



mavi

1. Yarı Yıl 2017 Finansal Sonuç Sunumu

İSTANBUL, 12 EYLÜL 2017

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. Üçüncü kişi konumundaki sektör yayınları, çalışmaları ve araştırmaları genellikle, söz konusu kaynaklarda yer alan verilerin güvenilir olduğu düşünülen kaynaklardan temin edildiğini, ancak bu verilerin doğruluğu veya tamlığı hususunda herhangi bir garantinin söz konusu olmadığını belirtmektedirler. 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 ve bunlardaki değişiklikler bildirimine konu edilmeyecektir. Dolayısıyla, bu sunumda yer alan hiçbir endüstri, pazar veya rekabet ortamı verisine gereğinden fazla anlam yüklenmemelidir. Bu sunum veya sunuma ilişkin dağıtılan herhangi bir materyal, götürülmesi, dağıtılması, yayımlanması, varlığı veya kullanımı yasa dışı olan veya kayıt veya lisanslama işlemi gerektiren yargı alanlarının vatandaşı veya mukimi olan herhangi bir gerçek veya tüzel kişiye götürülemez, dağıtılamaz ve iletilemez.

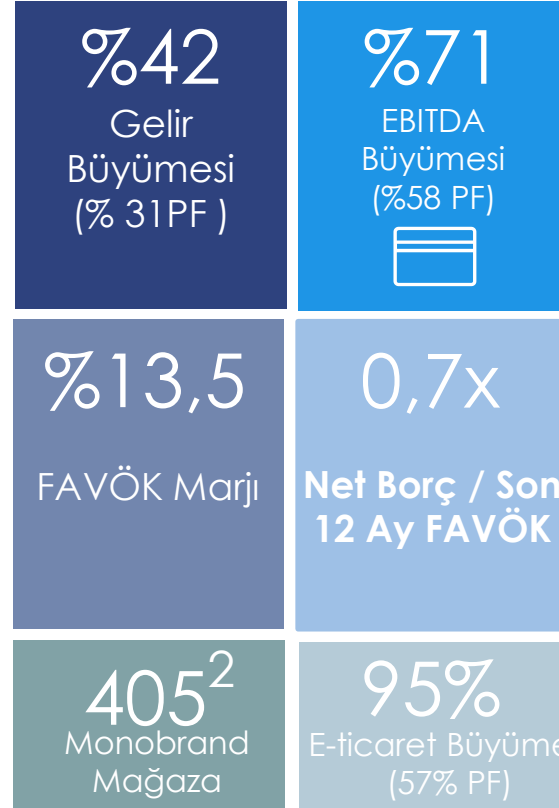
İşbu sunum "ileriye dönük ifadeler" içermektedir. Bu ifadeler "öngörmek", "olacak", "inanmak", "amaçlamak", "tahmin etmek", "beklemek" ve benzeri terimler içermektedir. Geçmişe dönük bilgiler dışındaki, Şirket'in finansal konumu, beklentileri, büyümesi, iş stratejisi, planları ve yönetimin gelecekteki operasyonlar ile ilgili hedefleri (Şirket'in ürün ve pazarlarıyla ilgili hedefler de dâhil olmak üzere ancak bunlar ile sınırlı olmaksızın), ilgili tüm ifadeler ileriye dönük ifadedir. İşbu ifadeler, izahnamede belirtilen ve Şirket'in gerçek sonuçlarının, performansının veya başarılarının, bu ileriye dönük ifadelerde belirtilen veya ima edilen sonuç, performans veya başarılarından esaslı derecede farklı olmasına sebep olacak riskler ve belirsizlikler de dahil, ancak bunlarla sınırlı olmamak kaydıyla, bilinen ve bilinmeyen riskleri, belirsizlikleri ve diğer önemli faktörleri de içerir. İşbu ifadeler, Şirket'in mevcut ve ileriye dönük iş stratejilerine ve Şirket'in ileride faaliyet göstereceği iş çevresine ilişkin çok sayıda varsayıma dayanmaktadır. Bu ileriye yönelik ifadeler, yalnızca işbu sunumun yapıldığı tarihi itibarıyla dikkate alınmalıdır. Şirket, ileriye dönük ifadelerin Şirket'in gelecekteki performansına bir garanti teşkil etmediğini ve Şirket'in asıl finansal konumu, beklentileri, büyümesi, iş stratejisi, planları ve gelecek operasyonlara ilişkin yönetimin hedeflerinin, işbu sunumda yer alan ileriye dönük ifadelerde belirtilen veya açıklananlar ile esaslı olarak farklılık gösterebileceği hususunda bu sunumun muhataplarını uyarmaktadır. Bunlara ek olarak, Şirket'in finansal konumu, beklentileri, büyümesi, iş stratejisi, planları ve yönetimin gelecekteki operasyonlar ile ilgili hedefleri, sunumda yer alan ileriye dönük ifadeler ile tutarlı dahi olsa, bu sonuçlar veya gelişmeler gelecekteki herhangi bir dönemde elde edilecek sonuçlar veya gelişmeler için bir gösterge teşkil etmez. Şirket, beklentilerinde meydana gelen değişikliklerin yansıtılması amacıyla veya sunum tarihinden itibaren gerçekleşecek bir olay veya meydana gelecek şartlar veya koşullar sebebiyle, işbu sunumda yer alan herhangi bir ileriye dönük ifadeyi inceleme veya teyit etme veya bu ifadelere ilişkin güncellemeleri veya tadilleri kamuya açıklamayı taahhüt etmemekte olup, böyle bir yükümlülüğü açıkça reddetmektedir.

