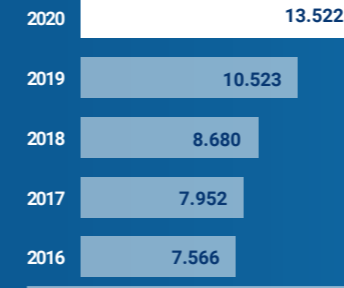


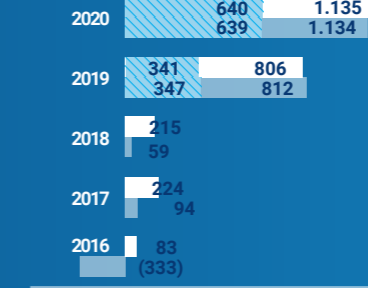
# Perakende

Sabancı Perakende Grubu şirketleri Carrefoursa ve Teknosa, 2020 yılında dijital platformları aracılığıyla online satış hacimlerini toplamda 4 katına çıkarmayı başarmıştır.

## Kombine Net Satışlar (Milyon TL)



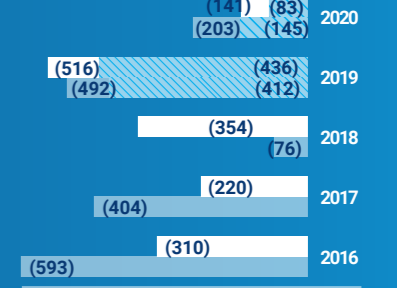
## Kombine FAVÖK (Milyon TL)



■ FAVÖK ■ TFRS16 hariç  
■ FAVÖK<sup>(1)</sup>

<sup>(1)</sup> Tek seferlik gelir-gider hariç.

## Kombine Net Kâr (Milyon TL)



■ NET KÂR ■ TFRS16 hariç  
■ NET KÂR<sup>(1)</sup>

<sup>(1)</sup> Tek seferlik gelir-gider hariç.

## 2020 GELİŞMELERİ



### Online alışverişte önemli adımlar

COVID-19 pandemisinin de etkisiyle online market üzerinden çok yoğun talep alan Carrefoursa'nın e-ticaret cirosunun toplam ciro içindeki payı yıl içinde iki kattan fazla artmıştır.

### Lezzet Arası

Toplam 13 Lezzet Arası ile müşterilerine market fiyatına gastronomik özgürlük sunan Carrefoursa, pandemi çerçevesinde tüm önlemleri dikkate alarak evlere paket servisle hizmet vermiştir.

### Yeni bayilik sistemi

Carrefoursa ülkemizin değerli girişimcilerini Şirket'in marketler zincirine dahil etmek amacıyla bu yıl büyük bir adım atmış ve çeşitli kriterleri karşılayan girişimcilere Süper ve Mini market formatlarında bayilik hizmeti imkânı sağlamıştır.

