



Koton 2025 yılı ikinci çeyreğinde FAVÖK marjını %37'ye çıkarırken, 333 milyon TL net kar elde etti ve 636 milyon TL nakit yarattı.

Koton 2025 yılı ikinci çeyreğinde geniş ürün yelpazesi, dinamik fiyatlandırma politikası, stok, tedarik ve maliyet yönetimi alanlarındaki stratejik atılımları sonucunda güçlü bir finansal performans sergiledi. Şirket, geçen senenin aynı dönemine kıyasla yavaşlayan tüketici talebine rağmen, yılın ikinci çeyreğinde yıllık bazda hem brüt kâr marjını hem de FAVÖK marjını artırırken net dönem karı ve pozitif serbest nakit akışı elde etmeyi başardı.

Şirket'in brüt kâr marjı özellikle 2025 İlkbahar ve Yaz sezonunda enflasyonun altında gerçekleşen maliyet artışları ve etkin stok yönetimi sayesinde yılın ilk çeyreğine kıyasla 22 puan, geçen senenin aynı çeyreğine kıyasla ise 4 puan artarak %65'e çıktı.

Aynı dönemde FAVÖK marjı, artan brüt kâr marjı ve kontrollü gider yönetiminin etkisiyle geçen senenin aynı dönemine kıyasla 5 puan artarak %37'ye çıktı. FAVÖK tutarı ise yine yıllık bazda %4'ün üzerinde artış kaydederek 2,6 milyar TL'yi aştı.

İkinci çeyrekte faaliyet karı 1,1 milyar TL olurken, 333 milyon TL net kar elde edildi.

Koton, devam eden durgun piyasa koşulları karşısında dinamik fiyatlandırma stratejisi, etkin stok yönetimi ve kontrollü gider yönetimi sayesinde 1,1 milyar TL faaliyet karı elde etti. Şirket yüksek faiz ortamının getirdiği artan finansman maliyetlerine rağmen, yurt dışı operasyonlarından elde edilen kur farkı gelirinin de desteğiyle 333 milyon net kar elde etti. Operasyonlardan elde edilen nakit akışının iyileşmesiyle serbest nakit akışı 3 çeyrek sonra pozitif yöne geçerek, Şirket 636 milyon TL nakit yarattı.

Yurt içi mağazacılık Koton'un amiral gemisi olmaya devam ederken brüt kâr marjı %73'e çıktı.

Yılın ilk yarısında geçen yılın aynı dönemine kıyasla %7'nin üzerinde büyüyen yurt içi mağazacılık satışları, %3 büyüyen yurt içi satışlara önemli destek sağladı. Yurt içinde mağaza sayısı değişmezken, mağazalarda yapılan optimizasyon çalışmalarının etkisiyle ilk yarı yolda yurt içi metrekare verimliliği ABD Doları bazında %27 artış gösterdi.

Yurt içi mağazacılık kanalının brüt kâr marjı ise ikinci çeyrekte geçen senenin ikinci çeyreğine kıyasla 6 puanlık artışla %73'e çıktı.

Yurt dışı e-ticaret kanalı, yılın ilk yarısında geçen yılın aynı döneminin 2 katı kadar satış kaydetti.

Yurt dışı e-ticaret kanalı özellikle CIS Bölgesi'nde ve Avrupa'da yakalanan ivmelenmenin desteğiyle, yılın ilk yarısında geçen yılın aynı dönemine kıyasla 2 kat arttı.

Körfez Bölgesi'nde başlatılan dönüşüm yurt dışı satışlarını destekledi.

Apparel Group ile ortaklık kapsamında yönetilmeye başlanan GCC Bölgesi'ndeki dönüşümün olumlu etkisiyle bölgede LFL satış tutarı senenin ilk yarısında ABD doları bazında %13 arttı. Temmuz ayında Umman pazarına aynı ortaklık çatısı altında giriş yapılırken, Ağustos ayında ülkedeki ikinci mağaza açıldı. Katar'da ise ilk mağazanın yıl sonuna kadar açılacağı belirtildi.

Mağaza sayısı 456'ya yükseldi.

Birinci çeyrek sonunda 449 olan mağaza sayısı yurt dışında açılan 4 mağaza ile ikinci çeyrek sonunda 453'e ulaştı. Temmuz ve Ağustos ayının ilk yarısında açılan yeni mağazalarla birlikte güncel sayının 456'ya çıktığı belirtildi. Mağaza açılışlarının senenin ikinci yarısında ağırlıklı yurt dışında ve özellikle GCC Bölgesi'nde açılışı planlanan 10'a yakın mağaza ile hızlanarak devam etmesi planlanıyor.

Koton Club üye sayısı 8 milyonu aştı.

Omnichannel stratejisinin önemli bir parçası olan müşteri sadakat programı Koton Club ikinci yılını geride bırakırken, 15 Temmuz itibarıyla üye sayısını 8 milyon üzerinde taşıdı. Koton Club'ın yurt dışına açılarak Rusya ve Kazakistan'da da hayata geçirildiği ve sene sonu hedefi olan 9 milyon üyeye hızlı adımlarla ilerlediği vurgulandı. Koton Club kişiselleştirilmiş bir alışveriş deneyimi sağlayarak müşteri memnuniyetini artırmayı ve müşteri verilerinin daha iyi analiz edilmesini hedefliyor.

CEO Dr. A. Bülent Sabuncu'nun Değerlendirmeleri

Koton CEO'su Dr. A. Bülent Sabuncu, şirketin 2. çeyrek performansı ile ilgili şu değerlendirmelerde bulundu:

"Zorlu makroekonomik koşulların ve geçen yıla kıyasla daralan tüketici talebinin hakim olduğu 2025 yılının ilk yarısını geride bırakırken, stratejik önceliklerimiz doğrultusunda atmış olduğumuz adımlar sayesinde ikinci çeyrekteki güçlü finansal sonuçlarımız ile sektör ortalamalarının üzerinde bir performans gösterdiğimizi belirtmek isterim. Pazar koşullarına uygun dinamik fiyatlama stratejimiz, etkin stok ve tedarik yönetimimiz ile kontrollü maliyet yönetimimizin sonuçlarını görmeye başladığımız bu çeyrekte, hem brüt kâr marjımızı hem de FAVÖK marjımızı artırırken, artan finansman maliyetlere rağmen 333 milyon TL net kar elde etmeyi ve serbest nakit akışımızı 3 çeyrek sonra pozitif yöne geçirerek 636 milyon TL nakit yaratmayı başardık.

Yurt içi mağazacılık amiral gemimiz olmaya devam ederek yılın ilk yarısında %7'nin üzerinde reel büyüme kaydetti. Yurt dışında aldığımız operasyonel önlemler ikinci çeyrekte meyvelerini vermeye başlarken, güçlü büyüme kaydeden e-ticaret kanalı satışlarının da desteğiyle, toplam yurt dışı satışlarımızda ABD Doları bazında %13 büyüme sağladık.

Yılın ikinci çeyreğinde elde ettiğimiz güçlü sonuçlar, 2025 yılı hedeflerimize ulaşma konusundaki inancımızı pekiştirdi. Yurt içinde üçüncü çeyreğe güçlü başlarken, senenin ikinci yarısında TL'deki reel değerlenmenin geçen seneye kıyasla sınırlı kalmasıyla, yurt dışı operasyonlarımızın da konsolide sonuçlara olumlu katkı sağlayacağını öngörüyoruz.”

Daha fazla bilgi için:

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

yatirimci.iliskileri@koton.com