

## Mavi, 2019'un 9 ayında gelirlerini % 21, karını % 14 artırdı

Türkiye'nin öncü jean ve hazır giyim markası **Mavi**, 1 Şubat – 31 Ekim dönemini kapsayan 2019 yılının ilk dokuz aylık döneminde konsolide gelirlerini yüzde 21 artışla 2 milyar 148 milyon liraya çıkardı. Güçlü ve istikrarlı büyüme trendini devam ettiren şirketin konsolide kârı ilk dokuz ayda ise yüzde 14 yükselerek, 115 milyon liraya ulaştı. Şirket, 330 milyon lira FAVÖK elde ederken FAVÖK marjı yüzde 15,4 olarak gerçekleşti.

Türkiye'de 8 net yeni mağaza açılışı ile 35 ülkede 435 mağaza ve 5.500'ün üzerinde satış noktasına ulaşan Mavi, konsolide e-ticaret gelirlerini yüzde 97 oranında artırdı. Global online iş ortakları üzerinden yapılan e-ticaret satışları ile birlikte online gelirlerinin cirodaki payı yüzde 7,5'e yükseldi. Marka kimliğinden aldığı güç ve müşteri odaklı stratejileriyle Türkiye'de ilk 9 ayda 983 bin yeni müşteri kazanan Mavi'nin, bire bir aynı mağazalarda (like-for-like) büyümesi ise yüzde 20,5 oldu.

### Mavi sağlam bilanço yapısıyla büyümeye devam ediyor

**Mavi CEO'su Cüneyt Yavuz**, 2019 yılında sağlam bilanço yapısıyla büyümeye devam ettiklerini belirterek, şu değerlendirmede bulundu: "Tüm operasyonlarımızda verimliliği ön plana alıyor, etkin tedarik, stok ve nakit akışı yönetimi ile doğru ürün, doğru fiyat, yüksek kalite ve müşteri odaklı stratejimizle birleştiriyoruz. İlk 9 ayda başarılı bir performans sergileyerek konsolide gelirlerimizi yüzde 21 artırdık ve 2 milyar 148 milyon TL'ye ulaştırdık. Like-for-like mağazalarda satışlarımızın büyümesinde sepet büyümesinin yanı sıra yeni müşteri kazanımı da etkili oldu."

### Bu sene yılda 1 milyon yeni müşteri hedefimizi aşacağız

Türkiye'de ilk çeyrekte itibaren müşteri trafiğini ve işlem adedini artırarak birebir aynı mağazalarda (like-for-like) yüzde 20,5 büyüme yakalandığını belirten Yavuz, "Türkiye'de sektörün lider CRM programı Kartuş ile 5,7 milyonu son 2 yılda aktif olmak üzere toplam 8 milyon müşteriye ulaştık. 3. çeyrek sonu itibariyle 983 bin yeni müşteri kazanımı sağladık. Her yıl 1 milyonun üzerinde yeni müşteri kazanma hedefini 2019'da aşacağımızı şimdiden söyleyebilirim. Yılda 10 milyon jeans satan bir marka olarak, tüm ürün kategorilerinde çift haneli büyümeye ve müşterimizi her zaman en kaliteli ve en yenilikçi ürünlerle buluşturmaya devam ediyoruz. Son teknolojinin kullanıldığı Kıvanç ile Mavi Black Pro ve Serenay X Mavi Icon gibi özel koleksiyonlar ile Mavi'ye hem yeni hem de genç müşteriler kazandırmada çok etkili oldu" diye konuştu.

## E-ticaretin ciro içindeki payı artıyor

Mavi mağazalarının yanı sıra, mavi.com ve stratejik öneme sahip tüm online iş ortaklarıyla sürdürülen e-ticaret kanalında da büyümeye devam ettiklerini ifade eden Yavuz, "Konsolide e-ticaret gelirlerimizi yüzde 97 oranında artırarak tüm online platformlardaki gelirlerimizin ciromuzdaki payını yüzde 7,5'e yükselttik. Online yeni dönemde de Mavi için en önemli büyüme alanlarından biri olmaya devam edecek" dedi.

**Not: UFRS 16 etkisi hariç rakamlardır.**

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