



# 1. YY 2021 Finansal Sonuçlar Sunumu

14 Eylül 2021

# 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 alınamaz. İşbu sunumda yer alan endüstri, pazar ve rekabet ortamı verileri mümkün olduğunca resmi veya üçüncü kişi konumundaki kaynaklardan sağlanmıştır. Şirket, her bir yayının, çalışmanın ve araştırmanın güvenilir kaynaklar tarafından hazırlandığına inanıyor olsa da, söz konusu bilgilerin doğruluğunu bağımsız olarak teyit etmemiştir. Buna ek olarak, bu sunumdaki belli endüstri, pazar ve rekabet ortamı verileri Şirket'in faaliyet gösterdiği pazarlarda Şirket yönetiminin bilgi ve tecrübesi temelinde Şirket'in kendi iç araştırma ve tahminlerine dayanmaktadır. Şirket, bu araştırma ve tahminlerin uygun ve güvenilir olduğuna inanmakla birlikte, bu araştırma ve tahminler ve bunlara ilişkin temel metodolojiler ile varsayımlar herhangi bir bağımsız kaynak tarafından doğruluk ve tamlikleri bakımından tasdik edilmemişlerdir. Bu çerçevede, Şirket, bunların doğruluğunu ve üçüncü kişilerin farklı metodolojiler kullanarak aynı sonuçlara ulaşacaklarını garanti etmemektedir. Dolayısıyla, bu sunumda yer alan hiçbir endüstri, pazar veya rekabet ortamı verisine gereğinden fazla anlam yüklenmemelidir. Şirket bu sunumda yer alan endüstri, pazar ve rekabet ortamı verilerini güncellemeyi taahhüt etmemektedir. Bu sunumun muhatapları sunumda belirtilen verilerin ve bu verilere dayalı tahminlerin gelecekteki sonuçlar ve piyasa performansı için güvenli bir gösterge teşkil etmeyebileceğinin farkında olmalıdırlar.

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 tabii 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 etmektesiniz.

## 2. eyrek 2021 Geliřmeleri

- 2021 ikinci çeyreğinde faaliyet gösterdiğimiz tüm ülkelerde Kovid19 kaynaklı kısıtlamalar kaldırılmıştı
- Türkiye operasyonlarında 17 Mayıs'a kadar tam kapanma olup ayın devamında haftasonları kısıtlamaları devam etti. Bu kapsamda toplam ticaret saatinde %31 seviyesinde düşüş yaşandı. (2 2020'de %53 düşük idi). 1 Haziran'dan itibaren tüm faaliyetler tam kapasite ve güçlü satış performansı ile sürdü
- Türkiye'deki perakende mağazalarda karşılaştırılabilir bazda müşteri trafiği pandemi öncesi seviyelerine geri geldi. Eş zamanlı olarak, satışa dönüş oranları, işlem başına ürün adedi ve sepet büyüklüğü 2019 yılı ikinci çeyreğine göre artış gösterdi
- Yurtdışı pazarlarda, Kovid19 kaynaklı kısıtlamalar çoğunlukla kaldırılmış olup tam kapasitede faaliyet gösterildi. Sabit kur bazında yurt dışı satışlar %70 büyüdü
- Hem mavi.com hem de pazaryeri satışlarındaki büyümelerin etkisiyle online satışlar global olarak güçlü seyretti. Türkiye'de yüksek perakende performansına karşın satışlardaki online payı %12'yi geçti
- Dinamik tedarik zinciri, ürün planlama ve stok yönetimi başarının devamlılığını sağlayan en önemli etmenler olmaya devam etti
- Artan satışlar ve kontrollü operasyonel maliyet yönetimi ile operasyonel gider/ciro oranı normal seviyelere geriledi
- Markaya, müşteriye ve ürüne yapılan yatırımlar karşılık bulmaya devam ediyor

# 2Ç 2021 'de Öne Çıkanlar

- Konsolide gelirler 1.837 mTL gerçekleşti. Geçen yıla göre %99, 2019 yılına göre %37 yükseldi
- FAVÖK 404 mTL gerçekleşti, FAVÖK marjı %22,0 oldu
- İkinci çeyrekte elde edilen rekor net kar ile dönem sonu net karı 138 mTL oldu
- Toplam mono-brand Mavi mağazası sayısı 448'ye yükseldi
- Bilanço 174 mTL net nakit pozisyonuna geldi
- Türkiye online satışları %128 büyüdü

## KONSOLİDE METRİKLER <sup>1</sup>

1.837mTL Gelir %99 Büyüme	404 mTL FAVÖK %301 Büyüme
%22,0 FAVÖK Marjı	138 mTL Net Dönem Karı
448 <sup>2</sup> Monobrand Mağaza	174 mTL Net Nakit

## TÜRKİYE METRİKLERİ

%98 Türkiye Perakende Satış Büyüme	%128 Online Satış Büyümesi
%56 Lifestyle %44 Tüm Denim	 %32 %68
	4,8 mn Aktif Üye Sayısı <sup>3</sup>

<sup>1</sup> UFRS 16 etkisi dahil, raporlanan verilerdir.

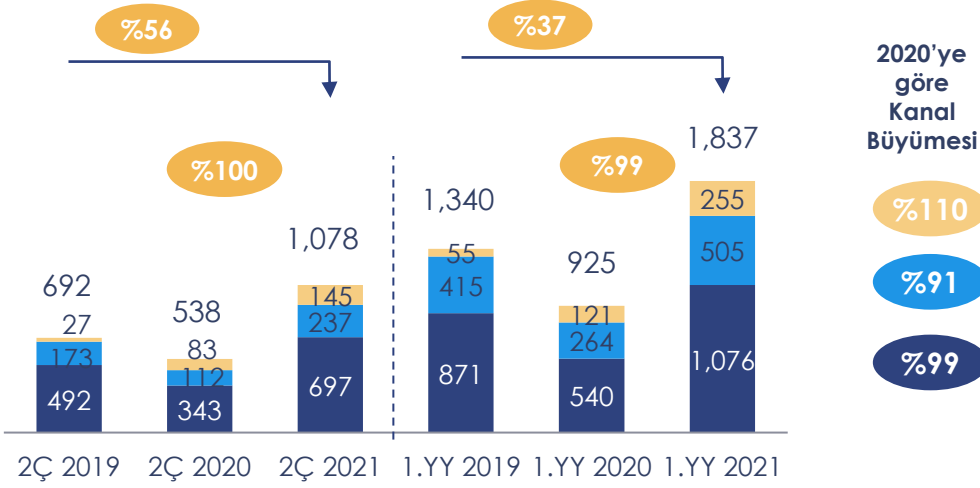
<sup>2</sup> Global olarak Mavi tarafından işletilen ve franchise verilen tüm mağazaları kapsamaktadır.

