

# BİM Birleşik Mağazalar

2023



ACAR MENKUL DEĞERLER

# 1

## Kuruluş

# 1

## Kuruluş

Türkiye'nin organize perakende sektöründe pazar payı en yüksek şirket olan BİM Birleşik Mağazalar AŞ, faaliyetlerine 1995 yılında 21 mağazayla başlamıştır.

BİM'in ana ilkesi, temel gıda ve tüketim malzemelerinin yüksek kalite ve en uygun fiyat ile tüketiciye ulaştırılmasıdır. Yüksek indirim (hard-discount) modelinin Türkiye'deki ilk temsilcisi olan BİM, portföyünde yaklaşık 850 ürün bulundururken aynı zamanda çok sayıda özel markalı ürünü de müşterilerine sunmayı hedeflemektedir.

BİM, 2022 yılını %109 büyüme ile tamamlamıştır. Sektörde ciro anlamında lider durumda olan BİM'in hızlı tüketim ürünlerindeki pazar payı artışı 2022 yılında hız kazanmış, NielsenIQ Perakende Paneli verilerine göre Şirket'in hızlı tüketim ürünlerindeki pazar payı 140 baz puanlık bir artış kaydetmiştir.

Satışların içinde temel gıda ürünlerinin payının artması ve hızlı maliyet artışları gibi etkenler kârlılık tarafında baskı oluştursa da BİM, yıl başında belirlediği kârlılık hedeflerini yakalamayı başarmıştır. Şirket, operasyonel nakit çıkışlarının yanı sıra 2022 yılında yaklaşık 1,8 milyar TL nakit kâr dağıtımını gerçekleştirmiştir. Şirket, maliyetlerdeki yükselişe rağmen yatırımlarını da hız kesmeden sürdürmüştür. Yıl boyunca depo yatırımları ve mağaza açılışları devam etmiştir. 2022 yılında toplam üç adet depo ve 1.021 adet mağaza açılışı gerçekleştirilmiştir. Şirket'in 2022 yıl sonu itibarıyla Fas'ta 627 adet ve Mısır'da 311 adet olmak üzere toplam 11.510 adet mağazası bulunmaktadır.

Şirket, sağlamış olduğu istihdamla ülke ekonomisine önemli bir destek sağlamaktadır. Personel sayısı 2022 yılında konsolide olarak 9.612 kişi artan BİM'in 2022 sonu itibarıyla toplam 79.809 çalışanı bulunmaktadır.

2022 yılında 49 yeni mağaza açılışı gerçekleştirilen Fas'ta toplam mağaza sayısı 627'ye ulaşmıştır. BİM'in ikinci yurt dışı operasyonu olan Mısır'da da 2022 yıl sonu itibarıyla 311 mağaza faaliyetlerine devam etmektedir.

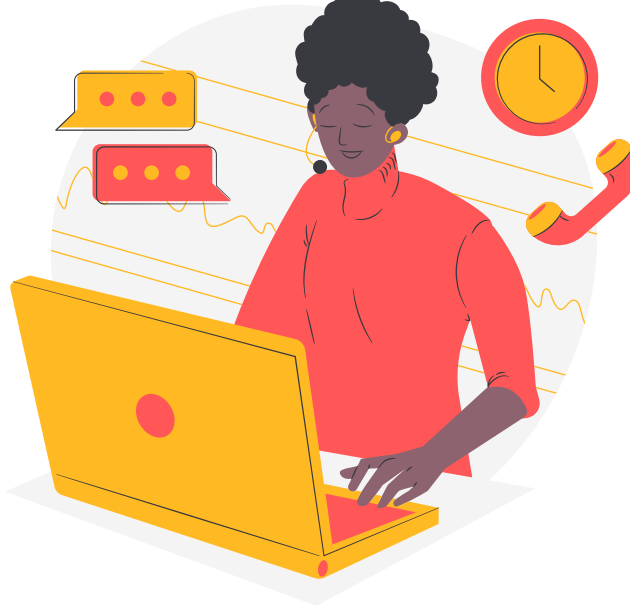
Önümüzdeki yılda da yatırımlarına devam edecek olan Şirket'in 2023 yılı yatırımlarının ciroya oranının yaklaşık %3,5 seviyesinde olması beklenmektedir.

# 2

## Yatırımcı İlişkileri

## 2

# Yatırımcı İlişkileri



BİM Birleşik Mağazalar A.Ş Mali İşler Başkanlığı'na bağlı olarak oluşturulan Raporlama ve Yatırımcı İlişkileri Direktörlüğü, şirket yönetimi ile mevcut ve potansiyel hissedarlar arasındaki iletişimi sağlamaktadır. Bu direktörlüğün amaçlarının başında pay sahiplerinin ve tüm menfaat sahiplerinin doğru, eksiksiz, hızlı ve etkin olarak bilgilendirilmesi gelmektedir.

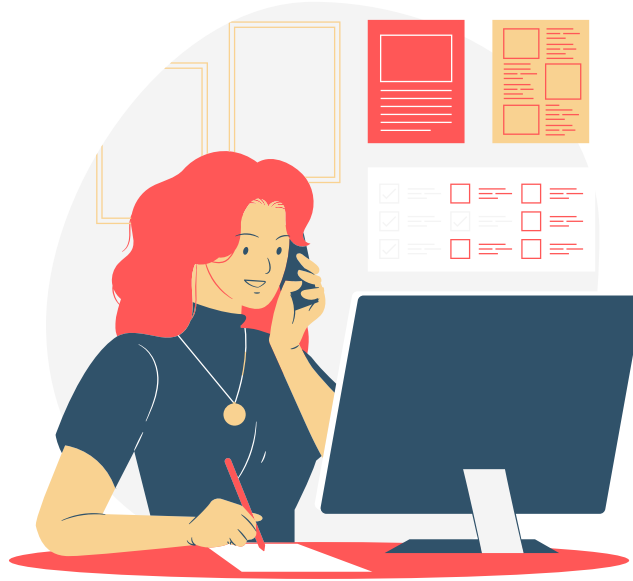
Direktörlük, faaliyetleri kapsamında, şirketin finansal sonuçlarını üç ayda bir kamuoyu ile paylaşır. Yönetim, belirli periyotlarda BİM'in operasyonel sonuçları hakkında bilgi vermek ve soruları cevaplamak amacıyla analist ve yatırımcı toplantıları ve/veya telekonferanslar düzenlemektedir. Ayrıca, ulusal ve uluslararası düzeydeki yatırımcı konferanslarına katılmakta, yatırımcılar ve analistlerle bilgi paylaşmak amacıyla birebir toplantılar gerçekleştirmektedir. Kamu tarafından bilinmeyen bir hususun açıklanmasının gerekli olduğu her durumda, gerekli açıklamalar SPK ve BIST düzenlemelerine ve Şirket Bilgilendirme Politikasına uygun olarak bu direktörlük tarafından yapılmaktadır.

# 3

**Öne Çıkan  
Gelişmeler**

# 3

## Öne Çıkan Gelişmeler



Fas ve Mısır'da operasyonlar yukarı yönlü devam etti. Bim'in geniş şube ağı büyümeye devam ediyor. Şirket 2022 yılında 1.021 yeni mağaza açarken, toplam mağaza sayısını 11.510'a yükseltti.

- 2022 yılında bir önceki yıla göre net satışları %108,9 artışla 147.7 milyar TL seviyesinde gerçekleşmiştir.
- 2022 yılında bir önceki yıla göre net karı %178,2 artışla 8.2 milyar TL seviyesinde gerçekleşmiştir.
- FAVÖK 2022 yılında bir önceki yıla göre %80,5 artışla 11.9 milyar TL seviyesinde gerçekleşmiştir.
- Net Kar Marjı Çeyreklik Değişim +308 bps , Net Kar Marjı Yıllık Değişim +136 bps olduğu görülmekte.

# 4

## BİM Anlayışı



# 4

## BİM Anlayışı

### Yüksek İndirim (Hard-Discount) Kavramı

Operasyonel maliyetleri en düşük seviyede tutarak kazanımlarını müşterilerine fiyat indirimi olarak yansıtma ilkesiyle hareket eden BİM; organizasyonel yapısı, etkin maliyet yönetimi uygulamaları ve sınırlı ürün portföyüyle yüksek indirim modelinin Türkiye'deki ilk temsilcisidir. BİM, yüksek indirim anlayışını üç ana unsura dayandırmaktadır:

1. Merkezi olmayan bir organizasyon yapısıyla bölge müdürlükleri ve mağazalar arasında dinamik bir lojistik ve bilgi ağı kurarak karar alma-uygulama süreçlerini hızlandırmak;
2. Ürün fiyatlarını yükseltecek her türlü gereksiz harcamadan kaçınmak;
3. Ürün portföyünü yaklaşık 850 adetle sınırlayarak kalite standartlarının denetimini en etkin biçimde gerçekleştirmek ve ürünlerin mümkün olan en uygun fiyatla müşteriye ulaşmasını sağlamak.

