

mavi

2024 Yılı Finansal Sonuçlar Sunumu

18 Mart 2025



Yasal Uyarı

İşbu sunum, kısmen veya tamamen, Şirket'in herhangi bir menkul kıymetine ilişkin bir satış teklifi veya diğer bir arza veya iştirak taahhüdüne veya devralmaya ilişkin olarak teklif ya da davet veya bir yatırım yapılmasına ilişkin bir teşvik teşkil etmemektedir. İşbu sunumun hiçbir bölümü ve de bunun dağıtılmış olması durumu, herhangi bir sözleşmenin, taahhüdün veya yatırım kararının temelini oluşturamaz ve de bu kapsamda dikkate alınmaz. İşbu sunum "geleceğe yönelik ifadeler" içermektedir. "Geleceğe yönelik ifadeler" belirli varsayımlara dayalı olarak gelecekteki olaylara ilişkin mevcut beklentileri içerir ve geçmiş veya güncel verilerle doğrudan ilgili herhangi bir ifadeyi içermez. Bu ifadeler "öngörmek", "olacak", "inanmak", "amaçlamak", "tahmin etmek", "planlamak", "beklemek" ve benzeri terimler içermektedir. Geleceğe yönelik ifadeler Şirket'in kontrolünde olmayan veya üzerinde sınırlı kontrolünün bulunduğu riskleri, belirsizlikleri ve diğer önemli faktörleri içermektedir. Bu riskler, belirsizlikler ve diğer önemli faktörler Şirket'in gelecekteki sonuçlarının, performanslarının veya kazanımlarının, "geleceğe yönelik ifadeler" de belirtilen sonuçlardan, performanslardan ve kazanımlardan esaslı derecede farklı olmasına sebep olabilecektir. Bu riskler, belirsizlikler ve diğer faktörler arasında, belirtilenlerle sınırlı olmamak koşuluyla, müşteri zevkleri ve harcama trendlerinde meydana gelebilecek değişiklikler, mağaza müşteri trafiğinde meydana gelebilecek değişiklikler, müşteri tercihlerini ve taleplerini doğru bir şekilde tahmin etme kabiliyeti, mağazalaşma stratejisini başarılı bir şekilde uygulama kabiliyeti, marka bilinirliğinin ve pazarlama programlarının etkinliği, perakende giyim sektöründe yaşanabilecek güçlükler ve müşteri güveninde gözlemlenebilecek kırılganlıklar, perakende giyim sektöründeki rekabet koşullarının durumu, hava koşullarında meydana gelen mevsimlere aykırı uç değişiklikler ve bu değişikliklerin perakende giyim sektörüne etkisi, kilit yöneticileri ve personeli bünyede tutma kabiliyeti, ana tedarikçiler ve satıcılar ile olan ilişkileri olumsuz yönde etkileyebilecek durum ve olaylar, faaliyet gösterilen piyasalardaki kur ve faiz oranı riskleri ve dalgalanmaları ile finansal piyasalarda ve makro ekonomik koşullarda ortaya çıkabilecek diğer değişiklikler, vergi oranlarında, yasal düzenlemelerde ve hükümet politikalarında meydana gelebilecek değişiklikler ile operasyonel aksaklıklar, doğal afetler, savaş, terörist faaliyetler, genel grev, iş yavaşlatma ve iş durdurma gibi hususlar sayılabilir. Geleceğe yönelik ifadeleri etkileyebilecek riskler, belirsizlikler ve diğer faktörler ile ilgili açıklamalar Şirketimiz internet sitesinde ve Kamuyu Aydınlatma Platformu'nda yayımlanmış olan yıllık faaliyet raporunun "Risk Yönetimi ve İç Kontrol Sistemleri" başlıklı bölümünde ve finansal tabloların açıklayıcı dipnotlarında yer almaktadır. Bu sunumda yer alan "geleceğe yönelik ifadeler" Şirket'in sunum tarihi itibarıyla geçerli olan görüşlerini yansıtmaktadır. Bu görüşler değişebilecektir. Dolayısıyla, sunumda yer alan "geleceğe yönelik ifadeler" sunum tarihinden sonraki tarihlerde Şirket'in görüşü olarak değerlendirilemez.

Bu sunumdaki bilgiler ve görüşler, "geleceğe yönelik ifadeler" de dahil olmak üzere, sunum tarihi itibarıyla geçerlidir. Bu bilgi ve görüşler herhangi bildirim tabi olmaksızın değişebilir. Şirket, sermaye piyasası düzenlemelerinden kaynaklanan yükümlülükler hariç olmak üzere, bu bilgilerin ve görüşlerin güncellenmesi yükümlülüğünün bulunmadığını açıkça ifade eder. Bu sunumu okuyarak veya Şirket tarafından organize edilen herhangi bir ilgili toplantıya veya konferans görüşmeye katılarak veya webcasti dinleyerek bu sunumun dağıtılabileceği bir kişi olduğunuzu ve yukarıda yer alan hüküm ve koşulları kabul ve beyan etmekteyiz.

28.12.2023 tarihli ve 2023/81 sayılı Sermaye Piyasası Kurulu Bülteni ile Sermaye Piyasası Kurulu'nun finansal raporlama düzenlemelerine tabi ihraççılar ve sermaye piyasası kurumlarının, 31.12.2023 tarihinde veya sonrasında sona eren hesap dönemlerine ait yıllık finansal raporlarından başlamak üzere TMS 29 hükümlerini uygulamak suretiyle enflasyon muhasebesi uygulamasına karar verildiği kamuya duyurulmuştur. **Şirketin finansal sonuçlarına ilişkin olarak hazırlanan bu sunumda, Sermaye Piyasası Kurulu'nun 28.12.2023 tarihli Kararı'na uygun olarak Türkiye Muhasebe/Finansal Raporlama Standartlarını uygulayan Şirketimizin TMS 29 hükümlerine göre enflasyon muhasebesi uygulanmış ve bağımsız denetimden geçmiş finansal verileri esas alınmıştır.**

Bu bilgilere ilave olarak, Şirketimizin geleceğe yönelik kamuya açıkladığı beklentilerin enflasyon muhasebesi uygulanmamış (tarihsel) finansal veriler kullanılarak raporlanmış olması dikkate alınarak, yatırımcı ve analistler tarafından sağlıklı bir analiz yapılabilmesi için, geçmiş dönemlerde yatırımcı sunumlarında kullanılan seçilmiş gösterge niteliğindeki kalemler için tarihi maliyetlere göre hazırlanan verilere de yer verilmiştir. **Söz konusu enflasyon muhasebesi uygulanmamış veriler, bağımsız denetimden geçmemiştir ve sadece bilgi amaçlı sunulmaktadır.**

2024

STRATEJİDE ÖNE ÇIKANLAR



Yüksek Marka Konumlandırması ve Müşteri Çekme Odağı



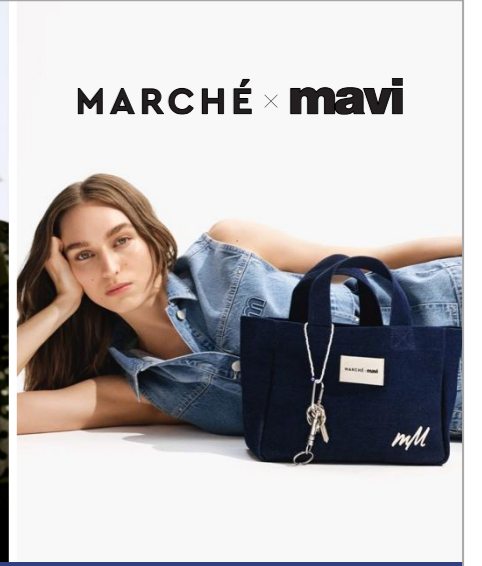
Premium Kalite, Doğru Ürün, Doğru Fiyat

- Marka konumlandırmasını yükseltmek & ürün portföyünün çeşitlenmesi ile yeni müşteri çekmek için **Premium ürün segmentine yatırım**
- **Mavi Edition** koleksiyonu başarıyla lanse edilerek, mevcut premium ürün portföyüne - **Mavi Black, Lux Black, Pro, Mavi Icon** – eklendi.



Denim Odaklı Casual Giyim Markası

- **"Jean Mavi'dir"** konumlandırması ve pazar liderliği. Tüm müşteri segmentlerini kapsayan geniş fit ve stil matrisi. Premium fiyatlandırmanın temeli.
- Mavi'nin denim uzmanlığını en trendy tarzlarla buluşturan **celebrity'li pazarlama iletişimi**
- Basics, Logo ve Polo tişörtler, sweatshirt ve denim dışı altlarla **Casual Lifestyle'in Adresi.**



Lifestyle Markası Olmanın Çekiciliği

- **Wunder** ve **Marche** gibi marka işbirlikleriyle **genç ve yeni müşterilerde ilgi uyandırma**
- **Maviterranean koleksiyonu** ile **baştan ayağa stil** algısını güçlendirme ve benzersiz bir marka hikayesi yaratma

mavi

Denim ve denim dışı
ürünlerde pazar payı artışı

1,5 milyon
yeni müşteri kazanımı

İlk akla gelen jean markası algısı
%70'in üstüne çıktı

Kesintisiz Müşteri Deneyimi

CX @ Retail – Mağaza Müşteri Deneyimi

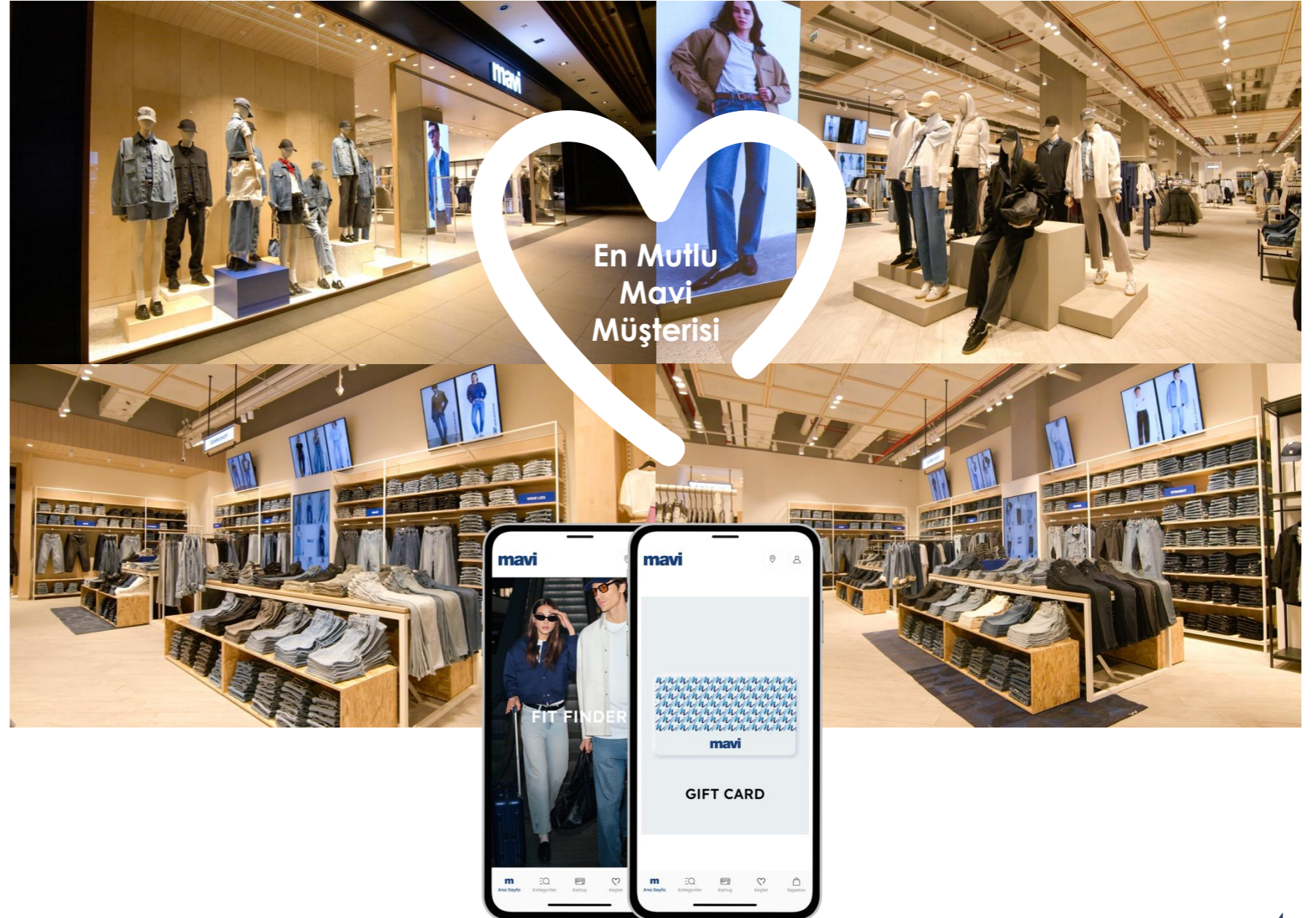
- **Yeni Mağaza Konsepti:** Fiziksel mağaza deneyimi, premium algısını güçlendirmek için iyileştirildi
- **Yeni hizmet modeline** paralel olarak organizasyon ve saha operasyon modeli güncellendi

