



**BiZiM**  
Toptan Market

**BiZiM**  
Toptan Satış Mağazaları

**Önder ARIKAN**  
CFO

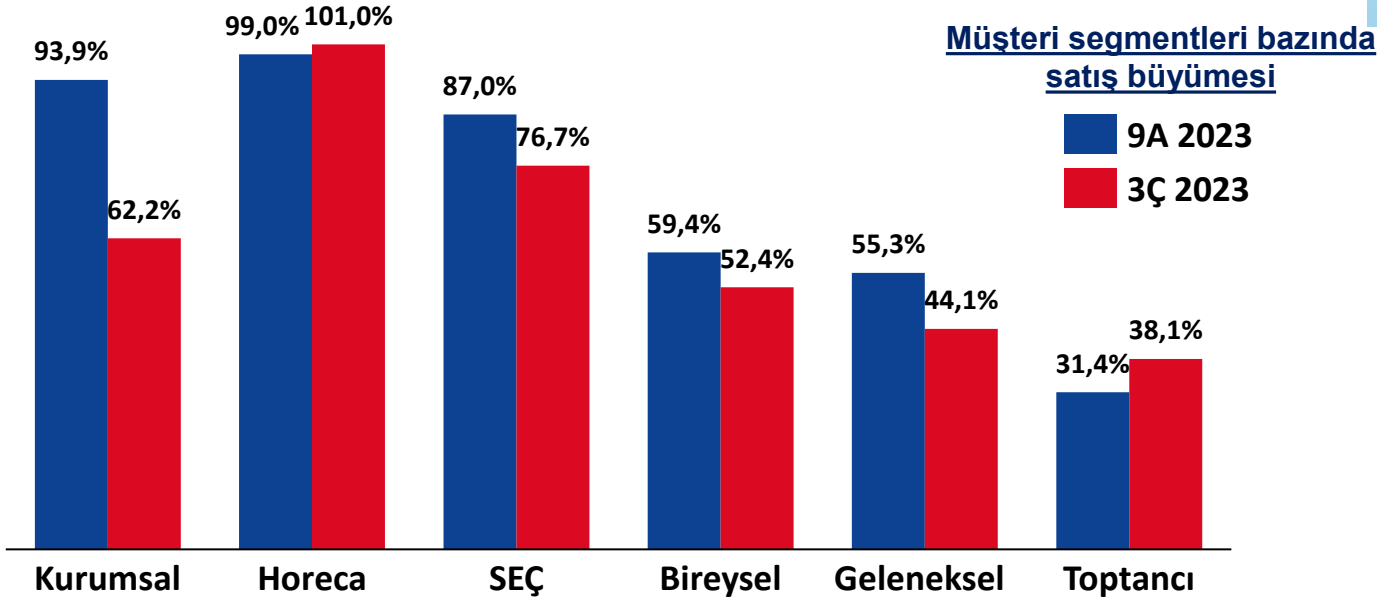
22 Kasım 2023

# Ev dışı tüketim müşterileri ve SEÇ'in pozitif etkisi

**2 yeni** **Bizim** mağazası; Türkiye genelinde **181** mağaza

**95 yeni** **sec** mağazası; 3Ç 2023 sonunda toplamda **2.699** mağaza

3Ç'te hedeflenen müşteri gruplarında memnun eden büyümeler:



# Bir bakışta 3Ç'23: Güçlü büyüme, karlılıkta iyileşme ve faaliyet gideri kontrolü için alınan aksiyonların sonuçlar üzerindeki etkisi

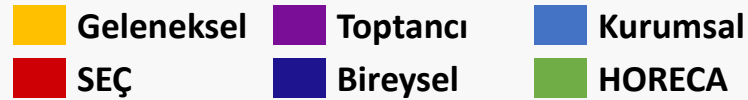
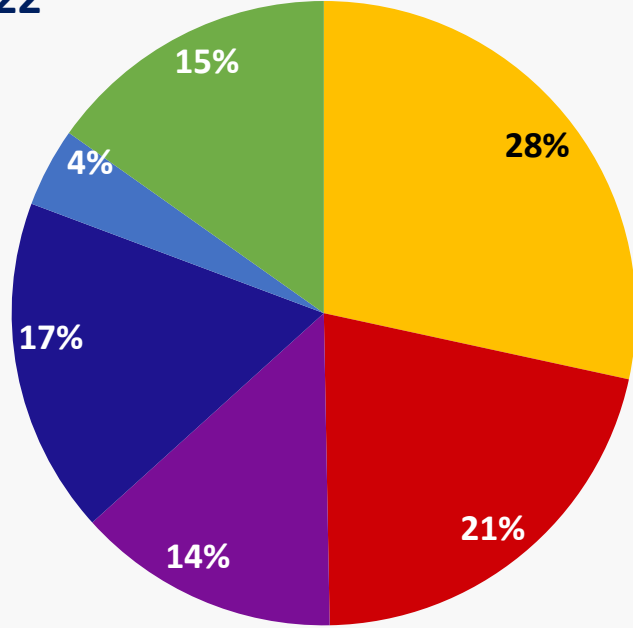


## Bizim Toptan'ın 3Ç Sonuçlarının Ardındaki Faktörler:

- 1YY2023'ün zorlayıcı olağanüstü koşulları sona erdi
- Verimliliği artırmaya yönelik alınan aksiyonlar faaliyet giderlerinin yönetimi üstünde olumlu sonuçlarını göstermeye başladı
- Ev dışı tüketim sektörü müşterileri ve SEÇ, büyümenin lokomotifi olan müşteri grupları oldu
- Çeşitlendirilmiş satış kanallarına göre büyümeler:
  - PROSAF satış artışı:128%
  - SEÇ kanalı satışlarının büyümesi: 77%
  - E-ticaret satış artışı: 248%
  - Platinyum satış kanalının büyümesi: ~43%