BİM, sahip olduğu yüksek alım gücü sayesinde, satışını yaptığı ürünlerin büyük bölümünün Türkiye'deki en büyük alıcısıdır. Böylece tedarikçilerinin düşük maliyetle kaliteli üretim yapmalarını sağlayarak kaliteli ürünleri uygun fiyatlara tedarik edebilmektedir. BİM, ürün seçimi ve fiyatlandırma konusunda detaylı ve hassas bir çalışma yöntemi benimsemiştir. Mağazalarda tüketiciye sunulan ürünler hane halkının günlük temel ihtiyacının yüzde 80'ini karşılayacak biçimde seçilir.

### BİM Hizmet Felsefesini Özetleyen Başlıklar

BİM için müşterilerinin menfaati, kısa vadeli yüksek kârdan daha önemlidir.

BİM, en kaliteli ürünleri en uygun fiyatlarla sunar.

BİM müşterileri, memnun kalmadıkları ürünleri tartışmasız iade edebilirler.

BİM, sizin için yüksek kaliteli ürünleri özel olarak üretir.

BİM müşterileri ambalaja ve markaya değil, ürünün kendisine para öderler.

BİM, ürünleri koliler içinde sunarak gereksiz maliyetten kaçınır.

BİM, müşterilerine en yakın noktalarda ve en uygun fiyatlarla mağaza kiralar.

BİM, abartılı reklamlarla ürünlerin fiyatlarını artıracak harcamalar yapmaz.

BİM mağazaları, her türlü abartılı harcamadan kaçınılarak dekore edilir.

BİM mağazalarında, hizmeti aksatmayacak yeterlilikte personel çalışır.

# 5

**Finansal  
Performans**

## Finansal Performans

**2022 yılında  
5.112 milyon  
TL**

**yatırım  
harcaması**

**%109**

**Net satışlardaki  
büyüme**

**80 bin**

**Çalışan sayısı**

**11.510**

**Mağaza sayısı**

**147,7 milyar  
TL**

**Net satışlar**

2022 yılında tüketicilerin alım gücünde yaşanan azalış karşısında sosyal sorumluluğunun farkında olan BİM, her gün düşük fiyat politikasıyla tüketicilerin yanında olmaya devam etmiştir.

2022 yılında yaşanan yüksek enflasyon, perakende sektörü için fırsatları ve zorlukları bir arada getirmiştir. Tüketiciler tarafında alım gücünde yaşanan düşüşler yüksek indirim mağazacılığı ve bu mağazaların kendi markalı ürünlerine talebi artırmıştır. Şirket, pazar payını artırırken her kesimden yeni müşteriler kazanmıştır. Diğer taraftan ülke para biriminin değer kaybı, yatırım maliyetlerini artırırken, operasyonel giderlerde yaşanan artış, marjları olumsuz yönde etkileyen bir unsur olmuştur. Özellikle elektrik ve yakıt giderlerindeki artışın kârlılıkta önemli etkileri olmuştur. Yılın önce başında, sonra ortasında olmak üzere iki kez gerçekleşen asgari ücret artışı da personel giderlerini artırıcı etkide bulunmuştur.

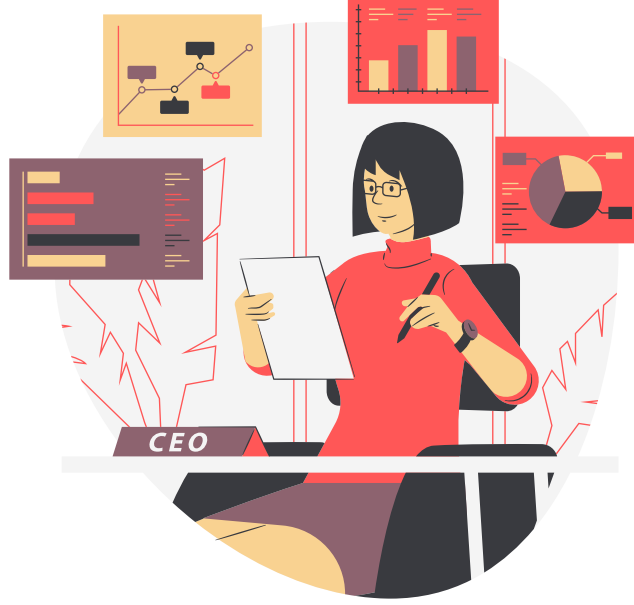
Yüksek enflasyon döneminin hâkim olduğu 2022 yılında tüketicilerin alım gücünde yaşanan azalış karşısında sosyal sorumluluğunun farkında olan BİM, her gün düşük fiyat politikasıyla tüketicilerin yanında olmaya devam etmiştir. Verimlilik artışıyla elde ettiği kazancı ürün fiyatlarına yansıtan BİM, ülkemiz için katma değer üretmeyi sürdürmüştür. Artan maliyetlere rağmen mağaza açılış trendindeki yüksek seyri 2022 yılında da devam ettiren Şirket, 1.021 yeni mağaza açılışı gerçekleştirmiştir. Finansal sonuçlar, SPK'nın Seri: II No: 14.1 tebliği çerçevesinde TMS/ TFRS'ye uygun biçimde konsolide olarak hazırlanmaktadır. Konsolide edilen bağlı ortaklıklara ait bilgilere, raporun Bağlı Ortaklıklar ve İştirakler başlıklı bölümünden ulaşılabilir.

# 6

## Değerlemeler

# 6

## Değerlemeler



### Geleceğe Dönük Fiyat Tahmini ve Değerleme

	Mart-2023	Mart-2024	Mart-2025	Mart-2026	Mart-2027	Mart-2028
Net Satışlar (Milyon TL)	180.153,68	253.702,02	357.276,73	503.136,17	708.543,21	997.808,36
EFK (Milyon TL)	11.388,89	15.100,13	21.264,81	29.946,24	42.171,89	59.388,71
FAVÖK (Milyon TL)	14.671,26	20.771,96	29.252,19	41.194,49	58.012,29	81.696,00
Net Kar (Milyon TL)	8.967,82	10.541,40	14.844,96	20.905,47	29.440,19	41.459,25
Özvarlık (Milyon TL)	34.168,80	44.710,19	59.555,15	80.460,62	109.900,81	151.360,06
Özvarlık Karlılığı	26.25 %	23.58 %	24.93 %	25.98 %	26.79 %	27.39 %

# 6

## Değerlemeler



### Prim Performans

Son Fiyat: 137.80		Son PÇ'a Göre	5 Yıllık Ortalama PÇ'lara Göre	En Yüksekçe Göre (FK Maksimum 50 alınmıştır.)	En Düşüğe Göre
Hedef Fiyat	Mart-2023	172,01	270,75	393,46	159,54
Hedef Fiyat	Mart-2024	229,20	357,29	519,80	211,58
Hedef Fiyat	Mart-2025	318,14	494,09	720,54	293,34
Hedef Fiyat	Mart-2026	443,40	686,72	1.003,23	408,46
Hedef Fiyat	Mart-2027	619,79	958,00	1.401,32	570,59
Hedef Fiyat	Mart-2028	868,19	1.340,03	1.961,94	798,91

**Sürdürülebilirlik**

# 7

## Sürdürülebilirlik



BİM Sürdürülebilirlik Anlayışı Türkiye'deki yüksek indirim modelinin ilk temsilcisi olan BİM, sürdürülebilirlik anlayışı ile daima ilerlemeyi ve paydaşları için ortak değer üretmeyi taahhüt eder. "Her gün düşük fiyat" politikası, maliyetlerden elde edilen tasarrufları ürün fiyatlarına yansıtma prensibi ve yalın iş modeli ile önemli bir toplumsal misyon üstlenen BİM'in bu felsefesi, aynı zamanda sürdürülebilirlik yaklaşımının temelini yansıtmaktadır. BİM, günlük operasyonlarında müşterilerinin menfaatini kısa vadeli yüksek kardan üstün tuttuğu gibi, sürdürülebilirlik anlayışı doğrultusunda insanlığın ve gelecek nesillerin menfaatini de gözetir. BİM, gerçek etki üretebileceği, sorunların çözümüne katkı sağlayabileceği konulara odaklanır ve insanlığın menfaati için fedakârlıktan kaçınmaz. Kuruluşundan bu yana toplumsal sorumluluklarını en üst düzeyde tutan BİM, değer ve sonuç odaklı sürdürülebilirlik anlayışını savunur ve sürdürülebilirliği bir pazarlama ve reklam faaliyeti olarak görmez. Bu konudaki iletişim faaliyetlerini toplumsal farkındalığa katkı sağlamak amacıyla yürütür. Sürdürülebilirlik stratejisini benimserken, faaliyet alanı kapsamında somut, etki odaklı, operasyonel yeteneklerini en verimli şekilde kullanabileceği stratejiler üretir ve uygular. BİM, faaliyet alanını, iş modelini ve kurum kültürünü göz önünde bulundurarak, Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları'na (SKA) katkıda bulunmayı hedefler. BİM, iş modeli kapsamında; yüksek kaliteli ürünleri erişilebilir kılar, etkin maliyet yönetimi sayesinde başarıyla uyguladığı her gün düşük fiyat politikasıyla hane halkı satın alma gücüne katkı sağlar, sorumlu satın alma ve üretim yapılmasını teşvik eder, müşterilerine ulaşılabilir olmak için en yakın noktalarda hizmet verir. BİM Sürdürülebilirlik Anlayışı, şirketin iş modeli doğrultusunda vizyonunu ve odaklandığı sürdürülebilirlik konularını anlatır:

1. BİM, kaliteli ürün ve hizmetler sunar.
2. BİM, değer zincirini sorumlu şekilde yönetir.
3. BİM, yaşanabilir bir çevre hedefiyle çalışır.
4. BİM, güçlü kurumsal yönetim ile sürdürülebilir büyüme sağlar.