İşbu sunuma katılarak veya sunum sayfalarını okuyarak, yukarıda yer alan kısıtlama ve sınırlamaları kabul ettiğinizi, ve özellikle: (i) yukarıda yer verilen uyarıları okuduğunuzu ve yasal uyarının içeriğine riayet edeceğinizi, (ii) Şirket'e, işine, finansal konumuna ve gelecekteki performansına ilişkin değerlendirmelerinizden yalnızca sizin sorumlu olacağınızı ve herhangi bir yatırım kararını yalnızca SPK tarafından onaylanmış izahname'ye dayanarak yapacağınızı beyan, tekeffül ve taahhüt edersiniz.

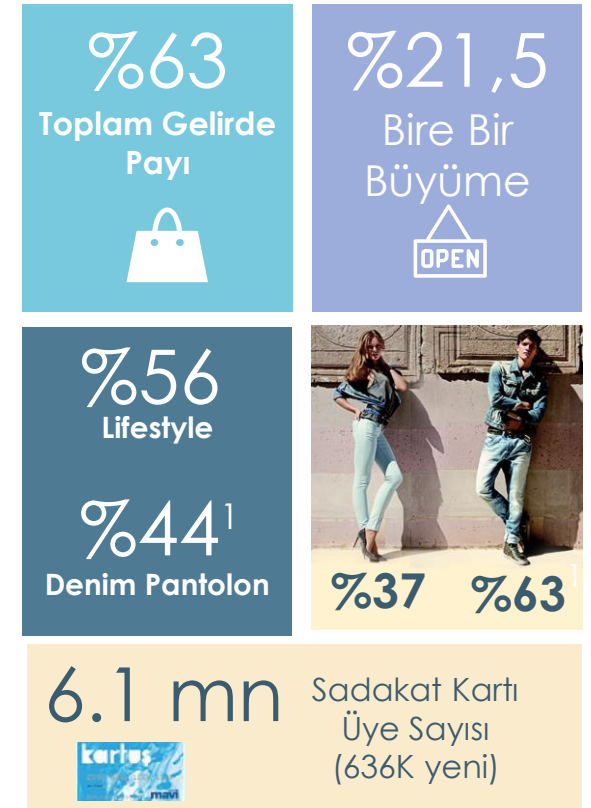
Başarılı Bir Sezon Daha: İlk Bahar – Yaz 2017 (1.YY 2017)

- Konsolide gelirler %42 artarak 829 mn TL gerçekleşti
- FAVÖK %71 büyüyerek 112 mn TL gerçekleşti, FAVÖK marjı %13,5 oldu
- Türkiye’de 11, Rusya’da 3 adet olmak üzere yeni mağaza açılışları devam etti, işletilen mağaza sayısı 297, toplam mağaza sayısı 405 oldu
- Türkiye Perakende bire bir gelir artışı %21,5 olarak gerçekleşti
- 636 bin yeni müşteri ile Kartuş üye sayısı 6,1 mn’a ulaştı, 4,4 mn’u son 2 yıl içinde alışveriş yapan aktif üyelerden oluştu