Çok kanallı satış modeli sürdürülebilir büyümeyi destekliyor

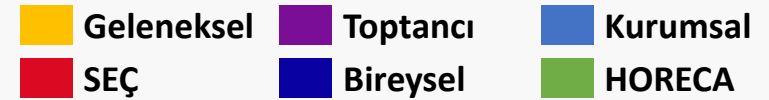
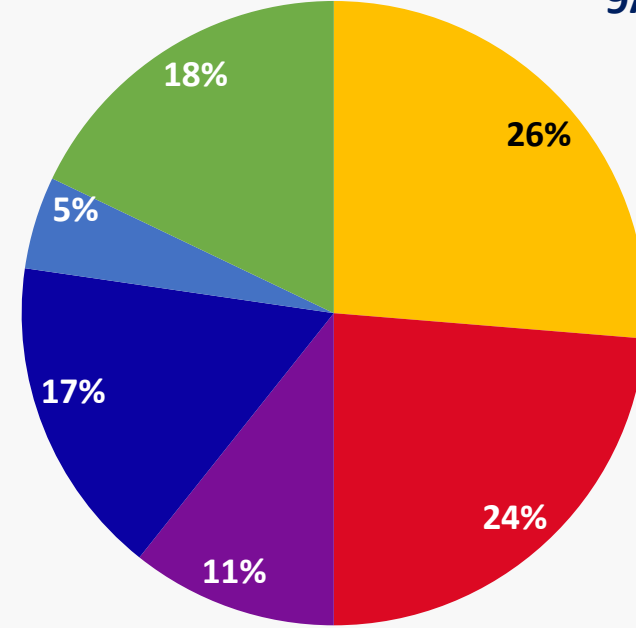
9A 2022



58.0%\*

63.0%\*

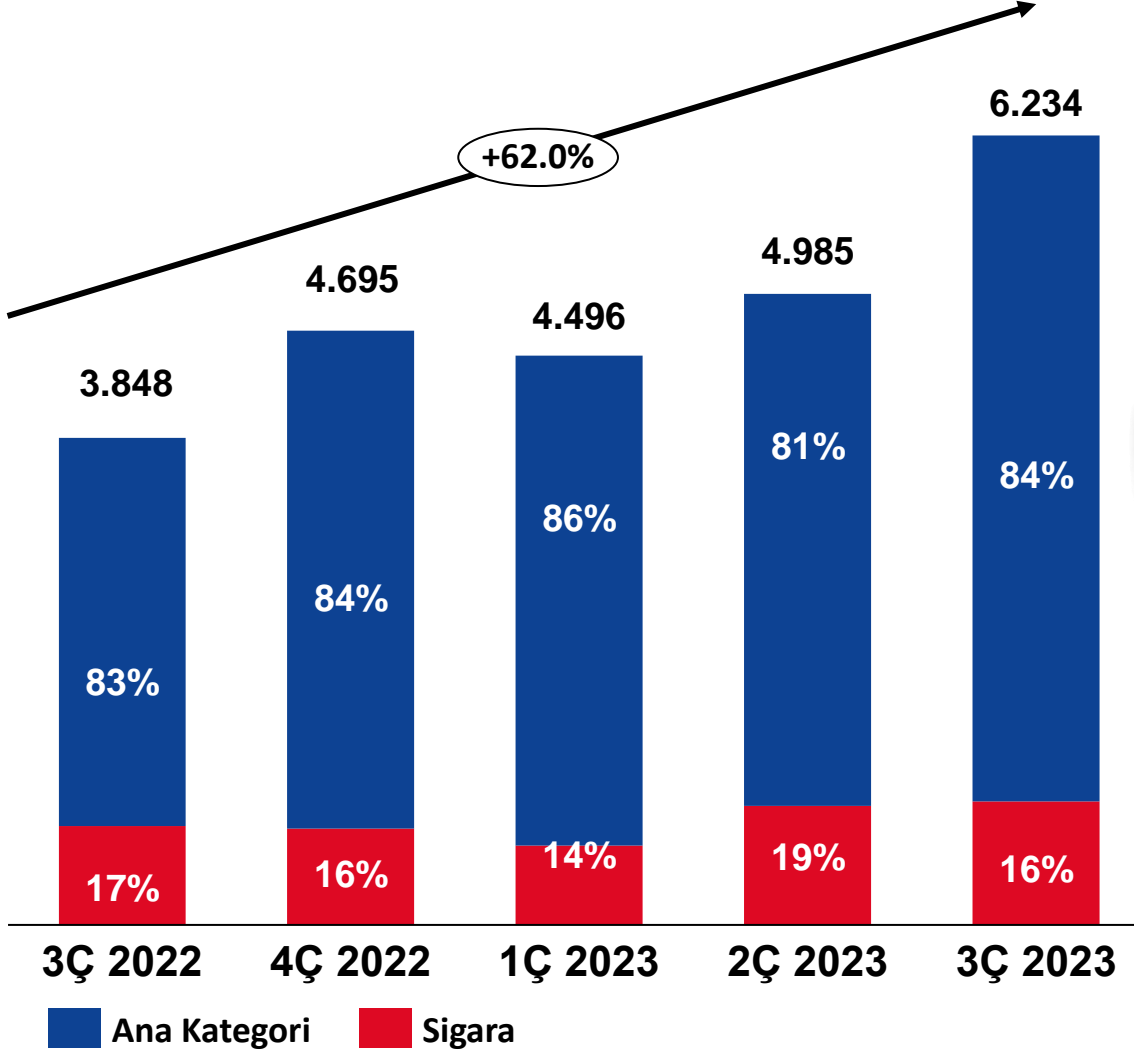
9A 2023



(\* )SEÇ HORECA, Kurumsal ve Bireysel Müşterilerin toplam satışın içindeki payı

# Satışlar (MTL) 3Ç 2023

İç enflasyon oranının üzerinde satış büyümesi...

