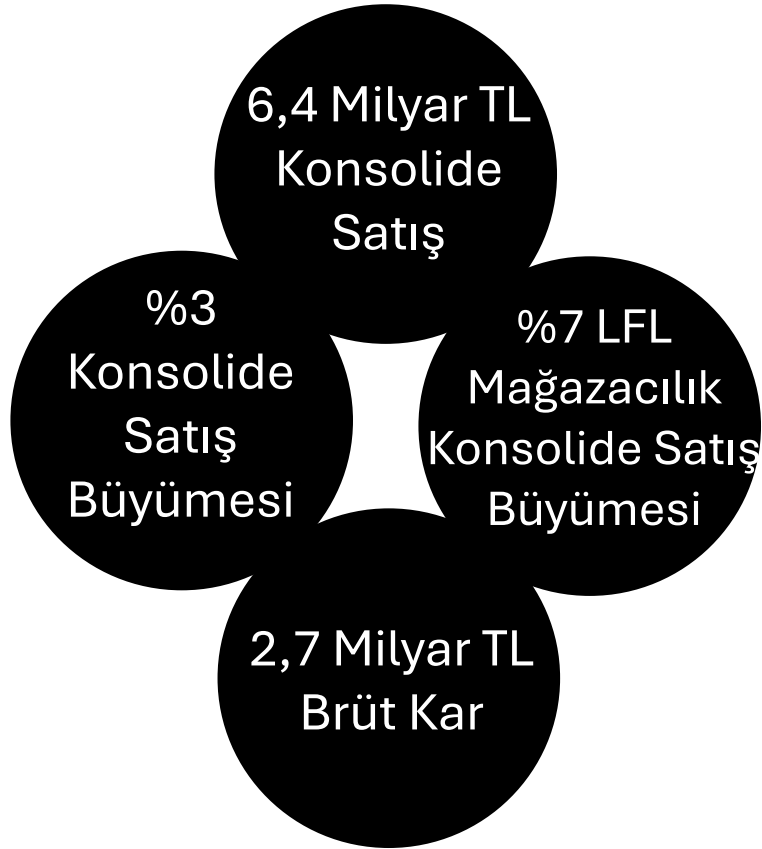


1Ç2025
Analist Sunumu

KOTON





Piyasa Koşulları:

- Makroekonomik koşullar ve beklentilerin altında gerçekleşen asgari ücret zammı sebebiyle yurt içindeki fiyat hassasiyeti geçen senenin aynı çeyreğine kıyasla arttı.
- Global belirsizlikler, Türk lirasının güçlü seyri ve özellikle CIS Bölgesinde devam eden makroekonomik ve jeopolitik olumsuzluklar yurt dışı satışları 1.çeyrek genelinde olumsuz etkiledi. Bununla birlikte, Mart ayında Türk lirasında yaşanan değer kaybı yurt dışı operasyonlara bu dönem için kısmen olumlu yansıdı.

Konsolide Sonuçlar:

- Güçlü yurt içi satış büyümesinin desteği ile **konsolide satışlar reel olarak yaklaşık %3 arttı.**
- Konsolide mağazacılık LFL adetler **%6,7**, LFL satışlar ise **%7,2** arttı.
- Satışları desteklemek ve stok yönetimine katkı sağlamak amaçlı uygulanan dinamik fiyatlama politikası satışlara desteklerken konsolide brüt kar ve FAVÖK'te sınırlı geri çekilme yaşandı.
- 1.Çeyrek dönem karı 2024 yılının ilk çeyreğinin altında kaldı. Artan finansman giderleri, diğer giderler ve azalan parasal kazanç kalemleri dönem karını olumsuz etkilerken, artan kur farkı geliri kısmi telafi sağladı.

Yurt İçi Operasyonları:

- Piyasa koşullarına uygun dinamik fiyatlama politikası ve Ramazan Bayramı'nın da desteğiyle yurt içi satışlarda **%12'lik reel** büyüme sağlandı.

Yurt dışı Operasyonlar:

- Jeopolitik ve makroekonomik koşullar CIS Bölgesi'ndeki satış ve karlılığı baskılamakta, diğer yurt dışı pazarlar göreceli daha kuvvetli performans sergiledi.
- GCC Bölgesi yapılan transformasyonun da desteğiyle olumlu ayrılmaya devam etti.
- %65 reel büyüyen e-ticaret, yurt dışı satışlara ve stok yönetimine önemli katkı sağladı.