KARLI BÜYÜME

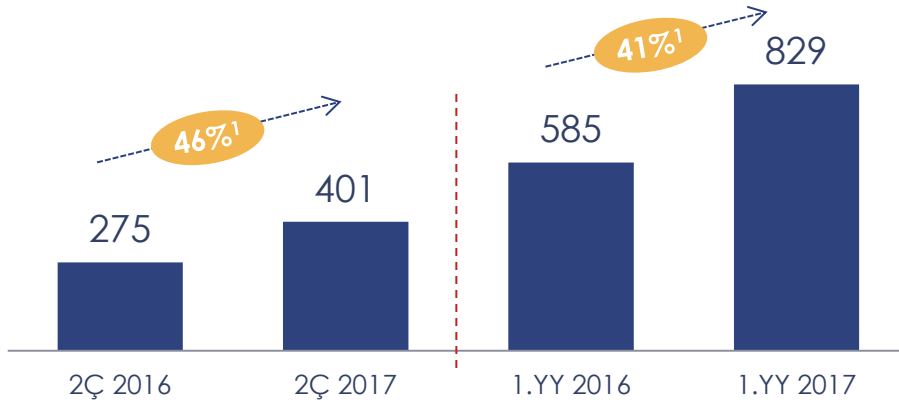


TÜRKİYE PERAKENDE

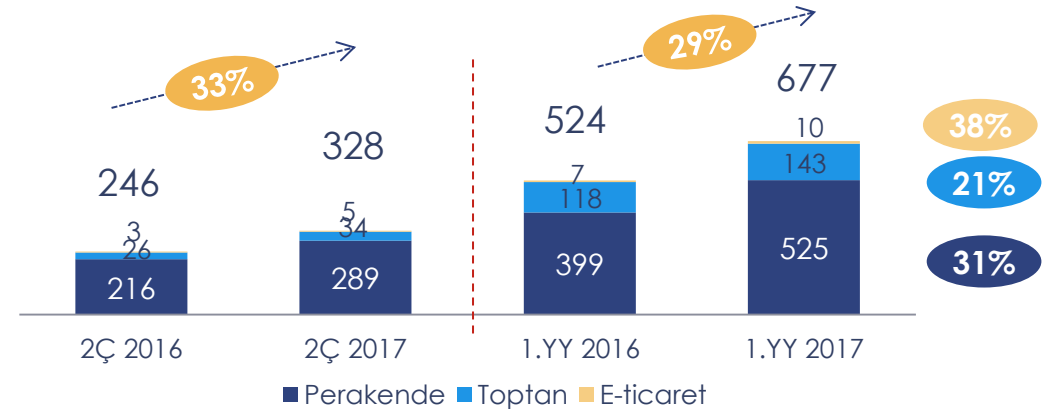


Güçlü 2. Çeyrek Performansı ile Artan Gelir Büyümesi

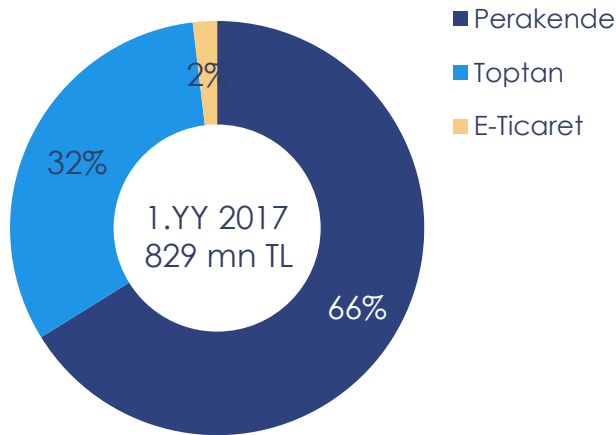
Global Gelir (mn TL)



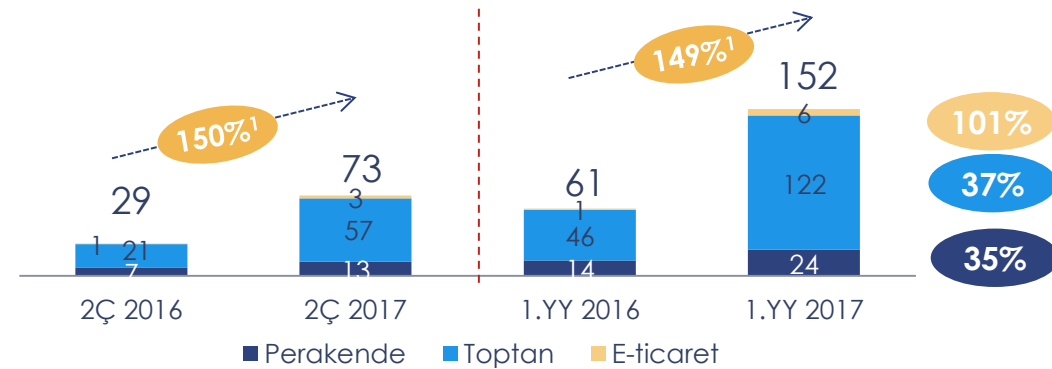
Türkiye Gelirleri (mn TL)



Global Gelir Kırılımı

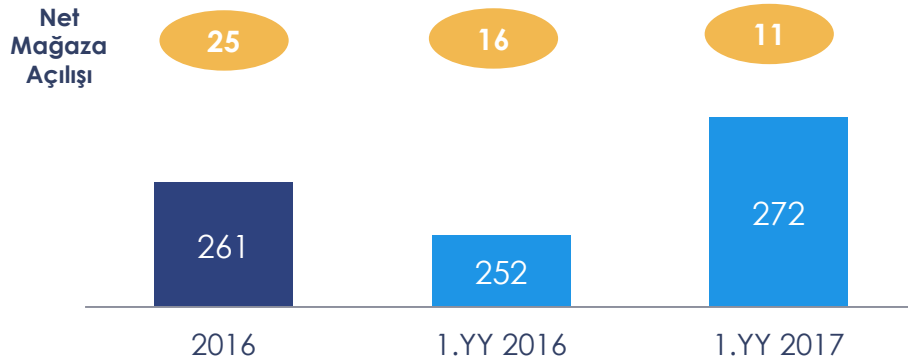


Yurtdışı Gelirler (mn TL)

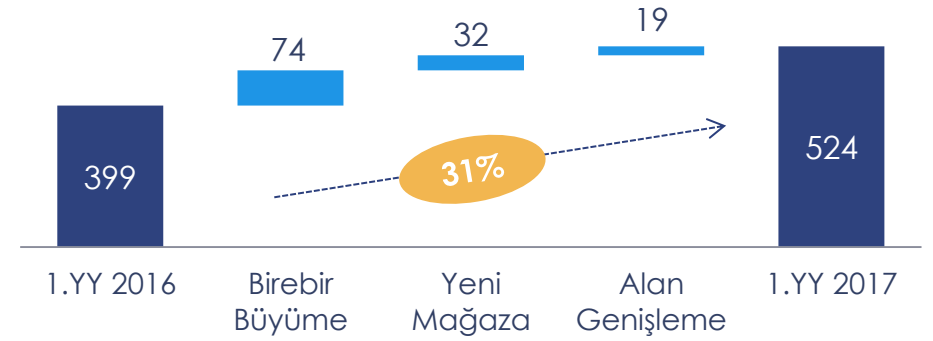


Türkiye Perakende Operasyonunun Kuvvetli Performansı

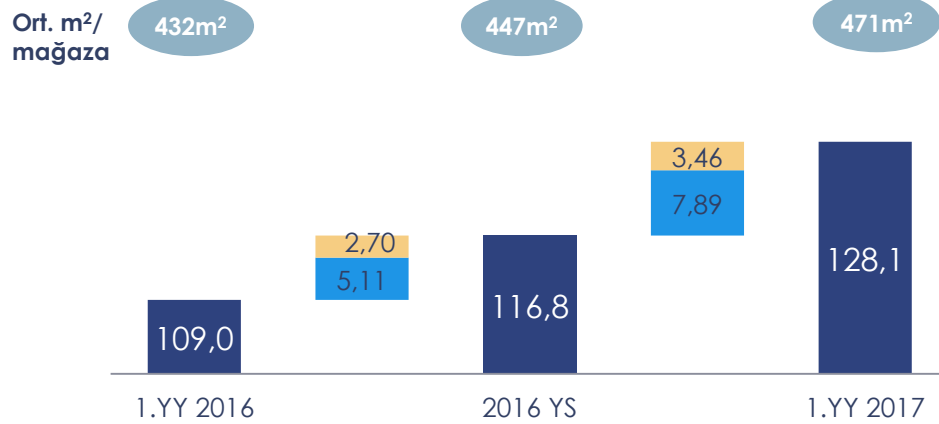
Perakende Mağaza Sayısı



Türkiye Perakende Geliri (mn TL)