<sup>3</sup> Aktif üye son iki yılda Mavi'den alışveriş yapmış üyeleri ifade etmektedir. Toplam üye sayısı 8,1 mn

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

# Satış Kanalı ve Bölgelerde Gelir Gelişimi

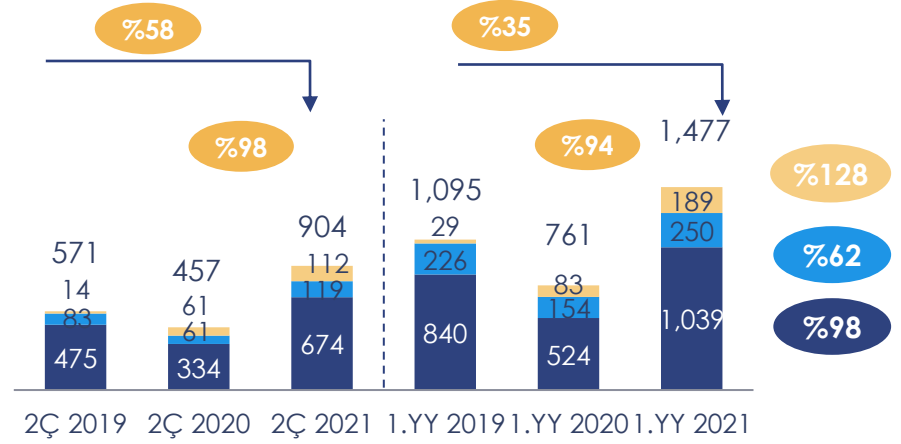
## Global Gelir (mn TL)



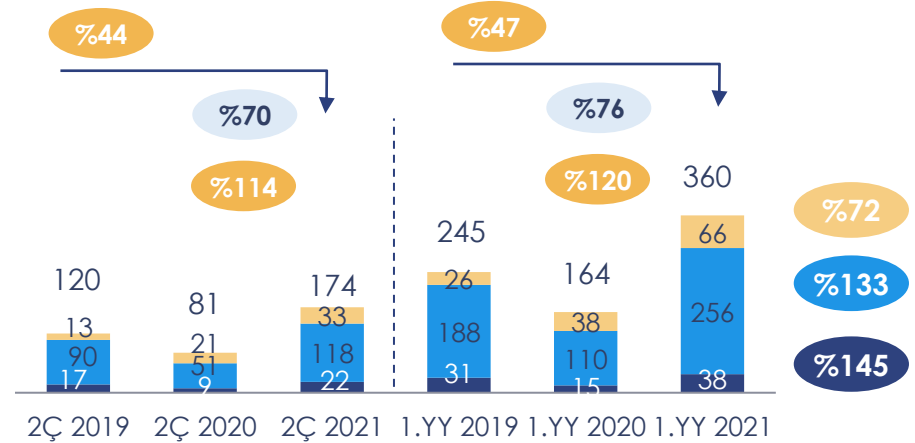
■ Perakende ■ Toptan ■ E-Ticaret

- 2021'in ilk yarısında global gelirin %59'u perakende, %27'si toptan, %14'ü e-ticaret kanallarından elde edildi
- Konsolide gelirin %80'i Türkiye satışlarından oluştu
- Yurtdışı gelirler sabit kur altında ikinci çeyrekte %70, ilk yarıda %76 büyüdü