1. ÇEYREKTE ÖNE ÇIKANLAR

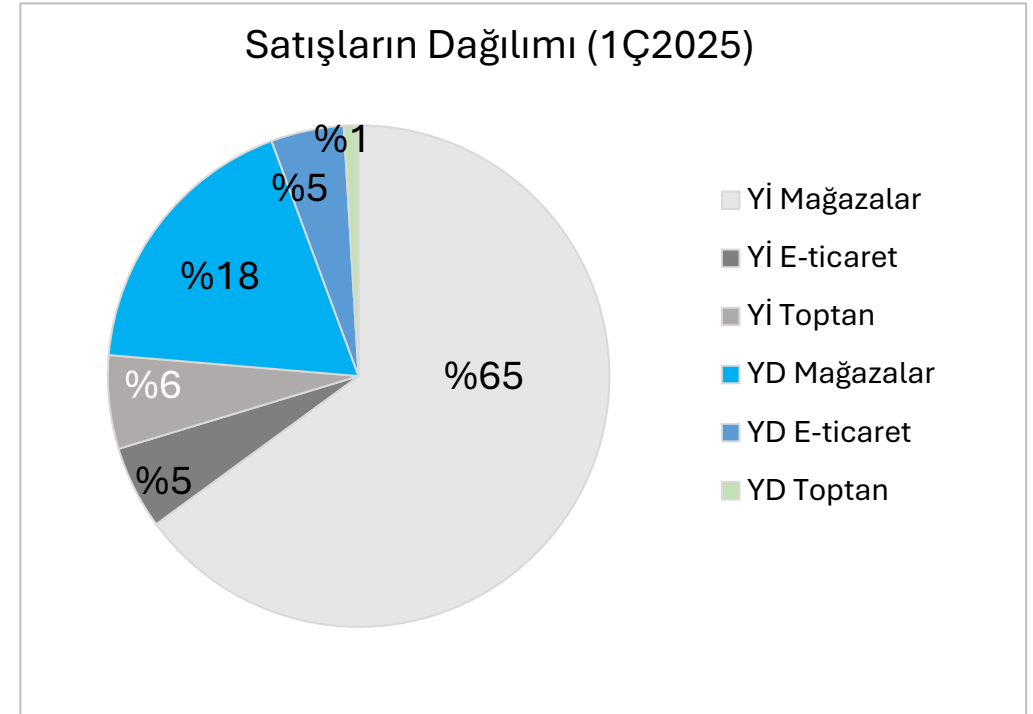
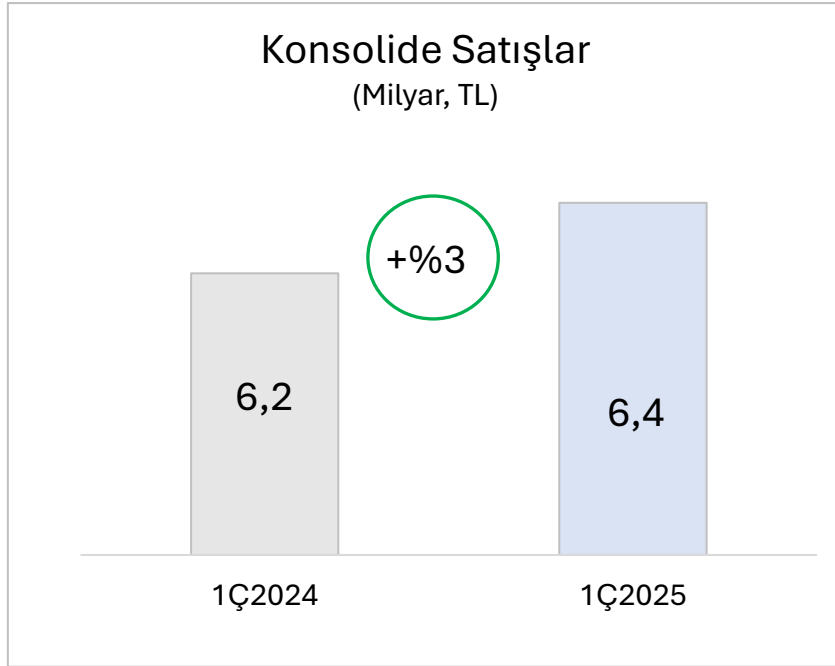


- Yurt içi mağazacılık satışları **%18**, yurt içi toplam satışlar **%12** reel büyüdü.
- Satışları destekleyici dinamik fiyatlama uygulamalarına rağmen yurt içi brüt kar marjı **%45** olarak gerçekleşti.
- Yurt dışında e-ticaret satışları **%65** reel satış büyümesi kaydetti.
- Karlılığı en yüksek e-ticaret satış kanalı olan koton.com'un yurt içi e-ticaret içindeki payı **%31**'den **%36**'ya çıktı.
- Omnichannel stratejisinin kilit ögesi Koton Club büyümeye devam ederek **7,2 milyon** üyeyi aştı.

Finansal Sonuçlar

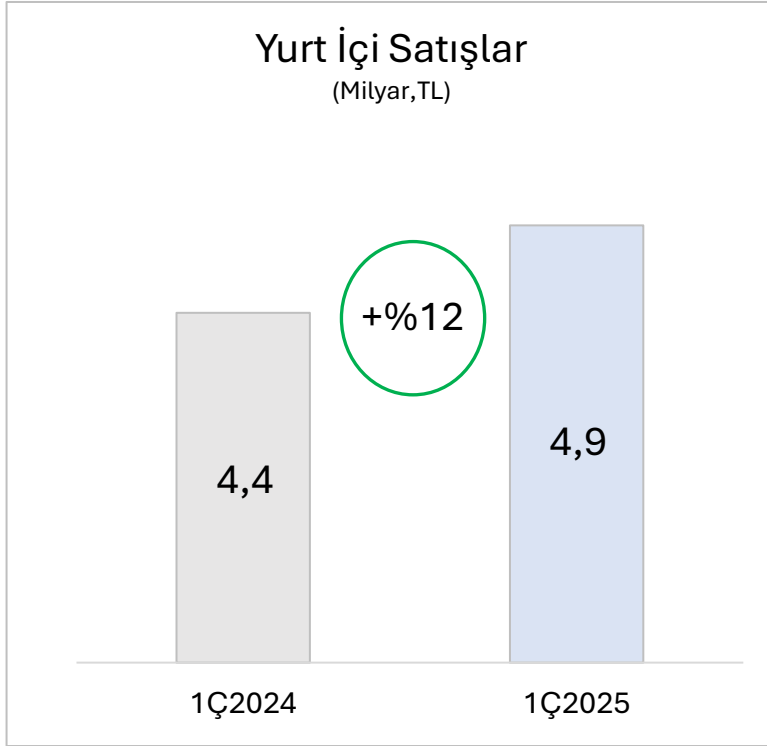


GÜÇLÜ YURT İÇİ SATIŞLAR YURT DIŞI SATIŞLARDAKİ ZAYIFLIĞI TELAFİ ETTİ



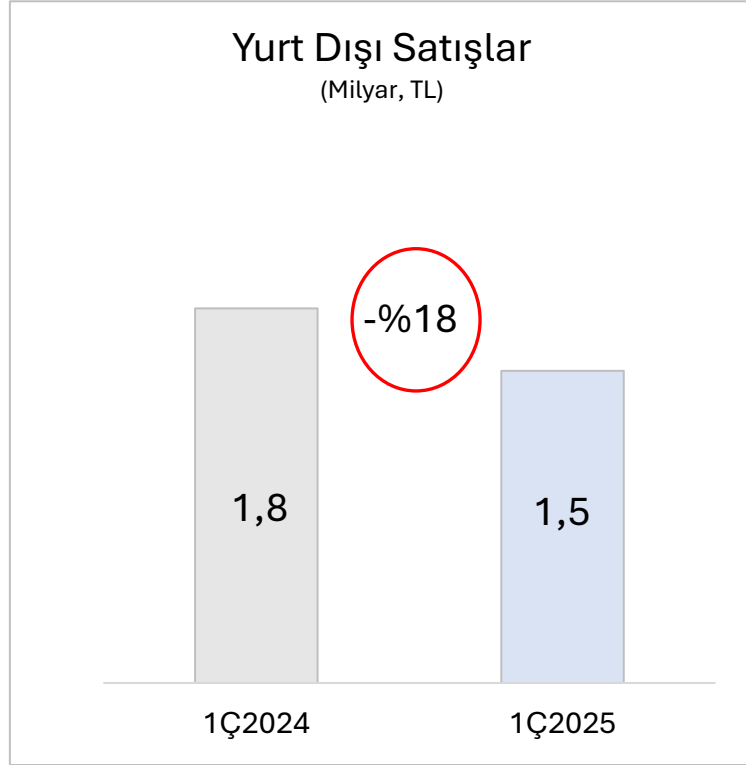
- Yurt içi satışlardaki %12'lik reel büyüme konsolide satışları destekledi.
- Yurt dışı satışlar Mart ayında kurun da etkisiyle toparlanma sinyalleri vermekle birlikte geçen senenin ilk çeyreğine kıyasla daraldı.