# 7

## Sürdürülebilirlik

### 1. BİM, kaliteli ürün ve hizmetler sunar.

BİM, yüksek kaliteyi toplum için erişilebilir hale getirir. Etkin maliyet yönetimiyle; her gün düşük fiyat politikasıyla, alım ve operasyon gücüyle kaliteli ürün ve hizmeti toplumun her kesimine taşır. Müşteri menfaatini her şeyin üzerinde tutarak, kaliteli, güvenli ve yenilikçi ürünleri erişilebilir kılar. Erişilebilir Yüksek Kalite: Müşterilerine en kaliteli ve güvenli ürünleri, en uygun fiyatlarla sunar. Operasyon maliyetlerini en düşük seviyede tutarak, kaliteden ödün vermeden düşük fiyat sağlar. Abartılı dekorasyon ve reklam maliyetlerinden kaçınır. Yüksek kaliteli ürünleri, müşterileri için düşük maliyetlerle, özel olarak üretir. Müşterileri için yüksek kaliteli ürüne, en uygun fiyata sahip olma avantajı sunar. Daha az maliyetle, daha çok fayda üretir. Yüksek kaliteyi herkes için erişilebilir hale getirir. Yenilikçi Ürünler: İnovasyon çalışmalarıyla sorumlu ve yenilikçi ürünler geliştirir. Herkes için sağlıklı, faydalı, kaliteli ve yenilikçi ürünlerin üretilmesini sağlar. Çevre ve toplum için sorumlu satın alma ve üretimi destekler, teşvik eder, gelişime katkı sağlar. Memnun Müşteriler: Müşterilerin faydasını, kısa vadeli yüksek kârdan daha çok önemser. Koşulsuz iade politikasıyla, müşterilerin memnun kalmadıkları ürünleri tartışmasız iade etmesini sağlar. Müşterilere en yakın noktalardaki mağazalarıyla, kaliteli ürün ve hizmetleriyle müşteri memnuniyetini sürekli üst düzeyde tutar. Hızlı karar alabilme kabiliyeti sayesinde, yaygın mağaza ağıyla müşterilerine aynı kalitede ürün ve hizmet sunmaya devam eder.

# 7

## Sürdürülebilirlik

### 2. BİM, değer zincirini sorumlu şekilde yönetir.

BİM, tüm değer zincirinde operasyonlarını verimli ve sorumlu biçimde yönetir. Yüksek standartlar benimseyerek tedarikçilerinin gelişimini teşvik eder. Değer zincirinin en önemli halkası olan çalışanlarına yatırım yaparak yetkinliklerini artırır. Sorumlu Satın Alma: Sorumlu satın alma ve üretim prensiplerine sadık kalır. Tüm tedarik zinciri boyunca, operasyonlarını verimli hale getirerek, sosyal ve çevresel koşulları iyileştirir. İnsani değerleri gözetir, yaşam kalitesini yükseltmek için çalışır. Gelişen Tedarik Zinciri: Yüksek alım gücü ve özel olarak ürettirdiği ürünlerle, tedarikçilerin düşük maliyetle kaliteli üretim yapmalarına destek olur. Özel markalı ürünlerin üreticilerini ve tedarikçilerini sorumlu üretime teşvik ederek sektörünü dönüştürür ve geliştirir. Tedarikçilerini en önemli paydaşlarından biri olarak görür ve kurduğu güvene dayalı uzun vadeli ilişkilerle onların gelişimine ve üretkenliklerine katkı sağlar. Etkin izleme ve denetim mekanizmasıyla tedarik zincirinin sürdürülebilirliğini ve kalitesini üst düzeyde tutar. Yetkin Çalışanlar: Çalışanlarına yaptığı yatırımlarla yetkinliklerini artırır, uyguladığı insan kaynakları politikalarıyla kariyer gelişimlerine katkı sağlar. Nitelikli çalışanlarla, hizmet kalitesini ve müşteri memnuniyetini daima üst düzeyde tutar. Böylece hem onlara hem de işine değer katar. 3 Türkiye ekonomisine ciddi bir istihdam desteği sağlar. İnsan kaynakları politikalarında din, dil, ırk ve cinsiyet gibi herhangi bir konuda ayrımcılık yapmaz.

# 7

## Sürdürülebilirlik



### 3. BİM, yaşanabilir bir çevre hedefiyle çalışır.

BİM, yaşanabilir bir çevre ve sürdürülebilir bir geleceğe katkı sağlar. İklim değişikliğiyle mücadele için enerji verimliliğine odaklanır ve yenilenebilir enerji yatırımları yapar. Atık yönetimi kapsamında, ambalaj ve gıda atıklarının önüne geçmek için çalışır. İklim Değişikliğiyle Mücadele: En önemli küresel çevre sorunlarından biri olan iklim değişikliğiyle mücadeleye katkı vermek için operasyonlarında çevresel etkiyi azaltmaya odaklanır. Bu kapsamda enerji verimliliğini sağlayacak somut adımlar atar ve yenilenebilir enerji yatırımları yapar. Etkin lojistik altyapısıyla kaynak verimliliğini artırır. Sıfır Atık: Ambalaj ve gıda atıklarının azaltılması için somut adımlar atar. Atık azaltılmasına yönelik kamu projelerine destek verir. Çevreyi koruma hedefiyle çalışır ve tüketicilerin bilinçlenmesine katkı sağlar.

# 7

## Sürdürülebilirlik

### 4. BİM, güçlü kurumsal yönetim ile sürdürülebilir büyüme sağlar.

BİM, kurumsal yönetim kapsamında yatırımcıları ile birlikte tüm paydaşlarının menfaatini gözetir ve onlar için değer oluşturur; güçlü kurumsal yönetim sayesinde finansal performansını sürdürülebilir hale getirir; etkin risk yönetimi ile şeffaf ve etik iş anlayışını benimser. Sürdürülebilir Büyüme: Yapmış olduğu yatırımlarla güçlü büyümesini sürdürürken aynı zamanda benimsenmiş temettü politikasına uygun şekilde yatırımcılarına kâr payı dağıtır. Her gün düşük fiyat politikasıyla toplumun refahına ve satın alma gücüne katkı sağlar.

**Risk Yönetimi:** Sağlam ve sürdürülebilir bir büyüme için risk ve fırsatları proaktif şekilde yönetir. Şirketin gelecek hedefleri doğrultusunda; çevresel, sosyal ve yönetim (ÇSY) alanlarındaki risklerin etkin yönetimini gerçekleştirir.

**Şeffaf ve Etik İş Anlayışı:** Tüm paydaşlarıyla adil, şeffaf, sorumlu ve hesap verebilirlik ilkelerine dayalı ilişkiler kurar. Faaliyetlerine ilişkin bilgileri paydaşlarıyla şeffafça paylaşır.

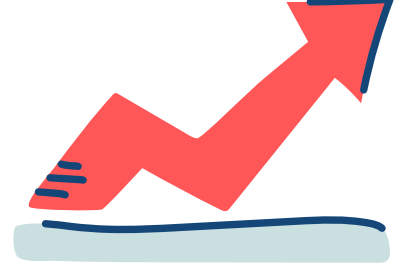
**İş Birlikleri:** Sürdürülebilirlik anlayışı doğrultusunda tüm paydaşları için fayda üretmeyi amaçlar. Bu kapsamda, odaklandığı sürdürülebilirlik konularında kamu, özel sektör ve STK'larla iş birlikleri yaparak iş dünyasının sürdürülebilirlik dönüşümüne katkı sağlar.

# 8

## Hedefler

# 8

## Hedefler



Perakende  
sektöründe  
yeniliklere liderlik

%3,5

Ciro oranlı  
yatırım hedefi

Yurt içi ve yurt dışı operasyonları için satışlarının yaklaşık %3,5'i kadar konsolide yatırım gerçekleştirmeyi planlayan BİM, 2023 yılında da istihdama katkı sağlamaya devam edecektir.

2022 yılında hedeflerini iki kere yukarı yönlü güncelleyen BİM, yılı %109 satış artışı ve %8,0 FVAÖK marjı ile kapatmıştır. Yatırımlarına ara vermeden devam eden Şirket, 2022 yılı için hedeflenen yatırım tutarını aşmıştır. 2023 yılında satışlarını bir önceki yıla göre %75 artırmayı hedefleyen BİM, FVAÖK marjının %7,0 - %7,5 seviyesinde gerçekleşmesini beklemektedir. Yurt içi ve yurt dışı operasyonları için satışlarının yaklaşık %3,5'i kadar yatırım gerçekleştirmeyi planlayan BİM, istihdama katkı sağlamaya devam edecektir. Şirket, perakende sektöründe lider konumunu, sağlam finansal yapısı ve istihdam gücü ile sürdürmeyi hedeflemektedir.