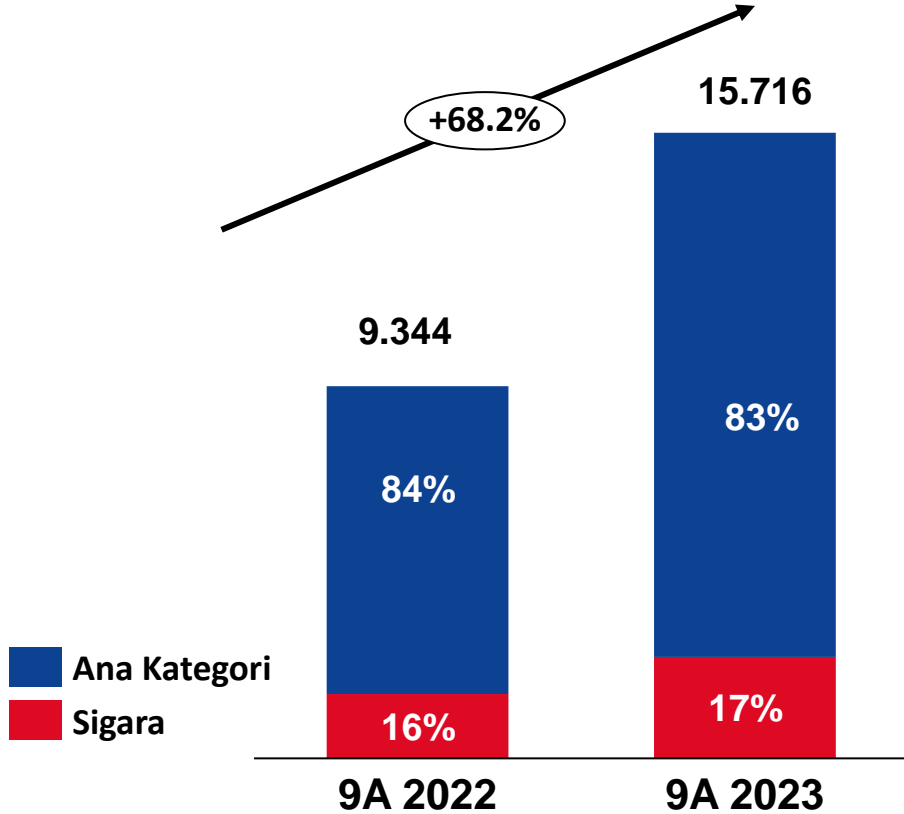


**Güçlü LFL**  
Toplam Satış  
Büyümesi:  
58.1%

Satış büyümesi (Sigara ve Şeker Hariç): **51.2%**  
LFL büyümesi (Sigara ve Şeker Hariç): **46.3%**  
(bir önceki yıla göre)

