



mavi

4.Ç 2020
Finansal Sonuçlar Sunumu

15 Mart 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 alınmaz. 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 tamlıkları 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 etmekteyiz.

2020'ye Genel Bakış

Kovid19 Pandemisi Etkisinde Belirlenmiş Bir Yıl

- 2020 yılında en büyük önceliğimiz lider marka sorumluluğuyla; çalışanlarımızın, müşterilerimizin, iş ortaklarımızın ve toplumun sağlığını korumak oldu. Mavi Yönetimi olarak bu zorlu dönemde birlik ve beraberlik içinde, enerjisini hiç kaybetmeden çalışan tüm Mavi ekibine teşekkür ediyoruz
- Yıl boyunca faaliyet gösterdiğimiz tüm ülkelerde Kovid19 kaynaklı kısıtlamalar yaşandı. Türkiye operasyonlarında 92 günlük mağaza kapanışları ve toplam ticaret saatinde %40 seviyesinde düşüş gerçekleşti. Bunun sonucunda toplam konsolide gelirler 2019 yılına göre %16 geride kaldı
- Online satışlar yıl boyunca güçlü seyrederek konsolide %110 büyüme gösterdi (Türkiye'de %152)
- Titizlikle yürütülen tedarik zinciri ve ürün planlama çalışmaları sayesinde brüt marj seviyesi korundu
- Hızlı önlemler alınarak operasyonel giderlerde toplam %6 düşüş kaydedildi. Kira/ciro oranı %16 ile değişmedi
- Çevik stok yönetimi ve satışa dönüş oranları sayesinde yıl sonu stok seviyesi ürün adedi bazında yatay kaldı. (TL değer bazlı sadece %13 yükseldi)
- Yılı övgüye değer güçlü bir bilanço yapısı ve sıfıra yakın borçluluk oranları ile tamamladık.

Geleceğe Hazır Bir Şirket Olmak

Daha dijital bir geleceğe doğru

- Dijitalleşme ve CRM yatırımları kazanma stratejimizin merkezinde yer alıyor
- SAP dönüşüm projesi zamanlı şekilde devam ediyor, Haziran 2021 'de canlıya geçiş planlanıyor
- Mavi.com platformu altyapı yetkinlikleriyle tüm ülkelerde yeni müşteri çekmeye devam ediyor

Mavi : Sevilen Marka

- Mavi Black Pro, Mavi Icon, Sporty, and Sweat kategorileriyle ürün çeşitliliğini genişletmeye devam ediliyor
- Müşteri etkileşimini artırmaya yönelik ünlü kampanyaları ve çok geniş yelpazede influencer kullanımı sürüyor
- Heyecan yaratmak ve yeni ve genç müşteriye çekmek için yeni iş birlikleri kuruluyor

Kaliteyle Sürdürülebilir Büyüme

- Türkiye'de hazır giyim alanında karbon ayak izini şeffaf bir şekilde açıklayan ilk marka olarak CDP (Carbon Disclosure Project) İklim Değişikliği Programı'na yapılan raporlamayla B notu alındı
- Dünyanın en büyük kurumsal sürdürülebilirlik inisiyatifi olan BM Küresel İlkeler Sözleşmesi imzacısı olundu
- 2019 yılında lanse edilen Mavi All Blue sürdürülebilir koleksiyonu, 2020'de iki kattan fazla ürünle büyüdü
- Mavi'nin ilk eco mağazası İstanbul Zorlu AVM'de açıldı

2020 Öne Çıkanlar

- Konsolide gelirler 2.402 mTL gerçekleşti, geçen yıla göre %16 geriledi
- FAVÖK 392 mTL gerçekleşti, FAVÖK marjı %16,3 oldu
- Net kar 8 mTL gerçekleşti
- Toplam mono-brand Mavi mağazası sayısı 439 oldu
- Türkiye online satışları %152 büyüdü

KONSOLİDE METRİKLER ¹

2.402 mTL Gelir	392 mTL FAVÖK
%16,3 FAVÖK Marjı	8 mTL Net Dönem Karı
439 ² Monobrand Mağaza	0,2x Net Borç / FAVÖK

TÜRKİYE METRİKLERİ

(%26) Türkiye Perakende Satış Düşüşü	%152 Online Satış Büyümesi
%58 Lifestyle	%42 Denim Herşey
	5,1 mn Aktif Üye Sayısı ³

¹ UFRS 16 etkisi dahil, raporlanan verilerdir.

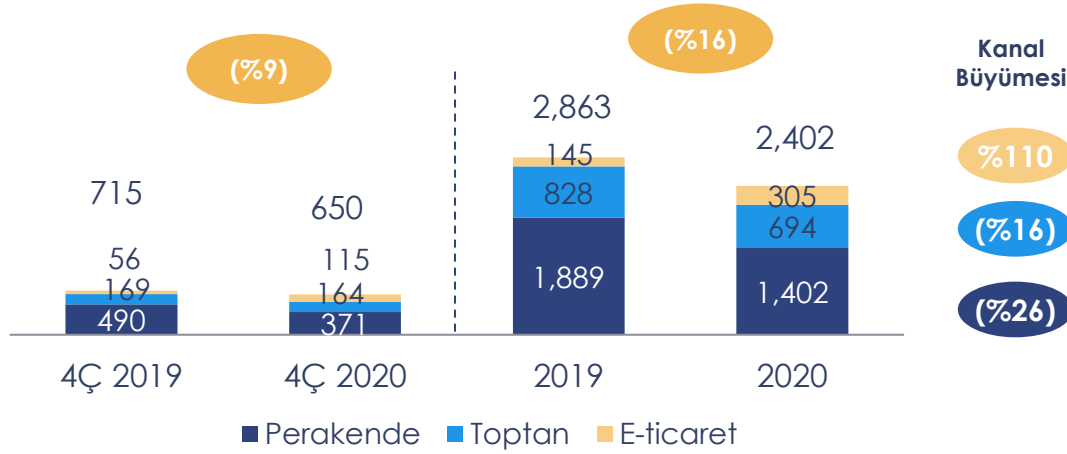
² Global olarak Mavi tarafından işletilen ve franchise verilen tüm mağazaları kapsamaktadır.