CX @ Online – Online Müşteri Deneyimi

- **Mavi.com UI/UX projeleri devam ediyor:** Jean Finder, Dijital Hediye Kartı, geliştirilmiş ve kişiselleştirilmiş arama sonuçları, daha fazla kargo ve ödeme seçeneği, AI tabanlı Whatsapp Chat seçeneği
- Veri analitiği ve AI tabanlı araçların kullanımı

CX Kültürü

- Müşteri deneyimi yaklaşımından toplam **Müşteri Yolculuğu ve Yaşam Döngüsü deneyimine** geçiş
- **360 derece müşteri izleme ve analizi başlatıldı**
- Mükemmel müşteri deneyimlerinin onurlandırıldığı 10. **A.C.E. Ödülleri**'nde hazır giyim kategorisinde Mavi, 1,5 milyon müşteri geri bildiriyle **Altın Ödül**'e layık görüldü



Mağaza, Online ve Omnichannel'da Büyüme

Büyüyen Perakende

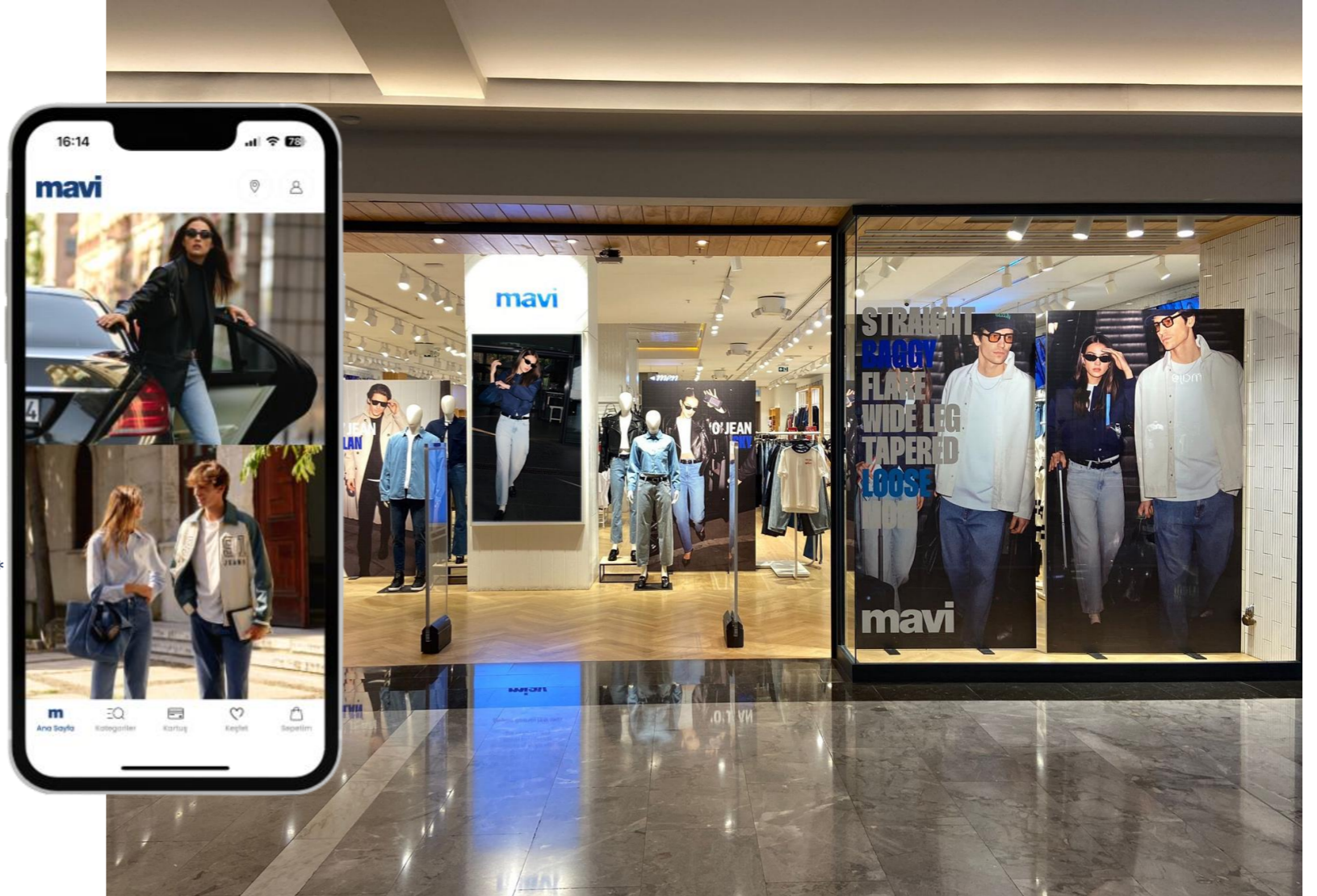
- **Perakende metrekaresinde %8 artış:** 16 net yeni mağaza açılışı, 15 mağazada m2 genişlemesi

Büyüyen Mavi Online

- **8 milyon Mavi App kullanıcısı** (2023'te 5,7 milyon)
- Trafiğin %90'ı, satışların %80'i mobilden
- Mavi.com Türkiye, satışlarını Körfez Ülkeleri ve Avrupa'ya genişletiyor

Omnichannel proje güncellemeleri entegre alışveriş deneyimi sunmaya devam ediyor

- **Mağazada online satışlar** önceki yıla göre %190 artarak* mağaza cirosunun %2'sine ulaştı
- Omnichannel girişimlerinden yaklaşık **600 milyon TL*** ilave satış geliri
- Click&Collect (mağazadan teslim alma) seçeneği mavi.com alışverişlerinin %10'una yükseldi
- Online satın alınan ürünleri mağazada iade etme imkanı



(*): TMS 29 Enflasyon Muhasebesi Hariç

Stratejinin Merkezinde CRM ve Dijitalleşme

CRM Stratejisi yeni segment yönetim yaklaşımıyla **güncellendi**

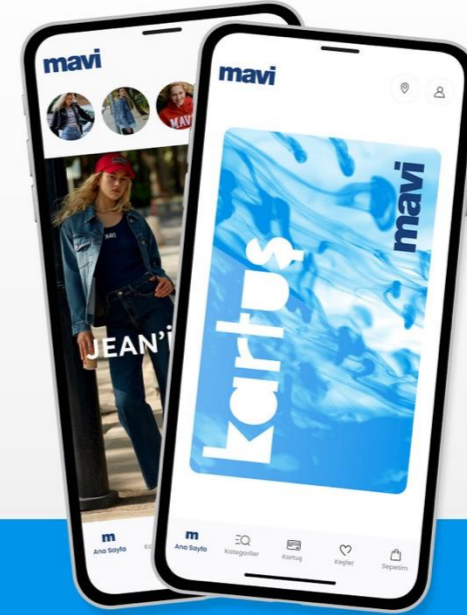
- Müşteriler 8 ana segment modeli ve 18 segmentte takip ediliyor ve hedefleme yapılıyor
- 2024'te **300'den fazla kişiselleştirilmiş kampanya** tasarlandı ve uygulandı (2023'te 100)
- Customer Acquisition Lifecycle Analytics: Müşterileri sadık müşterilere dönüştürmek üzere modellemeler geliştirildi

Veri odaklı dönüşüm, AI destekli çözümler kullanılarak hızlandırılıyor

- **Doğru fiyatlandırma stratejisi** için esnek fiyat hesaplamaları ve tahminleme analitikleri kullanarak bir veri analitiği platformu oluşturuldu
- Müşterilerin ve pazarın beklentilerini anlamak ve bu beklentileri karşılamak için, AI destekli trend tahmin motoru gibi **ürün ve planlama analitiği çözümlerine** odaklı yatırımlar
- Finans, hukuk ve İK gibi destek fonksiyonlarının üretkenliğini artırmak için GEN AI destekli çözümler

mavi

Mavi App Take your Mavi store anywhere!



Download and start shopping now.



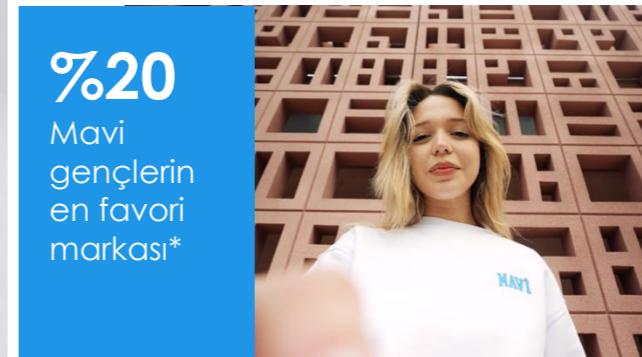
İnsan ve Toplum Odaklı Kültür

Mavi Çalışanlarıyla Güçlü

- İş gücünün %60'ı, yönetim ekibinin %52'si ve yönetim kurulunun %50'si kadınlardan oluşuyor. **Cinsiyet çeşitliliği ve kapsayıcılık taahhüdü** güçlendiriliyor
- 360 Derece Geri Bildirim** ve Yetkinlik Değerlendirmesi başlatıldı
- Liderlik kapasitesini güçlendirmek ve kritik pozisyonlar için etkili **yedekleme planları** geliştirmek amacıyla 9 Box Yetenek Matrisi tasarlandı
- Mavi Genç Yetenek** ve **Mavi NextGen** girişimleri geleceğin liderlerini çekmeye ve eğitmeye devam ediyor

Mavi Topluluk Yaratmaya Devam Ediyor - Gençliğin 1 Numaralı Markası

- Topluluk geliştirme projeleri:** Mavi Edition Talks, Indigo Turtles Gönüllü Kampı, Mardin Bienali, müzik festivalleri, kampüs etkinlikleri, sosyal medya toplulukları
- "TEAM MAVI" Topluluğu** - Gençliğin idolleri
- Sosyal etki projeleri:** SosyalBen Beceri Geliştirme Merkezi, TEV Bursu, Blindlook, Encander, Miav & Hav (Sokak Hayvanlarını Destekleme)



In support of

**WOMEN'S
EMPOWERMENT
PRINCIPLES**

Established by UN Women and the
UN Global Compact Office



Network Turkey

**TARGET
GENDER
EQUALITY**



All Blue. Zamansız Kalite. Herkes İçin.

