

Şok Marketler

Ziya KAYACAN
CFO



Devam Eden Büyüme Hikayesi



2Ç'19

6.844
Mağaza (4)

1Y'19

TL 4,0 milyar
Net Satışlar

38,4%
Net Satış
Büyümesi

21,1%
LFL Mağaza Başı
Satış Büyümesi ⁽²⁾

TFRS16 dahil
TL 411,6m
FAVÖK

TFRS 16 hariç
TL 241,8m
FAVÖK

202
Yeni Mağaza⁽¹⁾

10,3%
FAVÖK Marjı

6,1%
FAVÖK Marjı

1
Depo

TL 7,5 milyar
Net Satışlar

37,8%
Net Satış
Büyümesi

21,1%
LFL Mağaza
Başı Satış
Büyümesi

TFRS16 dahil
TL 677,4m
FAVÖK

TFRS 16 hariç
TL 358,1m
FAVÖK

480
Yeni Mağaza⁽³⁾

9,0%
FAVÖK Marjı

4,8%
FAVÖK Marjı

1
Depo

(1) Net Şok Mağaza açılışı 13 Şok Mini Mağazası dahil.

(2) Aynı mağaza (like-for-like) performans değişimleri, 30 Haziran 2017 tarihinde açık olup 30 Haziran 2019 tarihinde de faaliyetlerine devam eden mağazaların performans değerlerini baz almaktadır.

(3) Net Şok Mağaza açılışı 20 Şok Mini Mağazası dahil.

(4) 6.844 Mağaza 284 Şok Mini Mağazası dahil.

Güçlü yönler



Avrupa'nın en cazip
perakende pazarında

Farklılaşan formatı ile kazanan
iş modeli

Mükemmel operasyonel
uygulama

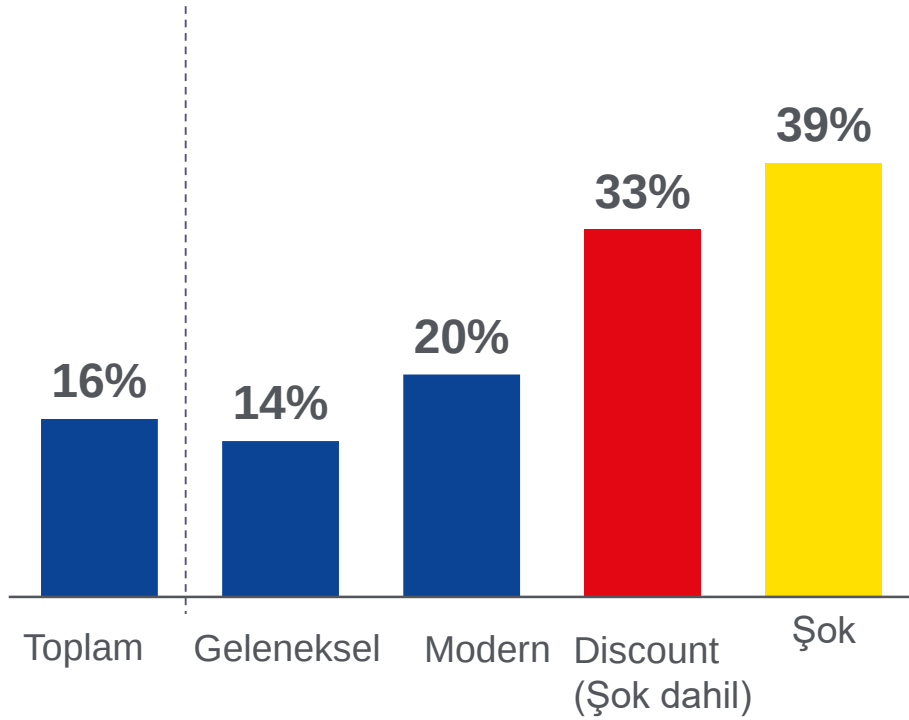
Yüksek büyüme ve nakit
yaratma gücü

Karlı büyüme fırsatı



Hızlı büyüyen perakende pazarı

Türkiye Perakende Pazar Büyümesi



Modern kanal pazar payını artırmaktadır

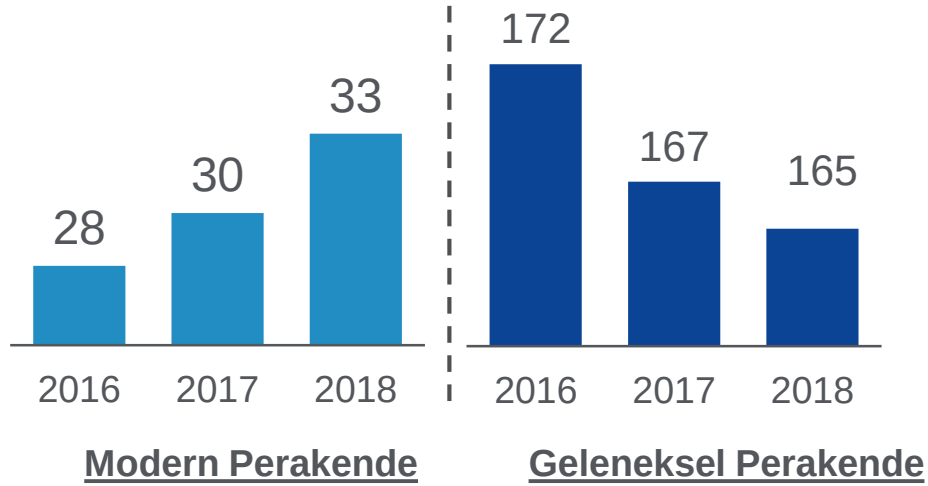
Discount en hızlı büyüyen market formatıdır

Discount yakınlık ve cazip fiyat açısından müşteri memnuniyeti yaratmaktadır

Artan Modern Kanal Pazar Payı

Türkiye perakende pazarında değişim

Satış Kanalına göre Mağaza Gelişimi('000)

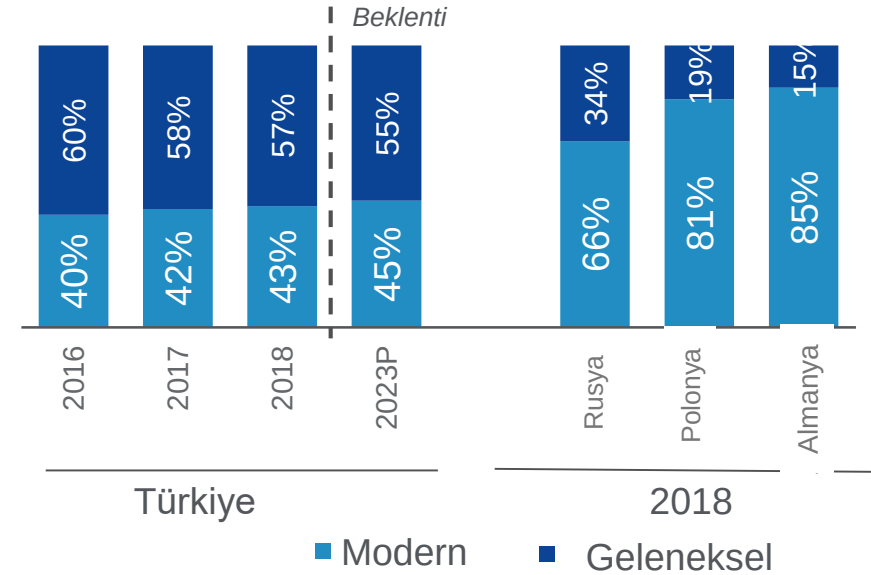


Kaynak: Nielsen Data & MK Novo Analysis.