## 2020 GELİŞMELERİ



### Kesintisiz müşteri deneyimi

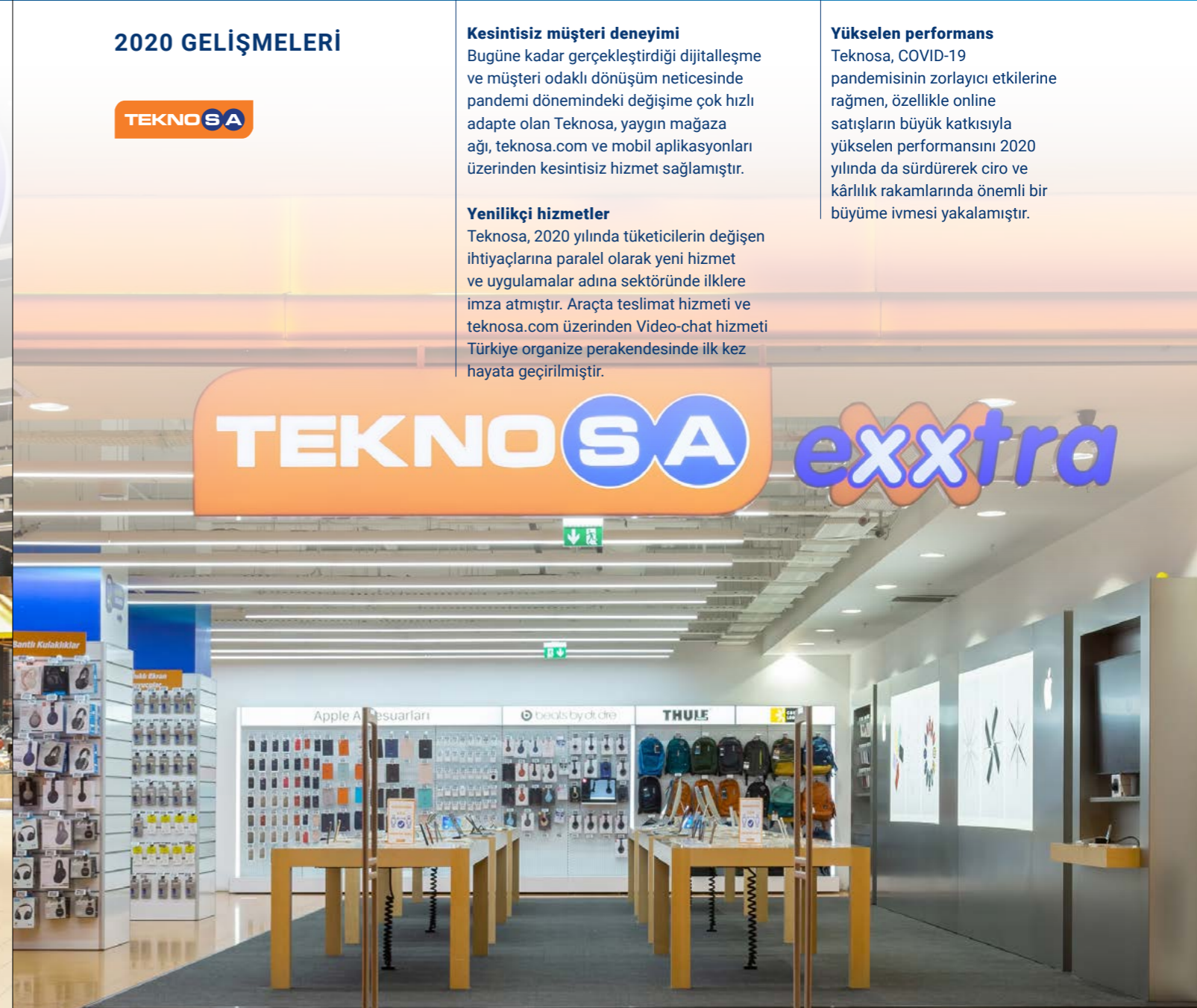
Bugüne kadar gerçekleştirdiği dijitalleşme ve müşteri odaklı dönüşüm neticesinde pandemi dönemindeki değişime çok hızlı adapte olan Teknosa, yaygın mağaza ağı, teknosa.com ve mobil uygulamaları üzerinden kesintisiz hizmet sağlamıştır.

### Yenilikçi hizmetler

Teknosa, 2020 yılında tüketicilerin değişen ihtiyaçlarına paralel olarak yeni hizmet ve uygulamalar adına sektöründe ilklere imza atmıştır. Araçta teslimat hizmeti ve teknosa.com üzerinden Video-chat hizmeti Türkiye organize perakendesinde ilk kez hayata geçirilmiştir.

### Yükselen performans

Teknosa, COVID-19 pandemisinin zorlayıcı etkilerine rağmen, özellikle online satışların büyük katkısıyla yükselen performansını 2020 yılında da sürdürerek ciro ve kârlılık rakamlarında önemli bir büyüme ivmesi yakalamıştır.



