

# mavi

## 9 Ay 2022 Finansal Sonuçlar Sunumu

12 Aralık 2022



**BİRLİKTE  
ÇOK GÜZEL  
OLUYORUZ**



# 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 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.

### 3. eyrek 2022 Gelişmeleri

---

- Global bazda **%136 satış büyümesi** ile yine çok güçlü bir eyrek
- Türkiye'de Sonbahar/Kış 2022 sezonu müşterilerden büyük ilgi görmesi sonucunda **Türkiye perakende satışları üçüncü çeyrekte %143 büyüdü**. Devam eden yüksek enflasyon ortamında tüketici talebi güçlü seyretti
- Satış büyümesinde **fiyat artışının yanısıra adet büyümesi de etkili oldu**. Türkiye'de tüm ürün kategorilerinde adetsel büyüme gerçekleşti
- Yurtdışı pazarlarda makro ekonomi kaynaklı zayıflamaya rağmen **kur etkisi hariç satış büyümesi** gerçekleşti
- **Online satışlar** tekrar hız kazanarak üçüncü çeyrekte **Türkiye'de %97, globalde %108 büyüme** kaydetti
- Olumlu talep ortamı **satışa dönüş oranlarını destekleyerek** üçüncü çeyrekte de **maliyet baskısını telafi etmeye yardımcı oldu**
- Başarılı sonuçları sürdürmede ana faktörler her zamanki gibi dinamik ve adaptif **tedarik zinciri yönetimi, verimli ürün planlaması ve stok yönetimi** oldu
- Ürün ve operasyonel giderlerde enflasyonist yüksek maliyetler devreye girdikçe **marjlar normalleşme trendine girdi**
- Kalite ve yeniliğe odaklanan **marka ve müşteri yatırımları devam etti, 2022 yılında 767Bin yeni müşteri kazanıldı**
- Rivet Ödüllerinde 4. kez **“En İyi Sürdürülebilir Koleksiyon”** ünvanı elde edildi



# 9 Ay 2022'de Öne Çıkanlar

- Konsolide gelirler 7.325 mTL gerçekleşti. Geçen yıl aynı döneme göre %130 büyüdü
- FAVÖK 1.860 mTL gerçekleşti, FAVÖK marjı %25,4 oldu
- Net kar 1.158 mTL gerçekleşti
- Toplam mono-brand Mavi mağazası sayısı 459'e ulaştı
- Yıl sonuna göre %83 artışla 1.134 mTL net nakit pozisyonuna ulaşıldı
- Türkiye perakende gelirleri %146, Türkiye online satışları %71 büyüdü

## KONSOLİDE METRİKLER <sup>1</sup>

7.325 mTL Gelir	1.860 mTL FAVÖK
%25,4 FAVÖK Marjı	1.158 mTL Net Dönem Karı
459 <sup>2</sup> Monobrand Mağaza	1.134 mTL Net Nakit

## TÜRKİYE METRİKLERİ

%146 Türkiye Perakende Satış Büyüme	%71 Online Satış Büyümesi
%60 Lifestyle	%40 Denim Herşey
	5,4 mn Aktif Üye Sayısı <sup>3</sup>

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

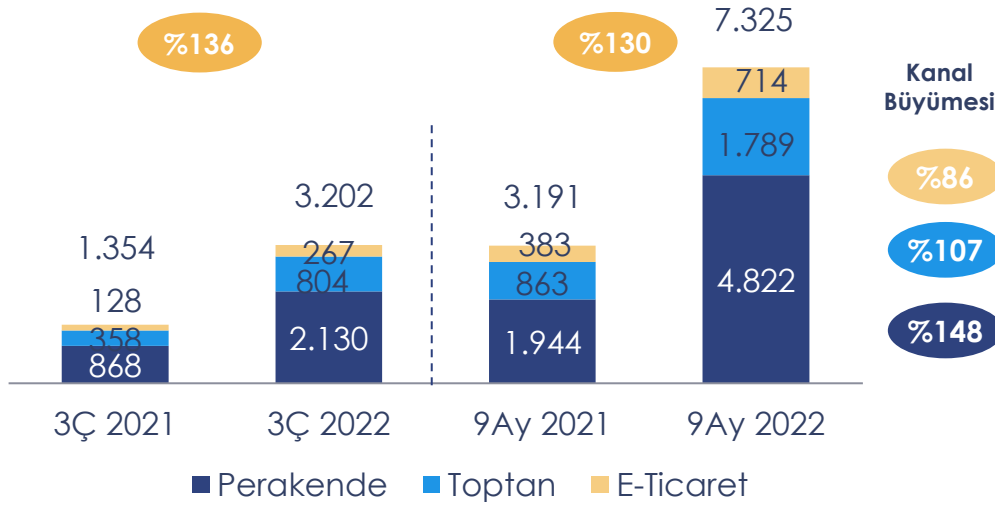
<sup>2</sup> Global olarak Mavi tarafından işletilen ve franchise verilen tüm mağazaları kapsamaktadır.

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

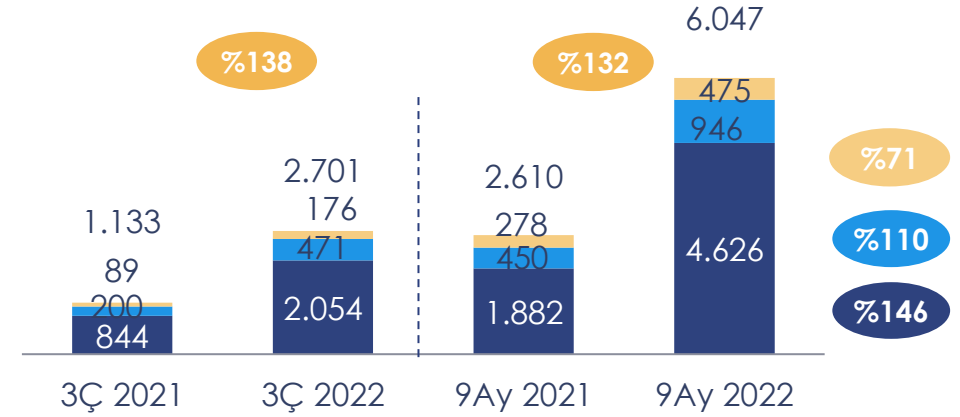
\*Kategori ve kadın/erkek oranları sadece Türkiye perakende verileridir.