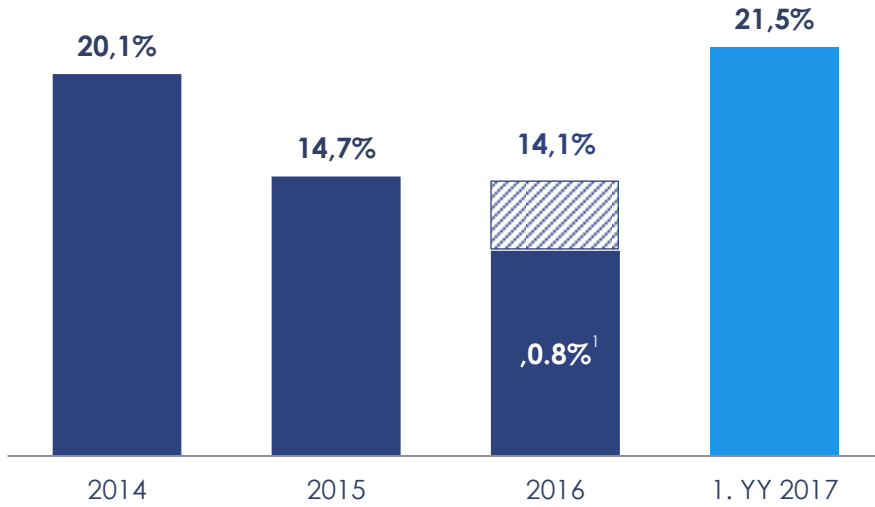


Türkiye Brüt Satış Alanı (Bin m²)

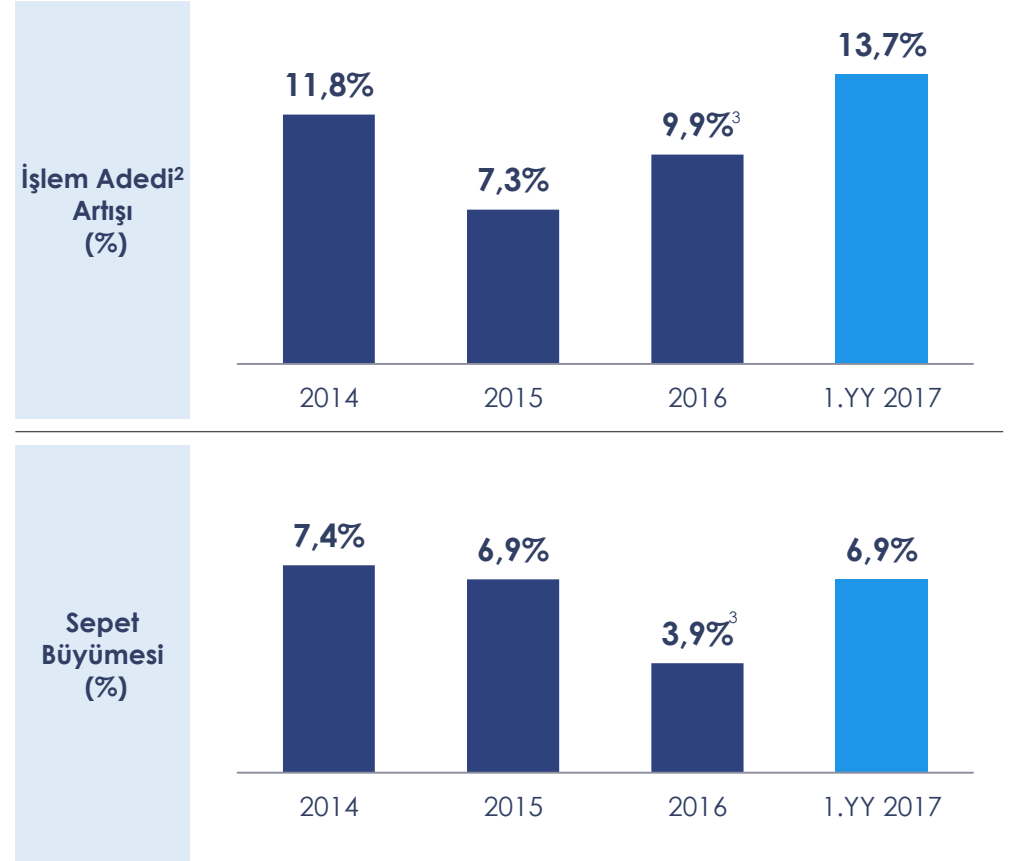


- Net 11 yeni mağaza açılışı (ort. 601 m²)
- Toplam satış alanı 128 Bin m²'ye, ortalama mağaza büyüklüğü 471m²'ye ulaştı
- 2016'nın ilk yarısına göre 2017 ilk altı aydaki Türkiye perakende büyümesinin bileşenleri:
 - %21,5 bire bir büyüme
 - %17,5 satış alanı büyümesi