# 8

## Hedefler



### 2026'ya doğru ilk adımlar

Türkiye'deki yüksek indirim modelinin ilk temsilcisi olarak, başarımızı kurulduğumuz günden bugüne taşımanın gururunu yaşıyor, başarımızı geleceğe taşımak için inançla çalışıyoruz. Bu doğrultuda güçlü bir sürdürülebilirlik anlayışına sahibiz. Şimdi, gelecek adına istikrarlı bir yol haritasına sahip olmak adına ilk sürdürülebilirlik hedeflerimizi oluşturduk. Kaliteli ürünlerin erişilebilirliğinden çevresel etkilerin azaltılmasına kadar gerçekçi hedeflere sahibiz. Bu hedefler doğrultusunda önemli ve güçlü adımlar atmaya planlıyoruz. 2026 yılını ilk durak olarak belirledik. Bu sonuçlara ulaşarak ilk etabı başarı ile tamamlamayı ve böylece hayata ve dünyaya kattığımız değeri artırmayı planlıyoruz.

# 8

## Hedefler



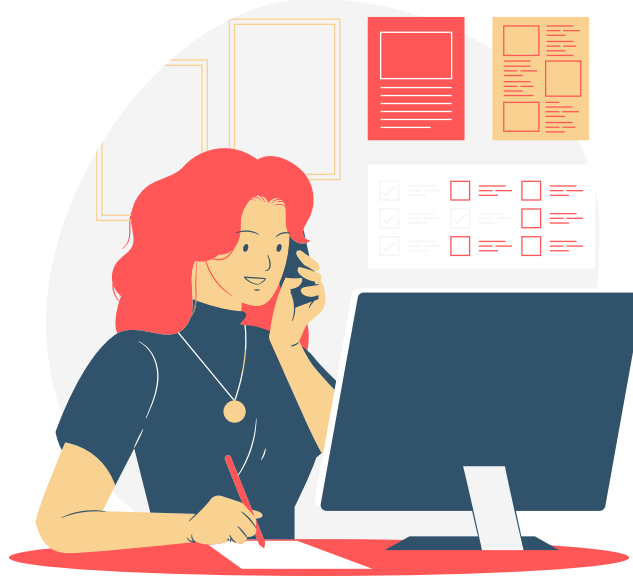
## Hedefimiz güvenli ve şeffaf ürün yolculuğu

Covid-19 sürecinde hızlandırdığımız dijitalleşme adımlarıyla BİM Para, mobil uygulama gibi konularda müşterilerimizle bağımızı güçlendirdik. Şimdi teknolojiyi insan yararına kullanmak için önemli bir adım atarak, müşterilerimizin satın aldıkları kendi markalı ürünlerimiz hakkında detaylı bilgiye, üretim aşamalarına hızlı bir şekilde ulaşabilecekleri QR kod uygulaması başlattık. Bu doğrultuda hedefimiz: 2026 yılı itibarıyla QR kodlu kendi markalı ürün sayısının toplam kendi markalı ürün portföyünün %10'u olması.



# 8

## Hedefler



## Hedefimiz sürdürülebilir gelecek

Sürdürülebilirlik alanında yaptığımız çalışmalarla çevresel etkilerimizi günden güne azaltıyoruz. Borsa İstanbul Sürdürülebilirlik Endeksi'ne dahil olurken, atık yönetimi ve yenilenebilir enerji kullanımında örnek uygulamalar yapıyoruz. BİM, iklim değişikliğiyle mücadeleye katkı vermek üzere operasyonlarında çevresel etkisini azaltmayı planlamaktadır. Gelecek nesiller için hedefimiz: Sera gazı yoğunluğunun (kgCO<sub>2</sub>e/m<sup>2</sup>) 2026 yılı itibarıyla 2019'a kıyasla %20 azaltılması.

# 8

## Hedefler



### Hedefimiz alışverişin çehresini değiştirmek ve enerji verimliliğini artırmak

Bir süre önce, müşterilerimizin alışveriş deneyimlerini iyileştirmek için başlattığımız yeni mağaza dekorasyonuna geçiş operasyonunu yaygınlaştırıyoruz ve yenileme ağımızı genişletiyoruz. Böylelikle ısı yalıtımlı ve enerji verimliliğine odaklı yeni tasarımıımızla karbon ayak izimizin azaltılmasına hız vereceğiz. Bu doğrultuda hedefimiz: 2030 yılı itibarıyla tüm mağazaların "enerji verimli ve daha modern görünüme sahip" yeni tasarıma geçirilmesi.



**Yurt Dışı  
Operasyonlar**

9

# Yurt Dışı Operasyonlar

627

Fas mağaza sayısı

311

Mısır mağaza sayısı

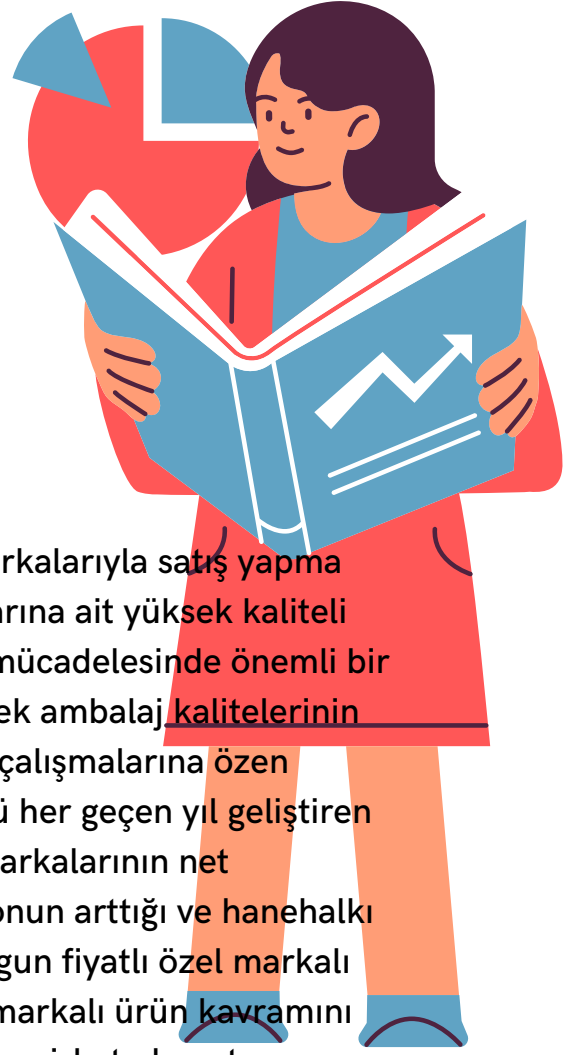
Yurt Dışı Operasyonları Fas ve Mısır operasyonları ile hizmetlerini uluslararası arenaya taşıyan BİM, yurt dışı faaliyetlerinde de büyümeye devam etmektedir. BİM'in ilk yurt dışı operasyonu olan Fas operasyonu, bu ülkedeki ilk indirim konseptli perakende kuruluşudur. Fas operasyonlarına aktif olarak 11 Nisan 2009 tarihinde ilk mağazanın Kazablanka şehrinde açılmasıyla başlayan BİM, ülkedeki operasyonları gerçekleştiren şirketin sermayesinin %65'ine sahiptir. Fas operasyonlarına %35 oranında ortak olan Helios Investment Partners LLP ile birlikte Fas Krallığı'ndaki mevcut büyüme trendinin sürdürülmesi, geliştirilmesi ve bölgede uzmanlaşmış yatırımcılar ile yerelleşmeye katkı sağlanması hedeflenmektedir. Fas, coğrafi açıdan Avrupa'ya yakın olması nedeniyle kültürel, ekonomik, altyapısal ve siyasi açıdan diğer Afrika ve Orta Doğu ülkelerine göre daha gelişmiş bir yapı sergilemektedir. Yaklaşık 37 milyon üzerinde nüfusa sahip olan Fas'ta modern perakende sektörü önemli bir potansiyel barındırmaktadır. 2019 yıl sonu itibarıyla operasyonel ve net kârlılığa (TFRS 16 öncesi) ulaşan Fas operasyonları, 2022 yılında da kârlılığını korumaya devam ederek bu trendi sürdürmüştür. 2022 yılında 49 yeni mağaza açılışıyla mağaza sayısı 627'ye ulaşmıştır. 2013 yılında faaliyetlerine başlayan BİM'in ikinci yurt dışı operasyonu Mısır'da ise 2022 yılında 11 mağaza açılarak 311 mağazaya ulaşılmıştır. Mısır operasyonunu yürüten şirketin sermayesinin tamamı BİM'e aittir. 104 milyonluk nüfusla Orta Doğu'nun en büyük ülkelerinden biri olan ve bulunduğu bölgenin üretim üssü misyonunu üstlenen Mısır'da BİM'e ait iki bölge müdürlüğü bulunmaktadır

**10**

**BİM'e dair**

# 10

## BİM'e Dair



BİM Markaları Türkiye perakende sektörüne, kendi markalarıyla satış yapma anlayışını kazandıran BİM, müşterilerine kendi markalarına ait yüksek kaliteli ürünleri uygun fiyata sunarak Türkiye'nin enflasyonla mücadelesinde önemli bir rol oynamaktadır. BİM, bu markaların gerek lezzet gerek ambalaj kalitelerinin korunup, geliştirilmesi ve kalite kontrolleri konusunda çalışmalarına özen göstermektedir. Kendi markalarına ait ürün portföyünü her geçen yıl geliştiren BİM'in halka açıldığı yıl olan 2005'te %46 olan kendi markalarının net satışlardaki payı, 2022'de %65'e yükselmiştir. Enflasyonun arttığı ve hanehalkı satın alma gücünün azaldığı 2022 yılında, kaliteli ve uygun fiyatlı özel markalı ürünlere toplumun her kesiminden ilgi artmıştır. Özel markalı ürün kavramını Türkiye'ye getiren BİM, bu ilgiden en çok fayda sağlayan şirket olmuştur.

