

Mavi yılın ilk yarısında konsolide gelirlerini %104 artırarak 8 milyar 415 milyon TL'ye çıkardı.

Türkiye'nin öncü jean ve hazır giyim markası **Mavi**, 1 Şubat – 31 Temmuz 2023 dönemini kapsayan ilk altı aylık finansal sonuçlarını açıkladı. Yılın ilk yarısında toplam gelirlerini %104 artırarak 8 milyar 415 milyon TL'ye çıkaran şirket, net kârını %62 artışla 1 milyar 139 milyon TL'ye taşıdı. Raporlama döneminde FAVÖK 1 milyar 887 milyon TL, FAVÖK marjı ise %22,4 oldu.

Mavi denim ve lifestyle kategorilerinde %100'ün üzerinde satış büyümesi yakaladı

Sürdürülebilir kârlı büyümesiyle dikkat çeken şirket, yılın ilk yarısında global perakendede %110, toptanda %99, e-ticarette ise %80'lik büyüme gerçekleştirdi. Türkiye'de ise perakende gelirleri güçlü bir performansla %114, birebir mağaza satışları %116, e-ticaret satışları ise %95 büyüdü.

Kadın ve erkekte, denim ve lifestyle ürün kategorilerinde %100'ün üzerinde satış büyümesinin yanı sıra etkili adet büyümesi de yakalayan Mavi, hem jean hem de hazır giyim pazarının genelinde payını artırmayı sürdürdü. Her yıl 1 milyondan fazla yeni müşteri kazanımı hedefleyen şirket, bu yarı yılda 718 bin yeni müşteri kazanarak aktif üye sayısını 6,4 milyon kişiye ulaştırdı.

"Yılsonu büyüme hedefimizi yukarı yönlü revize ettik"

İlk yarı performansını değerlendiren Mavi CEO'su Cüneyt Yavuz, şunları söyledi: "Dünyanın öncü jean ve lifestyle markalarından biri olarak, marka konumlandırmamız, dinamik ürün ve fiyat planlamamız, yüksek kalitemiz ve müşterimizi sürekli yeniliklerle buluşturma stratejimiz sayesinde ilk yarıda başarılı bir performans sergiledik. Artan ürün maliyetlerini doğru fiyat stratejisi, etkin planlama ve satın alma ile yöneterek güçlü bir brüt kar marjı elde ettik. Tüketicinin Mavi'ye olan talebinin daha da artması ve buna hızla karşılık verebilecek ürün çeşitliliğine sahip olmamız sayesinde tüm kategorilerde güçlü bir büyüme yakaladık, hem kadın hem de erkekte pazar payımızı büyütme devam ettik. Bu başarıyı yıl sonuna kadar sürdüreceğimize olan inançla, daha önce %75 olarak açıkladığımız 2023 yılı büyüme hedefini yukarı yönlü %80 üstü olarak revize ediyoruz.

"All Blue. Daha Mavi. Daha İyi. Hepimizin Mavi'si" anlayışıyla 'en sürdürülebilir jean'i yapma' sözümüzü tutmak üzere tutkuyla çalışıyoruz. Natural Dye ve Mavi Archive-Upcycle, bu sezon mükemmel tasarımları en son teknoloji, özgün fikirler ve inovasyonla buluşturan doğa dostu koleksiyonlarımız arasındaki yerini aldı. En mutlu Mavi müşterilerini yaratmak, hem mağaza hem de online'da en iyi alışveriş deneyimini sunabilmek üzere omni-channel uygulamalarımızı zenginleştirmeye hız kesmeden devam ediyoruz.

Mavi Türkiye'nin en güvenilir markalarının başında geliyor

Müşterimiz ile aramızda çok güçlü bir güven bağı ve ilişki kurabilmiş olmamız en büyük motivasyonumuz. Yılın ilk yarısında sektörler üzeri ve sektörler içi analizlerle tüketici ile markanın güven ilişkisini incelediği güven araştırmasına* göre Mavi, 16 sektörden yaklaşık yüz elli marka arasında,

Türkiye'nin en güvenilir markalarının başında yer aldı. Mavi'nin "güven" konusunda tüketici nezdinde en güçlü olduğu unsurlar ise itibar, kalite, finansal sağlamlık, sorumluluk ve beğeni olarak ölçüldü. Yıllardır Türkiye'nin değişmeyen lovebrand'i olarak pazardaki gücümüzü şimdi de güvende öncü markalar arasında seçilerek taçlandırdığımız için çok mutluyuz"

*Future Bright araştırma şirketinin güven bağı endeksi araştırmasına göre

Bilgi için:

Pro İletişim Danışmanlığı

Serap Denk serap@proiletisim.com // 0535 406 90 20

Özge Arın ozge@proiletisim.com // 0532 565 45 77

Belemir Koç belemir@proiletisim.com // 0532 709 57 21