Endüstrinin Üzerinde Birebir Satış Büyümesi



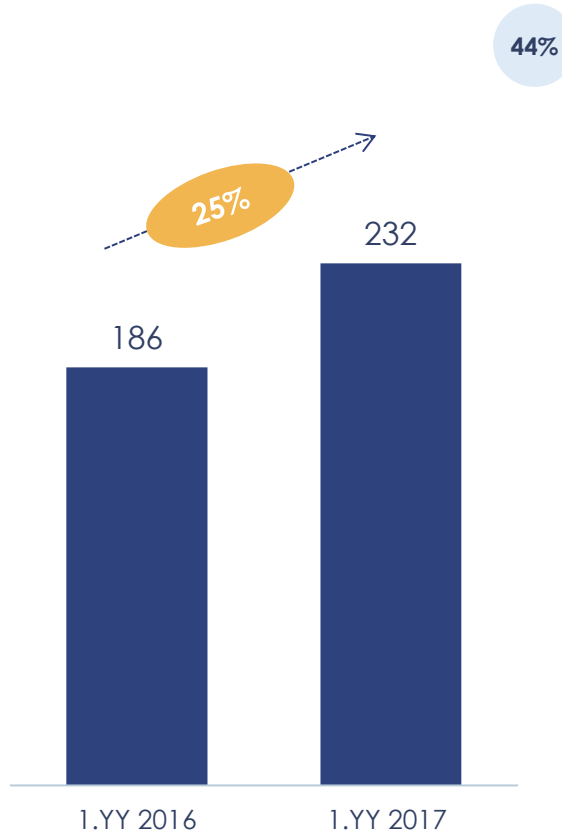
1.YY 2017'de bire bir gelirler Türkiye perakende gelirlerin %80'ini oluşturdu



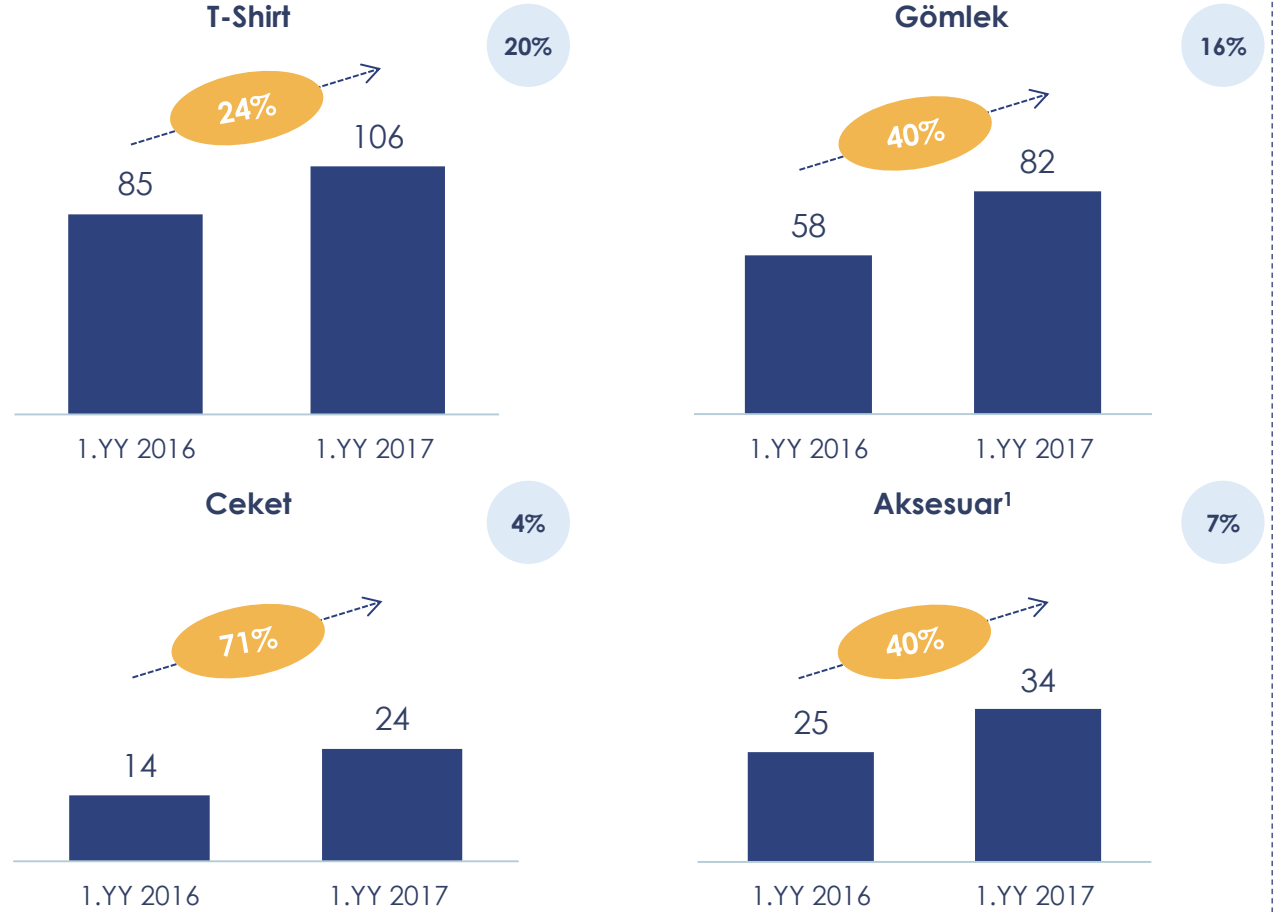
¹Sadece Türkiye perakende verileridir. 2016 düzeltilmiş rakamları (15 Temmuz darbe girişimi döneminde Temmuz performansı ve Beyoğlu mağazalarının performansı çıkarılarak) kullanılarak hazırlanmıştır. Düzeltilmemiş 2016 bire bir net satış büyümesi 10.8% olarak hesaplanmıştır. ²İşlem sayısı, kesilen fatura sayısını ifade etmektedir. ³2016 İşlem Sayısı ve 2016 Sepet Büyüklüğü Türkiye'de perakende mağazaların Temmuz performansı düşülerek düzeltilmiştir. 2016'da gerçekleşen düzeltilmemiş işlem sayısı büyümesi ve sepet büyüklüğü sırasıyla %6,8 ve %3,7 olarak gerçekleşmiştir.