## Türkiye Gelirleri (mn TL)

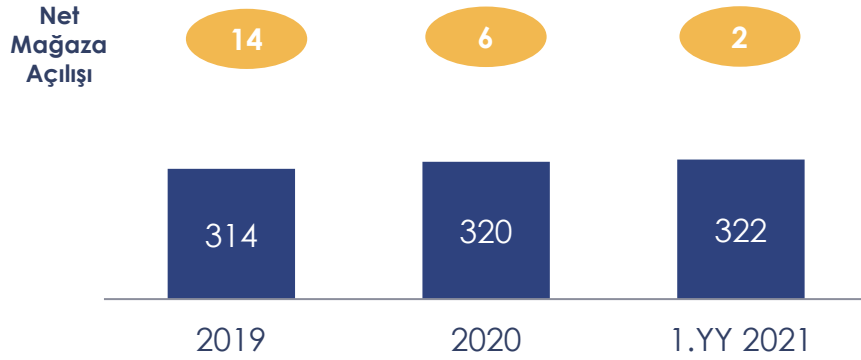


## Yurtdışı Gelirler (mn TL)

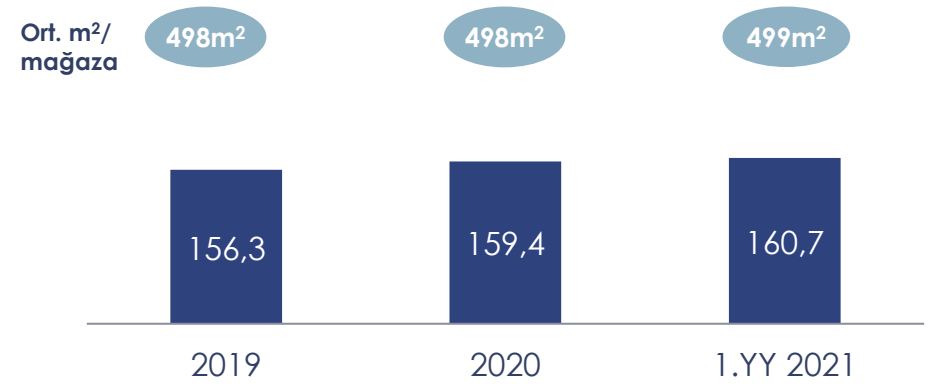


# Türkiye Perakende Operasyonu

## Perakende Mağaza Sayısı

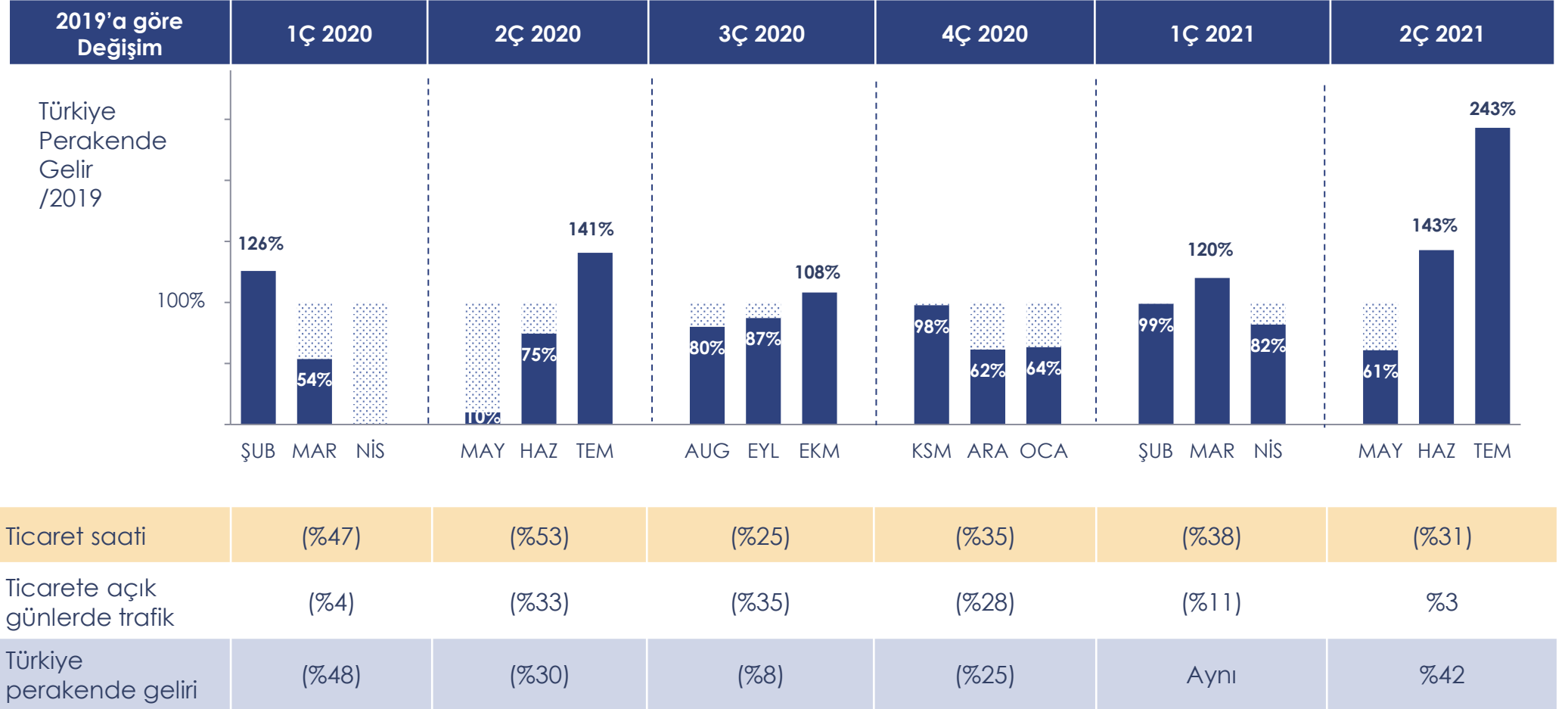


## Türkiye Brüt Satış Alanı (Bin m<sup>2</sup>)

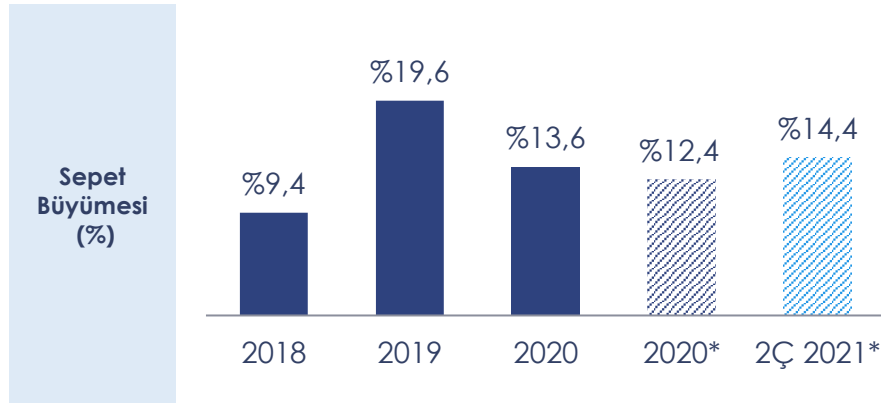
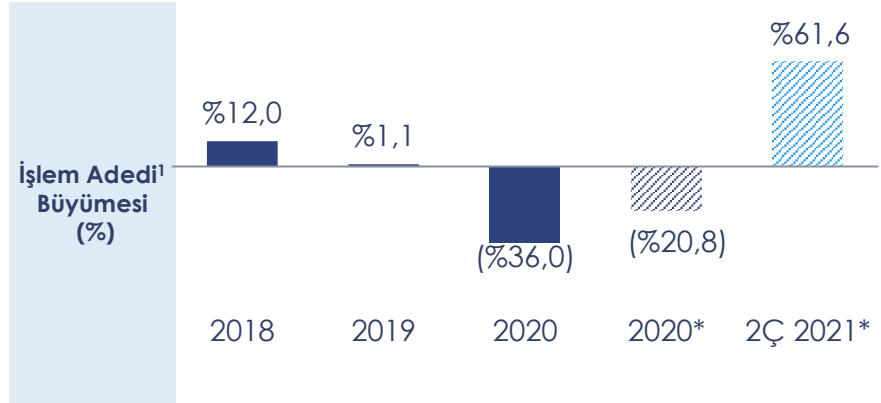
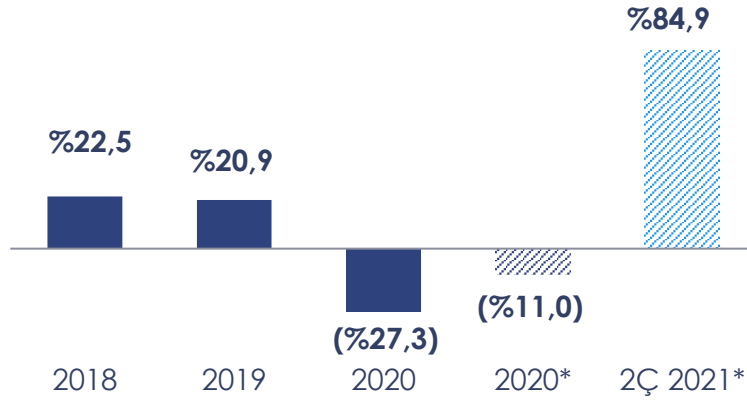