Mevcutta yüksek geleneksel kanal payı

Türkiye – Avrupa karşılaştırması

Perakende Pazarı Kırılımı



Türkiye modern perakende kanalı diğer pazarların önemli ölçüde altında

Satış Kanalı Dağılımı

Modern Kanal

Geleneksel Kanal

(2018)	Supermarket Ulusal	Supermarket Yerel	Discounter	Bakka Market ve diğer
Kurum sayısı	2	c.400	3	c.164,994
Mağaza sayısı	2,394	9,496	21,250	c.164,994
Toplam satış alanı (‘000 m ²) ⁽¹⁾	2,388	6,448	5,053	7,068
Ortalama satış alanı (‘000 m ²) ⁽¹⁾	c.1,000	c.680	c.240	c.45
Gelir Büyümesi 2016-2018	24%	2%	33%	14%
Pazar payı	8%	16%	19%	57%
Pazar payı değişimi 2016-2018	1.6%	(3.1%)	4.3%	(2.9%)

Kaynak: Nielsen

Müşteri için en uygun iş modeli



Yakınlık

Müşteriye yakın
mağaza ağı



Fiyat

Rekabetçi
«hergün düşük
fiyat» ve etkili
promosyonlar



Seçim

Tütün, kişisel bakım ve
sebze meyve reyonları
ile farklılaşan etkili ürün
portföyü



**Özgün
markalar &
Ulusal
markalar**

En iyi Ulusal
Markalar ve
tüketici hafızasında
tarihçesi olan
Özgün Markalar



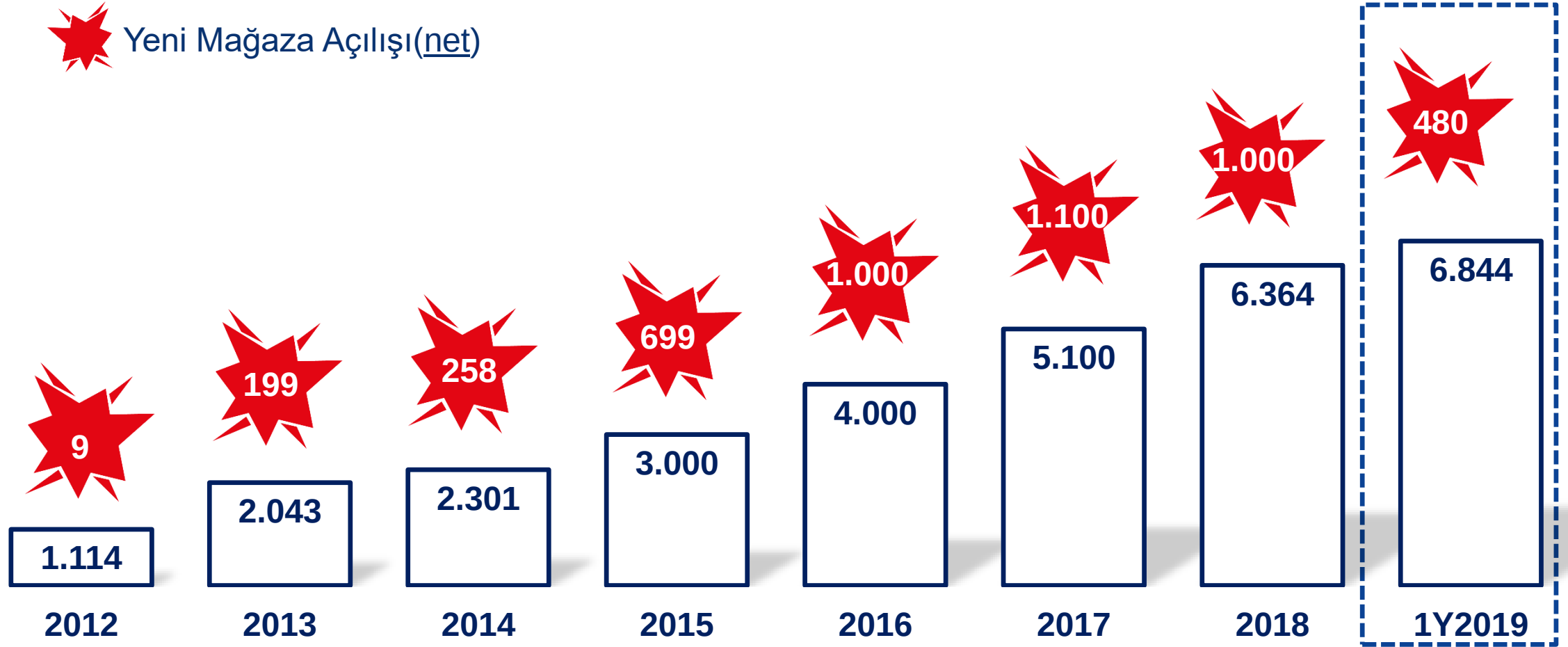
**Alışveriş
deneyimi**

Keyifli bir atmosfer ve
kolay bir alışveriş
deneyimi için dikkatle
tasarlanmış mağaza
yapısı

Yaygın Mağaza Ağı!



 Yeni Mağaza Açılışı(net)

