

Mavi'nin 9 aylık konsolide gelirleri 27 milyar 72 milyon TL'ye, net kârı ise 2 milyar 390 milyon TL'ye ulaştı

Türkiye'nin öncü jean ve hazır giyim markası **Mavi**, enflasyon muhasebesine göre düzenlenmiş 1 Şubat- 31 Ekim 2024 tarihlerini kapsayan finansal sonuçlarını açıkladı. Konsolide gelirleri bir önceki yılın aynı dönemine göre %4 artarak **27 milyar 72 milyon TL**'ye ulaşan şirket, dokuz aylık süreçte **2 milyar 390 milyon TL net kâr** elde etti. Yılın ilk 9 ayını **5 milyar 450 milyon TL FAVÖK** ile tamamlayan şirketin **FAVÖK marjı %20,1** oldu. Makro ekonomik koşullar paralelinde tüketimdeki yavaşlamanın etkisinde geçen raporlama döneminde Mavi, güçlü bilanço pozisyonunu koruyarak dönemi **3 milyar 319 milyon TL net nakit pozisyonunda tamamladı**.

Ciro ve adet büyümesinde, pazarın üzerinde performans gösteren şirket, üçüncü çeyrekte hem mağaza hem de online satışlarda, kadın, erkek ve jean kategorilerinde pazar payını artırdı. Türkiye hazır giyim pazarının en güçlü üç markasından biri olan Mavi, denim kategorisindeki lider pozisyonunu ise korudu.

Mavi'nin ilk dokuz ayda toplam gelirlerinin yaklaşık %68'i perakende, %23'ü toptan, %9'u e-ticaret satışlarından geldi. Raporlama döneminde, Türkiye perakende kanalında 9 net mağaza açılışının yanı sıra 10 mağazasında da metrekare büyümesi gerçekleştiren şirket, 183 bin m2 satış alanına ulaştı ve toplam satış adetlerinde %11 büyüme yakaladı.

İlk dokuz aylık finansal sonuçlar doğrultusunda, 2024 yıl sonu beklentilerinde revizyona giden Mavi, enflasyon muhasebesi hariç, %60'ın üzerinde konsolide satış büyümesi ve %22 üzerinde FAVÖK elde etmeyi bekliyor. Satış alanı büyümesinde yılı 17 yeni mağaza açılışı ve 15 mağazada metrekare genişlemesiyle tamamlamayı planlıyor.

Sürdürülebilir kârlı büyümeye ve uzun vadeli hedeflerimize odaklanıyoruz

İlk dokuz aylık performansı değerlendiren **Mavi CEO'su Cüneyt Yavuz**, şunları söyledi: "Ekonomideki yavaşlamaya rağmen, Türkiye'de hazır giyim pazarı büyüme devam ediyor. Biz de güçlü marka konumlandırırmamız, güvenilir fiyat stratejimiz, yüksek kalite standartlarımız, müşterimizi sürekli yeniliklerle buluşturabilmemiz ve pozitif müşteri deneyimimiz sayesinde pazardaki payımızı artırmaya devam ediyoruz. Müşterilerimizin Mavi'ye olan ilgisi ve talebini her koşulda canlı tutuyoruz. Doğru fiyat stratejisi, etkin ürün planlama ve esnek tedarik yetkinliğimiz sayesinde pazarın en iyi performans gösteren markalarının başında gelmeyi ve penetrasyonumuzu artırmayı başarıyoruz."

Yılda 1,5 milyon yeni müşteri kazanımı hedefine doğru emin adımlar

"Her yaşın, her beden, her yaşam ve giyim tarzının markası olarak son çeyrekte de potansiyel müşteri kitlelerine ulaşmayı sürdürdük. Güçlü denim koleksiyonu, yeni fit'ler ve inovatif ürünleri tanıttığımız reklam kampanyalarının yanı sıra verimli CRM aksiyonları

müşteri sadakatinde ve frekansında olumlu etki yarattı. Gençlerle birlikte büyüme stratejimiz bizi emin adımlarla yıl sonundaki 1,5 milyon yeni müşteri kazanımı hedefine götürüyor. Geçtiğimiz sene 5,5 milyon cep telefonunda olan app’imiz ise yıl sonunda 8 milyon kişiye ulaşacak. Her dönemde müşterinin ilgisi ve talebiyle büyüyen bir marka olduğumuz için mutluyuz.”

Mavi, TIME tarafından sürdürülebilir büyümede dünyanın en iyi 8’inci şirketi seçildi, hazır giyim sektörünün ise 1.cisi oldu!

Dünyanın en itibarlı yayınlarından **TIME**, küresel veri analizi platformu Statista ile birlikte; **“Dünyanın En İyi Şirketleri – Sürdürülebilir Büyüme 2025 (World’s Best Companies-Sustainable Growth)”** araştırmasında **Mavi** 91,46 puanla, **8. sırada yer aldı**. Global **hazır giyim**-ayakkabı ve spor giyim kategorisinin ise **lideri** oldu. 2021 – 2023 yılları arasında güçlü finansal performansını sürdürürken çevresel etki ve sorumluluklar anlamında da üstün başarı sergileyen **ilk 500** şirketin dahil edildiği global liste için **çevresel verilerini şeffaf bir şekilde paylaşan** şirketler; **gelir büyümesi, finansal istikrar ve çevresel etkilerine göre** değerlendirilerek puanlandı.

“Sektörümüzdeki öncü rolümüz Türkiye sınırlarını aştı”

Mavi CEO’su Cüneyt Yavuz, “Sürdürülebilir kârlı büyümeye odaklanan bir şirket olarak, sektörümüzde üstlendiğimiz öncü rol ve sürdürülebilirlik konusunda attığımız adımların, Türkiye sınırlarını aşarak bizi dünya çapında hazır giyimde ilk sıraya taşımasından dolayı çok mutlu ve gururluyuz. Çalışmalarımızın global platformlar tarafından böylesi itibarlı bir listeye bir kez daha taçlanmış olması, Mavi’nin gelecekteki adımları için de büyük bir motivasyon kaynağı. Tüm çalışanlarımız, iş ortaklarımız, yatırımcılarımız ve müşterilerimize teşekkür ederiz” dedi.

Bilgi için:
Pro İletişim Danışmanlığı

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