



Her işimizin
temelinde
mutluluğunuz var.



Akasya



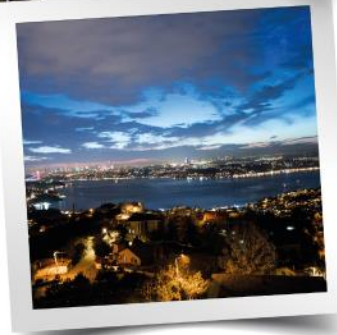
Akbatı



Akartman
Suadiye



Beykoz
Projesi



1 2019 Yılı Genel Özeti

2 Türkiye’de ve Dünyada Perakende Sektörü

3 Finansallar

4 2020 Yılı Ajandası

2019 Yılı Genel Özeti

2019'da Neler Oldu ?



AVM'ler

✓ **Ziyaretçi Büyümesi**

- ✓ Yılın ilk 10 ayında AYD verilerine göre sektörde ziyaretçi sayısı ortalama 3.3% düşerken, Akasya'da ziyaretçi sayısı 0.5% artmış Akbatı'da ise sabit kalmıştır.

✓ **Ciro Büyümesi**

- ✓ Yılın ilk 10 ayında AYD verilerine göre sektörde verimlilik ortalama 14.3% artarken, Akasya ve Akbatı'da bu rakamlar sektör ortalamasının üzerinde ve sırasıyla 17.2% ve 17.4% olarak gerçekleşmiştir.

✓ **Doluluk Oranları**

- ✓ Yılın ilk 11 ayında Akasya ve Akbatı'da doluluk oranları sırasıyla 95% ve 98% olarak gerçekleşmiş olup, bu oranlar tarihsel ortalamalara paralel bir seyir göstermektedir.

✓ **Tahsilat Oranları**

- ✓ Tahsilat oranı her iki AVM için 95% mertebesinde gerçekleşmiştir.

✓ **Perakende dışı alanlarda yenilikçi konseptleri AVM'lerinde hayata geçirmeye devam etti**

- ✓ Dünya trendlerini yakından takip ederek, nitelikli ve farklı yeme içme alanlarının yanı sıra (Elbet, Divan, The Badau, Asuman vb.), eğlence ve eğitimi bir arada sunan konseptleri (Kidzania) ve de Türkiye'de ilk kez bir AVM'de hayat bulan Teknoloji ve İnnovasyon Merkezi'ni (Worquarters) hayata geçirdik.

2019'da Neler Oldu ?



Finansal Süreçler

✓ **Borçluluk**

- ✓ Yılın yaklaşık US\$320mn seviyesinde tamamlanması öngörülmektedir.

✓ **Net Borç/FAVÖK**

- ✓ Net Borç/FAVÖK rakamımız paydanın artmasıyla düşen trendine devam etmektedir. 9A19 itibariyle 6.3x seviyesindedir.

✓ **Ortalama Borç Vadesi**

- ✓ Ortalama borç vadesinde önemli bir değişim gözlenememiştir. 2 yılın biraz altındadır.

✓ **İlk tahvil ihracı**

- ✓ Piyasaların çok da iştahli olmadığı bir dönemde 2 yıl vadeli TL100mn tutarındaki ilk tahvil ihracı 39 farklı kurumsal yatırımcının katılımıyla tamamlandı.
- ✓ Tahvil ihracı süresinde yaklaşık 30 farklı yatırımcı grubu ile yüzyüze görüşüldü.

✓ **İlk Uluslararası Bağımsız Kredi Derecelendirme Notu**

- ✓ Tahvil ihracı sürecinde Fitch Rating'den bağımsız derecelendirme hizmeti alındı
- ✓ Ulusal para birimi cinsinden kredi notumuz yatırım yapılabilir seviye olan BBB'dir.

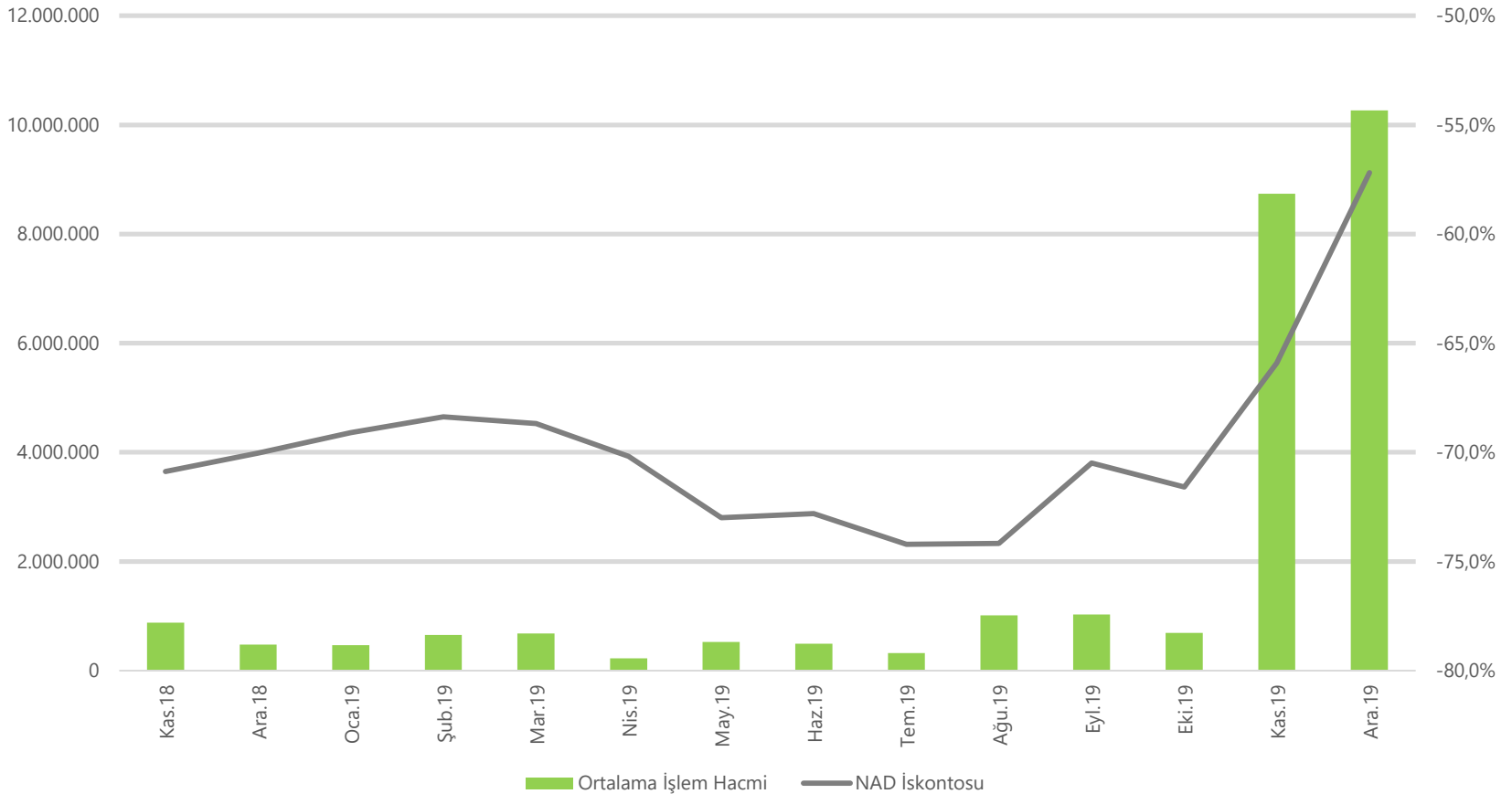
✓ **Hisse senedi fiyatında ve likiditesinde artış**

- ✓ Yatırımcıların hisse senedine olan ilgisini törpüleyen önemli çekincelerden biri olan hisse senedi hacmi konusunda, piyasalardaki ve GYO hisselerindeki genel momentuma ek olarak, etkin yatırımcı ilişkileri, likidite sağlayıcılık anlaşması, yabancı alımları ve güçlü operasyonel performans sayesinde önemli bir artış sağlandı.

2019'da Neler Oldu ?



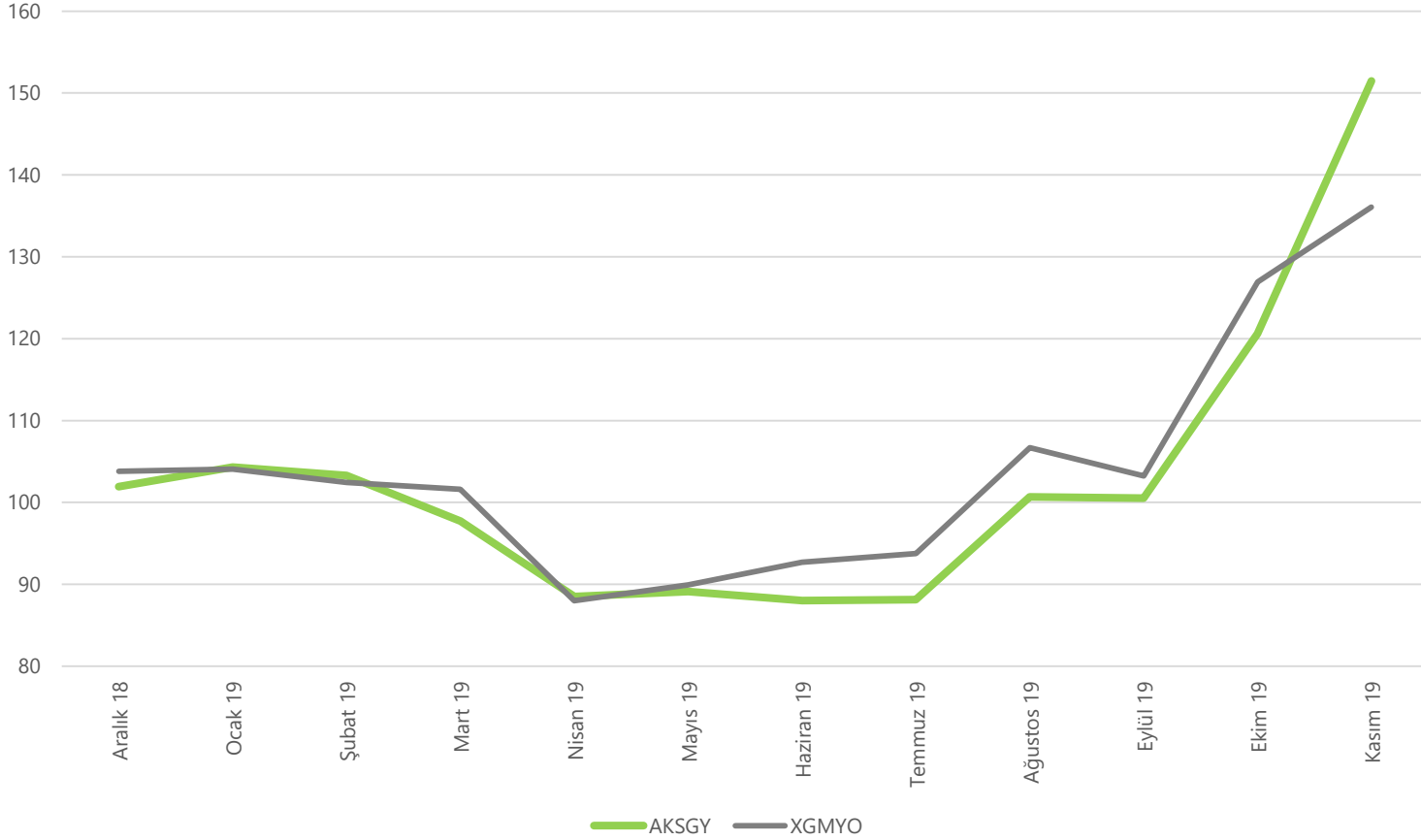
İşlem Hacmi & NAD iskontosusu



2019'da Neler Oldu ?



Hisse Senedi Performansı



2019'da Neler Oldu ?



Projeler

- ✓ **Cadde projelerinde ilerleme kaydetti**
 - ✓ Akiş GYO Ak Apartmanı projesini tamamlayarak kiralama ve satış sürecine geçti.
 - ✓ Ak Apartmanı'ndaki ilk kiralama işlemi kısa sürede tamamlanacaktır.
 - ✓ Erenköy projesinde cephe giydirmeleri tamamlandı, kiralama görüşmeleri devam etmektedir.
 - ✓ Beykoz projesinde imar planlarının netleşmesi beklenirken, 2021'den önce herhangi bir inşai faaliyette bulunulması öngörülmektedir.
 - ✓ Londra projesinde yıkım işleri tamamlanmış olup, inşai faaliyetlere kısa sürede başlanacaktır.