## Perakende

Sabancı Perakende Grubu şirketleri, 2020 yıl sonu itibarıyla toplam 70 ilde 699 gıda marketi ve 211 teknoloji mağazası ve satış noktası ile tüketiciye hizmet vermektedir.

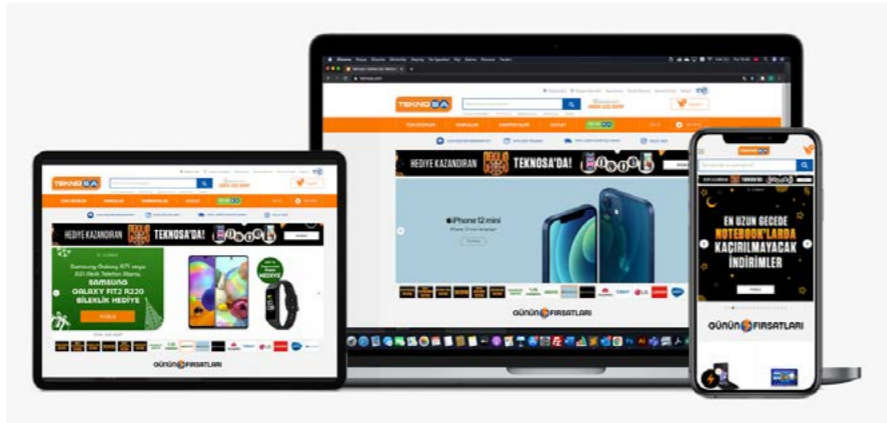
**Perakendede Dönüşüm Programı**

Sabancı Holding perakende şirketleri, Carrefoursa'nın "Yeni Nesil Market", Teknosa'nın "Yeni Neslin Teknosa'sı" adı altında sürdürdüğü bütünsel dönüşüm programlarıyla 2020 yılında başarılı operasyonel sonuçlara imza atmıştır.

Carrefoursa, CRM faaliyetleri ile elde ettiği veriler ve zenginleştirilmiş müşteri deneyimi ölçüm verileri doğrultusunda hem ürün gamını hem de hizmet anlayışını geliştirmiştir.

Teknosa, sistemsel süreçlerin müşteri odaklı ve yalın olarak yeniden kurgulanması ve sürekliliğinin sağlanması, müşteri temas noktalarında en iyi deneyimin sunulması için CRM ve veri analitiği çalışmalarına öncelik vererek müşteri memnuniyetini ve operasyonel verimliliğini artırmıştır.

Küresel ölçekteki pandemi tüm dünyada ekonomileri, sektörleri ve perakende sektörünü de olumsuz etkilemiştir. Bununla birlikte, Carrefoursa'nın faaliyet gösterdiği gıda perakendesi müşterilerin temel ihtiyaçlarına erişimi noktasında kesintisiz çalışmış ve güçlü büyümesini sürdürmüştür. Bu süreçte eğitim, ekonomi ve sosyal hayatın dönüşümü ve dijitalleşmenin hız kazanması ile teknoloji ihtiyaçları vazgeçilmez hale gelmiş, artan tüketici talebi Teknosa'nın faaliyet gösterdiği sektörü de pozitif etkilemiştir.



Organize gıda perakende pazarı geçen seneye göre %27,3 büyümüş, 174 milyar TL hacme ulaşmıştır. Teknoloji ürünleri pazarı ise geçen yıla göre %37,8 büyüme ile 89 milyar TL'lik hacme ulaşmıştır.

**2020 Yılı Önceliklerimiz**

Her iki şirket de çalışanlarının, müşterilerinin ve toplumun sağlığına öncelik vermiş ve pandemi sürecinin başından itibaren en üst seviyede sağlık ve güvenlik tedbirlerini hayata geçirmiştir. Bu kapsamda tüm çalışma ortamlarını, market ve mağazalarını sürekli dezenfekte eden, çalışanlarına maske dahil sağlık kitleri dağıtan, sosyal mesafe kuralına uyumlu şekilde hizmet veren Teknosa ve Carrefoursa, Sağlık ve İçişleri Bakanlıklarının yönergelerini harfiyen uygulamıştır.