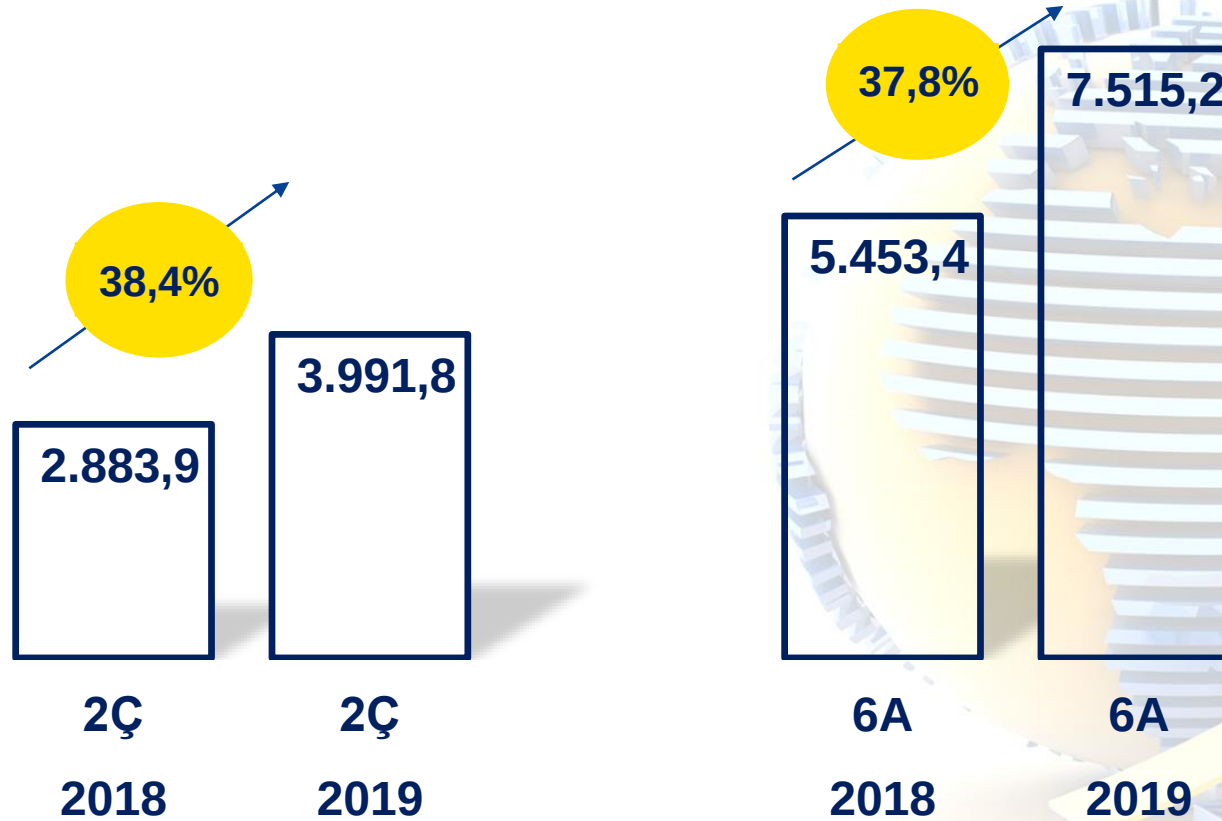


(1) 30 Haziran 2019 tarihi itibarıyla, Grup, toplamda 6.844 mağazası (6.560 Şok Mağazası, 284 Şok Mini Mağazası) ve 27 Deposu bulunmaktadır.

(2) 31 Aralık 2018 tarihi itibarıyla, Grup'un toplamda 6.364 mağazası ve 25 Deposu bulunmaktadır.

Sürdürülebilir Gelir Artışı

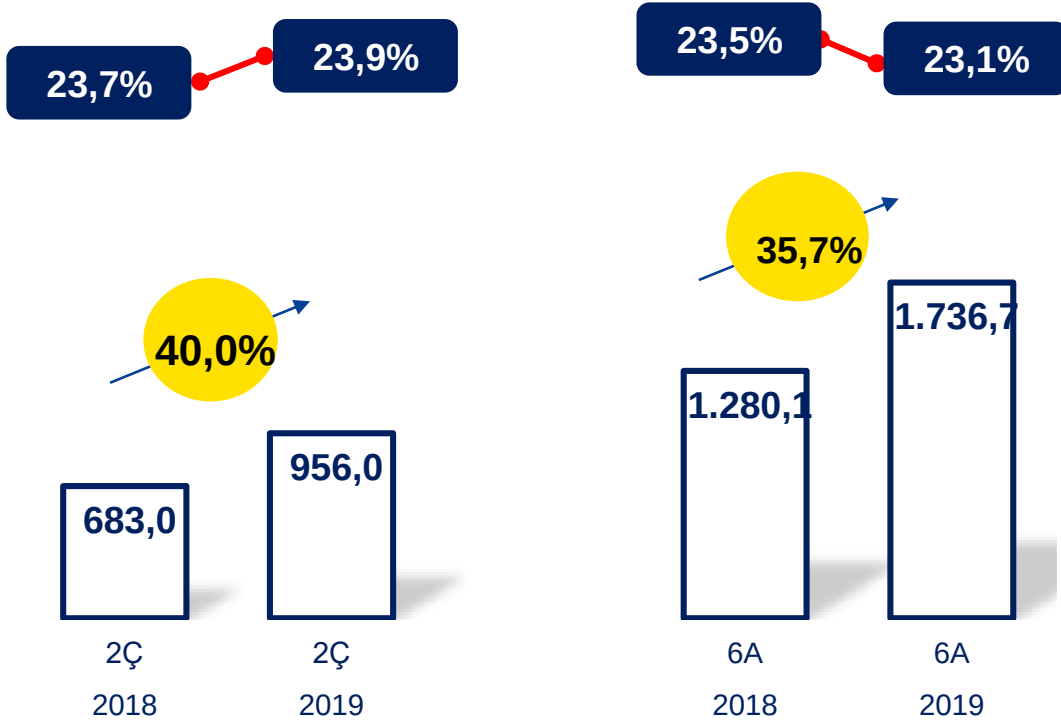
Net Satışlar (mTL)



Net Satışlarımız hem yeni mağaza açılışları hem de LFL mağazalarının güçlü performansı ile **2Ç'19'da +38,4% artış** gösterdi.

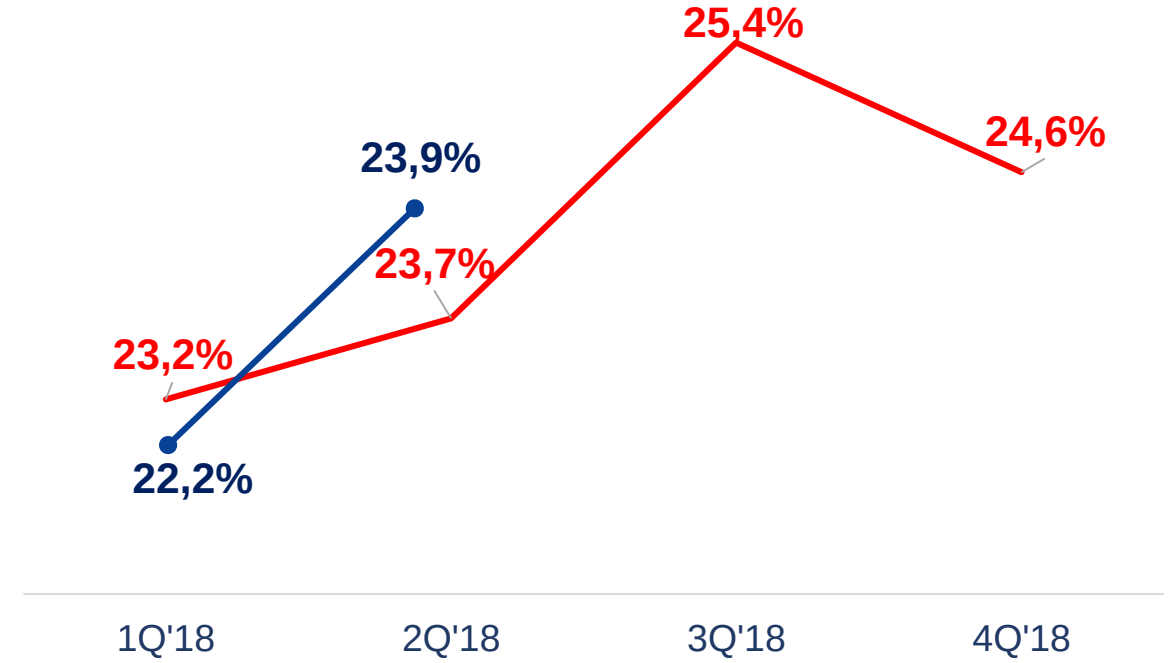
Brüt Kar Marjı Artışı

Brüt Kar (mTL)