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

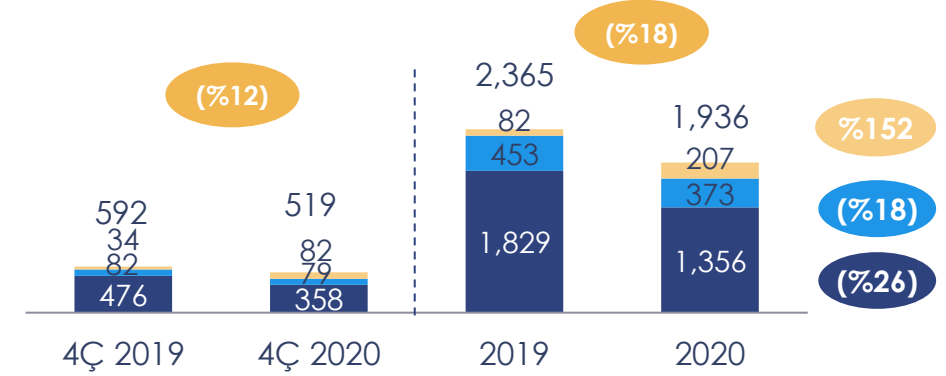
*Kategori ve kadın/erkek oranları sadece Türkiye perakende verileridir.

Kanal ve Bölgelerde Gelir Gelişimi

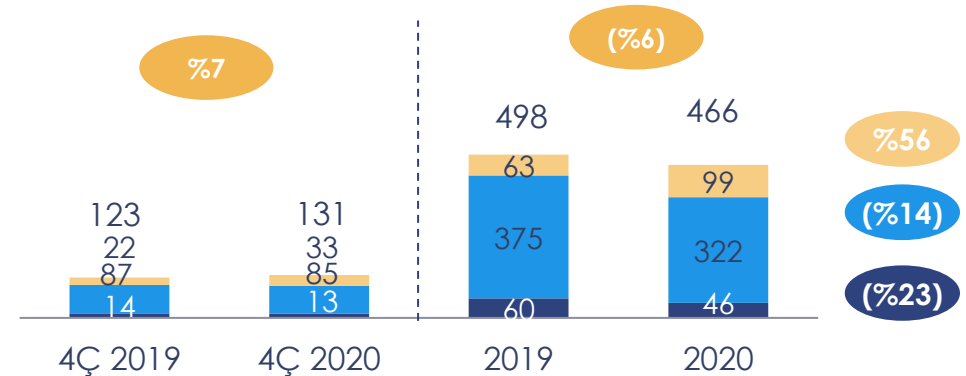
Global Gelir (mn TL)



Türkiye Gelirleri (mn TL)



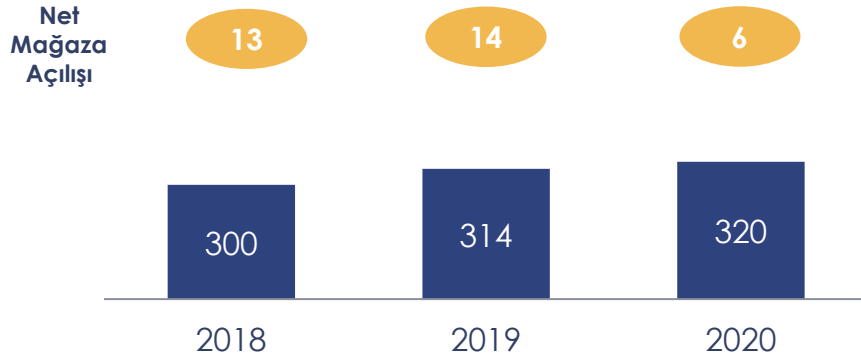
Yurtdışı Gelirler (mn TL)



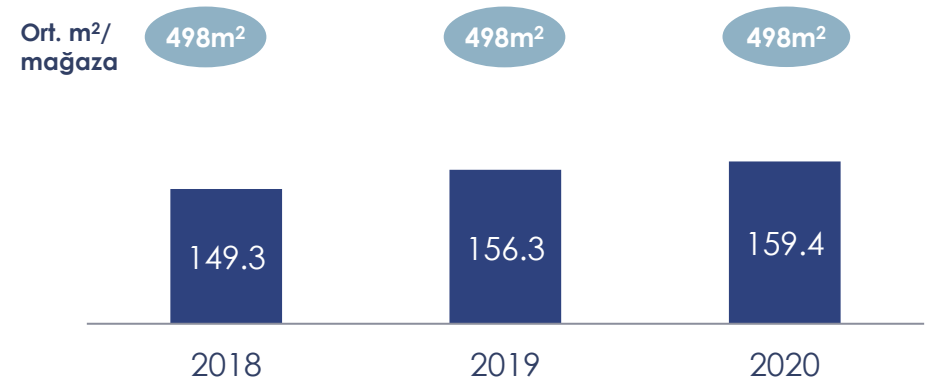
- Mağaza kapanışlarının etkisiyle perakende gelir payı düşmüş, global gelirin %58'i perakende, %29'u toptan, %13'ü e-ticaret kanallarından gerçekleşmiştir.
- Konsolide gelirin %81'i Türkiye satışlarından oluşmaktadır.