- **TIME dergisi ve Statista'nın "Dünyanın En İyi Şirketleri – Sürdürülebilir Büyüme 2025" listesinde 8. sırada yer alan Mavi, global hazır giyim kategorisinde sektör lideri oldu**
- All Blue koleksiyonu ve Better Cotton kapsamındaki ürünlerin satışları 2024 yılında **toplam cironun %27'sine** ve **toplam denim gelirlerinin %58'ine** ulaştı*
- Sürdürülebilir Mavi All Blue Koleksiyonuna iki yeni koleksiyon eklendi: Rejeneratif tarım uygulamalarıyla elde edilen pamuktan üretilen **Regenerative Jean Koleksiyonu**, Murat Türkili ile birlikte tasarlanan ve denimin yaşam döngüsünü uzatan **MT1012 R3-IMAGINED for Mavi Upcycle Collection**
- İlk **"double materiality" analizi** gerçekleştirildi
- SBTi kriterlerine göre belirlenen **Net Sıfır hedeflerine** ulaşmak için çalışmalar devam ediyor
- Avrupa'nın lider dögüsel ekonomi girişimi Nivogo ile işbirliği içinde Modada Dögüsellik projesi başlatıldı
- Ecording ile işbirliği içinde doğaya 50.000 tohum topu bırakılarak **ağaçlandırma çalışmaları desteklendi**

mavi



Mavi Bir Kez Daha Global İklim Lideri!

Mavi bir kez daha, İklim Değişikliği ve Su Güvenliği raporlarıyla CDP Global A listesine çift A notuyla girebilen ilk ve tek Türk hazır giyim şirketi oldu.



%27

All Blue ürünlerinin toplam ciro içindeki payı

%58

All Blue ürünlerinin toplam denim cirosundaki payı

(*): Belirli kriterlere göre cironun %95'ine denk gelen ürünler üzerinden hesaplanmıştır.



2024
ÖNE ÇIKANLAR

2024 Öne Çıkanlar

- › Konsolide gelirler geçen yıla göre %3 büyüyerek 38 milyar 519 milyon TL gerçekleşti
- › FAVÖK 7 milyar 145 milyon TL gerçekleşti, FAVÖK marjı %18,5 oldu
- › Net dönem karı %7 büyüme ile 2 milyar 675 milyon TL oldu. Dönem kar marjı %6,9 gerçekleşti
- › Türkiye'de net 16 yeni mağaza açılışı ile toplam monobrand Mavi mağazası² sayısı 485 oldu
- › Türkiye perakende gelirleri %5, Türkiye e-ticaret satış gelirleri %8 büyüdü
- › 2024 yılında 1,5 milyon yeni müşteri kazanıldı. (2023: 1,3m) Türkiye'de Kartuş kart toplam aktif üye (son 12 ay) sayısı 5,9 milyona ulaştı

KONSOLİDE GÖSTERGELER¹

38.519 mTL Gelir (32.632 mTL TMS29 hariç)	7.145 mTL FAVÖK (7.259 mTL TMS29 hariç)
%18,5 FAVÖK Marjı (%22,2 TMS29 hariç)	2.675 mTL Net Dönem Karı (3.952 mTL TMS29 hariç)
485 Monobrand Mağaza²	5.417 mTL Net Nakit

TÜRKİYE GÖSTERGELERİ

%5 Perakende Satış Büyümesi	%8 E-Ticaret Satış Büyümesi
 %62 Erkek %38 Kadın	%62 Lifestyle %38 Denim
5,9m Aktif Kartuş Kart Üye Sayısı³	1,5m Yeni müşteri 

¹ Aksi belirtilmedikçe TFRS 16 ve TMS 29 dahil, raporlanan verilerdir.

² Global olarak Mavi tarafından işletilen ve franchise verilen tüm mağazaları kapsamaktadır.

³ Aktif üye son bir yılda Mavi'den alışveriş yapmış üyeleri ifade etmektedir.

*Kategori ve kadın/erkek oranları sadece Türkiye perakende verileridir.

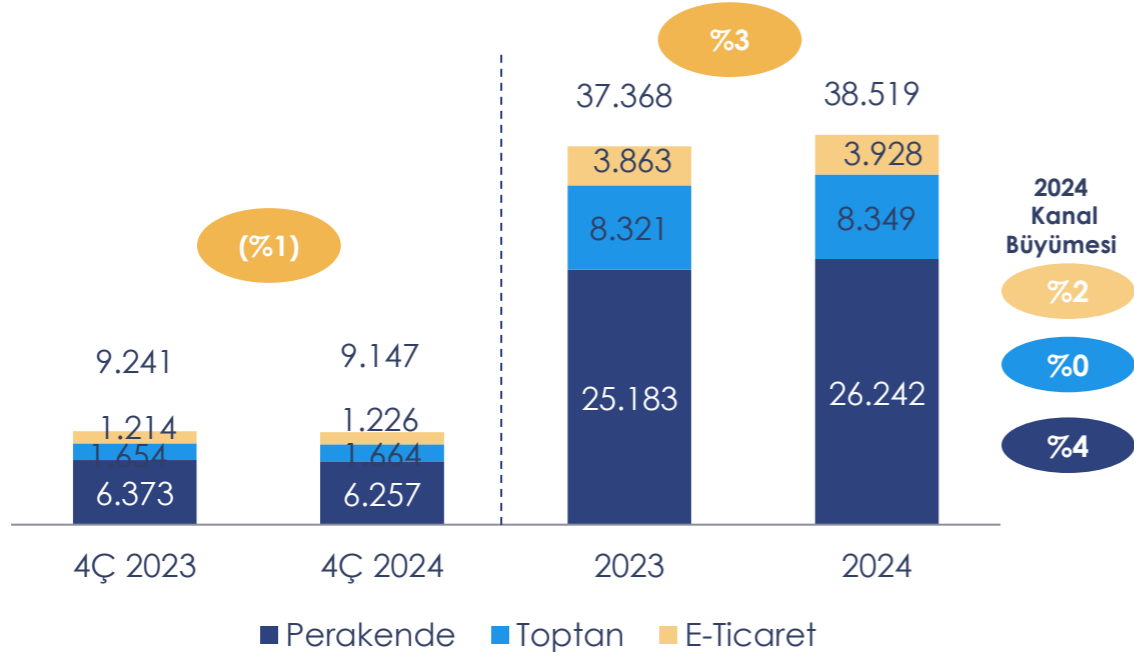


**SATIŞ
KANALLARI**

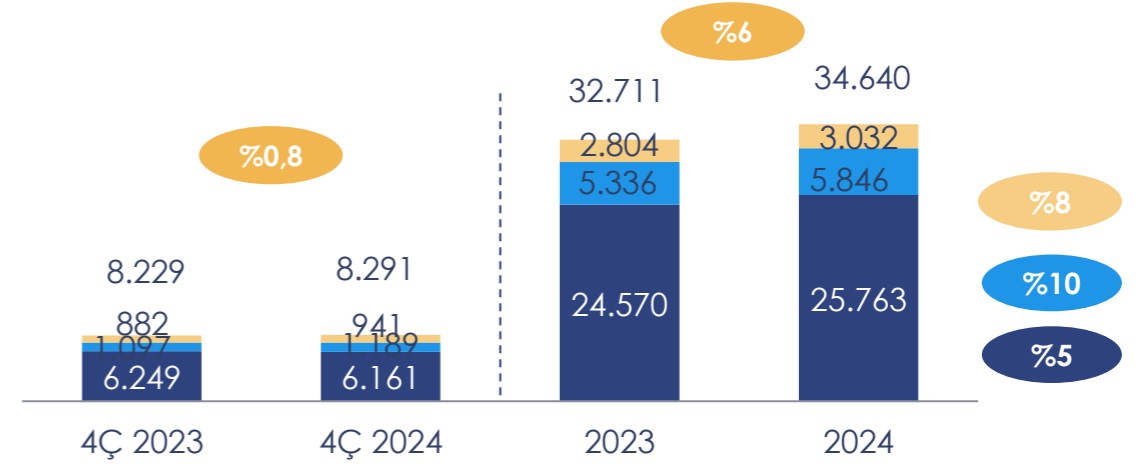


Satış Kanalları Gelir Gelişimi

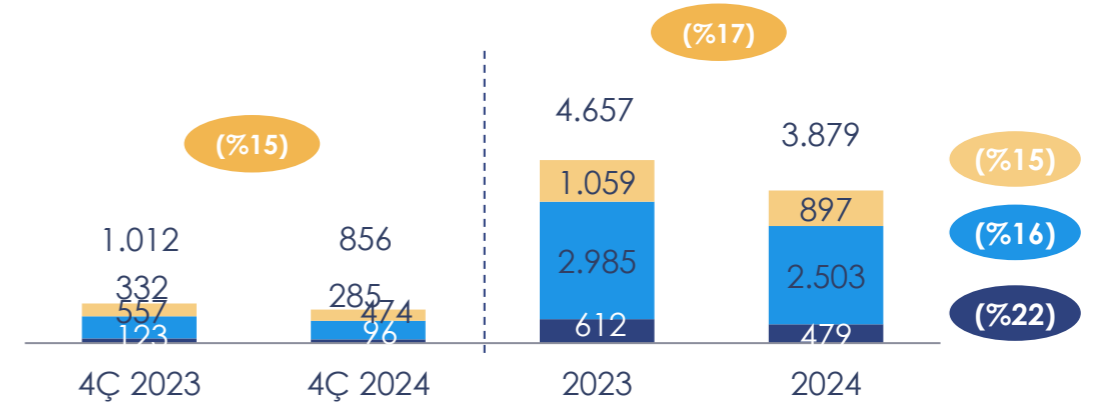
Global Gelirler (mTL)



Türkiye Gelirleri (mTL)



Yurtdışı Gelirler (mTL)