# Satışlar (MTL) 9A 2023

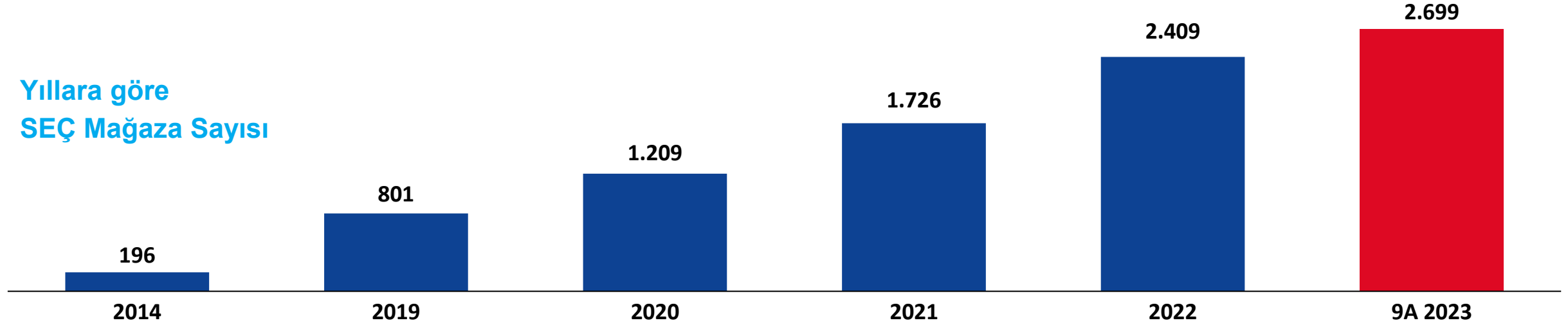
Güçlü LFL büyüme devam etti



**Güçlü LFL  
Toplam Satış  
Büyümesi:  
65.8%**

**Satış büyümesi (Sigara ve Şeker Hariç): 62.8%**  
**LFL büyümesi (Sigara ve Şeker Hariç): 60.7%**

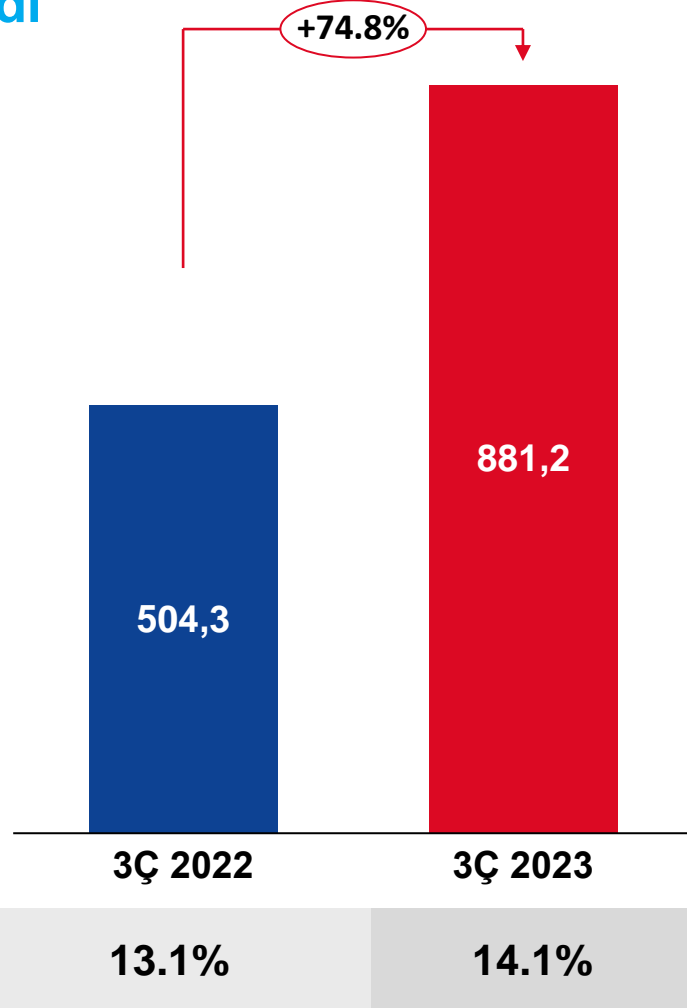
## Yıllara göre SEÇ Mağaza Sayısı



MTL	1Ç	2Ç	3Ç	4Ç	Toplam
Satış Gelirleri (2019)	88	107	126	129	450
Satış Gelirleri(2020)	148	195	213	240	795
Satış Gelirleri(2021)	276	342	375	425	1.417
Satış Gelirleri (2022)	458	670	845	935	2.865
Satış Gelirleri (2023)	1029	1165	1504		3.720

# Brüt Kar & Ana Kategori Brüt Kar Marjı 3Ç 2023

Çok kanallı satış modelinin performansı gölgeleyen 1YY2023'ün zorlayıcı olağanüstü koşulları sona erdi



3Ç 2022 Brüt Marj		3Ç 2023 Brüt Marj	
Sigara	3.2%	Sigara	4.6%
Ana Kategori	15.1%	Ana Kategori	15.9%
<b>Toplam</b>	<b>13.1%</b>	<b>Toplam</b>	<b>14.1%</b>

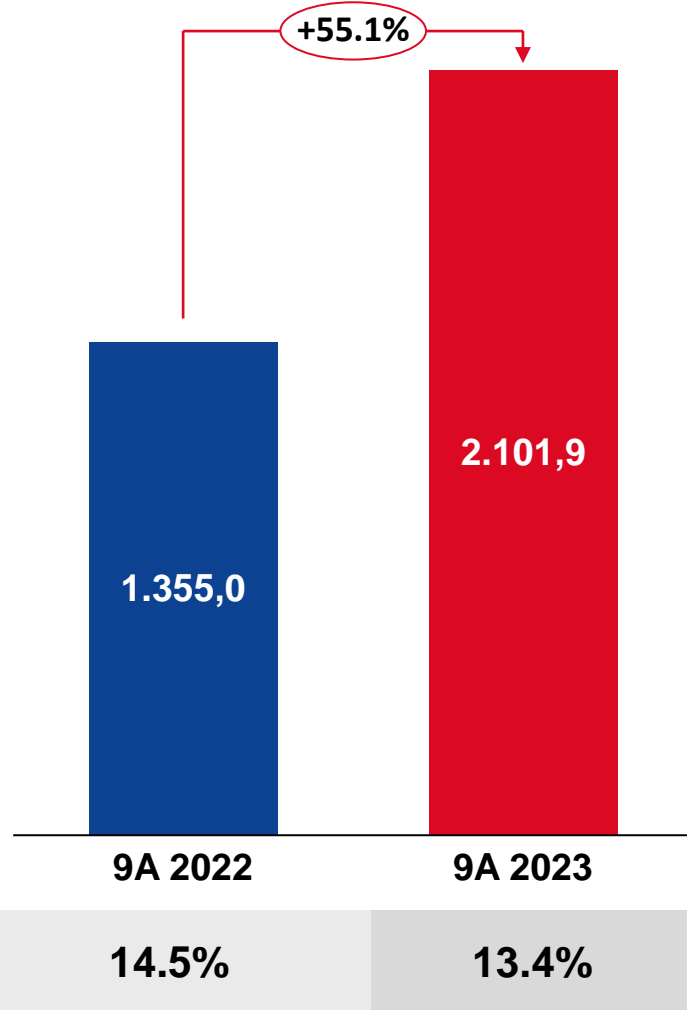
- 1YY2023'ün zorlayıcı olağan üstü koşulları sona erdi: yüksek stokların eritilmesi, Nisan ve Mayıs'taki yağ grubu ürünler ile süt ürünlerinin negatif fiyat trendi gibi
- Sigara fiyat geçişinin brüt kar marjına olumlu etkisi
- Brüt kar marjını iyileştirme ve takibe yönelik şirketin aldığı aksiyonların olumlu sonuçlar oluşturmaya başlaması

