Tedarik Zinciri Yönetimi
Perakende Müşteri Deneyiminin Geliştirilmesi	Müşteri Odaklılık
Sorumlu Tedarik Zinciri	Tedarik Zinciri Yönetimi
Sorumlu Ürün ve Adil Ticaret	Tedarik Zincir Yönetimi
Ürün Güvenliği ve Kalitesi	Tedarik Zinciri Yönetimi - Ürün Çeşitliliği - Müşteri Odaklılık
Çalışan Hakları, Memnuniyeti ve Bağlılığı	Çalışanlar
Geri Dönüşüm ve Ambalaj Atıkları	Çevresel Etki

ŞOK Marketler, Yıldız Holding liderliğinde geliştirilen bütüncül bir yönetim anlayışı getiren sürdürülebilirlik, gelecek nesillere vaadimiz” söylemini benimsemektedir. Bu söylem, Şirket’in performansını ürün, toplum ve dünya olmak üzere üç bacaklı bir yaklaşımla geliştirerek, çalışmaların temelini oluşturmaktadır.

Bu kapsamda Şirket’in kurumsal hedefleri;

ÜRÜN - İLHAM VERMEK

Müşteri güvenliğini odağa alarak ürünlerin en yüksek standartlarda, şeffaflıkla ve cazip koşullarda müşterilere ulaştırılmasını sağlamak ve onlara sağlıklı beslenme ve yaşam tarzlarını benimseme konusunda İLHAM VERMEK,

TOPLUM - BİRLİKTE GÜÇLENMEK

Çalışanlar ve toplum için sosyal ve ekonomik kalkınma sağlayacak çalışmalarla toplumsal eşitliği geliştiren iş modelleriyle toplumla BİRLİKTE GÜÇLENMEK,

DÜNYA -İYİLEŞTİRMEK

Doğal kaynakları koruyarak, enerji verimliliğini ve tasarrufunu ön planda tutarak gelecek nesiller için çevre koşullarını İYİLEŞTİRMEK.

Entegre ve başarılı bir yönetim için belirli stratejik alanlara odaklanmanın önemli olduğuna inanan ŞOK Marketler, rekabetin yoğun olduğu perakende sektöründe hem kurumsal yapısı hem de paydaşları için

değer yaratarak rakiplerinden farklılaşmayı ve stratejik anlamda kurumsal yapısını daha ileriye taşıyacak alanları belirlemeye odaklanmıştır.

Bu kapsamda paydaş analizi için, uluslararası standartlarda yer alan metotları esas alarak saha süreci yürütülmüş, Şirket’in farklı birimlerinden yöneticilerin ve uzmanların katıldığı çalıştaylar ve derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu görüşmelerdeki kararlara Yönetim Kurulu düzeyinde onay alınmıştır.

Sürdürülebilirlik Yönetim Yapısı

ŞOK Marketler, perakende sektörüne yön veren en önemli iki küresel trendi dijitalleşme ve değişen sorumlu müşteri davranışları olarak belirlemiştir.

Çalışmada ŞOK Marketler'in çevresel, sosyal ve yönetimsel (ÇSY) performansını artıracı alanların, küresel ve sektörel trendlerle ve Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleriyle ilişkisi kurularak risk ve fırsat perspektifinden değerlendirilmiştir. Dijitalleşme ve değişen sorumlu müşteri davranışları, perakende sektörüne yön veren en önemli iki küresel trend olarak belirlenmiştir. Odaklanılması gereken ortak ve öncelikli konular buna göre şekillendirilmiştir.

¹ 2015 yılında Birleşmiş Milletlere üye 193 devlet, 2030 yılına kadar aşırı yoksulluğu bitirmeyi, eşitsizlik ve adaletsizlikle mücadele etmeyi ve gezegeni korumayı amaçlayan 17 Sürdürülebilir Kalkınma Hedef'i kabul etti. Hedeflerin detayları için: <http://www.kureselhedefler.org/>



Paydaş Grubu	İletişim Metodu	İletişim Sıklığı
Çalışanlar	İç bilgilendirme e-postaları, akademik ŞOK, toplantılar, ŞOKNet (intranet sistemi), anket, sosyal medya	Sürekli
Müşteriler	İnternet sitesi, Cep'te ŞOK, İletişim Merkezi, ürün katalogları, bilgilendirme e-postaları ve kısa mesajlar, sosyal medya, anket ve toplantılar	Sürekli
Tedarikçiler	Denetimler, Zincir (intranet sistemi), B2B toplantılar, e-posta, sosyal medya	Sürekli
Kamu Kurumları	Ziyaretler	Sürekli
İş Ortakları ve Danışmanlar	Ortak projeler	En az ayda bir
Medya	Basın bültenleri, basın toplantıları, sosyal medya	Sürekli
Sivil Toplum Kuruluşları ve Meslek Örgütleri	Kongreler, konferanslar, seminerler vb. etkinlikler, ortak projeler	Sürekli
Üniversiteler ve Araştırma Merkezleri	Ortak projeler, konferanslar, eğitimler	Sürekli
Uluslararası Organizasyonlar	Kongreler, konferanslar, seminerler, fuarlar vb. etkinlikler	Sürekli

Ürün Çeşitliliği

ŞOK Marketler, temel gıda ve gıda dışı ürün kategorilerinde ulusal ve uluslararası markalı ürünler ile öz markalı ürünleri müşterilerle buluşturmaktadır.



Türkiye'nin uygun fiyatlı zincir marketleri arasında ŞOK Marketler'i ayırtıran en önemli gücü, müşterilere yakınlığıyla sunduğu zengin çeşitliliğe sahip hesaplı ve kaliteli ürünlerdir. Müşterilerin farklı ihtiyaçlarına her zaman çok sayıda ve çeşitli seçeneklerle yanıt verilmesi amaçlayan Şirket, temel gıda ve gıda dışı ürün kategorilerinde ulusal ve uluslararası markalı ürünlerle öz markalı ürünleri mağazalarında müşterilerle buluşturmaktadır. Mis, Piyale, Mintax, Evin, Amigo gibi tarihçesi olan özgün markalar ile en çok satan ulusal markalar raflarda sunulmaktadır. Tüm ürünlerin daima kaliteli ve güvenli olmasına büyük önem verilmektedir.

Ürün – İlham Vermek

ŞOK Marketler'de ürünlerin en yüksek standartlarda, şeffaflıkla ve cazip koşullarda müşterilere ulaştırılmasını sağlamak her zaman önceliklidir. Müşteri güvenliğini odağa alan Şirket, sağlıklı beslenme ve yaşam tarzlarını benimsemeleri konusuna müşterilere ilham vermektedir.

Müşteri odaklılık yaklaşımını öncelikli gören Şirket, ürün ve tedarik zinciri yönetimini bu anlayışla, bütünsellik içerisinde gerçekleştirmektedir.

Ürün Güvenliği ve Kalitesi

Mağaza ve depolarında ürün güvenliği denetimleri yapan ŞOK Marketler, süreçlerini uluslararası kalite standartlara uygun hale getirmektedir.

ŞOK Marketler, mağazalarında alışveriş yapan milyonlarca müşterinin sağlığını gözetken ürünler sunmaya önem vermektedir. Tarladan sofraya ürün güvenliğini sağlamak ve müşterilere güvenilir ürünler sunmak için ulusal ve uluslararası kalite standartlarından ödün vermeyen Şirket, tedarikçilerini yılda iki defa ve ihtiyaç olması durumunda kontrollerden geçirmekte, sadece standartları bire bir karşılayan şirketlerle çalışmaktadır.

Denetimden geçen tedarikçi oranında %35 artış

Ürün güvenliği ve helal gıda denetimi gerçekleştirdiği tedarikçilerinin oranını her geçen gün artıran Şirket, 2015 yılına kıyasla 2018'de denetimden geçirdiği tedarikçi oranını %35 artırmıştır. Şirket, uygulamış olduğu kontrol ve denetimler aracılığıyla tedarikçilerinin gelişimine destek olmanın yanı sıra standartlarını her zaman yüksek seviyede tutmalarını teşvik etmektedir.

Tedarikçilerin yanı sıra ürün satış ve muhafaza noktalarında da denetimler gerçekleştirilmektedir. Bu kapsamda, mağaza ve depolarında ürün güvenliği denetimleri yapan Şirket, süreçlerini uluslararası kalite standartlarına uygun hale getirmektedir.

ISO 22000 Gıda Güvenliği Sistem Sertifikası belgelendirme süreci devam etmektedir

Ürün güvenliğini sağlayan IFS Lojistik ile birlikte ISO 22000 Gıda Güvenliği Sistem Sertifikası'nın standartlarıyla uyumlu şekilde süreçlerini planlaya ŞOK Marketler, belgelendirme sürecini 2019 yılında tamamlamayı hedeflemektedir. Bunun yanı sıra tüm ürün güvenliği süreçlerinin ISO 9001:2015 Kalite Sistem Yönetimi standartlarına uygun olarak yönetmek 2019 yılı hedefleri arasında yer almaktadır. ŞOK Marketler, tedarikçilerden IFS ile BRC Uluslararası Gıda Güvenliği Standardı veya FSSC 22000 Gıda Güvenliği Sistem Sertifikası belgelerinin alınmasını zorunlu tutarak ürün güvenliği ve kalitesini en üst düzeye çıkarmaktadır.

Yeni Çağrı Yönetimi Altyapısı

Şirket, tedarikçilerine yönelik Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı'nın Türk Gıda Kodeksi Mevzuatı'na uygunluk denetimi, helal gıda denetimi ve ürün grubuna bağlı olarak organoleptik, kalibre, ağırlık, ambalaj, etiket vb. alanlarda denetimler gerçekleştirmektedir.

Bununla birlikte tedarikçiden kaynaklanan kalite problemleri ürünlerin, müşteriye ulaşmasını engellemek amacıyla ŞOK Destek üzerinde, sorunlu ürünlerin bildirileceği "Çağrı Yönetimi" sistemi geliştirilmiştir. Böylelikle Şirket, etkin bir takip sistemiyle müşterilerinin sağlığını tehdit edebilecek herhangi bir durum oluşmasının önüne geçmektedir.

Çağrı yönetimine bildirilen kusurlu ürünlerin tedarikçiye iadesini sağlamak için dijital bir sistem oluşturulmuştur. Tedarikçiler kusurlu ürünlerini sistem üzerinden takip ederek kalite ile ilgili düzeltici faaliyetler gerçekleştirebilmektedir.



**ŞOK Marketler,
müşterilere sağlıklı
ürünler sunmak için
ulusal ve uluslararası
kalite standartlarından
ödün vermez.**

Müşteri Odaklılık

2015 yılında yenilenen mağaza formatıyla ŞOK Marketler, müşterilerine rahat ve keyifli bir alışveriş ortamı sunmaktadır.

650 milyon
Mağazalardaki Yıllık
Satış İşlemi Sayısı

1.500
Ürün Çeşidi
Sayısı

Ürün ve hizmetlerinin odağına müşterilerini koyan ŞOK Marketler, müşteri memnuniyetini en yüksek seviyede tutmayı temel öncelikleri arasında görmektedir. Şirket'in mağazalarını ziyaret eden ya da online olarak alışveriş yapan her müşterinin kaliteli ve hesaplı ürün portföyü ve konseptle alışveriş deneyimini geliştirmesi hedeflenmektedir.

Müşterilerin hızla değişen beklenti ve ihtiyaçlarını takip eden Şirket, alışveriş deneyimlerini inovatif ve dijital çözümlerle geliştirmektedir. Kendi alanında bir ilk olan Cepte ŞOK isimli mobil uygulamasıyla internetten alışveriş hizmeti hayata geçirilmiştir.

Her bütçeye uygun ürünlerle Türkiye'nin her yerinde erişilebilir olmayı hedefleyen ŞOK Marketler, 2015 yılında mağazalarının konseptini tamamen yenilemiş ve ürün yelpazesini çeşitlendirmiştir. 2018 yılında 1.000 yeni mağaza açarak 81

ilde 6.100 mağazaya ulaşan Şirket, müşterilerine daha da yakınlaşmıştır. Müşterilerinin büyük çoğunluğu bireysel müşterilerden oluşan Şirket'in mağazalarının satış işlemi sayısı 2015 yılına kıyasla ortalama %60 artış göstererek 2017 yılında 650 milyonu aşmıştır.

Müşteri Deneyimi

ŞOK Marketler, faaliyet gösterdiği sektörde rekabet etmek ve tercih edilen bir marka olmak için müşterilerine beklentilerinin ötesinde bir alışveriş deneyimi sunmayı hedeflemektedir. Şirket; yakınlık, uygun fiyat, çeşitlilik, rahat ve kolay alışveriş, ulusal ve özgün markalı ürünlerimizden oluşan zengin portföyü olmak üzere beş temel alanda farklılaştığı özgün iş modeli sayesinde bu hedefi gerçekleştirebilmektedir.

Geniş ve her geçen gün büyümekte olan mağaza ağıyla müşterilerine mümkün olduğunca yakın olmayı hedefleyen ŞOK Marketler, her gün düşük fiyat stratejisi kapsamında

müşterilerine uygun fiyatlı ve kaliteli ürünlerle birlikte farklı avantajlara sahip promosyonlar sunmaktadır. Müşterilerin tek noktadan tüm ihtiyaçlarını karşılayabilmesi için yaklaşık 1.500 ürün çeşidini raflarında bulunduran ŞOK Marketler, 2015 yılında konsepti yenilenen mağazalarında kategorilere ayrılmış düzenli reyonlar, geniş ve aydınlık koridorlar ile müşterilere rahat bir alışveriş ortamı yaratmaktadır.

Müşteri Memnuniyeti Araştırması

Müşterilerin ürün ve hizmetleri hakkında görüşlerini almadan sürekli gelişmenin mümkün olmadığına inanan ŞOK Marketler, müşteri deneyimini etkin şekilde yönetmek ve değişen müşteri eğilimlerini takip etmek için çalışmalar gerçekleştirmektedir. Her bir mağazasında 2015 yılından bu yana ürün, mağaza fiziksel durumu, personel hizmet kalitesi, meyve ve sebze reyonu olmak üzere dört temel konu başlığında, yılda iki kez bağımsız araştırma şirketi aracılığıyla Gizli Müşteri Memnuniyeti



A.L.F.A. Ödülü

Marketing Türkiye'nin sikayetvar.com'da yer alan şikayetleri baz alarak 25 sektörden müşteri deneyimini en iyi yöneten markaları değerlendirdiği yarışmada 2016 yılında müşteri deneyimini en iyi yöneten indirim marketi olarak A.L.F.A. Ödülü'nü kazandık.

Araştırması gerçekleştiren ŞOK Marketler, habersiz ve gizlice yapılan ziyaretler ile müşterilerinin gözünden mağazalarının performansını değerlendirmektedir. Şirket, 2018 yılında da müşteri memnuniyetini %87 ile sektör ortalamasının üzerinde tutmayı başarmıştır.

Bunun yanı sıra, müşterilerin ŞOK'un marka imajını değerlendirdikleri Marka Sağlığı Araştırması'nda 2017 yılının tamamında sektörde akla ilk gelen ikinci marka konumunda olan Şirket, 2018 yılında da bu konumunu korumuştur.

Müşteri İlişkileri Yönetimi

Daha iyi bir deneyim geliştirmek için sadece araştırmalarla yetinmeyen ŞOK Marketler, müşteriler ile iletişime yönelik özel iletişim kanalları oluşturarak beklentilerini en iyi şekilde değerlendirmektedir. Bu kapsamda, müşterilerin iletişim kanallarından talep, görüş ve beklentilerini iletmeleri öncelikli konular arasında yer almaktadır.

Müşteri geri bildirimlerini Şirket'in internet sitesinde yer alan iletişim formu (www.sokmarket.com.tr/iletisim/iletisim-formu), Yıldız Holding Müşteri İlişkileri Merkezi'nin (MİM) 0212 576 33 00 numaralı çağrı merkezi ve mim@yildizholding.com.tr e-posta adresi üzerinden kabul eden ve yanıtlayan Şirket, müşteri şikâyetleri ile ilgili gerekli aksiyonları, geribildirim takip eden 3 iş günü içerisinde gerçekleştirmektedir. Müşterilerinin %40'ı internet, %60'ı telefon üzerinden geribildirimlerini ileten Şirket, tüm müşterilere ait bilgilerin güvenliği ve gizliliğini Holding MİM ile arasındaki sözleşme kapsamında garanti altında tutmaktadır.