Türkiye Perakende Operasyonu

Perakende Mağaza Sayısı

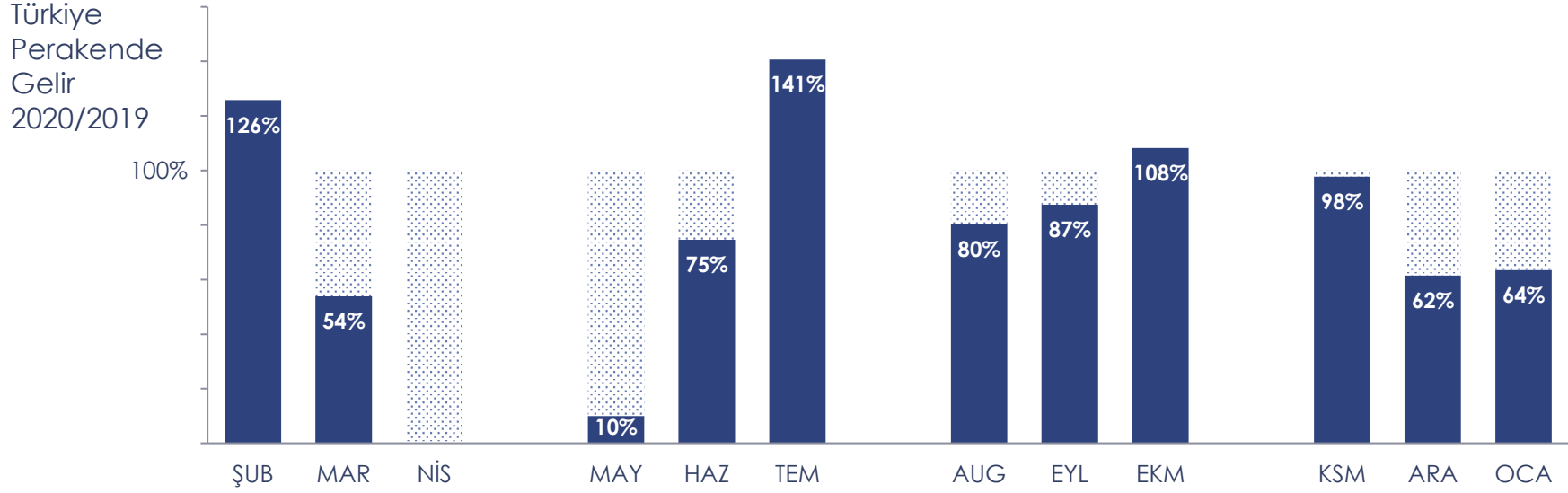


Türkiye Brüt Satış Alanı (Bin m²)



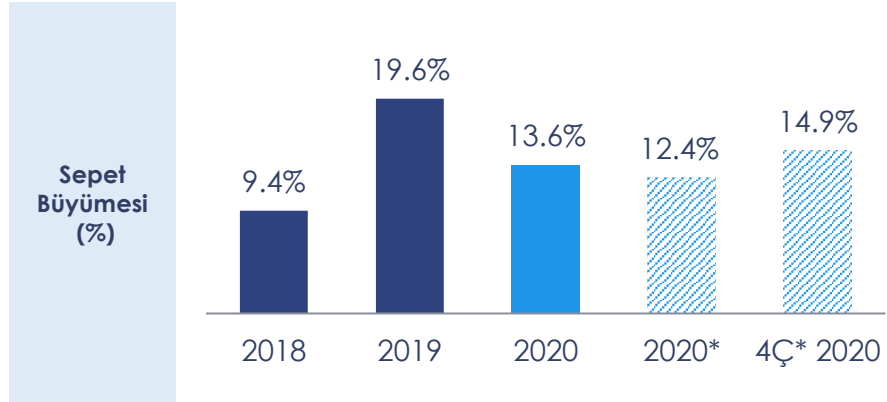
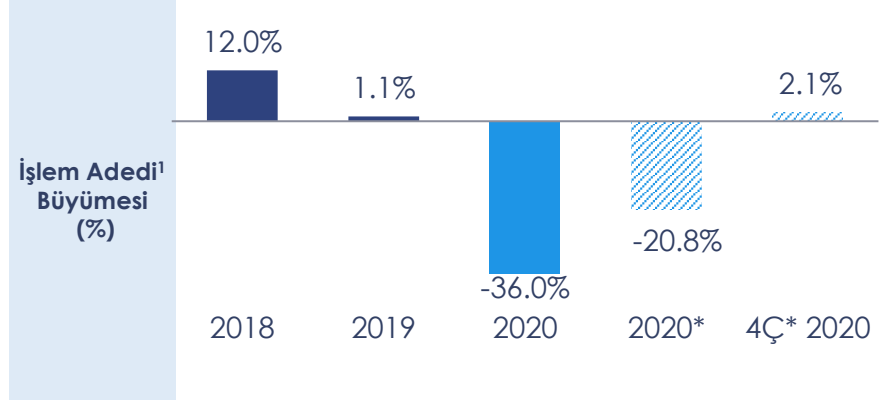
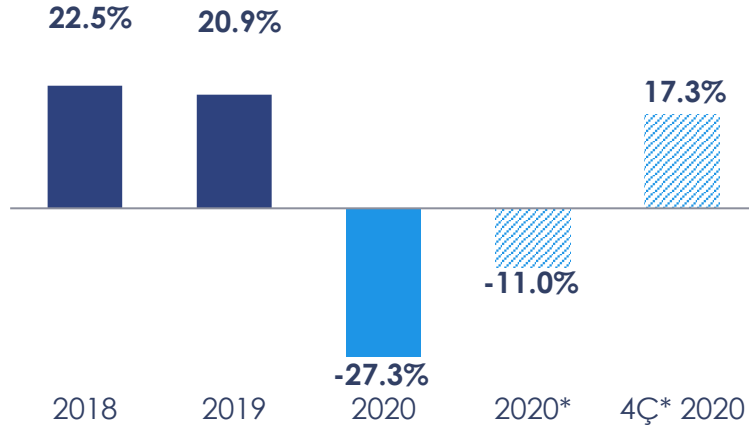
- 2020 yılında 15 mağaza açılışı ve dokuz mağaza kapanışı ile toplam perakende mağaza sayısı Ocak 2021 sonu itibariyle 320 olmuştur
- Bu dönemde 7 mağazada metrekare genişlemesi yapılmıştır
- Toplam satış alanı 159,4 Bin m², ortalama mağaza büyüklüğü 498m²'dir

2020 Yılı eyrek Dönemler Özeti



2020/2019	1Ç 2020	2Ç 2020	3Ç 2020	4Ç 2020
Ticaret Saati	(%47)	(%53)	(%25)	(%35)
Ticarete Açık günlerde trafik	(%4)	(%33)	(%35)	(%28)
Türkiye Perakende Geliri	(%48)	(%30)	(%8)	(%25)

