



Koton'un 2025 yılının ilk çeyreğinde yurt içi mağazacılık satışları reel bazda %18, toplam yurt içi satışları ise %12 büyüdü.

Koton senenin ilk çeyreğinde, geçen senenin aynı dönemine kıyasla yavaşlayan tüketici talebine rağmen, trend ve kaliteli ürünleri rekabetçi fiyatlarla sunarak yurt içi mağazacılık satışlarını reel bazda %18, toplam yurt içi satışlarını ise %12 büyüttü.

Türk lirasının güçlü seyri bu çeyrek de yurt dışı satış gelirlerini negatif yönde etkilemeye devam etti. Birleşik Devletler Topluluğu'nda (CIS) gözlemlenen makroekonomik ve jeopolitik durum bölgedeki satışları olumsuz etkilerken, diğer bölgelerde göreceli stabil bir satış performansı elde edildi. Şirket'in yapısal değişimlere imza attığı Körfez Bölgesi ve güçlü yurt dışı e-ticaret büyümesi yurt dışı satışları destekledi.

Bu dönemde konsolide satışlar reel bazda %3 arttı.

E-ticaret satışları yurt dışında %65 reel büyüdü

E-ticaret yurt dışında %65 reel büyüme kaydederek yurt dışı satışlar, stok yönetimi ve nakit akışına önemli katkı sağladı.

Güçlü LFL Büyüme

Perakendecilik sektörünün önemli metriklerinden konsolide bire bir (LFL) satış adeti geçen senenin aynı dönemine göre %6,7 ve satış tutarları ise %7,2 arttı.

2,7 Milyar TL konsolide brüt kâr elde edildi.

Uygulanan dinamik fiyatlama politikası satışları, stok yönetimini ve nakit akışını desteklerken, Türk lirasına rağmen konsolide brüt kâr marjı 1. çeyrekte %43 olarak gerçekleşti. Şirket takip eden çeyreklerde mevsimselliğin olumlu etkisiyle brüt kâr marjında artış öngörürken, 2025 yılı beklentisi olan %50'nin üzerinde brüt kâr marjı hedefini korudu.

Mağaza açılışlarının ikinci çeyrek itibarıyla hız kazanması hedefleniyor.

31 Mart 2025 itibarıyla Türkiye'de 242, yurt dışında 207 mağazasıyla toplamda 449 mağazası bulunan Koton'un yeni mağaza açılışlarının ikinci çeyrek itibarıyla hız kazanması hedefleniyor. Şirket, yapılan hazırlıklar kapsamında sene sonunda mağaza sayısının en az 466'ya ulaşmasını hedeflediğini tekrar etti.

12 Mayıs 2025

Körfez Bölgesi'ndeki olumlu değişim

31 Mart 2025 itibarıyla Körfez Bölgesi'ndeki (GCC) toplam 16 franchise mağazanın Apparel Group ile yapılan iş birliği kapsamında bağlı ortaklığa devri tamamlandı. Şirket, bölgede bire bir (LFL) mağazacılık satışlarında ABD doları bazında %20'nin üzerinde büyüme kaydettiğini belirtti.

Koton Club üye sayısı 7,2 milyonu aştı.

Omnichannel stratejisinin önemli bir parçası olan müşteri sadakat programı Koton Club üye sayısı 7,2 milyonu aştı. Koton Club kişiselleştirilmiş bir alışveriş deneyimi sağlayarak müşteri memnuniyetini artırmayı ve müşteri verilerinin daha iyi analiz edilmesini hedefliyor. Şirket, birinci çeyrekte Koton Club üyelerinin üye olmayanlara kıyasla alışveriş sıklığının %30, sepet büyüklüğünün %5 ve fiş başına ürün sayısının %9 daha fazla olduğunu bilgisini paylaştı.

CEO Dr. A. Bülent Sabuncu'nun Değerlendirmeleri

Koton CEO'su Dr. A. Bülent Sabuncu, şirketin 1.çeyrek performansı ile ilgili şunları kaydetti:

“Geçtiğimiz seneye göre azalan yurt içi tüketici iştahına ve mevsimsel olarak yavaş bir çeyrek olmasına karşın dinamik fiyatlama uygulamalarımız ve Ramazan Bayramı'nın da desteğiyle yurt içinde önemli bir reel büyüme yakaladık. Güçlü TL yurt dışı satışlarımızı olumsuz etkilenmeye devam ederken, özellikle Körfez Bölgesi'ndeki operasyonlarımızdaki ivmelenme ve yurt dışı e-ticaretteki kuvvetli büyüme son derece umut verici niteliktedir.

İkinci çeyrek itibarıyla yeni mağaza açılışlarımızın ağırlıklı olarak yurt dışında olacak şekilde hız kazanmasını, ilerleyen çeyreklerde mevsimselliğin olumlu etkisiyle brüt kâr marjımızı ve FAVÖK marjımızın artacağını öngörüyoruz. 2025 yılında reel bazda düşük tek haneli satış büyümesine ulaşırken, brüt kâr marjımızın %50'nin üzerinde olmasını ve mağaza sayımızın en az 466'ya çıkmasını hedefliyoruz”

Daha fazla bilgi için:

<https://kurumsal.koton.com.tr>

yatirimci.iliskileri@koton.com