Cepte ŞOK: Mobil Alışveriş Uygulaması

Dünyada olduğu gibi Türkiye'de de müşterilerin alışveriş alışkanlıkları teknolojik gelişmelere paralel olarak değişirken, internetten alışverişin hacmi gittikçe büyümektedir.

**ŞOK Marketler,
müşteriler ile
iletişime yönelik
özel iletişim
kanalları
oluşturarak
beklentilerini
en iyi şekilde
karşılamaktadır.**

Müşteri Odaklılık

Müşterilerinin ihtiyaçlarına yönelik çözümler geliştiren ŞOK Marketler, Cepte ŞOK mobil uygulamasıyla internetten alışveriş hizmetini hayata geçirmiştir.

Perakende Teknoloji Ödülü

Perakende Teknoloji Ödülü IDC Perakende Teknoloji Ödülleri her yıl perakende, e-ticaret ve teknoloji şirketlerinin en iyi dijital projelerini bekliyor. 2017'de Cep Şok mobil uygulamamız ile "En İyi Dijital Kanallar Projesi" ödülünü kazandık.



Perakende sektörünü yakından ilgilendiren bu gelişmelerin takipçisi olan ŞOK Marketler, kendi bünyesinde çok sayıda dönüşüm süreci başlatmıştır. Şirket, müşteri eğilimlerini göz önünde bulundurarak hazırladığı ve dijitalleşme projeleri arasında internetten alışveriş yapma imkânı sunan Cepte ŞOK uygulamasıyla müşterilere zaman kazandırmakta ve hayatlarını kolaylaştırmaktadır. "Tıkla, Gel, Al" mantığıyla çalışan uygulamada müşteriler istedikleri ürünü seçip, teslim almak için bir zaman dilimi belirlemekte ve en yakın ŞOK Market'ten hazırlanmış paketlerini aynı gün içinde beklemeden alabilmektedir. Uygulama, cepten kolay ve hızlı

alışveriş deneyimi sunarken, aynı zamanda kullanıcılara kampanyalar ve indirimli ürünleri bildirerek daha hesaplı bir alışveriş sağlamaktadır.

Müşterilerin olduğu her yerde olmak isteyen ŞOK Marketler, 2018 yılı itibarıyla tüm mağazalarında Cepte ŞOK: Mobil Alışveriş Uygulaması'nı devreye almıştır. Uygulamanın önümüzdeki dönemde tüm mağazalarda devreye alınması planlanmaktadır.

Perakende Teknoloji Ödülü

IDC Perakende Teknoloji Ödülleri her yıl perakende, e-ticaret ve teknoloji şirketlerinin en iyi dijital projelerini değerlendirmektedir. Şirket, 2017'de Cepte ŞOK mobil uygulaması ile "En İyi Dijital Kanallar Projesi" ödülünü kazanmıştır.

Tedarik Zinciri Yönetimi

ŞOK Marketler, müşterilerine sunduğu ürünlerde güvenliği sağlamak ve faaliyetlerinde verimliliği arttırarak riskleri azaltmak için dijital dönüşüm projeleri geliştirmektedir.



Perakende sektörünün son iki yılda en hızlı büyüyen şirketi olarak hizmet ağını istikrarlı bir biçimde genişleten ŞOK Marketler, 81 ilde 6.364 mağazaya ulaşmıştır. Şirket'in bu alandaki başarısında tedarik zinciri süreçlerindeki iyi uygulamalar ile çalışmalarından ilham alan, ŞOK markası ile birlikte güçlenen ve müşterilerin beklentilerine uygun kaliteli ürünler üreten tedarikçiler önemli rol oynamaktadır.

Kalite-fiyat dengesine yönelik tedarik süreçleri

Müşterilerine kalite-fiyat dengesinde ürünler sunmak için tedarik zincirini en etkin şekilde yöneten ŞOK Marketler, tedarik zincirini entegre bir süreç olarak ele almaktadır. Şirket, üreticilerden mağazalara kadar stratejik iş birliği gerektiren bu sürecin her aşamasında operasyonel mükemmelliğe ulaşmak için çalışmaktadır. Bu kapsamda, Türkiye ekonomisine katkı vermek üzere yerel satın alma yapılması müşteriler için ürün güvenliğine azami dikkat gösterilmesi, faaliyetler kaynaklı risklerin etkin bir biçimde yönetilmesi için dijital dönüşüm projeleri hayata geçirilmektedir.

Merkezi Tedarik Birimi hayata geçirilmiştir

ŞOK Marketler, tedarik zincirini daha etkin ve verimli yönetmek için Merkezi Tedarik Birimi'ni hayata geçirmiştir. Depo bazında yapılan takip yerine geçen merkezi sistem ile tedarik zinciri yönetiminde stok gün seviyesinin korunarak ürün bulunurluğunun sağlanması, sezonluk planlamaların daha etkin yapılabilmesi hedeflenmektedir. Verimli tedarik zinciri yönetimi kapsamında performansı yükseltmek için yenilikçi çözümler geliştirilmektedir.

Çevresel Etki

Çevresel etkisini azaltma hedefiyle yola çıkan ŞOK Marketler, 14 milyon kWh enerji tasarrufuyla 1.565 hanenin yıllık ortalama elektrik tüketimine eş oranda tasarruf sağlamıştır.

1.000 ton
Azaltılan CO₂ salım miktarı

Dünya – İyileştirmek

Doğal kaynak ve ekosistemlerden oluşan doğal sermayenin korunmasını yaşam döngüsünün devamı için hayati önem taşıdığının farkında olan ŞOK Marketler, iş süreçlerinde doğal kaynak tüketimine azami dikkat etmenin yanı sıra enerji verimliliği ve tasarrufuna yönelik projelerle gelecek nesiller için çevresel koşulların iyileştirilmesine odaklanmaktadır.

Gelecek nesillerin de ihtiyaç duyacağı doğal sermayenin korunmasını en önemli sorumluluğu olarak gören Şirket, iklim değişikliğiyle mücadele konusunda büyük duyarlılık göstermektedir.



Çevre üzerinde iyileştirici etki yaratmak üzere karbon ayak izini istikrarlı bir biçimde azaltarak çevresel performansını etkin bir biçimde yönetmeye odaklanan Şirket'in ana hedefleri arasında enerji tüketiminin azaltılarak tasarruf sağlanması, karbon salınımının azaltılması bulunmaktadır.

Şirket, faaliyetlerinin devamlılığını sağlamak amacıyla operasyon ağıının tamamında kaynaklarını verimli kullanmaya yönelik uygulamalar geliştirmektedir. Geçtiğimiz yıl verimlilik projelerimizi hayata geçirmeye başlayan ŞOK Marketler, çevresel etkisini ciddi ölçüde kontrol altına almıştır. 2018 yılında mağaza sayısı %30 artmasına rağmen karbon salımı

bir önceki yıla kıyasla 1.000 ton CO₂ azaltılmıştır. Aynı dönemde 14 milyon kWh enerji tasarrufuyla 1.565 hanenin yıllık ortalama elektrik tüketimine eş oranda tasarruf sağlanmıştır.

ŞOK Marketler, etkin bir çevre yönetimi için çevre yönetim sistemi oluşturarak iş süreçlerinde iyileştirmeler gerçekleştirmektedir. Şirket; enerji yönetimi, ambalajlama, atık yönetimi, geri dönüşüm operasyonlarında verimlilik odaklı aksiyonlar alarak çevresel etkisini azaltmaktadır. Şirket, çevresel performansını geliştirmek amacıyla ISO 14001 Çevre Yönetim Sistemi belgesi almak için 2019 yılında başvuru yapmayı hedeflemektedir.

Enerji Yönetimi, Ambalaj ve Atık Yönetimi

ŞOK Marketler, otomasyonlu kontrol sistemi ile enerji tasarrufu yapmayı, kâr etmeyi, manuel iş yükünü azaltmayı ve operasyonel mükemmelliğe ulaşmayı hedeflemektedir.



Enerji Yönetimi

ŞOK Marketler, çevresel etkisini yöneterek ayak izini azaltmak ve etkin kaynak yönetimi için enerji yönetimine büyük önem vermektedir. Şirket, bu alandaki çalışmalara öncelikle tüm mağaza operasyonlarını gözden geçirerek başlamıştır.

Müşterilerine sunduğu ürünlerin tazeliğini ve ideal ortam sıcaklığında korunmasını sağlamak amacıyla klimalar da dâhil olmak üzere tüm ekipmanların verimliliğini ön plana çıkaran ŞOK Marketler, ön değerlendirme çalışmalarıyla elektrik tüketiminde de büyük bir paya sahip olan bu ekipmanların gece kullanım fonksiyonlarının doğru şekilde yerine getirilmesi için çalışmalara başlamıştır. Şirket, enerji verimliliğini dijitalleşmeden

faydalanarak sağlamakta, gece kapatılması gereken ekipmanların otomatik kapatılmasını ve mağaza klimalarının çalışma değerlerini sınırlayarak gerekli durumlarda çalışmasını sağlamaktadır. Otomasyonlu kontrol sistemi ile enerji tasarrufu yapılması, kâr optimizasyonu, manuel iş yükünün azaltılması ve operasyonel mükemmelliğe ulaşılması hedeflenmektedir.

Ambalaj ve Atık Yönetimi

ŞOK Marketler'in ürün ve hizmetlerin çevreye etkisini asgariye indirmek için dikkat ettiği bir diğer husus ise ambalajlama ve atık yönetimidir. Şirket, ambalajlamada kullanılan malzemeleri azaltmayı ve çevre dostu hammaddelerle üretilen ambalajları tercih etmektedir.

Çevre kirliliğinin önlenmesi için mağazalarda plastik poşet kullanımının azaltılması amaçlanmaktadır.

Bununla birlikte, mağazalarda plastik poşet kullanımını azaltmak için gerekli adımları atılmaya 2018 faaliyet döneminde de devam edilmiştir. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı tarafından hazırlanan ve 1 Ocak 2019 tarihinde yürürlüğe girmesi planlanan "Ambalaj Atıklarının Kontrolü Yönetmeliği" kapsamında plastik poşetlerin ücret karşılığında verilmesi hedeflenmiştir. ŞOK Marketler, bu yönetmelik çerçevesinde bir aksiyon planı oluşturarak yenilikçi çözümlerle çevre kirliliğinin azaltılmasına odaklanmaktadır.

İnsan Kaynakları Politikamız

27.000'den fazla çalışanıyla ülke istihdamına sürekli katkı sağlayan ŞOK Marketler, yarattığı katma değerle yerel ekonomiyi desteklemektedir.

4.000
Her Yıl İstihdam
Sağlanan Kişi
Sayısı

Toplum – Birlikte Güçlenmek

Türkiye'nin dört bir yanına yayılan bir hizmet ağına sahip olan ŞOK Marketler için Türkiye'nin sosyo-ekonomik kalkınmasına katkı sunmak hayati önem taşımaktadır. Şirket, çalışanlar ve toplum için bu katkıyı yaratmak üzere toplumsal eşitliği geliştiren iş modelleriyle toplumla birlikte güç kazanmaktadır.

Şirket tarafından çalışanlara sunulan imkanlar daha güçlü bir toplum idealine katkı sunmaktadır.

Çalışanlar

Müşteri odaklılığın ön plana çıktığı ve rekabetin yoğun olduğu perakende sektöründe

fark yaratabilmenin çalışanların mutluluğuyla yakından ilişkili olduğuna inanan ŞOK Marketler, insan kaynağının mutluluğu ve memnuniyeti için çeşitliliğe önem veren, eşit, adil ve sağlıklı bir iş ortamı yaratarak sektörün gerektirdiği yetkinliklerle kendilerini geliştirebilecekleri eğitim imkânları sunmaktadır.

ŞOK Marketler, her sene daha da büyüyen ekibini en etkili şekilde yönetmek için insan kaynakları uygulamalarını gözden geçirmekte ve geliştirmektedir. Şirket, ülke istihdamına sürekli katkı sağlamanın yanı sıra yarattığı katma değerle ülke ekonomisine katkı sağlamaktadır.

Türkiye'nin 81 ilinde konumlanan 6.100'ün üzerindeki mağazasında 27.000'den fazla çalışana istihdam sağlayan ŞOK Marketler, her yıl 4.000 yeni çalışan için istihdam yaratarak ailesini büyütmektedir.

Kadınların, iş hayatına katılmalarını ve çalışma hayatına ara verdikten sonra tekrar iş yaşamına dönmelerine büyük önem veren ŞOK Marketler, kadın çalışanların çocuk sahibi olduktan sonra işe geri dönebilmeleri için uygun çalışma koşulları sağlamaktadır. Son üç yılda doğum iznine ayrılan çalışanların yaklaşık %99'u ŞOK'ta çalışma hayatına geri dönmüştür.



Kategoriye Göre Çalışanlar



■ Mavi Yaka %96 ■ Beyaz Yaka %4

Cinsiyete Göre Çalışanlar



■ Erkek %60 ■ Kadın %40

Performans Yönetim Sistemi ile çalışanların motivasyon ve yetkinliklerinin artırılması hedeflenmektedir.

Çalışan Gelişimi

Teknolojik gelişmelerle alışveriş alışkanlıklarının hızla değişmesi, müşterilerin farklılaşan beklenti ve talepleri, sektörde rekabetteki artış gibi faktörler perakende şirketlerinin değişime hızlı adapte olmalarını zorunlu kılmaktadır. Bu nedenle, ŞOK Marketler, sektördeki yeniliklere uyum sağlamanın stratejik hedefler doğrultusunda ilerlemenin ve sektörde örnek uygulamalar ortaya koymanın ancak çalışanların özverisi ve gelişimiyle mümkün olabileceğine inanmaktadır.

ŞOK Marketler, fırsat eşitliğini ve adil yönetim anlayışını esas alarak çalışanlara eğitim, gelişim ve kariyer planlama imkânları sunmaktadır. Şirket, çalışanları değerlendirirken mesleki performans deneyim ve uzmanlığı dikkate almaktadır.

Performans ve Kariyer Yönetimi

Çalışanların performanslarını değerlendirmeleri, geleceğe yönelik hedefler belirlemeleri ve gelişim alanlarını fark etmeleri ancak etkin bir performans yönetimiyle mümkün olabilmektedir. Bu gerçekten hareketle, ŞOK Marketler, hayata geçirdiği Performans Yönetim Sistemi aracılığıyla çalışanlarının motivasyon ve yetkinliklerini artırırken, aidiyet duygularını da güçlendirmektedir.

ŞOK Marketler, ana hissedarı Yıldız Holding tarafından belirlenen Performans Yönetim Sistemi'ni çatı bir sistem olarak merkez ofisinde görev alan çalışanlarının tamamı için uygulamaktadır. Bu kapsamda, çalışanların iş sonuçları, hedef ve yetkinlikleri dikkate alınarak değerlendirilmektedir.

ŞOK Marketler bünyesinde performans sistemi her sene tekrar eden hedef belirleme, ara değerlendirme ve değerlendirme dönemi olmak üzere üç ana dönemden oluşmaktadır. Şirket bünyesinde çalışanların belirlediği

hedeflerle birlikte pozisyona özel belirlenmiş yetkinlikler üzerinden de değerlendirme gerçekleştirilmektedir.

Yılsonunda çalışanlar kendi değerlendirmelerini tamamladıktan sonra, birinci ve ikinci yöneticilerinin değerlendirmeleri alınmakta ve süreç tamamlanmaktadır. Değerlendirmeler neticesinde, tüm çalışanların performansları şirket başarı katsayısı ile analiz edilmektedir.