- Global gelirin %68'i perakende, %22'si toptan, %10'u e-ticaret kanallarından gerçekleşti
- Konsolide gelirin %90'ı Türkiye satışlarından oluştu
- Yurtdışı gelirler sabit kur varsayımı altında **son çeyrekte %5,8 büyüdü, 2024 yılında %2,2 geriledi**

mavi

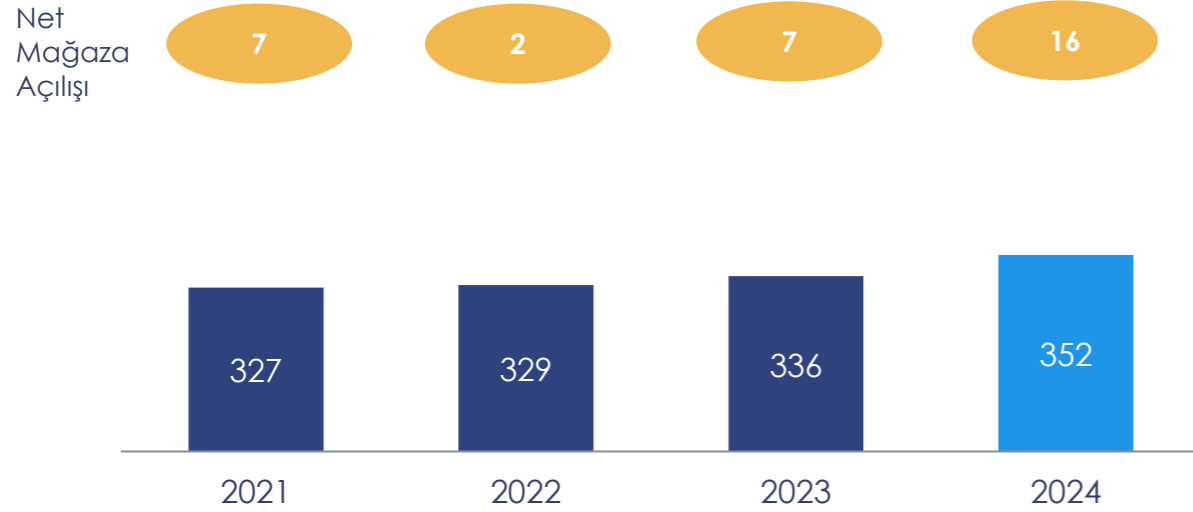


mavi

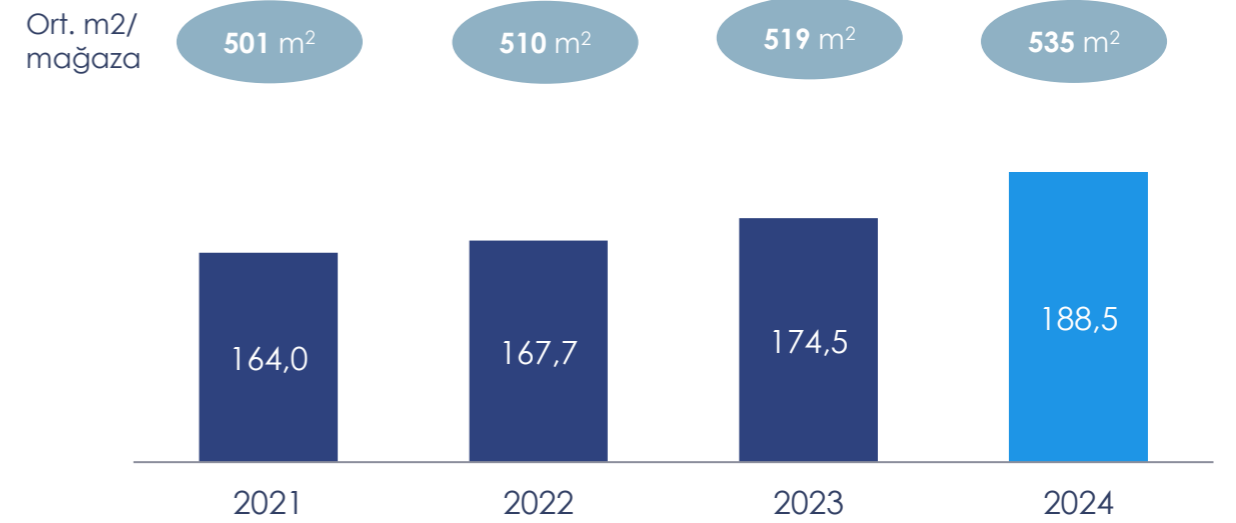
TÜRKİYE
PERAKENDE

Türkiye Perakende Faaliyetleri

Perakende Mağaza Sayısı

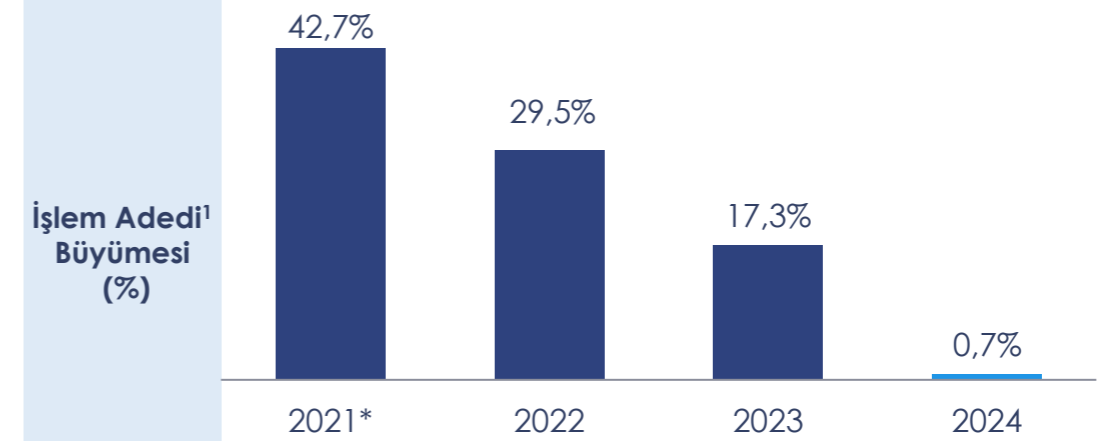
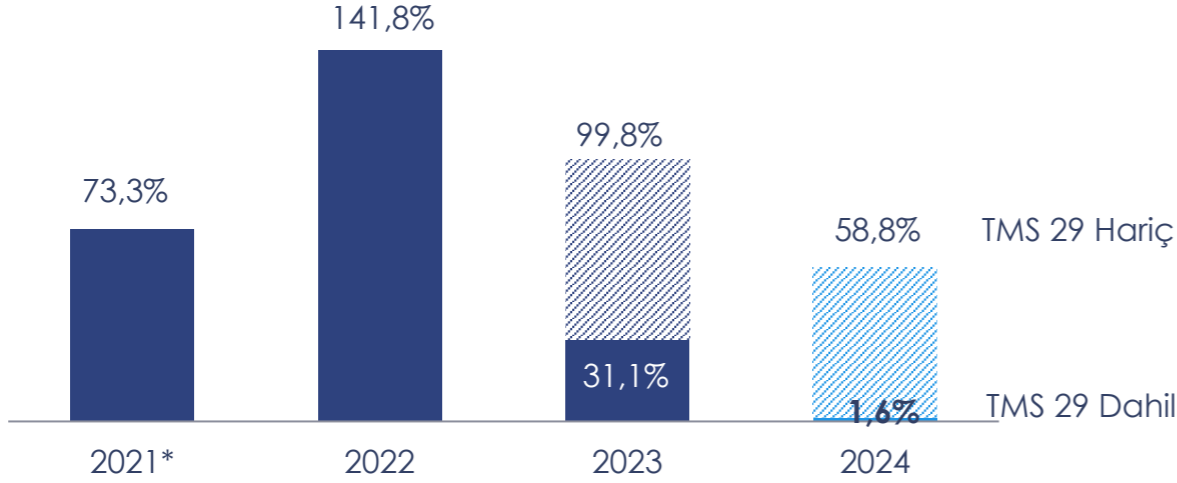


Türkiye Brüt Satış Alanı (Bin m²)

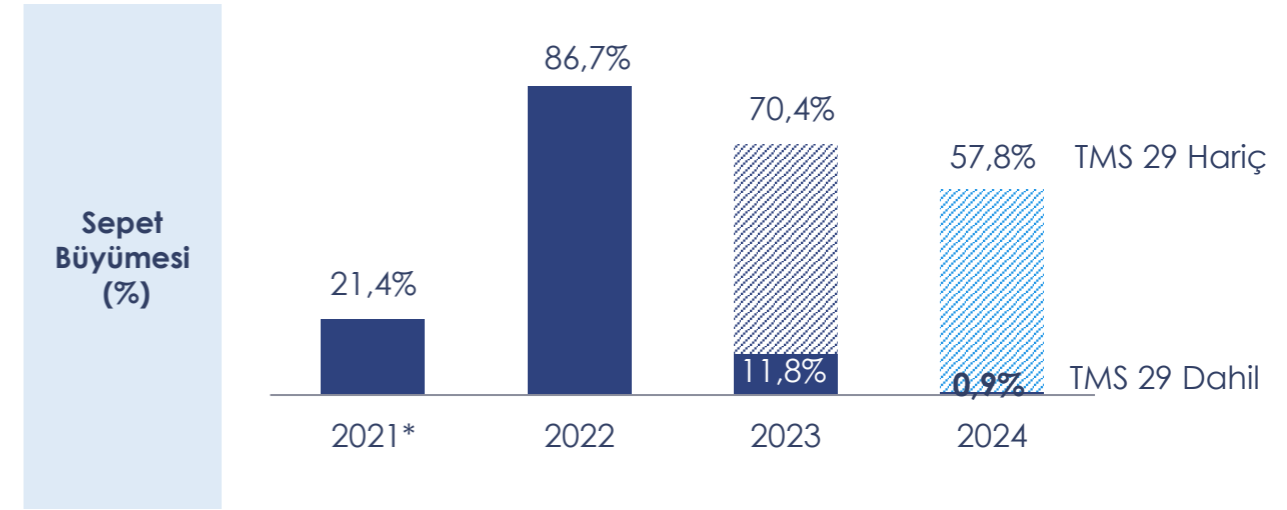


- › 2024 yılında **18 yeni mağaza açılışı** ve iki mağaza kapanışı gerçekleştirilerek toplam perakende mağaza sayısı Ocak 2025 sonunda 352'ye yükseldi
- › 2024 yılında **15 mağazada metrekare genişlemesi** yapıldı
- › Toplam satış alanı **2023 yıl sonuna göre %8 büyüyerek** 188,5 bin m² olurken ortalama mağaza büyüklüğü 535 m² oldu