Brüt Kar Brüt Kar Marjı(%)

Brüt Kar Gelişimi



2018 Çeyrekse Brüt Kar (%) 2019 Çeyrekse Brüt Kar (%)

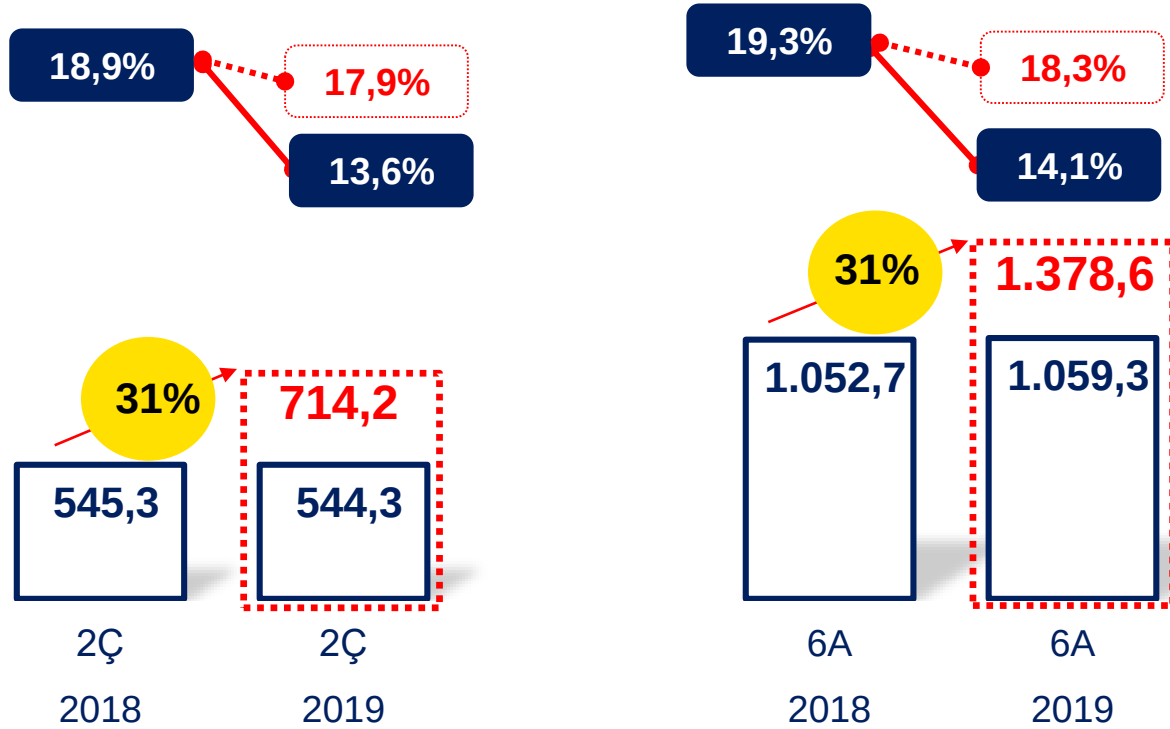


2Ç'19'da Brüt kar marjı yıllık bazda 40% oranında arttı.

Başarılı Maliyet Yönetimi & Artan Operasyonel Verimlilik

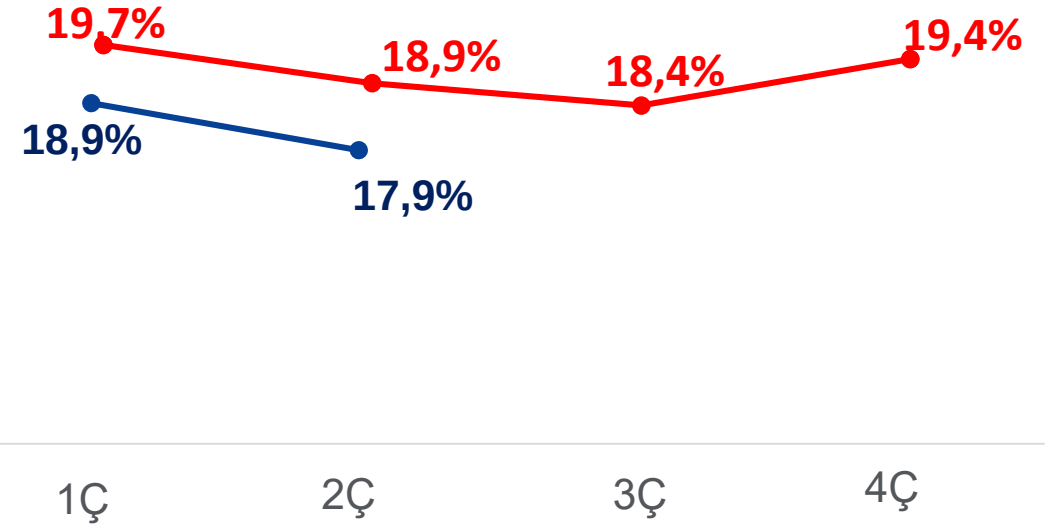


Faaliyet Giderleri (mTL) (amortisman hariç)



— Fa. Gid. — Fa. Gid./ Net Satışlar (%)
... Op. Gid./ Net Satışlar UFRS 16 etkisi hariç (%)

Faaliyet Giderleri/ Satışlar Gelişimi



— 2018 Çeyrek Faaliyet Giderleri / Net Satışlar (%)
— 2019 Çeyrek Faaliyet Giderleri / Net Satışlar (%)



Artan operasyonel verimlilik ve başarılı gider yönetimi ile Faaliyet Giderleri/Net Satışlar oranı **17,9%'a** (UFRS 16 hariç) **düştü.**

