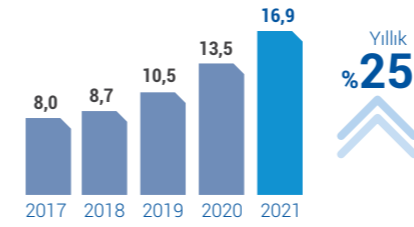
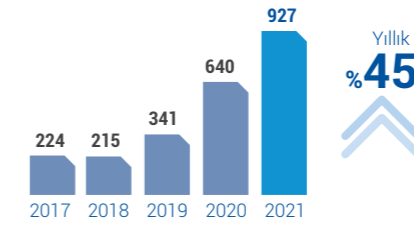


2021 yılında Sabancı Topluluğu Perakende şirketleri, sağlam dijital omurgaları ve cazip online perakende teklifleri ile **online satış hacimlerinde güçlü bir büyüme elde etmiş ve yaklaşık 194 milyon ziyaretçiye hizmet vermiştir.**

Kombine Gelir (Milyar TL)

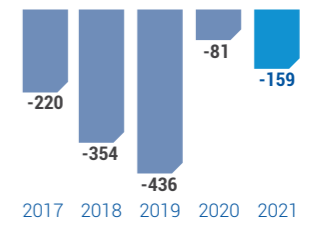


Kombine FAVÖK\* (Milyon TL)



\*Tek seferlik gelir/giderler ve IFRS16 etkisi hariç

Kombine Net Kâr\* (Milyon TL)



\*Tek seferlik gelir/giderler ve IFRS16 etkisi hariç

Carrefour  SA

TEKNO SA

Perakende



## Perakende

## Yeni bir uygulama

Gıda perakendecimiz AppStore ve PlayStore'da yeni bir mobil uygulama kullanıma sundu.



## Online mecralarda gelişme ve satış hacimlerinde artış

2021 yılında Sabancı Topluluğu Perakende şirketleri, yaklaşık 194 milyon ziyaretçiye hizmet veren güçlü dijital omurga ve online perakende teklifleri sayesinde online satış hacimlerinde güçlü bir büyüme elde etti.

Grubun gıda perakende şirketi, 2021'de online satış gelirinde yıllık %130 büyüme kaydetti. Sipariş sayısı 3,5 milyona ulaşırken, ana faaliyet alanında güçlü büyüme ve yeni platformlar ve ortaklıklar sonucunda genişleme sağlandı. 2020 yılında e-ticarete rekor bir performans elde eden Grubun teknoloji perakende şirketi, 2021 yılında da %15 online satış payı ile e-ticarete büyümesini sürdürdü.

Grubun teknoloji perakende şirketi, tüketici elektroniği perakende pazarında tamamen benzersiz teknoloji odaklı bir pazaryeri oluşturmak için pazaryeri dönüşüm projesine başladı.

## 2021: Çok kanallı büyüme, dijitalleşme ve müşteri odaklılık

Gıda ve teknoloji perakendecilerimizin hayata geçirdiği stratejik girişimlerde; ana faaliyet alanlarında büyümelerine devam ederken dönüşümlerini gerçekleştirebilmeleri için çok kanallı büyümeye, dijitalleşmeye ve müşteri odaklılığa öncelik verildi.

Bu odaklanma, gıda perakendecimizin 2021'de online siparişlerinin 3,5 milyona ulaşmasını ve toplam ciroda yıllık %130 büyüme kaydetmesini sağladı. Ana online kanallarındaki (carrefoursa.com ve online uygulama) güçlü büyüme ve yeni platformlar ile ortaklıklardaki genişleme bu başarının elde edilmesinde rol oynadı. Yeni bir merkez depo ile Türkiye'nin her yerine mal teslim etme kabiliyetimizi artırdık. Bir mega tüccar olarak bu depodan üç büyük pazara tedarik sağlamaya devam ettik.

Pazar yerleri ve 150 bağımsız satış noktası ile market alışverişi ve teslimat ortaklıkları başlattık. Genişleme girişimimizi desteklemek üzere, faaliyet göstermeyen mağazaları yeni operasyon noktaları olarak kullanan üç mağazada gölge mağaza operasyonları başladı.

Müşterilerimizden tedarikçilerimize ve stoklarımıza uzanan tedarik ve teslimat zincirimizi optimize ettik. Yeni stokuz satış modelimiz müşterilerimize sunduğumuz çeşitliliği artırmamızı sağladı.