Carrefoursa, herkesin gıda, hijyen ürünleri gibi yaşamsal ihtiyaçlarına erişmesi için kamu görevi bilinciyle mağazaları ve online kanalları üzerinden hizmetini ara vermeden sürdürmüştür. Teknosa ise, sağlık tedbirleri gereği mağazalarını ilk kapatma kararı alan teknoloji perakendecisi olmuştur. Mağazalarını geçici olarak kapattığı 22 Mart-1 Haziran tarihleri arasında ve kısıtlamalar olduğu dönemlerde teknosa.com ve mobil uygulamaları üzerinden kesintisiz hizmet vermeye devam etmiştir.

Carrefoursa, 2020 yılında "Yeni Neslin Sabancı'sı" vizyonu ile dönüşüm programı kapsamında çalışmalarına devam etmiştir. Uzun yıllardır dijitalleşmeye yapılan yatırımlar çerçevesinde Carrefoursa'nın online marketi webden, telefondan, tableten ulaşılabilir hale gelmiştir. Bugün

**BİR BAKIŞTA 2020**

- 1 Pazar payı**  
%4,52  
(Modern Ticaret FMCG pazar payı)
- 2 Mağaza sayısı**  
699 (52 il)
- 3 Satış alanı**  
525 bin m<sup>2</sup>
- 4 Metrekare başına düşen ciro**  
15,5 bin TL %21,1
- 5 Müşteri sayısı**  
138 milyon

**GIDA PERAKENDECİLİĞİ**

için aylık yaklaşık 6 milyon ziyaretçi trafiği bulunan online marketin mobil uygulama indirilme adedi 150 bini geçmiş, aylık ulaştırılan sipariş sayısı da 200 bine yaklaşmıştır. Bu kapsamda yeni hizmetler sunulmuş, müşteriler "Öncelikli Teslimat", "Alo Sipariş" ve "Markette Hazır" hizmetleriyle tanışmıştır.

Müşteri ilişkileri yönetimine ilişkin data analiz çalışmaları ile müşteri tüketim alışkanlıklarını inceleyen, müşteri beklentilerine uygun kampanyalar tanımlayan Carrefoursa'nın kartlı müşteri sayısı 4,1 milyondur.

Teknosa'da yapay zeka algoritmalarıyla veriyi analiz edip, müşterilere sunulan deneyimi en iyi hale getirmek için yeni uygulamalar hayata geçirilmiştir. Teknosa'nın 2020 yıl sonu itibarıyla 17,5 milyon tekil müşteri verisi bulunmaktadır. Doğru ürün karmasını, doğru lokasyonlarda tüketiciyle buluşturmak, yeni müşteri kazanmak, mağazaların verimliliğini artırmak, dinamik fiyatlama, stok ve gider optimizasyonunu sağlamak, ciro ve kârlılık hedeflerine ulaşmak için veriye dayalı analizler derinleştirilmiş ve operasyonel verimlilik artırılmıştır.

Teknosa, artan online alışveriş eğilimi çerçevesinde müşterilere birebir hizmet vermek için web-chat, WhatsApp, telefonla satış uygulamalarını geliştirmiştir. Türkiye'de organize perakendede ilk olan video-chat uygulamasını devreye almış,

**BİR BAKIŞTA 2020**

- 1 Pazar payı**  
%7  
(Teknoloji ürünleri panelmarket)
- 2 Mağaza sayısı**  
211 (68 il)
- 3 Satış alanı**  
97 bin m<sup>2</sup>
- 4 Metrekare başına düşen ciro**  
42 bin TL %23
- 5 Ziyaretçi sayısı**  
175 milyon

**TEKNOLOJİ PERAKENDECİLİĞİ**

sanal ortamda mağaza deneyimi sunmaya başlamıştır. Şirket ayrıca, herkesin artan teknoloji ihtiyaçlarıyla hızlı buluşması için 40'ın üzerinde ilde aynı gün ve ertesi gün teslimat hizmeti vererek sektörde fark yaratmıştır.