# Satış Kanalı ve Bölgelerde Gelir Gelişimi

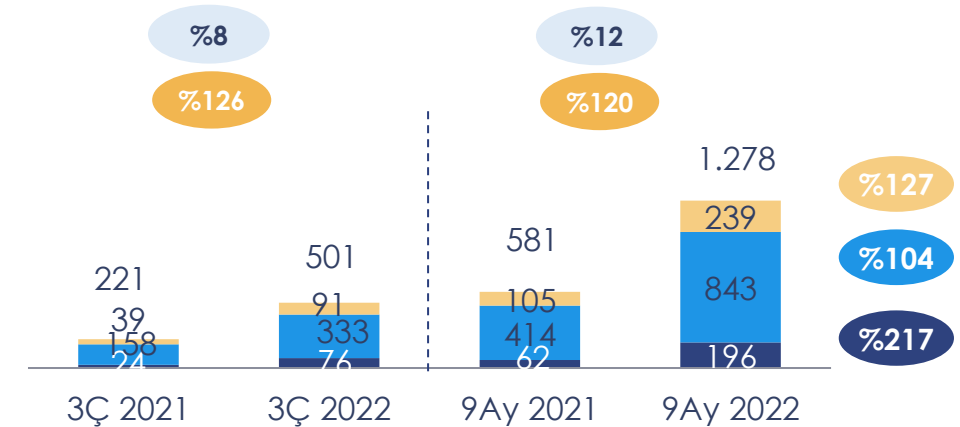
## Global Gelir (mn TL)



## Türkiye Gelirleri (mn TL)



## Yurtdışı Gelirler (mn TL)

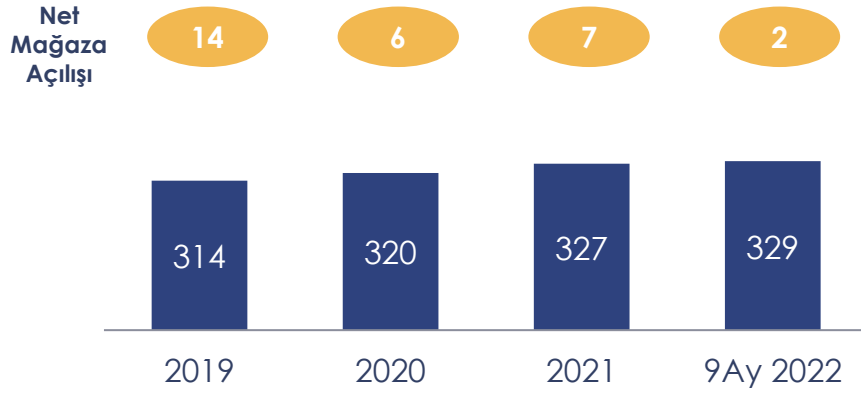


% Sabit Kur Büyüme

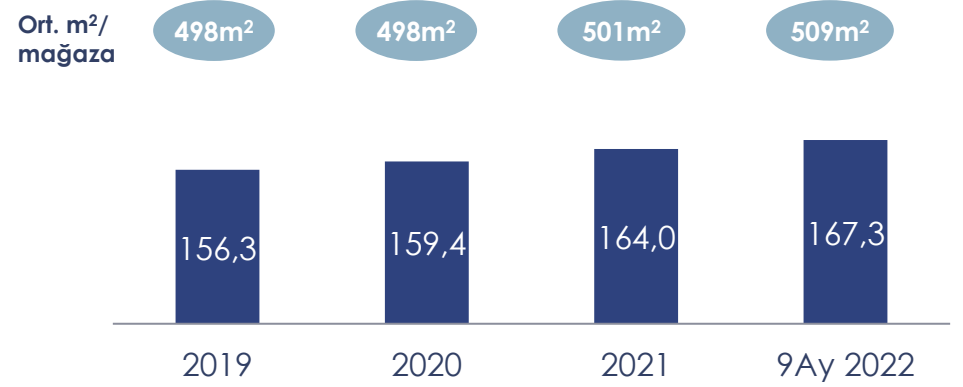
- 2022 yılı ilk dokuz ayında global gelirin %66'sı perakende, %24'ü toptan, %10'u e-ticaret kanallarından gerçekleşti
- Konsolide gelirin %83'ü Türkiye satışlarından oluştu
- Yurtdışı gelirler sabit kur varsayımı altında üçüncü çeyrekte %8, ilk dokuz ayda %12 büyüdü

