
Yatırımcı İlişkileri İletişim Araçları

Aralık 2022

Yasal Uyarı ve Bilgilendirme

İşbu Yatırımcı Sunumları rehberinde yer alan bilgilerin doğruluğuna ilişkin gerekli özen gösterilmiş olmakla birlikte, bu bilgilerin ve içeriğın doğruluğı ve eksiksiz oluşu hususunda taahhüt verilmemektedir.

Ayrıca burada yer verilen bilgiler, zaman içerisinde değışebileceğı gibi, şirket ve sektör bazında farklılaşabilmektedir.

Burada yer alan bilgiler danışmanlık kapsamında sunulmamaktadır ve hiçbir şekilde yönlendirici nitelikte değıldir.

Rehberde yer verilen bilgiler üzerinde, TÜYİD Yatırımcı İlişkileri Derneğı hak sahibi olup, bunlar kaynak olarak TÜYİD Yatırımcı İlişkileri Derneğı'nin adı ve linki verilmek şartıyla üçüncü kişi ve kurumlarca serbestçe kullanılabilir.

İçindekiler

Önsöz.....	4
1. Finansal Sonuç Açıklamaları	5
2. Faaliyet Raporları	5
3. Uyum Raporları ve SPK Sürdürülebilirlik Uyum Çerçevesi	5
4. İnternet Sitesi.....	6
5. Mobil Uygulamalar	6
6. Yatırımcı Toplantıları	6
7. Yatırımcı Sunumları	7
8. Sosyal Medya (LinkedIn, Twitter, Facebook, vb.)	7
9. Finansal Medya (Yazılı, Görsel, Dijital).....	7
10. Bilgilendirme Dokümanları (Fact Sheet) ve Soru-Cevap Dokümanları	7
11. E-posta dağıtım grupları	8
12. Yatırımcılardan gelen e-postaların kayıtları.....	8
13. Yatırımcı İlişkileri Senelik Faaliyet Raporu	8
14. Özel Durum Açıklamaları	8
15. Genel Kurullar	8
16. Politikalar, Kurumsal Yönetim ve SPK Sürdürülebilirlik İlkeleri Uyum Çerçevesi Raporlamaları ve Çeşitli Uygulamalar.....	9
17. Kamuyu Aydınlatma Platformu	9
18. Yatırımcı İlişkileri Departman Raporlamaları	9

Önsöz

Yatırımcı ilişkileri; bir şirketin mevcut ve ileriye dönük potansiyeli ile ilgili olarak operasyonel ve finansal performansını, sermaye piyasaları düzenleyici kuruluşlarının öngördüğü düzenlemeler çevresinde, kamuyu aydınlatmaya dair hassasiyetleri gözeterek iletişimini sağlamak suretiyle, şirket hisse senetlerinin adil değerlerinde işlem görmesine katkıda bulunan stratejik bir birimdir.

Bu kapsamda, yatırımcı ilişkileri bölümü; şirket yönetim kurulu ve üst yönetimi ile Sermaye Piyasası Kurulu, Borsa İstanbul, Merkezi Kayıt Kuruluşu gibi kurum ve kuruluşlar ile yatırımcılar, analistler ve derecelendirme kuruluşları gibi sermaye piyasası oyuncularını arasında çift yönlü iletişimi sağlamakla da yükümlüdür.

Bunun yanı sıra yatırımcı ilişkileri bölümü, şirket yöneticilerinin verdiği mesajlarda tutarlılığı ve uyumu gözetmek adına, kurumsal iletişim bölümü ile yakın çalışarak, yatırım camiasına ve finansal medyaya özellikle strateji ve finans alanında verilen mesajların tutarlı olmasını temin eder. Yatırımcı ilişkileri, bu stratejik rolü yerine getirmek için etkin bir program geliştirir, doğru iletişim ile algıyı oluştururken, en iyi yatırımcı ilişkileri uygulamaları ile de itibarı yönetir.

Yatırımcı ilişkileri bu rolleri yerine getirirken çeşitli iletişim araçlarından faydalanır.