Liyakata dayalı ücretlendirme politikası

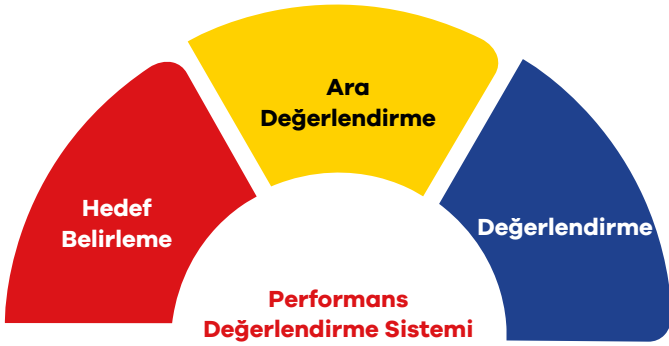
ŞOK Marketler bünyesinde ortak bir kademe yapısı ile yönetilen ve işin içeriğine dayalı ücretlendirme sistemi kullanılmaktadır. Yıllık piyasa ücret araştırmaları dikkate alınarak hazırlanan bu sistemle çalışanların işleri değerlendirilerek eşit, rekabetçi ve piyasayla uyumlu ücretlendirme sunulmaktadır. Bunun yanı sıra, çalışanlara pozisyona göre değişebilen yan hak paketleri teklif edilmektedir.

Merkez ofisinde görev alan çalışanlar için uygulanan Performans Yönetim Sistemi değerlendirme sonuçlarına göre yönetici ve üzeri çalışanların yıllık performans primi ile ödüllendirilmektedir. Bunun yanı sıra, satış ekibindeki çalışanların performanslarını teşvik etmek için satış primi uygulanmaktadır. Bunun yanı sıra, ŞOK Marketler'e belirgin şekilde katkısı olan çalışanları en kısa sürede ödüllendirmek amacıyla "Anlık Ödüllendirme" sistemi başlatılmıştır. Bu sisteme göre yöneticiler, istedikleri bir çalışanı ödüle aday gösterebilmekte, üst yönetici tarafından uygun görüldüğü takdirde ödüllendirilmektedir.

Profesyonellerin tercih ettiği şirket olmaktan büyük gurur duyan ŞOK Marketler, çalışanlarını uzun vadeli ve doğru kariyer planlaması ile desteklemektedir. Bu doğrultuda, çalışanlara potansiyellerini en

İnsan Kaynakları Politikamız

ŞOK Marketler, 70-20-10 modeli ile uyumlu koçluk, mentorluk, sınıf eğitimi, rotasyon, proje sorumluluğu gibi süreçleri kapsayan gelişim araçlarını hayata geçirmektedir.



etkin şekilde kullanmalarına imkân verecek bir kariyer yolculuğu sunulmaktadır. Bu planlama, performans yönetimi ve eğitim süreçleri ile bütüncül bir şekilde ele alınmaktadır.

Çalışanlar için insan kaynakları kariyer planlaması

Her yıl merkez ofis ve şube müdürlükleri kadrosundaki çalışanlar için İnsan Kaynakları Kariyer Planlaması gerçekleştiren ŞOK Marketler, çalışanlarının güçlü yanlarını ve gelişim alanlarını analiz ederek, bir sonraki yıla kaynak sağlayacak şekilde kariyer haritası oluşturmaktadır. Bunun yanı sıra, insan kaynakları süreçlerinden olan 70-20-10 modeli ile uyumlu koçluk, mentorluk, sınıf eğitimi, rotasyon, proje sorumluluğu gibi süreçleri kapsayan gelişim araçları hayata geçirilmektedir.



Mağazalarda ise, üç ayda bir olmak üzere yılda dört kez Mağaza İnsan Kaynakları Planlaması gerçekleştirilmektedir. Bu planlama ardından "terfi edebilir" olarak belirlenen mağaza yöneticileri ayrıca değerlendirilmektedir. Vaka çalışması, bireysel sunumlar ve soru-cevap bölümlerinin sonrasında süreç sonlandırılarak, terfi edilecek adaylar belirlenmekte veya onlara gelişim planları sunulmaktadır. Bu uygulama sayesinde 2018'de mağaza yöneticilerinin iç terfi oranı %80'e ulaşmıştır.

Liderlik Gelişim Programı

Bölge yöneticileri, bölge müdürleri ve şube müdürlerinden oluşan saha yöneticileri için "Taktik Burada" isimli liderlik gelişim programını 2017'de başlatan ŞOK Marketler, program kapsamında bölge yöneticilerine dört gün, bölge müdürlerine üç gün, şube müdürlerine altı gün sınıf eğitimleri vermiştir. Saha yöneticilerinin yetkinlik setinde yer alan sekiz adet



liderlik yetkinliğinin geliştirilmesine yönelik eğitim içeriklerini programa dâhil eden Şirket, şube müdürlerine bir günlük koçluk eğitimi vermiştir.

İhtiyaca Yönelik Eğitimler

ŞOK Marketler, çalışanların mesleki ve kişisel yetkinliklerini arttırarak, kariyer gelişimlerini desteklemek için ihtiyaçlarına uygun eğitim olanakları sunmaktadır.

Merkez ofisteki çalışanlar geniş bir yelpazede hazırlanan katalog eğitimlerine katılabilirken, bu eğitimler ağırlıklı olarak sosyal becerileri geliştirmeye yönelik liderlik, iletişim, sunum teknikleri, zaman yönetimi, problem çözme gibi başlıkları içermektedir. Yönetici ve üzeri pozisyonlardaki çalışanlar ise aynı katalog kapsamındaki liderlik eğitimlerine katılabilmektedir.

Akademi ŞOK

Dijital dönüşüm sürecini yakından takip eden ŞOK Marketler, eğitim alanında hayata geçirdiği Akademi ŞOK e-öğrenme ve gelişim platformu aracılığıyla genel merkez ve mağazalarındaki tüm çalışanlarının eş zamanlı gelişim süreçlerini destekleyerek "birbirinden öğrenen" bir şirket kültürünün temelini atmıştır. 2017'de pilot uygulama olarak hayata geçirilen Akademi ŞOK ile genel merkez ve mağazalardaki tüm çalışanların es zamanlı olarak gelişim süreçlerini destekleyerek "birbirinden öğrenen" bir şirket kültürünün de temelleri atılmıştır.

Akademi ŞOK'u, zaman ve yer sınırlarını kaldıran, erişilebilirliği yüksek, kolay ve anlaşılır içeriğe sahip kullanıcı dostu bir platform olarak tasarlayan Şirket, çalışanlara bilgisayar, tablet ve tüm akıllı mobil cihazlar üzerinden ulaşabildikleri platformda mağaza süreçleri, temel yöneticilik gibi birçok konuda eğitimlere katılma imkanı sunmaktadır.

Bu platform ile güçlü bir şirket kültürünün oluşmasının desteklenmesi ve operasyonel süreçleri daha etkin kılmak için çalışanlara en hızlı ve doğru şekilde bilgi sunulması amaçlanmaktadır. Başarıya ulasan pilot uygulamalar, tüm çalışanların kullanımına açılmıştır.

İş Sağlığı ve Güvenliği Uygulamalarımız

Merkez ofisi ve mağazalarında iş sağlığı ve güvenliği risklerini belirleyen ve önlemler alan ŞOK Marketler, çalışanlarına düzenli olarak İSG eğitimleri vermektedir.



Çalışanlarına güvenli ve huzurlu bir iş ortamı sunmayı ve çalışan memnuniyetini en üst düzeyde tutmayı temel öncelikleri arasında gören ŞOK Marketler, iş sağlığı ve güvenliği alanında kanun ve yönetmeliklere tam uyum göstermeyi temel öncelikler arasında görmektedir. Şirket'in İnsan Kaynakları Direktörü, iş sağlığı ve güvenliği alanındaki en üst düzey yönetici olarak ŞOK Marketler CEO'suna konuyla ilgili doğrudan raporlama gerçekleştirmektedir.

OHSAS 18001 İş Sağlığı ve Güvenliği Yönetim Sistemi belgelenme süreci...

ŞOK Marketler, merkez ofis ve mağazalarında iş sağlığı güvenliği alanında risk kategorileri bazında çalışanlarına düzenli İSG eğitimleri verilmektedir. Şirket, uluslararası standartlarda İSG uygulamaları hayata geçirmek için OHSAS 18001 İş Sağlığı ve Güvenliği Yönetim Sistemi belgesi almak üzere yürüttüğü çalışmaları 2019 yılı sonunda tamamlamayı planlamaktadır.

Ana Sözleşme'de Meydana Gelen Değişiklikler

18 Mayıs 2018 tarihinde Borsa İstanbul'da işlem görmeye başlayan Şirketimizin halka açıldığı tarihte yayınlanan Esas sözleşmesi Kamuyu aydınlatma Platformu aracılığı ile (<https://www.kap.org.tr/tr/Bildirim/681315>) kamunun bilgisine sunulmuştur.

Esas Sözleşmemizin, "Sermaye başlıklı" 6. Maddesine ilişkin tadil metni, Sermaye Piyasası Kurulu'nun 23.05.2018 tarihli yazısı ile onaylanmış olup, İstanbul Ticaret Odası Ticaret Sicili Müdürlüğü tarafından 26.05.2018 tarihi itibarıyla tescil edilmiştir. İlgili maddenin eski ve yeni hali aşağıdaki gibidir:

Maddenin Eski Hali

SERMAYE

Madde 6– Şirket, 6362 sayılı Sermaye Piyasası Kanunu hükümlerine göre kayıtlı sermaye sistemini kabul etmiş ve Sermaye Piyasası Kurulu'nun 22.02.2018 tarih ve 2064 sayılı izni ile kayıtlı sermaye sistemine geçmiştir.

Şirket'in kayıtlı sermaye tavanı 1.800.000.000 TL olup, her biri 1 (bir) TL itibari değerinde 1.800.000.000 adet paya bölünmüştür. Sermaye Piyasası Kurulu'nca verilen kayıtlı sermaye tavanı izni 2018-2022 yılları için olmak üzere 5 yıl için geçerlidir. 2022 yılı sonunda izin verilen kayıtlı sermaye tavanına ulaşamamış olsa dahi, Yönetim Kurulu'nun 2022 yılından sonra sermaye artırımı kararı alabilmesi için; Sermaye Piyasası Kurulu'ndan daha önce izin verilen tavan ya da yeni bir tavan tutarı için izin alınmak suretiyle Genel Kurul'dan yeni bir süre için yetki alınması zorunludur. Söz konusu yetkinin alınmaması durumunda, Yönetim Kurulu kararı ile sermaye artırımı yapılamaz.

Şirket'in çıkarılmış sermayesi 360.000.000.- TL olup, her biri 1 TL itibari değerinde tamamı nama yazılı 144.000.000 adedi Odak Paylar ve 216.000.000 adedi Ana Paylar olmak üzere toplam 360.000.000 adet 2 grup paya bölünmüş olup, söz konusu çıkarılmış sermayesi muvazaadan ari şekilde tamamen ödenmiştir.

Sermayeyi temsil eden paylar kaydıleştirme esasları çerçevesinde kayden izlenir.

Yönetim Kurulu, 2018-2022 (2022 yılı sonuna kadar) yılları arasında sermaye piyasası mevzuatı ve ilgili sair mevzuat hükümlerine uygun olarak, gerekli gördüğü zamanlarda kayıtlı sermaye tavanına kadar yeni pay ihraç ederek çıkarılmış sermayeyi arttırmaya, imtiyazlı pay sahiplerinin yeni pay alma hakkının sınırlandırılması ve pay sahiplerinin yeni pay alma haklarının sınırlandırılması ile sermaye piyasası mevzuatı hükümleri dâhilinde imtiyazlı veya itibari değerinin üzerinde veya altında pay çıkarılması konusunda karar almaya yetkilidir. Yeni pay alma hakkını kısıtlama yetkisi pay sahipleri arasında eşitsizliğe yol açacak şekilde kullanılamaz.

Maddenin Yeni Hali

SERMAYE

Madde 6– Şirket, 6362 sayılı Sermaye Piyasası Kanunu hükümlerine göre kayıtlı sermaye sistemini kabul etmiş ve Sermaye Piyasası Kurulu'nun 22.02.2018 tarih ve 2064 sayılı izni ile kayıtlı sermaye sistemine geçmiştir.

Şirket'in kayıtlı sermaye tavanı 1.800.000.000 TL olup, her biri 1 (bir) TL itibari değerinde 1.800.000.000 adet paya bölünmüştür. Sermaye Piyasası Kurulu'nca verilen kayıtlı sermaye tavanı izni 2018-2022 yılları için olmak üzere 5 yıl için geçerlidir. 2022 yılı sonunda izin verilen kayıtlı sermaye tavanına ulaşamamış olsa dahi, Yönetim Kurulu'nun 2022 yılından sonra sermaye artırımı kararı alabilmesi için; Sermaye Piyasası Kurulu'ndan daha önce izin verilen tavan ya da yeni bir tavan tutarı için izin alınmak suretiyle Genel Kurul'dan yeni bir süre için yetki alınması zorunludur. Söz konusu yetkinin alınmaması durumunda, Yönetim Kurulu kararı ile sermaye artırımı yapılamaz.

Şirket'in çıkarılmış sermayesi 611.928.571 TL olup, her biri 1 TL itibari değerinde tamamı nama yazılı 144.000.000 adedi Odak Paylar ve 467.928.571 adedi Ana Paylar olmak üzere toplam 611.928.571 adet 2 grup paya bölünmüş olup, söz konusu çıkarılmış sermayesi muvazaadan ari şekilde tamamen ödenmiştir.

Sermayeyi temsil eden paylar kaydıleştirme esasları çerçevesinde kayden izlenir.

Yönetim Kurulu, 2018-2022 (2022 yılı sonuna kadar) yılları arasında sermaye piyasası mevzuatı ve ilgili sair mevzuat hükümlerine uygun olarak, gerekli gördüğü zamanlarda kayıtlı sermaye tavanına kadar yeni pay ihraç ederek çıkarılmış sermayeyi arttırmaya, imtiyazlı pay sahiplerinin yeni pay alma hakkının sınırlandırılması ve pay sahiplerinin yeni pay alma haklarının sınırlandırılması ile sermaye piyasası mevzuatı hükümleri dâhilinde imtiyazlı veya itibari değerinin üzerinde veya altında pay çıkarılması konusunda karar almaya yetkilidir. Yeni pay alma hakkını kısıtlama yetkisi pay sahipleri arasında eşitsizliğe yol açacak şekilde kullanılamaz.

Kâr Dağıtım Politikası

Kâr dağıtım politikası, Şok Marketleri'nin orta ve uzun vadeli stratejileri, yatırım ve finansal planları dikkate alınarak belirlenmektedir. Şirket, 2018 yılı kazançlarından başlamak üzere Yönetim Kurulu önerisi ile Genel Kurul'un onayı ve bunlarca yapılabilecek değişikliklere ve Türkiye'de uygulanmakta olan mevzuata tabi olarak, Şirket'in nakit akışı gerekliliklerini de gözetmek kaydıyla her hesap yılı için Şirket dağıtılabılır net dönem kârının en az %30'unu nakden kâr payı olarak dağıtmayı benimsemiştir.

Kâr dağıtım politikası, Şirket'in nakit projeksiyonları, faaliyetlerine ilişkin geleceğe yönelik beklentileri, yatırım planları ve sermaye piyasasındaki şartlara tabidir. Buna ek olarak, bu politika ulusal ve küresel ekonomik şartlarda herhangi bir olumsuzluk olması, gündemdeki projelerin ve Şirket'in finansal kaynaklarının durumuna göre Yönetim Kurulu tarafından her yıl gözden geçirilecektir. Kâr Dağıtım Politikası'nda değişiklik yapılması istenmesi durumunda,

bu değişikliğe ilişkin Yönetim Kurulu Kararı ve değişikliğin gerekçesi, SPK'nın özel durumların kamuya açıklanmasına ilişkin düzenlemeleri çerçevesinde kamuya duyurulmaktadır.

Kâr paylarının, mevcut payların tamamına, bunların ihraç ve iktisap tarihlerine bakılmaksızın eşit olarak, Genel Kurul Onayı'nı takiben en geç 30 gün içinde ödenmesi amaçlanmakta olup, dağıtım tarihine Genel Kurul tarafından karar verilmektedir. Kâr payı dağıtımı tek bir seferde yapılabileceği gibi taksitler halinde de dağıtılabilmektedir.