# Türkiye Perakende Operasyonu

## Perakende Mağaza Sayısı

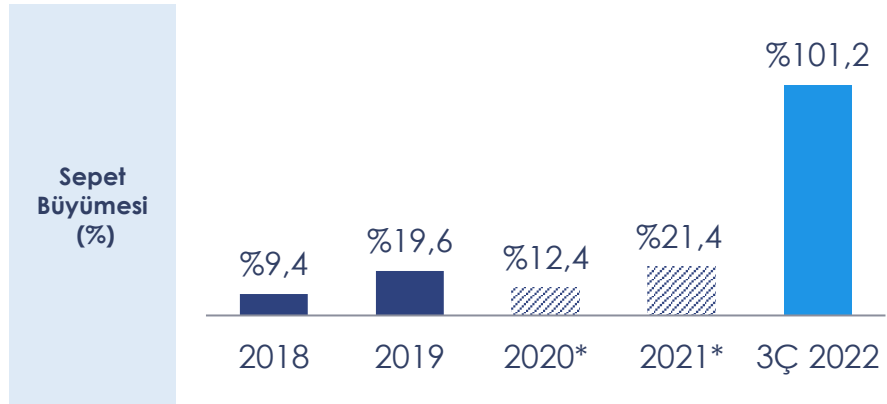
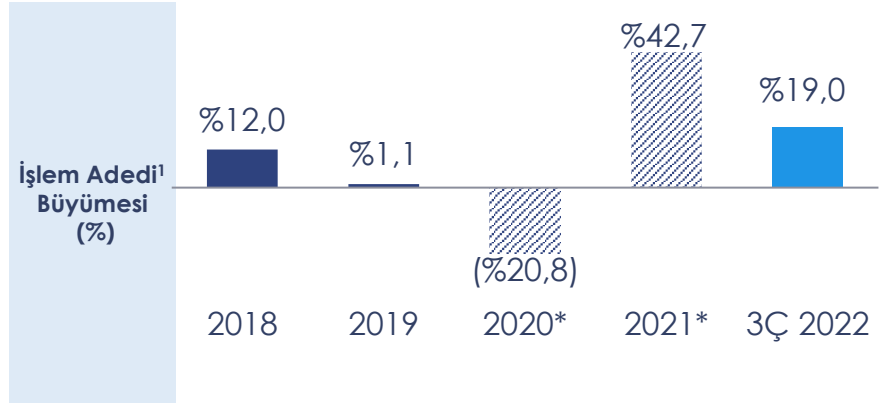
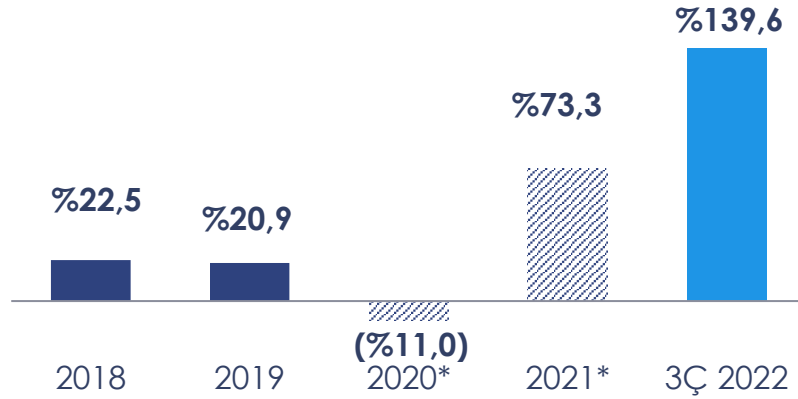


## Türkiye Brüt Satış Alanı (Bin m<sup>2</sup>)



- 2022 ilk dokuz ayında beş mağaza açılışı ve üç mağaza kapanışı ile toplam perakende mağaza sayısı Ekim 2022 sonunda 329 oldu
- 11 mağazada metrekare genişlemesi gerçekleşti
- Toplam satış alanı 167,3 Bin m<sup>2</sup> olurken ortalama mağaza büyüklüğü 509m<sup>2</sup>'ye yükseldi

# Aynı Mağaza Satış Performansı



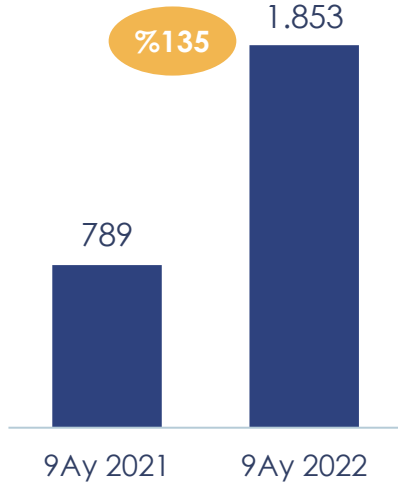
- 2022 üçüncü çeyrekte toplam mağaza **trafiği bir önceki yıl aynı döneme göre %19 daha yüksek** gerçekleşti, yüksek enflasyona karşın alışveriş iştahına işaret etti
- Üçüncü çeyrekte **satış adetlerinde %17 büyüme sağlandı**