Gıda perakendecimiz için AppStore ve PlayStore'da yeni bir mobil uygulama kullanıma sunuldu. Sonuç olarak, ziyaretçi sayımız ve uygulama indirme sayımız önemli ölçüde arttı. Gıda perakendecimiz, "Akıllı Haritalama Projesi" ile "Dijital ve Analitik Akademi Ödülleri"nde de jüri ödülünü almanın gururunu yaşadı.

# %10

E-ticaret satışları 2019'daki pandemi öncesi döneme göre keskin bir artış gösterdi ve toplam perakende gelirlerindeki payı üç katına çıkararak %10'a ulaştı.

## E-Ticaret Satışları, (Milyar TL) &amp; Toplam Satışlardaki Payı



paketleri gibi önemli sonuçları içeren servis dönüşüm projesini başlatarak 2021'de servis gelirini 2020'ye göre üç katına çıkardı.

Yatırımlar ve müşteri deneyimindeki gelişmeler, dijitalleşme, hizmet dönüşümü ve yalın süreçler, Teknosa'nın net tavsiye puanında önemli artışlar sağladı. Şirket ayrıca CX Awards International'da 50 ülkeden katılımcılar arasından 4 büyük ödül almayı başardı.

Şirketin 2021 yılında hayata geçirdiği yeni sadakat programı TeknoClub, üyelerine alışveriş alışkanlıklarına göre indirim, avantaj ve ayrıcalıklar sunuyor. Kusursuz bir müşteri deneyimini desteklemek için 2021'in sonunda "Mağaza Konsepti Yenileme Projesi" de başlatıldı.

Ek olarak, Carrefoursa'nın bayi mağazalarının sayısı 2021'de neredeyse üç katına çıkarak organik büyümesini sürdürdü. 2019-2021 dönemi, bayilik sistemi için ilk gerçek büyüme dönemi oldu. Marka, 2021 yılında 17 şehirde 72 bayi mağazasına ulaştı.

Grubun teknoloji perakende şirketi ise, hem uzaktan erişim hem de mağaza kanallarında daha geniş bir teknoloji teklif yelpazesi ve iyileştirilmiş müşteri deneyimi sunarak kendisini "geleneksel perakendeci"den fiziksel varlığı olan, "fijital perakendeci" olarak anılan dijital bir platforma dönüştürüyor. Bu vizyona ulaşmak için şirket, hem mevcut ana faaliyetlerini geliştirmek hem de iş modelini dönüştürmek ve daha da genişletmek için bazı önemli stratejik girişimlerde bulundu.

2021'in başlarında şirket, özel bir organizasyon, spesifik performans ölçüm sistemi ve yeni hizmet ürün

2021'in ikinci yarısında şirket, tüketici elektroniği perakende pazarında tamamen benzersiz teknoloji odaklı bir pazaryeri oluşturmak için pazaryeri dönüşüm projesine başladı. Bu pazaryerinin 2022'nin başlarında "online kanalları yenileme projesi" ile birlikte lansmanı, Teknosa'nın fijital dönüşümünün ana katalizörü olacaktır.

## Daha sürdürülebilir bir gelecek için

Sabancı Topluluğu perakende şirketleri, Topluluğun stratejik hedefleri doğrultusunda "Net Sıfır Emisyon" ve "Sıfır Atık" hedefleri çerçevesinde aksiyon almaktadır. 2021'in başında gıda perakendecimiz Sürdürülebilirlik Komitesini kurdu. Öte yandan Şirket, Grup hedefimiz olan 2050'ye kadar Net Sıfır'a ulaşma çalışmalarımız kapsamında karbon ayak izini azalttı. Carrefoursa, Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü ile ortak yürütülen

## TeknoClub

2021 yılında lansmanı yapılan TeknoClub, üyelerine alışveriş alışkanlıklarına göre indirim, avantaj ve ayrıcalıklar sunuyor. Kusursuz bir müşteri deneyimi için 2021'in sonunda "Mağaza Konsepti Yenileme Projesi" de başlatıldı.

# Bayilik Sistemi

Carrefoursa'nın bayi mağazaları 2021'de yaklaşık üç katına çıkarak 17 şehirde 72 mağazaya ulaştı.