Diğer

- ✓ **Yükselmeye devam eden Kurumsal Yönetim Derecelendirme Notu**
 - ✓ Akiş GYO'nun Kurumsal Yönetim ve Derecelendirme Notu 9.54'ten 9.62'ye yükselmiştir.
 - ✓ Akiş GYO gayrimenkul ve inşaat sektöründe bu konudaki liderliğini sürdürmüştür.

Konu Başlığı					Kurumsal Yönetim İlkelerine Uyum Derecelendirme Notu	
Pay Sahipleri	Kamuyu Aydınlatma ve Şeffaflık	Menfaat Sahipleri	Yönetim Kurulu			
Ağırlık	25%	25%	15%	35%	100%	
2015	90,91	95,41	93,59	91,99	92,82	
2016	91,34	96,35	97,75	93,73	94,39	
2017	92,50	96,72	97,75	94,08	94,90	
2018	92,78	98,18	97,75	94,16	95,36	
2019	94,38	98,50	98,13	94,99	96,19	

2019 itibariyle genel görünüm



Net Varlık Değeri

TL3.9bn

Cari Piyasa Değeri

TL1.7bn

Cari NAD İskontosu 57%

9A19 Cari Oran 79%

*Dönen Varlıklar/Kısa Vadeli Borçlar

Gelir Getiren Varlıklar

TL5.2bn

9A19 Net Borç

TL1.9bn

87% AVM'lerin Payı

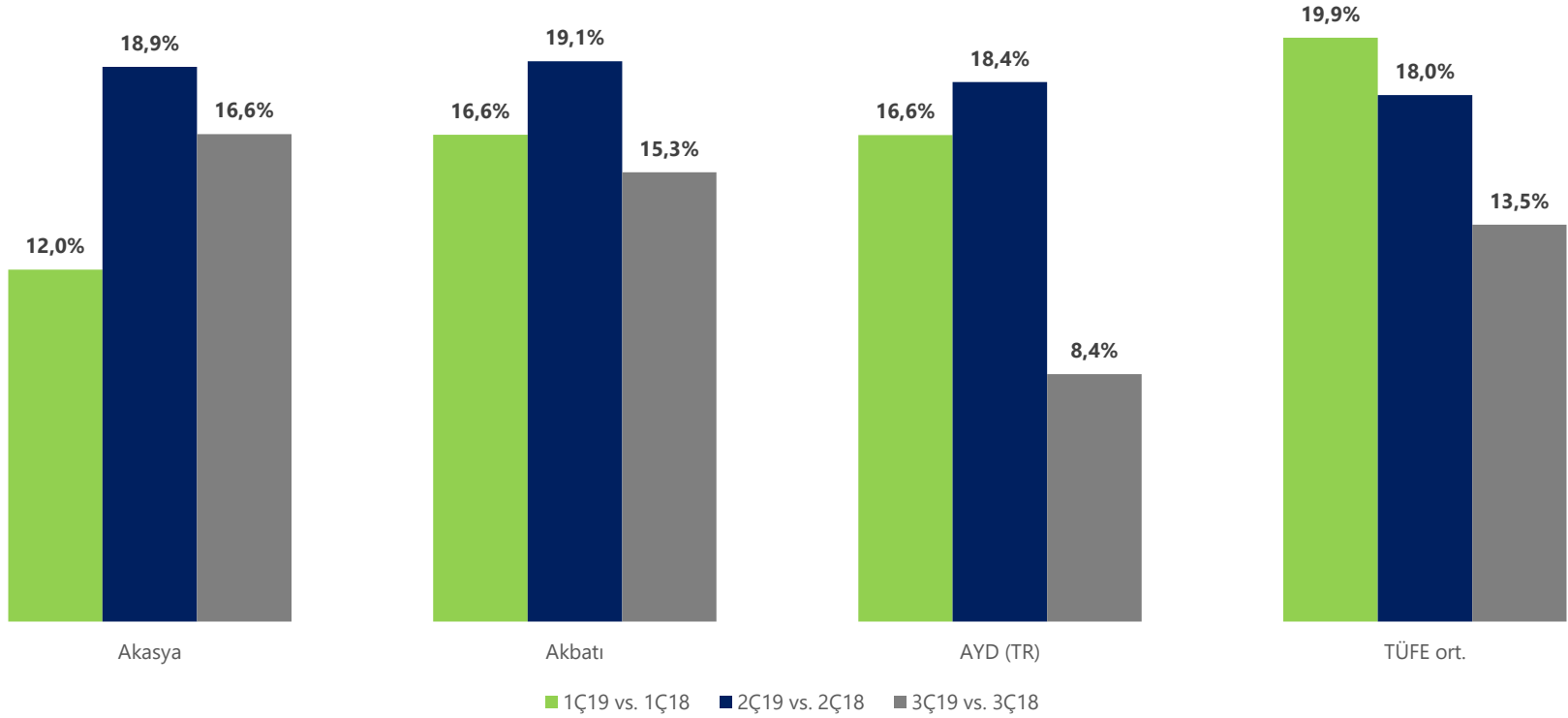
*Portföy dağılımı içinde

Portföy Performansı (M2 Verimlilik 10A19 vs. 10A18)



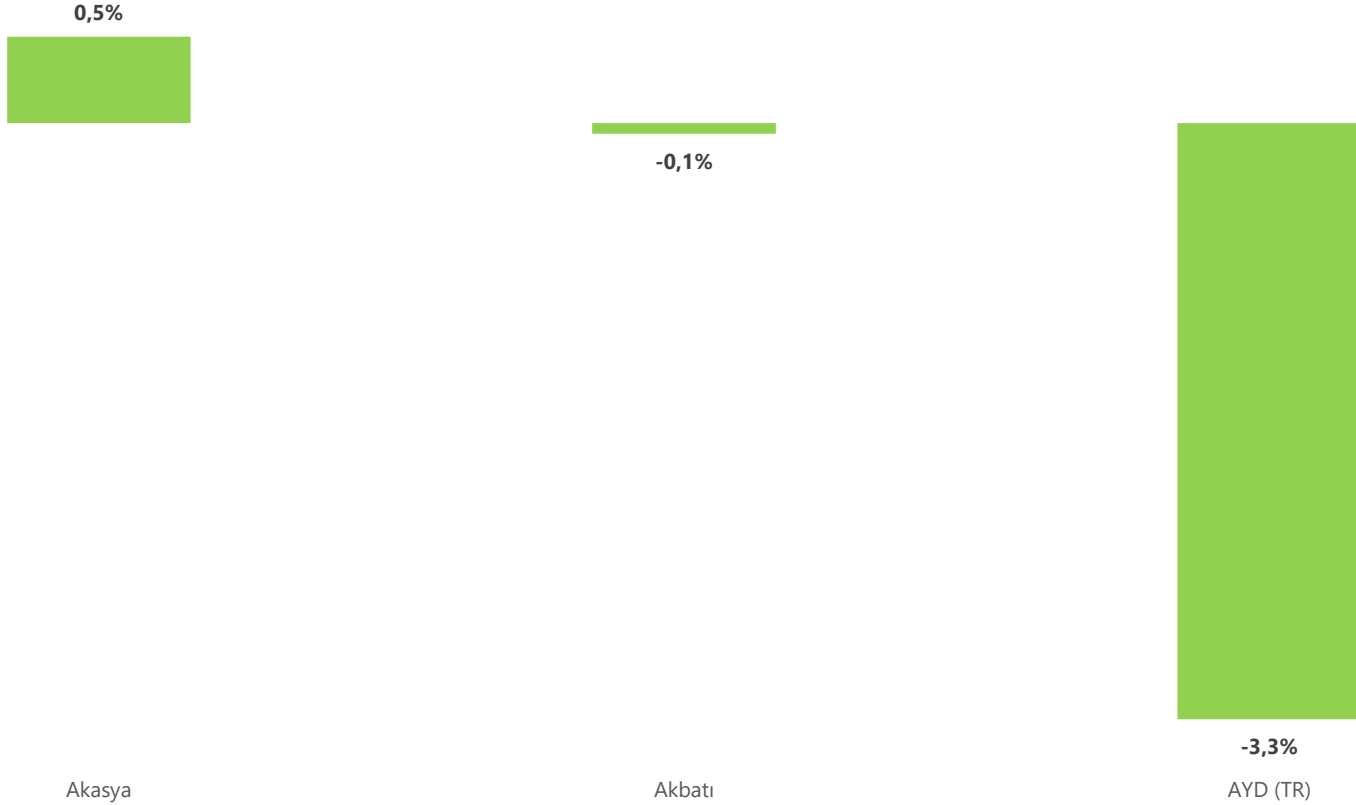
Kaynak: AYD, TUIK

Portföy Performansı (M2 Verimlilik çeyrek kırılımı)

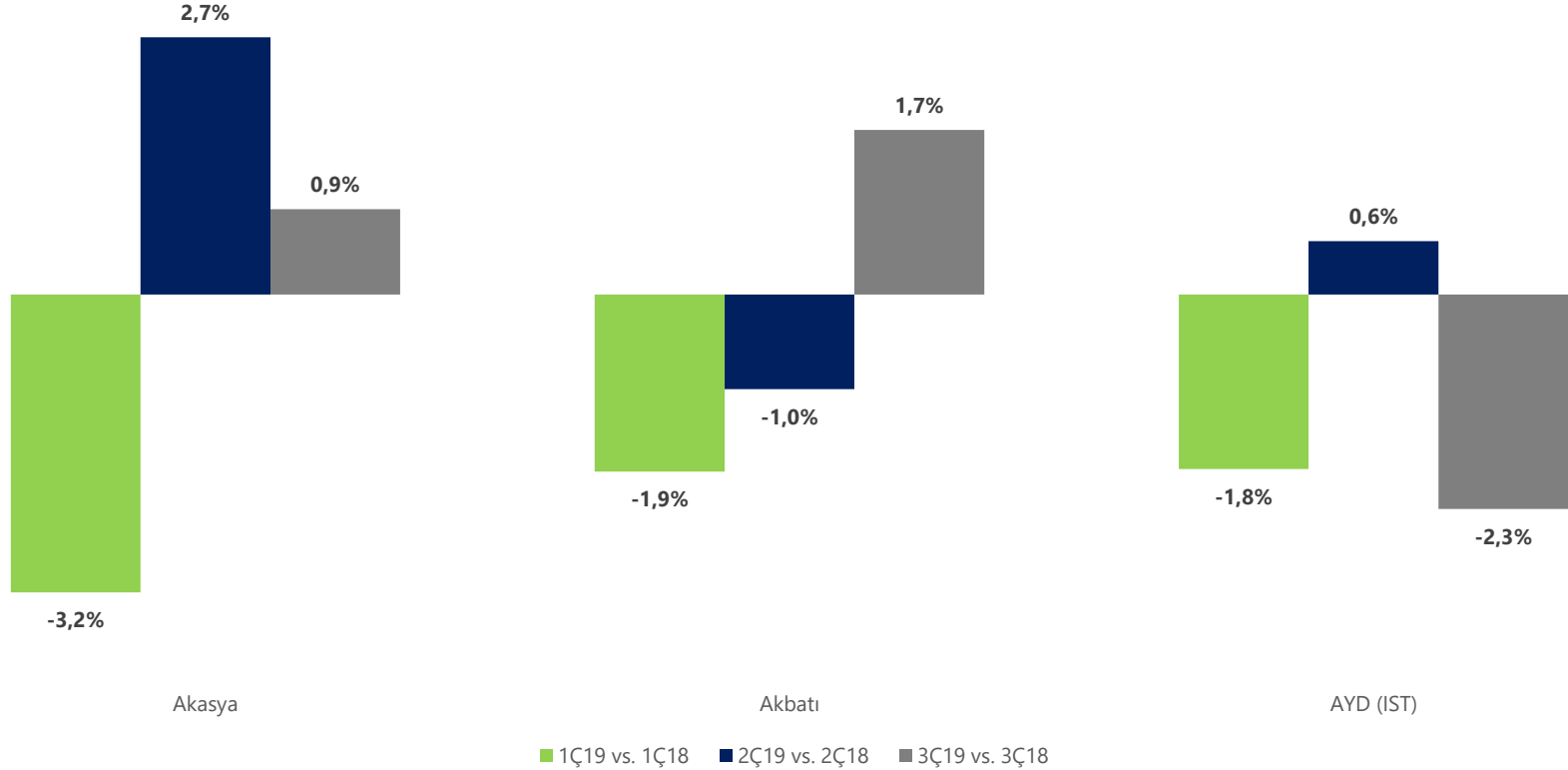


Kaynak: AYD, TUIK

Portföy Performansı (Ziyaretçi Büyümesi 10A19 vs. 10A18)



Portföy Performansı (Ziyaretçi Büyümesi çeyrek kırılımı)