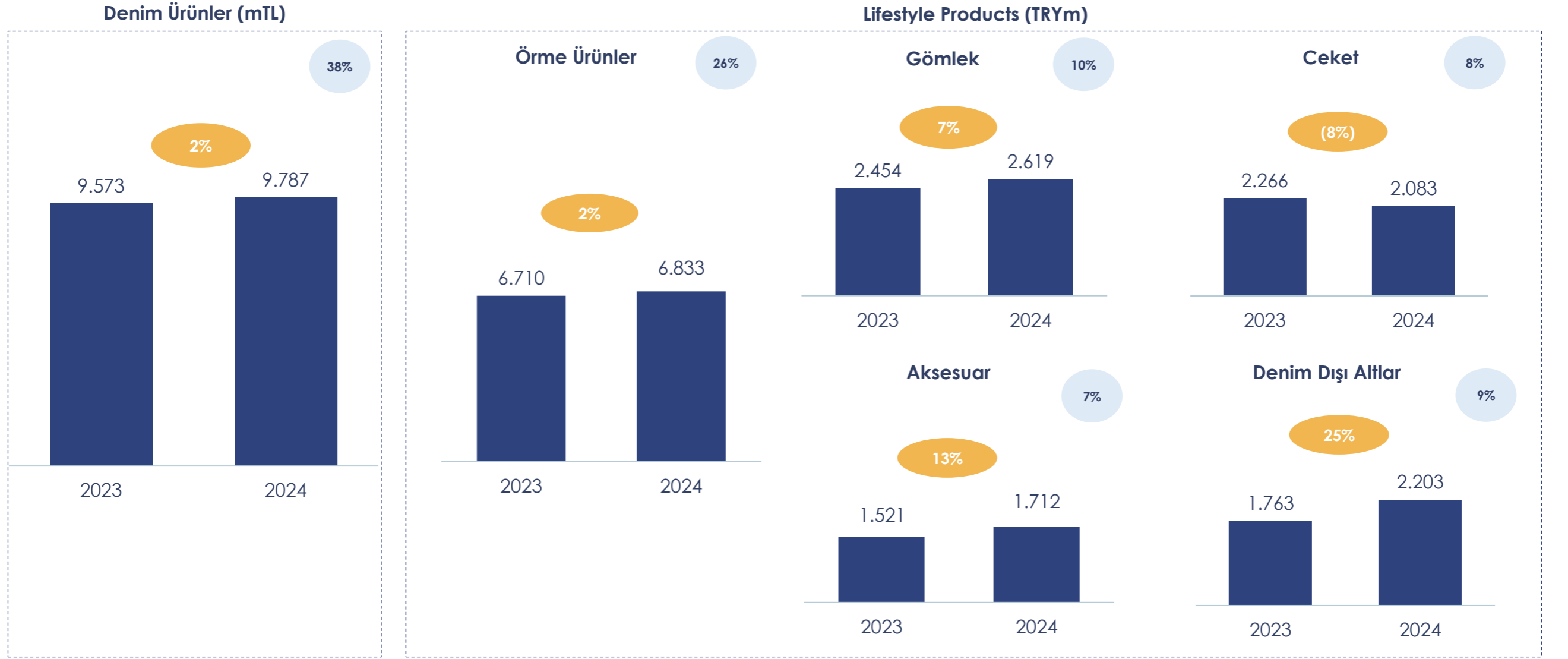
Birebir Mağazalar Satış Performansı



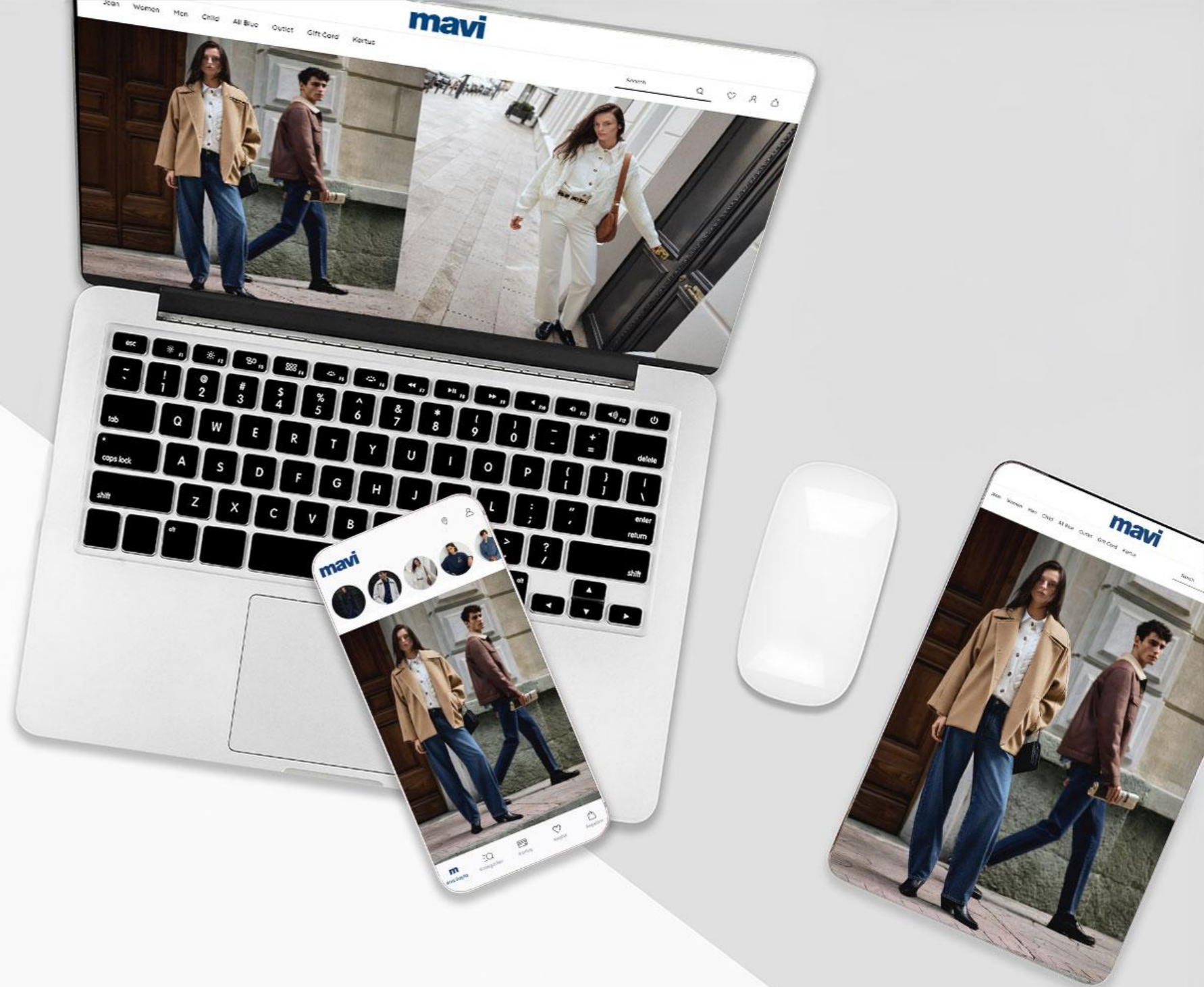
- › 2024 4. Çeyrekte birebir mağaza satışları TL bazda %3,9, adet bazında %3 geriledi. Yeni açılan mağazaların katkısıyla satış adetleri önceki yıla paralel seyretti.
- › Doğru fiyatlama ve sepet başına düşen ürün sayısındaki artışla birlikte 2024 yılında sepet %0,9 büyüdü (Nominal bazda %57,8). Aynı dönemde Türkiye’de giyim ve ayakkabı sektör enflasyonu %27,5 gerçekleşti (TUIK)
- › 2024 yılında birebir mağaza satışları TL bazda %1,6, adet bazlı %4,8 büyüdü. Yeni açılan mağazaların katkısıyla toplam perakende satış adetleri %8,5 büyüdü



Denim & Lifestyle Kategorilerinde Satış Büyümesi

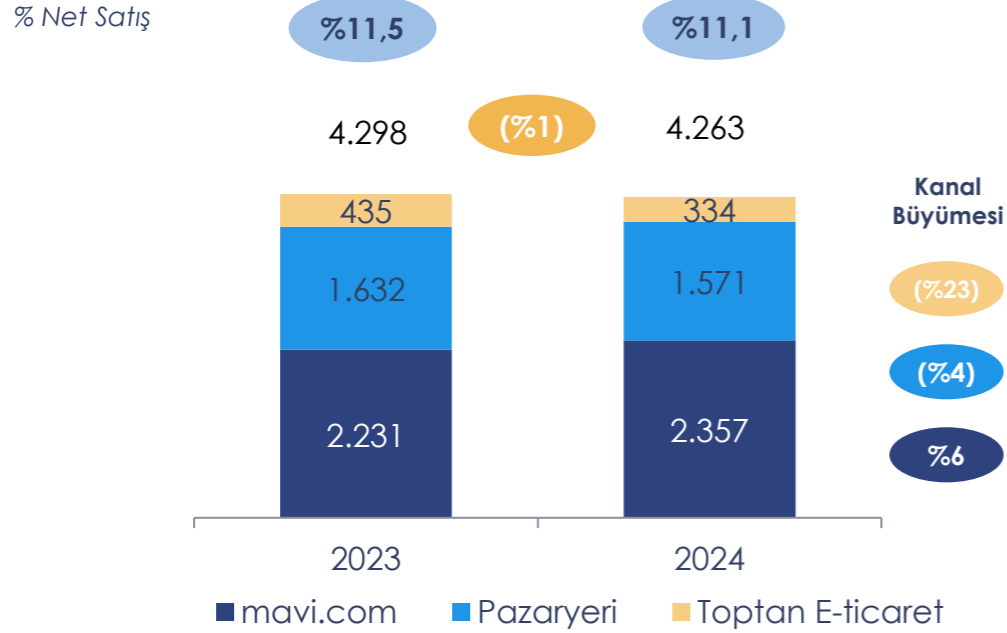


E-TİCARET

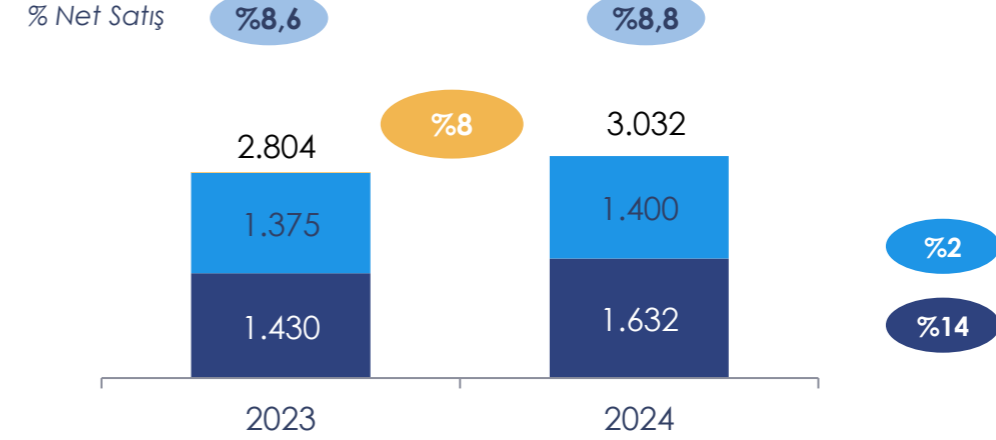


E-Ticaret Satış Büyümesi (toptan müşteriler dahil)

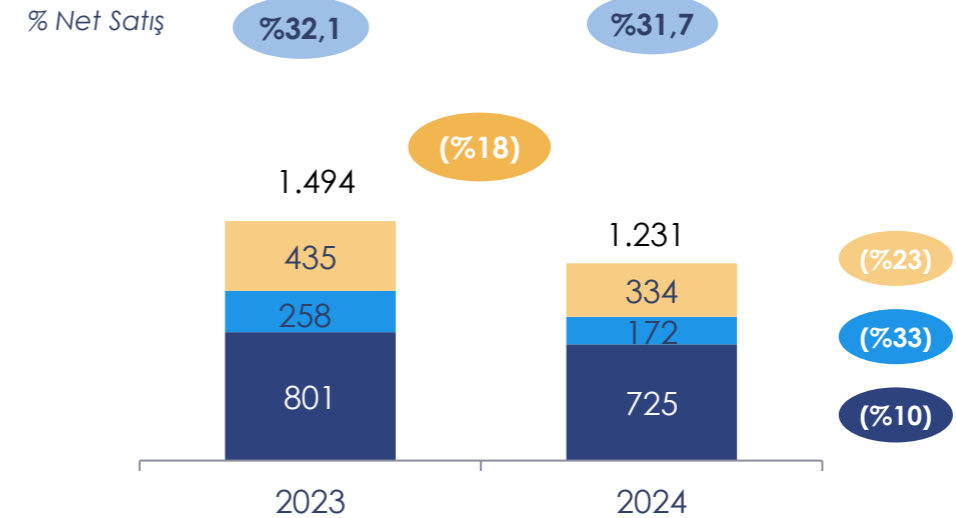
Global Online Satışlar (mTL)



Türkiye Online Satışlar (mTL)



Yurtdışı Online Satışlar (mTL)



- › Yaklaşık 8 milyon Mavi uygulama indirimine ulaşan **Türkiye mavi.com %14 büyüdü** . **Yurtdışı pazarlarda da mavi.com sabit kur varsayımı altında %5,4 büyüdü**
- › Omni kanal projesi uygulamaları ile kanallar arası alışveriş deneyimi iyileşirken, ilave satış sağlanmaya devam ediyor
- › Tüm ürün kategorilerinde tam fiyat stratejisi sürüyor