\*Ana kategori: tütün/sigara hariç satışlar hariç tutulmaktadır



# Brüt Kar & Ana Kategori Brüt Kar Marjı 9A 2023

1YY 2023'ün olumsuz koşullarının etkisi kısmen elimine edildi



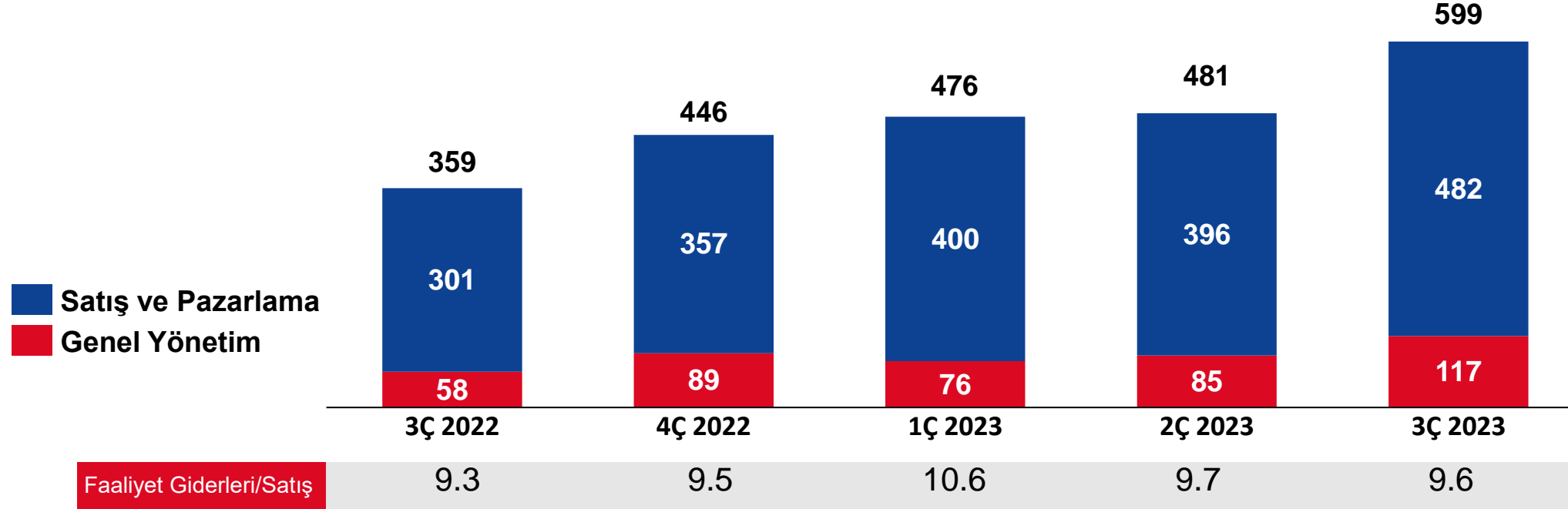
9A 2022 Brüt Marj		9A 2023 Brüt Marj	
Sigara	4.0%	Sigara	3.4%
Ana Kategori	16.7%	Ana Kategori	15.3%
<b>Toplam</b>	<b>14.5%</b>	<b>Toplam</b>	<b>13.4%</b>

- 2Ç2023'te Ramazan dönemi ve deprem bölgesindeki satışların düşmesi nedeniyle oluşan fazla stokların eritilmesi
- Nisan ve Mayıs ayların yağ ve süt ürün gruplarında oluşan negatif fiyat trendinin brüt kar marjını etkilemesi
- 3Ç2023'te en çok satılan ürün gruplarındaki negatif fiyat trendinin kısmen normalleşmesi ve Şirket'in karlılığı iyileştirmek adına aldığı aksiyonların olumlu etkileri

\*Ana kategori: tütün/sigara hariç satışlar hariç tutulmaktadır

# Faaliyet Giderleri (MTL) 3Ç 2023

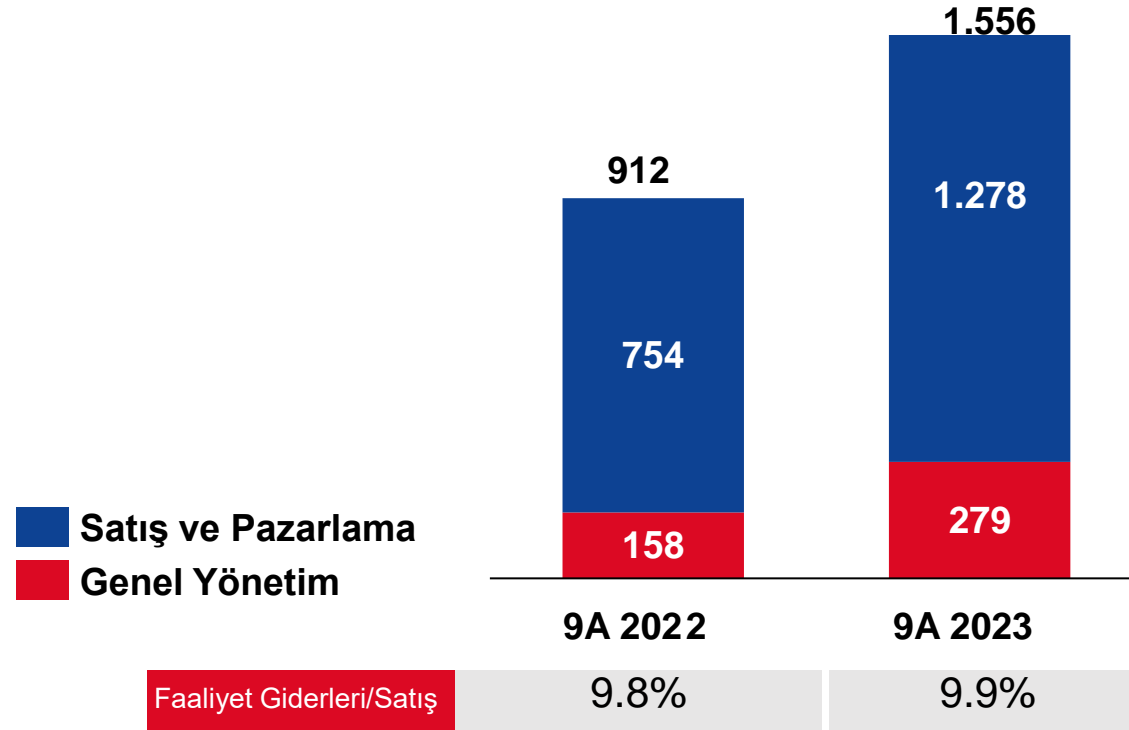
Şirketin gider artışları ile mücadele için attığı adımların olumlu etkisi



