

Mavi, ilk çeyrekte 759 milyon TL konsolide gelir elde etti **Global online satışları %185 büyüme kaydetti**

Türkiye’nin öncü jean ve hazır giyim markası **Mavi**, 1 Şubat- 30 Nisan 2021 tarihlerini kapsayan birinci çeyrek finansal sonuçlarını açıkladı. İlk çeyrekte 759 milyon TL konsolide gelir elde eden şirket, 2020’ye göre %96, pandemi öncesi 2019* yılı ilk çeyreğine göre yüzde 17 konsolide gelir büyümesine ulaştı. Aynı dönemde Mavi’nin Türkiye’deki e-ticaret satışları yüzde 258, perakende gelirleri ise yüzde 92 arttı.

İlk çeyrekte 2019 yılı kârını da aşarak 36 milyon TL net kâr elde eden Mavi’nin FAVÖK’ü 142 milyon TL olarak gerçekleşirken FAVÖK marjı da %18,7 oldu.

Mavi’nin online satışları globalde yüzde 185, Türkiye’de yüzde 258 büyüdü

2021 yılının ilk çeyreğinde, faaliyet gösterdikleri ülkelerde Covid-19 ile ilgili kısıtlamalar devam etmesine rağmen istikrarlı büyümeyi koruduklarını belirten **Mavi CEO’su Cüneyt Yavuz**, şu değerlendirmelerde bulundu:

Değişen müşteri davranışıyla e-ticarette rekor büyüme elde ettik. Kendi kanallarımızın yanı sıra çeşitlenen ve büyüyen marketplace iş birliklerimiz sayesinde online satışlarımız Türkiye’de yüzde 258, globalde ise yüzde 185 büyüme kaydetti. E- ticaretteki büyümemizi Mavi’nin güçlü dijitalleşme ve CRM alt yapısıyla devam ettireceğiz.

Ülkemizdeki hafta sonu kapanmaları ve hafta içi akşam saatlerindeki kısıtlamalar nedeniyle mağaza trafiğinde kaydedilen düşüşe rağmen, müşteri alışveriş alışkanlıklarının yeni duruma adapte olmasıyla birlikte mağazalarımızın açık olduğu günlerde daha yüksek performans yakaladık. Mağazalarımızın hizmet verdiği günlerde 2019’a göre aynı mağazalarda yüzde 41 büyüme gerçekleştirdik.

Tüm kategorilerde pandemi öncesi büyüme seviyelerine dönüş

Değişen dünyanın dinamiklerine hızla uyum sağladıklarını ve tüm kategorilerde 2019 seviyelerine geri dönüş olduğu belirten Yavuz, “Marka konumlandırımamız, doğru ürün, doğru fiyat, yüksek kalite ve müşteri odaklı stratejimiz sayesinde, brüt marjlarda hem 2020’ye hem de 2019’a göre iyileşme gösterdik. Özellikle müşterimizi sürekli yeni ürünlerle buluşturmamız ve pazarlama iletişimine aralıksız devam etmemiz sayesinde jean’in yanı sıra t-shirt, sweatshirt ve non-denim alt kategorilerinde satışlarımız gücünü koruyor. Dinamik tedarik zinciri yönetimi, ürün planlama ve envanter yönetimi de gündemimizin üst sıralarında olmaya devam edecek” dedi.

* COVID-19 pandemisi kısıtlamaları nedeniyle 2020’nin 1,5 ayı kapalı geçtiğinden, 2019 ilk çeyrek karşılaştırmaları da eklenmiştir.

Bilgi için: Elif Batu Yener | Artı İletişim Yönetimi | 0212 347 03 30 | mavi@artipr.com.tr