Bu Beyaz Kitap, ülkemizde küresel standartlarda Yatırımcı İlişkileri uygulamalarını yaygınlaştırmak için çalışmalar sürdüren Yeni Yatırımcı İlişkileri Derneği (TÜYİD) adına, başarılı Yatırımcı İlişkileri uygulamaları için temel teşkil eden iletişim araçlarını konu almak üzere derlenmiştir.

YATIRIMCI İLİŞKİLERİ İLETİŞİM ARAÇLARI

Yatırımcı ilişkileri, şirket stratejisinin oluşturulmasında ve belirlenen hedeflerin takibinde stratejik bir rol oynamaktadır. Bu önemli rolü yerine getirmek için, yatırımcı ilişkilerinin farklı iletişim araçlarını sıklıkla kullanması gerekmektedir. Aynı zamanda yatırımcı ilişkilerinin makro bakış açısı ile ilgili iletişim araçlarının birbiri ile konuşmasını sağlaması ve yapılan tüm iletişimin şirket stratejisine uyumunu sağlaması oldukça önemlidir.

1. Finansal Sonuç Açıklamaları

Şirketler, Sermaye Piyasası Kanunu ve II-14.1 no'lu Sermaye Piyasasında Finansal Raporlamaya İlişkin Esaslar Tebliği uyarınca, kamunun zamanında, tam ve doğru bir şekilde aydınlatılması için, üçer aylık dönemler itibarıyla altı aylık ve yıllık dönemlerin bağımsız denetimden geçmiş olması kaydıyla bilanço, gelir tablosu, nakit akış tabloları, özkaynak değişim tablosu ve onlara ilişkin dipnotlarını içeren finansal sonuçlarını Merkezi Kayıt Kuruluşu A.Ş. tarafından yayımlanan senelik finansal rapor ilan tarihleri duyurularını gözeterek yasal süresi içerisinde "Kamuyu Aydınlatma Platformu"nda (KAP) açıklar. Sonraki bölümlerde de görüleceği üzere; finansal sonuç açıklamaları için yatırımcı sunumları, webcastler ve analizleri kolaylaştırıcı Excel dosyaları gibi belgeler hazırlanarak gerek şirket internet sitesi gerek ise diğer dijital mecralarda yayına sunulur.

2. Faaliyet Raporları

Şirketler II-14.1 no'lu Sermaye Piyasasında Finansal Raporlamaya İlişkin Esaslar Tebliği uyarınca üçer aylık dönemlerde "Ara Dönem Faaliyet Raporu" ve yıl sonunda T.C Ticaret Bakanlığı'nın Şirketlerin Yıllık Faaliyet Raporunun Asgari İçeriğinin Belirlenmesi Hakkında Yönetmelik'i de dikkate alınarak hazırlanan "Yıllık Faaliyet Raporu"nu kamu ile paylaşır. Bu faaliyet raporları, öncelikle Kamuyu Aydınlatma Platformu'nda ("KAP") yayımlandıktan sonra, şirketin internet sitesinde ve tercih edilen diğer platformlarda yer alır. Mobil cihazların yaygın olduğu günümüzde, raporların diğer platformlarda paylaşılan bilgi ve verilerle uyumlu olması büyük önem arz etmektedir. Faaliyet raporlarının asgari içeriklerin sağlanması sonrasında finansal verilerinin ötesine geçerek; şirketin stratejik mesajlarının, kurumsal yönetim çalışmalarının açık ve anlaşılır bir şekilde paylaşıldığı ve böylece finansal olmayan verileri de içeren bir iletişim aracı olarak kullanıldığı gözlenmektedir. Günümüzde faaliyet raporlarının daha fazla okunur olması için tasarım ve içerik anlamında birçok yenilik yapılmaktadır. Şirketlerin bu tasarım ve içerikleri kendi bünyelerinde ilgili departmanlarla karşılması kadar, faaliyet raporuna tasarım ve içerik desteği sunan ajanslarla iş birliği yaparak hazırlaması da giderek yaygınlaşmaktadır.