Portföy Görünümü



96%
doluluk



98%
doluluk



100%
doluluk

Akasya AVYM

Açılış Tarihi	2014
Mağaza Sayısı	260
Kiralanabilir Alan (m2)	80.000
Doluluk Oranı	96%
M2 başına kira	US\$54/ay
Son Tam Yıl Kira Geliri	US\$52mn
Uluslararası Ödüller	91

Akbatı AVYM

Açılış Tarihi	2011
Mağaza Sayısı	173
Kiralanabilir Alan (m2)	65.500
Doluluk Oranı	98%
M2 başına kira	US\$28/ay
Son Tam Yıl Kira Geliri	US\$22mn
Uluslararası Ödüller	87

Suadiye Beymen

Açılış Tarihi	2017
Mağaza Sayısı	1
Kiralanabilir Alan (m2)	c.5.000
Doluluk Oranı	100%
M2 başına kira	US\$50/ay
Son Tam Yıl Kira Geliri	US\$3.0mn
Uluslararası Ödüller	-

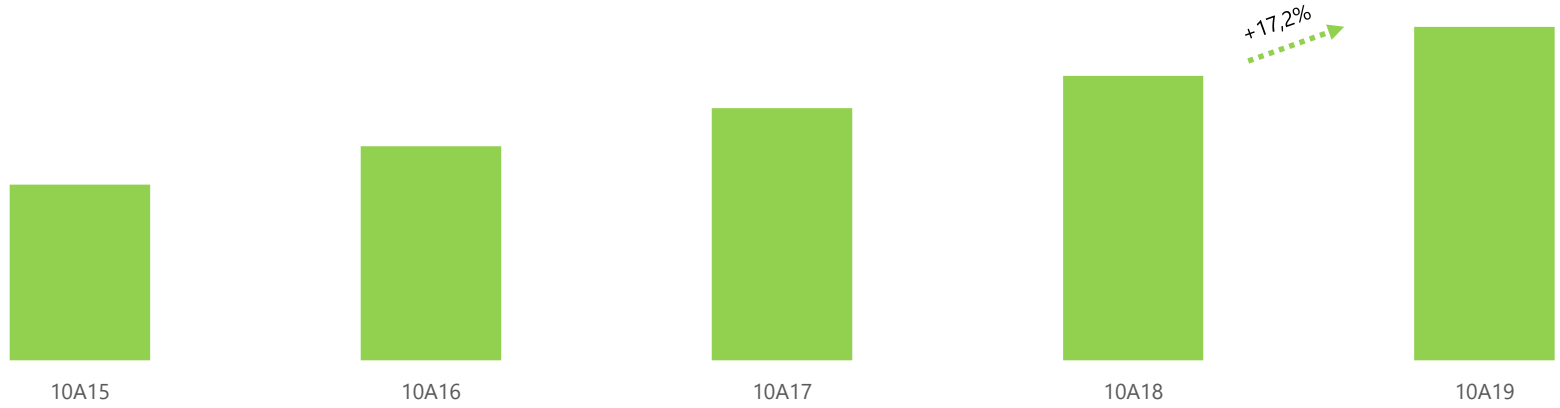
Portföy Performansı (Akasya AVYM)



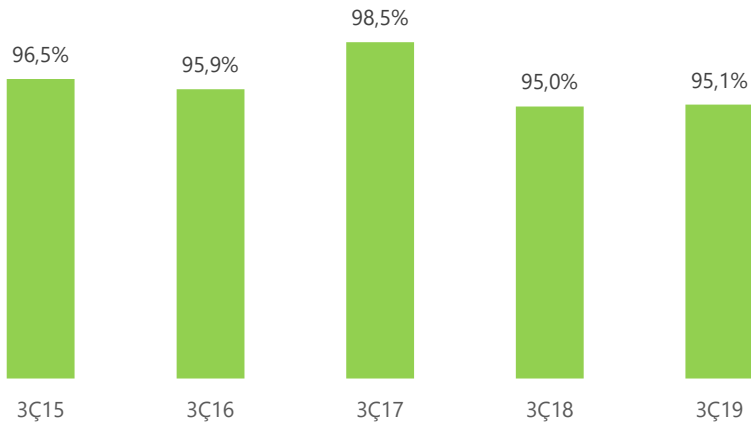
Akasya AVYM – Genel Görünüm



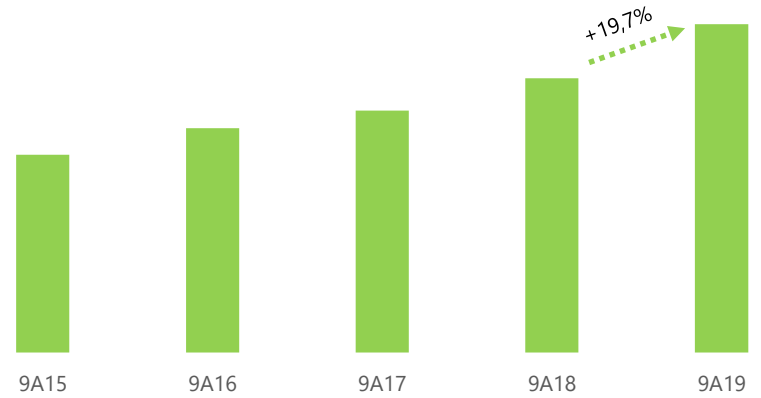
Akasya AVYM metrekare verimlilik artış oranı



Metrekare bazında doluluk oranı gelişimi



Akasya AVYM gider artış oranı

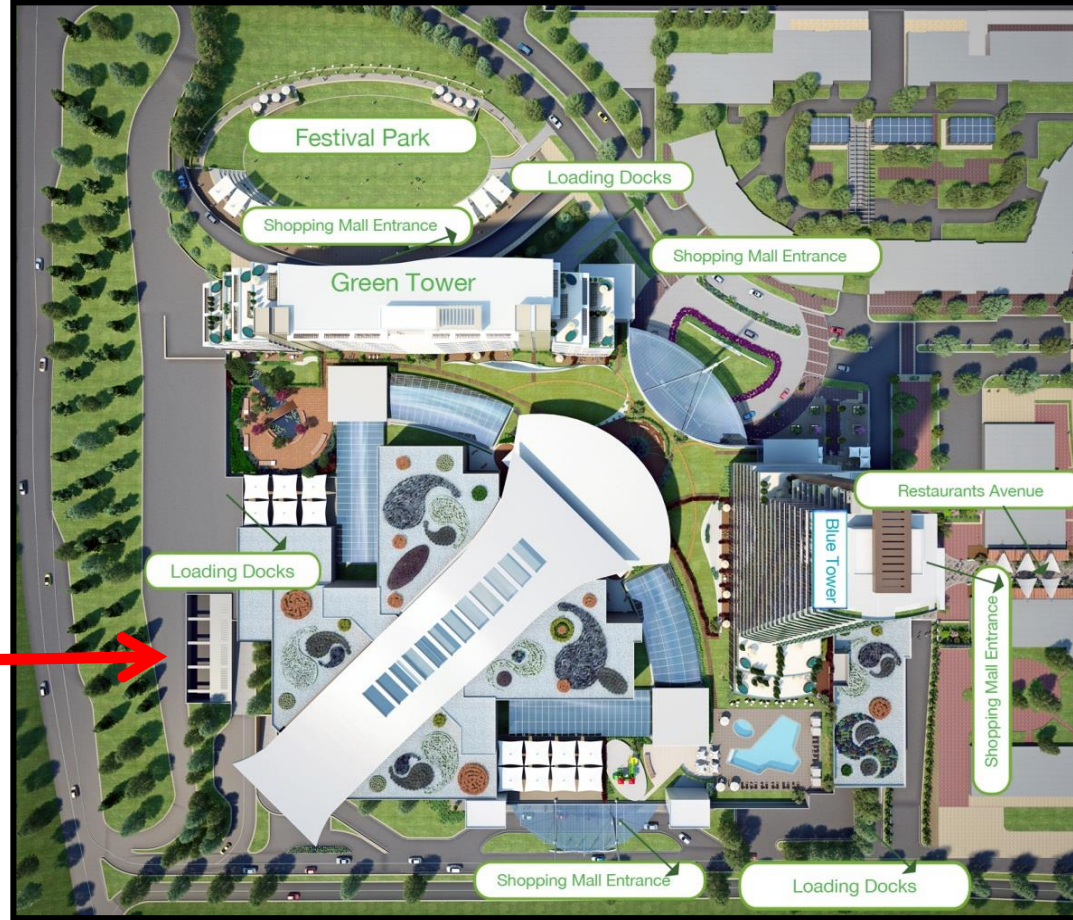


Getiri verimi

Akasya AVYM (TLmn)	2017	2018	9A19	9A18	9A19	Yıllık Değişim
Gelir	205,8	249,6	201,7	181,1	201,7	11%
FAVÖK	164,2	201,9	163,4	148,6	163,4	10%
Değerleme Raporu Sonucu	2.410	3.331	3.547			

- ✓ 2019 yılı üçüncü çeyreğinde Akasya AVYM’de bulunan mağazaların metrekare verimliliği yıllık bazda bir önceki yılın aynı dönemine göre %16.6 artmıştır. Aynı dönemde ziyaretçi trafiği de 0.9% oranında artmıştır.
- ✓ Yılın ilk dokuz ayında operasyonel marj %80 mertebesinde gerçekleşirken son 4 yılın ortalaması olan yaklaşık %78’in 2.5 puan üzerinde gerçekleşti. Bu oranının geçen yılın ilk yarısına kıyasla benzer seviyede gerçekleşmesi süregelen etkin maliyet yönetimi ve verimlilik çalışmalarının sonucudur. Akasya AVYM gelirleri artışı kira yenileme dönemine denk gelen düşük enflasyon rakamı nedeniyle 11% seviyesinde gerçekleşmiştir. Bu baz etkisi önümüzdeki yıl pozitif etki edecektir.
- ✓ Global trendleri ve günümüzün demografik ve sosyo-ekonomik yapısını da göz önüne alarak, Akasya’da yeni deneysel alanlar yaratmaya devam ediyoruz. Özellikle eğlence ve yeme-içme sektörüne yönelik farklılaşma çalışmalarımız sürmektedir.

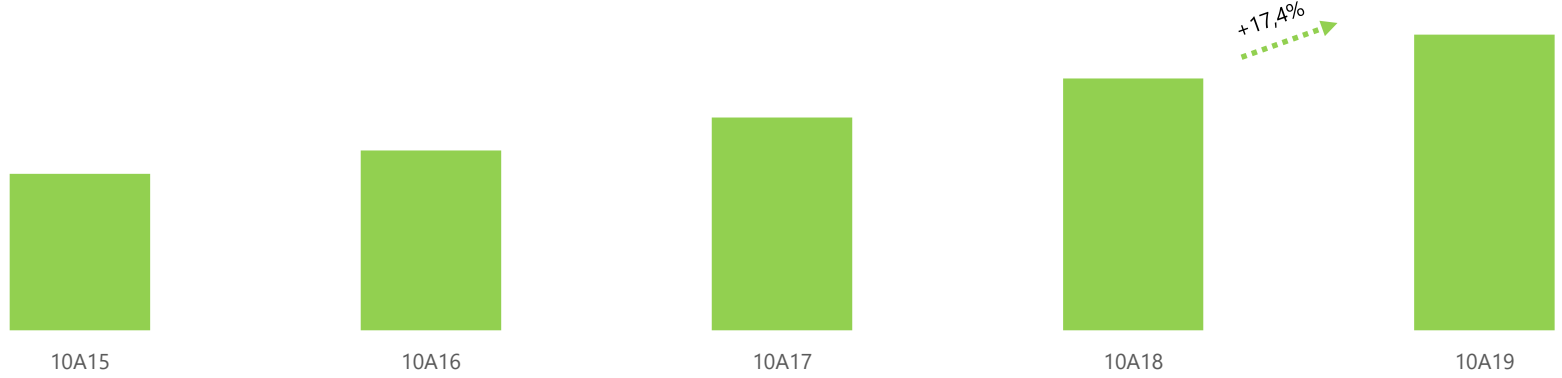
Portföy Performansı (Akbatı AVYM)