Denim ve Lifestyle Ürünlerde İvmelenen Büyümeler

Denim Pantolon (mn TL)



Lifestyle Ürünler (mn TL)

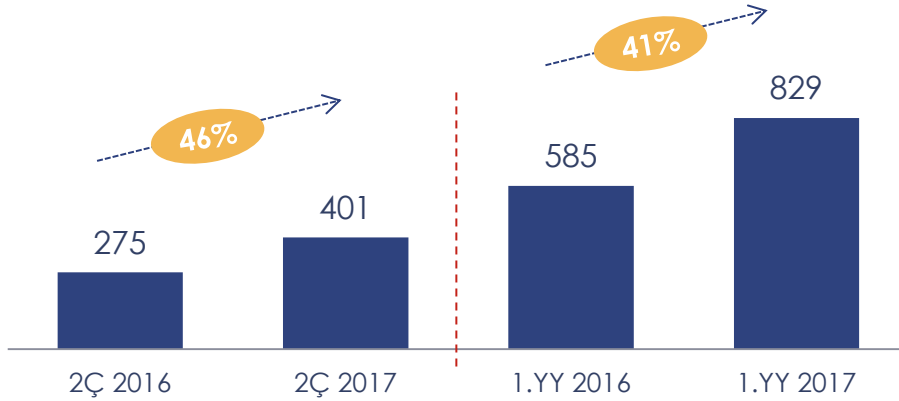


% 1. YY 2017 Türkiye Perakende satışları içindeki payı

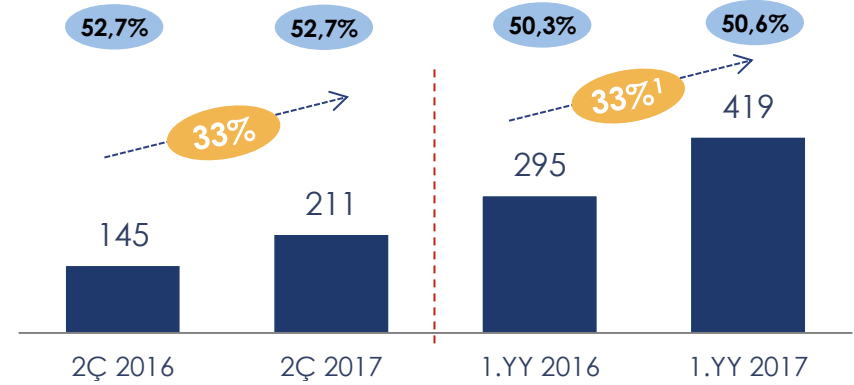
Not: Sadece Türkiye perakende verilerini içerir. Bütün veriler net satışlardır. Ceket, gömlek, elbise gibi denim lifestyle ürünleri de içine alacak şekilde tüm denim ürünleri birlikte Türkiye perakende gelirinin %50'sini oluşturmaktadır. ¹ Ayakkabı satışlarını içerir.

Kar Marjlarında İyileşme Beklentisi Yolunda

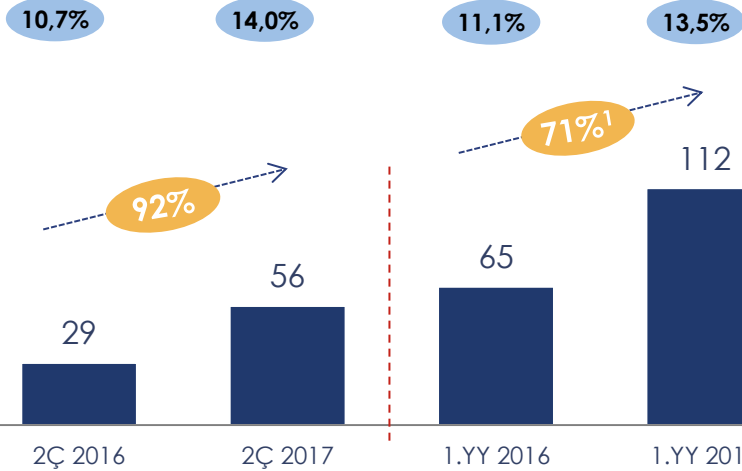
Toplam Gelir (mn TL)



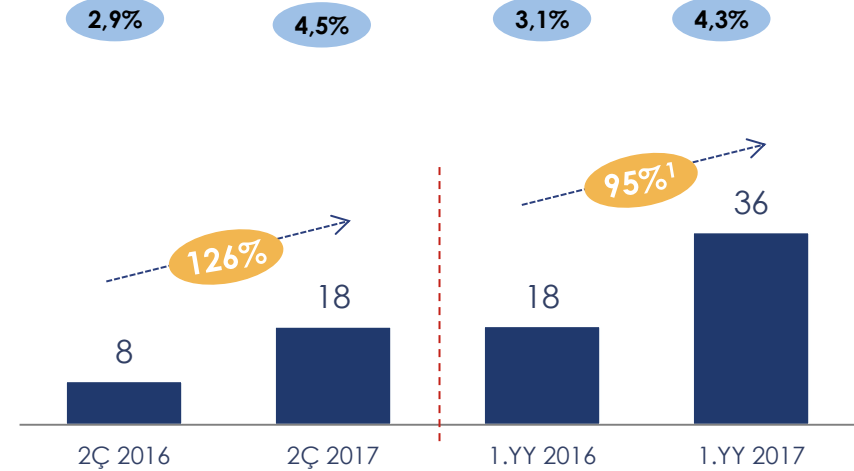
Brüt Kar (mn TL)



FAVÖK (mn TL)