# Denim & Lifestyle Kategorilerinde Satış Büyümesi

## Denim Ürünler (mTL)

### Denim Herşey

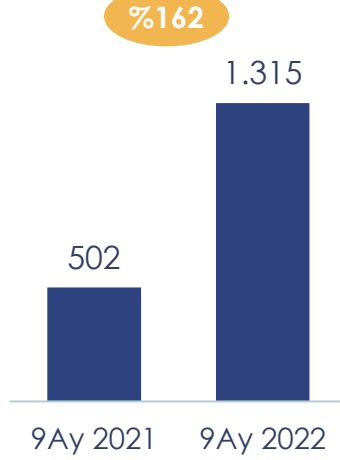
%40



## Lifestyle Ürünler (mTL)

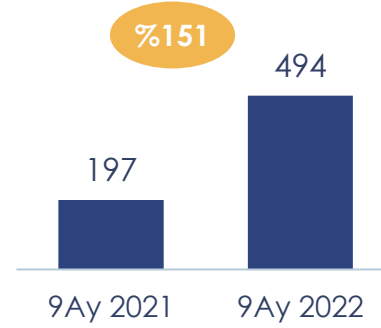
### Örme Ürünler

%28



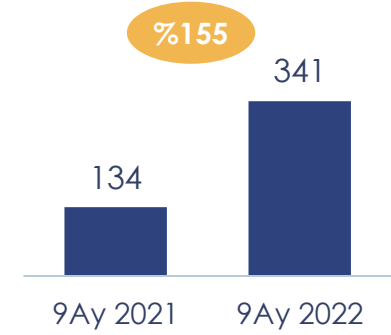
### Gömlek

%11



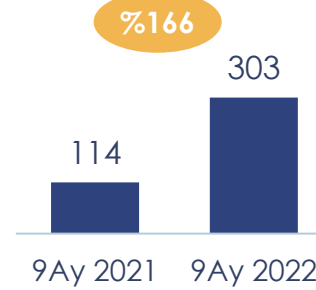
### Ceket

%7



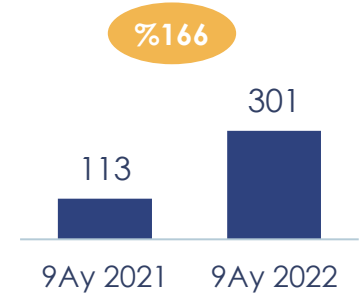
### Aksesuar

%6



### Denim Dışı Altlar

%6



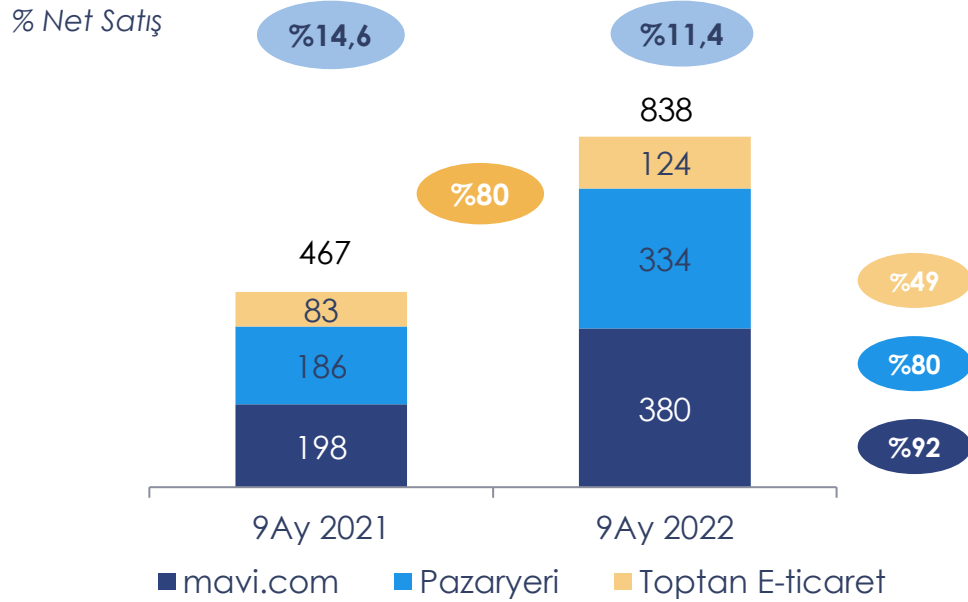
% 9Ay 2022 Türkiye perakende net satışlar içindeki payı

Not: Toplam Lifestyle kategori büyümesi %158. Kalan %2'lik kısım etek, elbise, aktif giyim ve çocuk kategorilerinden oluşmaktadır.