YURT İÇİ MAĞAZACILIK %18'LİK REEL SATIŞ BÜYÜMESİYLE YURT İÇİ SATIŞ BÜYÜMESİNE ÖNCÜLÜK ETTİ

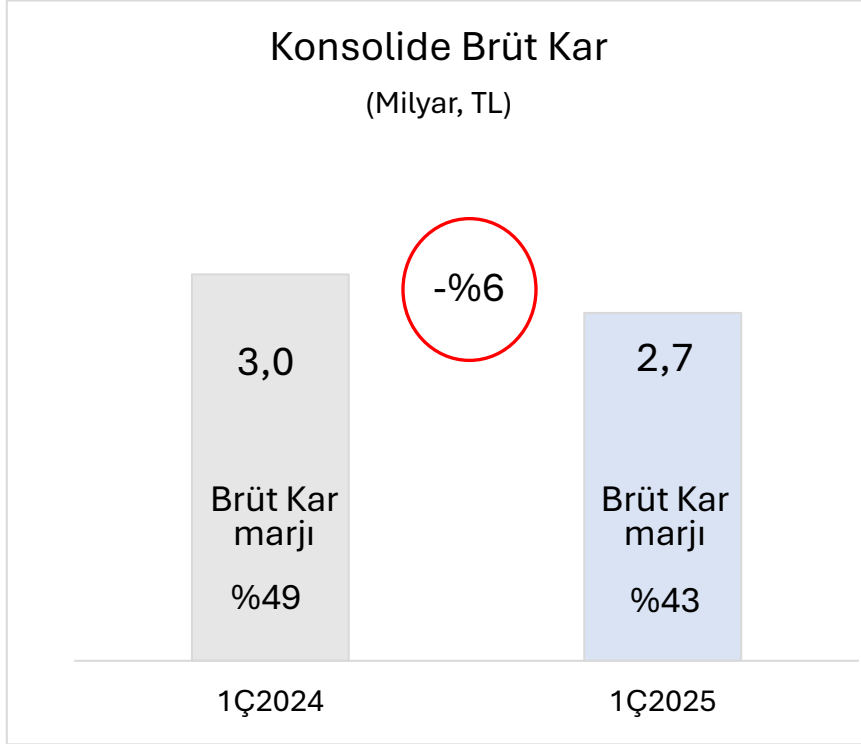


- Yurt içinde geçtiğimiz senenin aynı dönemine kıyasla oldukça zayıflayan tüketici talebine rağmen, **mağazacılık satışları %18'in üzerinde reel büyüyerek** yurt içi ve konsolide satışlara önemli destek sağladı.
- Satış büyümesinin tamamı LFL satışlardan geldi.
- Mağazacılık kanalındaki güçlü büyüme, yurt içi **e-ticaret kanalında hacimden feragat ederek kanal karlılığını arttırma** şansı verdi.
- Yurt içi toptan satışlar da reel olarak yaklaşık **%3** büyüdü.

YURT DIŞI SATIŞLAR GÜÇLÜ TL VE BÖLGESEL JEOPOLİTİK GELİŐMELERDEN ETKİLENMEYE DEVAM ETTİ

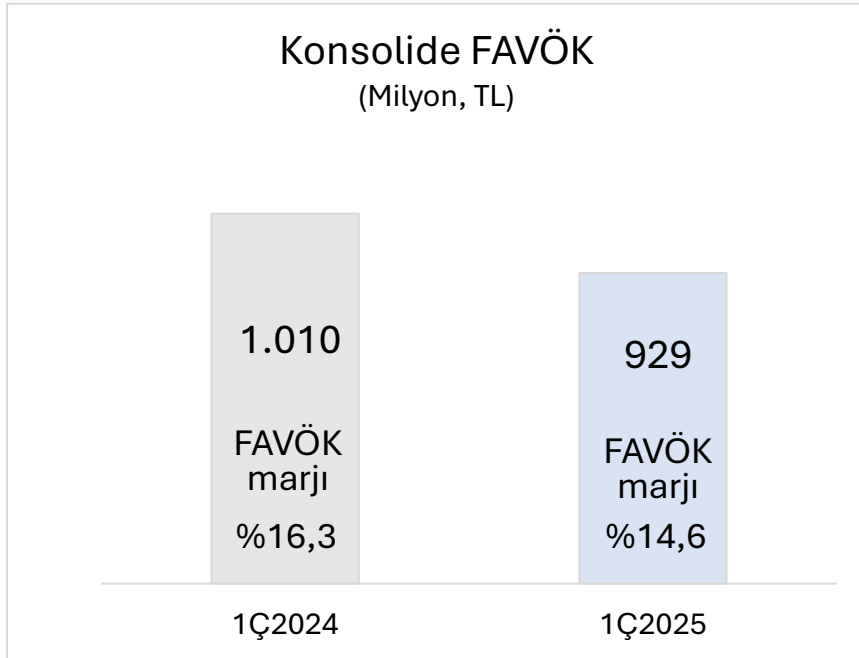


- ❖ 1. Çeyrekte devam eden Türk lirasındaki reel değerlenme çeyreğin sonuna doğru hız kesmekle birlikte, yurt dışı satışları olumsuz etkiledi.
- ❖ Devam eden olumsuz jeopolitik ve makroekonomik koşullar sebebiyle **CIS Bölgesi** satışları %27 daraldı.
- ❖ **Diğer uluslararası pazarlardaki satış daralması** GCC Bölgesi satış performansının olumlu katkısıyla **%5 ile sınırlı kaldı.**
- ❖ **GCC Bölgesinde** devam eden transformasyon bölge finansallarına olumlu yansımaya baŐladı.
- ❖ **%65 reel büyüyen yurt dışı e-ticaret kanalı** yurt dışı satış, stok yönetimi ve nakit akıŐına önemli katkı sağladı.