- 2021 ilk yarısında 5 mağaza açılışı ve üç mağaza kapanışı ile toplam perakende mağaza sayısı Temmuz 2021 sonu itibariyle 322 olmuştur
- Dört mağazada metrekare genişlemesi gerçekleştirilmiştir
- Toplam satış alanı 160,7 Bin m<sup>2</sup>, ortalama mağaza büyüklüğü 499m<sup>2</sup>'dir

# Türkiye Perakende Faaliyetleri Pandemi Etkilerine Dayanıklı



# Aynı Mağaza Satış Performansı



- 2021 ikinci çeyrekte açık günlerde toplam trafik 2020 ikinci çeyreğe göre %82 artmış, pandemi öncesi 2019 yılı aynı döneme göre de %3 yükselmiştir
- Satışa dönüş oranları ve sepetteki ürün adedi normalize olmaya başlamakla birlikte hala pandemic öncesine göre yüksek seyretmektedir
- Sepet büyüklüğü 2019 aynı döneme göre %32 yukarıdadır



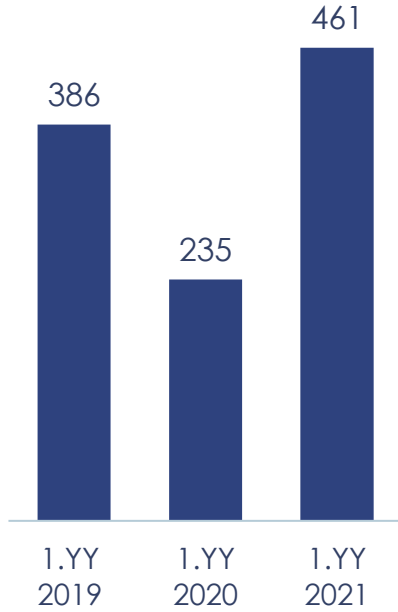
# Denim & Lifestyle Kategorilerinde Satış Büyümesi