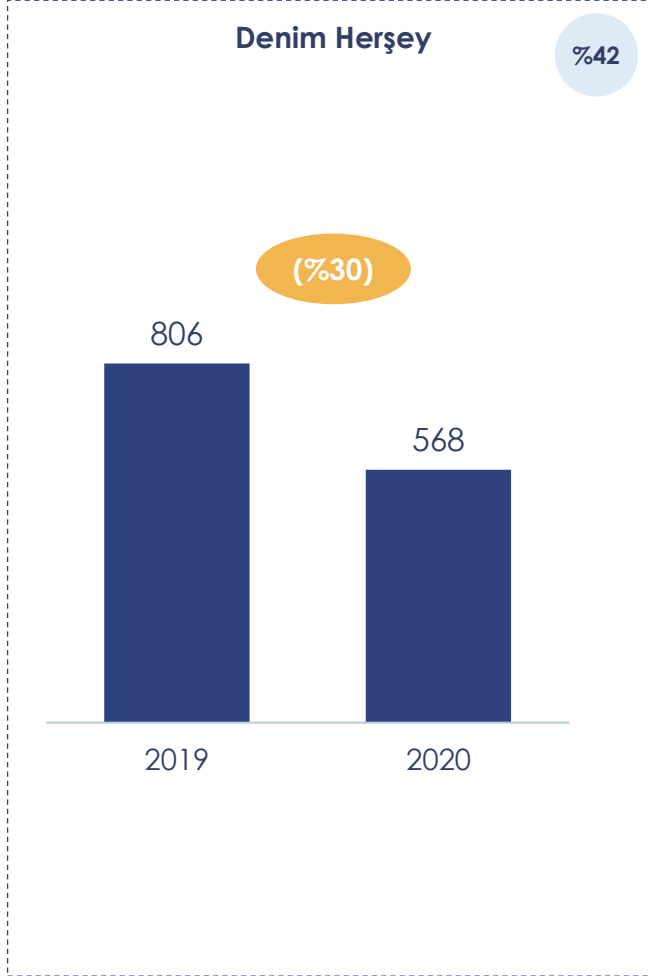
Aynı Mağaza Satış Performansı



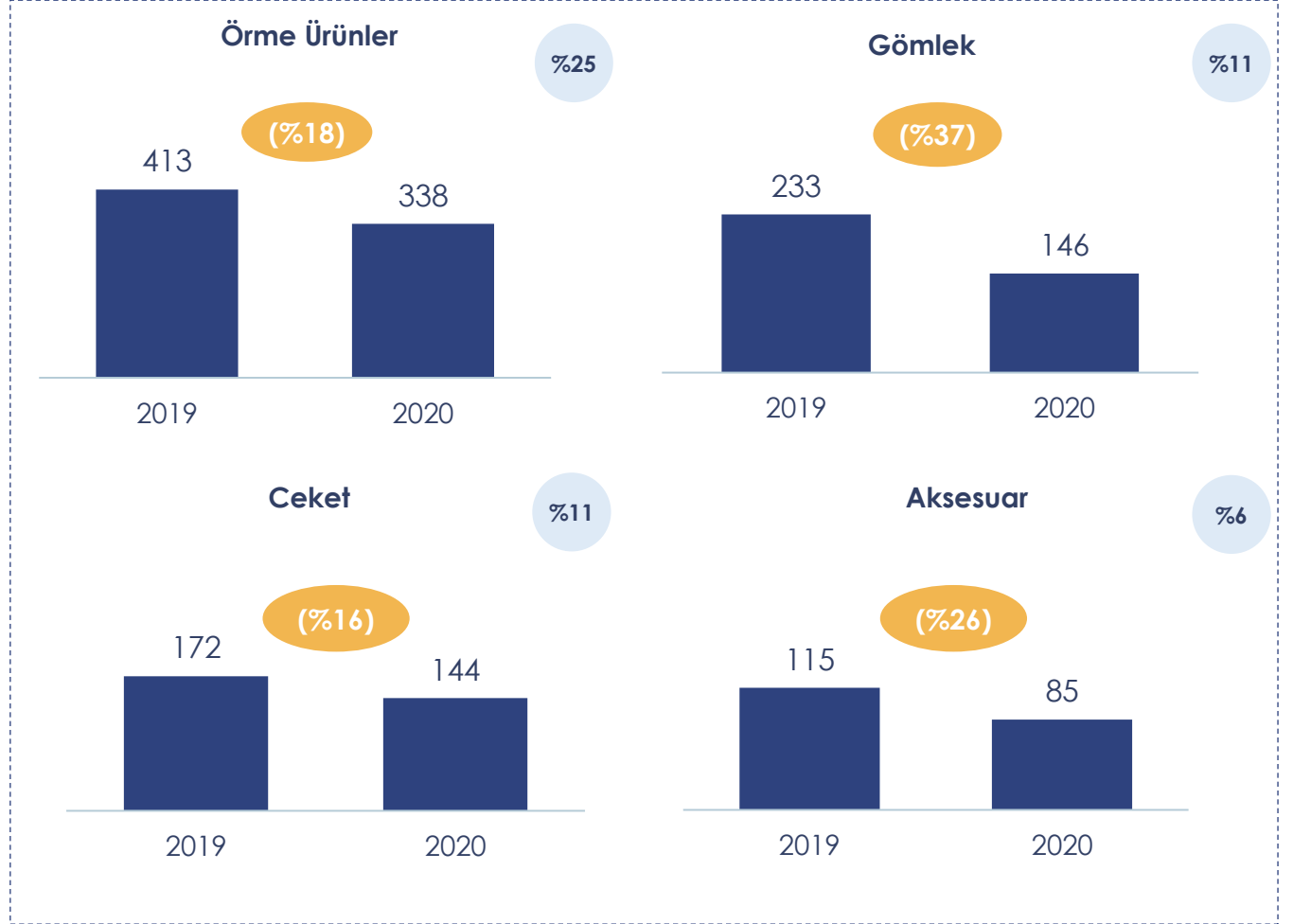
- 2020* and 4Ç* 2020 verileri ilgili dönemlerde sadece mağazaların açık olduğu günleri kapsamaktadır
- 2020 yılının açık günlerinde toplam trafik %40 gerilemiş ve bu kaybın büyük kısmı yüksek satışa dönüş oranları ve sepet büyüklüğündeki artış ile telafi edilmiştir.

Denim ve Lifestyle Kategorilerinde Satış Büyümesi

Denim Ürünler (mn TL)



Lifestyle Ürünler (mn TL)