Bimcell 2012 Mart ayında faaliyetlerine başlayan Bimcell, BİM'e ait ve mobil iletişim alanında faaliyet gösteren bir markadır. İnternet ve karma paketleriyle özel iletişim çözümleri sunan Bimcell, Türkiye çapında %98'lik nüfus kapsama oranına sahiptir. Bimcell, saniye başına ücretlendirme yaparak "konuştuğun kadar öde" seçenekleri sunan ekonomik, rekabetçi ve yenilikçi paketleri sayesinde müşterilerin her geçen gün daha da ilgisini çekmektedir. Bimcell, 2022 yılında abone tabanını yaklaşık 162 bin adet artırarak yıl sonu itibarıyla 2,9 milyon abone sayısına ulaşmıştır. Bimcell prensipleri: • Yalın ve basittir. • Şeffaftır. • Gizli fiyat yoktur. • Şart ve koşul yoktur. • Düşük fiyat, yüksek hizmet kalitesi sunar. Ön ödemeli sanal bir operatör olan Bimcell'in müşteri tabanı her geçen gün genişlemektedir. FİLE BİM, 2015 yılı Mart ayında yeni perakende modeli FİLE'yi hizmete sunmuştur. İndirim konseptiyle süpermarket anlayışını birleştiren FİLE, güçlü, taze, kaliteli ve bol çeşitli bir ürün gamı sunarak perakende sektöründe kısa zaman içinde kendine önemli bir yer edinmiş ve müşterilerin beğenisini kazanmayı başarmıştır. Bu modelin temel amacı tüketicilerin gıda, kişisel bakım ve genel temizlik ihtiyaçlarını iyi veya en iyi kalitede, yüksek standartlarda üretilmiş ve sürekli düşük fiyatlardan satışa sunulan sağlıklı ve taze ürünlerle karşılamaktır. Metrekare olarak indirim mağazalarına göre daha büyük alanlara sahip olan FİLE mağazaları, müşterilerin geniş ve ferah bir mekânda alışveriş yapabilmesine imkân sağlamaktadır.

# 10

## BİM'e Dair

Konsept olarak da müşterilerini yeniliklerle buluşturan FİLE; unlu mamuller, et-şarküteri, meyve-sebze ve kişisel bakım gibi özel hizmet bölümleri ile dikkat çekmekte; temel gıda maddelerinin dışında düşük fiyat ve yüksek kalite standardındaki ürünlere ulaşmak isteyen müşteriler için bir alternatif oluşturmaktadır. Yeni bir tedarik sistemi kuran FİLE organizasyonu, ürün portföyüne ulusal ve uluslararası markaların yanı sıra kendi yeni markalarını da dâhil etmiştir. Temel ürün kategorilerindeki üç markasıyla tüketicilere hizmet veren FİLE'nin satışlarının %33'ü kendi markalarına ait ürünlerden oluşmaktadır. Türkiye'de daha önce piyasaya sunulmamış 82 adet ürün ilk defa FİLE sayesinde tüketiciyle buluşmuştur. 2022 yılında Türkiye'nin 26 iline yayılan FİLE'nin mağaza sayısı 200'ü aşmıştır. FİLE, İstanbul'da iki, Ankara'da bir adet olmak üzere toplamda üç depo ile hizmet vermektedir.

FİLE, doğru iş modelinin yalın sunumu sayesinde kısa sürede FVAÖK kârlılığına ulaşma başarısı göstermiş ve faaliyete başlamasının beşinci yılında da net kârlılığa ulaşmayı başarmıştır. 2021 yılında mobil alışveriş uygulamasını devreye alan File'de online satışların ciro içindeki payı 2022 yılında %4'e ulaşmıştır. FİLE Markaları Harras, FİLE tarafından ürün geliştirme ve üretim süreçleri özenle takip edilerek, sektörde öncü tedarikçilere en az piyasa lideri marka kalitesinde özel olarak ürettirilen ve sadece FİLE mağazalarında satışa sunulan gıda ürünleri markasıdır. Harras markalı ürünler ve üreticileri sürekli olarak bağımsız ve onaylı kuruluşlar tarafından denetlenmektedir.

Kâğıt havludan, çöp torbasına, yağlı kâğıttan, oda kokusuna kadar evin çok çeşitli ihtiyaçlarını karşılayacak ürün gruplarından oluşan Actisoft, FİLE'nin genel temizlik, kâğıt ve tamamlayıcı ürünlerindeki kendi markasıdır. Actisoft markalı ürünler ve üreticileri, sürekli olarak bağımsız ve onaylı kuruluşlar tarafından denetlenmektedir. Daycare, müşterilerin sağlık, hijyen, güzellik, kişisel bakım ve renkli kozmetik ihtiyaçlarına yönelik yenilikçi çözümlerle geliştirilen, kategorilerinde öncü tedarikçilere en az piyasa lideri markalı ürün kalitesinde ürettirilen ve sadece FİLE mağazalarında satışa sunulan kişisel bakım ürünleri markasıdır.

11

**Hizmet Felsefesi**



# 11

## Hizmet Felsefesi



### Yüksek indirim modelinin ilk temsilcisi

- BİM, organizasyonel yapısı, etkin maliyet yönetimi uygulamaları ve sınırlı ürün portföyüyle yüksek indirim modelinin Türkiye'deki ilk temsilcisidir.
- BİM mağazalarında, hizmeti aksatmayacak yeterlilikte personel çalışır.
- BİM, ürünleri koliler içinde teşhir eder, gereksiz mağaza maliyetlerinden kaçınır.
- BİM, müşterilerine en yakın noktalarda ve en uygun fiyatlarla mağaza kiralar
- BİM müşterileri, memnun kalmadıkları ürünleri tartışmasız iade edebilirler.
- BİM mağazaları, olabildiğince sade dekore edilir.
- BİM için müşterilerinin menfaati, kısa vadeli yüksek kârdan daha önemlidir.
- BİM, en kaliteli ürünleri en uygun fiyatlarla sunar.
- BİM, müşterileri için yüksek kaliteli ürünleri özel olarak üretirir.
- BİM, ürünlerin fiyatını artıracak abartılı reklam harcamaları yapmaz.
- BİM müşterileri, ambalaja ve markaya değil, ürünün kendisine para öderler

# 12

**Yönetim Kurulu  
Mesajı**

# 12

## Yönetim Kurulu Mesajı

Değerli paydaşlarımız,

Pandemi döneminde ekonomiyi canlandırmaya yönelik olarak uygulanan para politikalarının enflasyonla mücadele kapsamında tekrar sıkılaşmasıyla birlikte küresel ekonomi yavaşlama sürecine girmiştir. IMF verilerine göre 2021 yılında %6 oranında büyüyen dünya ekonomisinin, 2022 yılında %3,2 büyüdüğü tahmin edilmektedir. Bu oran, küresel finans krizi bir yana bırakılırsa, 2001 yılından bu yana gerçekleşen en zayıf büyüme olarak kayıtlara geçmiştir.

Türkiye ise bu dönemde dünyanın genelinin aksine gevşek para politikalarına yönelmiş, enflasyonla mücadele yerine büyümeye ağırlık verilen bir politika uygulamıştır. Bu politikalar, küresel hammadde fiyat artışları ve TL'deki değer kaybı ile birlikte enflasyonun yükselmesine neden olmuştur. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre, 2022 yılında enflasyon %64 olarak gerçekleşmiştir. Artan enflasyon tüketicilerin satın alma gücünü düşürürken, gevşek para politikaları sayesinde talep tarafında önemli bir azalma yaşanmamıştır.

Yüksek enflasyon ortamı perakende sektöründe ciro artışlarını getirirse de maliyet artışları da önemli derecede hissedilmiştir. Asgari ücret zamları, elektrik ve akaryakıt fiyat artışları, kârlılığı etkileyen önemli unsurlar olmuştur. Enflasyon, tüketicilerin satın alma davranışlarını da önemli ölçüde etkilemiştir. Satın alma gücünü enflasyon karşısında korumak isteyen vatandaşlar daha uygun ürünlere yönelirken; bu durum hem yüksek indirim mağazalarına hem de marketlerin kendi markalarına olan yönelimi artırmıştır.