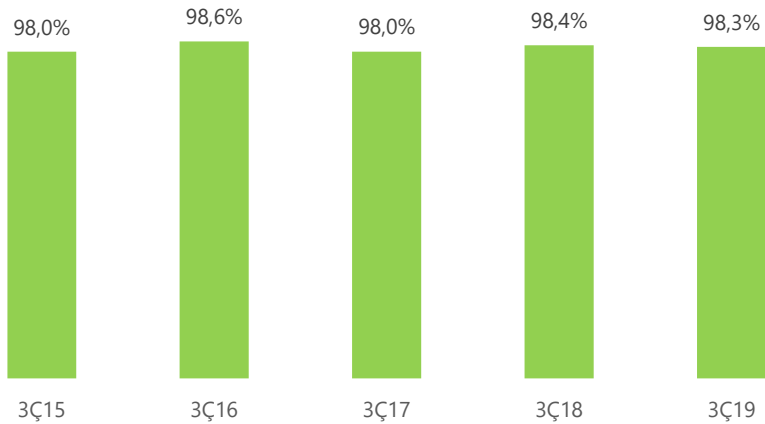
Akbatı AVYM – Genel Görünüm



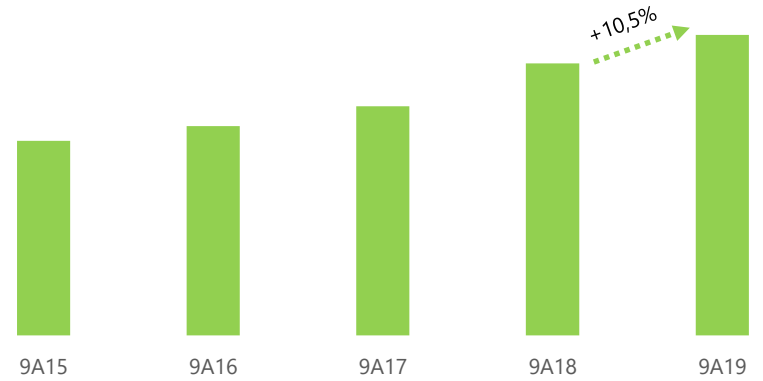
Akbatı AVYM metrekare verimlilik artış oranı



Metrekare bazında doluluk oranı gelişimi



Akbatı AVYM gider artış oranı



Getiri verimi

Akbatı AVYM (TLmn)	2017	2018	9A19	9A18	9A19	Yıllık Değişim
Gelir	84,6	106,1	86,4	76,6	86,4	13%
FAVÖK	62,2	81,3	65,1	57,3	65,1	14%
Değerleme Raporu Sonucu	912,1	1.216	1.394			

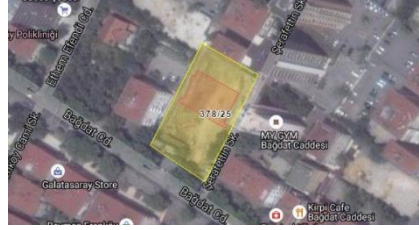
- ✓ 2019 yılı üçüncü çeyreğinde Akbatı AVYM’de bulunan mağazaların metrekare verimliliği yıllık bazda bir önceki yılın aynı dönemine göre %15,3 artmıştır. Aynı dönemde ziyaretçi trafiği Akbatı AVYM için %1,7 oranında artmıştır.
- ✓ Yılın ilk dokuz ayında operasyonel marj yaklaşık %75 düzeyinde gerçekleşirken son 4 yılın ortalaması olan yaklaşık %72’nin 3 puan üzerinde gerçekleşti. Bu oranının geçen yılın ilk yarısına kıyasla benzer seviyede gerçekleşmesi süregelen etkin maliyet yönetimi ve verimlilik çalışmalarının sonucudur.
- ✓ Akbatı AVYM’nin bulunduğu bölgedeki etki alanı içerisindeki tek AVYM olması ve aynı bölgenin İstanbul’un en kalabalık ve halen daha en çok konut satışı yapılan ve yeni yerleşim yapılarının bulunduğu bölge olması sebebiyle, Akbatı rekabetten uzak bir şekilde global trendleri takip ederek müşterilerine keyifli tecrübeler yaratmaya devam etmektedir.

Cadde Mağazacılığı – Bağdat Caddesi

Location of Portfolio Assets



Portföy Performansı (Cadde Mağazacılığı)



Uşaklıgil (Suadiye Beymen)

Ak Apartmanı

Erenköy

Caddebostan

Güncel Durum

Operasyonel

Tamamlandı

İnşaat Devam Ediyor

Beklemede

Açılış Tarihi

Eyl' 17

Ocak' 20 (T)*

Ara' 20 (T)*

Ara' 20 (T)*

Kullanım Amacı

Ticari

Karma

Ticari

Ticari

Kiralanabilir Alan (m2)

c.5,000

c.1,250

c.6,925

c.2,000

Satılabilir Alan (m2)

-

c.1,070

-

c.1,365

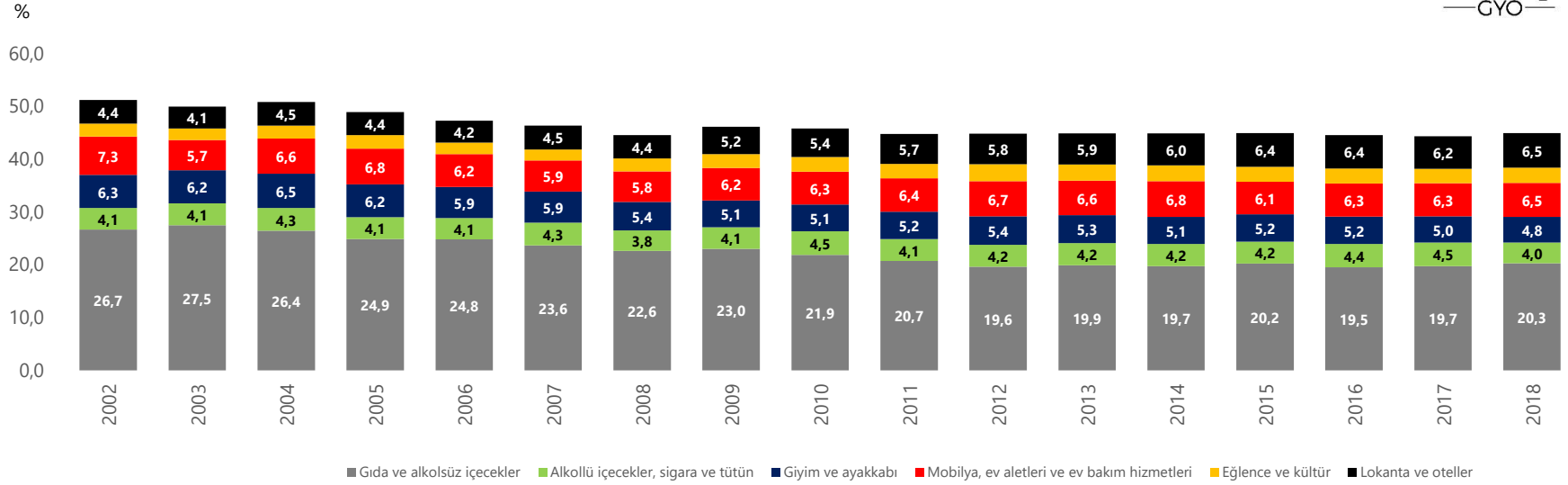
*(T)=Tahmini

Türkiye’de ve Dünyada Perakende Sektörü

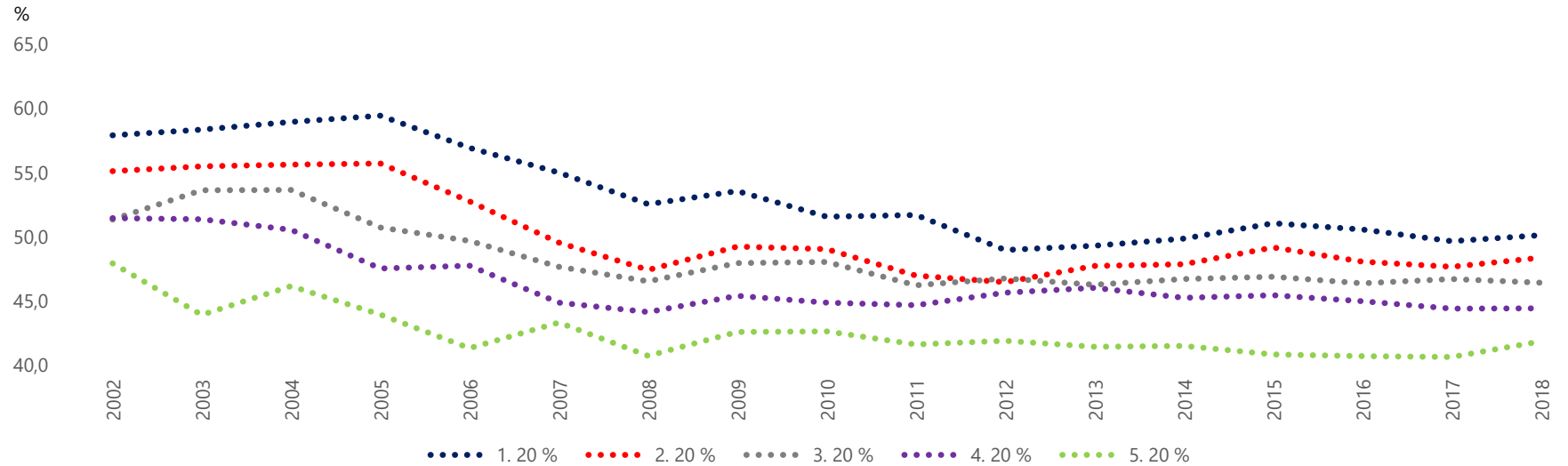
Akiş GYO Yatırımcı Sunumu – Aralık 2019



Perakende alt kategorilerinde harcamaların hanehalkı bütçesindeki payı



Perakende alt kategorilerinde harcamaların hanehalkı bütçesindeki payı (%'lik gelir gruplarına göre)



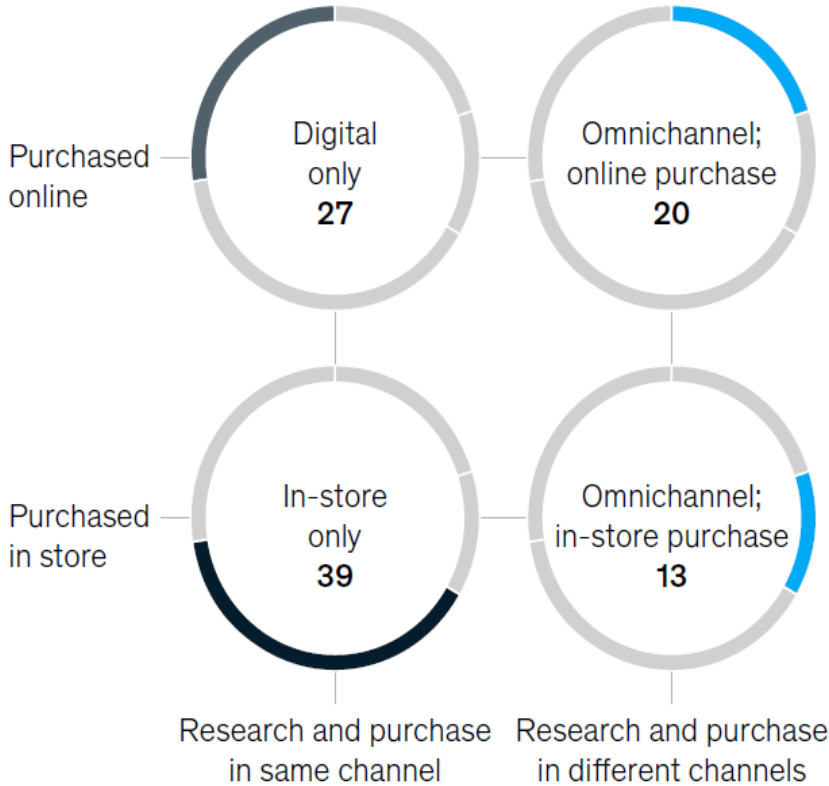
- ✓ Online- offline entegrasyonu
- ✓ Fast Fashion ve Düşen Karlılıklar
- ✓ Sürekli yenilenme, daha çok deneyim, inovatif markalar ve eğlence
- ✓ Paylaşım Ekonomisi (End of Ownership) – Pop-up / Abonelik - Kiralama
- ✓ Yeni Tüketici Davranışları (Gens)
- ✓ Çevre ve Sosyal Duyarlılık
- ✓ Lüks ve Ucuz Segmentlerin Hakimiyeti (Orta segmentin sonu)
- ✓ Daha Küçük Mağaza Formatları

- ✓ Online ----- Deneyim
- ✓ Lüks Tüketim ve Fast Fashion ----- Çevre ve Sosyal Duyarlılık
- ✓ Avrupa Yaşlanan Nüfus ----- ABD Eş Dağılım
- ✓ (Artan Gelir) ----- (Düşen Gelir)
- ✓ Daha küçük mağaza ----- Daha büyük mağaza
- ✓ Çin ----- ABD