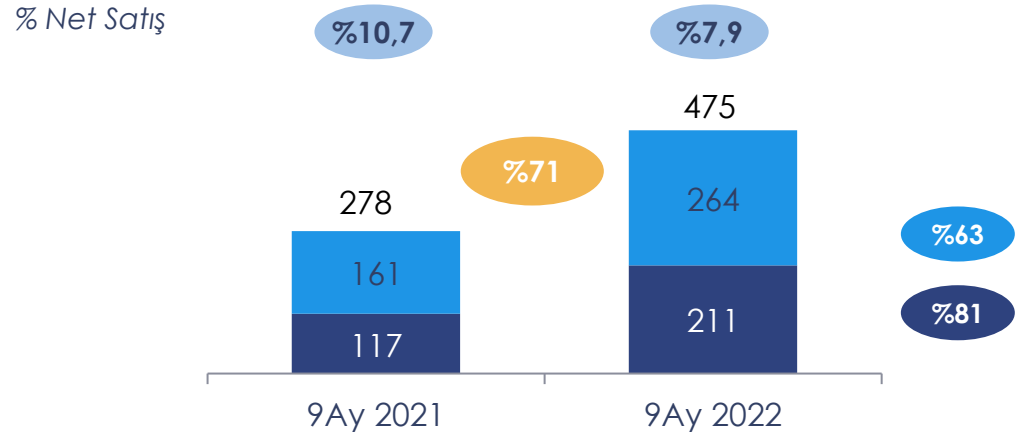


# Online Satış Büyümesi (toptan müşteriler dahil)

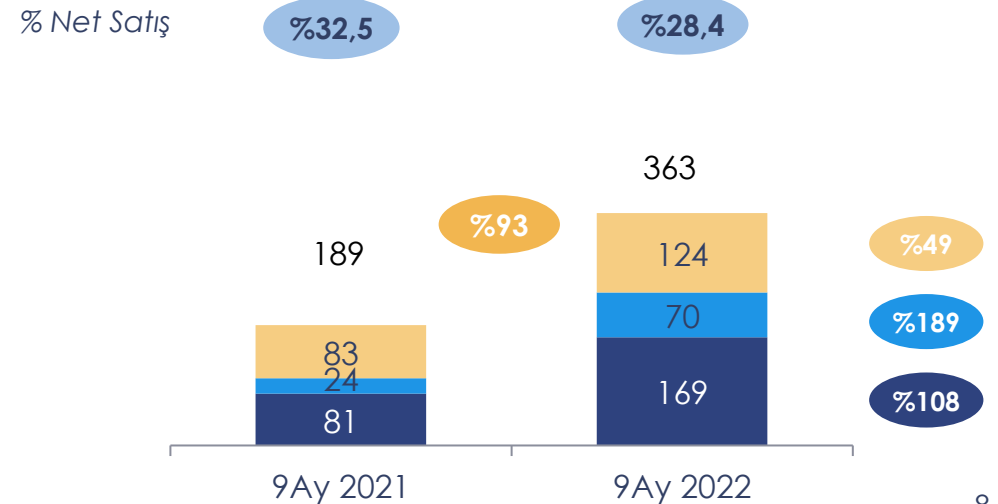
## Global Online Satışlar (mn TL)



## Türkiye Online Satışlar (mn TL)

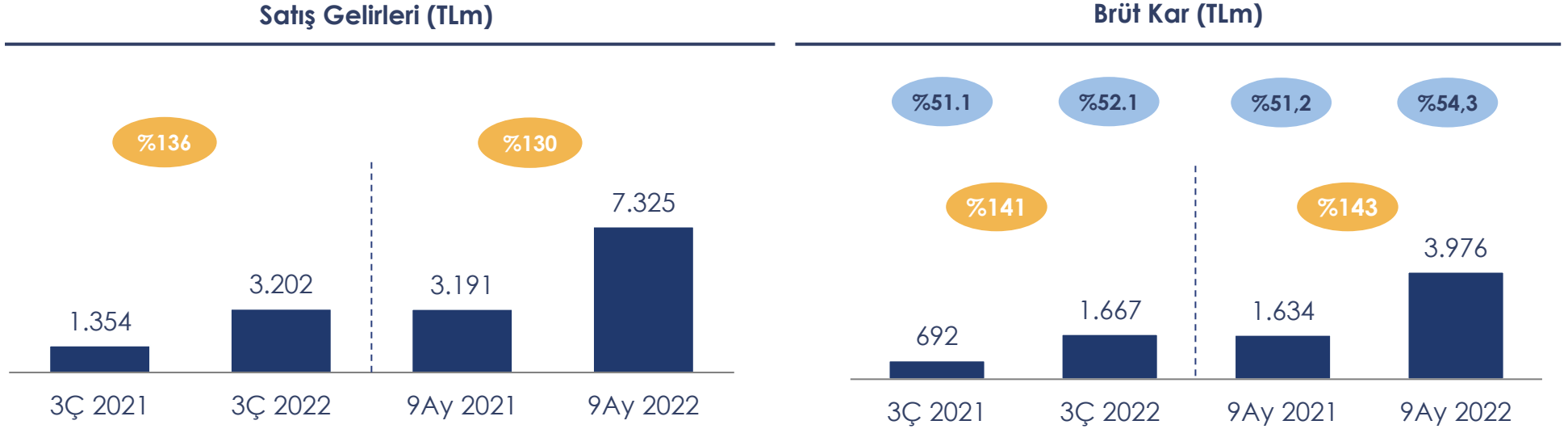


## Yurtdışı Online Satışlar (mn TL)



- Büyüme mavi.com başta olmak üzere müşteriye direkt olan kanallardan geldi
- Dijital sistemler ve online müşteriye yatırımlar devam etti. Entegre online –mağaza girişimleri (Omni) kanallararası alışveriş deneyimini artırıyor
- Tüm ürün kategorilerinde tam fiyat stratejisi ile pozitif kar marjı katkısı

# Konsolide Brüt Marj

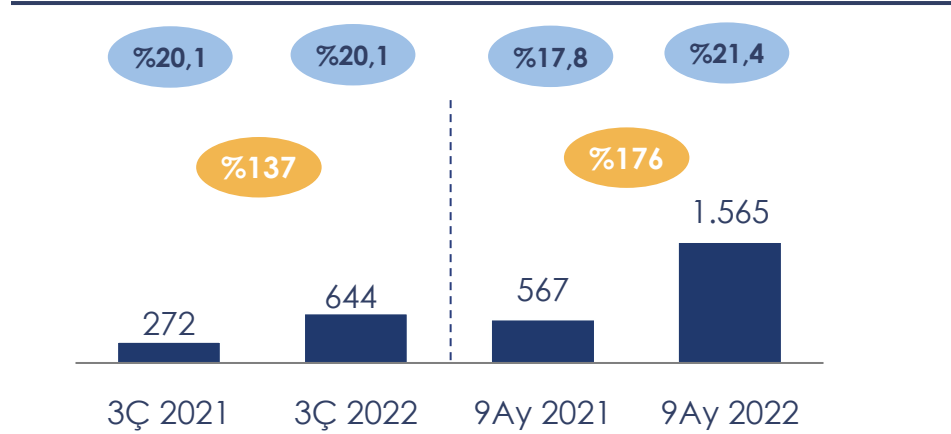


- Güçlü marka stratejisi, dinamik ürün-fiyat planlaması, yüksek talebe karşılık veren yenilik ve çeşitlilik sonucunda satışa dönüş oranları yüksek, indirim oranları düşük gerçekleşti
- Enflasyonist fiyatlandırma ortamında yüksek tüketici talebini doğru ürün konumlandırması ile karşılamak maliyet artışını telafi etmeyi destekledi
- Sonuçta, brüt kar marjı **üçüncü çeyrekte 120 baz puan, ilk dokuz ayda 330 baz puan geçen yıla göre iyileşme\* kaydetti**