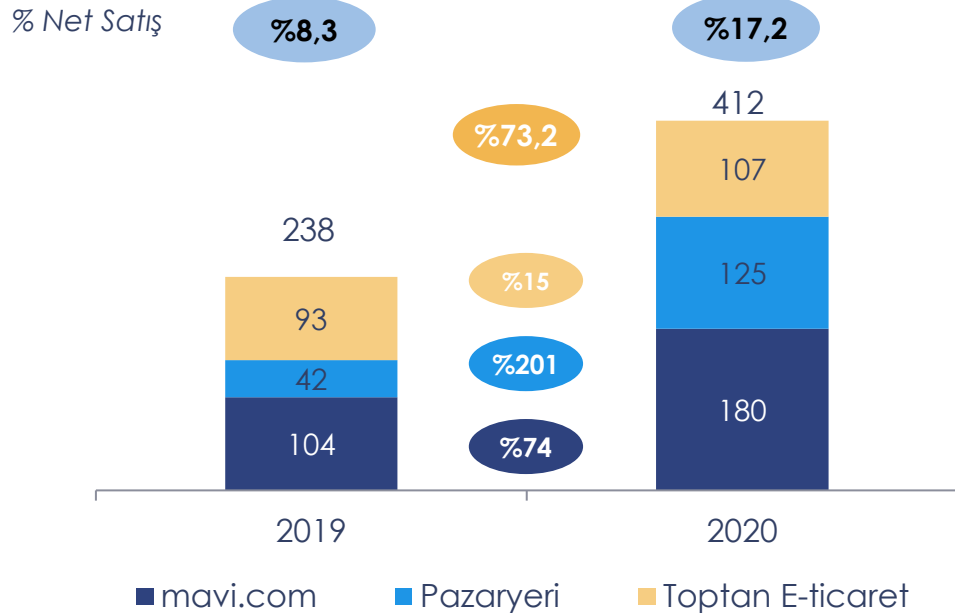
% 2020 Türkiye Perakende net satışları içindeki payı

Toplam Lifestyle Kategori Daralması : (%23)

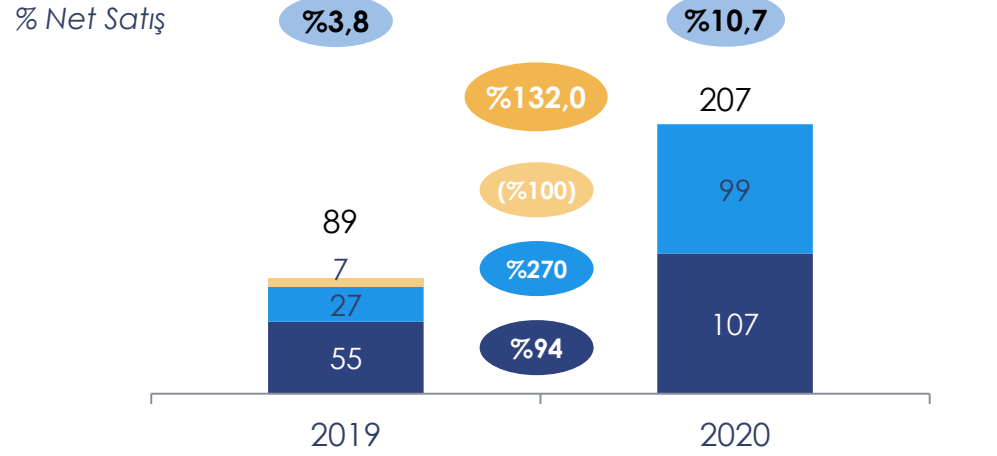
Not: Sadece Türkiye perakende net satış verilerini içerir. Kalan %5'lik net satış payı denim dışı altlar, elbiseler, etekler ve çocuk kategorilerinden oluşur.

Online Satış Büyümesi

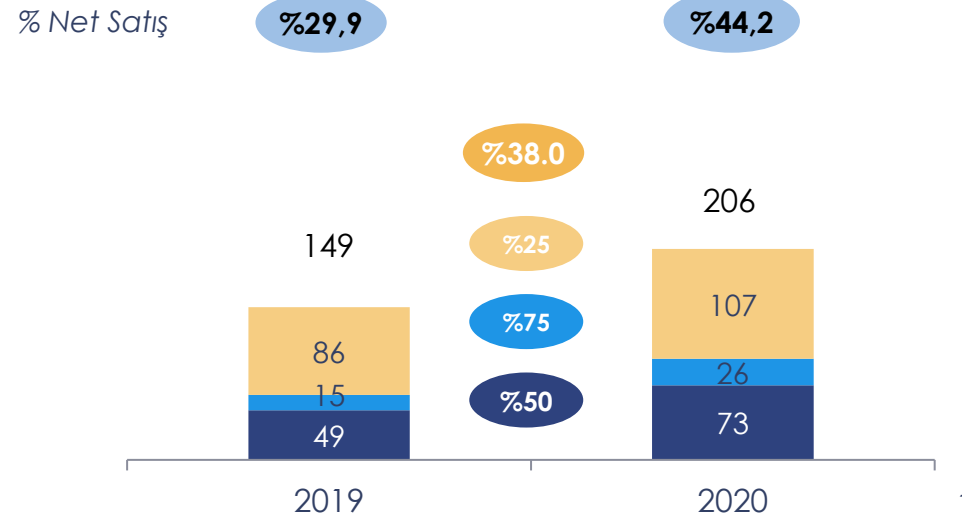
Global Online Satışlar (mn TL)



Türkiye Online Satışlar (mn TL)

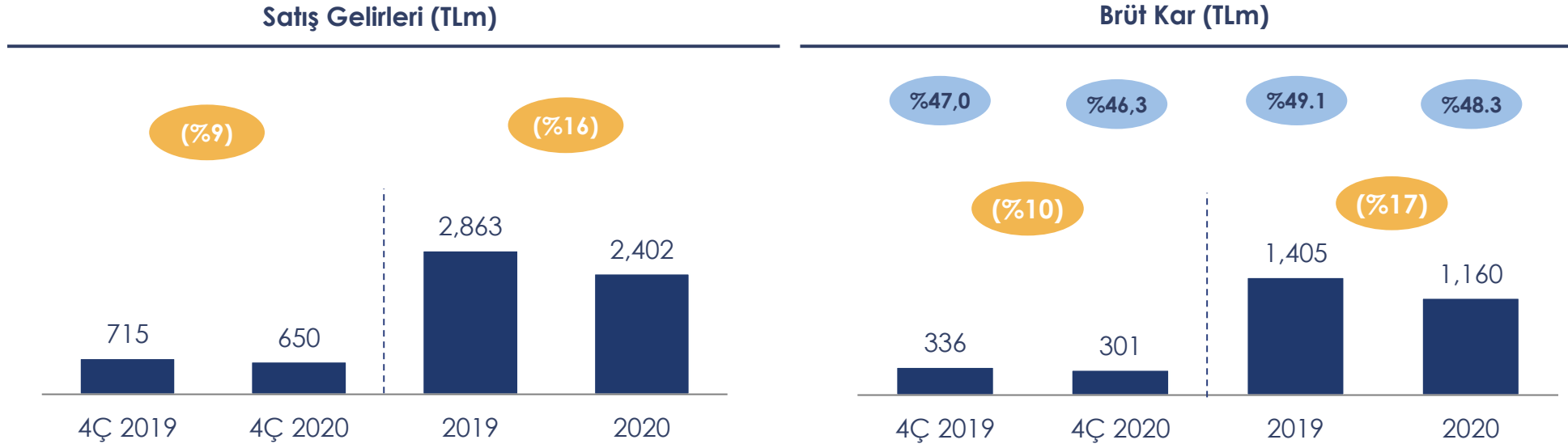


Yurtdışı Online Satışlar (mn TL)