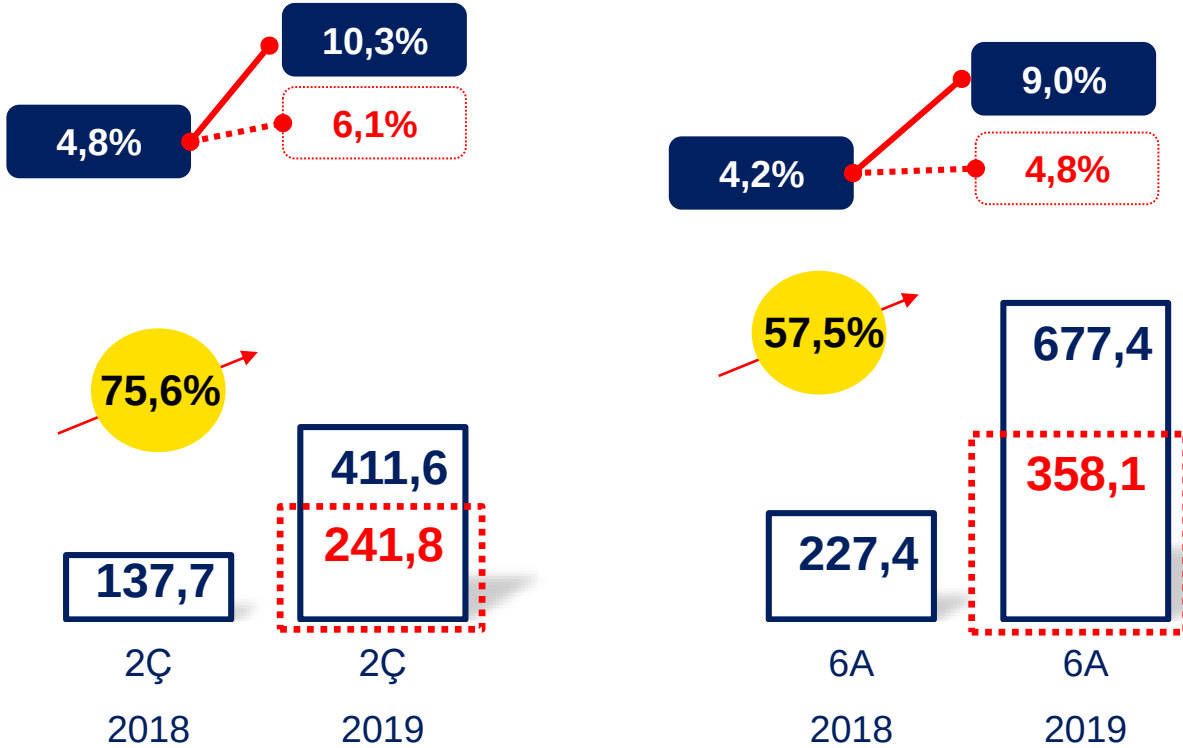
YILDIZ ★ HOLDING

*2018 rakamları TFRS 16'ya göre yeniden düzenlenmemiştir.

Eylül 10, 2019 | Analist ve Yatırımcı Toplantısı 2019

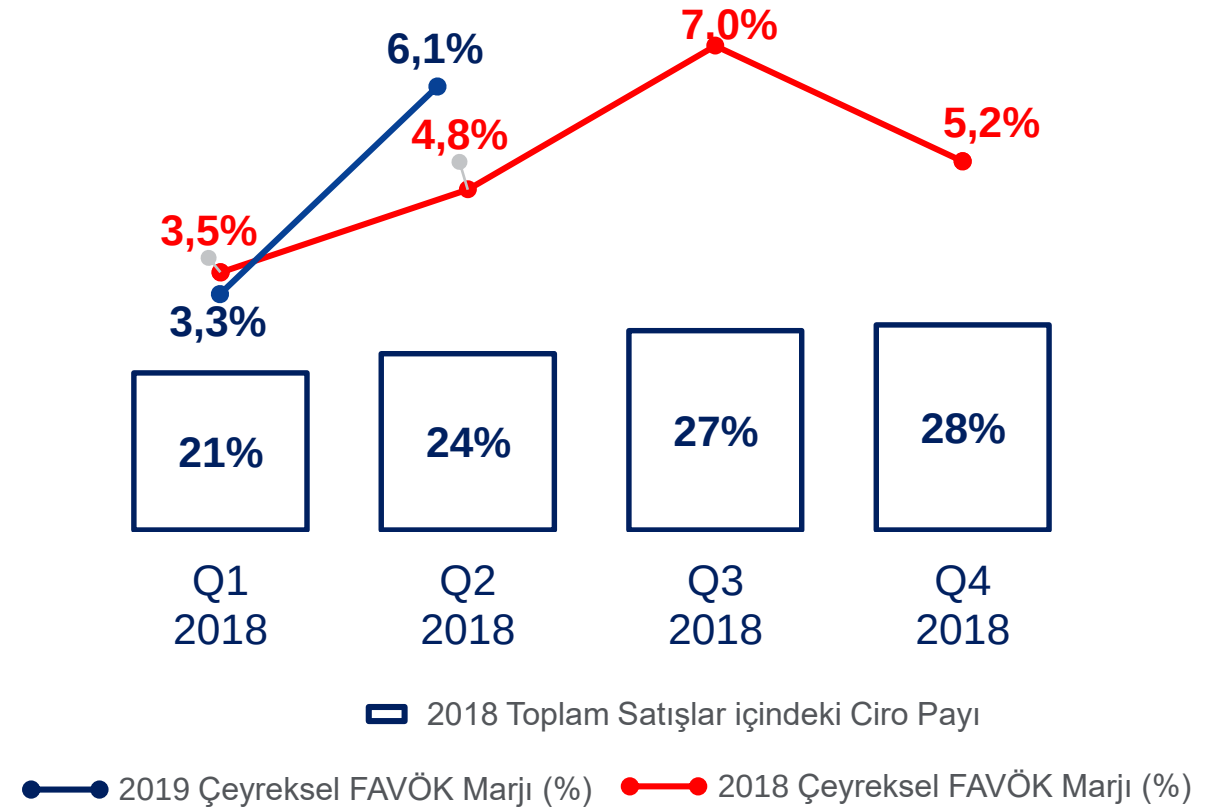
Artan FAVÖK Marjı

FAVÖK (TLm)