% Büyüme % Marj

# Konsolide FAVÖK ve Net Kar

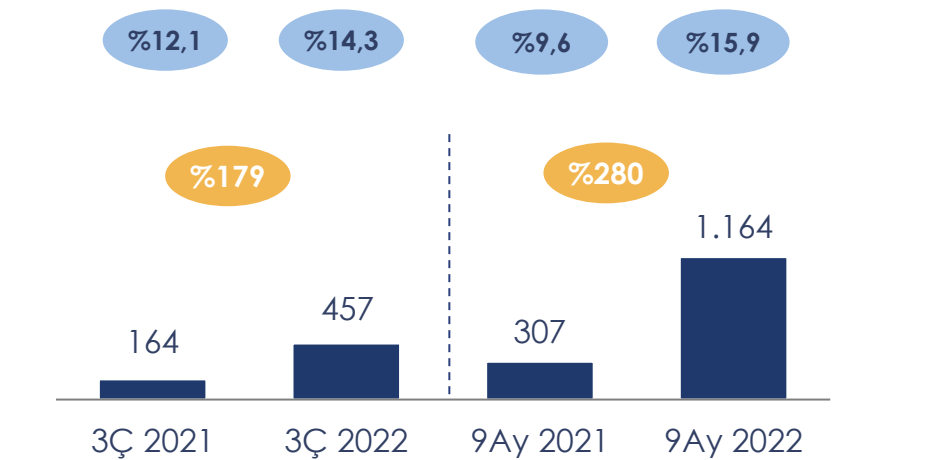
## FAVÖK UFRS16 hariç (TLm)



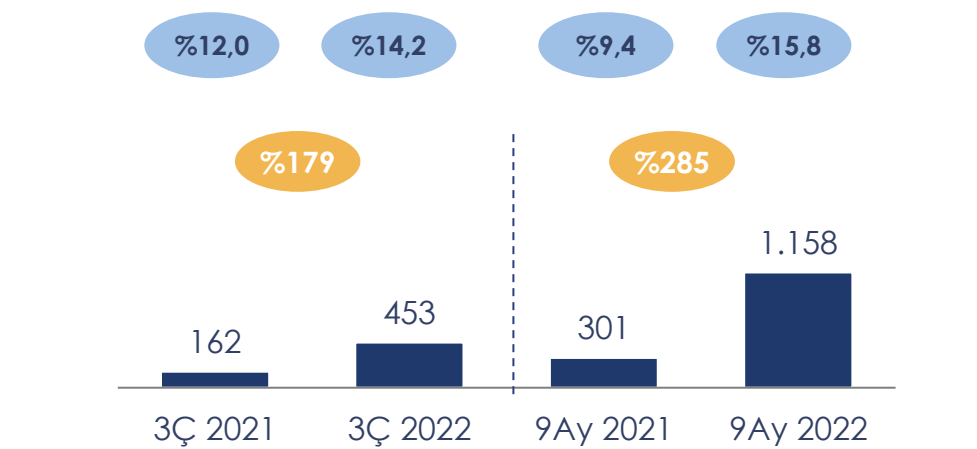
## FAVÖK UFRS16 dahil (TLm)



## Net Kar UFRS16 hariç (TLm)



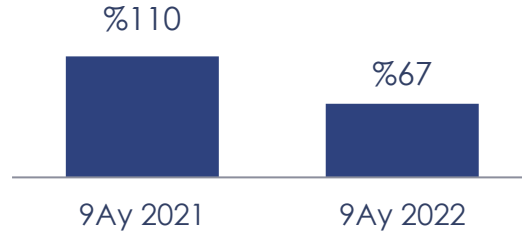
## Net Kar UFRS16 dahil (TLm)



% Büyüme % Marj

# İşletme Sermayesi Yönetimi ve Nakit Döngüsü

## Operasyonel Nakit Akışı (UFRS 16 Hariç)



Tlm	9Ay 2021	9Ay 2022
FAVÖK	567	1.565
Δ Net İşletme Sermayesi	57	(513)
Operasyonel Nakit Akışı	625	1.052

## Ana İşletme Sermayesi Kalemleri

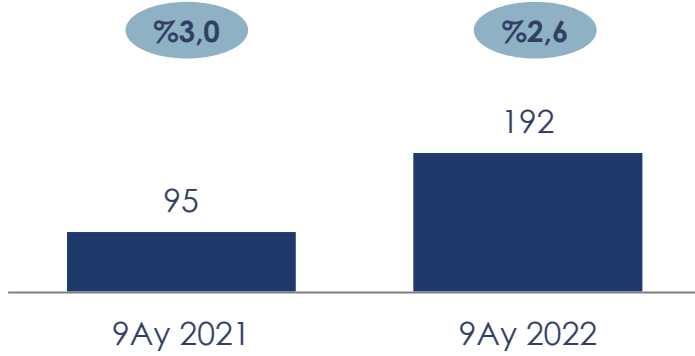
Tlm	2021	9Ay 2021	9Ay 2022
Ticari ve Diğer Alacaklar	434	437	1.022
% Son 12Ay Net Satış	%9,4	%11,4	%11,7
Stoklar	751	674	1.823
% Son 12Ay SMM	%33,4	%35,4	%45,1
Ticari ve Diğer Borçlar	1.208	946	2.368
% Son 12Ay SMM	%53,7	%49,6	%58,6
Ana İşletme Sermayesi	(22)	165	477
% Son 12Ay Net Satış	(%0,5)	%4,3	%5,5

- Stok seviyesindeki artış rekor seviyede artan (%128) ürün maliyetlerinden kaynaklanmaktadır
- Stok ürün adedi satış hacmindeki artışa bağlı geçen yıl aynı dönemin %19 üstünde olup ağırlıklı sezon ürünlerinden oluşmaktadır
- Net işletme sermayesi ihtiyacındaki artış artan ürün maliyetleri ve bu maliyet artışını sınırlamak üzere alınan aksiyonlar nedeniyledir