- Dijital sistemlere ve online müşteriye yapılan sürekli yatırımlar e-ticaret kanallarından satışın sürekli artmasını sağlıyor
- Tüm ürün kategorilerinde tam fiyat stratejisi olan kanalın marj katkısı pozitif

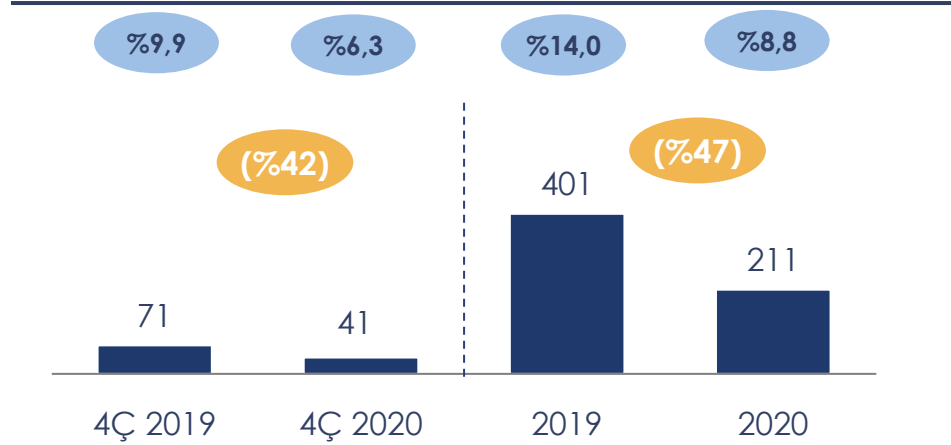
Konsolide Brüt Marj



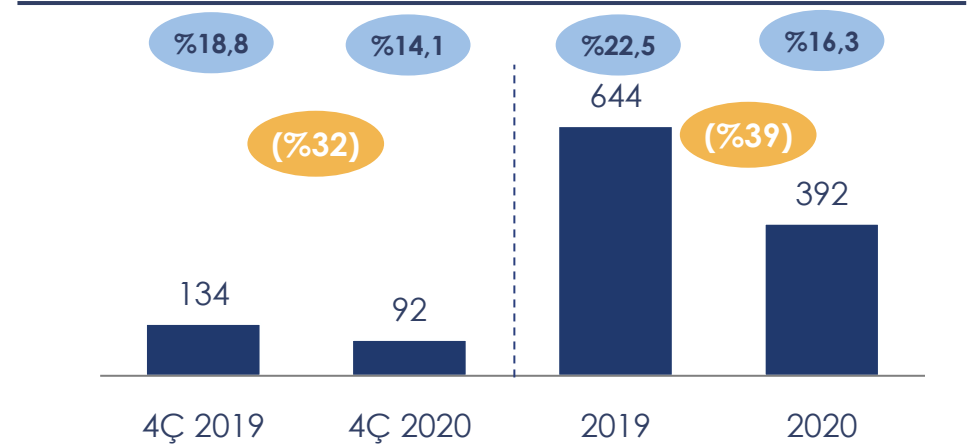
- Güncel faiz oranlarına göre normalize edilmiş brüt kar marjları 4Ç 2019 için **47.4%** ve 2019 yılı için **48.5%**
- Güçlü marka konumlanması ile verimli ürün-fiyat planlaması sayesinde 2020 yılında brüt kar marjları faiz oranı etkisinden arındırıldığında sadece 20 baz puan gerilemiştir.

Konsolide FAVÖK ve Net Kar

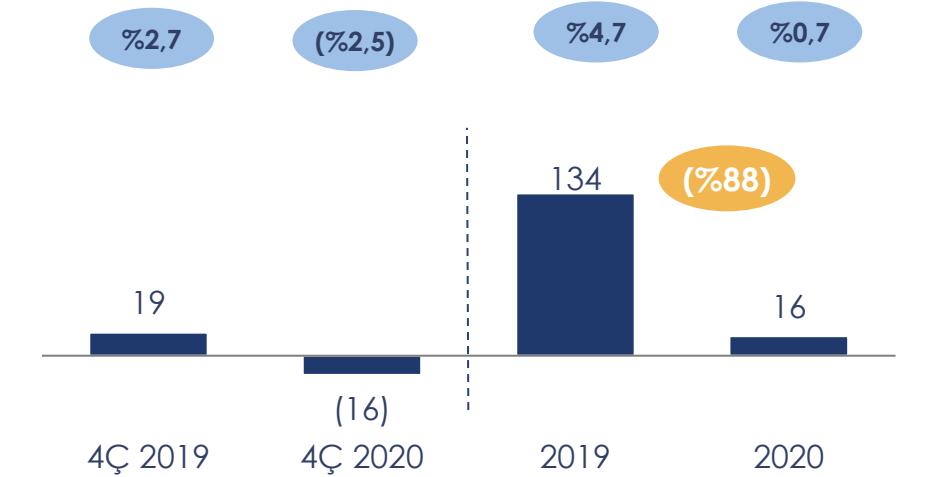
FAVÖK UFRS16 hariç (TlM)