Kanunen ayrılması gereken yedek akçeler ve Esas Sözleşme'mde pay sahipleri için belirlenen kâr payı ayrılmadıkça başkaca yedek akçe ayrılmasına, ertesi yıla kâr aktarılmasına, Yönetim Kurulu Üyelerine ve ortaklık çalışanlarına kârdan pay dağıtılmasına karar verilemeyeceği gibi, belirlenen kâr payı ödenmedikçe bu kişilere kârdan pay dağıtılamamaktadır.

Genel Kurul, kanunen ayrılması gereken yedek akçelerin ve Esas Sözleşme'mde pay sahipleri için belirlenen kâr payının ayrılmış olması şartıyla net kârın bir kısmını veya tamamını olağanüstü yedek akçeye nakledebilmektedir. Yönetim Kurulu'nun, Genel Kurul'a kârın dağıtılmamasını teklif etmesi halinde, bu durumun nedenleri ile dağıtılmayan kârın kullanım şekline ilişkin olarak Olağan Genel Kurul Toplantısı'nda pay sahiplerine bilgi verilmektedir.

Şirket Esas Sözleşmesi'nde kâr payı avansı dağıtımı hususuna yer verilmiş olup, yürürlükteki mevzuat hükümlerinde belirtilen usul ve esaslara uymak suretiyle kâr payı avansı dağıtılabilmektedir.

Ücretlendirme Politikası

Yönetim Kurulu Üyeleri'nin ücretleri ilgili komitenin görüşleri de dikkate alınarak aylık brüt olarak belirlenerek, Genel Kurul Onayı'na sunulmaktadır. Bağımsız Yönetim Kurulu Üyeleri'nin ücretlerinin bağımsızlıklarını koruyacak düzeyde olması esastır. Bağımsız Yönetim Kurulu Üyeleri'nin ücretlendirmesinde kâr payı, pay opsiyonları veya Şirket'in performansına dayalı ödeme planları kullanılamamaktadır. Üst düzey yönetici ücretleri, sabit (baz) ve performansa dayalı olmak üzere 2 (iki) temel bileşenden oluşmaktadır.

Sabit ücret olarak; yılda toplam 16 (onaltı) baz ücret sistemi mevcut olup, sabit ücrete ek olarak bazı yan haklar verilebilmektedir. Sabit ücretin belirlenmesinde makroekonomik veriler, piyasadaki ücret gelişmeleri, Şirket'in uzun vadeli hedefleri ve kişilerin kıdemleri ile pozisyonları dikkate alınmaktadır. Sabit ücretin yanı sıra üst düzey yöneticilere, Şirket ve bireysel performans sonuçlarına bağlı olarak yılda bir kez olmak üzere, yıllık brüt ücretlerine belli çarpanlar uygulanarak değişken ücret (başarı primi) ödemesi ile yan hak ödemeleri yapılabilmektedir. Şirket'te uygulanan değişken ücret yönetiminin amacı, üst düzey yöneticilerinin bütçe hedeflerini gerçekleştirmelerini ve hedeflerinin üzerinde iş sonuçları elde etmelerini desteklemek için, başarıyı ödüllendirerek çalışanları üstün performans göstermeye teşvik etmek ve Şirket'te hedef odaklı performans kültürünü yerleştirmektir.

İlişkili Taraf İşlemleri Politikası

Şirket ve Yönetim Kurulu, tüm ilişkili taraf işlemlerini, Türk Sermaye Piyasası Mevzuatı, Vergi Mevzuatı ve ilgili sair mevzuatta uygun olarak gerçekleştirmeyi amaçlamaktadır. Yönetim Kurulu, bu politikanın uygulanmasından ve bu politika kapsamında hazırlanan tüm kılavuz ve prosedürlerin tam olarak uygulanması ve takip edilmesinden sorumludur. Süreklilik arz etmeyen ilişkili taraf işlemlerinden, bir önceki yıla ait gelir tablosunda yer alan brüt kârın % 1'ini aşan işlemler, Yönetim Kurulu'nun onayına tabidir. Süreklilik arz etmeyen ilişkili taraf işlemlerinin gerçekleştirilebilmesi için Bağımsız Yönetim Kurulu Üyeleri'nin çoğunluğunun onayının alınması gerekmektedir. Yönetim Kurulu'nda iki Bağımsız Yönetim Kurulu Üyesi'nin bulunması durumunda, mevcut iki üyenin de ilgili süreklilik arz etmeyen ilişkili taraf işlemini onaylaması gerekmektedir. Bağımsız Yönetim Kurulu Üyeleri'nin çoğunluğunun onayının alınamaması durumunda, ilgili süreklilik arz etmeyen ilişki taraf işlemlerine ilişkin Genel Kurul'un onay vermesi gerekmektedir.

Süreklilik arz eden ilişkili taraf işlemleri için, bir önemlilik eşiği uygulanmamakta olup, tüm süreklilik arz eden ilişkili taraf işlemleri için, çerçeve nitelikte bir yönetim kurulu kararı alınmaktadır.

Denetim Komitesi, ilgili çeyrek yıl finansallarının yayınlanmasını müteakiben gerçekleştireceği üç aylık toplantılarında, (Çerçeve Yönetim Kurulu Kararı'na istinaden) yıllık onayı alınmış ilgili süreklilik arz eden ilişkili taraf işlemi uyarınca söz konusu çeyrek dönem içerisinde gerçekleşmiş ilişkili taraf işlemlerini incelemektedir.

İlişkili taraf işlemlerine ilişkin yönetim kurulu kararları "içsel bilgi" olarak değerlendirilmekte ve ilgili sermaye piyasası düzenlemeleri kapsamında kamuya açıklanmaktadır.

Bununla beraber, Denetim Komitesi, ilişkili taraf işlemlerine ilişkin yıllık incelemesini müteakiben, Yönetim Kurulu'na bir rapor sunmakta ve bu rapor daha sonra Şirket'in yıllık faaliyet raporuna dâhil edilmektedir.

Bilgilendirme Politikası

I- Amaç ve Kapsam

ŞOK Marketler Ticaret A.Ş. ("Şirket"), iş bu Bilgilendirme Politikası çerçevesinde, Sermaye Piyasası Mevzuatı hükümleri, Kurumsal Yönetim İlkeleri ve Şirket Esas Sözleşmesi hükümleri ile uyumlu olarak tam ve zamanında kamuyu bilgilendirmektedir.

Şirket Bilgilendirme Politikası'nın 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.

Ancak, bu düzenlemeler uyarınca Şirket duyurması halinde meşru çıkarlarına zarar gelebilecek durumlarda ticari sır kapsamındaki ve belirli bazı gizli bilgileri mevzuatta belirlenen esaslar çerçevesinde kamuya duyurmaktan imtina edebilmektedir.

Bilgilendirme Politikası, Şirket bünyesindeki tüm çalışanları kapsamaktadır.

II- Yetki ve Sorumluluk

Şirket'in Bilgilendirme Politikası Yönetim Kurulu'nun yetkisi altında oluşturulmakta ve uygulanmaktadır. Yönetim Kurulu, zaman zaman ilgili düzenlemeler gereği bu politikada değişiklik yapma yetkisini de saklı tutmaktadır. Bilgilendirme politikası ve politikada yapılacak değişiklikler, Yönetim Kurulu'nun onayını takiben Şirket'in internet sitesinde yayımlanmaktadır.

Bilgilendirme Politikası'nın uygulanması, geliştirilmesi ve takip edilmesinden Yönetim Kurulu sorumludur.

Kamuyu aydınlatma ile ilgili her türlü hususu gözetmek ve izlemek finansal yönetim ve raporlamadan sorumlu yöneticiler ile Yatırımcı ilişkileri Bölümü'nün sorumluluğundadır. Söz konusu yetkililer, Kurumsal Yönetim Komitesi, Denetim Komitesi ve Yönetim Kurulu ile yakın işbirliği içinde bu görevlerini yerine getirmektedir.

III- Bilgilendirme Yöntem ve Araçları

İşbu Bilgilendirme Politikası çerçevesinde Şirket tarafından kullanılan bilgilendirme yöntem ve araçları aşağıda belirtilmiştir:

- Özel durum açıklamaları,
- Periyodik olarak açıklanan finansal tablolar, bağımsız denetim raporu, beyanlar ile yıllık ve ara dönem faaliyet raporları,
- Şirket'in internet sitesi (www.sokmarket.com.tr), Ticaret Sicil Gazetesi aracılığı ile yapılan ilan ve duyurular, Telefon, e-posta, faks gibi iletişim araçlarıyla yapılan iletişim yöntemleri, yazılı ve görsel medya aracılığıyla yapılan açıklamalar, Reuters, Foreks, Bloomberg gibi veri dağıtım kuruluşlarına yapılan açıklamalar, yatırımcılar, analistlerle yüz yüze veya telekonferansla yapılan bilgilendirme toplantıları.

IV- Bilgilendirme Toplantıları veya Basın Toplantılarında Açıklanan Sunum ve Raporlara İlişkin Esaslar

Pay sahipleri, yatırımcılar ve analistlerden Şirket'e iletilen bilgi talepleri, kamuya açıklanmış bilgiler çerçevesinde Yatırımcı ilişkileri

Bölümü tarafından doğru, eksiksiz ve eşitlik ilkesi gözetilerek yazılı, sözlü ya da bilgilendirme toplantıları vasıtasıyla yanıtlanmaktadır.

Geleceğe yönelik değerlendirmeler de dahil olmak üzere özel durumlara konu hususların kamuya duyurulmasında basın-yayın organları, basın toplantısı ve/veya basın bültenlerinden veya diğer iletişim yollarından da yararlanılabilmektedir. Bu duyuruların öncesinde veya eş zamanlı olarak KAP'ta da açıklama yapılabilmekte ve Şirket internet sitesinde de ayrıca yer verilmektedir.

Şirket yetkilileri, zaman zaman, yatırımcılar ve analistlerle bilgi paylaşmak amacıyla ulusal ve uluslararası düzeyde konferanslara veya toplantılara iştirak edebilmektedir. Bu kullanılan sunumlar da Şirket'in internet sitesinde yayınlanabilmektedir.

V- Şirket Hakkında Basın-Yayın Organlarında veya İnternet Sitelerinde Yer Alan Haber ve Söylentilerin Takibi ile Buna İlişkin Açıklamaların Yapılma Esasları

Şirket, ulusal veya uluslararası basın-yayın organları veya diğer iletişim kanallarında yer alan haber ve söylentileri yurt içinde anlaştığı veri dağıtım kanalları aracılığıyla ve ayrıca kendi bünyesinde takip etmekte ve ilk kez kamuya duyurulan veya daha önce kamuya duyurulmuş bilgilerden farklı içerikteki haber veya söylentilerin varlığı halinde; Şirket paylarının değerini, fiyatını veya yatırımcıların yatırım kararlarına etkisini şirket iç düzenlemeleri çerçevesinde değerlendirmekte ve gerekli gördüğü hallerde, erteleme kararı alınmış olsa dahi bunların

doğru veya yeterli olup olmadığı konusunda derhal sermaye piyasası mevzuatında belirlenen esaslar çerçevesinde kamuya açıklama yapılmaktadır.

Basın-yayın organlarında çıkan ancak özel durum açıklaması yapılması yükümlülüğü doğurmayan haber ve söylentilere ilişkin Şirket isterse açıklama yapabilmektedir. Bu açıklamalar basınla yazılı veya sözlü iletişim şeklinde olabileceği gibi Şirket'in internet sitesi (www.sokmarket.com.tr) aracılığıyla da kamuya duyurulabilmektedir.

Basın ve yayın organları ve diğer iletişim yolları ile, kamuya açıklanmış bilgilere dayalı olarak yapılan yorum, analiz, değerlendirme ve tahminlere ilişkin olarak, bunların yeterliliği ve doğruluğuna ilişkin Şirket tarafından kamuya açıklama yapılmak zorunluluğu yoktur.

VI- Özel Durumların Kamuya Açıklanmasına Kadar Gizliliğinin Sağlanmasına Yönelik Alınan Tedbirler

Şirket tarafından düzenlenen finansal tablo ve raporlar ile bağımsız denetim raporlarının hazırlandığı hesap döneminin bitimini izleyen günden söz konusu tablo ve raporların mevzuata uygun şekilde kamuya duyurulmasına kadar geçen süre, "Sessiz Dönem" olarak adlandırılmıştır. Sessiz dönem boyunca Şirket yetkilileri, Şok Marketleri adına kamuya açıklanmış bilgiler hariç Şirket'in faaliyetleri, finansal performansı veya finansal görünümü hakkında yorumda bulunulmamakta, herhangi bir analist ya da yatırımcı gibi sermaye piyasası katılımcılarının soruları cevaplandırılmamakta, ancak bu dönem Şirket yetkililerinin konferans, panel ve/veya seminerlere katılımlarına engel oluşturmaktadır.

Şirket yöneticileri ve söz konusu kişilerin eşleri, çocukları ya da aynı evde yaşadıkları kişiler, Şirket tarafından düzenlenen 6 aylık ve yıllık finansal tablo ve raporlar ile bağımsız denetim raporlarının hazırlandığı hesap döneminin bitimini izleyen günden söz konusu tablo ve

raporların mevzuata uygun şekilde kamuya duyurulmasına kadar geçen süre içerisinde, Şirket paylarında veya bu paylara dayalı sermaye piyasası araçlarında işlem yapamamaktadır. Şirket'in bağlı ve hakim ortaklıklarının yöneticileri ile Şirket ile bağlı ve hakim ortaklıklarında pay sahibi olmaları nedeniyle içsel bilgi veya sürekli bilgilere sahip olan kişiler de bu yasak kapsamındadır.

Şirket, meşru çıkarlarının zarar görmemesi için içsel bilgilerin kamuya açıklanmasını, yatırımcıların yanıltılmasına yol açmaması ve bu bilgilerin gizli tutulmasını sağlayabilecek olması kaydıyla erteleyebilmektedir. Bu durumlarda Şirket, sermaye piyasası mevzuatı uyarınca, içsel bilgilerin gizliliğini temin etmek üzere her türlü tedbiri almaktadır.

Şirket, yönetici ve çalışanlarını, meslek içi eğitimleri kanalıyla, içsel bilgilerle ilgili olarak kanun ve ilgili mevzuatta yer alan yükümlülüklerle ve bu bilgilerin kötüye kullanımı veya yayılması ile ilgili yaptırımlara ilişkin bilgilendirmektedir. Ayrıca, bu hususlara Şirket içi Etik Kurallara ilişkin düzenlemelerde de yer verilmektedir. Şirket içsel bilgilere erişimi olan kişiler listesinde yer alanlar haricindeki çalışanlar ve hizmet alınan üçüncü kişilerin bu bilgilere erişimini önleyecek nitelikte gizlilik taahhüdü alınması ve benzeri yöntemlerle gereken tedbirleri almaktadır.

İçsel bilgilere erişimi olan kişiler ise, içsel bilgilerle ilgili olarak kanun ve ilgili mevzuatta yer alan yükümlülükleri kabul etmelerini sağlayacak şekilde, bu bilgilerin kötüye kullanımı veya yayılması ile ilgili yaptırımlardan yazılı olarak imza karşılığı bilgilendirilmektedir.

VII- İdari Sorumluluğu Bulunan Kişilerin Belirlenmesinde Kullanılan Esaslar

Sermaye Piyasası Mevzuatı çerçevesinde, "İdari Sorumluluğu Bulunan Kişiler", Şirket'in yönetim kurulu üyelerini, yönetim kurulu üyesi olmadığı halde, Şirket'in içsel

bilgilerine doğrudan ya da dolaylı olarak düzenli bir şekilde erişen ve Şirket'in gelecekteki gelişimini ve ticari hedeflerini etkileyen idari kararları verme yetkisi olan kişiler olarak tanımlanmıştır.