Ayrıca, sorumlu yatırımların büyüklüğünün artmasıyla birlikte sürdürülebilirliği, stratejilerinin bir parçası haline getiren şirketler, finansal performansları yanı sıra iş modelleri, stratejileri, yönetimleri ile çevresel, sosyal ve ekonomik performansları arasındaki bağlantıyı tanımlayarak geleceğe yönelik gelişim alanlarına yer verdikleri "Entegre Faaliyet Raporu" hazırlamaya başlamıştır. Konuyla ilgili daha detaylı bilgiyi, [Sürdürülebilirlik 101](#) adlı yayınımda bulabilirsiniz.

3. Uyum Raporları ve SPK Sürdürülebilirlik Uyum Çerçevesi

SPK'nın II. 17.1 no'lu Kurumsal Yönetim Tebliği'nin Madde 8 Fıkra 1'i kapsamında;

- Yıllık faaliyet raporlarında; ilgili Tebliğ ekinde yer alan kurumsal yönetim ilkelerinin uygulanıp uygulanmadığına, uygulanmıyor ise buna ilişkin gerekçeli açıklamaya, bu ilkelere tam olarak uymama dolayısıyla meydana gelen çıkar çatışmalarına ve gelecekte ortaklığın yönetim uygulamalarında söz konusu ilkeler çerçevesinde bir değişiklik yapma

planının olup olmadığına ilişkin açıklamalara yer verilir. Şirketler bu yükümlülüğü SPK'nın Kurumsal Yönetim Bilgi Formu (KYBF) ve Kurumsal Yönetim Uyum Raporu (URF) KAP şablonları ile yerine getirmektedir.

- Yıllık faaliyet raporlarında ayrıca, sürdürülebilirlik ilkelerinin uygulanıp uygulanmadığına, uygulanmıyor ise buna ilişkin gerekçeli açıklamaya, bu ilkelere tam olarak uymama dolayısıyla çevresel ve sosyal risk yönetiminde meydana gelen etkilere ilişkin olarak açıklamaya yer verilir. Söz konusu açıklamalarda dönem içerisinde önemli bir değişiklik olması durumunda, ilgili değişikliğe ara dönem faaliyet raporlarında yer verilir. Şirketler bu yükümlülüğü SPK'nın Sürdürülebilirlik İlkeleri Uyum Çerçevesi KAP şablonu ile yerine getirmektedir.

Şirketler bu yükümlülüklerini ilgili şablonları kullanarak KAP'ta duyurma zorunluluğunu yerine getirdikten sonra, dilerlerse bu raporları senelik Faaliyet Raporlarının içerisine olduğu gibi alabilmekte ya da yalnızca KAP linkleri ile entegre edebilmektedirler.

4. İnternet Sitesi

İnternet siteleri, şirketlerin hissedarları, potansiyel ve mevcut yatırımcıları ile diğer paydaşları kurumsal gelişmeler hakkında, uygun maliyetle, en kolay şekilde bilgilendirebilecekleri platformlardır. Kullanım kolaylığı sağlayan, gerekli bilgilerle sürekli güncellenen, güvenilir bir bilgi kaynağı olan internet siteleri, şirketlerin marka bilinirliği ve saygınlığı açısından da kritik bir rol oynar. Halka açık şirketlerin internet siteleri ve Bilgi Toplumu Hizmetleri Platformu, Sermaye Piyasası mevzuatı ve Merkezi Kayıt Kuruluşu A.Ş. (MKK) uygulamalarına tabi olup, ülkemizde şirketlerin internet sitelerini asgari olarak bu düzenlemeler (Sermaye Şirketlerinin Açacakları İnternet Sitelerine Dair Yönetmelik, Kurumsal Yönetim Tebliği vd.) çerçevesinde oluşturmaları hukuki bir zorunluktur. Şirketler internet sitelerinde, hisse senedi hesap makinesi, özet finansal göstergeler, yatırımcı takvimi vb. gibi yatırımcıların faydalanabileceği araçlar da ekleyebilirler. Ayrıca, SPK'nın II.17.1 no'lu Kurumsal Yönetim Tebliği'nin ayrılmaz parçası olan kurumsal yönetim ilkelerinden 2.1.1. sayılı maddesinde belirtildiği üzere sıkça sorulan sorular başlığı altında Şirkete ulaşan bilgi talepleri, soru ve şikâyetler ile bunlara verilen cevaplar Şirket internet sitesinde yer alır. Konuyla ilgili daha detaylı bilgiyi, İnternet Sitesi adlı yayınıımızda bulabilirsiniz.