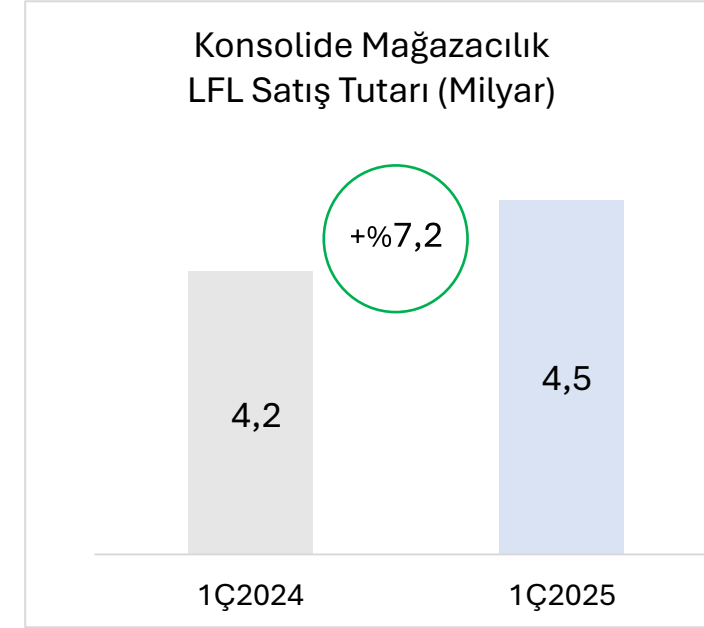
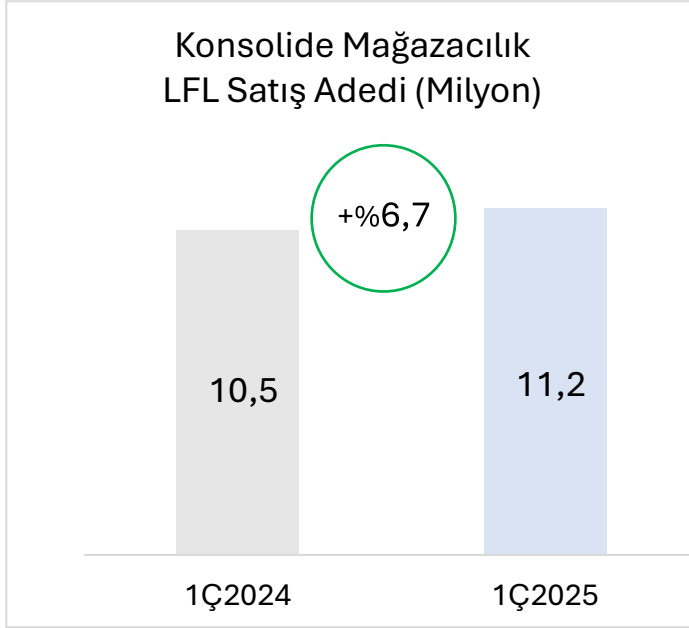


- ❖ Fiyat hassasiyetinin devam ettiği ve mevsimsel olarak talebin diğer çeyreklere kıyasla düşük olduğu birinci çeyrekte uygulanan dinamik fiyatlandırma politikasına rağmen yurt içi brüt kar marjı %45 oldu.
- ❖ Yurt dışı brüt kar marjı %37 seviyelerinde gerçekleşerek geçtiğimiz senenin aynı çeyreğine paralel bir seyir izledi.
- ❖ CIS Bölgesinde brüt kar marjından satışları, stok yönetimini ve nakit akışını desteklemek amacıyla yaklaşık 6 puan feragat edilirken, diğer yurt dışı pazarlarda yaklaşık 7 puan marj artışı sağlandı.
- ❖ Konsolide brüt kar marjı 1. çeyrekte %43 olarak gerçekleşirken, takip eden çeyreklerde mevsimselliğin olumlu etkisiyle brüt kar marjında artış öngörülüyor. 2025 yılı için belirlenen %50'nin üzerinde brüt kar marjı hedefi korunuyor.

KONSOLİDE FAVÖK MARJINDA SINIRLI DARALMA



- Geçen seneye kıyasla azalan brüt kar ve artan TL bazlı giderler FAVÖK'ü olumsuz etkiledi.
- Takip eden çeyreklerde mevsimselliğin olumlu etkisiyle FAVÖK marjının artması öngörülüyor.



- ✚ Yi mağazacılık LFL satış adedi: **+%15,9**
- ✚ YD mağazacılık LFL satış adedi: **-%20,8**