VIII- Geleceğe Yönelik Değerlendirmelerin Açıklanmasına İlişkin Esaslar

Geleceğe ilişkin içsel bilgi niteliğindeki plan ve tahminleri içeren veya yatırımcılara ihraççının gelecekteki faaliyetleri ile finansal durumu ve performansı hakkında fikir veren değerlendirmeler sermaye piyasası mevzuatında belirtilen esaslar çerçevesinde, Yönetim Kurulu kararı ile kamuya açıklanabilmektedir.

Geleceğe yönelik değerlendirmeler, makul varsayım ve tahminlere dayandırılmakta ve öngörülemeyen riskler ve gelişmeler dolayısıyla sapma durumunda, daha önce kamuya açıklanan hususlar ile gerçekleştirmeler arasında önemli ölçüde bir farklılık bulunması halinde, bu farklılıkların nedenlerine de yer verilmek suretiyle kamuya açıklama yapılmaktadır. Kamuyu bilgilendirme yetkisine haiz olan yöneticiler tarafından, beklentilerin açıklanmasında Yönetim Kurulu tarafından karara bağlanmamış şirket faaliyetlerini ve stratejilerini içeren konuların bulunmamasına dikkat edilmektedir.

Geleceğe yönelik değerlendirmeler, sermaye piyasası mevzuatındaki esaslar çerçevesinde, özel durum açıklamalarının yanı sıra, Yönetim Kurulu kararı ile yetkilendirilecek kişiler tarafından, basın-yayın organları, basın toplantısı ve/veya basın bültenleri, ulusal ve uluslararası düzeyde konferans veya toplantılar veya diğer iletişim yollarından yararlanılarak yapılabilmektedir.

Bu politikanın uygulama esas ve usulüne ilişkin tüm sorular, Yatırımcı ilişkileri Bölümü'ne yöneltilmelidir.

Bağış Politikası

ŞOK Marketler Ticaret A.Ş., Olağan Genel Kurul'da ortakların bilgisine sunulması kaydıyla, üniversitelere, öğretim kurumlarına, vakıflara, kamuya yararlı derneklere veya bu gibi kişi veya kurumlara Kanun, SPK'nın Kâr Payı Tebliği (II-19.1), Türk Ticaret Kanunu ve diğer ilgili sermaye piyasası mevzuatında belirtilen esaslar dahilinde yardım ve bağış yapabilmektedir.

Tüm bağış ve yardımlar Şirket'in vizyon, misyon ve politikalarına uygun ve Şirket'e ait etik ilkeler ile değerler ve yıllık bütçe ödenekleri göz önünde bulundurularak yapılmaktadır. Bağış ve yardımlar, nakdi ve ayni olmak üzere iki şekilde yapılabilmektedir. Şirket'in ilgili mali yıl içinde yapmış olduğu bağışlar dağıtılabilir kâr matrahına eklenmektedir. Yapılacak bağış ve yardımlar en son açıklanan yıllık finansal tablolarındaki net satış tutarının %0,2 (binde iki)'sini geçmemesi hükme bağlanmıştır. Bu sınırı değiştirmek Genel Kurul yetkisi dahilindedir. Dönem içinde yapılan tüm bağış ve yardımların tutarı ve yararlanıcıları hakkında Genel Kurul Toplantısı'nda ayrı bir gündem maddesi ile ortaklara bilgi verilmektedir.

Risk Yönetimi

ŞOK Marketler Ticaret A.Ş.'nin halka arz süreciyle birlikte daha sistematik bir Risk Yönetimi yaklaşımı için Şirket'in kurumsal yapısı güçlendirilmeye devam etmektedir. Şirket'in sürdürülebilirlik çalışmaları kapsamında güvenlik, ürün güvenliği, tedarik zinciri, is sağlığı ve güvenliği gibi geleneksel is risklerinin yanı sıra finansal ve finansal olmayan tüm risklerin daha kapsamlı ve sistematik olarak değerlendirilmesi hedeflenmektedir.

Riskler, bölüm bazında yönetilirken, gelişen yönetim anlayışında risk bir bütün olarak anlaşılıp kurum bazında değerlendirilmektedir. Risk değerlemesi Kurumsal Risk Yönetim prensiplerini benimsemiş şirketlerde Yönetim Kurulu'nun etkili risk yönetimi yapısını sağlayan bir risk komitesi bulunmakta ve riski ölçebilmektedir.

Sermaye Risk Yönetimi

Şirket, sermaye yönetiminde, bir yandan faaliyetlerinin sürekliliğini sağlamaya çalışırken, diğer yandan da borç ve özkaynak dengesini en verimli şekilde kullanarak karını artırmayı hedeflemektedir.

Sermaye yapısı, Şirketin finansal tablo ve dipnotlarını içeren denetim raporunun 6. notta açıklanan kredileri de içeren borçlar, 8. notta açıklanan Şirket dışı ticari olmayan borçlar, 26. notta açıklanan ilişkili taraflara diğer borçlar ve ilişkili taraflardan diğer alacaklar, 5. notta açıklanan nakit ve nakit benzerleri ve 19. notta açıklanan sermaye ve yedekleri içeren özkaynak kalemlerinden oluşmaktadır.

Üst yönetim endüstrideki diğer firmalarla tutarlı olmak üzere sermayeyi kaldıraç oranına göre inceler.

Kredi riski yönetimi

Finansal aracın taraflarından birinin sözleşmeye bağlı yükümlülüğünü yerine getirememesi nedeniyle Şirket'e finansal bir kayıp oluşturması riski, kredi riski olarak tanımlanır.

Şirket'in müşterileri gerçek tüketici seviyesindeki müşteriler olduğu için satışlardan doğan alacaklarının önemli bir kısmı kredi kartı slip alacaklarından oluşmaktadır ve Şirket'in kredi kartı slip alacakları ile ilgili kredi riski bulunmamaktadır. Şirket'in yatırımları ile ilgili olarak vermiş olduğu avans, depozito, vs. nedeniyle doğan riskler, çeşitli bankalardan talep edilen teminat mektupları ile kontrol altında tutulmaktadır. Şirket'in prosedürlerine göre banka teminat mektubu olmaksızın hiçbir şekilde avans, depozito vs. ödemesi yapılmamaktadır.

Likidite risk yönetimi

Şirket, tahmini ve fiili nakit akımlarını düzenli olarak takip ederek ve finansal varlıkların ve yükümlülüklerin vadelerinin eşleştirilmesi yoluyla yeterli fonların ve borçlanma rezervinin devamını sağlayarak, likidite riskini yönetir.

Piyasa riski yönetimi

Faaliyetleri nedeniyle Şirket, çok sınırlı olmak kaydıyla döviz kurundaki değişiklikler ile ilgili finansal risklere maruz kalmaktadır. Şirket düzeyinde karşılaşılan piyasa riski, duyarlılık analizi esasına göre ölçülmektedir. Cari yılda Şirket'in maruz kaldığı piyasa riskinde ya da karşılaşılan riskleri ele alış yönteminde veya bu riskleri nasıl ölçtüğüne dair kullandığı yöntemde, önceki seneye göre önemli bir değişiklik olmamıştır.

Kur riski yönetimi

Yabancı para cinsinden işlemler, kur riskinin oluşmasına sebebiyet vermektedir. Şirket faaliyetlerinin ve finansman anlaşmalarının nakit akışlarının sonucunda ortaya çıkan kur riskinden korunmak amacıyla türev finansal araçlardan yararlanmamaktadır.

Şirket'in değişken faizli finansal yükümlülüğü olmadığından faiz oranı riskine maruz kalmamaktadır. Şirket'in herhangi bir hisse / bono vs. gibi fiyat dalgalanmasına maruz kalabilecek herhangi bir yatırımı veya yükümlülüğü bulunmamaktadır.

Bilanço Sonrası Hususlara İlişkin Açıklamaları

Bulunmamaktadır.

Sorumluluk Beyanı

Finansal Tablo ve Faaliyet Raporlarının Kabulüne İlişkin Yönetim Kurulu'nun

KARAR TARİHİ: 06.03.2019

KARAR SAYISI:

SERMAYE PİYASASI KURULU'NUN "SERMAYE PİYASASINDA FİNANSAL RAPORLAMAYA İLİŞKİN ESASLAR TEBLİĞİ" NİN İKİNCİ BÖLÜMÜNÜN 9. MADDESİ GEREĞİNCE SORUMLULUK BEYANI

Şirketimizin 1 Ocak 2018 – 31 Aralık 2018 dönemine ilişkin, Sermaye Piyasası Kurulu'nun (SPK) Seri II.14.1. sayılı "Sermaye Piyasasında Finansal Raporlamaya İlişkin Esaslar Tebliği" ve SPK'nın 10.1.2019 tarih 2/49 sayılı kararı ile "II-17.1 sayılı Kurumsal Yönetim Tebliği" uyarınca Türkiye Muhasebe Standartları/Türkiye Finansal Raporlama Standartları ("TMS/ TFRS"), ve SPK tarafından belirlenen formatlara uyumlu olarak hazırlanan dipnotları ile birlikte konsolide finansal tablolar, yıl sonu Faaliyet Raporu ve KAP platformu üzerinden Kurumsal Yönetim Uyum Raporu (URF) ve Kurumsal Yönetim Bilgi Formu'nun (KYBF) şablonları uyarınca yayımlanan Kurumsal Yönetim Raporlamalarının SPK mevzuatı düzenlemeleri doğrultusunda;

a) Tarafımızca incelendiğini,

b) Şirketimizdeki görev ve sorumluluk alanımızda sahip olduğumuz bilgiler çerçevesinde, finansal tablolar ve faaliyet raporunun önemli konularda gerçeğe aykırı bir açıklama veya açıklamanın yapıldığı tarih itibarıyla yanıltıcı olması sonucunu doğurabilecek herhangi bir eksiklik içermediğini,

c) Şirketimizdeki görev ve sorumluluk alanımızda sahip olduğumuz bilgiler çerçevesinde, yürürlükteki finansal raporlama standartlarına göre hazırlanmış finansal tabloların konsolidasyon kapsamındakilerle birlikte, Şirketimizin aktifleri, pasifleri, finansal durumu ve kar ve zararı ile ilgili gerçeği dürüst bir biçimde yansıttığını ve faaliyet raporunun işin gelişimi ve performansını ve konsolidasyon kapsamındakilerle birlikte Şirketimizin finansal durumunu karşı karşıya olunan önemli riskler ve belirsizliklerle birlikte, dürüst bir biçimde yansıttığını,

Bilgilerinize sunar, yapılan açıklamadan dolayı sorumlu olduğumuzu beyan ederiz,

Saygılarımızla,
Şok Marketler Tic. A.Ş.

Ziya KAYACAN
CFO

Ahmet BAL
Yönetim Kurulu Üyesi
Denetim Komitesi Başkanı

Kurumsal Yönetim İlkelerine Uyum Raporu

ŞOK MARKETLER TİCARET A.Ş. KURUMSAL YÖNETİM UYUM RAPORU

BÖLÜM I. KURUMSAL YÖNETİM İLKELERİNE UYUM BEYANI

Şirket'in Kurumsal Yönetim İlkeleri'ne uyum düzeyine ilişkin değerlendirme ve tespitleriyle uyum düzeyinin kapsam ve nitelik itibarıyla geliştirilmesine yönelik düşünceleri aşağıda kapsamlı olarak sunulmuştur.

Sermaye Piyasası Kurulu (SPK), 06/12/2012 tarihli ve 6362 sayılı Sermaye Piyasası Kanunu'nun 17. maddesi ve 31.2014 tarihli II-17.1 Kurumsal Yönetim Tebliği'ne dayanılarak bazı Kurumsal Yönetim İlkeleri Borsa İstanbul'da (BİST) işlem gören şirketler için zorunlu hale getirilmiştir.

Bu doğrultuda SPK'nın zorunlu olarak uygulanmasını öngördüğü hükümlere uyulması aynen kabul edilmiş, Tebliğler 'de söz konusu diğer ilkelere uyum sağlanmasına yönelik gerekli çalışmalar yapılmaktadır.

Bu kapsamda;
"Yatırımcı İlişkileri Bölümü" oluşturulmuş,

- Kurumsal Yönetim İlkeleri Tebliği'nde belirtilmiş olan sayıda Bağımsız Yönetim Kurulu Üye adaylarının belirlenmesi, kamuya duyurulması ve özgeçmişlerinin paylaşılması ile Yönetim Kurulu oluşturulmuş,
- Yönetim Kurulu'na bağlı olarak görev yapacak olan Kurumsal Yönetim Komitesi, Denetim Komitesi, Riskin

Erken Saptanması Komitesi oluşturulmuş,

- Komitelerin çalışma esasları Kamuyu Aydınlatma Platformu ve internet sitesinde yayınlanmış,
- Komite üyelerinin başkanları Yönetim Kurulu Bağımsız Üyelerinden seçmiş,
- Genel Kurul'dan 3 hafta evvel bilgilendirme dokümanı, toplantı ajandası, faaliyet raporu, Yönetim Kurulu Üye Adayların özgeçmişleri ve açıklanması gereken diğer bilgileri yatırımcıların ve hissedarların bilgisine sunulmuş,
- Komite üyelerinin Kurumsal Yönetim Tebliği'ne uygun hale gelmesine yönelik olarak yatırımcı ilişkileri müdürü kurumsal yönetim komitesine dahil edilmiş,
- İçeriden alınan bilgilerin ticareti ile ilgili gerekli düzenlemeleri yapmış,
- Yönetim Kurulu'na kadın üye seçmiş,
- İnternet sitesini ilkelere belirtilen şekilde düzenlemiş,
- Zorunlu olmayan Kurumsal Yönetim İlkeleri'ne de tam uyum amaçlanmakla birlikte; ilkelerin bir kısmında uygulamada yaşanan zorluklar, bazı ilkelerin ise piyasanın ve Şirket'in mevcut yapısı ile tam örtüşmemesi gibi nedenlerle tam uyum henüz sağlanamamıştır.
- Henüz uygulamaya konulmamış olan ilkeler, bugüne kadar menfaat sahipleri arasında herhangi bir çıkar çatışmasına yol açmamış olsa da, üzerinde çalışılmakta olup; Şirket'in etkin yönetimine katkı sağlayacak şekilde idari, hukuki ve teknik alt yapı çalışmalarının

tamamlanması sonrasında uygulamaya geçilmesi planlanmaktadır.

31 Aralık 2018 tarihinde sona eren faaliyet döneminde Kurumsal Yönetim Tebliği ekinde yer alan Kurumsal Yönetim İlkeleri'ne uyum kapsamındaki açıklamalara faaliyet raporunda, KAP'ta açıklanan Kurumsal Yönetim Uyum Raporu ("URF") ve Kurumsal Yönetim Bilgi Formu ("KYBF") ve faaliyet raporunun ilgili diğer bölümlerinde yer verilmiştir. İlgili raporlamalara (<https://www.kap.org.tr/tr/sirket-bilgileri/ozet/3913-sok-marketler-ticaret-a-s>) adresinden ulaşılabilir.

Ortaklığın kurumsal yönetim uygulamalarında söz konusu ilkeler çerçevesinde mekanizmaların daha iyi işletilmesi ve uygulamaya konulamamış gönüllü ilkeler dahil kurumsal yönetim uygulamalarını geliştirmeye yönelik çalışmalara devam edilecektir.

Uygulanmayan Kurumsal Yönetim İlkelerinin Gerekçeleri

- Menfaat sahiplerinin yönetime katılımı konusunda bir model veya mekanizma henüz oluşturulmamıştır. Ancak Yönetim Kurulu'nda yer alan Bağımsız Üyeler Şirket'in ve pay sahiplerinin yanı sıra tüm menfaat sahiplerinin de yönetimde temsil edilmesini mümkün kılmaktadır. Şirket, çalışanlar, tedarikçiler, çeşitli sivil toplum kuruluşları ve diğer bütün menfaat sahiplerinin görüş ve önerilerini dikkate almaktadır.
- Kurumsal Yönetim İlkeleri'nin 31.2 no.lu maddesi uyarınca oluşturulması gereken,

çalışanlara yönelik yazılı bir tazminat politikası hali hazırda bulunmamakta olup çalışmalar devam etmektedir.