5. Mobil Uygulamalar

İnternet ve akıllı cihazların kullanımının yaygınlaşması ile iletişimde dijital ortamın kullanımı ve mobil uygulamalar ön plana çıkmıştır. Yatırımcı ilişkileri açısından, şirketlerin internet sitelerinin, kullanılan cihazın boyut ve özelliklerine uyarlanabilen "kullanıcı dostu" formatta, elektronik ortamda sunulması, yatırımcıların şirket finansalları, faaliyet raporları ve hisse senedi ile ilgili bilgilere erişimini de kolaylaştırır.

6. Yatırımcı Toplantıları

Yatırımcılar ve analistler ile kurulacak doğru iletişimin hisse değerine etkisinin bilincinde olan yatırımcı ilişkilerinin en önemli iletişim araçlarından biri de fiziki ve/veya çevrimiçi toplantılardır. Bu toplantılarda, yatırımcı ilişkileri ya bizzat kendileri ve/veya CEO ve CFO'ların veya diğer üst yönetiminin de katılımlarıyla ilgili gerçek veya tüzel kişilerle bir araya gelirler. Yatırımcı ilişkilerinin etkin bir iletişim aracı olarak organize ettiği toplantılar; yatırımcı konferansları, birebir toplantılar, roadshowlar, analist ve yatırımcı günleri, saha ziyaretleri, medya turları, telekonferanslar, webcastler ve podcastler gibi farklı formatlarda düzenlenebilir. Konuyla ilgili daha detaylı bilgiyi, Yatırımcı Toplantıları adlı yayınıımızda bulabilirsiniz.

7. Yatırımcı Sunumları

Yatırımcı sunumları, şirketlerin operasyonel faaliyetleri, finansal sonuçları, uzun vadeli stratejileri, yatırımları ve geleceğe yönelik değerlendirmelerini paylaşmak için kullanabilecekleri önemli bir iletişim aracıdır. Ancak içerisindeki bilgilerin ilgili mevzuat ve yükümlülükler çerçevesinde kamuya açıklanması zorunlu olan kısımları için öncelikli olarak Kamuyu Aydınlatma Platformu'nda paylaşılmış olmasına dikkat edilmelidir. Yatırımcı sunumları yatırım kararı verme ve Şirketi tanıtmaya aşamasında önemli bir yol göstericidir. Dolayısıyla, ihtiyaç ve beklentilere cevap verecek şekilde hazırlanan sunumlar uzun vadede Şirket bilinirliğine katkı sağlar. Yatırımcı sunumunun değer yaratabilmesi için şirketin öyküsünü net bir şekilde aktarabilecek içerik ve görselliğe sahip olması önemlidir. Konuyla ilgili daha detaylı bilgiyi, Yatırımcı Sunumları adlı yayınlamamızda bulabilirsiniz.

8. Sosyal Medya (LinkedIn, Twitter, Facebook, vb.)

Halka açık Şirketlerin kullanmış olduğu öncelikli platform Kamuyu Aydınlatma Platformu olmakla birlikte, Şirketler dijital iletişim mecralarını, internet sitelerini ve medya vasıtasıyla yapılan basın bülteni/röportaj vb. iletişim araçlarını da yaygın olarak kullanmaktadır. KAP dışında sayılan bu mecralarda yapılan paylaşımların, yatırımcı kararını etkileyebilecek nitelikte olan içsel bilgiler taşımaması oldukça önemlidir. Dolayısıyla KAP dışında yapılacak paylaşımlarda Kurumsal İletişim departmanı ya da Şirket bünyesinde bu görevi yerine getiren ilgili departmanın Yatırımcı İlişkileri departmanı ile koordine çalışması oldukça önemlidir. Şirketi ilgilendiren herhangi bir içsel bilgi KAP'ta yayımlanmadığı sürece, kamuya açıklanmış ve kanuni yükümlülük yerine getirilmiş sayılmamaktadır.