- İkinci çeyrek sonunda da tekrar artan asgari ücret nedeniyle faaliyet giderlerinin artış baskısı sürdü
- SEÇ ERP sistemi çalışmaları gibi dijitalleşme kaynaklı giderler ve diğer IT harcamaları devam etti
- Şirketin verimlilik artışı ve maliyet enflasyonu ile mücadele adına aldığı aksiyonlar olumlu sonuç verdi

# Faaliyet Giderleri (MTL) 9A 2023

Faaliyet giderlerinin satışlara oranında artan maliyetlerin etkisi ve buna karşın alınan önlemler

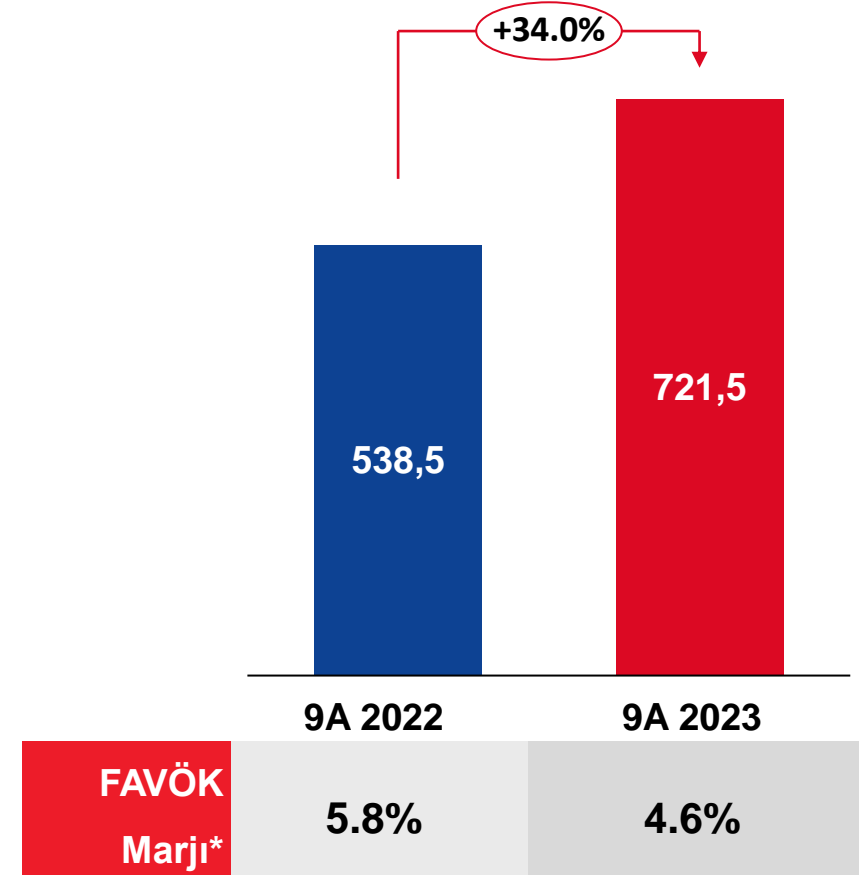
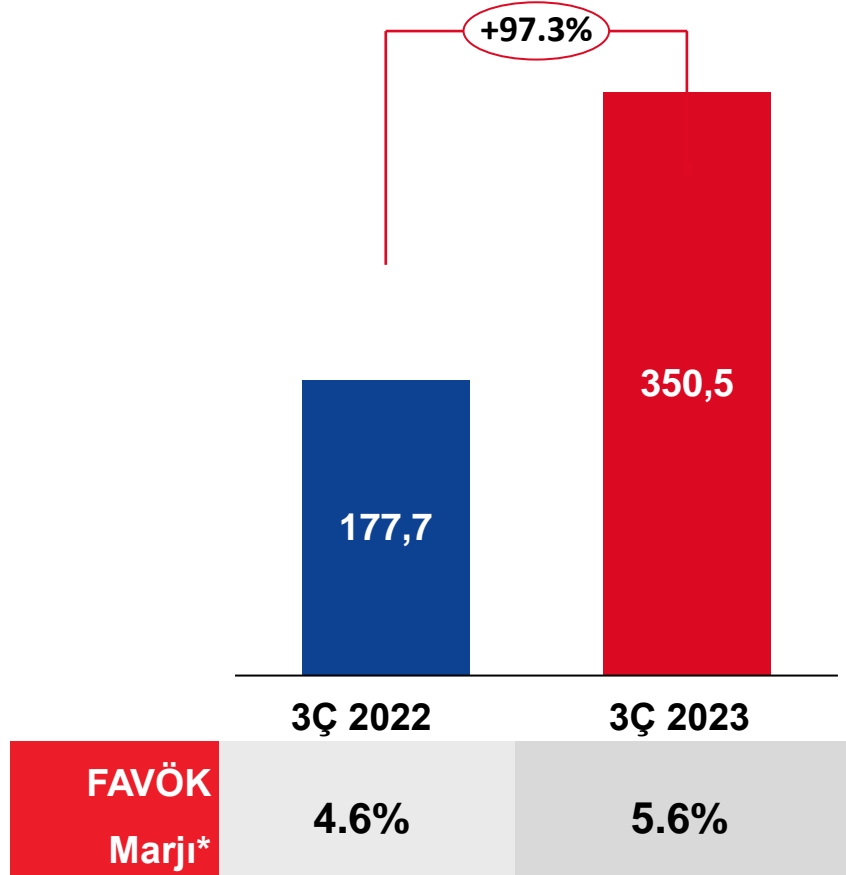