- Yönetim Kurulu üye sayısı sebebiyle, bir yönetim kurulu üyesi birkaç komitede birden görev almaktadır.
- "Kurumsal Yönetim İlkeleri"nin 4.6.5 no.lu maddesi uyarınca Yönetim Kurulu Üyelerine ve üst düzey yöneticilere verilen ücretler ile sağlanan diğer tüm menfaatler yıllık faaliyet raporu vasıtasıyla kamuya açıklanmaktadır. Ancak yapılan açıklama kişi bazında değildir.
- Esas Sözleşme'de, bireysel bir hak olmak üzere, pay sahiplerine genel kuruldan özel denetim istemeyi talep edebileceği yönünde bir hüküm bulunmamaktadır. Özel denetçi atanması ile ilgili TTK ve SPK düzenlemelerinin yeterli olduğu düşünülmektedir. 01.07.2012 tarihinde yürürlüğe giren 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu'nun getirdiği düzenlemeler çerçevesinde her pay sahibinin özel denetim isteme hakkı gözetilmektedir.

Kurumsal Yönetim Tebliği'nde Belirtilen Sayıda Bağımsız Yönetim Kurulu Üyesi Adaylarının Özgeçmişleri

Kurulan Yönetim Kurulu komiteleri aktif olarak görev yapmaktadır. Komite çalışma esasları internet sitesinde yayınlanmıştır. Komite üyelerinin başkanları Bağımsız Yönetim Kurulu üyelerinden oluşturulmuştur. Genel Kurul'dan 3 hafta evvel toplantı ajandası, faaliyet raporu ve açıklanması gereken diğer bilgiler yatırımcıların ve hissedarların bilgisine sunulmuştur. Şirket internet sitesi ve faaliyet raporu gözden geçirilmiş

ve güncelleştirilmesi yönünde çalışmalar yapılmıştır. Bağımsız Yönetim Kurulu Üyelerinin seçiminde bağımsızlık hususunda taramaları gerçekleştirilmiş olup, adaylar aday komitesi tarafından Yönetim Kurulu'na sunulmuştur. Bağımsız Yönetim Kurulu üyelerinin özgeçmişleri, Yönetim Kurulu bölümünde ayrıca verilmiştir.

BÖLÜM II – PAY SAHİPLERİ

2.1. Yatırımcı İlişkileri Bölümü

Yatırımcı İlişkileri Bölümü, Şirket CFO'su Ziya Kayacan'a doğrudan bağlı olarak çalışan Yatırımcı İlişkileri Müdürlüğü bünyesinde yürütülmektedir.

Yatırımcı İlişkileri Bölümü ile ilgili Şirket sorumlu yöneticilerine ilişkin bilgi aşağıda yer almaktadır. Söz konusu birim, mevcut ve potansiyel paydaşlar tarafından yazılı, sözlü veya internet vasıtasıyla yapılan başvuruları yanıtlamaktadır. Ayrıca yurt içinde ve yurt dışında düzenlenen yatırımcı konferanslarına da düzenli katılım göstermekte, yerli ve yabancı kurumsal yatırımcılar ile de görüşmeler gerçekleştirmektedir.

Pay sahipleri, hissedar ve paydaşların bilgilendirilmesine yönelik BİST, SPK ve MKK açıklamaları ve bu kurumlarla sürdürülen iletişim, bu birim tarafından yürütülmektedir. Hissedarlarla, olağan ve olağanüstü genel kurullar dışında, gerekli oldukça proje bazında veya onlardan gelen talepler doğrultusunda da toplantılar düzenlenmektedir.

Şirket yönetimi 2018 yılı içerisinde 4 konferans 1 roadshow toplantısına katılmış; mevcut ve potansiyel pay sahipleri ile 350'nin üzerinde görüşme gerçekleştirmiştir.

Yatırımcı İlişkileri Bölümü ile ilgili iletişim bilgileri aşağıda yer almaktadır:

Ziya KAYACAN (CFO),

Tel: 0850 – 221 6755

E posta adresi: yatirimciiliskileri@sokmarket.com.tr

Çağrı DEMİREL (Yatırımcı İlişkileri Müdürü ve Kurumsal Yönetim Komitesi Üyesi)

Tel: 0850 – 221 6755

E Posta Adresi: yatirimciiliskileri@sokmarket.com.tr

2.2. Pay Sahiplerinin Bilgi Edinme Haklarının Kullanımı

Dönem içinde pay sahiplerinden gelen yazılı ya da sözlü bilgi talepleri, ticari sır niteliğinde olan veya kamuya açıklanmamış bilgiler hariç olmak üzere karşılanmıştır. Pay sahipliği haklarının sağlıklı olarak kullanılabilmesi için gerekli olan bütün bilgiler çeyreklik ve yıllık faaliyet raporlarımızda, özel durum açıklamalarımızda ve bireysel talepler vasıtasıyla pay sahiplerimizin kullanımına sunulmaktadır. Aynı zamanda, www.sokmarket.com.tr ve www.sokmarketyatirimciiliskileri.com adresinde de gerekli bilgiler pay sahiplerinin kullanımına elektronik ortamda sunulmuştur.

Şirketimiz Esas Sözleşmesi'nde Madde 15'te Şirket denetiminin usul ve esaslarına ilişkin bilgi paylaşılmış olup, dönem içinde özel denetçi tayini talebi olmamıştır.

Kurumsal Yönetim İlkelerine Uyum Raporu

2.3. Genel Kurul Toplantıları

13.01.2011 tarih ve 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu'nun (TTK) 1527. maddesinde; anonim şirket genel kurullarına elektronik ortamda katılma, öneride bulunma, görüş açıklama ve oy vermenin, fizikî katılım ve oy vermenin bütün hukuki sonuçlarını doğurduğu, genel kurullara elektronik ortamda katılma ve oy kullanma sisteminin borsaya kote şirketler açısından zorunlu olduğu hükmüne bağlı olarak e-Genel Kurul fiziki Genel Kurul ile aynı tarihte ve paralel olarak yapılmaktadır. 2017 yılına ait Olağan Genel Kurul toplantısı, 611.928.571 TL'lik ödenmiş sermayenin yaklaşık %85'ini temsil eden pay sahiplerimizin katılımıyla, 18.07.2018 tarihinde Kısıklı Mahallesi Hanımseti Sokak No:35 B/1 Üsküdar/İSTANBUL adresinde gerçekleştirilmiştir. Toplantıya 11 TL'lik sermayeye karşılık gelen 11 adet hissenin sahipleri fiziken katılmış, 520.153.542 TL'lik hisse vekaleten temsil edilmiştir. Toplantıya medyadan katılım olmamıştır. Toplantıya ait davet, Kanun ve ana sözleşmede öngörüldüğü gibi, gündemi de ihtiva edecek şekilde, Şirket'in resmi internet sitesi olan www.sokmarket.com.tr adresinde ve Kamuyu Aydınlatma Platformu'nda ilan edilmek ve ayrıca toplantı gün ve gündeminin bildirilmesi suretiyle süresi içinde yapılmıştır. Yıllık faaliyet raporu dahil mali tablo ve raporlar, kar dağıtım önerisi, yönetim kurulu üyesi seçimine yönelik olarak aday üye özgeçmişleri, esas sözleşme tadil tasarısı ve gündem maddelerine dayanak teşkil eden diğer belgeler

Genel Kurul toplantısına davet için yapılan ilan tarihinden itibaren şirketimizin merkez ve şubelerinde pay sahiplerimizin incelemelerine açık tutulmuştur. Ayrıca genel kurul toplantısı öncesinde gündem maddeleri, vekaletname örneği, yönetim kurulu üyesi seçimine yönelik olarak aday üye özgeçmişleri, esas sözleşme tadil tasarısı, bilanço, kâr-zarar tabloları, bağımsız denetim raporu ve dipnotları, denetçi raporu, kar dağıtımına ilişkin yönetim kurulu kararı ve bağımsız denetim kurulu seçimine ilişkin karar, hazır edilmek suretiyle www.sokmarketyatirimciiliskileri.com internet adresinde yayınlanmıştır.

Genel Kurul toplantısında, gündemde yer alan konular tarafsız ve ayrıntılı bir şekilde, açık ve anlaşılabilir bir yöntemle aktarılmış; pay sahiplerine eşit şartlar altında düşüncelerini açıklama ve soru sorma imkânı verilmiş ve sağlıklı bir tartışma ortamı yaratılmıştır.

Genel Kurul toplantısında dönem içinde yapılan bağış ve yardımların tutarları ayrı bir gündem maddesi olarak görüşülmüş ve ortaklara bilgi verilmiştir.

Toplantı gündemi ile ilgili olarak pay sahipleri tarafından Şirkete herhangi bir talep iletilmemiştir.

2018 yılında düzenlenen Olağan Genel Kurul Toplantısında alınan kararlar Kamuyu Aydınlatma Platformunda 18 Temmuz 2018 tarihinde yayınlanmıştır.

2.4. Oy Hakları ve Azınlık Hakları

Ana Sözleşme gereğince her pay bir oy hakkına sahiptir.

Şirket genel kurul toplantılarına katılma hakkı bulunan hak sahipleri bu toplantılara, Türk Ticaret Kanunu'nun 1527. Maddesi uyarınca elektronik ortamda da katılabilir. Şirket, Anonim Şirketlerde Elektronik Ortamda Yapılacak Genel Kurullara ilişkin Yönetmelik hükümleri uyarınca hak sahiplerinin genel kurul toplantılarına elektronik ortamda katılmalarına, görüş açıklamalarına, öneride bulunmalarına ve oy kullanmalarına imkan tanıyacak elektronik genel kurul sistemini kurabileceği gibi bu amaç için oluşturulmuş sistemlerden de hizmet satın alabilir. Yapılacak tüm genel kurul toplantılarında esas sözleşmenin bu hükmü uyarınca, kurulmuş olan sistem üzerinden hak sahiplerinin ve temsilcilerinin, anılan Yönetmelik hükümlerinde belirtilen haklarını kullanabilmesi sağlanmaktadır.

Ana Sözleşme'de, pay sahibi olmayan kişilerin temsilci olarak vekaleten oy kullanmasını engelleyen hükümler bulunmamaktadır. Şirket'in karşılıklı iştirak içinde olduğu bir şirket bulunmamaktadır.

Şirket sermayesinde pay grupları ve hisseler üzerinde herhangi bir imtiyaz bulunmamaktadır. Şirket'te birikimli oy kullanma yöntemi uygulanmamaktadır.

2.5. Kâr Payı Hakkı

Şirket karına katılım konusunda Esas Sözleşme'de herhangi bir imtiyaz bulunmamaktadır. Şirket'in "Kar Dağıtım Politikası", faaliyet raporları ve internet sitesi aracılığıyla kamuya açıklanmıştır. Şirket'in söz konusu politikası aşağıda verilmiştir:

"Kâr dağıtım politikası, Şirket'in orta ve uzun vadeli stratejileri, yatırım ve finansal planları dikkate alınarak belirlenmektedir. Şirket, 2018 yılı kazançlarından başlamak üzere Yönetim Kurulu Önerisi ile Genel Kurul'un onayı ve bunlarca yapılabilecek değişikliklere ve Türkiye'de uygulanmakta olan mevzuata tabi olarak, Şirket'in nakit akışı gerekliliklerini de gözetmek kaydıyla her hesap yılı için Şirket dağıtılabilir net dönem kârının en az %30'unu nakden kâr payı olarak dağıtmayı benimsemiştir.

Kar dağıtım politikası, Şirket'in nakit projeksiyonları, faaliyetlerine ilişkin geleceğe yönelik beklentileri, yatırım planları ve sermaye piyasasındaki şartlara tabidir. Buna ek olarak, bu politika ulusal ve küresel ekonomik şartlarda herhangi bir olumsuzluk olması, gündemdeki projelerin ve Şirket'in finansal kaynaklarının durumuna göre Yönetim Kurulu tarafından her yıl gözden geçirilecektir. Kâr Dağıtım Politikası'nda değişiklik yapılmak istenmesi durumunda, bu değişikliğe ilişkin Yönetim Kurulu Kararı ve değişikliğin gerekçesi, SPK'nın özel durumların kamuya açıklanmasına ilişkin düzenlemeleri çerçevesinde kamuya duyurulur.

Kâr paylarının, mevcut payların tamamına, bunların ihraç ve iktisap tarihlerine bakılmaksızın eşit olarak, genel kurul onayını takiben en geç 30 gün içinde ödenmesi amaçlanmakta olup, dağıtım tarihine genel kurul tarafından karar verilir. Kâr payı dağıtımı tek bir seferde yapılabileceği gibi taksitler halinde de dağıtılabilir.

Kanunen ayrılması gereken yedek akçeler ve Esas Sözleşme'de pay sahipleri için belirlenen kâr payı ayrılmadıkça başkaca yedek akçe ayrılmasına, ertesi yıla kâr aktarılmasına, Yönetim Kurulu Üyelerine ve ortaklık çalışanlarına kârdan pay dağıtılmasına karar verilemeyeceği gibi, belirlenen kâr payı ödenmedikçe bu kişilere kârdan pay dağıtılamaz.

Genel Kurul, kanunen ayrılması gereken yedek akçelerin ve Esas Sözleşme'de pay sahipleri için belirlenen kâr payının ayrılması olması şartıyla net kârın bir kısmını veya tamamını olağanüstü yedek akçeye nakledebilir. Şirket Yönetim Kurulu'nun, Genel Kurula kârın dağıtılmamasını teklif etmesi halinde, bu durumun nedenleri ile dağıtılmayan kârın kullanım şekline ilişkin olarak Genel Kurul Toplantısında pay sahiplerine bilgi verilmektedir.

Şirket Esas Sözleşmesi'nde kâr payı avansı dağıtımı hususuna yer verilmiş olup, yürürlükteki mevzuat hükümlerinde belirtilen usul ve esaslara uymak suretiyle kâr payı avansı dağıtılabilir.

Yönetim Kurulu'nun 18.07.2018 tarihinde almış olduğu karara istinaden 2017 yılı kârının kullanımına yönelik yapılan görüşmeler sonucunda, Şirket'in mali tablolarına göre dönem zararı bulunduğu kâr dağıtılamayacağı görüşüne varılmış ve bu husus 18 Temmuz 2018 Tarihli Olağan Genel Kurul Toplantısı'nda ortaklar tarafından onaylanmıştır.

2.6. Payların Devri

Ana Sözleşme'nin 8. maddesinde payların devri hususuna yer verilmiştir. Buna göre; Ana Paylar ve aksi düzenlenmedikçe Odak Paylar, Türk Ticaret Kanunu, Sermaye Piyasası Kanunu, işbu Esas Sözleşme ve ilgili mevzuat hükümlerine göre serbestçe devredilebilir.

Odak Pay sahiplerinden herhangi biri paylarını kısmen veya tamamen üçüncü bir kişiye devretmek istediğinde, öncelikle diğer Odak Pay sahiplerine piyasa rayici üzerinden fiyat ve miktar belirterek teklifte bulunacak ve makul bir süre tanıyacaktır. Tanınan süre içinde diğer Odak Pay sahipleri bildirilen şartlarla payları satın almak için satıcı ortağa müracaat etmezlerse, satıcı Odak Pay sahibi, payını üçüncü kişi veya kişilere devretmeye yetkili olacaktır.

Kurumsal Yönetim İlkelerine Uyum Raporu

Odak Pay sahibinin payını üçüncü kişi veya kişilere devretmesi halinde, devre konu Odak Paylar devrin gerçekleştiği anda Ana Paylar'a dönüşür. Odak Paylar'ın borsada satılması için satılacak payların Ana Paylar'a dönüşmüş olması şartı aranır. Odak Paylar'a sahip pay sahibinin, borsada işlem görebilir nitelikte paya dönüşümü için Merkezi Kayıt Kuruluşu Anonim Şirketine veya bunun yerine geçecek kuruma başvurusuyla birlikte bildirim konu paylar kendiliğinden Ana Paylar'a dönüşür.