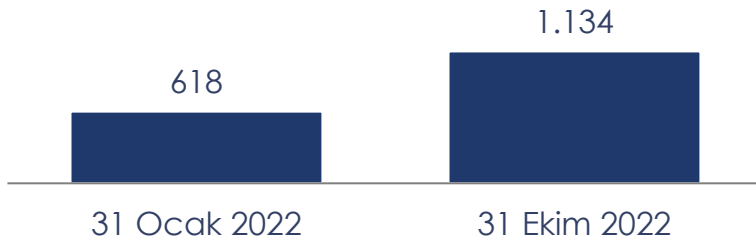
# Yatırım Harcamaları ve Borçluluk

## Yatırım Harcamaları (mTL)

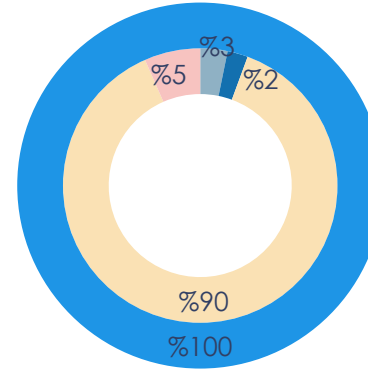
% Net Satışlar



## Net Nakit (mTL) (UFRS 16 Hariç)



## Borç Kırılımı (31 Ekim 2022)



■ USD  
■ CAD  
■ TRY  
■ RUB

■ Lokal para birimi  
■ Yabancı para birimi

## Ortalama Borçlanma Maliyeti

TRY	%22,6
USD	%2,0
RUB	%11,7
CAD	%3,0
Ağırlıklı Ortalama	%20,9

- Tüm yabancı para borçlar (toplam konsolide borcun %10'u) Mavi Amerika, Mavi Kanada ve Mavi Rusya'nın lokal para birimlerindeki borçlarından oluşmaktadır
- Ekim sonu itibariyle hiç yabancı para borçlanma bulunmamaktadır
- Açık döviz pozisyonu yaratmamak yönetimin öncelikli hedefleri arasındadır



# 2022 Yılı Yönetim Beklentileri Korunmaktadır

	Önceki (09.06.2022)	Güncel (19.09.2022)
Konsolide Gelir Büyümesi	100%	120%
Türkiye Perakende Mağazalar	3 net yeni mağaza açılışı 11 mağaza m2 büyümesi	3 net yeni mağaza açılışı 13 mağaza m2 büyümesi
FAVÖK Marjı	%18 ± %1 (UFRS16 hariç) %24 ± %1 (UFRS16 dahil)	%19 ± %0,5 (UFRS16 hariç) %24 ± %0,5 (UFRS16 dahil)
Net Borç/FAVÖK	Net Nakit Pozisyonu (UFRS16 Hariç)	Değişmedi
Yatırım Harcamaları	Konsolide Gelirin %3'ü	Değişmedi

## 4Ç 2022 Gelişmeleri

- Türkiye perakende satışları **Kasım ayında %143** ve **Aralık ilk 7 gününde %120** büyüdü
- Türkiye e-ticaret satışları **Kasım ayında %124** büyüdü



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

# Finansal Tablolar

## Gelir Tablosu (UFRS16 dahil)

Tlm	3Ç 2021	3Ç 2022	Değişim (%)	9Ay 2021	9Ay 2022	Değişim (%)
Hasılat	1.354	3.202	136%	3.191	7.325	130%
Satışların Maliyeti	(662)	(1.534)	132%	(1.557)	(3.349)	115%
Brüt Kar	692	1.667	141%	1.634	3.976	143%
Brüt Kar Marjı	51,1%	52,1%		51,2%	54,3%	
Genel Yönetim Giderleri	(70)	(220)	214%	(181)	(467)	158%
Satış ve Pazarlama Giderleri	(360)	(810)	125%	(941)	(1.967)	109%
Arge Giderleri	(14)	(20)	37%	(36)	(51)	44%
Diğer Gelir / (Gider), net	17	27	55%	29	66	130%
Operasyonel Kar	265	644	143%	505	1.557	208%
Yatırım Faaliyetlerinden Kar/(Zarar)	-	2	n.m.	(0)	11	n.m.
Finansal Giderler öncesi Operasyonel Kar	265	647	144%	505	1.568	210%
Operasyonel Kar Marjı	19,6%	20,2%		15,8%	21,4%	
Finansal Giderler, Net	(52)	(105)	102%	(112)	(239)	114%
Vergi Öncesi Kar	213	541	154%	393	1.329	238%
Dönem vergisi	(51)	(88)	73%	(93)	(171)	85%
Dönem Karı	162	453	179%	301	1.158	285%
Dönem Kar Marjı	12,0%	14,2%		9,4%	15,8%	
FAVÖK	346	752	117%	750	1.860	148%
FAVÖK Marjı	25,5%	23,5%		23,5%	25,4%	
FAVÖK (UFRS16 Hariç)	272	644	137%	567	1.565	176%
Dönem Karı (UFRS16 Hariç)	164	457	179%	307	1.164	280%