- ✓ Online kökenli markaların 5 yıl içerisinde 850 mağaza açması bekleniyor
 - ✓ Casper'ın (yatak vb. perakende) 3 yıl içinde 200,
 - ✓ Adore Me'nin (Kadın İç giyim) 5 yıl içinde 300 mağaza planı var
- ✓ Online aldıkları ürünleri mağazada iade eden tüketicilerin %20'si mağazada ek alışveriş yapıyor (Syncjhrony)
- ✓ US\$6mn üzerinde yatırım alan global ecommerce markalarının 67%'si geçen 36 ay içinde fiziksel mağaza açtı. (Hero)
- ✓ 2017'de Çin'de toplam mobil ödeme işlem hacmi US\$13trn, ABD'de ise US\$50bn

Ana Trendler - Omnichannel

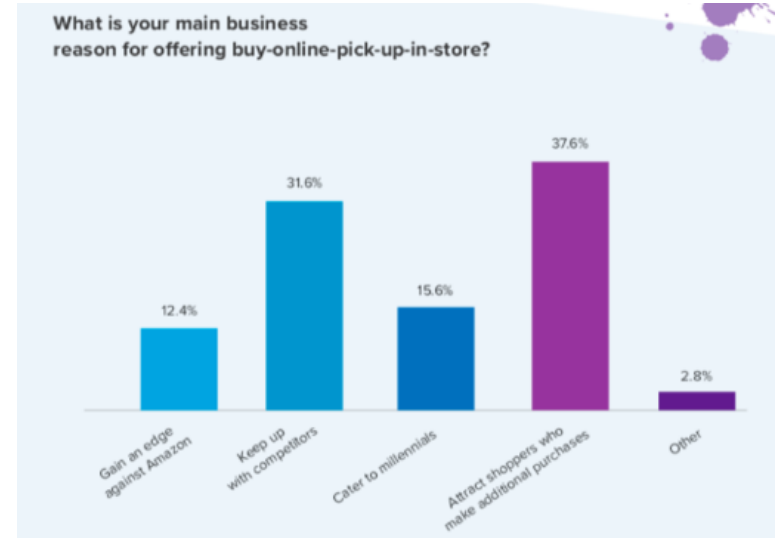
Breakdown of shopping journeys in apparel,
% of shoppers



Note: Channel defined as online or physical.

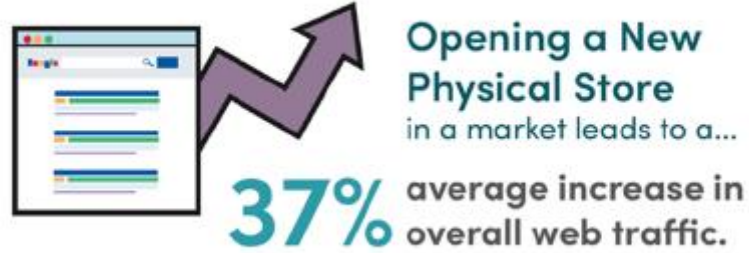
Kaynak: McKinsey

- ✓ **Ortalama omnichannel müşterisi, yalnız offline müşterisine göre % 70 daha fazla alışveriş yapıyor ve yılda 2.000 USD daha fazla harcıyor (yalnız offline'a göre %34 daha fazla)**
Kaynak: McKinsey (Ready to 'where': Getting sharp on apparel omnichannel excellence)
- ✓ **Amerika'da kıyafet alışverişi yapanların 1/4'ü Amazon'u ziyaret ediyor ancak bunların 2/3'ü başka yerlerden alışveriş yapıyor**



Kaynak: McKinsey

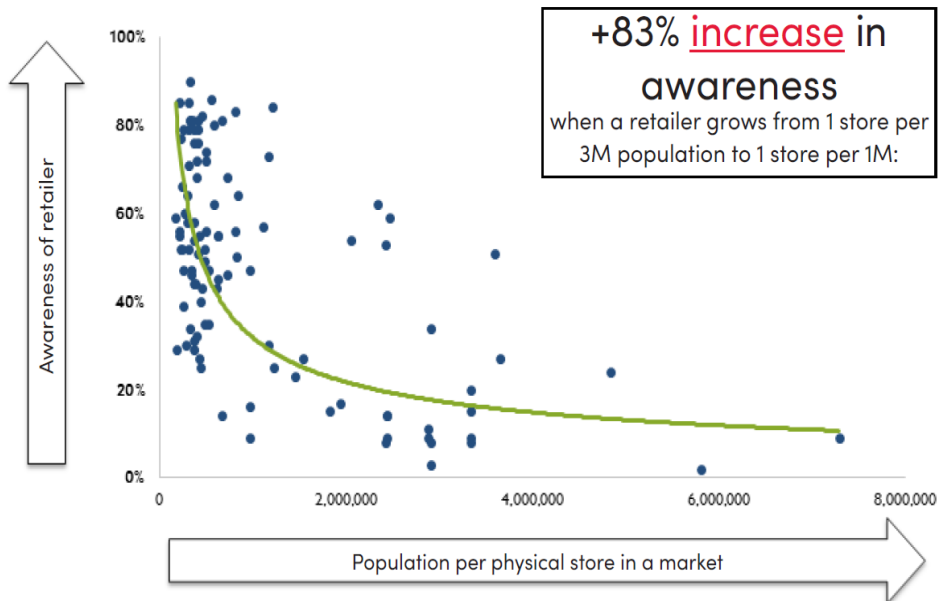
Ana Trendler - Halo Effect



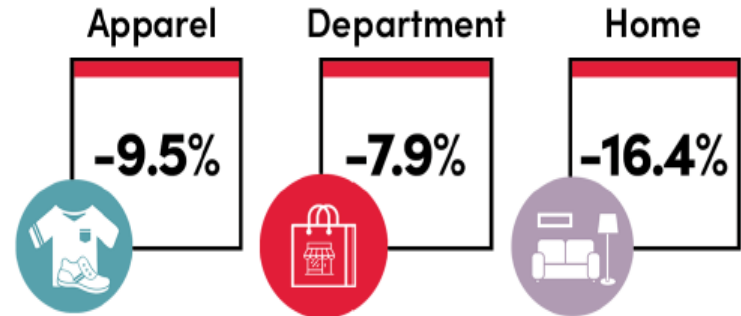
Opening one new physical store in a market results in an average 37 percent increase in overall traffic to that retailer's website, compared with web traffic prior to the store's opening.

Source: ICSC

The more stores per capita in a market, the higher the awareness of that retailer.

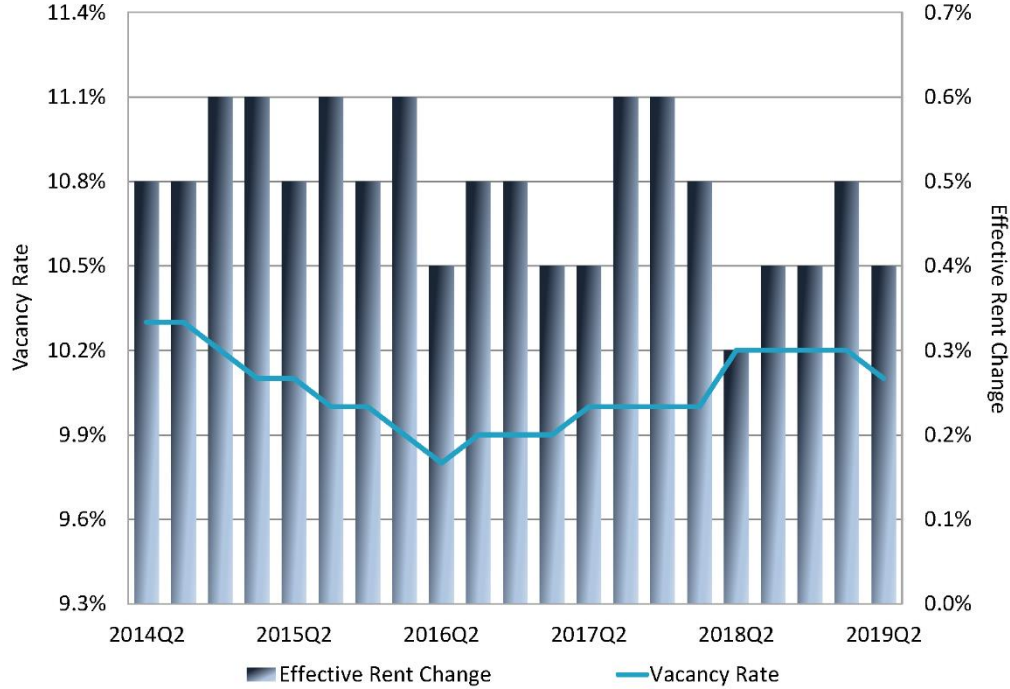


The share of web traffic within the market goes down when a retailer closes a store



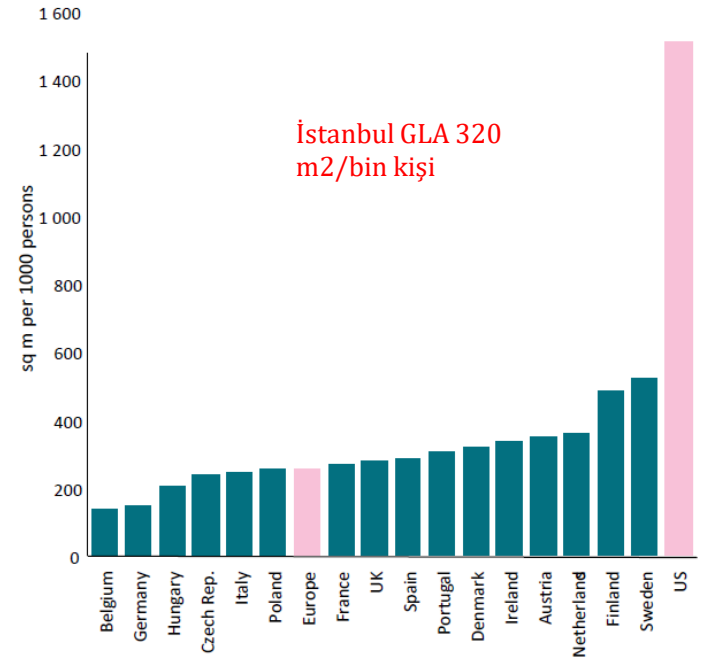
Ana Trendler – Amerika AVM Doluluk

ABD Alışveriş Merkezleri



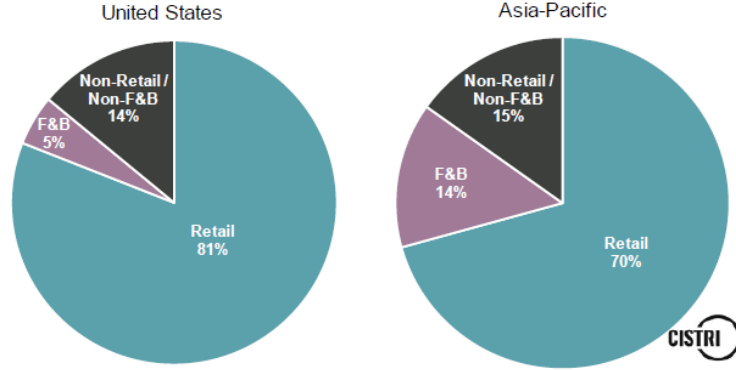
- ✓ Yıllık bazda kira artışı 1.7 % ile 18.73 \$/squarefoot.
- ✓ Simon Group Doluluk Oranı 2019 Nisan / 95.1% (2018- 94.6%)

Figure 4: US seems oversupplied compared to most of European countries



Ana Trendler – AVM Kırılım / Mağaza Kapanışlar

Shares of Gross Leasable Area in U.S. and APAC Malls



Source: CoStar Realty Information Inc. (U.S.) and Cistri (APAC)

ABD perakenciler:

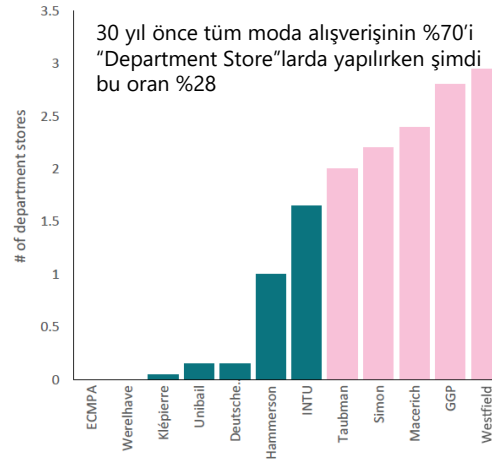
- ✓ 2019 ilan edilen
 - ✓ mağaza **kapanış**: 7.567
 - ✓ mağaza **açılış**: 3.064
- ✓ 2018- 5,524 kapanış ve 3,083 açılış