**Şirket, faaliyet giderlerinde aşağıda sıralanan faktörlerden dolayı verimliliği artırmak için önlemler almıştır. Giderleri artırmış olan faktörler:**

- Asgari ücretin yıl içinde iki kez artması
- Elektrik ve akaryakıt giderleri kaynaklı görülen gider artışı
- Dijitalleşme, IT ve danışmanlık giderleri
- Deprem sebebiyle bir kereye mahsus gerçekleşen giderler

# FAVÖK (MTL) 1Ç'23 & 9A'23

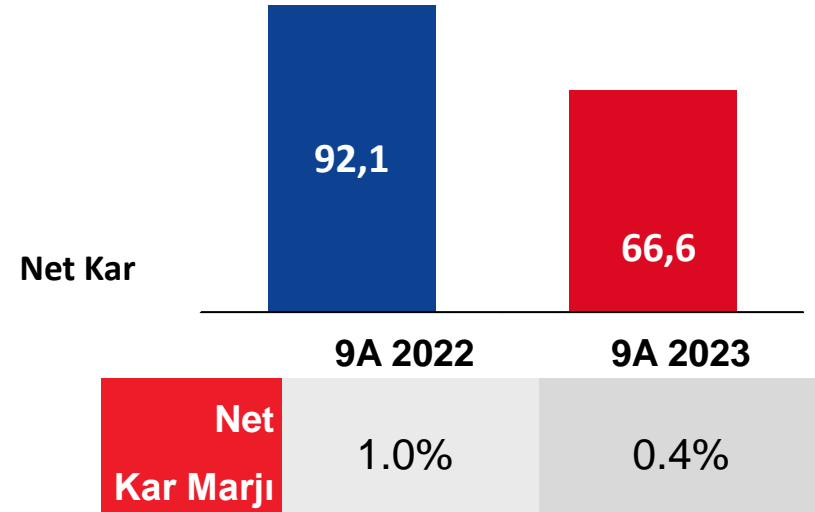
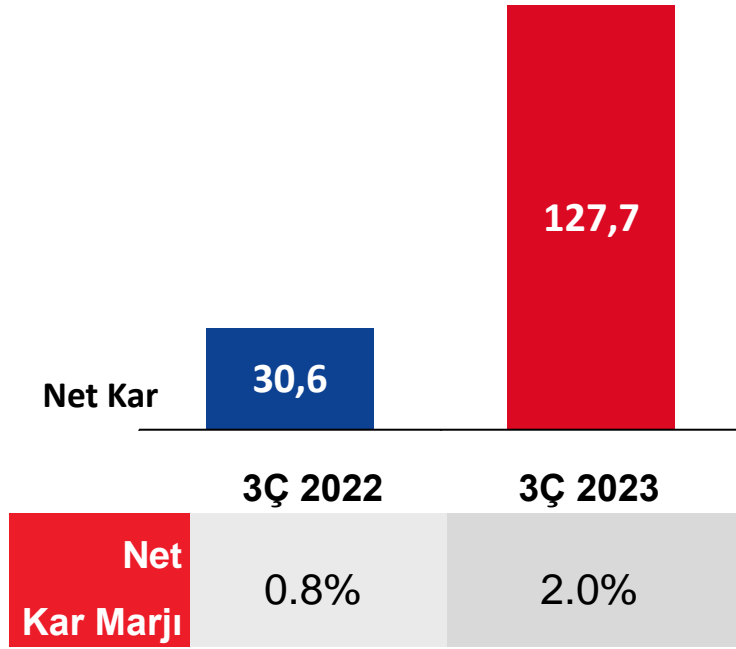
3Ç'23'te FAVÖK marjında iyileşme



(\* ) FAVÖK diğer gelir/giderler hariç tutularak hesaplanmıştır.

# Net Kar (MTL) 3Ç'23 & 9A'23

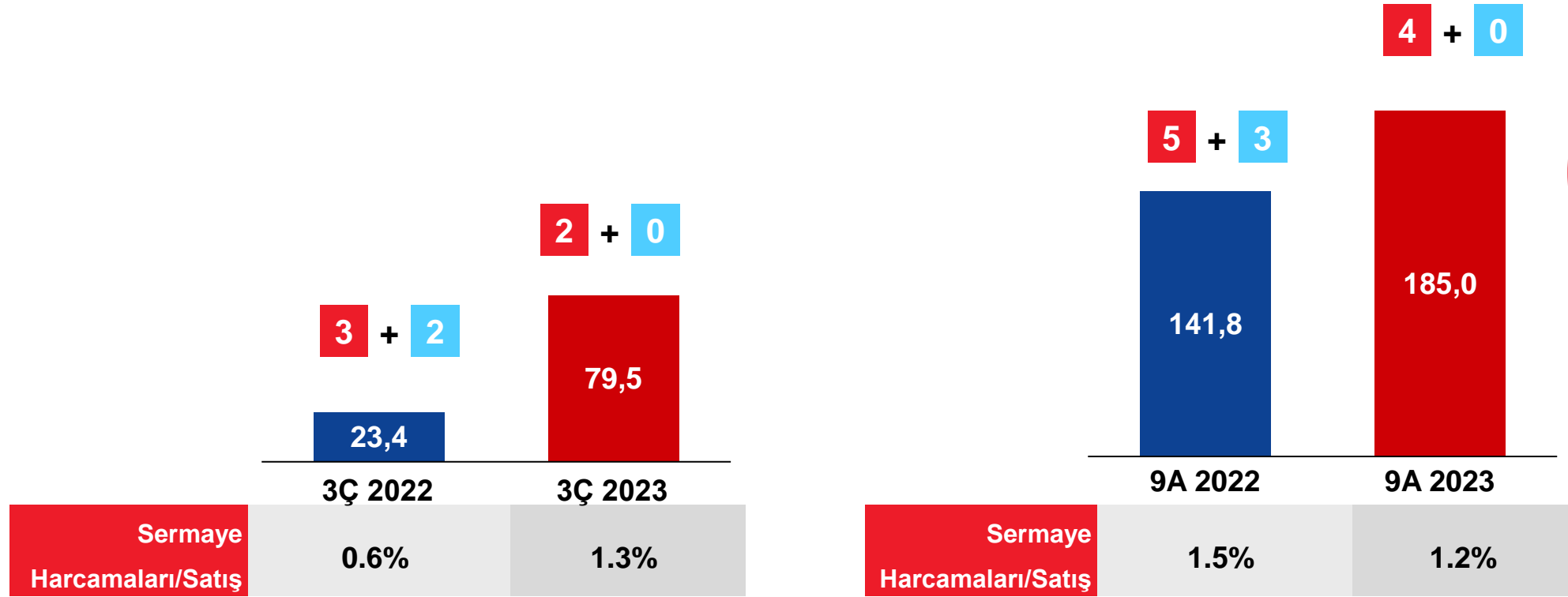
1YY'23'ün zararı marjlardaki iyileşme ve ertelenmiş vergi geliri etkisi ile tamamen kapatılmıştır