BÖLÜM III – KAMUYU AYDINLATMA VE ŞEFFAFLIK

3.1. Kurumsal İnternet Sitesi ve İçeriği

Şirket'in Türkçe ve İngilizce olarak yayımlanan www.sokmarket.com.tr adresli kurumsal internet sitesinde Sermaye Piyasası Kurulu'nun Kurumsal Yönetim İlkeleri'nde belirtilen hususlara yer verilmektedir. Sitede yer alan bilgilerin büyük çoğunluğu İngilizce olarak da hazırlanmaktadır.

3.2. Faaliyet Raporu

Şirket faaliyet raporu, hissedarların ve kamuoyunun Şirket'in faaliyetleri hakkında tam ve doğru bilgiye ulaşmalarını sağlayacak ayrıntıda, Seri: II-17.1 "Kurumsal Yönetim Tebliği" Kurumsal Yönetim İlkelerine ve mevzuatta belirtilen hususlara uygun olarak hazırlanmaktadır.

BÖLÜM IV – MENFAAT SAHİPLERİ

4.1. Menfaat Sahiplerinin Bilgilendirilmesi

Şirket'in "Bilgilendirme Politikası", yasal düzenlemeler, SPK mevzuatı ve yayımlanan tebliğlerle belirlenen kurallar çerçevesinde yürütülür. Şirket, kamuyu aydınlatma ve bilgilendirme konusunda yazılı bir doküman hazırlamış ve söz konusu doküman, Yönetim Kurulu'nun onayından geçirilerek hissedarlara ve kamuoyuna Şirket internet sitesi aracılığıyla duyurulmuştur.

Şirket'in bilgilendirme politikasının oluşturulmasında ve politikada yapılacak değişikliklerde Yönetim Kurulu yetkilidir. Bilgilendirme politikası ve politikada yapılacak değişiklikler, Yönetim Kurulu'nun onayını takiben Şirket'in internet sitesinde yayınlanmakta ve yapılacak ilk Genel Kurul Toplantısı'nda da ortakların bilgisine sunulur.

Bilgilendirme Politikasını yürütmekten Yatırımcı İlişkileri Bölümü sorumludur. Ayrıca talep olması halinde kamuya açıklanmış her türlü bilginin ilgili kişiye en kısa sürede ulaştırılması temel prensip olarak benimsenmiştir. Pay sahiplerinden bilgi talebi olduğu takdirde yazılı ya da sözlü bilgilendirme yapılmaktadır. Yıl içinde kamuya açıklanacak önemde gelişmeler olması halinde gerekli özel durum açıklamaları da zamanında yapılmaktadır. Faaliyet raporumuz, kamunu Şirket'in faaliyetleri hakkında her türlü bilgiye ulaşmasını sağlayacak ayrıntıda hazırlanmaktadır.

4.2. Menfaat Sahiplerinin Yönetime Katılımı

Esas Sözleşme'ye göre Yönetim Kurulu 6 veya 8 üyeden oluşur ve bu üyeler Esas Sözleşme 'de yer alan hükümler doğrultusunda muhtelif hisse senedi sahiplerinin önerisiyle Genel Kurul tarafından seçilir. Odak Paylar'ın tamamının Şirket toplam sermayesine olan oranının %20 (dahil) ve daha fazla olması halinde, Şirket'in toplam Yönetim Kurulu üyelerinin yarısı Odak Pay sahipleri tarafından gösterilen adaylar arasından seçilir. Menfaat sahiplerinin yönetime katılımı konusunda herhangi bir çalışma bulunmamaktadır.

4.3. İnsan Kaynakları Politikası

İnsan Kaynakları iş süreçleri, Türkiye geneline yayılmış ve her geçen gün hızla büyüyen organizasyonumuzda şirket vizyonumuza entegre şekilde yönetilmektedir.

İnsan Kaynakları Politikamızın temelinde: tüm çalışanlarımızın kariyer yolculuklarında başarı hikayelerini çoğaltabilecekleri insan kaynakları süreçlerini inşaa etmek ve bu süreçlerin devamlılığını sağlamak yer almaktadır. Aynı zamanda bu yolculukta tüm çalışanlarımıza fırsat eşitliği sağlamak ve adil bir yönetim anlayışı sergilemek yer alır.

İstihdama Katkı

Şok Marketler Türkiye'nin her noktasında yaygın mağazalarında her bir müşterimize mutlu bir alışveriş tecrübesi yaşatmayı hedeflemektedir. Hedeflenen büyüme stratejisi doğrultusunda, açılacak yeni mağazalar ile bölge ve ülkemiz istihdamına katkı sağlamaktadır.

Yetenek Yönetimi

Kariyer Yönetimi

Şok Marketler'de kariyer ve performans yönetimi sistemleri İnsan Kaynakları Bölümü'nün belirlediği ana esaslar ışığında yönetilmektedir.

Organizasyonumuzda sürdürülebilir yüksek performans kültürünün devamlılığını sağlamak amacı ile şirket ana hedeflerinin fonksiyonlar bazındaki karşılıklarının yer aldığı bireysel hedefler dengeli dağılım modeli ile sistem üzerinden değerlendirilmektedir. Aynı şekilde belirlenen yetkinlikler kapsamında her bir çalışanın yetkinlikleri 360 derece değerlendirilmektedir. Tüm bu sistemler doğrultusunda her bir pozisyona ilişkin tanımlanmış; bilgi, beceri ve yetkinlikler İnsan Kaynakları Planlama (İKP) çalışmasında bir araya getirilerek kariyer yönetimi her bir çalışan için planlı hale getirilmektedir. İKP çalışmasında organizasyonumuzun vizyonuna başarısı ile katma değer sağlayan yetenekler tanımlanır. Yeteneklerin öğrenme ve gelişim süreçleri belirlenerek organizasyonumuz içerisindeki motivasyon ve bağlılığı desteklenir.

Her geçen gün büyüyen organizasyonumuzda yetenek ihtiyacının karşılanmasında öncelikle mevcut çalışanlarımızdan oluşturulan yetenek havuzumuzdan çalışanlarımızı önceliklendiririz. Özellikle Satış Operasyon Organizasyonumuz kapsamındaki her bir yetenek, belirlenen kariyer fırsatları için haftalık oluşturulan Değerlendirme Merkezi uygulamamıza dahil edilir. Bu uygulama ile yetenek olarak tanımladığımız Mağaza Yöneticilerimiz saha yönetiminde ilk kademe yönetici pozisyonu olan Bölge Yöneticiliğine terfi etmektedir. Bu doğrultuda perakende sektöründeki tecrübesini çalışanlarına da kazandırmayı hedefleyen Şok Marketler, kendi yetenek havuzu ile saha yönetimindeki strateji ve vizyonunu yönetmektedir.

Öğrenme ve Gelişim

Yaygın organizasyonumuzda 27.000'i aşkın sayıdaki çalışanımızın öğrenme ve gelişimini desteklemek amacı ile "Akademi Şok" isimli online eğitim platformumuz faaliyet göstermektedir. Platform şirketimizin perakende sektöründeki yükselen başarısının arka planında yer alan sektör tecrübesi ile zenginleştirilmiştir. Bu doğrultuda online öğrenme araçları ile çalışanların öğrenme ve gelişimine katkı sağlamak platformun ana hedefini oluşturmaktadır. Özellikle genç kuşak çalışan profili de dikkate alınarak platform; çalışanların birbirlerinden öğrenebilecekleri ve istekle platformda yer alan yeni nesil eğitim araçlarını kullanabilecekleri (sürdürülebilir) şekilde yönetilmektedir.

BÖLÜM V – YÖNETİM KURULU

5.1. Yönetim Kurulu'nun Yapısı ve Oluşumu

Yönetim Kurulu 2'si bağımsız olmak üzere 6 üyeden oluşmaktadır. Yönetim Kurulu Üyelerinin tamamı icrada görevli olmayan üyelerden oluşur. İcrada görevli olmayan Yönetim Kurulu Üyeleri içerisinde Sermaye Piyasası Kurulu düzenlemeleri ile belirlenmiş kriterlerin tamamını taşıyan ve görevlerini hiçbir etki altında kalmaksızın yapabilme niteliğine sahip Şirket faaliyetlerinin işleyişini takip edebilecek ve üstlendiği görevlerin gereklerini tam olarak yerine getirebilecek ölçüde şirket işlerine zaman ayırabilecek bağımsız üyeler bulunur. Yönetim Kurulu Başkanı ve İcra Başkanı (Genel Müdür) farklı kişiler olup görevleri birbirinden ayrıdır. Yönetim Kurulu'nda bir kadın üye bulunmaktadır. Yönetim Kurulu Üyeleri'ne ilişkin bilgiler aşağıda sunulmuştur.

Kurumsal Yönetim İlkelerine Uyum Raporu

Adı- Soyadı	Görevi	İcracı/İcracı Olmayan	Görev Süresi / Görev Bitişi
Cengiz SOLAKOĞLU	Başkan	İcracı Olmayan	3 Yıl/18.07.2018-18.07.2021
Ali ÜLKER	Başkan Vekili	İcracı Olmayan	3 Yıl/18.07.2018-18.07.2021
Mustafa Yaşar SERDENGEÇTİ	Üye	İcracı Olmayan	3 Yıl/18.07.2018-18.07.2021
Ermən KALKANDELEN	Üye	İcracı Olmayan	3 Yıl/18.07.2018-18.07.2021
Ahmet BAL	Bağımsız Üye	Bağımsız	3 Yıl/18.07.2018-18.07.2021
Ceyda AYDEDE	Bağımsız Üye	Bağımsız	3 Yıl/18.07.2018-18.07.2021

*Yönetim Kurulu üyelerinin CV'leri faaliyet raporunun yönetim kurulu bölümünde ayrıca yer almaktadır.

Bağımsız YK Üyelerinin Bağımsızlık Beyanları

Ceyda Aydede – Bağımsızlık Beyanı

Sermaye Piyasası Mevzuatı, Şirket ana sözleşmesi ve Sermaye Piyasası Kurulu'nun II-171 sayılı "Kurumsal Yönetim Tebliği" in ekinde yer alan Sermaye Piyasası Kurulu Kurumsal Yönetim İlkelerini okuyup, anladığımı ve ilgili mevzuat çerçevesinde, işbu beyanın ekinde de yer alan 4.3.6 no'lu ilkede tahdidi sayılan Bağımsız Yönetim Kurulu Üyeliği kriterlerinin tamamını taşıdığımı kabul, taahhüt ve beyan ederim.

Ceyda Aydede

4.3.6 - Aşağıdaki kriterlerin tamamını taşıyan yönetim kurulu üyesi "bağımsız üye" olarak nitelendirilir.

a) Şirket, şirketin yönetim kontrolü ya da önemli derecede (Kontrolün bulunup bulunmadığının tespitinde TFRS 10, önemli derecede etkinin bulunup bulunmadığının tespitinde ise TMS 28 hükümlerinden faydalanılmalıdır) etki sahibi olduğu ortaklıklar ile şirketin yönetim kontrolünü elinde bulunduran veya şirkette önemli derecede etki sahibi olan ortaklar ve bu ortakların yönetim kontrolüne sahip olduğu tüzel kişiler ile kendisi, eşi ve ikinci dereceye kadar kan ve sıhrî hısımları arasında; son beş yıl içinde önemli görev ve sorumluluklar üstlenecek yönetici pozisyonunda istihdam ilişkisinin bulunmaması, sermaye veya oy haklarının veya imtiyazlı payların %5 inden fazlasına birlikte veya tek başına sahip olunmaması ya da önemli nitelikte ticari ilişkinin (Bu bent kapsamındaki ortaklıkların son 3 hesap döneminde gayri faal olmaları halinde, bağımsızlık kriterlerine aykırılık söz konusu olmayacaktır. Bu bent kapsamında, bağımsız üye adayı veya ortaklıktan herhangi birisi için, önemli nitelikteki ticari ilişkiden elde edilen ciro/vergi öncesi kar tutarının, aynı nitelikteki işlerden elde edilen ciro/vergi öncesi kar toplamına olan oranının %20 veya üzerinde olması halinde, bağımsızlığın zedelendiği kabul edilir) kurulmamış olması.

b) Son beş yıl içerisinde, başta şirketin denetimi (vergi denetimi, kanuni denetim, iç denetim de dahil), derecelendirilmesi ve danışmanlığı olmak üzere, yapılan anlaşmalar çerçevesinde şirketin önemli ölçüde hizmet veya ürün satın aldığı veya sattığı şirketlerde, hizmet veya ürün satın alındığı veya satıldığı dönemlerde, ortak (%5 ve üzeri), önemli görev ve sorumluluklar üstlenecek yönetici pozisyonunda çalışan veya yönetim kurulu üyesi olmaması.

c) Bağımsız yönetim kurulu üyesi olması sebebiyle üstleneceği görevleri gereği gibi yerine getirecek mesleki eğitim, bilgi ve tecrübeye sahip olması.

ç) Bağlı oldukları mevzuata uygun olması şartıyla, üniversite öğretim üyeliği hariç, üye olarak seçildikten sonra kamu kurum ve kuruluşlarında tam zamanlı çalışmıyor olması.

d) 31/12/1960 tarihli ve 193 sayılı Gelir Vergisi Kanunu (G.V.K.)'na göre Türkiye'de yerleşmiş sayılması.

e) Şirket faaliyetlerine olumlu katkılarda bulunabilecek, şirket ile pay sahipleri arasındaki çıkar çatışmalarında tarafsızlığını koruyabilecek, menfaat sahiplerinin haklarını dikkate alarak özgürce karar verebilecek güçlü etik standartlara, mesleki itibara ve tecrübeye sahip olması.

f) Şirket faaliyetlerinin işleyişini takip edebilecek ve üstlendiği görevlerin gereklerini tam olarak yerine getirebilecek ölçüde şirket işlerine zaman ayırabiliyor olması.

g) Şirketin yönetim kurulunda son on yıl içerisinde altı yıldan fazla yönetim kurulu üyeliği yapmamış olması.

ğ) Aynı kişinin, şirketin veya şirketin yönetim kontrolünü elinde bulunduran ortakların yönetim kontrolüne sahip olduğu şirketlerin üçten fazlasında ve toplamda borsada işlem gören şirketlerin beşten fazlasında bağımsız yönetim kurulu üyesi olarak görev almıyor olması.

h) Yönetim kurulu üyesi olarak seçilen tüzel kişi adına tescil ve ilan edilmemiş olması.

Ahmet Bal – Bağımsızlık Beyanı

Sermaye Piyasası Mevzuatı, Şirket ana sözleşmesi ve Sermaye Piyasası Kurulu'nun II-17.1 sayılı "Kurumsal Yönetim Tebliği" in ekinde yer alan Sermaye Piyasası Kurulu Kurumsal Yönetim İlkelerini okuyup, anladığımı ve ilgili mevzuat çerçevesinde, işbu beyanın ekinde de yer alan 4.3.6 no'lu ilkede tahdidi sayılan Bağımsız Yönetim Kurulu Üyeliği kriterlerinin tamamını taşıdığımı kabul, taahhüt ve beyan ederim.

Ahmet Bal

"4.3.6- Aşağıdaki kriterlerin tamamını taşıyan yönetim kurulu üyesi "bağımsız üye" olarak nitelendirilir.

a) Şirket, şirketin yönetim kontrolü ya da önemli derecede (Kontrolün bulunup bulunmadığının tespitinde TFRS 10, önemli derecede etkinin bulunup bulunmadığının tespitinde ise TMS 28 hükümlerinden faydalanılmalıdır) etki sahibi olduğu ortaklıklar ile şirketin yönetim kontrolünü elinde bulunduran veya şirkette önemli derecede etki sahibi olan ortaklar ve bu ortakların yönetim kontrolüne sahip olduğu tüzel kişiler ile kendisi, eşi ve ikinci dereceye kadar kan ve sıhrı hisımları arasında; son beş yıl içinde önemli görev ve sorumluluklar üstlenecek yönetici pozisyonunda istihdam ilişkisinin bulunmaması, sermaye veya oy haklarının veya imtiyazlı payların %5 inden fazlasına birlikte veya tek başına sahip olunmaması ya da önemli nitelikte ticari ilişkinin (Bu bent kapsamındaki ortaklıkların son 3 hesap döneminde gayri faal olmaları halinde, bağımsızlık kriterlerine aykırılık söz konusu olmayacaktır. Bu bent kapsamında, bağımsız üye adayı veya ortaklıktan herhangi birisi için, önemli nitelikteki ticari ilişkiden elde edilen ciro/vergi öncesi kar tutarının, aynı nitelikteki işlerden elde edilen ciro/vergi öncesi kar toplamına olan oranının %20 veya üzerinde olması halinde, bağımsızlığın zedelenmediği kabul edilir) kurulmamış olması.

b) Son beş yıl içerisinde, başta şirketin denetimi (vergi denetimi, kanuni denetim, iç denetim de dahil), derecelendirilmesi ve danışmanlığı olmak üzere, yapılan anlaşmalar çerçevesinde şirketin önemli ölçüde hizmet veya ürün satın aldığı veya sattığı şirketlerde, hizmet veya ürün satın alındığı veya satıldığı dönemlerde, ortak (%5 ve üzeri), önemli görev ve sorumluluklar üstlenecek yönetici pozisyonunda çalışan veya yönetim kurulu üyesi olmaması.

c) Bağımsız yönetim kurulu üyesi olması sebebiyle üstleneceği görevleri gereği gibi yerine getirecek mesleki eğitim, bilgi ve tecrübeye sahip olması.

