



Mavi Giyim Sanayi ve Ticaret A.Ş.

13 Ağustos 2020

Mavi – 2020 2. Çeyrek Ticari Faaliyet Değerlendirmesi

Mavi Giyim, 1 Şubat - 31 Temmuz 2020 dönemini kapsayan ilk yarı finansal sonuçlarını 14 Eylül 2020 günü piyasanın kapanmasının ardından duyuracak. Sonuçlarla ilgili açıklama, 15 Eylül 2020 günü saat 16.00'da Mavi CEO'su Cüneyt Yavuz tarafından yapılacak.

Küresel makro ekonomideki dinamikleri göz önüne alarak ilk yarı sonuçlarını açıklamadan önce 2020'nin ikinci çeyreği için bir piyasa güncellemesi sunmak istiyoruz.

Covid-19 pandemisinin özellikle Mart ayından beri yarattığı zorlukları yönetmeye devam ediyoruz. İlgili yerel ve küresel sağlık yetkililerinin yönlendirmeleri doğrultusunda tüm pazarlarımızda gerekli önlemleri uygulamaya koyduk. Bu kapsamda geçici olarak kapatılan mağazalar ikinci çeyrekte tekrar açılmaya başladı.

Türkiye'deki belirli mağazalar 12 Mayıs 2020'den itibaren kademeli olarak yeniden açılırken mağazaların tamamı 1 Haziran 2020'den bu yana açık ve müşterilerimize hizmet sunuyor. İkinci çeyrekte gerçekleşen 5 yeni açılış ve 3 kapanış ile birlikte, Türkiye'de 313 kendi mağazamız ve 66 franchise mağazamız bulunuyor. Uluslararası pazarlarda ise Almanya ve Kanada'daki mağazalar Mayıs ayında tekrar açılırken Rusya'da bir mağaza hala kapalı olup diğerleri Haziran'dan itibaren kademeli olarak yeniden hizmet sunmaya başladı. Öte yandan, Mavi.com ile birlikte market-place ve toptan e-ticaret kanalları ikinci çeyrek boyunca faaliyetlerini sürdürdü.

Türkiye'deki perakende işimizin ikinci çeyrekte ilk beklentilerimizin üzerinde performans göstermesi, hızlı bir toparlanmaya işaret ediyor. Sadece açık oldukları günler dikkate alındığında ve bayram takvim etkisine göre düzeltildiğinde, aynı mağaza satışları önceki yıla göre %13 arttı. Mağaza trafiğinde kaydedilen %30'luk düşüşe karşın yüksek dönüşüm oranları sayesinde işlem sayısı sadece %6 azaldı ve alışveriş sepeti %20 büyüdü. Çevik ürün planlaması ve pazara erişim hızı gibi üstünlüklerimiz, işlem başına ürün adedinin artmasında önemli bir rol oynadı ve böylece mağazalarımızda ve diğer satış kanallarımızda sürekli yeni ve güncel stok sunabilmemizi sağladı. Temmuz sonu itibarıyla önceki yılın aynı dönemine kıyasla daha yüksek bir oranla, Türkiye'deki perakende stokunun %90'ını sezon ürünleri oluşturuyor.

Mavi bu süreçte de güçlü marka bilinirliği ve konumlandırması sayesinde geniş müşteri segmentleriyle ilişki kurmaya devam etti. Aynı zamanda casual ve sezonsuz hazır giyim markası olmamızın avantajı ile öncelikle temel ürün kategorilerimiz denim ve tişörtlerde güçlü performans gösterdik. Bu dönemde yeni ürün lansmanları, ünlü yüzlerle reklam kampanyaları ve özel işbirliklerimizin yanında müşteri deneyimine odaklanıyor olacağız. Müşterilerimizle etkileşimimizin sıklığını fiziki ve online ortamlarda artırmak için iletişim planlarımızı sürdüreceğiz.

Mavi.com ve market-place kanallarından oluşan online satışlarımız, güçlü performansını sürdürürken ikinci çeyrekte Türkiye'de %300'ün üzerinde, uluslararası pazarlarda ise %61 büyüme kaydetti. Online altyapımızı sürekli geliştiriyor, e-ticarette uzun yıllar sürdürülebilir, kârlı büyüme elde etmeye devam edeceğimize inanıyoruz.

Operasyonel maliyet yönetimi açısından, maliyetlerde daha fazla tasarrufu ve verimliliği artırmaya yönelik çalışmalarımız devam ediyor. Türkiye'de 2. çeyrekte kısa çalışma düzenlemesi kapsamında çalışan maaşları için 6,2 milyon TL ilave sübvansiyondan yararlandık. 1 Haziran 2020 itibarıyla tam zamanlı çalışmaya geçmiş bulunuyoruz. Türkiye'de mağazaların kapalı olduğu dönem için mal sahipleriyle kira ödememe konusunda anlaşmayı başardık; normal çalışma düzenine döndüğümüzden bu yana da daha iyi kira koşulları için görüşmelerimiz devam ediyor. Karantina dönemine rağmen 2020 mali yılında kira/ciro oranımızda bir kötüleşme öngörmüyoruz.

Bu dönemde, tüm yükümlülüklerimizi yerine getirebilmek amacıyla yatırımlarımızı erteledik ve ölçeğini küçülttük, ayrıca kredi kullanımlarımızı genişleterek likiditemizi güçlü bir şekilde yönettik. Düşük borçluluk seviyemiz bu dönemde likidite risklerini yönetebilmemizde önemli rol oynarken güvenilir bir işveren ve iş ortağı olarak duruşumuzu pekiştirdi. İkinci çeyrekteki düşük faiz ortamından da yararlanarak, tüm geçmişten gelen borçlarımızı yeniden yapılandırdık.

Güncel makro ekonomik gelişmeler dikkate alındığında önemle kaydetmek gerekir ki; Mavi tüm borçlanmalarında yerel para birimlerini kullanmayı ya da doğal koruma (natural hedge) limitleri dahilinde kalmayı tercih etmekte, böylece kur riskini elimine etmektedir. Bilançomuzda açık döviz pozisyonu bulunmuyor. Ayrıca yılın geri kalanında gerçekleşecek tüm ürün ithalatımız için de kur sabitlemeleri zamanında tamamlamıştı.

Bilişim teknolojileri ve dijital alandaki yatırımlarımız ile ERP (SAP) dönüşüm projelerimizin kesintisiz devam ettiğini gururla bildiriyoruz. Planladığımız takvime uygun olarak belirlediğimiz hedeflere ulaşacağız. Mavi olarak sınıfının en iyisi, veri destekli bir perakende şirketi olma kararlılığımızı sürdürüyoruz.

Mavi'nin değişimi hızlı ve etkin bir şekilde yönetebilme kabiliyeti, yaklaşık otuz yıldır devam ettirdiği sürdürülebilir başarının temelini oluşturuyor. Güçlü risk yönetimi kabiliyetimiz ve sağlıklı bilanço yapımız, bunları destekleyen operasyonel mükemmellik odağımız, esnek stok planlamamız ve kaliteli ürünlerden oluşan portföyümüzle bu dönemde yaşanan iş zorluklarının üstesinden gelebileceğimize inancımız tam.