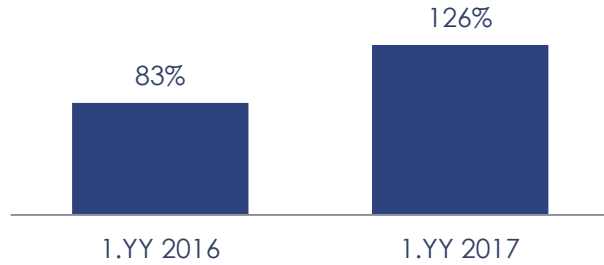
Net Kar (mn TL)



% Büyüme % Marj

Efektif İşletme Sermayesi Yönetimi ile Güçlü Nakit Döngüsü

Nakit Döngüsü



mn TL	1.YY 2016	1.YY 2017	Değişim (%)
FAVÖK	65,2	111,8	71,4%
Δ Net İşletme Sermayesi	(10,9)	29,6	
Operasyonel Nakit Akışı	54,3	141,4	160,2%

Ana Net İşletme Sermayesi Kalemleri

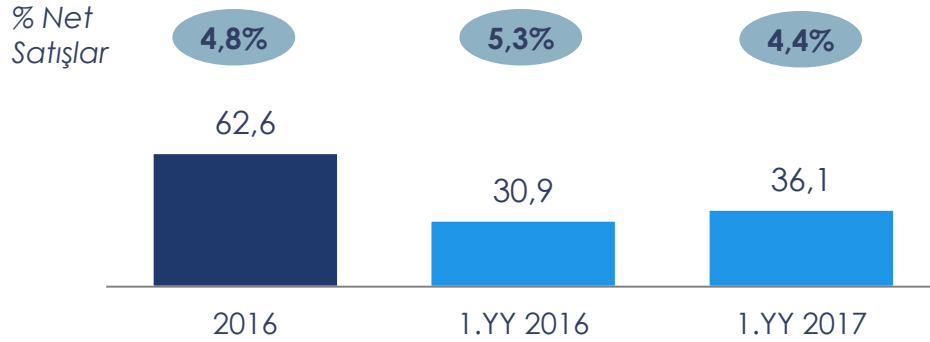
mn TL	1.YY 2016	1.YY 2017
Ticari ve Diğer Alacaklar	132,9	123,2
% Net Satış	10%	8%
Stoklar	287,8	296,4
% SMM	43%	39%
Ticari ve Diğer Borçlar	309,9	341,6
% SMM	46%	45%
Ana İşletme Sermayesi	110,9	78,0
% Net Satış	8,1%	5,0%

Türkiye'deki makro görünümde iyileşme, yükselen tüketici güven endeksi ve tüketici talebi ile birlikte :

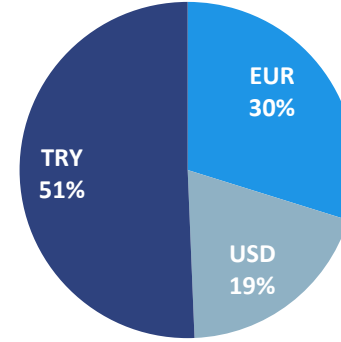
- Doğru ürün/ fiyat kompozisyonu
- Open-to-buy tedarik planlaması
- Verimli stok yönetimi

Etkin Yatırım Harcaması Yönetimi ve Düşen Borçluluk Oranları

Yatırım Harcamaları



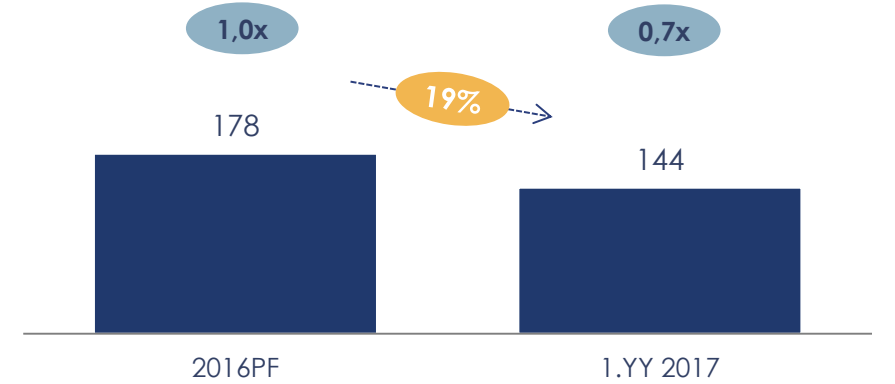
Borç Kırılımı (31 Temmuz 2017)



Borçlanma Maliyeti

TRY	11,42% - 16,37%
USD	3,20% - 4,99%
EUR	0,75% - 2,99%
Ağ.Ort.	8,1%

Net Borç / Son 12Ay FAVÖK



- 1.YY 2017'de 11 net mağaza açılışı gerçekleşmiştir.
- Yatırım harcamaları/satış oranının ortalamada %5 seviyesinde olması beklenmektedir.

2017 Beklentileri



- Pozitif ticaret ortamı ve talep
- Net 26 mağaza açılışı
- Birebir büyümede %16 hedefinin üzerinde gerçekleşme
- Önceki yıla göre iyileşen FAVÖK Marjı
- Pozitif nakit yaratma
- Net Borç / FAVÖK çarpanı 1x altında

mavi

yatirimciiliskileri.mavi.com

A full-body photograph of a man with dark, wavy hair and a beard. He is wearing a light blue denim button-down shirt over a dark blue t-shirt, dark blue jeans, and white sneakers. He is standing against a plain white wall, and a large, dark shadow of him is cast onto the wall behind him to his left. The floor is a light brown color.