## Denim Ürünler (mTL)

### Tüm Denim

%44

%96

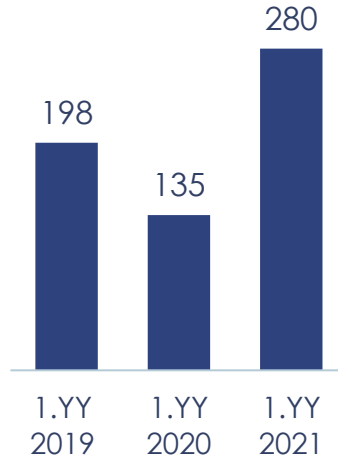


## Lifestyle Ürünler (mTL)

### Örme Ürünler

%27

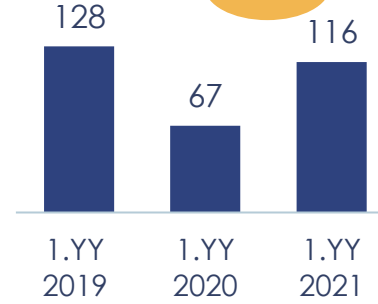
%108



### Gömlek

%11

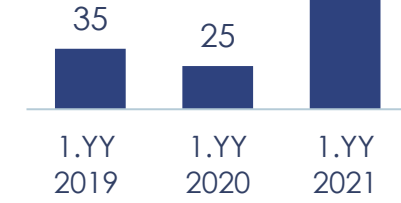
%72



### Denim Dışı Altlar

%7

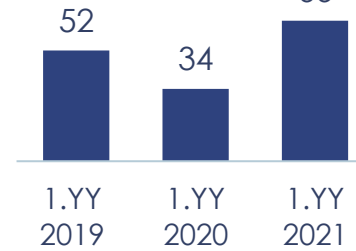
%184



### Aksesuar

%6

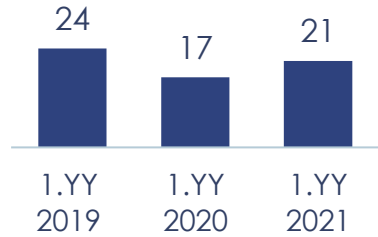
%94



### Ceket

%2

%22

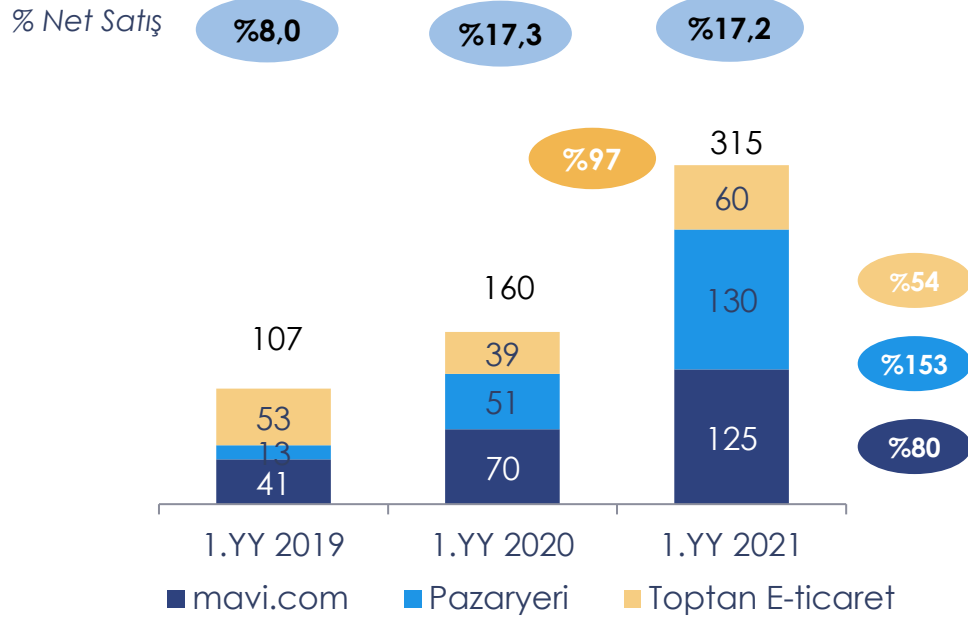


% 1.YY 2021 Türkiye perakende net satışlar içindeki payı

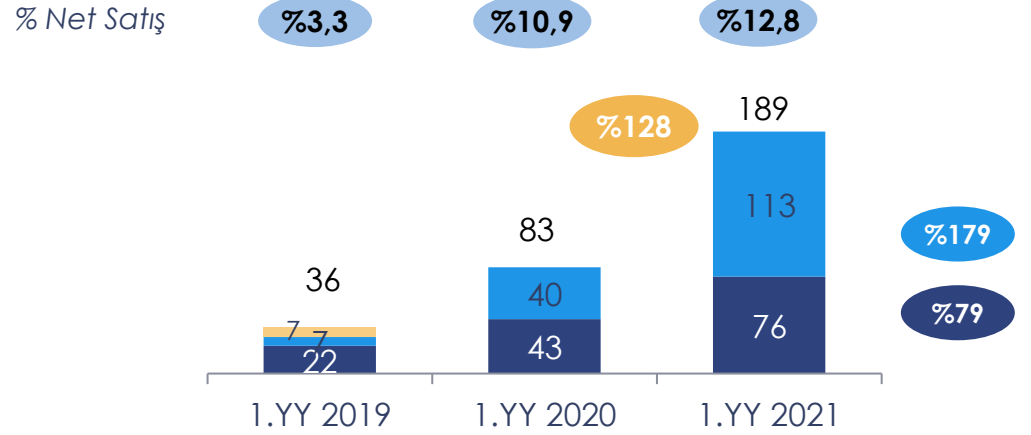
Not: Toplam Lifestyle kategori büyümesi 2020'ye göre %101 ve 2019'a göre %28. Kalan %3'lik kısım etek, elbise ve çocuk kategorilerinden oluşmakta olup %132 büyümüştür.

# Online Satış Büyümesi (Toptan işbirlikleri dahil)

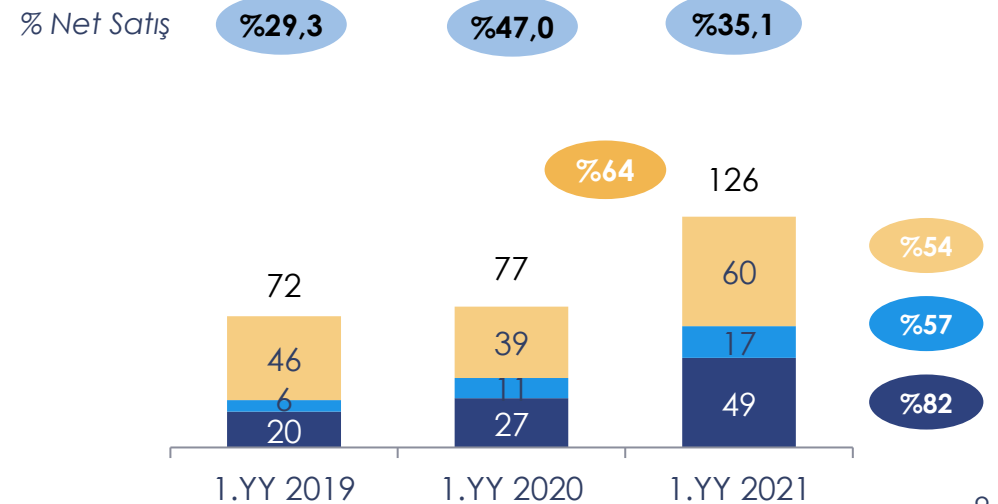
## Global Online Satışlar (mn TL)



## Türkiye Online Satışlar (mn TL)

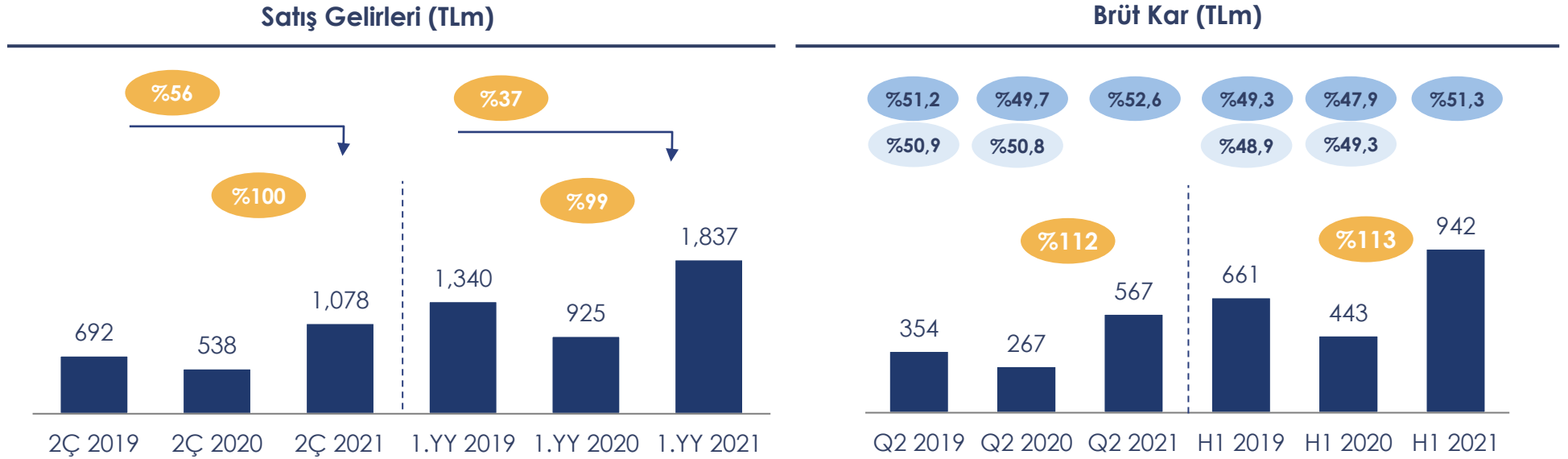


## Yurtdışı Online Satışlar (mn TL)



- Dijital sistemlere ve online müşteriye yatırımlar devam ediyor
- Tüm ürün kategorilerinde tam fiyat stratejisi ile artan pozitif kar marjı katkısı