Yerli üreticilerin yanında olan Carrefoursa da, "Doğrusu Carrefoursa'da" diyerek yeni iletişim stratejisiyle doğru ürünü doğru üreticiden temin ederek, doğru hizmet ve doğru fiyat politikası ile müşterilerine sunma misyonunu derinleştirmiştir.

Carrefoursa, Türkiye'nin değerli girişimcilerini, sürdürülebilir bir gelişime sahip olan zincirine dahil etmek amacıyla bayilik sistemi başlatmıştır. Sistem kapsamında Mini ve Süper formatlarda bayilikler verilmiş ve 2021 yılında 100 bayi hedeflenmektedir.

Carrefoursa, 2020'de yaş sebze-meyve konusunda tarladan en doğru ürünü en uygun fiyatla reyonlarına getirebilmek amacıyla Tarım ve Orman Bakanlığı olmak üzere Tarım İşletmeleri Genel Müdürlüğü (TİGEM) ve Tarımsal Araştırmalar ve Politikalar Genel Müdürlüğü (TAGEM) ile iş birliği gerçekleştirmiş, üreticilere yerli tohum desteği vererek üretim sürecini yerinde kontrol edip güvenli ürünlerin reyonlara gelmesini sağlamaktadır. Müşterilerine veteriner hekim kontrollü, %100 yerli besi kırmızı et sunan Carrefoursa, 2020 yılında kırmızı et satışını, bir önceki yıla göre %26 artırmıştır. Denizlerdeki sürdürülebilir balıkçılığa verdiği destekle Carrefoursa, hem üretimden reyona gelene kadar her süreci kontrol edilen çiftliklerle çalışmakta hem de Gebze'de kurduğu Su Ürünleri Platformu ile av sezonunda reyonlarında farklı balık çeşitlerine yer verebilmektedir.

## Perakende

## Sabancı Perakende Grubu şirketleri, müşterilerin ihtiyaçlarına göre konumlandırılmış farklı formatlar ile çoklu kanalda kesintisiz hizmet vermektedir.

### 2020 Yılı Performansı

Yeni Neslin Teknosa'sı mottosuyla dijitalleşme ve müşteri odaklı dönüşümde kat ettiği yol, Teknosa'nın sağlıklı ve istikrarlı şekilde yükselen performansını sürdürmesini sağlamıştır. Şirket'in 2020 cirosu, pandeminin zorlayıcı etkilerine rağmen yıl sonu itibarıyla geçen yıla göre %36'lık büyüme ile 5,6 milyar TL'ye, net kârı da 234 milyon TL'lik bir iyileşmeyle 148,6 milyon TL zarardan 85,3 milyon TL kâr düzeyine ulaşmıştır.

Teknosa'nın online kanalı teknosa.com da hizmet kalitesinde fark yaratarak çok başarılı bir yıl geçirmiştir. Bu kapsamda mağazaların pandemi nedeniyle 2 ay boyunca tamamen kapalı olduğu ikinci çeyrekte e-ticarette %580'lik rekor büyüme elde edilmiştir. Teknosa'nın online cirosu geçen yıla göre 3,6 kat artarak 1 milyar TL'yi aşmıştır. Ziyaretçi sayısında da %40 seviyesinde bir yükselme kaydedilmiştir. Sonuç olarak, perakende satışları içerisinde online satışların payı %19'a ulaşmıştır.

Teknosa, 68 ilde 211 mağaza ve satış noktası, teknosa.com ve mobil platformlarıyla Türkiye'nin en yaygın, müşterisine en yakın teknoloji perakende şirketidir. Mağazalarında ve teknosa.com'da 2020 yılı boyunca 175 milyona varan ziyaretçi ağırlamıştır.