9. Finansal Medya (Yazılı, Görsel, Dijital)

Şirketlerin; yazılı, görsel ve dijital mecralarda gerçekleştirdiği röportaj, etkinlik, basın açıklamaları ve bilgilendirmeler genellikle Kurumsal İletişim birimleri ve şirketin hizmet aldığı iletişim ajansları tarafından gerçekleştirilmekle birlikte, Yatırımcı İlişkileri'nin de kontrol mekanizması olarak sürece dahil edilmesi, içeriklerin doğru iletişimi ve mevzuata uyumu açısından önem arz etmektedir. Bu mecralar görünürlükleri nedeniyle önemli bilgi paylaşım araçları olarak öne çıkmaktadır. Bilhassa içinde finansal bilgiler paylaşılan basın bültenlerinin yayımlanmadan önce yatırımcı ilişkileri tarafından değerlendirilmesi büyük önem taşımaktadır. Bu anlamda önem taşıyan bir diğer konu da medyada yayımlanan haber ve söylentilerin II.15.I. Özel Durumlar Tebliği'nin 9. Maddesi kapsamında değerlendirilerek doğru veya yeterli olup olmadığı konusunda açıklama zorunluluğu olmasıdır. Bu nedenle şirketin yatırımcı ilişkileri biriminin bu haberleri anlık olarak da takip etmesi gerekmektedir.

10. Bilgilendirme Dokümanları (Fact Sheet) ve Soru-Cevap Dokümanları

Şirketin gerek finansal gerekse operasyonel işleyiş ve sonuçları ile ilgili analistler, yatırımcılar ve finansal medyanın çok daha hızlı şekilde Şirket hakkında bilgi edinmelerini sağlayan bilgilendirme dokümanları, aynı zamanda CEO ve CFO düzeyinde katılımın olduğu toplantılarda üst yönetime de kaynak oluşturması bakımından önemli bir "içsel iletişim aracı" olmuştur. Şirket mesajlarının, soru-cevap dokümanlarına dahil edilmesi, şirketin iletişiminde tutarlılığını sağlayan önemli bir unsurdur. Bu dokümanlar periyodik olarak ve her gelişme olduğunda güncellenmelidir.

11. E-posta dağıtım grupları

Yatırımcı ilişkileri biriminin, analist ve yatırımcılardan aldıkları iletişim bilgilerini kaydettikleri bir veri tabanı oluşturmaları, iletişimde süreklilik açısından önem arz etmektedir. Böylece, kamu ile paylaşılan finansal tablo ve özel durum açıklamaları, telekonferans-webcast davetleri, analist-yatırımcı günleri davetiyeleri gibi bilgilendirmeler, oluşturulan dağıtım grupları ile etkin bir şekilde paylaşılabilir. Yatırımcı ilişkileri bu listeleri bireysel yatırımcıları için de ayrıca oluşturabilir. Bu listelerin oluşturulması, güncellenmesi ve iletişimde kullanılması Kişisel Verilerin Korunması Kanunu ile uyumlu olacak şekilde gerçekleştirilmelidir.

12. Yatırımcılardan gelen e-postaların kayıtları

SPK'nın II.17.1 sayılı Kurumsal Yönetim Tebliği Madde 11 Fıkra 5'te detaylandırılan Yatırımcı ilişkileri'nin başlıca görevlerinde; yatırımcılar ile ortaklık arasında yapılan yazışmalar ile diğer bilgi ve belgelere ilişkin kayıtların sağlıklı, güvenli ve güncel olarak tutulmasını sağlamak yer almaktadır. Dolayısıyla, Şirketler yatırımcı ilişkileri aracılığıyla cevaplandıkları yatırımcı bilgi taleplerini saklamak ve sağlıklı şekilde arşivlemek zorundadır.

13. Yatırımcı ilişkileri Senelik Faaliyet Raporu

SPK'nın II.17.1 sayılı Kurumsal Yönetim Tebliği Madde 11 Fıkra 1 gereğince, yürütmekte olduğu faaliyetlerle ilgili olarak en az yılda bir kere yönetim kuruluna rapor hazırlayarak sunması zorunludur. Şirketler bu raporlarını genel teamülde öncelikli olarak Yatırımcı ilişkileri yöneticisinin de doğal üyesi olduğu Kurumsal Yönetim Komitesi'ne sunar. Komitenin de görüş ve eklemelerini aldıktan sonra ilgili raporu Yönetim Kurulu ile paylaşır.