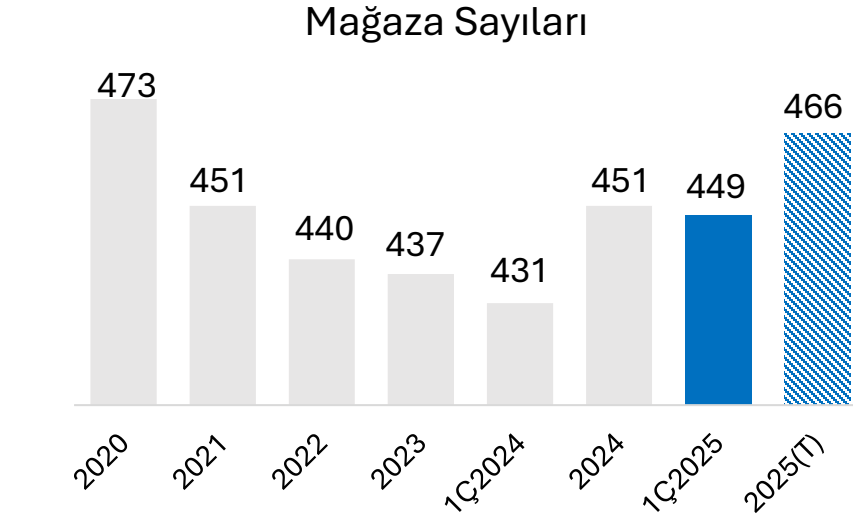
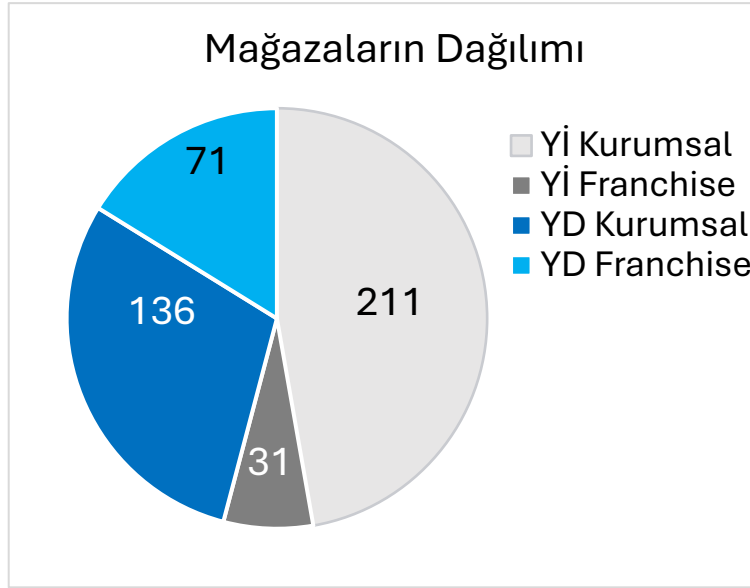
- ✚ Yi mağazacılık LFL satış tutarı: **+%20,4**
- ✚ YD mağazacılık LFL satış tutarı: **-%30,6**



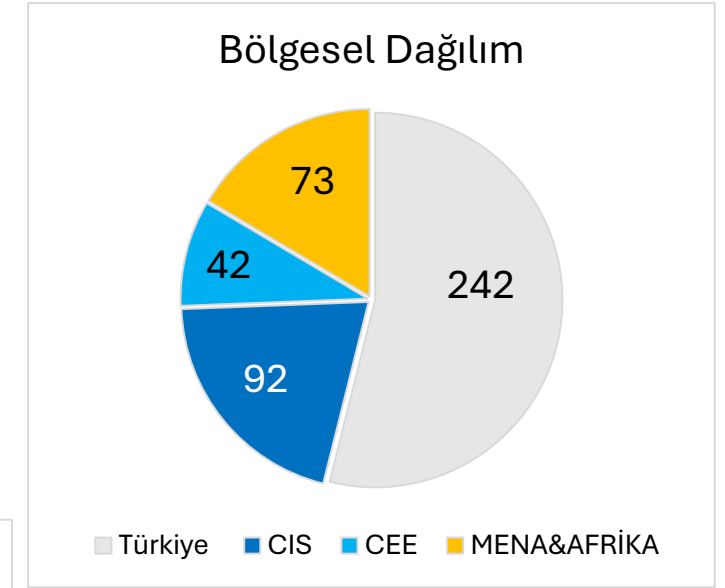
Operasyonel
Performans

1. ÇEYREK SONUNDA MAĞAZA SAYISI 449 OLDU

MAĞAZA AÇILIŞLARI 2. ÇEYREK İTİBARIYLA HIZ KAZANACAK



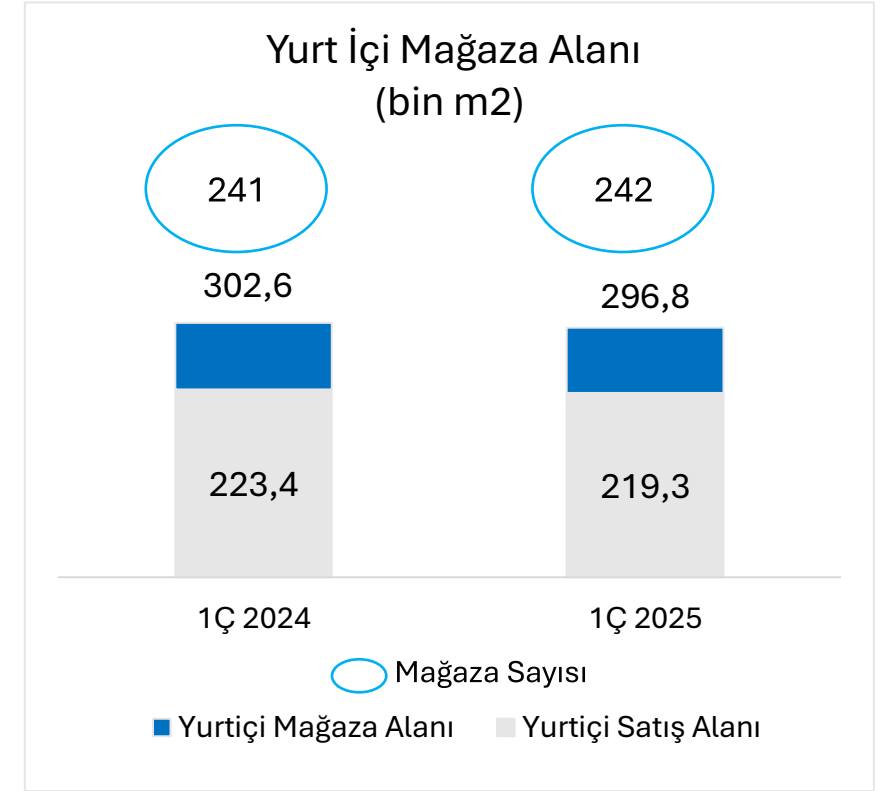
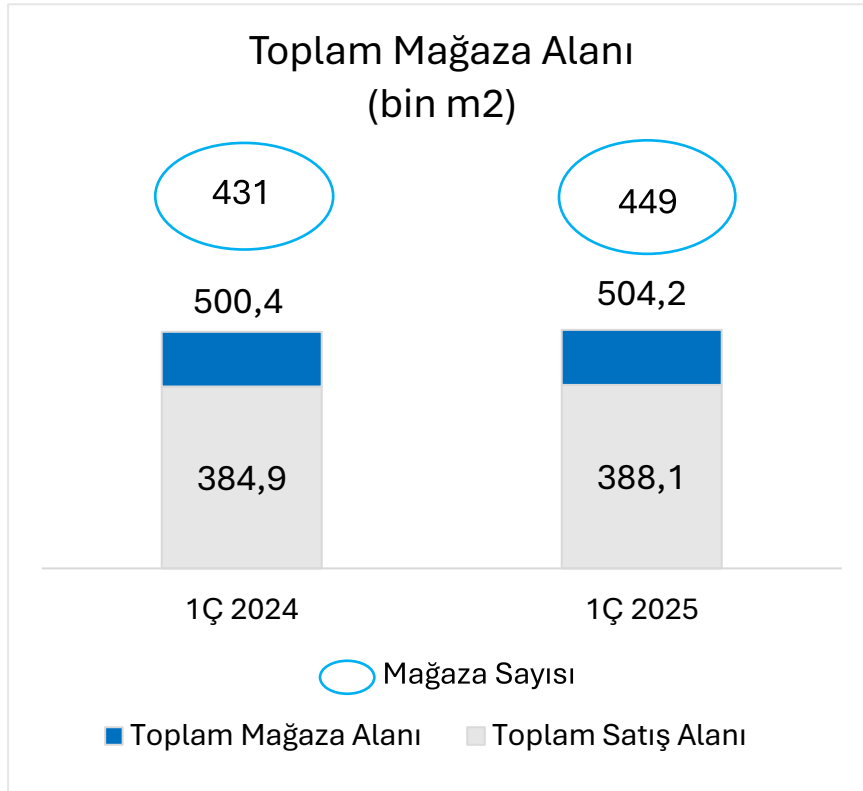
2025 YILI SONUNDA EN AZ 466 MAĞAZAYA ULAŞMA HEDEFİ KORUNUYOR