Carrefoursa, 2020 yılında, 7,9 milyar TL ciro elde eden Carrefoursa, yıl sonu itibarıyla 30 Hipermarket, 389 Süpermarket, 28 Gurme ve 228 Mini ve 24 bayilik ile toplamda 52 ilde 699 markete ve 525 bin m<sup>2</sup> toplam net satış alanına sahiptir.

Online ticaret payı  
**%19**

Teknosa'nın cirosu bir önceki yıla göre %36 büyüme ile 5,6 milyar TL'ye ulaşmıştır. Online cirosu da 3,6 katına çıkmış ve 1 milyar TL'yi geçmiştir.



Carrefoursa'nın pazar payı %4,52 (Modern Ticaret FMCG pazar payı), metrekare başına düşen cirosu da %21,1 artışla 15,5 bin TL'ye ulaşmıştır. Yılı 183 milyon TL yatırım ile tamamlayan Carrefoursa, müşteri odaklı yaklaşımı ile günde 500 bin kişiye ürün ve hizmet ulaştıran bir marka haline gelmiş ve mağazalarından toplam 138 milyon kez alışveriş yapılmıştır. Carrefoursa'nın 11.032 çalışanı mevcuttur. Sabancı Holding iştirak oranı %57,12 olmuştur.

### Kadınlara Yönelik Destek Projeleri

#### Kadın için Teknoloji Projesi

Teknosa, 2007 yılından bu yana sürdürdüğü Kadın için Teknoloji projesi kapsamında bugüne kadar 20 binden fazla kadının dijital okuryazar olmasına katkı sağlamıştır. 2020

yılında pandemi nedeniyle online olarak devam eden eğitimlere Türkiye'nin dört bir yanından 2.500'ün üzerinde kadın katılmıştır.

Teknosa, aynı zamanda UN Global Compact ve UN Women'in ortak girişimi olan Kadının Güçlenmesi Prensipleri'ni (WEPs) 2018 yılında imzalayıp, toplumsal cinsiyet eşitliğini ilerletecek şirket politikaları oluşturmaya yönelik 7 ilkeye taahhüt vererek Türkiye'de bu platforma katılan ilk teknoloji perakende şirketidir.

#### Kadınların Gücü Carrefoursa'nın Gücü

Carrefoursa, toplumsal cinsiyet eşitliğine verdiği değeri Birleşmiş Milletler Toplumsal Cinsiyet Eşitliği ve Kadının Güçlenmesi Birimi (UN WOMEN) ve Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi (UN Global Compact) ortaklığıyla oluşturulan Kadının Güçlenmesi

Prensipleri (Women's Empowerment Principles – WEPs) Platformu'nun imzacıları arasında yer alarak küresel çapta tasdik etmiştir. Bugün için dünya çapında aralarında Carrefoursa'nın da yer aldığı yalnızca 9 gıda perakendecisi WEPs Platformu imzacısı konumunda bulunmaktadır.

#### Çevreye Duyarlı Aksiyonlar

Teknosa, doğal kaynakların tasarruflu kullanımı, enerji verimliliği, atık yönetimi ve atık geri dönüşümü konularında çalışmalarını 2020 yılında da sürdürmüştür. Teknosa'nın enerji tasarrufu çalışmaları kapsamında;

56 adet mağazada kurulan manuel müdahaleye izin vermeyen otomasyon sistemi ile yaklaşık %15 (senelik olarak yaklaşık 1,73 milyon kW) enerji tasarrufu sağlanmıştır.

Gebze lojistik merkezi ve 114 mağazada mevcut aydınlatma armatürleri led aydınlatmaya dönüştürülerek, senelik 4,3 milyon Kw enerji tasarrufu elde edilmiş, yeni açılan, yenilenen mağazaların aydınlatmaları da led yapılmaya devam edilmiştir.

Karbon emisyonlarının düşürülmesi kapsamında, kiralık şirket aracı havuzundaki araçların %71'i hibrit araca çevrilmiştir.