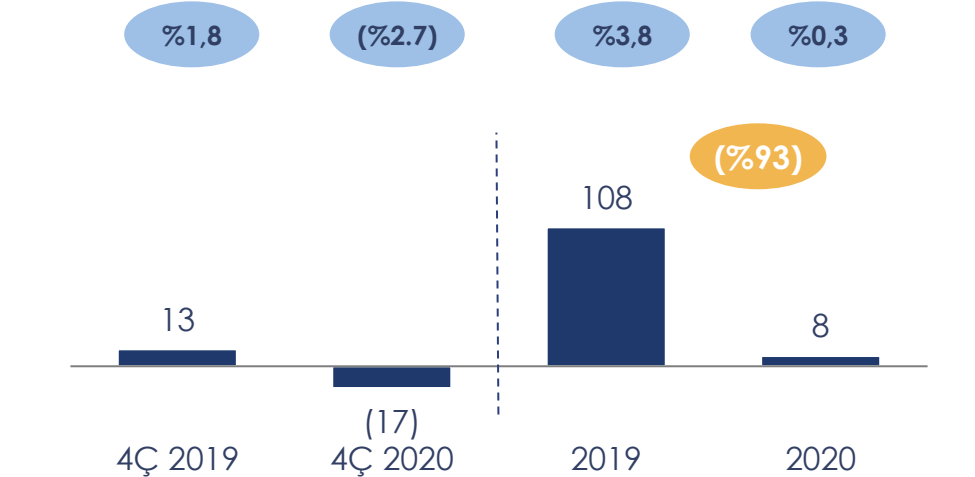
FAVÖK UFRS16 dahil (TlM)



Net Kar UFRS16 hariç (TlM)



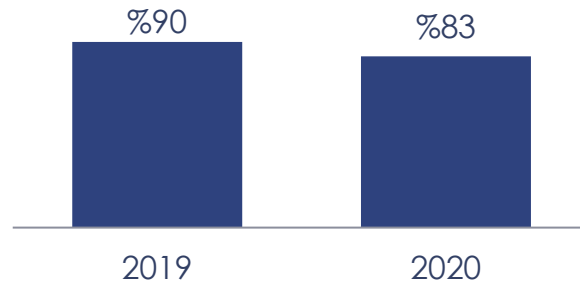
Net Kar UFRS16 dahil (TlM)



% Büyüme % Marj

İşletme Sermayesi Yönetimi ve Nakit Döngüsü

Nakit Döngüsü (UFRS 16 Hariç)



Tlm	2019	2020
FAVÖK	400,7	210,5
Δ Net İşletme Sermayesi	(38,3)	(34,8)
Operasyonel Nakit Akışı	362,4	175,7

Ana İşletme Sermayesi Kalemleri

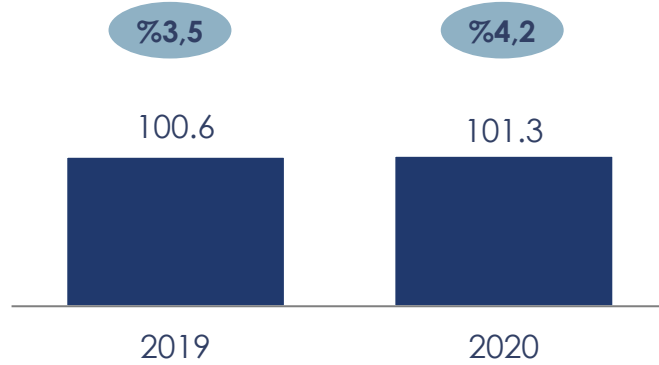
mn TL	2019	2020
Ticari ve Diğer Alacaklar	251,6	247,9
% Net Satış	8,8%	10,3%
Stoklar	496,1	560,1
% SMM	34,0%	45,1%
Ticari ve Diğer Borçlar	604,1	642,1
% SMM	41,4%	51,7%
Ana İşletme Sermayesi	143,5	165,9
% Net Satış	5,0%	6,9%

- Verimli planlama ve yüksek satışa dönüş oranları sayesinde ürün adedi olarak geçen yıl sonuna paralel sağlıklı stok seviyeleri elde edilmiştir
- Yıl sonu stoklarının ağırlıklı kısmı taze, yeni sezon ürünlerinden oluşmaktadır
- Faaliyetlerden nakit yaratılarak %83 oranında nakit döngüsüne ulaşılmıştır

Etkin Yatırım Yönetimi ve Düşen Borçluluk Oranları

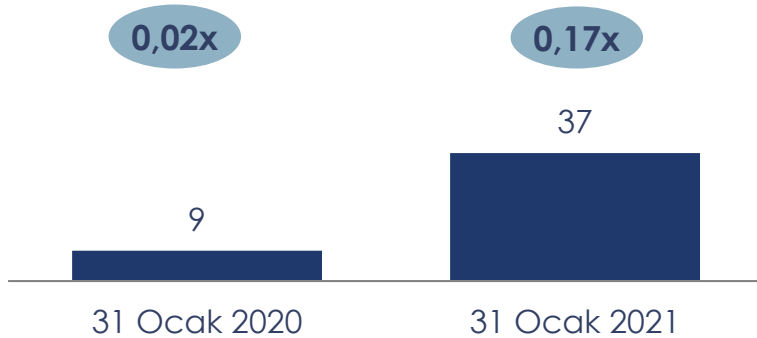
Yatırım Harcamaları (mTL)

% Net Satışlar

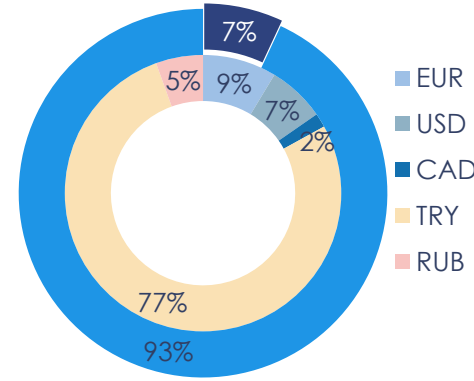


Net Borç (mTL) (UFRS 16 Hariç)

NB / FAVÖK (UFRS16 hariç)



Borç Kırılımı (31 Ocak 2021)



■ Lokal para birimi
■ Yabancı para birimi

Ortalama Borçlanma Maliyeti

TRY	%11,5
EUR	%0,9
USD	%3,3
RUB	%12,5
CAD	%3,0
Ağırlıklı Ortalama	%9,9

- Toplam konsolide borcun %16'i Mavi Amerika, Mavi Avrupa, Mavi Kanada ve Mavi Rusya'nın lokal para birimlerinde borçlarından oluşmaktadır. Sadece %7'si yabancı para cinsindedir.
- Açık döviz pozisyonu yaratmamak yönetimin öncelikli hedefleri arasındadır.

2021 Yılına Bakış

Tüm faaliyet gösterdiğimiz ülkelerde çeşitli kısıtlamalar devam ediyor ve ne kadar süreceği hala belirsiz görünüyor. Bu noktada 2021 yılına ilişkin beklentilerimizi paylaşmaktan geri duruyoruz.