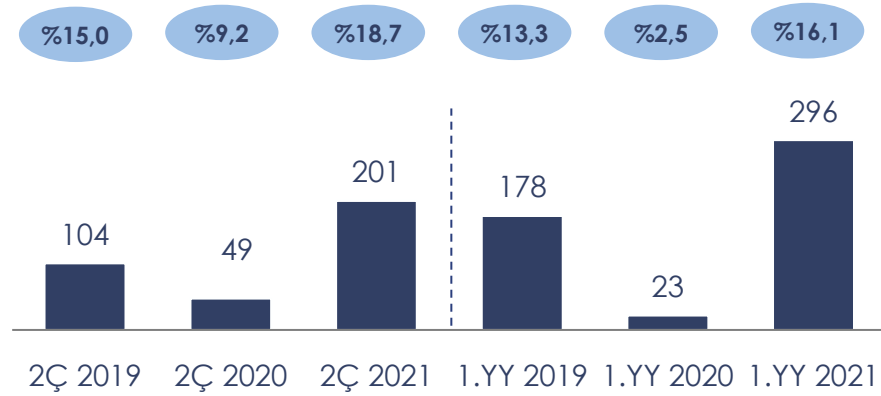
# Konsolide Brüt Marj



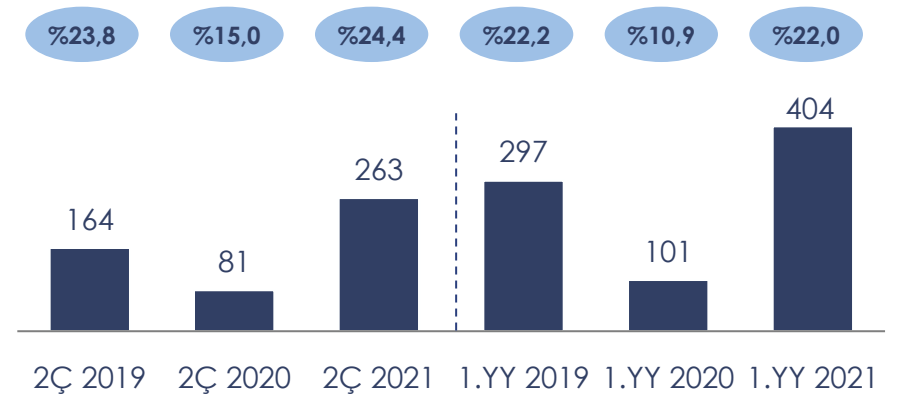
- Güçlü marka konumlanması, üst düzey iletişim stratejisi, verimli ürün-fiyat planlaması sayesinde satışa dönüş oranları yüksek ve indirim oranları düşük gerçekleşmiştir.
- Sonuç olarak 2021 ikinci çeyreğinde **180 baz puanlık** iyileşme ile 2021 ilkbahar/yaz sezonunda brüt kar marjı 2020 ilk yarısına göre **200 baz puan**, 2019 ilk yarısına göre **240 baz puan** iyileşmiştir

# Konsolide FAVÖK ve Net Kar

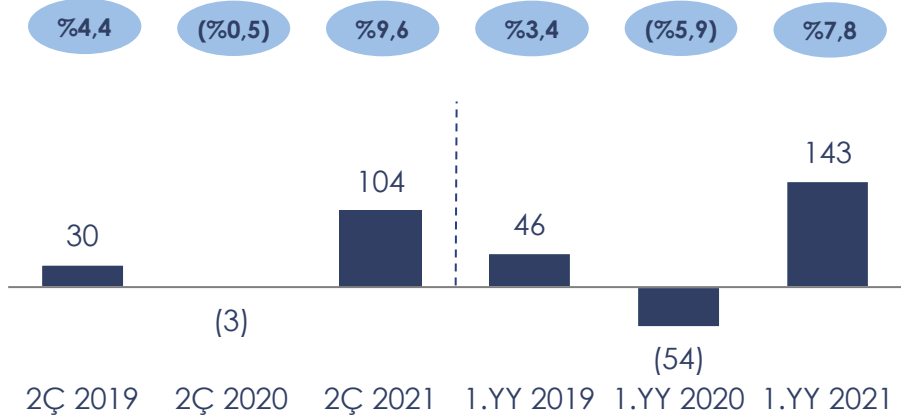
## FAVÖK UFRS16 hariç (TLm)



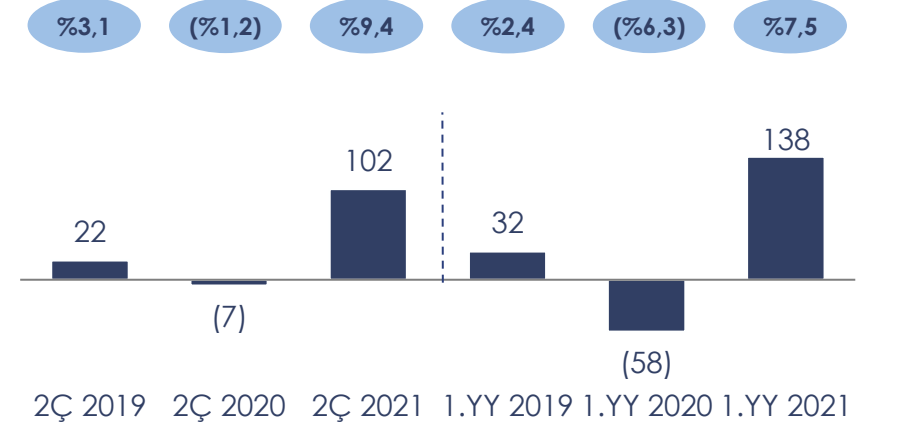
## FAVÖK UFRS16 dahil (TLm)



## Net Kar UFRS16 hariç (TLm)

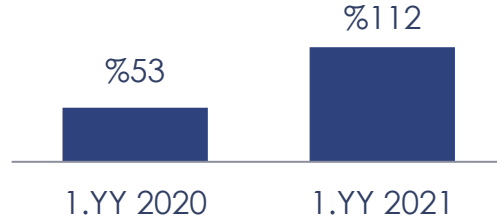


## Net Kar UFRS16 dahil (TLm)



# İşletme Sermayesi Yönetimi ve Nakit Döngüsü

## Operasyonel Nakit Akışı (UFRS 16 Hariç)



TLm	1.YY 2020	1.YY 2021
FAVÖK	22,7	295,5
Δ Net İşletme Sermayesi	(10,6)	36,6
Operasyonel Nakit Akışı	12,1	332,1