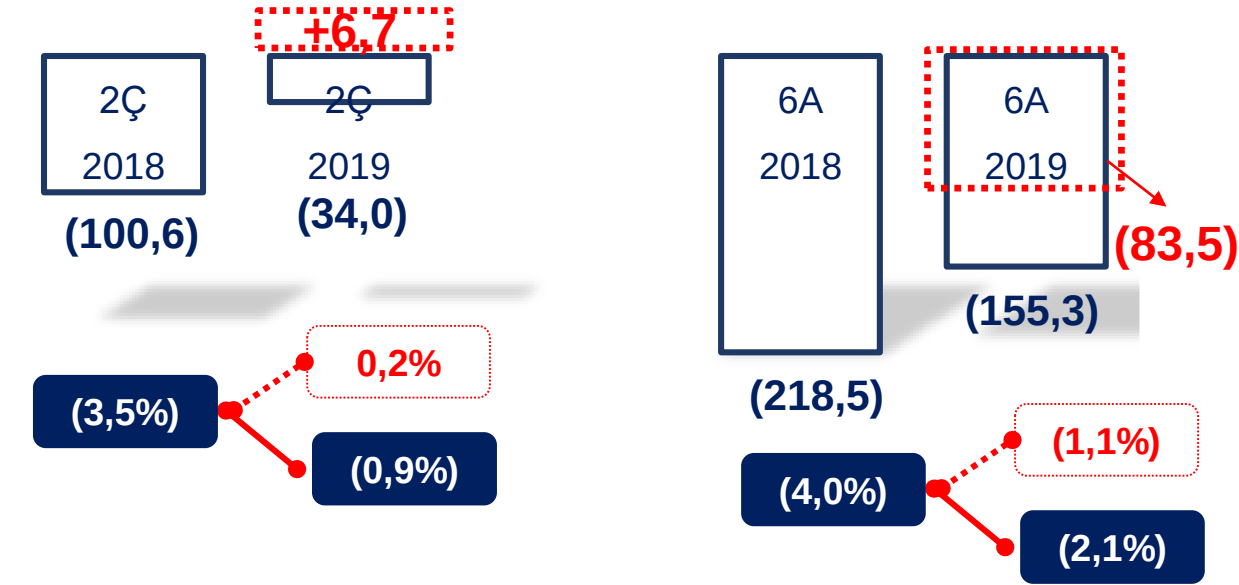
FAVÖK
 FAVÖK Marjı (%)
 UFRS 16 etkisi hariç FAVÖK Marjı (%)

Ciro & FAVÖK Dağılımı

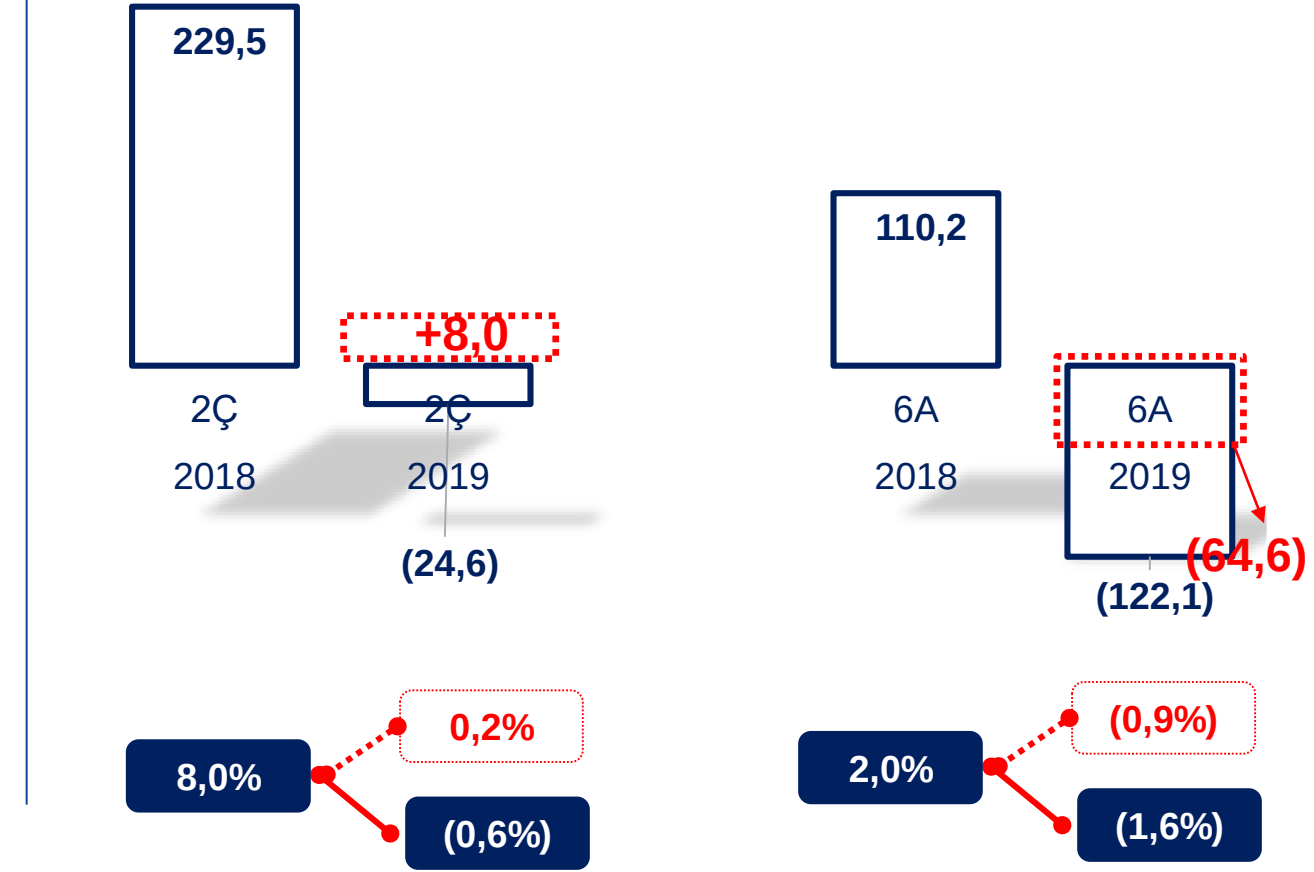


Karlılık Artışı(mTL)

Vergi Öncesi Kar (mTL)



Net Kar (mTL)



■ Vergi Öncesi Kar ●● Vergi Öncesi Kar Marjı (%)
 ●●● UFRS 16 Etkisi hariç Vergi Öncesi Kar Marjı (%)

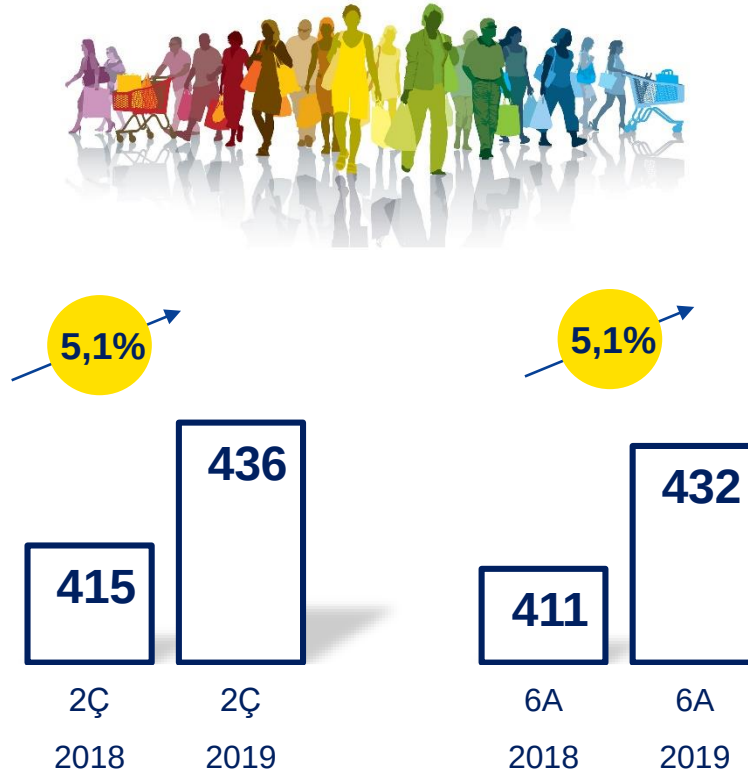
■ Net Kar ●● Net Kar Marjı (%) ●●● UFRS 16 Etkisi hariç Net Kar Marjı (%)