1Ç 2021 Türkiye Perakende Görünümü :

- Şubat ayı boyunca hafta içi akşamları ve tüm haftasonu sokağa çıkma yasakları devam etti. Buna bağlı olarak müşteri trafiği %49 azaldı, aynı mağaza satışları %23 geriledi
- Mart itibarıyla kademeli normalleşme başlayarak haftasonu yasakları bazı şehirlerde tamamen kalktı bazı şehirlerde sadece Pazar günleri devam ediyor. Mart ayının ilk iki haftasında, aynı mağaza satışları %37 büyüdü

2021 Yılında Yönetim Öncelikleri

- Sürdürülebilir ve karlı büyüme trendimize geri döneceğiz. Mağaza açılışları ve online pazarlara yatırımlarımız devam edecek
- Müşteri beklentilerine cevap vermek ve operasyonlarda hızla odaklanılarak, tasarımda ve üründe yenilik ile verimli envanter yönetimi anahtar olmaya devam edecek
- Pazar payını artırma hedefli marka ve müşteri iletişim yatırımları sürecek
- Uzun vadeli sürdürülebilirlik stratejisi, yol haritası ve raporlaması gündemde olmaya devam edecek



mavi

investorrelations@mavi.com

Finansal Tablolar

Gelir Tablosu

TLm	4Ç 2019	4Ç 2020	Değişim (%)	2019	2020	Değişim (%)
Hasılat	714,6	649,9	(9%)	2.862,9	2.401,8	(16%)
Satışların Maliyeti	(379,1)	(349,2)	(8%)	(1.458,3)	(1.241,7)	(15%)
Brüt Kar	335,5	300,7	(10%)	1.404,6	1.160,1	(17%)
Brüt Kar Marjı	47,0%	46,3%		49,1%	48,3%	
Genel Yönetim Giderleri	(44,6)	(52,2)	17%	(162,0)	(173,3)	7%
Satış ve Pazarlama Giderleri	(224,1)	(232,3)	4%	(857,2)	(880,1)	3%
Arge Giderleri	(7,6)	(9,1)	20%	(25,9)	(33,7)	30%
Diğer Gelir / (Gider), net	0,1	(2,3)	n.m.	2,4	17,6	640%
Operasyonel Kar	59,3	4,8	(92%)	362,0	90,6	(75%)
Yatırım Faaliyetlerinden Kar/(Zarar)	(0,1)	(0,2)	n.m.	(0,8)	(1,4)	n.m.
Finansal Giderler öncesi Operasyonel Kar	59,3	4,6	(92%)	361,2	89,2	(75%)
Operasyonel Kar Marjı	8,3%	0,7%		12,6%	3,7%	
Finansal Giderler, Net	(44,4)	(23,5)	(47%)	(223,7)	(76,8)	(66%)
Vergi Öncesi Kar	14,9	(19,0)	n.m.	137,5	12,5	(91%)
Dönem vergisi	(1,9)	1,5	n.m.	(29,6)	(4,4)	(85%)
Dönem Karı	12,9	(17,5)	n.m.	107,9	8,0	(93%)
Dönem Kar Marjı	1,8%	(2,7%)		3,8%	0,3%	
FAVÖK	134,2	91,7	(32%)	644,4	392,1	(39%)
FAVÖK Marjı	18,8%	14,1%		22,5%	16,3%	

Finansal Tablolar

Bilanço

Tlm	31 Ocak 2020	31 Ocak 2021	Değişim (%)
Varlıklar			
Dönen Varlıklar			
Nakit ve Nakit Benzerleri	310,8	889,9	186%
Ticari Alacaklar	231,1	231,4	0%
Stoklar	496,1	560,1	13%
Diğer Dönen Varlıklar	80,7	105,4	31%
Toplam Dönen Varlıklar	1.118,7	1.786,7	60%
Maddi Duran Varlıklar	180,7	197,7	9%
Kullanım Hakkı Varlıkları	406,7	435,0	7%
Maddi Olmayan Duran Varlıklar	222,4	262,7	18%
Diğer Duran Varlıklar	8,9	25,6	187%
Toplam Duran Varlıklar	818,8	921,0	12%
Toplam Varlıklar	1.937,4	2.707,8	40%
Kısa Vadeli Borçlanmalar	235,7	821,0	248%
Kısa Vadeli Kiralama İşlemlerinden Borçlar	198,0	218,6	10%
Ticari Borçlar	597,3	638,2	7%
Diğer Kısa Vadeli Yükümlülükler	92,1	108,3	18%
Toplam Kısa Vadeli Yükümlülükler	1.123,0	1.786,0	59%
Uzun Vadeli Finansal Borçlar	84,1	105,6	26%
Uzun Vadeli Kiralama İşlemlerinden Borçlar	240,8	260,0	8%
Diğer Uzun Vadeli Yükümlülükler	11,9	22,1	86%
Toplam Uzun Vadeli Yükümlülükler	336,7	387,7	15%
Toplam Yükümlülükler	1.459,8	2.173,7	49%
Özkaynaklar	477,7	534,0	12%
Toplam Özkaynaklar ve Yükümlülükler	1.937,4	2.707,8	40%

Finansal Tablolar

Nakit Akım Tablosu

TLm	2019	2020
Dönem Karı ¹	107,9	8,0
Düzeltilmeler	565,6	441,4
İşletme Faaliyetlerinden Nakit Akışları	673,5	449,4
Δ Net İşletme Sermayesi ²	(38,3)	(34,8)
Ödenen Vergi	(32,0)	(25,2)
İşletme Faaliyetlerinden Elde Edilen Net Nakit	603,2	389,4
Yatırım Harcamaları	(100,6)	(101,3)
Diğer Yatırım Faaliyetlerinden Nakit Akışları ³	(4,8)	57,1
Yatırım Faaliyetlerinde Kullanılan Net Nakit	(105,4)	(44,3)
Alınan / Ödenen Borçlar	(47,2)	564,0
Kira Söz. Kaynaklı Nakit Çıkışları	(243,5)	(180,6)
Diğer Finansal Ödemeler ⁴	(79,1)	(66,9)
Ödenen Faiz	(79,3)	(82,6)
Finansman Faaliyetlerinde Kullanılan Net Nakit	(449,0)	233,9
Net Nakit Akışları	48,8	579,0
Dönem Başındaki Nakit ve Nakit Benzerleri ⁵	262,0	310,8
Dönem Sonundaki Nakit ve Nakit Benzerleri ⁵	310,8	889,9

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 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 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 Ocak 2021)

