

Mavi, güçlü finansal yapısı ve istikrarlı büyüme trendiyle 2019'da gelirlerini yüzde 22, kârını yüzde 33 artırdı

Türkiye'nin öncü jean ve hazır giyim markası **Mavi**, 2019 yılı finansal sonuçlarını ve 2020 hedeflerini açıkladı. Konsolide gelirlerini geçen sene aynı döneme göre yüzde 22 artışla 2 milyar 863 milyon liraya yükselten Mavi, net kârını ise yüzde 33 artışla 134 milyon liraya taşıdı. Güçlü ve istikrarlı büyümesini sürdüren şirketin, FAVÖK'ü 401 milyon lira, FAVÖK marjini ise yüzde 14 olarak gerçekleştirdi.

2019 yılında Mavi'nin Türkiye ve uluslararası pazarlarda, perakende, toptan ve e-ticaretteki büyüme trendi devam etti. Açtığı 14 net yeni mağaza ile 35 ülkede 440 mağaza ve 5.500'ün üzerinde satış noktasına ulaşan şirketin, konsolide e-ticaret gelirleri ise yüzde 86 büyüdü. Müşteri odaklı stratejisi ve güçlü marka kimliğiyle 2019 yılında Türkiye'de 1,2 milyon yeni müşteri kazanan Mavi'nin bire bir aynı mağazalarda (like-for-like) büyümesi ise yüzde 20,9 oldu.

Mavi, 2020 yılında da güçlü bir performans sergileyerek konsolide gelirlerini yüzde 23 artırmayı hedefliyor.

Mavi CEO'su Cüneyt Yavuz'dan 2019 yılı değerlendirmesi

2019 yılında kaliteyle sürdürülebilir büyümeye odaklandık

Güçlü marka kimliğimiz, üretimden satış sonrası hizmetlere kadar her alana taşıdığımız kalite anlayışımız, müşterilerimizle kurduğumuz sağlam bağ ve yetenekli insan kaynağımız ile 2019 yılı sürdürülebilir hedefler doğrultusunda önemli kazanımlar elde ettiğimiz bir yıl oldu. Sürdürülebilirliği öncelik olarak aldığımız bu dönemde satın alma, tedarik zinciri ve tüm birimlerimizi dahil ettiğimiz yeni bir iş süreci başlattık. Sonbahar – Kış döneminde Mavi'nin en sürdürülebilir koleksiyonu olan All Blue'yu sunduk ve müşterimizden çok olumlu geri dönüşler aldık.

Diğer taraftan şirketin sağlam finansal yapısını korumak ve verimliliği sağlamak en büyük önceliklerimizden biri oldu. Etkin tedarik, stok ve nakit akışı yönetimiyle düşük borçluluk oranlarına ulaştık. Doğru ürün, doğru fiyat, yüksek kalite dengesiyle müşteri odaklı stratejimizden hiç vazgeçmedik. Bu sayede 2019 beklentilerimiz doğrultusunda performans sergileyerek, konsolide gelirlerimizi yüzde 22 artışla 2 milyar 863 milyon liraya yükselttik. Bu başarının sürdürülebilir olmasına katkısı bulunan tüm Mavi çalışanlarına teşekkür ediyorum.

2019'da 1 milyon yeni müşteri kazanma hedefimizi aştık

Türkiye'de özellikle dördüncü çeyrekte yakaladığımız müşteri trafiği ve işlem adedi artışı, performansımızı ileriye taşıdı ve bu dönemde birebir aynı mağazalardaki (like-for-like) büyümemiz yüzde 21,9'a yükseldi. Sektörün lider CRM programı Kartuş ile son 2 yılda aktif olan 5,8 milyon müşteriye ulaştık. 2019'da yüzde 65'i 35 yaş altı olmak üzere, 1,2 milyon yeni müşteri kazandık. Yılda 10 milyon jean satan bir marka olarak, müşterimizi her zaman en kaliteli ve en yenilikçi ürünlerle buluşturmaya devam ediyoruz. Erkeklerde Mavi Black Pro ve kadınlarda Mavi Icon gibi özel koleksiyonlarla, Mavi'ye hem yeni müşteri kazandırdık hem de mevcut müşterilerimizin alışveriş frekansını ve sepetini artırdık.

Konsolide e-ticaret gelirinde yüzde 86 artış

Mavi.com'un yanı sıra stratejik öneme sahip online iş ortaklarıyla birlikte e-ticaret faaliyetlerimiz genişliyor. 2019'da konsolide e-ticaret gelirlerimizi yüzde 86 oranında artırdık ve online kanallardan elde ettiğimiz gelirlerin ciromuzdaki payını yüzde 5,1'e taşıdık. Online yeni dönemde de Mavi için önemli büyüme alanlarından biri olmaya devam edecek.

2020'de yüzde 23 büyüme hedefliyoruz

Önümüzdeki yıl için beklentilerimizi yine güçlü bilanço yapısı ve kârlı büyüme üzerine kurguladık. Konsolide gelirlerimizi yüzde 23 büyütürken yüzde 14 FAVÖK marjı elde etmeyi ve bilançoda net nakit durumuna geçmeyi hedefliyoruz. 2020 yılında Türkiye'de 15 net mağaza açmayı ve 10 mağazamızı genişletmeyi planlıyoruz. Birebir mağazalardaki (like-for-like) büyüme hedefimizi ise yüzde 18 olarak belirledik.

Mavi, 2019 yılında gelirlerini bir önceki yıla göre yüzde 22 artırdı:

Konsolide

- Mavi'nin konsolide gelirleri %22 artarak 2 milyar 863 milyon TL'ye çıktı.
- FAVÖK %9 artarak 401 milyon TL oldu. FAVÖK marjı ise %14 olarak gerçekleşti.
- Net kâr %33 yükselerek 134 milyon TL'ye yükseldi.
- Konsolide e-ticaret gelirleri %86 arttı.
- Globalde toplam mağaza sayısı 440'a ulaştı.

Türkiye

- Mavi'nin Türkiye'deki gelirleri %23 büyüdü ve 2 milyar 365 milyon TL'ye yükseldi.
- Bir önceki seneye birebir aynı mağazaların (like-for-like) büyümesi ise %20,9 oldu.
- Net 14 yeni mağaza açılırken, 11 mağaza genişletildi ve 156 bin m2 perakende satış alanına ulaşıldı.
- Tüm ürün kategorilerinde büyüme gerçekleşti. Jean %24, ceket-mont % 27, gömlek %17, tişört %29 aksesuar %18 artış gösterdi.
- Mavi, Türkiye'de sektörün lider CRM programı Kartuş'la 1,2 milyon yeni müşteri kazandı. 5,8 milyonu aktif toplamda 8,2 milyon müşteriye ulaştı.

Not: UFRS 16 etkisi hariç rakamlardır.

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