

Mavi, 2020 yılını 2.4 milyar TL konsolide gelire tamamladı Türkiye’de online satışları %152 büyüdü

Türkiye’nin öncü jean ve hazır giyim markası **Mavi**, pandemi sürecinde geçen 2020 yılını **2 milyar 402 milyon TL** konsolide gelire tamamladı. Koronavirüs (Covid-19) kısıtlamalarına rağmen güçlü bir toparlanma performansı sergileyerek kârlı büyümesini sürdürdü. Şirketin FAVÖK’ü 392 milyon TL, FAVÖK marjı ise yüzde 16,3 oldu.

2020 yılında Türkiye ve uluslararası pazarlarda e-ticaretteki yükselişini devam ettiren Mavi’nin, konsolide online satışları yüzde 110, **Türkiye online satışları ise %152** büyüdü. E-ticaretin toplam gelir içindeki payı yüzde 13’e çıktı. Dünyada 439 mağaza, 4.500’ün üzerinde noktaya ulaşan Mavi, Türkiye’de altı net mağaza açılışı ve yedi mağaza genişlemesiyle 159 bin metrekareye ulaştı.

Mavi CEO’su Cüneyt Yavuz’dan 2020 yılı değerlendirmesi

- 2020 yılında en büyük önceliğimiz **lider marka sorumluluğuyla; çalışanlarımızın, müşterilerimizin, iş ortaklarımızın ve toplumun sağlığını korumak** oldu. Bu zorlu dönemde birlik ve beraberlik içinde, enerjisini hiç kaybetmeden çalışan **tüm Mavi ekibine teşekkür ediyorum**.
- **Temeli ve finansal yönetimi sağlam** global bir şirket olmak için yıllardır verdiğimiz çaba, pandemi döneminde bizi hep güçlü tuttu. **Sürdürülebilir kârlı büyümeye ve uzun vadeli hedeflerimize odaklanmaya** devam ederek, **riskleri doğru yönetmenin ve veriye dayalı kararlar** almanın bugün her zamankinden daha değerli olduğunu biliyor, Mavi Yönetim Ekibi olarak, koşul ne olursa olsun, tüm operasyonlarda verimliliği ön plana alıyoruz.
- Kendi kanallarımızın yanı sıra çeşitlenen ve büyüyen marketplace iş birliklerimiz sayesinde **online satışlarımız globalde yüzde 110, Türkiye’de yüzde 152 arttı**. Bu dönemde e-ticaret penetrasyonu iki yıl ileriye gitti. **Dijitalleşmenin kritik önem taşıdığı bu süreçte, CRM ve ERP dönüşümümüzü tamamlamak üzere** yatırımlarımıza ara vermeden devam etmek, yeni ihtiyaçlara daha hızlı ve çevik cevap verebilmemizi sağlayacak.
- **Esnek tedarik zinciri, doğru planlama, stok ve nakit akışı yönetimiyle sağlıklı bilanço yapımızı koruyarak şirket karlılığını sürdürmek** en önemli stratejik önceliğimiz oldu. **Doğru ürünü, doğru fiyat ve kalitede müşterilerimizle buluşturmamız sayesinde brüt marjlarımızı koruyabilmek** böyle zorlu bir dönemde çok değerliydi.

Sürekli yenilik sunmaya devam ederek, müşterinin satışa dönüşünü ve alışveriş sepetini yükselttik

- 2020 yılı için belirlediğimiz stratejiden vazgeçmeden, müşterimizi yeni ürünlerle buluşturmamızın sonucunda; mağaza trafiğinde kaydedilen düşüşe karşın, **satışa dönüş oranlarının yükselmesi ve işlem başına düşen harcamanın artmasıyla alışveriş sepetimiz yüzde 13,6** büyüdü.

- **En iyi yaptığımız işe odaklanmaya, değişimi jean kültürü üzerinden yorumlamaya ve jean’de inovasyonla liderliğimize devam ediyoruz.** Kalitesiyle, modasıyla, inovasyonla her dönemin en iyi jean’ini yaratma tutkumuz en üst seviyede.

Kesintisiz iletişimle ürünü hikayenin merkezine koymayı sürdürüyoruz. Yeni teknolojik kumaşlarla rahatlığı en üst seviyeye taşıdığımız “**Efsane Jean Serisi**”ni **Kıvanç Tatlıtuğ** ile; her yaş grubu, stil ve bedene mükemmel uyan **15 yeni kadın jean fit’ini** ise **Serenay Sarıkaya** ile tanıttık.

- **Casual-şık giyim en çok tercih edilen markası olmak**, alışveriş davranışının değiştiği ve rahat giyim ön plana çıktığı bu dönemde, müşterinin Mavi’ye olan ilgisini daha da artırdı. Ürün portfolyomuzu bu talebe göre zenginleştirerek **her yaş ve her segmentten kadın ve erkek müşteri için vazgeçilmezliğimizi sürdürdük. Kadında güçlü pazar payımızı korurken; özellikle erkek müşterilerde yaşanan gardırop değişikliğiyle birlikte erkekteki pazar payımızı artırdık.**
- Türkiye A Milli Futbol Takımı ve Juventus’un yıldız oyuncusu **Merih Demiral** ile lanse ettiğimiz **sporty line’ımız Team Mavi**, bizi yeni müşteri kitleleriyle buluşturdu.

All BLUE ile Sürdürülebilirlik dönüşümü hız kazandı

- Mavi’nin sürdürülebilirlik stratejisinde önemli bir yol aldığımız bu senede değerli projeleri hayata geçirdik.
- **Türkiye’de hazır giyim alanında karbon ayak izini şeffaf bir şekilde açıklayan ilk ve tek marka olduk.** 2020 yılında ilk kez iklim raporlaması yaparak, CDP (Carbon Disclosure Project) platformu tarafından sektör ortalamasının üzerinde bir performans sergileyerek B notu aldık.
- 2020 yılında doğaya saygılı, sürdürülebilir **All Blue koleksiyonumuzu iki kat büyüttük.**
- **İlk eco mağazamızı İstanbul Zorlu AVM’de açtık.**
- Her zaman ileriye bakan bir marka olarak; **30 yaşına girdiğimiz 2021 yılında** da Mavi’yi geleceğe taşıma hedefiyle tüm ekip olarak var gücümüzle çalışmaya devam edeceğiz.

Bilgi için: Atila Sak / Artı İletişim Yönetimi 0212 347 03 30 / mavi@artipr.com.tr