(Kaynak: Coresight Research)

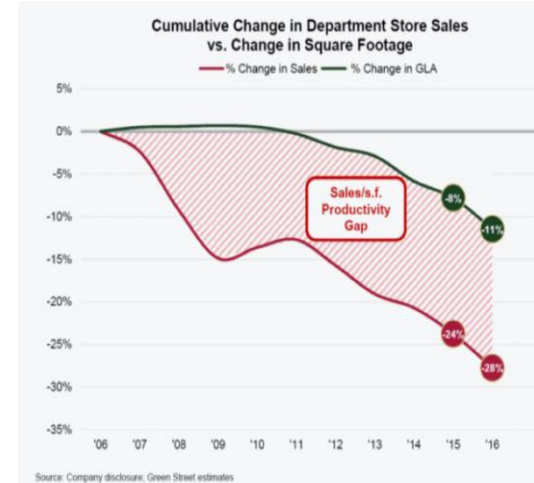
- ✓ Çocuk giyim Gymboree **iflas sonrası**
 - ✓ **749 mağaza kapama**

- ✓ (Payless, Charlotte Russe, Charming Charlie, Overall, Dressbarn)

Figure 5: Average # of department stores per SC higher in US big players' portfolios



Source: Euromonitor; BofA Merrill Lynch Global Research, September 2017



Source: Company disclosure, Green Street estimates

Akasya

Metrekare	2015	2016	2017	2018	1Y19
Retail	69.4%	68.5%	68.4%	66.8%	63.4%
F&B	7.6%	8.6%	8.0%	8.9%	10.3%
Non-Retail & Non F&B	23.0%	22.9%	23.5%	24.3%	26.3%

Toplam	100%	100%	100%	100%	100%
--------	------	------	------	------	------

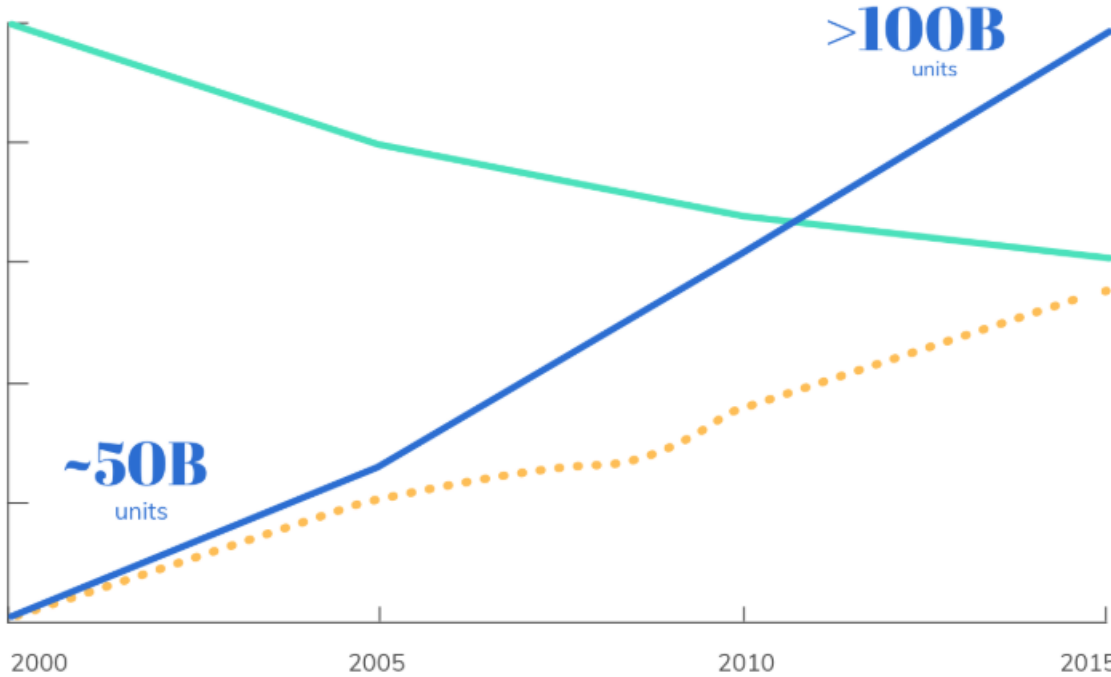
Akbatı

Metrekare	2015	2016	2017	2018	1Y19
Retail	84.9%	84.6%	84.7%	84.6%	84.5%
F&B	3.3%	3.9%	3.8%	3.8%	3.8%
Non-Retail	11.8%	11.6%	11.5%	11.6%	11.7%

Toplam	100%	100%	100%	100%	100%
--------	------	------	------	------	------

Ana Trendler - Fast Fashion

We're Buying Twice As Much Clothing & Wearing It Half As Long



Inditex "fast fashion" trendinde öncü durumda

- ✓ Dizayn, üretim, sevkiyat, satış sürecinin tamamını 25 güne kadar indirebiliyor

"İngiltere'de her üç kadından biri, iki kereden fazla giydiği ürünü "eski" olarak nitelendiriyor."

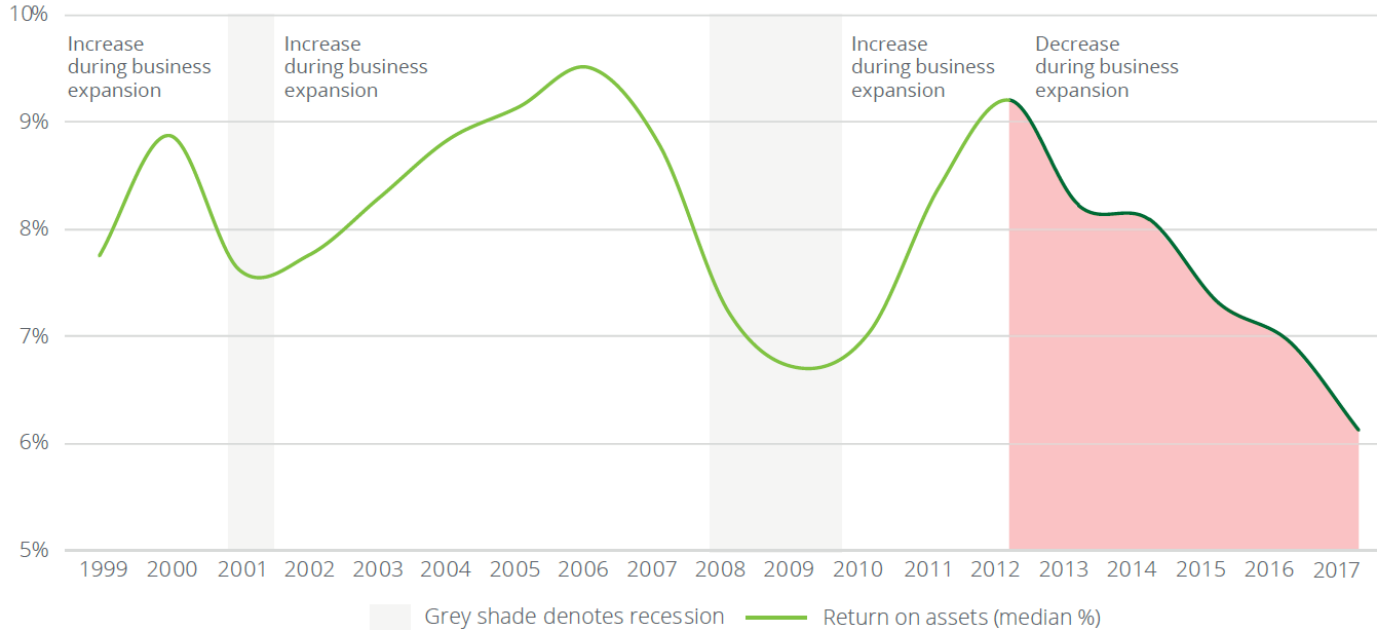
"The lifespan of fashion products is being stretched as pre-owned, refurbished, repaired and rental business models continue to evolve"

- Clothing Sales
- Clothing Utilization (number of times an item is worn)
- ... World GDP (index 100 in 2000)

Ana Trendler – Perakende Karlılık ROA

Perakende tüm zamanların en yüksek satışlarına ulaşmış olsada maliyetler de hızla artıyor, ROA (net income/ total asset) tedarik zincirlerindeki sıkışma ve yıkıcı inovasyonların da etkisiyle hızla düşüyor.

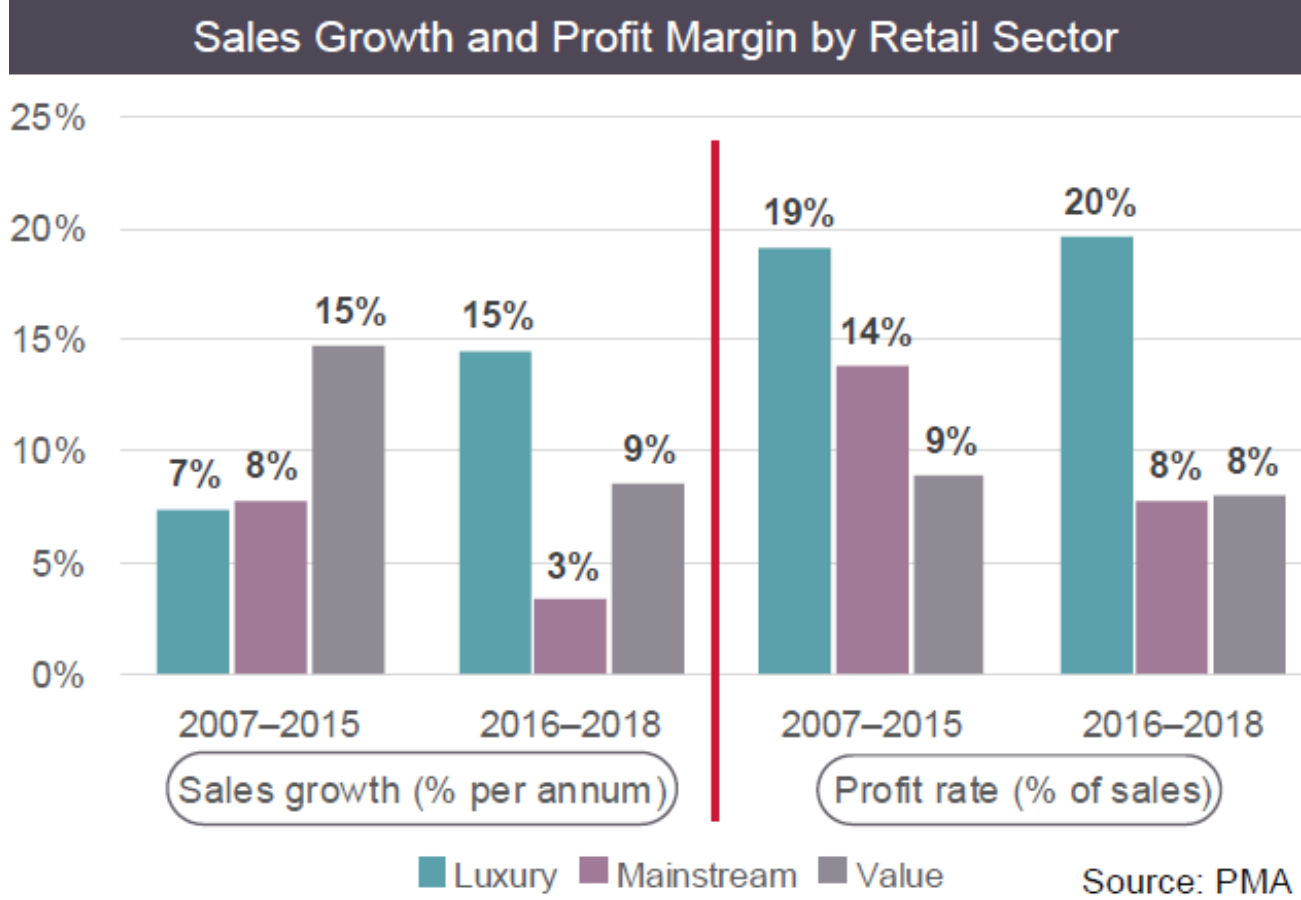
Figure 1. Return on assets (median value of more than 100 US retailers)