# Finansal Tablolar

## Bilanço (UFRS 16 dahil)

TLm	31 Ocak 2022	31 Ekim 2022	Değişim (%)
<b>Varlıklar</b>			
<b>Dönen Varlıklar</b>			
Nakit ve Nakit Benzerleri	1.482	2.263	53%
Finansal Yatırımlar	27	56	108%
Ticari Alacaklar	394	897	127%
Stoklar	751	1.823	143%
Diğer Dönen Varlıklar	202	507	151%
<b>Toplam Dönen Varlıklar</b>	<b>2.856</b>	<b>5.547</b>	<b>94%</b>
<b>Duran Varlıklar</b>			
Maddi Duran Varlıklar	259	343	33%
Kullanım Hakkı Varlıkları	451	491	9%
Maddi Olmayan Duran Varlıklar	474	652	38%
Diğer Duran Varlıklar	56	229	311%
<b>Toplam Duran Varlıklar</b>	<b>1.239</b>	<b>1.715</b>	<b>38%</b>
<b>Toplam Varlıklar</b>	<b>4.095</b>	<b>7.262</b>	<b>77%</b>
<b>Yükümlülükler</b>			
<b>Kısa Vadeli Yükümlülükler</b>			
Kısa Vadeli Borçlanmalar	891	1.015	14%
Kısa Vadeli Kiralama İşlemlerinden Borçlar	229	292	27%
Ticari Borçlar	1.189	2.326	96%
Diğer Kısa Vadeli Yükümlülükler	262	660	152%
<b>Toplam Kısa Vadeli Yükümlülükler</b>	<b>2.570</b>	<b>4.293</b>	<b>67%</b>
<b>Uzun Vadeli Yükümlülükler</b>			
Uzun Vadeli Finansal Borçlar	-	170	n.m.
Uzun Vadeli Kiralama İşlemlerinden Borçlar	277	266	(4%)
Diğer Uzun Vadeli Yükümlülükler	55	130	137%
<b>Toplam Uzun Vadeli Yükümlülükler</b>	<b>332</b>	<b>566</b>	<b>71%</b>
<b>Toplam Yükümlülükler</b>	<b>2.902</b>	<b>4.859</b>	<b>67%</b>
<b>Özkaynaklar</b>	<b>1.193</b>	<b>2.403</b>	<b>101%</b>
<b>Toplam Özkaynaklar ve Yükümlülükler</b>	<b>4.095</b>	<b>7.262</b>	<b>77%</b>



# Finansal Tablolar

## Nakit Akım Tablosu (UFRS16 dahil)

TLm	9Ay 2021	9Ay 2022
Dönem Karı <sup>1</sup>	301	1.158
Düzeltilmeler	546	1.013
<b>İşletme Faaliyetlerinden Nakit Akışları</b>	<b>847</b>	<b>2.171</b>
Δ Net İşletme Sermayesi <sup>2</sup>	57	(513)
Ödenen Vergi	(36)	(267)
<b>İşletme Faaliyetlerinden Elde Edilen Net Nakit</b>	<b>869</b>	<b>1.391</b>
Yatırım Harcamaları	(95)	(192)
Diğer Yatırım Faaliyetlerinden Nakit Akışları <sup>3</sup>	56	137
<b>Yatırım Faaliyetlerinde Kullanılan Net Nakit</b>	<b>(39)</b>	<b>(55)</b>
Alınan / Ödenen Borçlar	(386)	163
Kira Söz. Kaynaklı Nakit Çıkışları	(184)	(296)
Diğer Finansal Ödemeler <sup>4</sup>	(97)	(205)
Ödenen Temettü	(30)	(120)
Ödenen Faiz	(72)	(102)
<b>Finansman Faaliyetlerinde Kullanılan Net Nakit</b>	<b>(769)</b>	<b>(560)</b>
<b>Net Nakit Akışları</b>	<b>61</b>	<b>776</b>
Dönem Başındaki Nakit ve Nakit Benzerleri <sup>5</sup>	890	1.479
Dönem Sonundaki Nakit ve Nakit Benzerleri <sup>5</sup>	951	2.255

<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, 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 faiz gelir tahakkuklarını içermemektedir. Bu kalem hariç değerlendirildiğinde dönem sonundaki net nakit bilançodaki net Nakit ve Nakit Benzerleri kalemi ile eşittir.



## TFRS 16'nın Konsolide Finansal Tablolar Üzerinde Etkisi

<b>TLm</b>	<b>31 Ekim 2022</b>	<b>TFRS 16 Etkisi</b>	<b>TFRS 16 Sonrası</b>
Dönen varlıklar	5.550	(4)	5.547
Duran varlıklar	1.210	505	1.715
Kısa vadeli yükümlülükler	4.001	292	4.293
Uzun vadeli yükümlülükler	301	266	566
Özkaynaklar	2.459	(56)	2.403

	<b>9Ay 2022</b>	<b>TFRS 16 Etkisi</b>	<b>TFRS 16 Sonrası</b>
Faaliyet karı	1.510	47	1.557
Finansman gideri öncesi faaliyet karı	1.521	47	1.568
Finansman gelirleri	190	-	190
Finansman giderleri	(374)	(55)	(429)
Vergi öncesi kar	1.337	(8)	1.329
Dönem karı	1.164	(6)	1.158
FAVÖK	1.565	295	1.860

# Global Ayak İzi (31 Ekim 2022)

 Kanada

# Perakende Mağaza: 4  
# Toptan Satış Noktası: y.1.000  
# Çalışan: 85

   Avrupa

# Perakende Mağaza: 1  
# Toptan Satış Noktası: y.800  
# Çalışan: 50

 Rusya

# Perakende Mağaza: 17  
# Franchise Mağaza: 17  
# Toptan Satış Noktası: 151  
# Çalışan: 149

 ABD

# Toptan Satış Noktası: y.1.200  
# Çalışan: 81

 Türkiye

# Perakende Mağaza: 329  
# Franchise Mağaza: 69  
# Toptan Satış Noktası: y. 500  
# Çalışan: 5.279

 Diğer

# Franchise Mağaza: 22  
# Toptan Satış Noktası: 24

398

Türkiye'de Mono-Brand Mağaza

61

Yurtdışı Mono-Brand Mağaza

y.4.500

Satış Noktası

5.644

Çalışan Sayısı