- 1YY 2023'ün net zararının tamam 3Ç'de kapatıldı:
  - Brüt kar marjındaki iyileşme
  - Faaliyet giderlerine yönelik alınan önlemler
  - Yaklaşık 48.3 milyon TL'lik ertelenmiş vergi geliri etkisi

# Sermaye Harcamaları (MTL) 3Ç'23 & 9A'23

Yıllık planlarımızla uyumlu yatırım harcamaları



181 mağaza,  
71 şehir,  
196bin m<sup>2</sup>  
net satış alanı

**# Yeni Mağazalar** **# Taşınan Mağazalar**

# İşletme Sermayesi

## Başarılı İşletme Sermayesi Yönetimi

MTL	9A 2022	2022	1Ç 2023	1YY 2023	9A 2023
Ticari Alacaklar	337,9	452,4	487,1	486,2	565,3
Stok	1724,8	1665,1	2207,7	1889,4	2346,9
Ticari Borçlar	2551,0	2827,9	3339,0	3437,1	3968,8
<b>İşletme Sermayesi</b>	<b>-488,3</b>	<b>-710,4</b>	<b>-644,2</b>	<b>-1061,5</b>	<b>-1056,7</b>

Ortalama Gün Sayısı(*)	9A 2022	2022	1Ç 2023	1YY 2023	9A 2023
Ticari Alacaklar	7,4	8,0	9,4	8,9	8,7
Stok	41,5	35,9	45,0	38,7	39,8
Ticari Borçlar	69,1	65,4	71,7	68,3	67,4
<b>İşletme Sermayesi</b>	<b>-20,2</b>	<b>-21,5</b>	<b>-17,3</b>	<b>-20,6</b>	<b>-18,9</b>

**Negatif İşletme Sermayesi Devam Etmektedir**

# Net Nakit Durumu

## Güçlü Bilanço Yapısı

MTL	9A 2022	2022	1Ç 2023	1YY 2023	9A 2023
<b>Finansal Borç</b>	-285,0	-312,1	-426,2	-646,8	-699,0
<b>Kısa Vadeli</b>	-101,5	-108,8	-140,5	-205,2	-217,6
<i>Finansal Kiralama İşlemleri Kaynaklı Yükümlülükler</i>	-1,0	-1,1	-0,8	-0,6	-0,2
<i>Kiralama İşlemlerinden Kaynaklanan Yükümlülükler (UFRS16)</i>	-100,4	-107,7	-139,6	-204,7	-217,4
<b>Uzun Vadeli</b>	-183,5	-203,4	-285,7	-441,6	-481,4
<i>Finansal Kiralama İşlemleri Kaynaklı Yükümlülükler</i>	-0,3	0,0	0,0	0,0	0,0
<i>Kiralama İşlemlerinden Kaynaklanan Yükümlülükler (UFRS16)</i>	-183,2	-203,4	-285,7	-441,6	-481,4
<b>Nakit ve Nakit Benzerleri</b>	512,8	634,6	487,1	717,4	752,7
<b>Net Nakit</b>	<b>227,9</b>	<b>322,4</b>	<b>60,9</b>	<b>70,6</b>	<b>53,7</b>

**Net nakit pozisyonu  
&  
döviz riski taşımayan güçlü bilanço**



	2022F	2023B
Bizim Toptan Mağaza Sayısı	180	183(+/-3)
SEÇ Market Mağaza Sayısı	2409	2900(+/-100)
Ana Kategori Büyümesi (TRY, %) (Sigara ve Şeker Satışları hariç)	107%	55% (+/-5pp)
SEÇ Satışları (TRY)	2.9 milyar	>5.1 milyar
FAVÖK Marjı (%)	5.6%	4.5%-5.5%

Ana kategori  
büyüme hedefi  
ve  
FAVÖK Marjı hedefi  
revize edildi

# İletişim Bilgileri

## Yatırımcı İlişkileri

**İŞİL BÜK**

Yatırımcı İlişkileri Kıdemli Müdürü



[isil.buk@bizimtoptan.com.tr](mailto:isil.buk@bizimtoptan.com.tr)



+90 216-559-1060



[www.biziminvestorrelations.com](http://www.biziminvestorrelations.com)