LFL Satışlarında devam eden büyüme

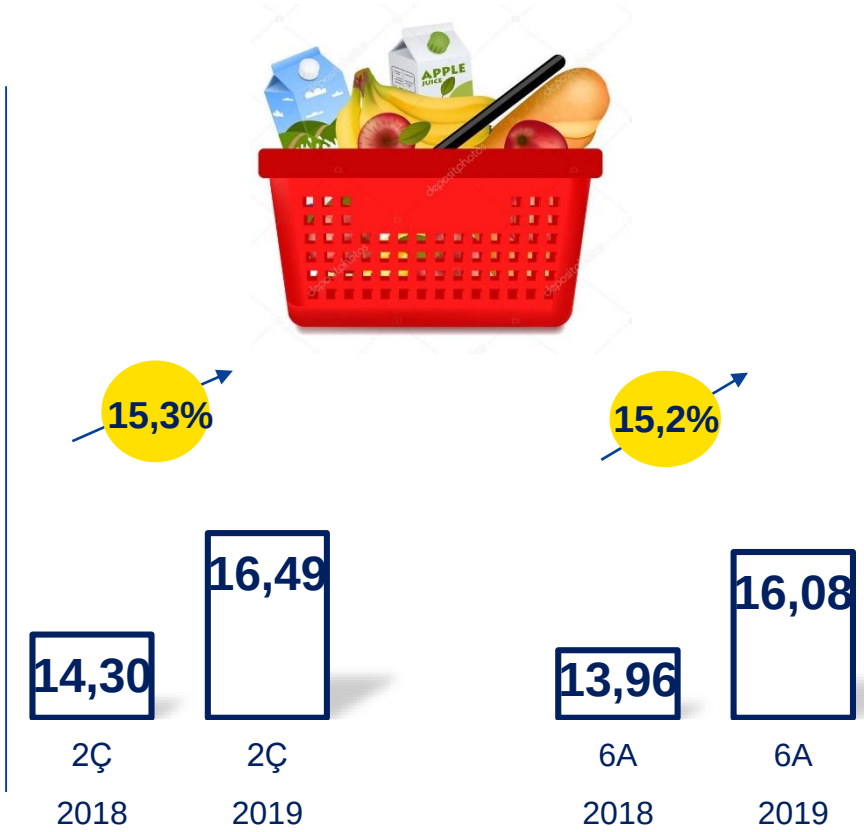
Günlük Ortalama Satış / Mağaza (TL)



Günlük Ortalama Müşteri / Mağaza

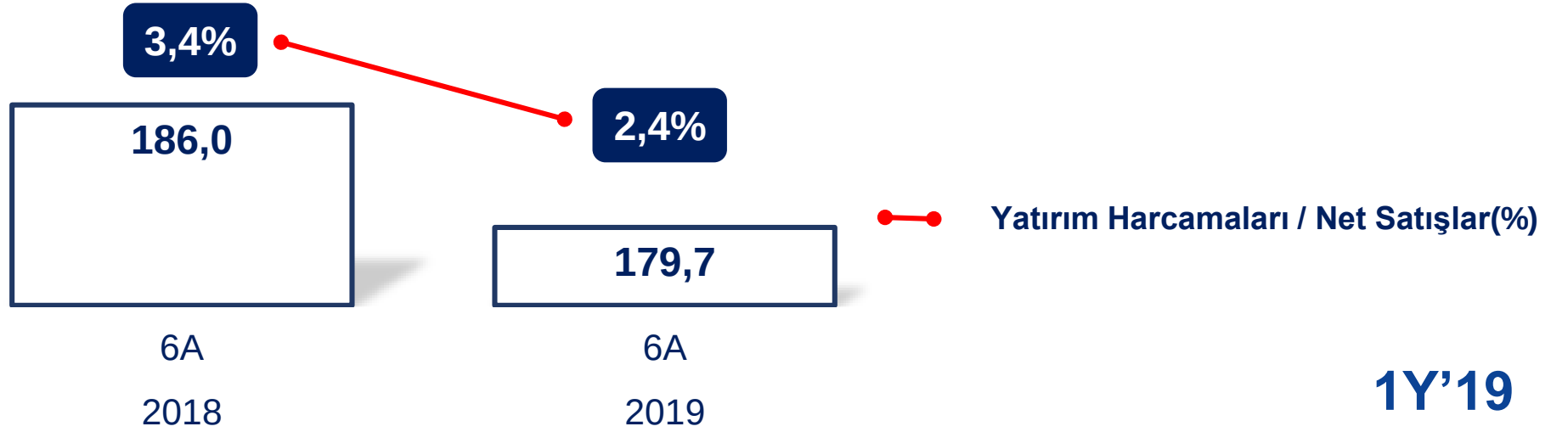


Günlük Ortalama Sepet Tutarı / Mağaza (TL)



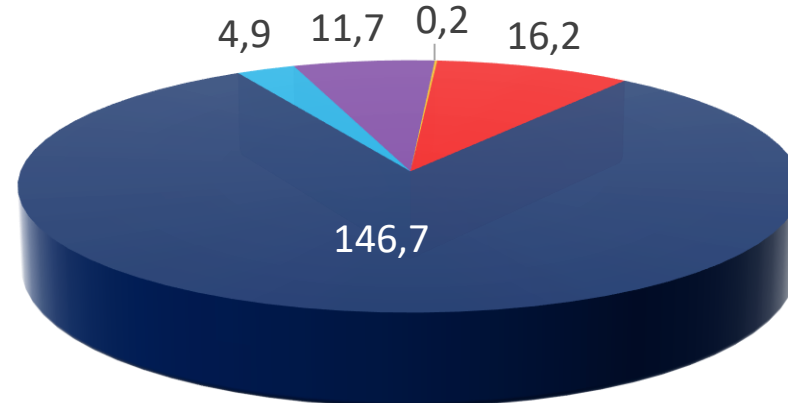
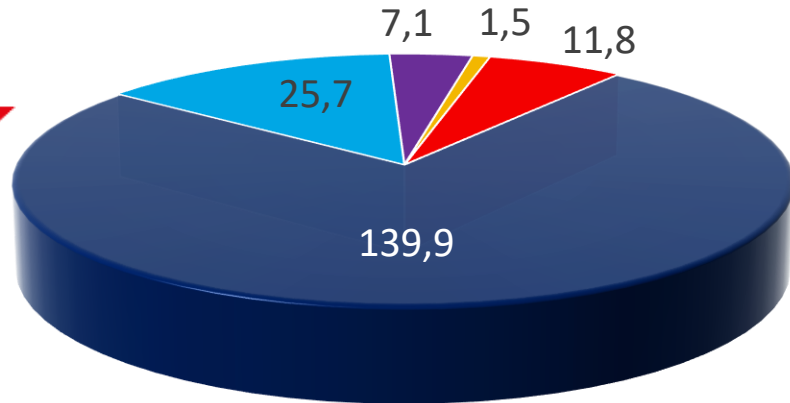
* Aynı mağaza (like for like) performans değişimleri, 30 Haziran 2017 tarihinde açık olup 30 Haziran 2019 tarihinde de faaliyetlerine devam eden mağazaların performans değerleri baz alınarak hesaplanmaktadır. Toplam LFL mağaza sayısı 4.424'tür.

