

Mavi, istikrarlı büyümesini sürdürdü, ilk 9 ayda gelirlerini %32 artırdı

Türkiye'nin öncü jean ve hazır giyim markası **Mavi**, 1 Şubat-31 Ekim 2018 dönemini kapsayan ilk dokuz ayda konsolide gelirlerini **yüzde 32 artış** ile **1 milyar 778 milyon TL**'ye, net karını ise yüzde 20 artış ile 101 milyon TL'ye çıkardı. Şirket aynı dönemde kalite-fiyat dengesi ve doğru ürün karmasının yanı sıra etkin tedarik, stok ve nakit akışı yönetimi sayesinde **FAVÖK**'ünü **yüzde 46** artırdı ve FAVÖK marjını yüzde 17,1'e yükseltti. Dünyada 35 ülkede 425 mağaza ve 5.500'ün üzerinde satış noktasında müşterileriyle buluşan marka, global e-ticaret gelirlerini de **yüzde 83** oranında artırarak tüm satış kanallarında güçlü büyümesini sürdürdü. Mavi, aynı dönemde 905 bin yeni müşteri kazanarak sektörünün lider CRM programında aktif üye sayısını 5 milyonun üzerine çıkardı.

Müşteri trafiğimiz artıyor, yılda 1 milyon yeni müşteri kazanma trendimiz devam ediyor

Sağlıklı finansal yapısı, etkin ürün planlaması ve verimlilik odaklı stratejisi sayesinde Türkiye'de ve uluslararası pazarlarda tüm satış kanallarında istikrarlı büyümeyi devam ettirdiklerini belirten Mavi CEO'su Cüneyt Yavuz, şirketin ilk dokuz ayda gösterdiği performans hakkında şu değerlendirmede bulundu:

"Güçlü marka bilinirliği ve doğru ürün - doğru fiyat stratejimizin katkısıyla müşterilerimizin hem trafiğini hem de alışverişe dönüş oranlarını yükseltmeyi başardık. Bu gelişim, özellikle bir önceki seneye birebir aynı mağazalarda **(like-for-like) yüzde 23,5** gibi güçlü bir büyüme getirdi. Öncü bir perakendeci olarak bugün verimli stok yönetimine ve rafa çıkış hızını iyileştirmeye daha da çok odaklanıyor, böylece başarılı satış hızı oranları elde edebiliyoruz. Müşteri odaklılığımız, adette büyümeye ve pazar payımızı artırmaya yönelik çalışmalarımız sayesinde içinde bulunduğumuz dönemde de büyüeyebilen bir marka olduğumuzu kanıtladık. Yılda bir milyon yeni müşteri kazanmaya devam ediyoruz.

Sürdürülebilir kârlı büyüme hedefi doğrultusunda tüm yatırımlarımızı verimlilik esasına göre yöneterek sürekli gözden geçiriyoruz. Türkiye'de ilk dokuz ayda net 7 yeni mağaza açılışı gerçekleştirdik ve 9 mağazamızı da genişleterek toplam satış alanımızı 146,5 bin m2'ye çıkardık. 2018 yılını toplamda net 16 yeni mağaza açılışı ve 13 mağaza genişlemesi ile tamamlayacağımıza inanıyoruz. Diğer taraftan indirim oranlarımızın iyileştirilmesi, kira maliyetleri ile işletme giderlerinde verimlilik sağlanması sayesinde 2018 için FAVÖK marjı beklentimizi de yüzde 15 olacak şekilde artırıyoruz"

Mavi, 2018'in ilk dokuz ayında geçtiğimiz yılın aynı dönemine oranla gelirlerini yüzde 32 artırdı:

Konsolide

- Mavi'nin konsolide gelirleri % 32 artarak 1 milyar 778 milyon TL'ye çıktı.
- FAVÖK, % 46 artarak 304 milyon TL'ye ulaştı ve FAVÖK marjı % 17,1 olarak gerçekleşti.
- Net kâr % 20 yükselerek 101 milyon TL'ye yükseldi.
- Net borcun FAVÖK'e oranı 0.3 (x) olarak gerçekleşti.
- Konsolide e-ticaret gelirleri % 83 artış gösterdi. Yurtdışı e-ticaret gelirleri % 110 büyüdü.
- Globalde toplam mağaza sayısı 425 oldu.

Türkiye

- Mavi'nin Türkiye'deki gelirleri % 31 büyüdü ve 1 milyar 448 milyon TL'ye yükseldi.
- Bir önceki seneye birebir aynı mağazaların (like-for-like) büyümesi ise % 23,5 oldu.
- Net 7 yeni mağaza açıldı ve 146,5 bin m2 perakende satış alanına ulaşıldı.
- Tüm ürün kategorilerinde büyüme gerçekleşti. Jean % 25, ceket-mont % 43, gömlek % 40, tişört %40, aksesuar % 31 artış gösterdi.
- Mavi, Türkiye'de sektörün lider CRM programı Kartuş'la ilk dokuz ayda da yeni müşteri kazanımını sürdürdü. 5,2 milyonu aktif toplamda 7,1 milyon müşteriye ulaştı.

Bilgi için: Elif Batu Yener / Artı İletişim Yönetimi 0212 347 03 30 / mavi@artipr.com.tr