Değişen tüketici alışkanlıkları, marka bağımlılığının azaldığını, fiyat ve kampanya hassasiyetinin arttığını, ürünün markasından çok içeriğine ve fiyat-kalite dengesine dikkat edildiğini göstermektedir. Tüketici, aradığı ürüne kendisine yakın bir lokasyonda, ekonomik bir fiyatla ve düzgün bir hizmetle sahip olmak istemektedir. Türkiye'de perakende sektörünün lideri olan BİM bu zorlu koşullarda tüketicinin yanında yer almış, artan maliyetleri tüketiciye en az şekilde yansıtabilmek amacıyla alabileceği tüm önlemleri uygulamıştır.

# 12

## Yönetim Kurulu Mesajı

BİM açısından müşterilerinin menfaati, kısa vadeli yüksek kârdan daha önemlidir. BİM, kaliteye son derece önem verirken gereksiz maliyetlerden kaçınarak yüksek kaliteyi uygun fiyatlarda sunmaktadır. Güçlü nakit pozisyonunu ürün tedarikinin sürdürülebilirliği amacıyla kullanan BİM, iş felsefesi gereği mağazalarında eski fiyatlı stoklar tükenmeden artan maliyetleri fiyatlara yansıtmamış, bu sorumluluk sahibi anlayışla hem enflasyonla mücadeleye destek olmuş hem de müşterilerin güvenini bir kez daha kazanmıştır. Müşterilerimiz, yüksek kaliteyi düşük fiyatla sunan BİM'i bir kez daha en çok tercih edilen perakende şirketi yapmıştır.

BİM, bu sayede 2022 yılında pazar payını daha da artırmıştır. Ayrıca her gelir seviyesinden hanehalkının BİM'e teveccühünün arttığı görülmüştür. 2022 yıl sonu itibarıyla satış gelirlerimiz %109 artarak 147,7 milyar TL'ye ulaşırken, FVAÖK ise %80 büyüme kaydederek 11,9 milyar TL olmuştur. Satışların içinde temel gıda ürünlerinin payının artması ve hızlı maliyet artışları gibi etkenler kârlılık üzerinde baskı oluşturmuş olsa da Şirket, yıl başında belirlenen kârlılık tahmin aralığının içinde kalmayı da başarmıştır. Yüksek enflasyon kendi markalarımıza olan talebi de ciddi düzeyde artırmıştır. Türkiye'de özel markalı ürünlerdeki lider konumunu koruyan BİM, toplam satışların %65'ini kendi markalarıyla gerçekleştirmiştir.

Müşteri beklentilerini karşılarken uzun vadeli güven de oluşturan BİM, rakiplerine kıyasla müşteri memnuniyetinde en yüksek puana sahip şirkettir. BİM bu sayede güçlü büyüme performansını sürdürülebilir kılmaktadır. BİM 2022 yılında, tedarikçileriyle yakın iş birliği içinde çalışmaya devam etmiştir. Özellikle yılın ilk yarısında jeopolitik gelişmelerle artan ürün tedarikine ilişkin riskler, tedarikçilerimizle yoğun iş birliğimiz sayesinde sorunsuz şekilde atlatılmıştır. 2022 yılında girdi maliyetlerinde yaşanan yükselişlere ve TL'de yaşanan değer kaybına rağmen yatırımlarda da herhangi bir yavaşlama olmamıştır. Yıl boyunca depo yatırımları ve mağaza açılışları devam etmiş, toplamda üç adet depo ve 919 adet mağaza açılışı gerçekleştirilmiştir.

Türkiye'nin en fazla istihdam sağlayan şirketlerinden biri olan BİM, 2022 yılında personel sayısını Türkiye'de 8.921 kişi kadar artırmış ve ülke ekonomisine katkıda bulunmaya devam etmiştir.

# 12

## Yönetim Kurulu Mesajı



BİM'in yanı sıra indirim konseptiyle süpermarket anlayışını birleştirerek yepyeni bir deneyim sunan FİLE açısından da başarılı bir yıl geride kalmıştır. 2022 yılında File marketlerinin toplam sayısı 26 şehirde 202 adede ulaşırken, bölge depo sayısı da üçe yükselmiştir. Dijitalleşme yatırımlarımızdan olan FİLE market alışveriş platformu uygulamamız da Türkiye'de biri gölge mağaza (dark store) olmak üzere toplam 49 mağaza ile hizmet vermektedir. FİLE'nin satışlarının %33'ü kendi markalarına ait ürünlerden oluşurken, BİM Türkiye konsolide satışları içerisinde File'nin payı %4 olarak gerçekleşmiştir.

Yurt dışı operasyonlarımız faaliyetlerine verimi bir şekilde devam etmektedir. 2022 yılında Fas'ta mağaza sayımızı 627'ye çıkarırken, Mısır'da da mağaza sayımızı 311'e yükselttik. BİM, uygun fiyatlı ürünlerle tüketiciyi enflasyona karşı korurken, kaliteden taviz vermemektedir. Gıda güvenliği konusunda sürekli iyileştirme yapmayı şirket politikası olarak benimseyen BİM'de gıda güvenliği sistematik şekilde ulusal standartlar temelinde yönetilmektedir. Kendi markalarına ait ürünler uluslararası gıda güvenliği yönetim sistemleri sertifikalı tesislerde üretilmekte, tamamı denetlenerek tüketici sağlığı ve güvenliği açısından değerlendirilmektedir. 2022 yılında ürünlere yönelik 14 bin adet numunede, 1,4 milyon parametre analiz edilmiştir. Ürün güvenliği ve tüketici sağlığı konusunda yasal mevzuata tam uyum politikası mevcuttur.

İçinde yer aldığımız topluma karşı sorumluluklarımızın bilinciyle hareket ediyor; sürdürülebilirlik anlayışımız doğrultusunda gelecek nesillere yaşanabilir bir dünya bırakmak için elimizden gelen gayreti gösteriyoruz.

2022 yılında ikinci sürdürülebilirlik raporumuzu yayınladık ve ilk defa sürdürülebilirlik konularında hedefler paylaştık. BİM açısından sürdürülebilirlik kavramı kaliteli ürün ve hizmetler sunmayı, değer zincirini sorumlu şekilde yönetmeyi, yaşanabilir bir çevre hedefiyle çalışmayı ve güçlü kurumsal yönetim ile sürdürülebilir büyümeyi sağlamayı içermektedir.

# 12

## Yönetim Kurulu Mesajı



Maliyet odaklı bir iş felsefesine sahip olan BİM, enerji tüketimini en az seviyede gerçekleştirmek için çaba harcamaktadır. 2022 yılında sürdürülebilirlik çalışmaları kapsamında GES projelerine devam edilmiş, yedi adet deponun çatılarındaki GES santralleri tamamlanmıştır. Böylece 10 GES projesinin toplam gücü 15 MW'a ulaşmıştır. 7.600'den fazla hanenin yıllık enerji tüketimine denk üretim yapan güneş enerji sistemleri karbon salımında yıllık 11.100 ton azalma gerçekleştirirken, 200 binin üzerinde ağaç kazanımı sağlanmıştır. 2022 yılında birer bölge depomuzda ISO 45001 İş Sağlığı ve Güvenliği Yönetim Sistemi ve ISO 14001 Çevre Yönetim Sistemi belgelerini aldık. Bu sertifika süreçleri sayesinde çevre yönetim sistemi ile iş sağlığı ve güvenliği konularında gelişim alanlarını tespit etmeyi planlıyoruz.

Elde ettiğimiz bütün bu başarılar başta sayıları 80 bine ulaşan BİM çalışanları olmak üzere tüm paydaşlarımızın eseridir. Bu vesileyle kendilerine teşekkürü borç biliriz. Önümüzdeki yıllarda da paydaşlarımızla birlikte uygun fiyatlı ve kaliteli ürünlerle müşterilerimizi mutlu etmeye ve Türkiye ekonomisine katkı sağlamaya devam edeceğiz. 6 Şubat 2023 tarihinde Türkiye'yi sarsan ve toplamda 10 ilimizi etkileyen son yılların en büyük deprem felaketinin yaralarını sarmak için elimizden gelen gayreti göstererek tüm gücümüzle bölge halkının yanında olduk ve olmaya devam edeceğiz.

# 13

**Türkiye 'de  
Perakende Sektörü**

# 13

## Türkiye 'de Perakende Sektörü

Perakende sektörü bir yandan alım gücü düşen tüketicilere uygun fiyatlı kaliteli ürünleri sunmayı hedeflerken bir yandan da artan maliyetlerini en etkin şekilde yönetmeye çalışmıştır.

Pandemi sürecinin sona ermesiyle birçok sektörde eski alışkanlıklara dönüş gözlemlenirken, pandemi döneminde artan evde tüketim alışkanlıklarının 2022 yılında da devam etmesiyle perakende sektöründe, özellikle temel ihtiyaç ürünlerine olan yüksek talep devam etmiştir. Her ne kadar yüksek enflasyon, tüketicilerin alım gücünü azaltmış olsa da Türkiye'de uygulanmakta olan genişletici para politikaları sayesinde tüketici talebinde önemli bir kayıp gözlemlenmemiştir.

Alım gücündeki zayıflamayla birlikte, tüketiciler kaliteden ödün vermeden daha uygun fiyatlı alternatif arayışına yönelmiş; bu durum hem indirim marketlere hem de marketlerin kendi markalarına olan talebi artırmıştır. Hem indirim market konseptini hem de market markalı ürün anlayışını Türkiye ile tanıştıran BİM, 2022 yılında her kesimden yeni müşteriler kazanmıştır.