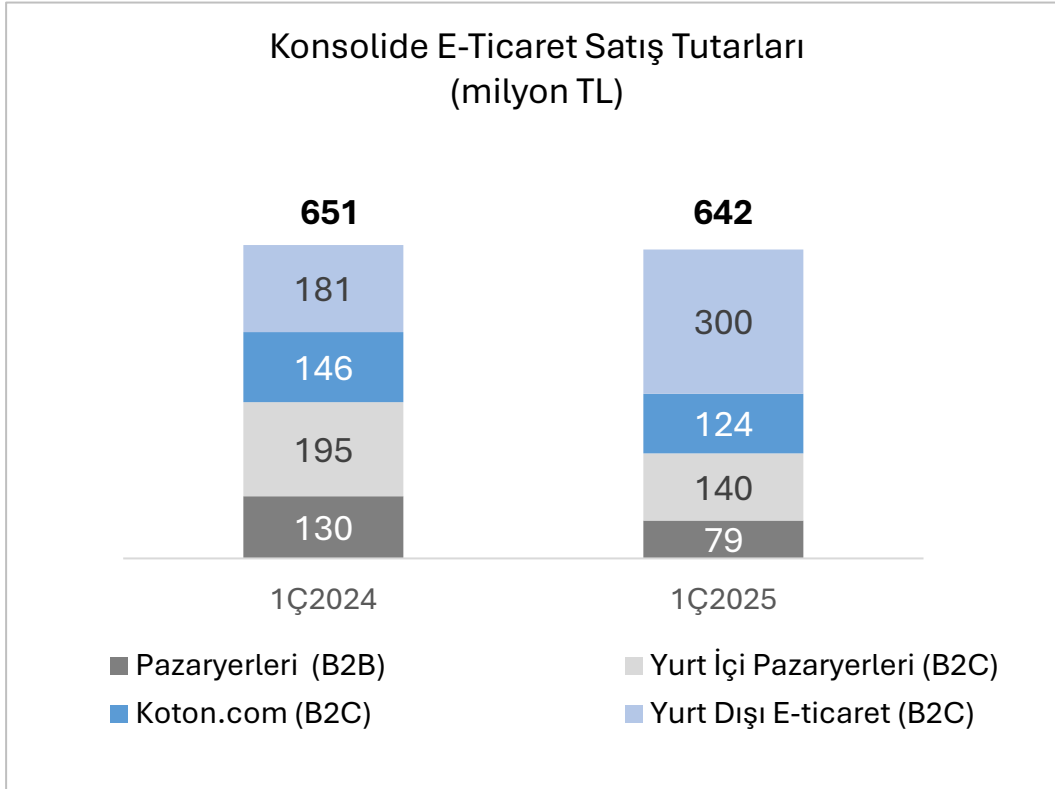
☘ GCC Bölgesinde 2 franchise mağaza daha Apparel Group ile işbirliği kapsamında bağlı ortaklığa devredildi. Toplamda 16 mağazanın dönüşümü tamamlandı.

☘ Yurt içinde net 2 kurumsal mağaza kapatıldı.

SENENİN İLK ÇEYREĞİNDE YURT İÇİ SATIŞ ALANI METREKARE BAŞINA SATIŞ TUTARLARI 2024 YILININ AYNI DÖNEMİNE KİYASLA **%20 ARTIŞ** GÖSTERDİ. BU ARTIŞ YURT İÇİ MAĞAZACILIK SATIŞ BÜYÜMESİ OLAN **%18**'İN ÜZERİNDEDİR.