Ekler

mavi

Finansal Tablolar

Gelir Tablosu

TRYm	2Ç 2016	2Ç 2017	Değişim (%)	1.YY 2016	1.YY 2017	Değişim (%)
Hasılat	274,8	400,6	45,8%	585,1	828,8	41,6%
Satışların Maliyeti	(129,9)	(189,5)	45,8%	(290,6)	(409,4)	40,9%
Brüt Kar	144,9	211,2	45,7%	294,5	419,4	42,4%
Brüt Kar Marjı	52,7%	52,7%		50,3%	50,6%	
Genel Yönetim Giderleri	(18,2)	(22,3)	22,9%	(34,8)	(46,0)	32,0%
Satış ve Pazarlama Giderleri	(103,5)	(141,4)	36,5%	(207,0)	(279,9)	35,2%
Arge Giderleri	(4,3)	(5,7)	32,4%	(8,7)	(11,2)	29,0%
Diğer Gelir / (Gider), net	(0,4)	(0,1)	(72,7%)	(0,0)	0,9	
Operasyonel Kar	18,5	41,6	125,6%	44,0	83,2	89,2%
Operasyonel Kar Marjı	6,7%	10,4%		7,5%	10,0%	
Finansal Giderler, Net	(8,1)	(17,7)	117,9%	(20,3)	(36,4)	79,0%
Vergi Öncesi Kar	10,3	23,9	131,7%	23,6	46,8	97,9%
Dönem vergisi	(2,3)	(5,7)	153,0%	(5,3)	(11,1)	107,6%
Dönem Karı	8,1	18,2	125,7%	18,3	35,7	95,1%
Dönem Kar Marjı	2,9%	4,5%	54,8%	3,1%	4,3%	37,7%
FAVÖK	29,3	56,2	91,7%	65,2	111,8	71,4%
FAVÖK Marjı	10,7%	14,0%		11,1%	13,5%	

Finansal Tablolar

Bilanço

TRYm	31 Ocak 2017	31 Temmuz 2017	Değişim (%)
Varlıklar			
Dönen Varlıklar			
Nakit ve Nakit Benzerleri	158,1	203,3	28,7%
Ticari Alacaklar	109,4	99,4	(9,1%)
Stoklar	287,8	296,4	3,0%
Diğer Dönen Varlıklar	70,1	60,8	(13,3%)
Toplam Dönen Varlıklar	625,4	659,9	5,5%
Duran Varlıklar			
Maddi Duran Varlıklar	136,6	147,3	7,8%
Maddi Olmayan Duran Varlıklar	156,0	142,2	(8,8%)
Diğer Duran Varlıklar	8,8	11,0	24,4%
Toplam Duran Varlıklar	301,4	300,5	(0,3%)
Toplam Varlıklar	926,8	960,4	3,6%
Yükümlülükler			
Kısa Vadeli Yükümlülükler			
Kısa Vadeli Borçlar	230,8	227,5	(1,4%)
Ticari Borçlar	299,5	331,3	10,6%
Diğer Kısa Vadeli Yükümlülükler	134,1	85,5	(36,2%)
Toplam Kısa Vadeli Yükümlülükler	664,4	644,3	(3,0%)
Uzun Vadeli Yükümlülükler			
Uzun Vadeli Finansal Borçlar	105,2	120,3	14,3%
Diğer Uzun Vadeli Yükümlülükler	16,7	15,3	(8,5%)
Toplam Uzun Vadeli Yükümlülükler	121,9	135,5	11,2%
Toplam Yükümlülükler	786,3	779,8	(0,8%)
Özkaynaklar			
Özkaynaklar	140,5	180,6	28,6%
Toplam Özkaynaklar ve Yükümlülükler	926,8	960,4	3,6%

Finansal Tablolar

Nakit Akım Tablosu

TRYm	1.YY 2016	1.YY 2017
Dönem Karı	18,3	35,7
Amortisman	21,3	28,6
Net Finansal Giderler / (Gelirler)	19,7	33,3
Vergi Gideri	5,3	11,1
Other Non-Cash Items	10,3	9,0
Cash Flow from Operating Activities	74,9	117,7
Δ in Net Working Capital ²	(10,9)	29,6
Income Tax Paid	(5,2)	(7,9)
Net Cash from Operating Activities	58,8	139,3
Cash Flows from Investing Activities		
Capex	(30,9)	(36,1)
Other Investing Cash Flow ³	0,1	(39,5)
Net Cash Flow Used in Investing Activities	(30,9)	(75,5)
Cash Flows from Financing Activities		
Debt Issued / (Repaid)	6,2	9,4
Other Proceeds	(8,9)	(11,8)
Dividends Paid	-	-
Interest Paid	(8,0)	(16,1)
Net Cash Flows Used in Financing Activities	(10,6)	(18,5)
Net Cash Flow	17,3	45,3
Cash and Cash Equivalents at the Beginning of the Period ⁴	111,4	158,1
Cash and Cash Equivalents at the End of the Period ⁴	128,7	203,3

Sezonsallık Üzerine

- Satış hacimleri bakımından sezonlar arasında önemli farklılık bulunmamaktadır (yüksek / düşük sezon söz konusu değil)
- Satılan ürün kompozisyonuna bağlı birim fiyat farklarından kaynaklanan küçük farklar oluşabilir (örneğin: t-şört (yaz) vs ceket (kış))
- Yaz ve Kış dönemleri İlk Bahar ve Son Bahar'a kıyasla daha fazla «sezon» ürünleri daha az «geçen sezon» ürünlerinin (daha fazla indirimli) satıldığı aylar ihtiva eder, buna bağlı olarak brüt karlılık daha yüksek olabilir.



İlk Bahar (1Ç)



Yaz (2Ç)



Son Bahar (3Ç)



Kış (4Ç)