Trade 2.0

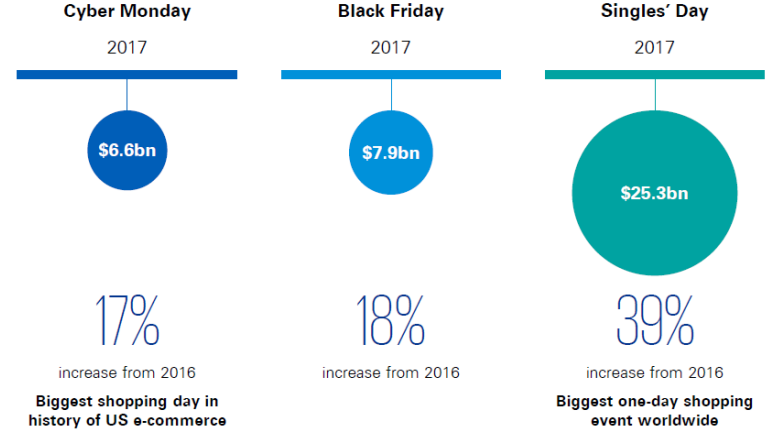
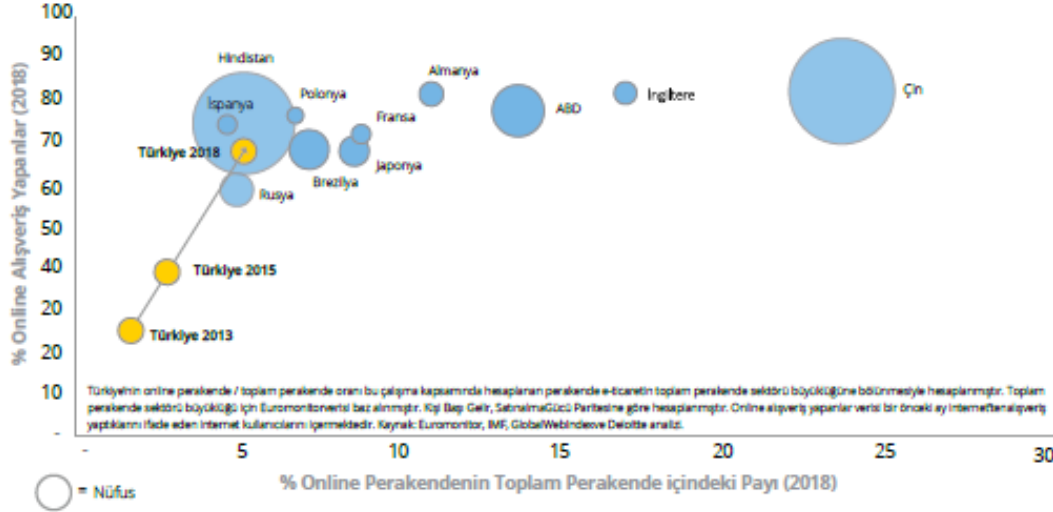
All companies will need to prepare contingency plans to face a potential shake-up of global value chains. On the one hand, the apparel trade could be reshaped by new barriers, trade tensions and uncertainty

Lüks ve ucuz giyim büyük bir kutuplaşma yaratırken, orta-segment hızla eriyor

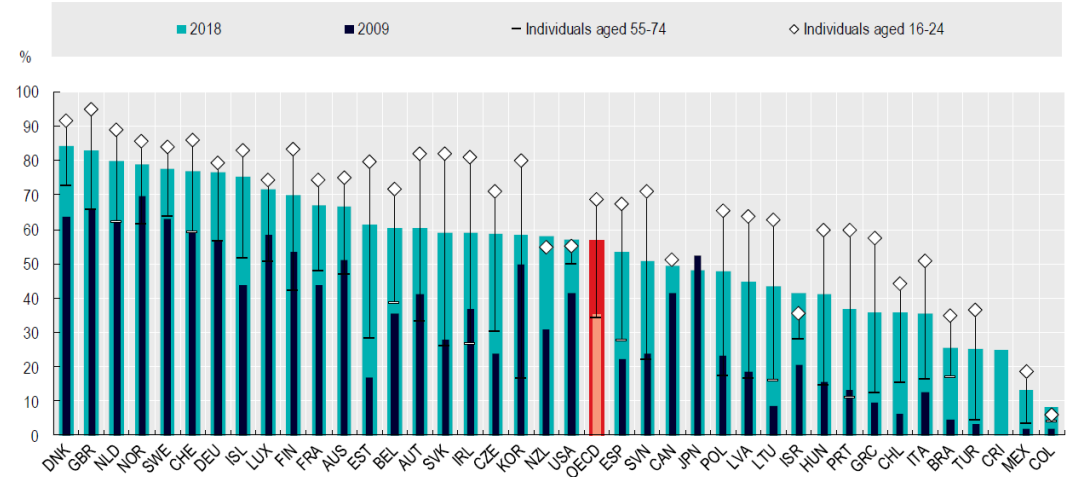


E-Commerce

Grafik 1- Online Perakendenin Toplam Perakende içindeki Payı (2018)

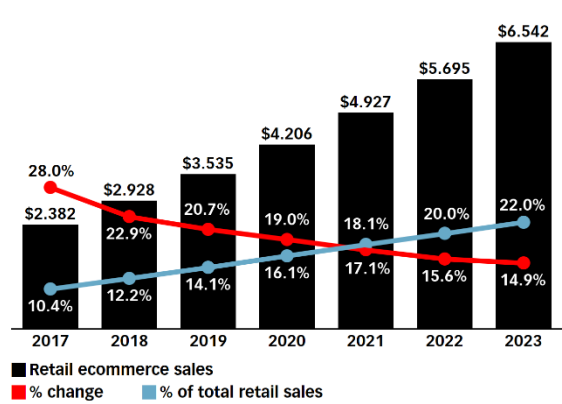


Percentage of individuals who have purchased online over the last 12 months, 2018



Note: See endnote 2.
Source: OECD, ICT Access and Usage by Households and Individuals (database), <http://oe.cd/hhind> (accessed February 2019).

Retail Ecommerce Sales Worldwide, 2017-2023
trillions, % change and % of total retail sales

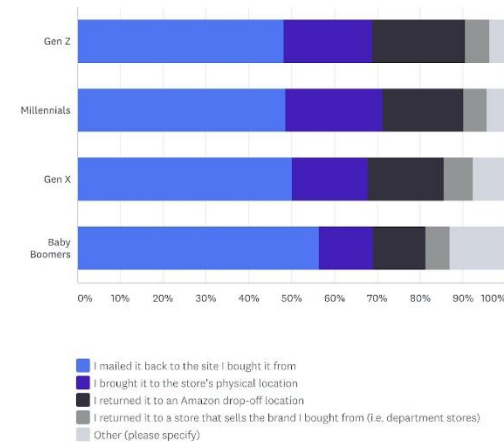


“Free Return” Döneminin Sonu



- ✓ Müşterilerin ücretsiz iade beklentisi perakendecileri zorlayan bir noktaya yaklaşıyor.
- ✓ E-ticaret satışlarından iadeler mağaza satışlarındaki iadelere göre 2 ila 4 kat daha fazla
- ✓ E-ticaret iade oranı %15-%30 arasında değişirken, mağaza alışverişlerinde %8
- ✓ İadelerin toplam tutarı 2017 yılında 400 milyar dolar (2015 yılına göre %53 artış – toplam satışların %10’u)
- ✓ İngiltere’de 2018 yılında tüm alışverişin %23’ü iade edilmiş.
- ✓ ABD’de online alışveriş yapanların %42’si son 6 ayda en az 1 kere iade yapmış (Narvar)
- ✓ Amazon yalnızca Prime kanalıyla 2017 yılında 5 milyar paket dağıttı ve müşterilerin iade için kullanabileceği 600’den fazla fiziksel noktası açtı.
- ✓ Amazon’un 2018 yılındaki toplam shipping masrafı 27.7 milyar USD
- ✓ Amazon geçen yıl, iadeyi alışkanlık haline getirmiş müşterilerinin hesaplarını kapatmaya başladı.
- ✓ Best Buy, Home Depot gibi markalar müşterilerinin davranışlarını puanlayan hizmetler kullanıyor ve iade edebilecekleri ürünlere limit koyuyor.

Where do you most frequently return items that you bought online?



Deneyimsel Perakende– Samsung - Stella

- ✓ Samsung'un geçen yıl Manhattan'da açtığı ve 43 milyon dolar harcadığı 5200 m2 mağazasından satın alınabilen tek şey "kahve".
- ✓ **Mağazanın tek amacı markanın en son yeniliklerini tanıtmak ve deneyimlenmesini sağlamak.**

"..., but the store is selling something else: the idea that Samsung will make shoppers happier than any other tech company..."

kira/ ciro oranlarının önemi?

- ✓ Stella McCartney Londra'da açtığı flagship mağazayı 'the cleanest air in London' teması ile tanıtıyor ve pazarlama stratejisini bunu üzerine kuruyor.
- ✓ Mağaza havayı ve zararlı gazları %95 oranında temizleyen özel filtrelerle farklı bir deneyim öneriyor. (Kapalı alanlarda caddedeki kirliliğin en az %50'si teneffüs ediliyor)





ASUMAN
BİR ÇİKOLATA DÜKKANIDIR

ETKİNLİK YAPAN, İÇERİK
ÜRETEN, HİKAYESİ OLAN,
UNİK MARKALARLA

FARKLILAŞMALI
-YIZ!

divan brasserie



—THE—
badau



Akasya

Adet

Akbatı

Adet

Yeni Mağaza
Çıkan Mağaza
Büyüyen Mağaza
Küçülen Mağaza
Yer Değiştiren Mağaza

23

13

36

14

4

0

1

0

10

2

Toplam

74

29



- ✓ Akasya'da 2019'da
 - ✓ 106 AVM etkinliđi
 - ✓ 262 AKS etkinliđi
 - ✓ 150'den fazla kiracı etkinliği gerçekleştirildi.

Deneyim Odaklı Kiralama

The Badau

Fine Dine Restaurant & Jazz Club



Asuman Çikolata

Yerel Marka (Moda)

Çikolata Atölyesi v.b. aktiviteler



DeFacto

Akıllı mağaza

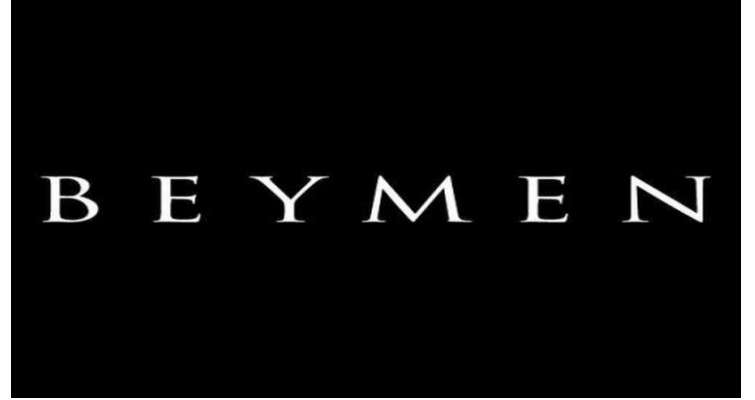


WorQuarters

Hybrid Model Çalışma Alanı

Startup Accelaration & Co-Working





H&M (2020 1. Çeyrekte açılacak)

3200 m2 ile İstanbul Anadolu Yakası'nı en büyük H&M mağazası

Beymen Büyüme

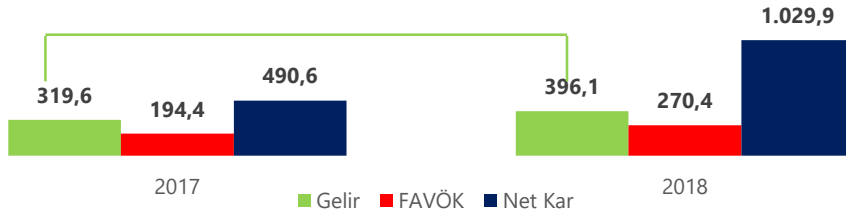
3830 m2 ile Anadolu yakasının 2. büyük Beymen mağazası

Finansal Göstergeler

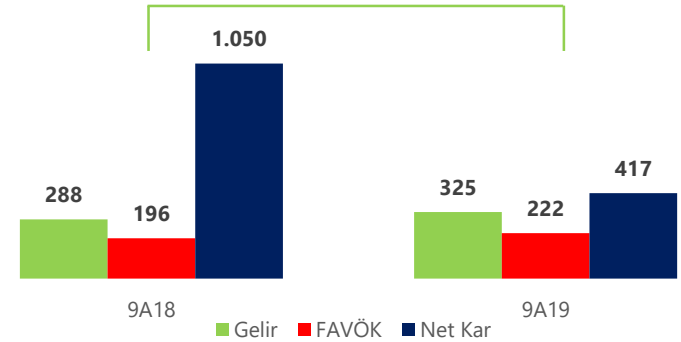
Finansal Görünüm (TLmn)