YURT İÇİ E-TİCARET KANALINDA HACİMDEN FERAGAT EDİLİP KARLILIĞA YOĞUNLAŐILDI

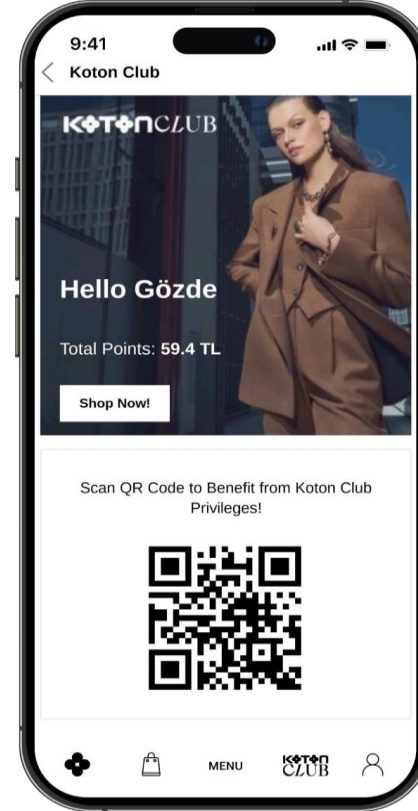
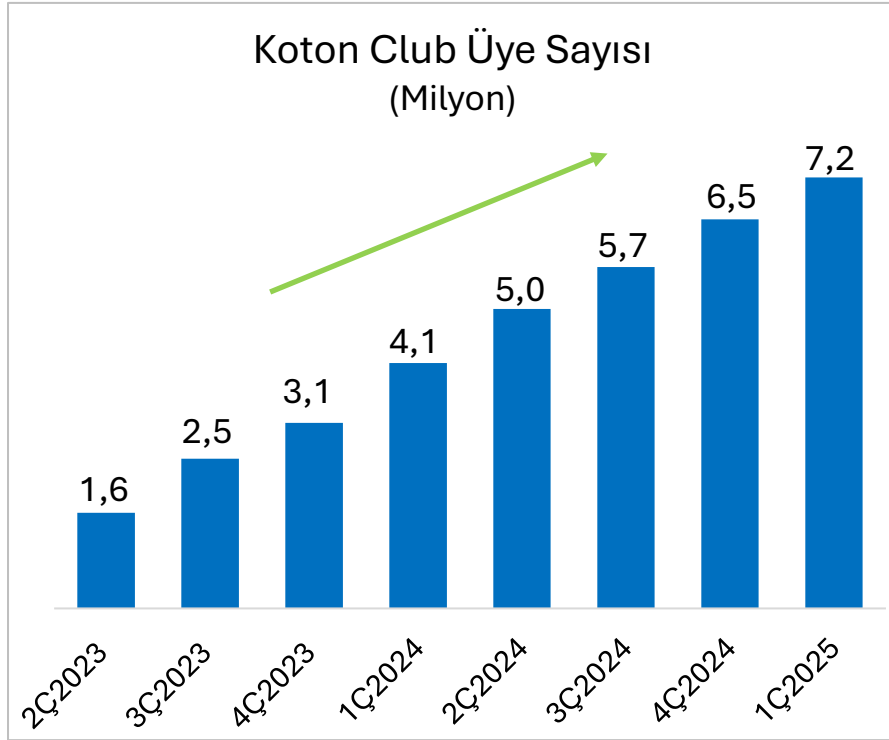


- Yurt dışı e-ticaret kanalı %65 reel büyüyerek yurt dışı satışlara, stok yönetimine ve nakit akıőına önemli destek oldu.
- Koton.com'un hacimleri göreceli sınırlı daralırken, koton.com'un yurt İçi e-ticaret İçindeki payı %31'den %36'ya çıktı. Koton mobil uygulama aktif kullanıcı sayısı geçtiğimiz yılın aynı çeyreğine kıyasla %35 artarken, toplam uygulama indirme sayısı %43 artışla 4 milyonu geçti*.
- Yurt İçi mağazacılıkta yakalanan güçlü büyüme, yurt İçi e-ticaret kanalında karlılığa daha fazla yoğunlaşma fırsatı verdi. Karlılığın göreceli daha düşük olduğu B2B pazaryerleri kanalı alınan stratejik kararla daha fazla daraldı.
- Yurt İçi pazaryerlerinde gözlemlenen hacim daralması Koton'un bu pazaryerlerindeki satıőlarını olumsuz etkiledi.

KOTON CLUB ÜYE SAYISI 7,2 MİLYONU AŞTI !