14. Özel Durum Açıklamaları

Sermaye piyasası mevzuatında detaylı olarak işlenen, yatırımcıların yatırım kararlarını etkileyecek ve dolayısıyla şirketlerin hisse fiyatına etki edebilecek nitelikte olan içsel bilgiler ve Özel Durum Rehberi'ndeki durumları konu alan gelişmeler özel durum açıklaması olarak KAP'ta açıklanır ve akabinde şirket internet sitesine eklenir. Rekabet açısından, sonuçlanmadan kamuya duyurulmaması gereken bilgiler istisnai tutulup, bu durumlarda şirket yönetim kurulları II.15.1 Özel Durumlar Tebliği'nin 6. Maddesi çerçevesinde erteleme kararı alabilirler. Özel durum açıklamaları yasal zorunluluk olmakla birlikte aynı zamanda önemli bir iletişim aracıdır. Özel durum açıklamaları yeterli ayrıntıda hazırlanmalı, belirsiz ifadelerle yer verilmemeli ve kamuya açıklanan bilgide değişiklik olduğunda güncellenmelidir.

15. Genel Kurullar

Şirketlerin, yatırımcılar ile iletişim kurdukları bir diğer mecra genel kurul toplantılarıdır. Genel kurul toplantılarında yatırımcı ilişkilerinin en önemli rolü, II.17.1 Kurumsal Yönetim Tebliği Madde 11 Fıkra 5'in c) bendi çerçevesinde; Genel kurul toplantısı ile ilgili olarak pay sahiplerinin bilgi ve incelemesine sunulması gereken dokümanları hazırlamak ve genel kurul toplantısının ilgili mevzuata, esas sözleşmeye ve diğer ortaklık içi düzenlemelere uygun olarak yapılmasını sağlayacak tedbirleri almaktır. Ayrıca, toplantı öncesinde ve sonrasında pay sahiplerinin ihtiyaçlarına yönelik dokümantasyon ve bilgilendirmeyi kamu ile paylaşmak da yatırımcı ilişkilerinin sorumluluğundadır. Pay sahipleri, genel kurul toplantılarına fiziken katılarak oy kullanabildikleri gibi, vekaleten veya elektronik ortamda da oy kullanarak şirket yönetiminde söz sahibi olabilirler. Yatırımcı ilişkilerinin genel kurul ile ilgili yükümlülüklerine ve anonim şirketlerin

genel kurullarına elektronik ortamda katılmaya, öneride bulunmaya, görüş açıklamaya ve oy kullanmaya olanak veren “Elektronik Genel Kurul Sistemi”nin usul ve esaslarına mevzuatta ayrıca yer verilmiştir.

16. Politikalar, Kurumsal Yönetim ve Çeşitli Uygulamalar

Şirketlerin, sermaye piyasası mevzuatı ve kurumsal yönetim uygulamaları kapsamında oluşturulan, genel kurulun onayına ya da bilgisine sunulan zorunlu politikaları (Bilgilendirme Politikası, Kâr Dağıtım Politikası, Ücretlendirme Politikası, Bağış Politikası, Etik İlkeler Politikası gibi), kurumsal yönetim/sürdürülebilirlik kapsamında hazırlanan iyi uygulama politikaları (Toplumsal Cinsiyet ve Fırsat Eşitliği Politikası, Halefiyet Politikası, İnsan Hakları Politikası vb.), şirketin içinde bulunduğu sektör ya da uymakla mükellef olduğu diğer uygulamalar kapsamında hazırlaması gereken politikaları (ISO Politikaları, Kalite Politikaları vb.) ve ilgili mevzuat kapsamında şirketlerin uymakla mükellef oldukları diğer politikalar (KVKK, Bilgi Sistemleri Politikası vb.) hazırlanmalıdır. Gerekliyse bu politikalar şirketler tarafından KAP’ta ve şirket internet sitesinde yayımlanır. İlgili mevzuatta bilhassa yönetim kurulu seviyesinde alınması zorunlu olmasa da politikaların Yönetim Kurulu seviyesinde onaylatılması ve olası herhangi bir değişiklikte yönetim kurulu kararının ve şirketin KAP’ta ve internet sitesinde duyurduğu belgelerin güncellenmesi tavsiye edilmektedir. Politikaların yönetim kurulu seviyesinde kabul edilmesi sürdürülebilirlik kapsamında yapılan pek çok çalışmaya da kolaylık sağlayacaktır.