Her zaman doğrusunu müşterileriyle buluşturan CarrefourSA, şimdi de esnafımızı doğru yatırımlarla buluşturuyor. **Kazançlı gelir sahibi olmak için hemen başvurun.**

Gıda ve Tarım Ortaklığı Projesi'nin bir parçası olan, Gıda Kayıp ve İsrafını en aza indirmek için çalışan "Yiyeceklerinizi Koruyun" projesine destek vermeye başladı. Carrefoursa, Dünya Kaynakları Girişimi sponsorluğunda yürütülen 10x20x30 Projesi'nde tedarikçilerimizle birlikte yer alarak 2030 yılına kadar gıda kayıplarını ve israfını yarıya indirme taahhüdünü de ortaya koydu. Gıda perakendecimiz, sektöründe öncü bir adım olarak sıfır atık vizyonumuz doğrultusunda mağazalarımızda Sıfır Atık yönetim sistemini uyguladı.

Sera gazı emisyonlarının azaltılması, işyerleri ve mağazalarda otomasyon yoluyla enerji verimliliği, aydınlatmada LED dönüşümü ve etkin atık yönetimi alanlarında teknoloji perakendeciliği şirketimizin hedefleri daha büyük ölçeklere ulaşmaktadır. Şirket, mağaza ve işyerlerine kurduğu ısıtma, soğutma ve aydınlatma otomasyon sistemi ile 2021 yılında yaklaşık 1,9 milyon KW enerji

tasarrufu sağladı. 2021 yılı sonunda LED aydınlatmaya dönüşen Teknosa mağaza sayısı 171'e ulaştı. Sıfır Atık sisteminin altyapısı kuruldu. Teknosa, Eşitlik, Kapsayıcılık ve Çeşitlilik politika ve uygulamalarının yanı sıra toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda sosyal projelere öncülük ediyor. Kadın için Teknoloji çatısı altında, kadınların dijital dünyaya adaptasyonuna katkı sağlıyor.

### Güçlü büyümemizi pekiştirmek için 2022 stratejik yol haritası

Ana faaliyet alanlarımızı büyütmek ve dönüşümümüzü gerçekleştirmek için çok kanallı büyüme, dijitalleşme ve müşteri odaklılığı takip eden perakende şirketlerimizin 2022 stratejik yol haritası, güçlü büyümemizi pekiştirmek üzerinedir.

Bu büyümenin ivmesi, ürün çeşitliliği ile zenginleştirilmiş e-ticaretten ve platformumuzdaki operasyon merkezi konumlarının avantajından ve

gıda perakende şirketindeki ortaklık modellerinden gelecektir. Teknoloji perakende şirketinde online ve offline kanalların yenilenmesine yönelik projelerin tamamlanması, müşteri yolculuğunun tüm adımlarında sorunsuz ve bütünsel bir müşteri deneyimi sunulmasını sağlayacaktır. 2021'deki pazaryeri yatırımı da dâhil olmak üzere son yıllarda e-ticarette büyük adımlar atan Teknosa, Türkiye'de büyüyen e-ticaret potansiyelini daha da güçlendirecektir.

Gıda perakendesinde önümüzdeki yıllarda bayilik sistemi için iddialı hedeflerimiz bulunmaktadır. Hizmet ve çözümlere yapılan yatırımların, bayilik sistemindeki kârlılığı ve müşteri sayısını artırmaya devam etmesi beklenmektedir.

Özel markalı ürün genişlemesinin yanı sıra alternatif Teknosa dışı satış kanallarının geliştirilmesi 2022'de devam edecektir. Servis dönüşümü kapsamında şirket, onarım ve bakım işinden gelir elde etmeye odaklanacak ve böylelikle servis işinin güçlü kârlılığını daha da artıracaktır.

Gıda perakendeciliğinde dijital CRM entegrasyonu ve performans pazarlaması ve veri analitiğine odaklanma, teknoloji perakendeciliğinde büyük veri ve analitik yeteneklerine yapılan yatırımlar ve TeknoClub sadakat programı, perakende şirketlerimizin çok kanallı müşterilere daha verimli bir şekilde ulaşmasını ve yeni müşteriler çekmesinin yanı sıra mevcut müşteri portföyünü korumasını sağlayacaktır.

## 2022'de

*2022'nin başlarında "online yenileme projesi" ile birlikte teknoloji odaklı pazaryerinin lansmanı, Teknosa'nın dijital dönüşümünün ana katalizörü olacak.*