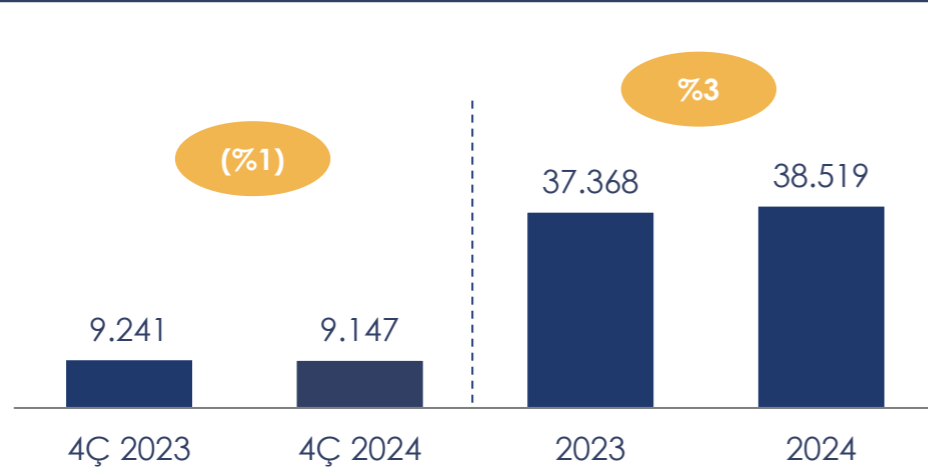


KONSOLİDE FİNANSAL SONUÇLAR

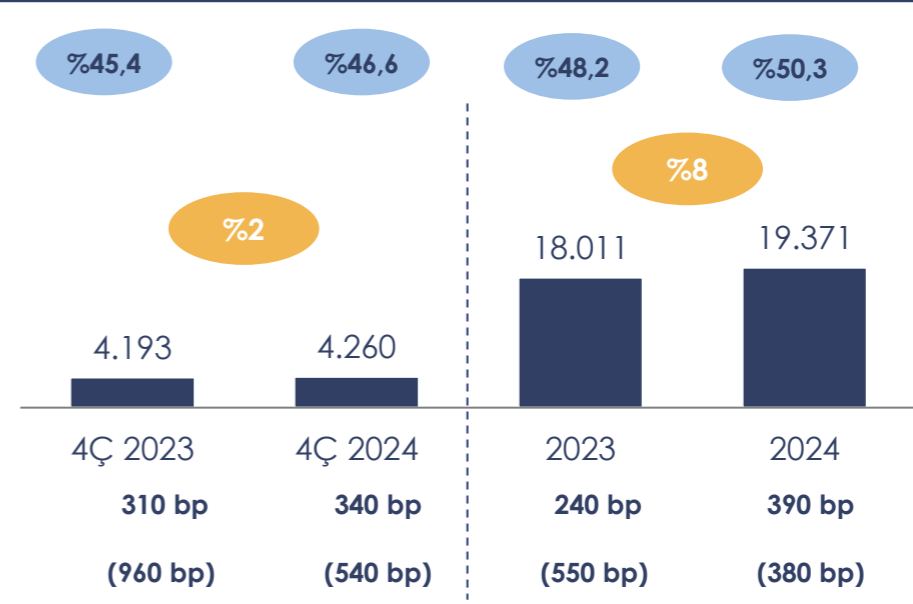
Konsolide Gelir ve Brüt Marj

TMS 29 Enflasyon
Muhasebesi Dahil

Gelir (mTL)



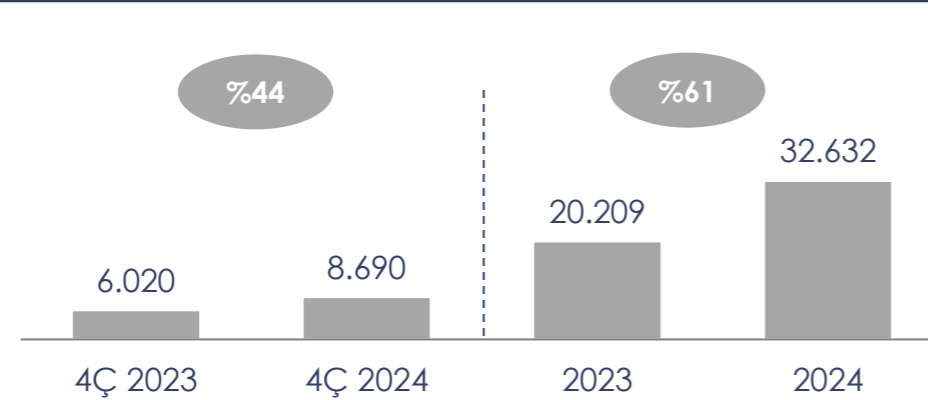
Brüt Kar (mTL)



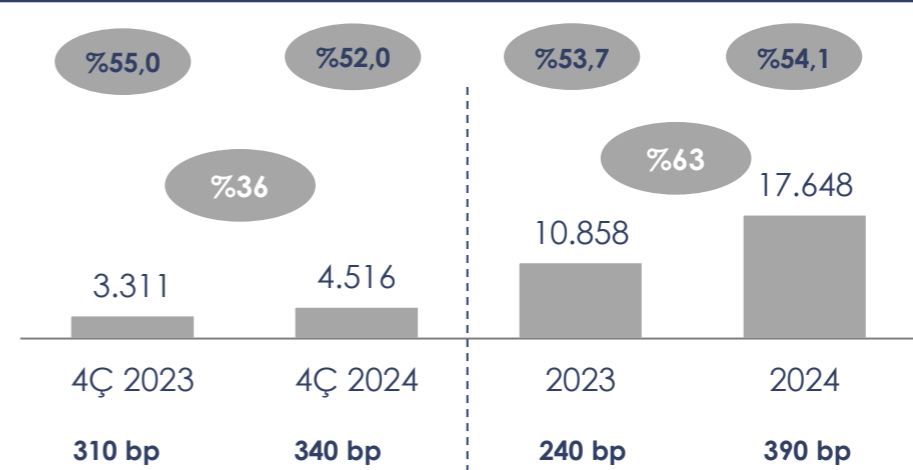
Uygulanan Faiz Oranı Etkisi
Stoklarda Enf. Düzeltmesi Etkisi

TMS 29 Enflasyon
Muhasebesi Hariç

Gelir (mTL)



Brüt Kar (mTL)

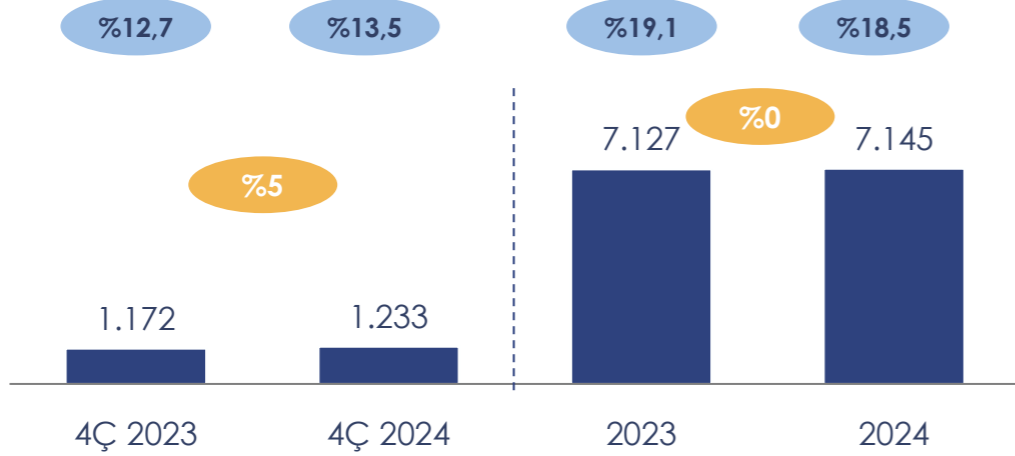


Uygulanan Faiz Oranı Etkisi

Konsolide FAVÖK

TMS 29 Enflasyon
Muhasebesi Dahil

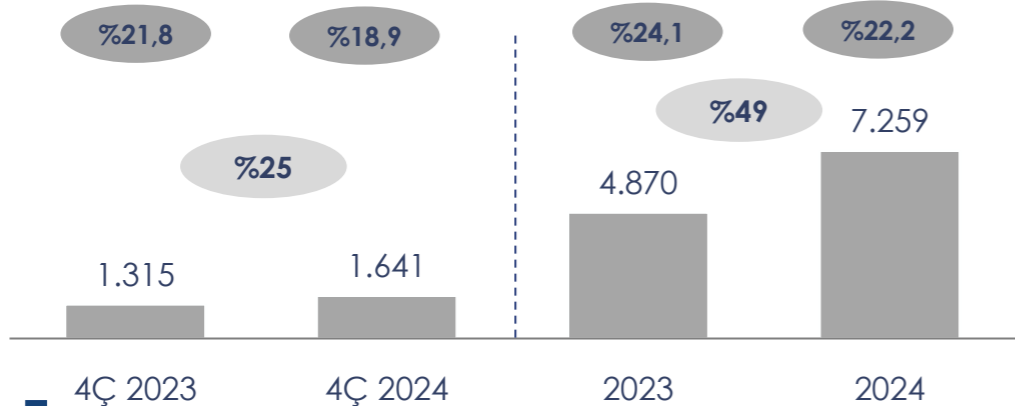
FAVÖK (mTL)



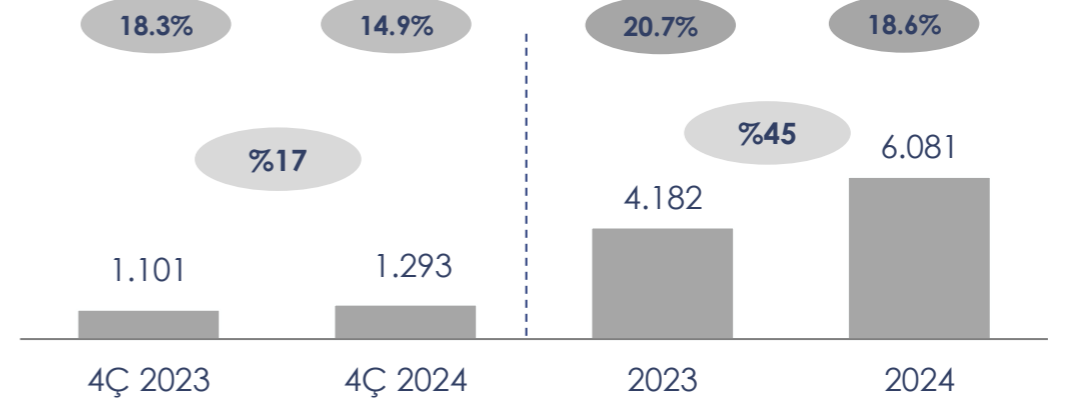
- › 4.Çeyrek'te FAVÖK marjındaki iyileşme, **120 baz puan brüt marj iyileşmesinden** kaynaklanmaktadır
- › Yıl ortasında yapılan %25 ücret artışının yanında **4.çeyrekte sadece 30 baz puan yükselen (amortisman hariç) faaliyet giderleri/satış oranı disiplinli gider yönetimini işaret etmektedir**
- › FAVÖK marjı 2024 yılında 2023 yılına kıyasla uygulanan faiz oranı farkından kaynaklı **150 baz puan pozitif etki** içermektedir

TMS 29 Enflasyon
Muhasebesi Hariç

FAVÖK (mTL)