Yılın başlarında patlak veren jeopolitik gelişmeler ve küresel enerji krizleri, tedarik sürecine ilişkin riskleri de beraberinde getirmiştir. Özellikle savaşın ilk dönemlerinde Rusya ve Ukrayna'dan tedarik edilen birçok gıda maddesine erişim kısıtlı olmasına rağmen, Türkiye perakende sektörünün güçlü yapısı sayesinde süreç sorunsuz atlatılmıştır.

Perakende sektörü bir yandan alım gücü düşen tüketicilere uygun fiyatlı kaliteli ürünleri sunmaya çalışırken bir yandan da artan maliyetlerini en etkin şekilde yönetmeye çalışmıştır. 2022 yılında asgari ücret, elektrik ve akaryakıt gibi kalemlerde yaşanan yüksek artışlar kâr marjları üzerinde risk oluşturmuştur. Ancak kısa vadeli bu riskler, orta vadeli olumlu sonuçlara da neden olmuş, sektör verimliliğe odaklanarak eski sistem ve stratejilerini gözden geçirmek durumunda kalmıştır. 2022, geleneksel tedarik zincirlerini yeniden yapılandırma, envanter yönetimini doğru boyutlandırma, fiyatlandırmayı gözden geçirme, promosyon tempolarını yeniden kalibre etme ve fiziksel mağazayı yeniden icat etme fırsatları sunmuştur. Sürdürülebilirlik, enerji verimliliği ve bunlara bağlı olarak renovasyon süreçleri de önem kazanmıştır.



# 13

## Türkiye 'de Perakende Sektörü

Her sektör gibi perakende de dijitalleşmenin etkisi ile ciddi bir dönüşümden geçmektedir. Müşterilerin alışveriş alışkanlıklarının değişmekte olduğu ve sürekli yeni dijital kanalların devreye girdiği bu dönemde, perakendecilerin tüketicilerle etkileşim ve bağ kurma yeteneği her zamankinden daha önemli hale gelmektedir.

Pandemi döneminde perakende sektörünün önemli gündem maddelerinden biri olan e-ticaret, pandemi koşullarının normalleşmesi ve tüketicilerin maliyet odaklı yaklaşıma eğilim göstermesi ile 2022 yılında popülerliğini bir miktar kaybetmiştir. Buna rağmen, sektöre yeni oyuncuların girmesi ile e-ticaretin sadece salgın döneminde değil önümüzdeki yıllarda da perakende sektörü büyümesinin üzerinde büyümeye devam edeceği öngörülmektedir.

Perakende sektöründe mağaza açılışları indirim marketleri öncülüğünde hız kesmeden devam etmektedir. Artan yatırım maliyetlerine rağmen yatırımların devam etmesiyle sektör, yüksek istihdam sağlamaya devam etmiştir.

NielsenIQ Perakende Paneli verilerine göre %16,8'lik pazar payıyla BİM, sosyal sorumluluk bilinciyle hareket ederek her gün düşük fiyat politikasıyla tüketicilerin yanında olmaya devam etmektedir. Verimlilik artışıyla elde ettiği kazancı ürün fiyatlarına yansıtan BİM, ülkemiz için katma değer üretmeye devam etmiştir. Türkiye'nin lider gıda perakendecisi konumunu 2022 yılında da sürdürmüştür.

BİM perakende şirketleri arasında müşteri beklentilerini en iyi karşılayan şirket konumundadır. Pazar araştırma verilerine göre BİM'in NPS (Net Promoter Score/Net Tavsiye Skoru) oranı en yüksek perakendeci olması da bunun bir göstergesidir.

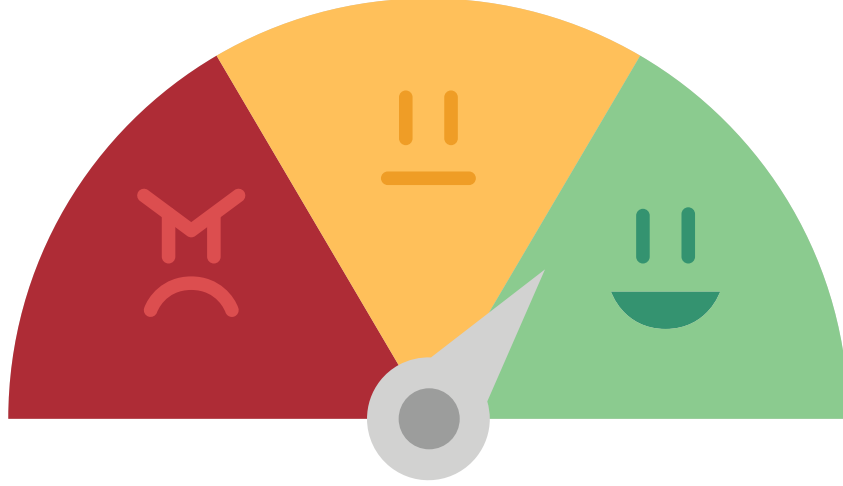
Yüksek müşteri memnuniyeti ve istikrarlı yatırımları sayesinde BİM, sürdürülebilir bir şekilde büyümeye devam etmektedir. Deloitte tarafından yayınlanan 2022 Perakende Sektörünün Küresel Güçleri raporunda BİM, hasılat kriterine göre listede 15 sıra yükselerek 137'nci sırada yer almıştır.

# 14

**Ar-Ge Faaliyetleri**

# 14

## Ar-Ge Faaliyetleri



### Memnuniyet odaklı yenilikler

Ürün portföyünün oluşturulmasında temel ölçütü, yüksek kalite ve düşük fiyat olan BİM, ürünlerini, bir hane halkının günlük temel ihtiyaçlarını karşılayacak biçimde seçmektedir.

Ar-Ge Faaliyetleri BİM'in Ar-Ge faaliyetleri Satınalma Genel Müdürlüğü tarafından yürütülmektedir. Departmanın sorumlulukları arasında; • Satın alınan ürünlerin belirlenen stratejiler uyarınca kalite standartlarının korunmasını sağlamak, • Ürünlerin kalite ve ambalajlarının geliştirilmesi için çalışma yapmak, • Ürün grubundaki yasal değişiklikleri, aktüel fiyatları, kondisyonları ve problemleri takip etmek, • Ürünlerin kalitesini prosedürlere uygun şekilde kontrol etmek, gerektiğinde ve planlanmış zamanlarda testler yapmak, • Kendi markalarına ait ürün yaptırılmasında, sürekliliğinin sağlanmasında, kalitesinin korunmasında ve geliştirilmesinde azami gayret göstermek bulunmaktadır. 2022 yılında BİM'in tedarikçileriyle birlikte yaptığı çalışmalar ve testler sonucunda, 155 yeni ürün tüketicilere sunulmuştur. Şirket, tüketim alışkanlıklarındaki değişime paralel olarak yeni ürün arayışlarını sürdürmektedir.

# 14

## Ar-Ge Faaliyetleri

Ürün Yelpazesi Ürün portföyünün oluşturulmasında BİM'in temel ölçütü, yüksek kalite ve düşük fiyattır. Mağazalarda tüketiciye sunulan ürünler, bir hane halkının günlük temel ihtiyaçlarını karşılayacak biçimde seçilmektedir. Şirket, ürün seçimi ve fiyatlandırılması konusunda detaylı ve hassas bir çalışma yöntemi benimsemiştir.

İndirim konsepti gereği mağazalarda ürün çeşitliliği sınırlı tutulmakta ve yaklaşık 850 adet ürün bulunmaktadır. BİM, müşteri alışkanlıklarındaki ve davranışlarındaki değişimleri gözlemleyerek her yıl yeni ürünler lanse etmektedir.

BİM'in müşterilerine sunduğu ürünler dört ana gruba ayrılmaktadır:

Kendi Markasına Ait Ürünler Kendi markasına ait ürün kavramını organize perakende sektörüne Dost Süt ile getiren BİM, bu ürünlerin Türkiye'deki öncüsüdür. Mağazalarında yer alan kendi markalarına ait ürünler, markası ve formülü yalnızca BİM'e ait olan ve BİM'in seçtiği tedarikçilerce üretilen yüksek kaliteli ürünlerdir. Bu ürünlerin en önemli özelliği ise aynı kalitedeki benzer ürünlerden daha uygun fiyatlı olmasıdır.

BİM mağazalarında satılan kendi markalarına ait ürünlerin net satışlara oranı, 2022 yılında %65 düzeyinde gerçekleşmiştir. Fiyat ve kalite hassasiyetinin arttığı 2022 yılında tüketiciler kendi markalı ürünlere daha fazla talep göstermeye başlamıştır. Bu alandaki çalışmalarını özenle sürdüren BİM, kendi markalarına ait ürünlere verdiği önem doğrultusunda satış oranını gelecek yıllarda da artırmayı hedeflemektedir.

Spot ürünler, stoklarda sürekli olarak bulundurulmayan, haftalık periyotlarla tüketiciye sunulan ürünlerdir. Satışa sunuldukları günlerde BİM mağazalarında müşteri yoğunluğu oluşturmakta ve normal listeli ürünlerin satışını da artırmaktadır.