Şirketlerin kurumsal yönetimle ilgili yapmış oldukları uygulamalar yatırımcı ilişkilerinin önemli iletişim araçlarından biridir. Bu uygulamalar, Şirket repütasyonuna ve Yatırımcı İlişkileri’nin Şirketi anlatma misyonuna şeffaflıkla destek vermektedir.

17. Kamuyu Aydınlatma Platformu (KAP)

Kurumsal yönetimin şeffaflık, adillik, sorumluluk ve hesap verebilirlik prensipleri gereğince, şirketler, sermaye piyasası araçlarının değerini, fiyatını veya yatırımcıların yatırım kararlarını etkileyebilecek nitelikteki bilgi, olay ve gelişmeleri kamuya açıklar. Mevzuat uyarınca, KAP’ta açıklanması gereken tüm duyurular (finansal sonuç açıklamaları, özel durum açıklamaları, duyurular ve diğer bildirimler) elektronik imzalı olarak yapılır. Özel Durumlar Tebliği ve Rehberi kapsamında, şirketler özel durum açıklamalarını en geç kamuya açıklama yapıldıktan sonraki iş günü içinde KAP’ta şirkete ilişkin genel bilgilerde belirtilen internet sitesinde ilan etmek ve söz konusu açıklamaları beş yıl süreyle bu internet sitesinde bulundurmaya zorundadır. Bu yükümlülük, şirketin internet sitesinde, KAP’ta yer alan açıklamalara bağlantı verilmesi suretiyle de yerine getirilebilmekle birlikte şirketlerin KAP’ta yaptıkları açıklamaları internet sitesine ilgili açıklama başlığı ile ayrıca yüklemesi yatırımcılara kolay erişim imkânı sağlar.

18. Yatırımcı İlişkileri Departman Raporlamaları

II.17.1 Kurumsal Yönetim Tebliği Madde 11 kapsamında, şirketler ile yatırımcılar arasındaki iletişimi sağlayan yatırımcı ilişkileri bölümünün yürütmekte olduğu faaliyetlerle ilgili olarak en az yılda bir kere yönetim kuruluna rapor hazırlayarak sunması zorunludur. Bu raporda, faaliyet yılı içerisinde mevzuata uyum için yapılan çalışmalar; içsel bilgiye erişimi olanlar listesinin güncellenmesi, SPK talepleri, kamuyu aydınlatmak için yapılan açıklamalar, görece hisse senedi performansı - sektörel ve Borsa İstanbul endeksleriyle karşılaştırmalı, yatırımcılardan gelen soru ve geri bildirimler, yıl içinde gerçekleştirilen toplantılara ait bilgiler, dönem içinde analist raporu yazan aracı kurumlar, tavsiyeleri ve varsa mevzuata uyum için gelişim alanlarının belirtildiği bir değerlendirme bölümü de dahil edilebilir. Bu raporlar yıl içerisinde yapılan tüm faaliyetlerin yönetime sunulduğu bir çalışma niteliğinde olduğu için önem taşımaktadır. Tebliğ’de belirlenen raporlama sayısının asgari olarak bildirildiğini unutmuyarak, yatırımcılardan ya da analistlerden

gelen önemli geri bildirimleri şirket üst yönetimine ve/veya şirket stratejisini etkileyebilecek önemli kararların alınabilmesine yönelik yönlendirme yapabilmek adına yönetim kuruluna her zaman raporlamak gerekir.

Yatırımcı ilişkileri faaliyet raporuna ilaveten, rakiplerin finansal durum karşılaştırmaları (ranking analizi), sektörel gelişmeler ile şirketlerin yurt içi ve yurt dışı emsallerinin konu hakkında yapmış olduğu çalışmaların analizi ve “En İyi Yatırımcı İlişkileri Uygulamaları” da şirket ihtiyacına yönelik olarak ilgili raporlara dahil edilebilir.