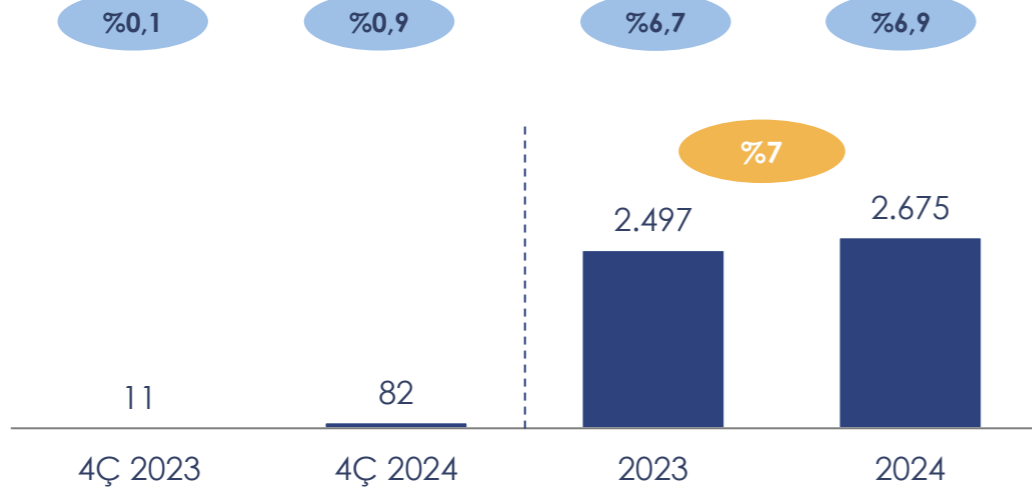
FAVÖK TFRS16 Hariç (mTL)



Konsolide Net Kar

TMS 29 Enflasyon
Muhasebesi Dahil

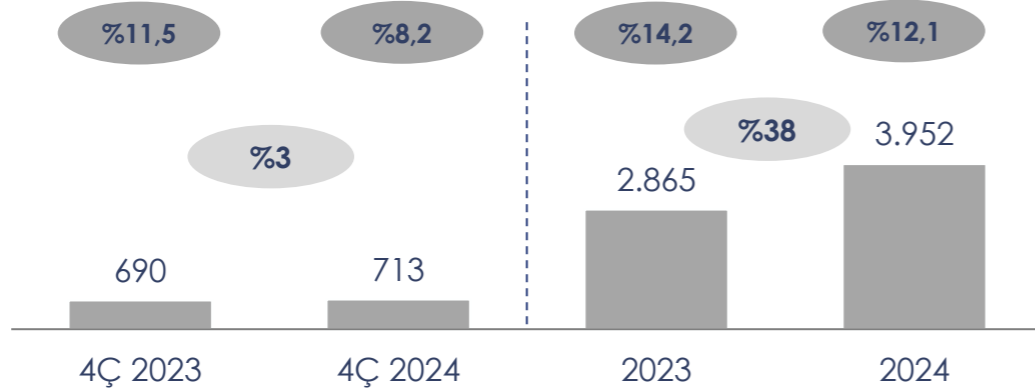
Net Kar (mTL)



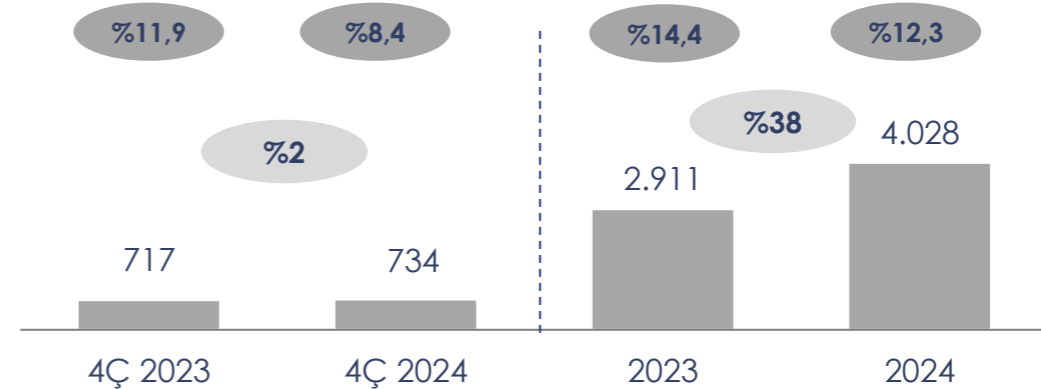
Not: Ana ortaklığa düşen net kar 4Ç 2024'te 95 mTL, 2024'te 2.724 mTL'dir.

TMS 29 Enflasyon
Muhasebesi Hariç

Net Kar (mTL)



Net Kar TFRS16 Hariç (mTL)



İşletme Sermayesi Yönetimi ve Nakit Döngüsü

Nakit Döngüsü ve Operasyonel Nakit Akışı

Tlm	2023	2024
FAVÖK	7.127	7.145
Δ Net İşletme Sermayesi ¹	(702)	(840)
Operasyonel Nakit Akışı	6.425	6.305

¹ Net işletme sermayesi değişimi nakit akım tablosunda yer aldığı gibi ana işletme sermayesi kalemlerinin yanı sıra ertelenmiş gelirler, çalışanlara sağlanan faydalar gibi diğer işletme sermayesi kalemlerini de içermektedir.

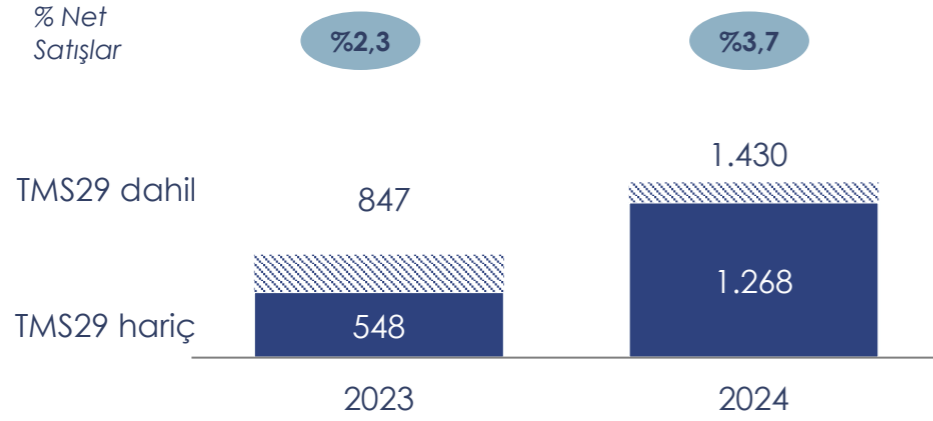
Ana İşletme Sermayesi Kalemleri

mn TL	2023	2024
Ticari ve Diğer Alacaklar	1.902	2.119
% Son 12 Ay Gelirler	5,1%	5,5%
Stoklar	5.130	5.112
% Son 12 Ay SMM	26,5%	26,7%
Ticari ve Diğer Borçlar	5.039	5.056
% Son 12 Ay SMM	26,0%	26,4%
Net İşletme Sermayesi	1.993	2.175
% Son 12 Ay Gelirler	5,3%	5,6%

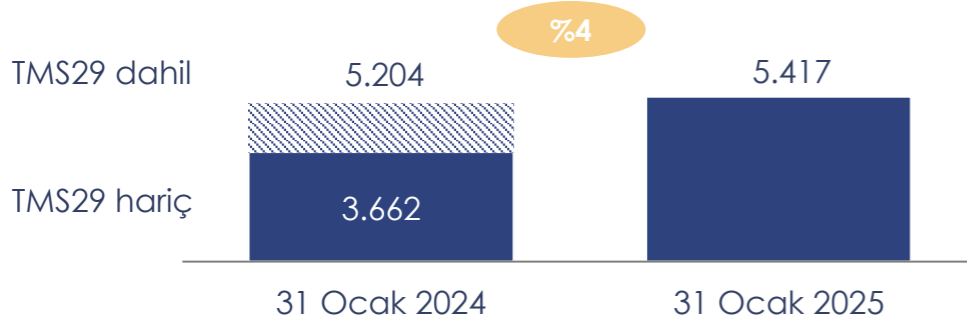
- › Stoklar ve işletme sermayesi, **dinamik ürün planlaması** ve **esnek tedarik stratejisi** ile etkin şekilde yönetilerek, verimli kaynak kullanımı ve operasyonel çeviklik sağlanmaktadır
- › 2024 sonunda Türkiye perakende **stok seviyesi adet bazında** önceki yıl aynı döneme göre sadece **%2,5 yukarıda** ve **yeni sezon (İlkbahar- Yaz 2025) ürünlerinden oluşmaktadır**

Yatırım Harcamaları ve Borçluluk

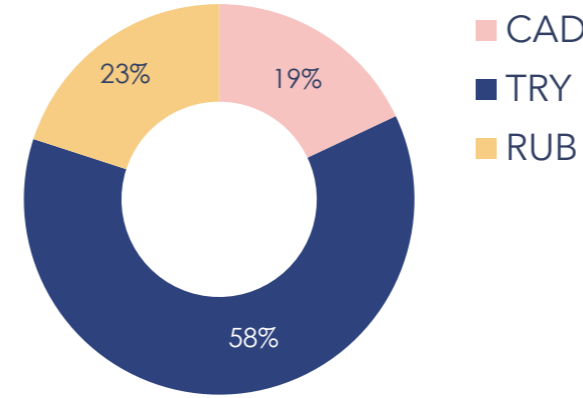
Yatırım Harcamaları (mTL)



Net Nakit (mTL) (TFRS 16 Hariç)



Borç Kırılımı (31 Ocak 2025)



Ortalama Borçlanma Maliyeti

TRY	%47,0
RUB	%25,6
CAD	%5,9
Ağırlıklı Ortalama	%34,4

- › Tüm yabancı para borçlar Mavi Kanada ve Mavi Rusya'nın yerel para birimlerindeki borçlarından oluşmaktadır
- › Ocak 2025 sonu itibariyle yabancı para borçlanma bulunmamaktadır

2024 Yönetim Beklentileri ve Gerçekleşmeler (TMS 29 Enflasyon Muhasebesi Hariç)

	Önceki (14.03.2024)	Revize	Gerçekleşme
Gelir Büyümesi	%70 ± %5	%60 +	%61
Türkiye Perakende Mağazalar	15 net yeni mağaza 10 mağaza m ² büyümesi	17 net yeni mağaza 15 mağaza m ² büyümesi	16 net yeni mağaza 15 mağaza m ² büyümesi
FAVÖK Marjı	%20 ± %0,5 (TFRS16 hariç) %23,5 ± %0,5 (TFRS16 dahil)	%18,5 + (TFRS16 hariç) %22,0 + (TFRS16 dahil)	%18,6 (TFRS16 hariç) %22,2 (TFRS16 dahil)
Net Borç/ FAVÖK	Artan Net Nakit Pozisyonu	Artan Net Nakit Pozisyonu	Net Nakit Pozisyonu Yükseldi
Yatırım Harcamaları	Konsolide Gelirin %5'i	Konsolide Gelirin %4'ü	Konsolide Gelirin %3,7'si