Carrefoursa, 2020 senesinde ilk kez Carbon Disclosure Project (CDP) bünyesinde iklim değişikliği ve su konularında raporlama yaparak bu konudaki farkındalığını ve taahhütlerini ispatlamıştır. Carrefoursa, TİDER iş birliği kapsamında oluşturulan Destek Market'e 550 ton ürün tedarik ederek 22 bin kişiye ulaşmasını sağlamıştır. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı'nın başlatmış olduğu "Sıfır Atık" inisiyatifi ile tüm mağazaları için "Temel Seviye Sıfır Atık" belgesi almak için çalışmalara başlamış ve 2020 yılı sonuna kadar 69 mağaza için belge alınmıştır.

#### 2021 Yılı Önceliklerimiz ve Sektörel Strateji

Teknosa, dijitalleşmenin hızlanması ile her alanda artan teknoloji ihtiyaçlarını, uçtan uca kapsamlı deneyim ile müşterileriyle buluşturmaya odaklanacaktır. Bu çerçevede Şirket'in önümüzdeki dönem öncelikleri arasında e-ticaretin geliştirilmesi, online

ve fiziksel deneyimin harmanlandığı yeni uygulamaların derinleştirilmesi, müşterilerin beklentilerine göre yenilikçi ürün ve hizmetlerin sunulması, alternatif kanalların ve iş modellerinin değerlendirilmesi yer almaktadır. Teknosa, veri analitiğini yeniliklerin hayata geçirilmesinde etkin kullanıp, insan kaynağına ve teknolojiye yatırım yaparak paydaşları için yarattığı değeri artırmayı hedeflemektedir.

Carrefoursa, Yeni Nesil Market vizyonuyla 2021 yılında dijitalleşmeyi sürdürerek müşterileri nezdinde tüm dijital kanallardan online marketine erişimi daha da artırmayı, yeni nesil hizmetleriyle müşterilerinin alışveriş ihtiyacını karşılamayı, bayilik sistemiyle bir yılda 100 yeni marketi bünyesine katmayı, yerli tohum, kırmızı et ve balıkçılık konularında sürdürülebilir bir şekilde yerli üreticiye destek vermeye devam etmeyi, "Doğrusu Carrefoursa'da" söylemiyle doğru üreticiden temin ettiği doğru ürünleri müşterilerine doğru hizmetle ve doğru fiyatla ulaştırmayı hedeflemektedir.

Carrefour 

#### Faaliyet alanı

Gıda ve gıda dışı perakendeciliği

#### Faaliyette bulunduğu ülkeler

Türkiye

#### Bulunduğu il sayısı

52

#### Mağaza sayısı

699 (30 Hipermarket, 389 Süpermarket, 28 Gurme ve 228 Mini ve 24 bayilik market)

#### Dijital satış kanalları

carrefoursa.com ve mobil uygulama (iOS ve Android)

#### Yıllık müşteri sayısı

138 milyon

#### Satış alanı

525 bin m<sup>2</sup>

#### Çalışan sayısı

11.032

#### Sadakat kart sayısı

4,1 milyon+

#### Sabancı Holding iştirak oranı

%57,12

#### Web adresi

www.carrefoursa.com

Veriler, 31.12.2020 tarihi itibarıyla.

TEKNOSA

#### Faaliyet alanı

Teknoloji perakendeciliği

#### Faaliyette bulunduğu ülkeler

Türkiye

#### Bulunduğu il sayısı

68

#### Mağaza sayısı

211 mağaza (23 Carrefoursa satış noktası dahil)

#### Dijital satış kanalları

teknosa.com ve mobil uygulama (iOS ve Android)

#### Ziyaretçi sayısı

175 milyon

#### Satış alanı

97 bin m<sup>2</sup>

#### Çalışan sayısı

2.337

#### Müşteri verisi

17,5 milyon

#### Sabancı Holding iştirak oranı

%50,00

#### Web adresi

www.teknosa.com

Veriler, 31.12.2020 tarihi itibarıyla.