Yatırım Maliyetleri (mTL)



1Y'18

1Y'19



■ Yeni Mağaza ■ Yeni Mağaza(Şok Mini) ■ Bakım & Onarım ■ Genel Müdürlük ■ Depo

* Şok ve Şok Mini dahil, kapanışlar sonrası

642*
Yeni Mağaza
Açılışı

480*
Yeni Mağaza
Açılışı

Güçlü Bilanço



Nakit Pozisyonu (mTL)

31.12.2018

122,7

30.06.2019

(111,5)

Net İşletme Sermayesi (mTL)

30.06.2018

-58 gün

(1.317,7)

30.06.2019

-52 gün

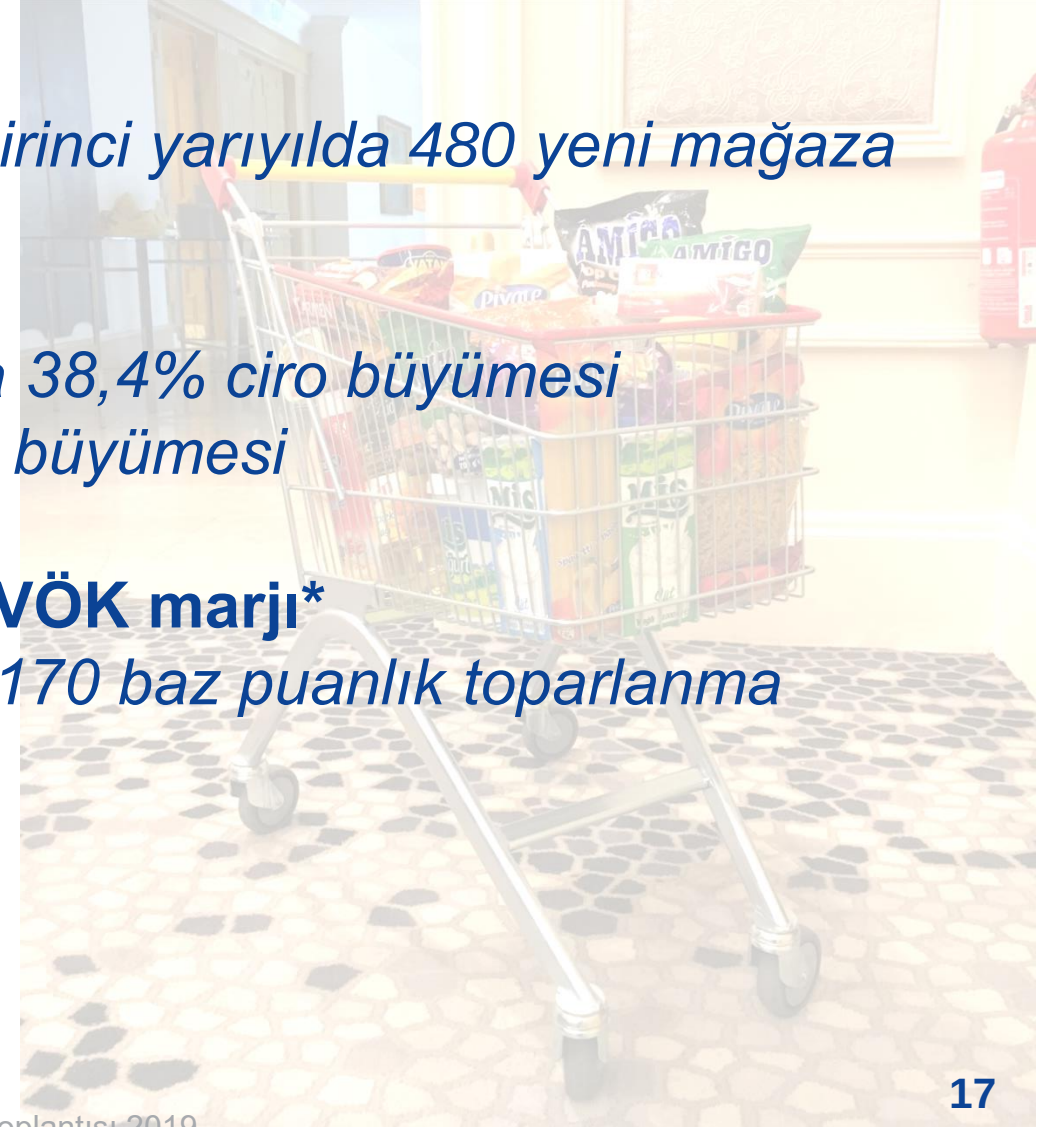
(1.649,2)

TLm	30.06.2018	30.06.2019
Kısa Vadeli Borçlanmalar	278,4	75,8
Finanasal Leasing Yükümlülükleri	259,1	162,3
Toplam Borç	537,5	238,1
Nakit & Nakit Benzerleri	414,8	349,6
Net Nakit / (Borç)	122,7	-111,5

1Y'19 Öne Çıkan Gelişmeler

- ✓ **Devam eden mağaza açılışları**
 - *İkinci çeyrekte 202 yeni mağaza açılışı ile birinci yarıyılıda 480 yeni mağaza*
- ✓ **Devam eden ciro büyümesi**
 - *1Y'19'da 37,8% ciro büyümesi ve 2Ç219'da 38,4% ciro büyümesi*
 - *1Y'19'da 21,1% LFL büyümesi - 5,1% trafik büyümesi*
- ✓ **1H'19'da 4,8% ve 2Ç'19'da 6,1% ile artan FAVÖK marjı***
 - *1Ç'19'a kıyasla 2Ç'19'da brüt kar marjında 170 baz puanlık toparlanma*
 - *Operasyonel verimlilik artışı*
- ✓ **Pozitif nakit pozisyonu**

* TFRS 16 hariç



2019 Beklentileri



Yeni Mağaza Açılışı

+800



Net Satışlar

35% (+- 2%)



FAVÖK Marjı

5,0% (+- 0,5%)



Yatırımlar

320-350 milyon TL

(*) 2019 FAVÖK marjı TFRS 16 etkilerini içermemektedir.