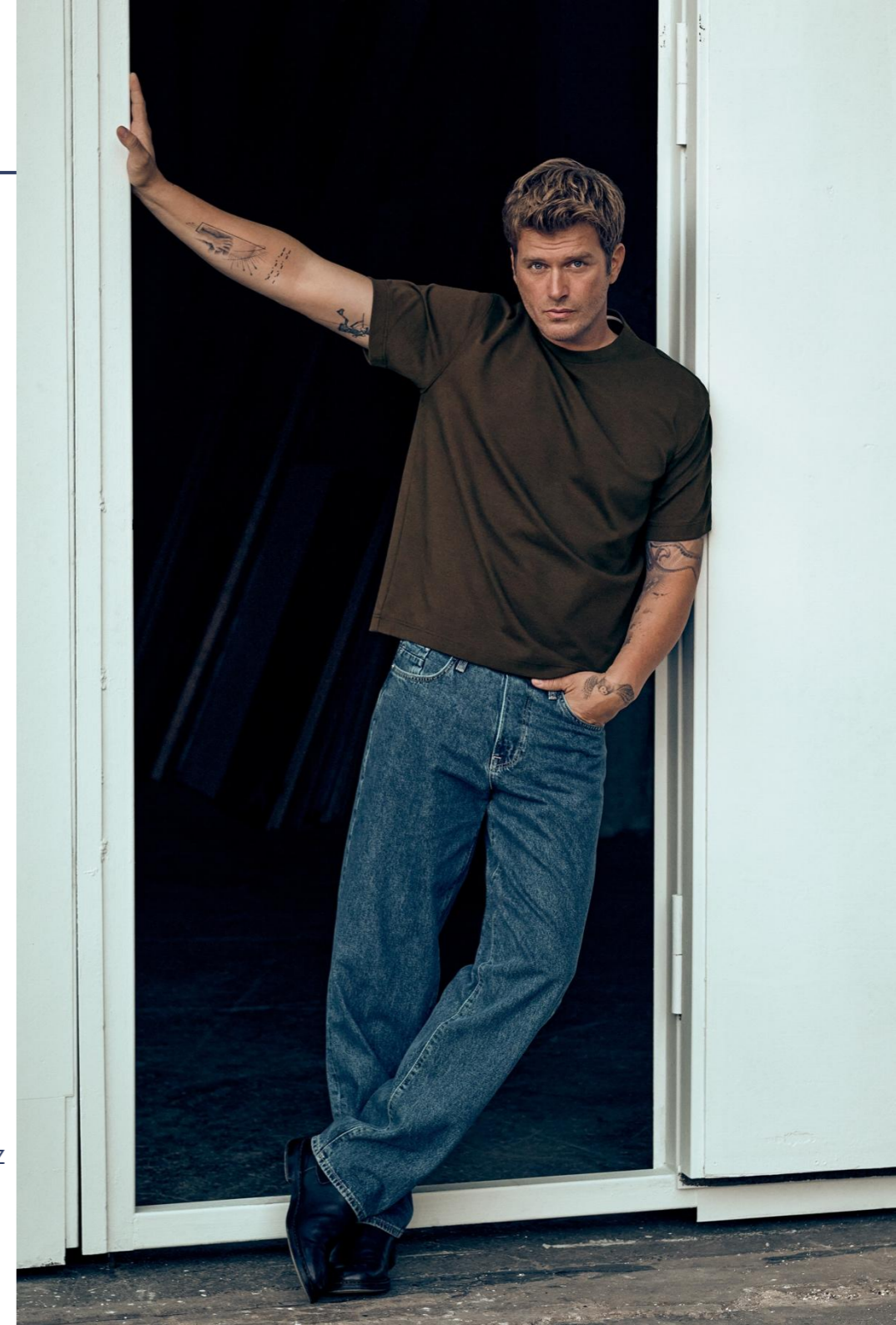
2025 Yönetim Beklentileri

	TMS29 Dahil	TMS29 Hariç
Gelir Büyümesi	Düşük - Orta Tek Haneli Büyüme	%35 +
Perakende Mağazalar	Türkiye'de 20 net yeni mağaza Türkiye'de 15 mağazada m ² büyümesi Kuzey Amerika'da 8 yeni mağaza	
FAVÖK Marjı	%17,5 +	%20,0 + (%17,0 + TMS16 hariç)
Nakit Pozisyonu	Net Nakit Pozisyonunun Korunması	
Yatırım Harcamaları	Konsolide Gelirin %5'i (Genel Müdürlük Binası ve Kuzey Amerika perakende yatırımları dahil)	

1.Çeyrek 2025 Görünümü (TMS 29 etkisi hariç)

- › Soğuk hava etkisinde geçen Şubat ayında **Türkiye perakende satışları %20, Türkiye online satışlar %41 büyüdü**
- › Havaların ısınması ve yeni sezon satışlarının başlamasıyla Mart ayının **ilk 17 gününde Türkiye perakende %42, Türkiye Online %61 büyüdü**
- › Geçen sene ilk çeyreğin yüksek performansı nedeniyle ilk çeyrekte yüksek baz etkisi olduğunu not ediniz

mavi





Teşekkürler mavi

Climate Water

 CDP

A List
2024

Contact : investorrelations@mavi.com
duygu.inceoz@mavi.com

Finansal Tablolar Gelir Tablosu

Tlm	4Ç 2023	4Ç 2024	Değişim (%)	2023	2024	Değişim (%)
Hasılat	9.241	9.147	(1%)	37.368	38.519	3%
Satışların Maliyeti	(5.048)	(4.888)	(3%)	(19.356)	(19.148)	(1%)
Brüt Kar	4.193	4.260	2%	18.011	19.371	8%
Brüt Kar Marjı	45,4%	46,6%		48,2%	50,3%	
Genel Yönetim Giderleri	(744)	(677)	(9%)	(2.462)	(2.577)	5%
Satış ve Pazarlama Giderleri	(2.802)	(2.896)	3%	(10.521)	(11.629)	11%
Arge Giderleri	(137)	(120)	(12%)	(417)	(500)	20%
Diğer Gelir / (Gider), net	132	(0)	(100%)	371	175	(53%)
Operasyonel Kar	642	565	(12%)	4.982	4.840	(3%)
Yatırım Faaliyetlerinden Kar/(Zarar)	3	4	76%	43	7	(83%)
Finansal Giderler öncesi Operasyonel Kar	645	570	(12%)	5.025	4.848	(4%)
Operasyonel Kar Marjı	7,0%	6,2%		13,4%	12,6%	
Finansal Giderler, Net	(302)	(326)	8%	(1.039)	(1.213)	17%
Parasal Pozisyon Kazanç/(Kayıpları),Net	(270)	(59)	(78%)	(193)	36	(118%)
Vergi Öncesi Kar	73	185	154%	3.794	3.670	(3%)
Dönem vergisi	(62)	(103)	67%	(1.297)	(995)	(23%)
Dönem Karı	11	82	652%	2.497	2.675	7%
Dönem Kar Marjı	0,1%	0,9%		6,7%	6,9%	
FAVÖK	1.172	1.233	5%	7.127	7.145	0%
FAVÖK Marjı	12,7%	13,5%		19,1%	18,5%	

Finansal Tablolar

Bilanço

Tlm	31 Ocak 2024	31 Ocak 2025	Değişim (%)
Nakit ve Nakit Benzerleri	6.899	6.331	(8%)
Finansal Yatırımlar	89	4	(95%)
Ticari Alacaklar	1.865	2.054	10%
Stoklar	5.130	5.112	(0%)
Diğer Dönen Varlıklar	436	656	50%
Toplam Dönen Varlıklar	14.419	14.158	(2%)
Maddi Duran Varlıklar	1.724	2.252	31%
Kullanım Hakkı Varlıkları	1.925	1.698	(12%)
Maddi Olmayan Duran Varlıklar	1.581	1.421	(10%)
Diğer Duran Varlıklar	103	55	(47%)
Toplam Duran Varlıklar	5.333	5.426	2%
Toplam Varlıklar	19.751	19.584	(1%)
Kısa Vadeli Borçlanmalar	1.284	917	(29%)
Kısa Vadeli Kiralama İşlemlerinden Borçlar	709	739	4%
Ticari Borçlar	4.829	4.822	(0%)
Diğer Kısa Vadeli Yükümlülükler	1.883	1.756	(7%)
Toplam Kısa Vadeli Yükümlülükler	8.706	8.233	(5%)
Uzun Vadeli Finansal Borçlar	500	2	(100%)
Uzun Vadeli Kiralama İşlemlerinden Borçlar	820	721	(12%)
Diğer Uzun Vadeli Yükümlülükler	248	208	(16%)
Toplam Uzun Vadeli Yükümlülükler	1.569	930	(41%)
Toplam Yükümlülükler	10.275	9.164	(11%)
Özkaynaklar	9.477	10.420	10%
Toplam Özkaynaklar ve Yükümlülükler	19.751	19.584	(1%)

Finansal Tablolar Nakit Akım Tablosu

TLm	2023	2024
Dönem Karı ¹	2.497	2.675
Düzeltilmeler	5.744	5.496
İşletme Faaliyetlerinden Nakit Akışları	8.241	8.171
Δ Net İşletme Sermayesi ²	(702)	(840)
Ödenen Vergi	(1.021)	(1.115)
İşletme Faaliyetlerinden Elde Edilen Net Nakit	6.517	6.216
Yatırım Harcamaları	(847)	(1.430)
Diğer Yatırım Faaliyetlerinden Nakit Akışları ³	1.376	1.872
Yatırım Faaliyetlerinde Kullanılan Net Nakit	529	442
Alınan / Ödenen Borçlar	(542)	(332)
Kira Söz. Kaynaklı Nakit Çıkışları	(1.028)	(1.175)
Diğer Finansal Ödemeler ⁴	(1.397)	(2.144)
Ödenen Temettü	(931)	(1.044)
Ödenen Faiz	(840)	(538)
Finansman Faaliyetlerinde Kullanılan Net Nakit	(4.739)	(5.234)
Net Nakit Akışları	2.307	1.424
Parasal Kayıp Kazanç Düzeltmesi	(2.991)	(2.045)
Dönem Başındaki Nakit ve Nakit Benzerleri ⁵	7.551	6.868
Dönem Sonundaki Nakit ve Nakit Benzerleri ⁵	6.868	6.248

¹ Azınlık payları öncesi ² Temel işletme sermayesi kalemlerinin yanı sıra çalışanlara sağlanan faydalar ve ertelenmiş gelirleri içerir. ³ Diğer Yatırım faaliyetlerinden nakit akışları sabit kıymet satışından gelirler, katılım (kar) payı ve diğer finansal araçlardan nakit girişleri ve alınan faizleri içerir. ⁴ Diğer Finansal ödemeler, türev işlemlerden nakit akışları, mal alımlarına ilişkin iskonto faizi ve finansal komisyonlardan oluşmaktadır. ⁵ Nakit akım tablosunda yer alan Nakit ve Nakit Benzerleri faiz gelir tahakkuklarını içermemektedir. Bu kalem hariç değerlendirildiğinde dönem sonundaki net nakit bilançodaki net Nakit ve Nakit Benzerleri kalemi ile eşittir.

Global Ayak İzi (31 Ocak 2025)



TÜRKİYE

Perakende Mağaza: 352
Franchise Mağaza: 70
Toptan Satış Noktası: 570
Çalışan Sayısı: 5.504



AVRUPA

Toptan Satış Noktası : ~730
Çalışan Sayısı: 48



RUSYA

Perakende Mağaza: 16
Franchise Mağaza: 17
Toptan Satış Noktası : 105
Çalışan Sayısı: 131



ABD

Toptan Satış Noktası ~1.320
Çalışan Sayısı: 97



KANADA

Perakende Mağaza: 4
Toptan Satış Noktası: ~640
Çalışan Sayısı: 92



DİĞER ÜLKELER

Franchise Mağaza: 26
Toptan Satış Noktası: 28