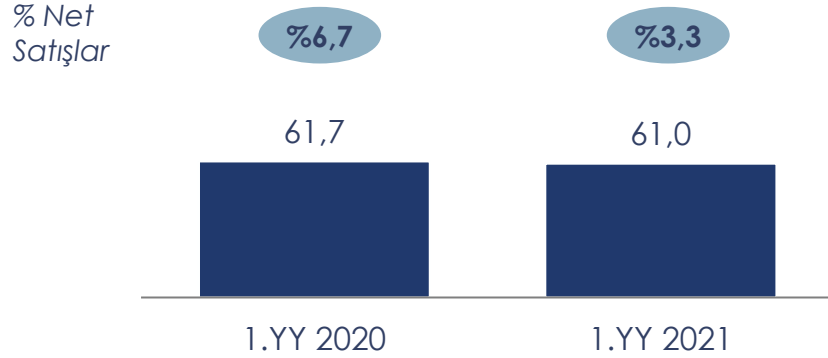
## Ana İşletme Sermayesi Kalemleri

TLm	2020	1.YY 2020	1.YY 2021
Ticari ve Diğer Alacaklar	247,9	210,8	309,6
% Son 12Ay Net Satış	%10,3	%8,6	%9,3
Stoklar	560,1	590,5	563,3
% Son 12Ay SMM	%45,1	%46,8	%34,1
Ticari ve Diğer Borçlar	642,1	675,8	729,4
% Son 12Ay SMM	%51,7	%53,6	%44,1
Ana İşletme Sermayesi	165,9	125,4	143,5
% Son 12Ay Net Satış	%6,9	%5,1	%4,3

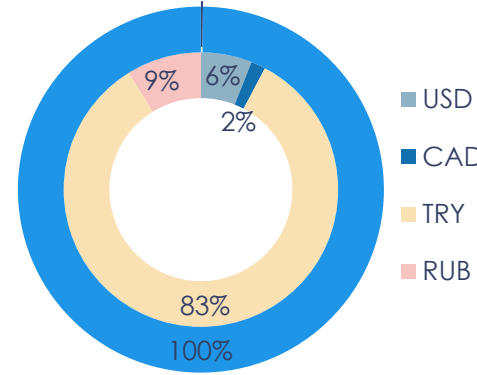
- 2021 ikinci çeyrekte 356 mTL operasyonel nakit yaratılmıştır
- İkinci çeyrekteki yüksek satışa dönüş oranları stok seviyelerinde olumlu etki yaratmıştır. Stoklar ürün adedi olarak geçen yıl aynı döneme göre %5 aşağıdadır

# Etkin Yatırım Yönetimi ve Düşen Borçluluk Oranları

## Yatırım Harcamaları (mTL)



## Borç Kırılımı (31 Temmuz 2021)

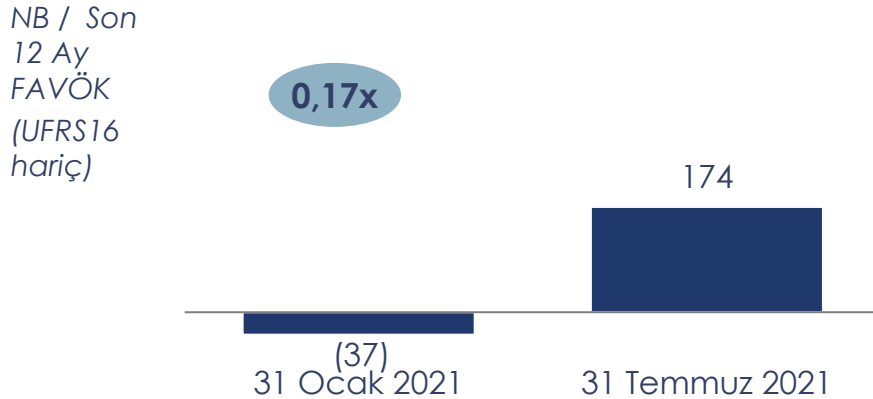


## Ortalama Borçlanma Maliyeti

TRY	%14,5
USD	%2,6
RUB	%10,3
CAD	%3,0
Ağırlıklı Ortalama	%13,2

- Lokal para birimi
- Yabancı para birimi

## Net Nakit (Borç) (mTL) (UFRS 16 Hariç)



- Toplam konsolide borcun %16'sı Mavi Amerika, Mavi Kanada ve Mavi Rusya'nın lokal para birimlerindeki borçlarından oluşmaktadır.
- Temmuz sonu itibariyle yabancı para cinsinden borç sıfıra yakındır
- Açık döviz pozisyonu yaratmamak yönetimin öncelikli hedefleri arasındadır

# 2021 Yılı Yönetim Beklentileri

Konsolide Satış Büyümesi	%70-75
Türkiye Perakende Mağaza Büyümesi	5 net yeni mağaza (2 SS, 3 FW) 9 mağaza genişleme (4 SS, 5 FW)
FAVÖK Marjı	%14,0-14,5 (UFRS16 hariç) %20,0-20,5 (UFRS16 dahil)
Net Borç / FAVÖK	Net Nakit Pozisyonu (UFRS16 hariç)
Yatırım Harcamaları	Konsolide satışın %3.5'u

## 3Ç 2021 Görünümü :

- Aynı mağaza satışları geçen yılın aynı dönemine göre Ağustos ayında **2020'ye göre %58, 2019'a göre %24** ve Eylül ayının ilk 12 gününde **2020'ye göre %106, 2019'a göre %74** büyümüştür.
- Online satışlar tüm ülkelerde güçlü performansını sürdürmektedir. Türkiye online satışları Ağustos ayında %103 büyümüştür.