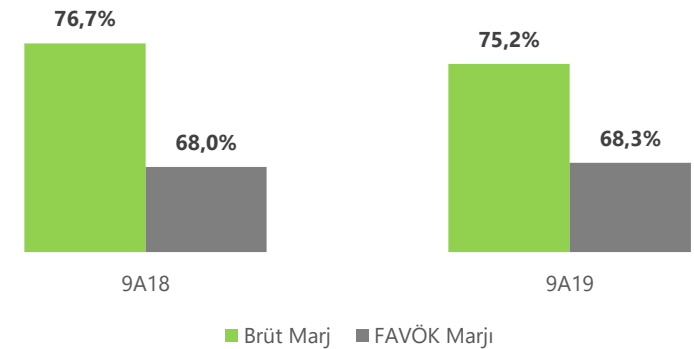
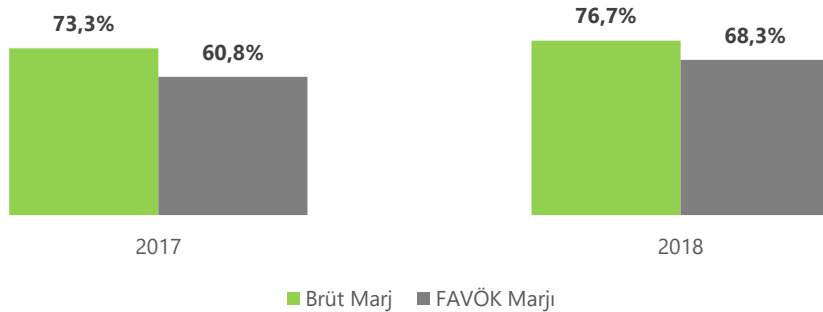
**+24% Gelir Büyümesi, +39%
FAVÖK Büyümesi
vs.
20% Enflasyon**



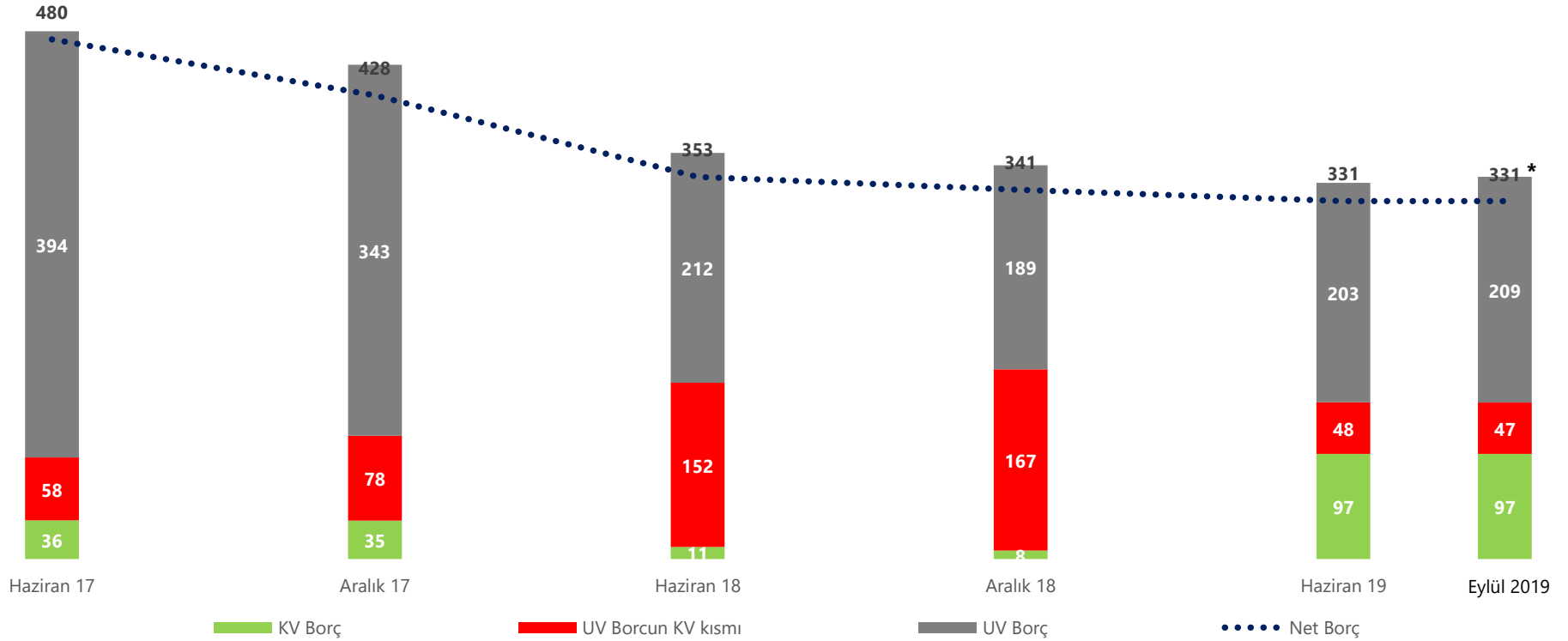
**+12,7% Gelir Büyümesi,
+13,2% FAVÖK Büyümesi
vs.
9,26% Enflasyon**



AVM'lerimizde ortalama olarak 75-80% aralığında bir operasyonel marjla faaliyetlerimizi sürdürmekteyiz. GYG ve dönemsel olarak elimizde kalan az sayıda stokların erimesi sürecinde konsolide şirket FAVÖK marjımız 65-70% bandında seyretmektedir. Cadde mağazacılığı projelerimizin tamamlanması ile birlikte konsolide FAVÖK marjımızın 70% üzerine kalıcı olarak çıkması öngörülmektedir.



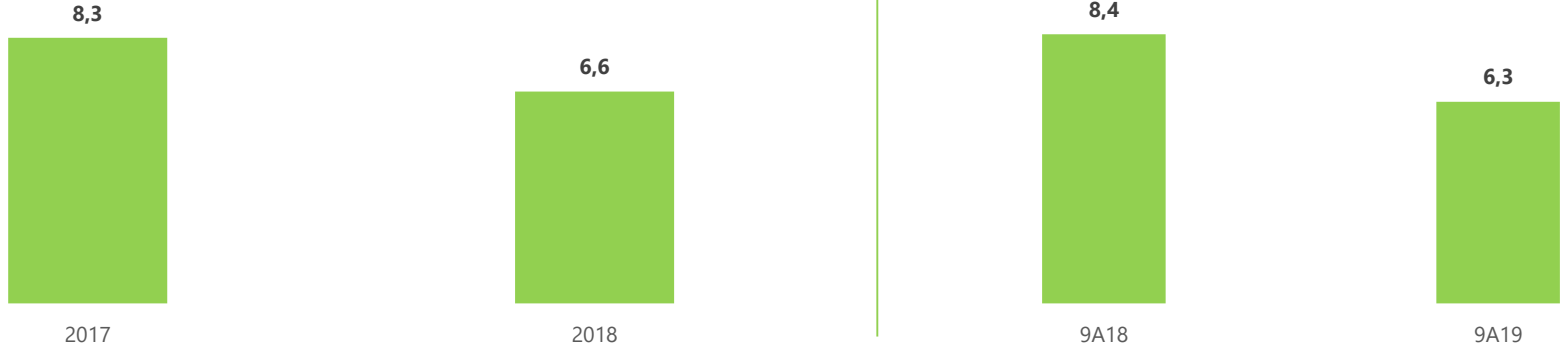
Finansal Görünüm (Net Borç Gelişimi (US\$m))



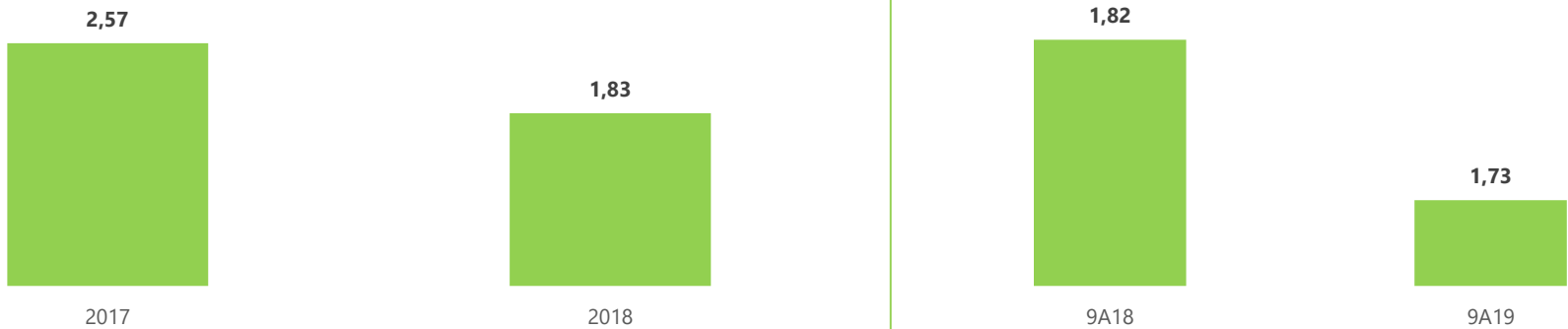
* Faiz tahakkukları hariç net borç rakamı US\$320mn mertebesindedir.

Finansal Görünüm (Borçluluk)

Net Borç/FAVÖK rakamımızı düzenli olarak düşürüyoruz.



Ortalama borç vadesi halen daha kısa olmakla beraber, bunun temel sebebi bazı balon ödemelerin 2019 yılı içerisinde gelmesinden kaynaklanmaktadır. Hedefimiz ortalama borç vadesini ilk aşamada x3.0 üzerine çıkarmaktır.



Finansal Görünüm (Kullanılan Türev Ürünler)



Ürün	Vade
Participating Cross Currency Swap	2020 - 2021
Capped Forward	2020 - 2021
Forward	2020
Cross Currency Swap	2020 - 2024
Seagull	2021 - 2022

- ✓ **Toplamda, yabancı para kredi bakiyemizin %26'sı çeşitli finansal enstrümanlarla hedge edilmiş durumdadır. Döviz alacakları ve nakit döviz varlıklarıyla beraber bu oran 34%'e ulaşmaktadır.**
- ✓ **Döviz alacaklarımızla beraber 2020-2021 hedge oranı %50'nin üzerine çıkmaktadır.**

2020 Yılı Ajandası

2019 yılını kapatırken

- ✓ **Düzenli ve Sürdürülebilir Kira Geliri Sağlayan AVM'ler**
 - ✓ Kira geliri yaratan nitelikli portföy, yüksek doluluk ve güçlü tahsilat performansı
- ✓ **Düşen Net Borç / FAVÖK**
 - ✓ Net borç seviyemiz neredeyse sabit kalırken FAVÖK artmaktadır.
- ✓ **Halen daha kısa olan Ortalama Borç Vadesi**
 - ✓ Ortalama borç vadesi halen 2 senenin altındadır
- ✓ **Hızla Yükselen İşlem Hacmi ve Piyasa Değeri**
 - ✓ GYO sektöründe genel olarak bir yükseliş ivmesi
 - ✓ Yıl içinde ve tahvil ihracı sürecinde etkin yatırımcı ilişkileri yönetimi
 - ✓ Yabancı ilgisi
 - ✓ Likiditenin artması

Projeler

✓ *Cadde Projeleri*

- ✓ Ak Apartmanı satış sürecinin devamı
- ✓ Erenköy projesinin kiralama sürecinin tamamlanması
- ✓ Caddebostan projesi ruhsat durumunun netleşmesi, mümkünse inşaat başlanması

✓ *Beykoz*

- ✓ İmar planlarının netleşmesinin beklenmesi, 2021 sonrası inşaat sürecine başlanmaması

✓ *Yurtdışı Projeler*

- ✓ Londra projesinin inşaatının devam etmesi

Diğer

✓ *Kurumsal Girişim Stratejisi*

- ✓ Perakende ve Gayrimenkul Teknolojileri odağında hızlandırma programı ve ilk start-up yatırımları

✓ *İlk Sürdürülebilirlik Raporu*

- ✓ İlk Sürdürülebilirlik Raporu'nun yayımlanması

Ozan Hançer

Direktör

Stratejik Planlama, İş Geliştirme ve Yatırımcı İlişkileri

E-mail: ozan@akisgyo.com

Telefon: +902123930100

Sercan Uzun, CFA

Müdür Yardımcısı

Yatırımcı İlişkileri, Stratejik Planlama ve İş Geliştirme

E-mail: sercan.uzun@akisgyo.com

Telefon: +902123930100/53544

Çekince:

Bu raporda yer alan tüm bilgiler yatırımcıları bilgilendirme amacı taşımaktadır. Raporlardaki yorumlardan, bilgilerin tam veya doğru olmaması ve/veya güncelleme nedeniyle doğabilecek zararlardan Akış GYO yönetimi ve çalışanları sorumlu tutulamaz.