ç) Bağlı oldukları mevzuata uygun olması şartıyla, üniversite öğretim üyeliği hariç, üye olarak seçildikten sonra kamu kurum ve kuruluşlarında tam zamanlı çalışmıyor olması.

d) 31/12/1960 tarihli ve 193 sayılı Gelir Vergisi Kanunu (G.V.K.)'na göre Türkiye'de yerleşmiş sayılması.

e) Şirket faaliyetlerine olumlu katkılarda bulunabilecek, şirket ile pay sahipleri arasındaki çıkar çatışmalarında tarafsızlığını koruyabilecek, menfaat sahiplerinin haklarını dikkate alarak özgürce karar verebilecek güçlü etik standartlara, mesleki itibara ve tecrübeye sahip olması.

f) Şirket faaliyetlerinin işleyişini takip edebilecek ve üstlendiği görevlerin gereklerini tam olarak yerine getirebilecek ölçüde şirket işlerine zaman ayırabiliyor olması.

Kurumsal Yönetim İlkelerine Uyum Raporu

g) Şirketin yönetim kurulunda son on yıl içerisinde altı yıldan fazla yönetim kurulu üyeliği yapmamış olması.

ğ) Aynı kişinin, şirketin veya şirketin yönetim kontrolünü elinde bulunduran ortakların yönetim kontrolüne sahip olduğu şirketlerin üçten fazlasında ve toplamda borsada işlem gören şirketlerin beşten fazlasında bağımsız yönetim kurulu üyesi olarak görev almıyor olması.

h) Yönetim kurulu üyesi olarak seçilen tüzel kişi adına tescil ve ilan edilmemiş olması.

5.2. Yönetim Kurulu'nun Faaliyet Esasları

Yönetim Kurulu 2018 yılı Ocak-Aralık dönemi içinde 58 adet karar almıştır.

2018 yılında Yönetim Kurulu 4 toplantı gerçekleştirmiş olup toplantılara katılım oranı %85'tir.

YÖNETİM KURULU TOPLANTILARI

Yönetim Kurulu Şirket işlerinin gerektirdiği her zaman toplanır. Toplantı yeri Şirket merkezidir. Ancak Yönetim Kurulu karar almak şartı ile Türkiye içinde veya dışında başka bir yerde yapılabilir.

Yönetim Kurulu'nun gündemini başkan veya başkan yardımcısı belirler.

Sermaye piyasası mevzuatı hükümleri saklı kalmak kaydıyla, Yönetim Kurulu'nun karar verebilmesi için üye tam sayısının çoğunluğunun toplantıda hazır bulunması şarttır. Kararlar toplantıda hazır bulunan üyelerin çoğunluğu ile alınır.

Toplantılar telekonferans, video konferans yahut sesli veya görüntülü başka iletişim araçları vasıtasıyla yapılabilecek ve buna ilişkin tutanağın imzasıyla karar oluşturulabilmektedir. Yönetim Kurulu üyelerinin tamamının kendilerine sunulan kararları imzalamak suretiyle onayladığı durumlarda toplantı yapılmasına gerek kalmadan karar alınabilir.

Yönetim Kurulu toplantısına katılma hakkına sahip olanlar bu toplantılara, Türk Ticaret Kanunu'nun 1527. Maddesi uyarınca elektronik ortamda da katılabilir. Şirket, "Ticaret Şirketlerinde Anonim Şirket Genel Kurulları Dışında Elektronik Ortamda Yapılacak Kurullar Hakkında Tebliği" hükümleri uyarınca hak sahiplerinin bu toplantılara elektronik ortamda katılmalarına ve oy vermelerine imkân tanıyacak Elektronik Toplantı Sistemini kurabileceği gibi bu amaç için oluşturulmuş sistemlerden de hizmet satın alabilir. Yapılacak toplantılarda Esas Sözleşme'nin bu hükmü uyarınca kurulmuş olan sistem üzerinden veya destek hizmeti alınacak sistem üzerinden hak sahiplerinin ilgili mevzuatta belirtilen haklarını ilgili Bakanlık Tebliği hükümlerinde belirtilen çerçevede kullanabilmesi sağlanır.

Yönetim Kurulu'nun elektronik ortamda yapıldığı hâllerde, bu Esas Sözleşme'de öngörülen toplantı ile karar nisaplarına ilişkin hükümler aynen uygulanır.

2018 yılında Denetim Komitesi, Kurumsal Yönetim Komitesi ve Risk Komitesi'nin toplantı tutanakları ve raporları Yönetim Kurulu tarafından takip edilmiştir.

Yıl içinde bağımsız yönetim kurulu üyelerinin onayına sunulan ilişkili taraf işlemleri ile önemli nitelikte işlemler olmamıştır. Kamuya paylaşılmaması gereken konulara ilişkin önemli kararlar, toplantı bitiminden sonra hemen kamuya açıklanmaktadır.

5.3. Yönetim Kurulu'nda Oluşturulan Komitelerin Sayı, Yapı ve Bağımsızlığı

Yönetim Kurulu tarafından Denetim Komitesi, Kurumsal Yönetim Komitesi ve Riskin Erken Saptanması Komitesi olarak üç komite oluşturulmuştur.

Bağımsız üye sayısının iki olması sebebiyle bir bağımsız üye birden fazla komitede görev almaktadır.

Komiteler genellikle Yönetim Kurulu toplantılarından bir gün önce veya aynı gün toplanmaktadır.

Yönetim kurulu bünyesinde oluşturulan komitelerin çalışma esasları hazırlanmış ve ilgili birimlerce takip edilmesine ilişkin düzenlemeler sağlanmıştır. Komitelerin çalışma esasları Şirket'in internet sitesinde yayınlanarak Kamuoyunu Aydınlatma Platformu'nda pay sahiplerinin bilgisine sunulmuştur.

Denetimden Sorumlu Komite

Adı ve Soyadı	Açıklama
Ahmet BAL	Bağımsız Yönetim Kurulu Üyesi (Komite Başkanı)
Ceyda AYDEDE	Bağımsız Yönetim Kurulu Üyesi (Komite Üyesi)

Denetimden Sorumlu Komite; Şirket'in mali tabloları ve ilgili açıklamalarının nitelik ve doğruluğu, Şirket'in muhasebe sisteminin uygulanması ve etkinliği, bağımsız denetçilerin nitelikleri ve bağımsızlığı, bağımsız denetim şirketinin seçimi, bağımsız denetçi ve Şirket arasındaki sözleşmenin onaylanması ve gözden geçirilmesi, Şirket'in bağımsız denetim sisteminin işleyişi ve etkinliği ve Şirket'in iç denetiminin uygulanması ve etkinliği üzerindeki Yönetim Kurulu gözetimlerine yardım etmekten sorumludur.

Denetimden Sorumlu Komite, Yönetim Kurulu tarafından bağımsız Yönetim Kurulu üyeleri arasından seçilen en az iki üyeden oluşur. Denetimden Sorumlu Komite, en az üç ayda bir olmak üzere yılda dört kez toplanır. 2018 senesinde Denetim Komitesi dört defa toplanmış olup, görüşlerini ve yorumlarını içeren raporlar Yönetim Kurulu'na sunulmuştur.

Kurumsal Yönetim Komitesi

Adı ve Soyadı	Açıklama
Ceyda AYDEDE	Bağımsız Yönetim Kurulu Üyesi (Komite Başkanı)
Erman KALKANDELEN	Yönetim Kurulu Üyesi (Komite Üyesi)
Mustafa Yaşar SERDENGEÇTİ	Yönetim Kurulu Üyesi (Komite Üyesi)
Çağrı DEMİREL	Yatırımcı İlişkileri Bölümü Müdürü (Komite Üyesi)

Yönetim Kurulu'nun yapısı gereği Kurumsal Yönetim İlkelerinde öngörülen Aday Gösterme Komitesi ve Ücret Komitesi oluşturulmadığından bu görevler Kurumsal Yönetim Komitesi tarafından üstlenilmiştir.

Sermaye Piyasası Mevzuatına ve Sermaye Piyasası Kurulu Kurumsal Yönetim İlkelerinde yer alan esaslara uygun olarak Şirket'in Kurumsal Yönetim İlkelerine uyumunu izlemek, bu konuda iyileştirme çalışmalarında bulunmak ve Yönetim Kurulu'na öneriler sunmak Kurumsal Yönetim Komitesinin görevidir.

Yönetim Kurulu'nun en az iki üyesi ve Yatırımcı İlişkileri Bölümü yöneticisi olmak üzere en az 3 üyeden oluşur.

Riskin Erken Saptanması Komitesi

Adı ve Soyadı	Açıklama
Ahmet BAL	Bağımsız Yönetim Kurulu Üyesi (Komite Başkanı)
Cengiz SOLAKOĞLU	Yönetim Kurulu Üyesi
Mustafa Yaşar SERDENGEÇTİ	Yönetim Kurulu Üyesi

Yönetim Kurulu'na bağlı olarak çalışma yapacak olan Risk Komitesi'nin temel amaçları;

- Şirketin varlığını, gelişmesini ve iş sürekliliğini tehlikeye düşürebilecek stratejik, operasyonel, finansal, hukuki ve diğer her türlü riskin erken tespiti,
- Tespit edilen risklerin, Şirketin kurumsal risk alma sınırları çerçevesinde değerlendirilmesi suretiyle uygun şekilde yönetildiğinin kontrolü ve uygunluğunun verilmesi,
- Kurumsal risk alma sınırlarını aşan risklerle ilgili olarak etki ve olasılıklarına göre önceliklendirilmesi,
- Tespit edilen risklerle ilgili gerekli önlemlerin tespiti, uygulanması ve riskin yönetilmesi amacıyla çalışmalar yapmaktan ibarettir.

Kurumsal Yönetim İlkelerine Uyum Raporu

Riskin Erken Saptanması Komitesi en az iki üyeden oluşur. Komite'nin çoğunluğu, icrada görevli olmayan Yönetim Kurulu Üyelerinden oluşur. İcra başkanı/genel müdür komitelerde görev alamaz.

Riskin Erken Saptanması Komitesi, her iki ayda bir defa olmak üzere yılda en az altı defa toplanır. Komite toplantıları üyelerin bir araya gelmesiyle yapılabileceği gibi, teknolojik iletişim olanakları ile de yapılabilir. Komite toplantılarının zamanlaması mümkün olduğunca Yönetim Kurulu toplantılarının zamanlaması ile uyumlu olur.

Komite iki ayda bir yapmış olduğu toplantılar sonucunda, kendi görev ve sorumluluk alanıyla ilgili olarak ulaştığı tespit ve önerileri rapor haline getirerek Yönetim Kuruluna sunmakla yükümlüdür.

5.4 Risk Yönetimi ve İç Kontrol Mekanizması

Şirketimizin risk yönetimine ilişkin faaliyetleri Risk Komitesi tarafından yürütülmektedir. Ayrıca şirketimiz, ana ortağı Yıldız Holding A.Ş.'nin denetim birimleri ve bağımsız denetim kuruluştan tarafından da düzenli olarak denetlenmektedir. Bu denetimden elde edilen bulgular, Denetimden Sorumlu Komite ile birlikte diğer yönetim kurulu üyelerine bildirilir. Şirketimizin iş akışları, prosedürleri, çalışanlarımızın yetki ve sorumlulukları risk yönetimi çerçevesinde kontrol altına alınmış ve sürekli bir denetime tabii hale getirilmiştir.

5.5 Şirket'in Stratejik Hedefleri

Şirket'in stratejik hedefi, misyonu ve vizyonu doğrultusunda en çok tercih edilen perakende markası ve Türkiye'nin önde gelen modern gıda perakendecisi olmak ve yatırımcıları için değer yaratmaya devam etmektir.

5.6. Maddi Haklar

Yönetim Kurulu üyelerinin ücretleri, Genel Kurul tarafından Şirketin mali durumuna göre tespit edilmektedir. 18 Temmuz 2018 tarihli Genel Kurul Toplantısında alınan karar doğrultusunda, Yönetim Kurulu üye adedi 6 kişi olarak belirlenmiş ve 3 yıl süreyle görev yapmak üzere bağımsız yönetim kurulu üyeliklerine Ahmet BAL ve Ceyda AYDEDE, diğer yönetim kurulu üyeliklerine Cengiz SOLAKOĞLU, Ali ÜLKER, Mustafa Yaşar SERDENGECİ ve Erman KALKANDELEN'in seçilmesine, Cengiz SOLAKOĞLU'nun yönetim kurulu başkanı ve Ali ÜLKER'in yönetim kurulu başkan vekili olarak görevlendirilmelerine karar verilmiş, Cengiz SOLAKOĞLU ve bağımsız üyelere net aylık 5.000 TL üyelik ücreti ödenmesi kararı genel kurulda onaylanmıştır.

Şirket Faaliyetlerine İlişkin Diğer Bilgiler

- Sermaye Piyasası Kurulu ("SPK") Seri VII-128.1 Tebliği ("SPK Pay Tebliği") ve Borsa İstanbul A.Ş.'nin ("BİAŞ") pay piyasası işleyişine ilişkin uygulama usulü ve esasları gereğince fiyat istikrarını sağlayıcı işlemler kapsamında yapılan işlemlerden doğan 20.604.368 TL nominal bedelli hisse finansal tablolarında "Geri Alınan Paylar" altında gösterilmiştir.
- Şirket 2018 yılı içerisinde özel denetime ya da kamu denetimine tabi bir incelemeden geçmemiştir.
- 2018 yılı içerisinde mevzuat hükümlerine aykırı uygulamalar nedeniyle şirket ve yönetim organı üyeleri hakkında uygulanan idari ve adli yaptırım yoktur.
- Şirket 2018 yılında belirlemiş olduğu hedeflere büyük ölçüde ulaşmıştır. 2018 yılında alınan genel kurul kararları yerine getirilmiştir.
- Şirket'in yararına yapılmış herhangi bir hukuki bir işlem ya da ona bağlı bir şirketin yararına alınan veya alınmasından kaçınılan herhangi bir önlem bulunmamaktadır.
- 2018 yılı içerisinde Şirket'i zarara uğratacak şekilde alınan veya alınmasından kaçınılan bir önlem yoktur.
- 2018 yılı içerisinde işletme aleyhine açılan ve işletmenin mali durumunu ve faaliyetlerini etkileyebilecek nitelikte davalar bulunmamaktadır. Devam eden davalar için karşılık ayrılmıştır. Şirket'in 14 No'lu dipnotunda detaylara yer verilmiştir.
- Şirket'in yatırım danışmanlığı ve derecelendirme gibi konularda hizmet aldığı kurumlarla arasında çıkar çatışmaları ve bu çıkar çatışmalarını önlemek için Şirketçe alınan tedbir olmamıştır.



ŞOK Marketler Ticaret A.Ş.

Kısıklı Mah. Hanımseti Sok. No: 35 B/1 Üsküdar/İstanbul

Tel: 0850 221 11 00

Ticaret Sicil Numarası: 424593