[investorrelations@mavi.com](mailto:investorrelations@mavi.com)



# Finansal Tablolar

## Gelir Tablosu (UFRS16 dahil)

Tlm	2Ç 2020	2Ç 2021	Değişim (%)	1.YY 2020	1.YY 2021	Değişim (%)
Hasılat	537,8	1.077,8	100%	924,9	1.836,5	99%
Satışların Maliyeti	(270,7)	(511,1)	89%	(482,1)	(894,8)	86%
Brüt Kar	267,1	566,7	112%	442,8	941,7	113%
Brüt Kar Marjı	49,7%	52,6%		47,9%	51,3%	
Genel Yönetim Giderleri	(38,0)	(61,3)	61%	(77,2)	(111,3)	44%
Satış ve Pazarlama Giderleri	(219,8)	(324,2)	47%	(401,1)	(580,9)	45%
Arge Giderleri	(7,4)	(11,0)	48%	(15,3)	(21,4)	40%
Diğer Gelir / (Gider), net	3,6	3,9	8%	7,6	11,8	55%
Operasyonel Kar	5,4	174,0	3097%	(43,1)	239,9	n.m.
Yatırım Faaliyetlerinden Kar/(Zarar)	(1,0)	(0,1)	(92%)	(1,4)	(0,2)	(87%)
Finansal Giderler öncesi Operasyonel Kar	4,4	173,9	3842%	(44,5)	239,8	n.m.
Operasyonel Kar Marjı	0,8%	16,1%		(4,8%)	13,1%	
Finansal Giderler, Net	(13,5)	(38,5)	185%	(31,7)	(59,5)	88%
Vergi Öncesi Kar	(9,1)	135,5	n.m.	(76,2)	180,3	n.m.
Dönem vergisi	2,4	(33,8)	n.m.	17,9	(42,1)	n.m.
Dönem Karı	(6,7)	101,7	n.m.	(58,3)	138,2	n.m.
Dönem Kar Marjı	(1,2%)	9,4%		(6,3%)	7,5%	
FAVÖK	80,8	262,9	225%	101,0	404,5	301%
FAVÖK Marjı	15,0%	24,4%		10,9%	22,0%	

# Finansal Tablolar

## Bilanço (UFRS 16 dahil)

TLm	31 Ocak 2021	31 Temmuz 2021	Değişim (%)
<b>Varlıklar</b>			
<b>Dönen Varlıklar</b>			
Nakit ve Nakit Benzerleri	889,9	900,7	1%
Ticari Alacaklar	231,4	286,5	24%
Stoklar	560,1	563,3	1%
Diğer Dönen Varlıklar	105,4	117,0	11%
<b>Toplam Dönen Varlıklar</b>	<b>1.786,7</b>	<b>1.867,5</b>	<b>5%</b>
Maddi Duran Varlıklar	197,7	216,2	9%
Kullanım Hakkı Varlıkları	435,0	405,1	(7%)
Maddi Olmayan Duran Varlıklar	262,7	297,6	13%
Diğer Duran Varlıklar	25,6	35,2	38%
<b>Toplam Duran Varlıklar</b>	<b>921,0</b>	<b>954,2</b>	<b>4%</b>
<b>Toplam Varlıklar</b>	<b>2.707,8</b>	<b>2.821,7</b>	<b>4%</b>
Kısa Vadeli Borçlanmalar	821,0	709,5	(14%)
Kısa Vadeli Kiralama İşlemlerinden Borçlar	218,6	219,0	0%
Ticari Borçlar	638,2	706,7	11%
Diğer Kısa Vadeli Yükümlülükler	108,3	214,3	98%
<b>Toplam Kısa Vadeli Yükümlülükler</b>	<b>1.786,0</b>	<b>1.849,5</b>	<b>4%</b>
Uzun Vadeli Finansal Borçlar	105,6	17,0	(84%)
Uzun Vadeli Kiralama İşlemlerinden Borçlar	260,0	235,0	(10%)
Diğer Uzun Vadeli Yükümlülükler	22,1	29,6	34%
<b>Toplam Uzun Vadeli Yükümlülükler</b>	<b>387,7</b>	<b>281,6</b>	<b>(27%)</b>
<b>Toplam Yükümlülükler</b>	<b>2.173,7</b>	<b>2.131,1</b>	<b>(2%)</b>
<b>Özkaynaklar</b>	<b>534,0</b>	<b>690,6</b>	<b>29%</b>
<b>Toplam Özkaynaklar ve Yükümlülükler</b>	<b>2.707,8</b>	<b>2.821,7</b>	<b>4%</b>

# Finansal Tablolar

## Nakit Akım Tablosu (UFRS16 dahil)

TlM	1.YY 2020	1.YY 2021
Dönem Karı <sup>1</sup>	(58,3)	138,2
Düzeltilmeler	208,0	308,4
<b>İşletme Faaliyetlerinden Nakit Akışları</b>	<b>149,6</b>	<b>446,7</b>
Δ Net İşletme Sermayesi <sup>2</sup>	(10,6)	36,6
Ödenen Vergi	(7,7)	(3,9)
<b>İşletme Faaliyetlerinden Elde Edilen Net Nakit</b>	<b>131,3</b>	<b>479,3</b>
Yatırım Harcamaları	(61,7)	(61,0)
Diğer Yatırım Faaliyetlerinden Nakit Akışları <sup>3</sup>	19,9	38,0
<b>Yatırım Faaliyetlerinde Kullanılan Net Nakit</b>	<b>(41,9)</b>	<b>(23,0)</b>
Alınan / Ödenen Borçlar	480,0	(220,9)
Kira Söz. Kaynaklı Nakit Çıktıları	(77,5)	(109,6)
Diğer Finansal Ödemeler <sup>4</sup>	(23,0)	(64,6)
Ödenen Faiz	(41,5)	(50,5)
<b>Finansman Faaliyetlerinde Kullanılan Net Nakit</b>	<b>338,0</b>	<b>(445,5)</b>
<b>Net Nakit Akışları</b>	<b>427,4</b>	<b>10,8</b>
Dönem Başındaki Nakit ve Nakit Benzerleri <sup>5</sup>	310,8	889,9
Dönem Sonundaki Nakit ve Nakit Benzerleri <sup>5</sup>	738,2	900,7

<sup>1</sup> Azınlık payları öncesi <sup>2</sup> Temel işletme sermayesi kalemlerinin yanı sıra çalışanlara sağlanan faydalar ve ertelenmiş gelirleri içerir. <sup>3</sup> Diğer Yatırım faaliyetlerinden nakit akışları sabit kıymet satışından gelirler ve alınan faizleri içerir. <sup>4</sup> Diğer Finansal ödemeler, ödenen temettü, türev işlemlerden nakit akışları, mal alımlarına ilişkin iskonto faizi ve finansal komisyonlardan oluşmaktadır. <sup>5</sup> Nakit akım tablosunda yer alan Nakit ve Nakit Benzerleri nakit yönetimi amaçlı nakit kredileri içermemektedir. Bu kalem hariç değerlendirildiğinde dönem sonundaki net nakit bilançodaki net Nakit ve Nakit Benzerleri kalemi ile eşittir.

# Global Ayak İzi (31 Temmuz 2021)