Exclusive Ürünler BİM için özel olarak tasarlanmış paket boyları veya içeriklerle sunulan markalı ürünlerdir.

Markalı Ürünler Piyasada yaygın olarak tanınan markalı ürünlerdir.

15

**İnsan Kaynakları**

# 15

## İnsan Kaynakları



### Çekirdekten yetişen yönetim yapısı

Yönetim kadrosunun büyük bölümü, kariyerlerine BİM’de başlamış ya da kuruluşundan bu yana Şirket’te görev almış ve performansları nedeniyle terfi etmiş çalışanlardan oluşmaktadır.

Kendi İnsan Kaynağından Beslenen BİM BİM, organizasyonel hedefleri çerçevesinde; kadro ve iş gücü ihtiyacını, bilgi, beceri ve deneyim kriterlerini esas alarak objektif bir biçimde değerlendirmektedir. Çalışanlarının potansiyellerini ve yeteneklerini kullanmalarını her zaman teşvik eden BİM’in genç ve dinamik insan kaynağının yanı sıra üst düzey yönetimi de deneyimli ve nitelikli kişilerden oluşmaktadır.

# 15

## İnsan Kaynakları

Şirket'in önceliklerinden biri de stratejik pozisyonlara Şirket'in kendi insan kaynağından personel atanmasıdır. Yönetim kadrosunun büyük bölümü, kariyerlerine BİM'de başlamış ya da kuruluşundan bu yana Şirket'te görev almış ve performansları nedeniyle terfi etmiş çalışanlardan oluşmaktadır. Bu uygulama, kurum kültürünün benimsenmesini sağlamanın yanı sıra çalışanların iş motivasyonuna da olumlu etki yapmaktadır. BİM, uyguladığı insan kaynakları politikasıyla, yöneticilerini kendi altyapısında yetiştiren bir okul niteliğindedir.

BİM Yönetim Kurulu, 2021 yılında İnsan Kaynakları Politikası'nı onaylamış ve yürürlüğe koymuştur. Politikada işe alım, eğitim-gelişim, planlama-kariyer yönetimi ile ücretlendirme sistemi, mevzuata uyum, çalışan haklarının korunması ve ayrımcılık-kötü muameleyi önleme hususlarında genel prensipler benimsenmiştir. Politikaya şirket web sitesinden erişilebilmektedir



**%44**

**Kadın  
çalışan  
oranı**

## İnsan Kaynakları

Eğitim ve Gelişim Yönetimi BİM, çalışanlarına gelişimlerini sürdüreceği iş ortamı ve kariyer fırsatları sunmakta ve eğitim programlarına önem vermektedir. Bu kapsamda işe yeni başlayan veya terfi alan çalışanlara oryantasyon eğitimi ve programları sağlanmakta, eğitim sırasında ele alınacak konular şirket içi düzenlemelerle standart hale getirilmektedir.

Eğitimin kalitesinin artırılması, standart hale getirilmesi ve günümüz şartlarına uyarlanması amacıyla 2020 yılında pilot olarak başlatılan çevrim içi eğitim programı 2022 yılında yedi bölge müdürlüğüne yaygınlaştırılmıştır.

Kariyer Yönetimi BİM’de planlama; şirket stratejileri, hedefleri ve ihtiyaçları doğrultusunda organizasyon yapısının düzenli olarak gözden geçirilmesi, gerekli dizayn ve planlamanın yapılması süreçlerini içermektedir. Kariyer yönetimi konusunda Şirket’in en önemli önceliklerinden biri, açık bulunan veya yeni oluşturulacak kadroların karşılanması için kadın ve erkek eşitliği gözetilerek Şirket bünyesinde görevin gerektirdiği niteliklere sahip iç adaylar içerisinde terfi yoluyla atama yapılmasıdır.

Ücretlendirme Sistemi BİM, ücret politikasını sektör, iş gücü piyasası ve yerel mevzuat şartlarını da gözeten rekabetçi bir şekilde oluşturmaktadır. En düşük ücret seviyesini yasal asgari ücretin üzerinde belirlemektedir. Yıllık ücret artışlarının enflasyon oranının altında kalmamasına özen gösterilmekte; kadın ve erkek çalışanlar için eşit ücret uygulanmaktadır. Günlük ve haftalık çalışma süreleri ile fazla çalışma, ara dinlenmeleri, hafta tatili ve yıllık ücretli izin konularındaki uygulamalarını yasa ve yönetmeliklere uygun yürütmektedir. Çalışan Sağlığı ve İş Güvenliği ile Çalışma Mevzuatına Uyum Çalışma ilişkileri, yürürlükteki mevzuata uygun olarak yürütülmektedir. Tüm çalışanlarının güvenli ve sağlıklı bir iş ortamında çalışmasını güvence altına almak, BİM’in en öncelikli hedefleri arasında bulunmaktadır. İş sağlığı ve güvenliği (İSG) konularını yasal mevzuatlar çerçevesinde İSG Kurulu ile yöneten Şirket, bu konudaki performansını sürekli takip etmekte ve kaza istatistiklerini raporlamaktadır. İşyerinde, çalışanlar için uygun çalışma ortamının oluşturulması ve sürdürülmesi en önemli öncelikler olarak kabul edilmektedir. Çalışanların fiziksel ve psikolojik olarak olumsuz etkilenebileceği durumlara karşı, İSG prensipleri çerçevesinde gerekli önlemler alınmaktadır.



# 15

## İnsan Kaynakları



Çalışanların Haklarının Korunması İnsan kaynakları politikalarında din, dil, ırk ve cinsiyet gibi herhangi bir konuda ayrımcılığa müsamaha gösterilmemektedir.

Değer zinciri boyunca insani değerler gözetilmekte, yaşam kalitesini yükseltmek için çalışılmaktadır.

BİM, çalışanlarının kötü muamele, yıldırma ve sözlü veya fiziksel taciz gibi olaylara maruz kalmasına müsamaha göstermemektedir. Türk Hukuku'nda eşitlik ilkesinin yasal temelini oluşturan Anayasa'da yer alan eşitlik ilkesi ve bu doğrultuda düzenlenen 4857 sayılı İş Kanunu ve Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu Kanunu'nda yer alan cinsiyet ayrımcılığına ilişkin düzenlemelere uygun olarak çalışanların ayrımcılık ve kötü muameleyle maruz kalmadığı, adil bir çalışma ortamının oluşturulması ve sürdürülmesi en önemli önceliklerden biri olarak kabul edilmektedir.

İnsan Kaynakları Profili BİM, ülke istihdamına önemli katkı sağlamaktadır. 2022 yılında toplam çalışan sayısı %13,7 artmış ve 80 bin kişiye ulaşmıştır.

# Teşekkürler

## YASAL UYARI

Burada yer alan bilgiler ACAR Menkul Değerler A.Ş. tarafından bilgilendirme amacı ile hazırlanmıştır. Yatırım bilgi, yorum ve tavsiyeleri yatırım danışmanlığı kapsamında değildir. Yatırım danışmanlığı hizmeti; aracı kurumlar, portföy yönetim şirketleri, mevduat kabul etmeyen bankalar ile müşteri arasında imzalanacak yatırım danışmanlığı sözleşmesi çerçevesinde sunulmaktadır. Burada yer alan yorum ve tavsiyeler, yorum ve tavsiyede bulunanların kişisel görüşlerine dayanmaktadır.

Herhangi bir yatırım aracının alım-satım önerisi ya da getiri vaadi olarak yorumlanmamalıdır. Bu görüşler mali durumunuz ile risk ve getiri tercihlerinize uygun olmayabilir. Bu nedenle, sadece burada yer alan bilgilere dayanarak yatırım kararı verilmesi beklentilerinize uygun sonuçlar doğurmayabilir. Burada yer alan fiyatlar, veriler ve bilgilerin tam ve doğru olduğu garanti edilemez; içerik, haber verilmeksizin değiştirilebilir. Tüm veriler, Acar Menkul Değerler A.Ş. tarafından güvenilir olduğuna inanılan kaynaklardan alınmıştır. Bu kaynakların kullanılması nedeni ile ortaya çıkabilecek hatalardan Acar Menkul Değerler A.Ş. sorumlu değildir. Bu içeriğe ilişkin tüm telif hakları Acar Menkul Değerler A.Ş.'ye aittir. Bu içerik, açık iznimiz olmaksızın başkaları tarafından herhangi bir amaçla, kısmen veya tamamen çoğaltılamaz, dağıtılamaz, yayımlanamaz veya değiştirilemez.

**Kaynak:Stokeys, fastmalianaliz, analizexpert, hisseexpert, bim.com.tr, 2022 faaliyet raporu,finnet2000plus, KAP, Borsa İstanbul**

**Hazırlayan: Elif Yeşilmenderes**

## İletişim

Gazeteciler Sitesi Keskinalem S.  
No.29 34394  
Esentepe / Şişli - İstanbul  
(0212) 2162661

Şehit Fethi Bey Cd . Münir Birsal iş  
merkezi no:36 Kat:6 D:18 Çankaya /  
İzmir  
(0232) 4896601