Koton Club 2025 Üye Hedefi: 9 Milyon



Koton Club online ve offline satış kanallarını destekliyor¹

7,2 mn Üye sayısı

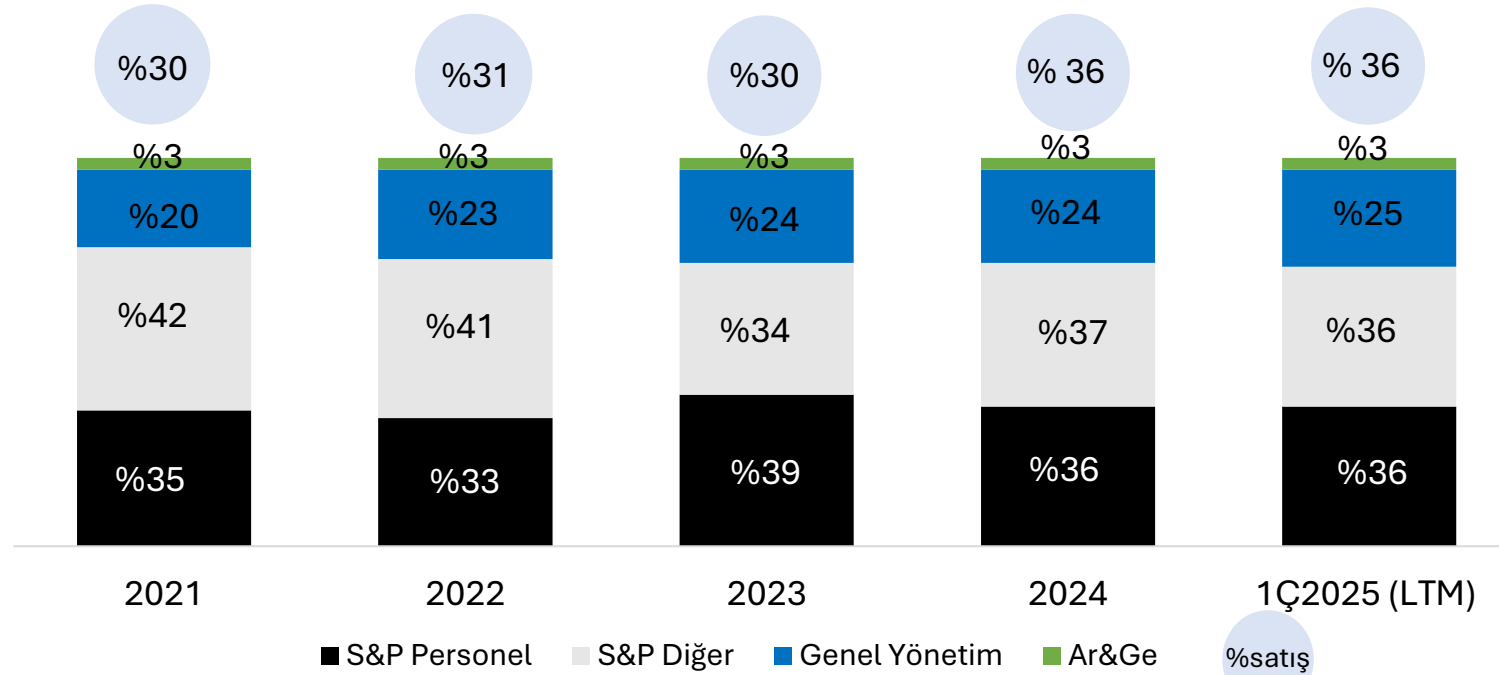
+% 5 Sepet büyüklüğü

+%9 Fiş başına ürün sayısı

+%30 Ziyaret sıklığı*

FAALİYET GİDERLERİNİN SATIŞA ORANI 2024'E PARALEL GERÇEKLEŞTİ

Faaliyet Giderlerinin Kırılımı*





Disiplinli tedarik politikasının devamı

- SS25 tedarik maliyetindeki artış planlandığı gibi %30'un altında

Metrekare verimlilik artışlarının devamı

GCC Bölgesindeki yeniden yapılanma

- LFL Satış büyümesi ABD doları bazında %20'nin üzerinde

Yavaş satan ürünlerin farklı bölge ve satış kanallarında satılması

Operasyonel verimliliğin arttırılması

Net işletme Sermayesi iyileştirilmesi

- İthal ürünler için akreditif ile ödeme uygulamasına ağırlık verilmesi
- Tedarik zinciri süreçlerindeki iyileşmenin olumlu yansımaları

2025 Yılına Dair Beklentiler Korundu



(TMS 29 hariç)

Satış Büyümesi

~%40

Brüt Kar Marjı

>50%

Net Yeni Mağaza Sayısı

>14

(TMS 29 dahil)

Satış Büyümesi

Düşük tek haneli reel büyüme

Brüt Kar Marjı

>50%

Net Yeni Mağaza Sayısı

>14

Sunum Ekleri



ÖZET FİNANSAL TABLOLAR VE RASYOLAR



ÖZET BİLANÇO	31 Mart 2025	31 Aralık 2024
Toplam dönen varlıklar	13.994.827.869	13.476.662.185
Toplam duran varlıklar	8.218.382.581	7.815.862.676
TOPLAM VARLIKLAR	22.213.210.450	21.292.524.861
Toplam kısa vadeli yükümlülükler	12.478.679.848	11.712.010.858
Toplam uzun vadeli yükümlülükler	2.910.409.438	2.783.812.749
TOPLAM YÜKÜMLÜLÜKLER	15.389.089.286	14.495.823.607
Özkaynaklar	6.824.121.164	6.796.701.254
TOPLAM KAYNAKLAR	22.213.210.450	21.292.524.861
	31 Mart 2025	31 Aralık 2023
Nakit ve nakit benzerleri	1.025	644
Banka kredileri	-4.765	-3,610
Kiralama yükümlülükleri	-3.768	-3.489
Net Finansal Borç	-7.507	-6.455
Net Finansal Borç (ABD Doları cinsinden*)	-199	-171
Net Finansal Borç/FAVÖK**	1,4	1,2
Net Finansal Borç (kiralama yükümlülükleri hariç)	-3.739	-2.966
Net Finansal Borç (kiralama yük. hariç, milyon, ABD Doları)	-99	-79
Net Finansal Borç/FAVÖK** (kiralama yükümlülükleri hariç)	0,7	0,6

Notlar: Aksi belirtilmedikçe 1Ç2024 faaliyet raporunda yer alan enflasyon muhasebesi uygulanmış tutarlardır. *Söz konusu tutarlar 2 Nisan 2025 tarihli TCMB gösterge kuru olan 37,77 kullanılarak hesaplanmıştır. Net Finansal borç rasyosunun hesaplamasında, son on iki aylık FAVÖK tutarı kullanılmıştır. Şirket tarafından İzahname ve finansal raporlarda kullanılan favök hesaplama yöntemi: vergi öncesi kar (zarar)+ finansman gelirleri(giderlerinin) + ticari mal alımına ilişkin vade farkı giderleri(net) + yatırım faaliyetlerinden gelirler (giderler) + amortisman ve itfa giderleri + tek seferlik karşılıklar (halka arz) - net parasal pozisyon kazançlar.

GELİR TABLOSU VE MARJLAR



	1Ç2025	1Ç2024
Hasılat	6.375.933.054	6.197.789.294
Satışların Maliyeti (-)	(3.641.235.716)	(3.190.302.064)
Brüt Kar	2.734.697.338	3.007.487.230
<i>Brüt Kar Marjı</i>	<i>%42,9</i>	<i>%48,5</i>
Genel Yönetim Giderleri (-)	(597.355.312)	(476.427.239)
Pazarlama Giderleri (-)	(2.393.606.999)	(2.339.398.649)
Araştırma ve Geliştirme Giderleri (-)	(77.222.556)	(77.227.135)
Esas faaliyetlerden diğer gelirler	682.833.603	332.153.118
Esas faaliyetlerden diğer giderler (-)	(569.254.125)	(738.738.449)
Esas Faaliyet Karı (zararı)	(219.908.051)	(292.151.124)
Yatırım faaliyetlerinden gelirler	1.714.295	922.906
Yatırım faaliyetlerinden giderler	(467.743)	(228.824)
Finansman giderleri öncesi faaliyet karı	(218.661.499)	(291.457.042)
Finansman giderleri, net	(632.711.271)	(375.431.316)
Parasal Kayıp Kazanç	428.778.233	679.893.614
Vergi Öncesi Kar	(422.594.537)	13.005.256
<i>Dönem vergi geliri/(gideri)</i>	<i>(245.165)</i>	<i>(101.266)</i>
<i>Ertelenmiş Vergi geliri/(gideri)</i>	<i>43.488.209</i>	<i>(9.638.217)</i>
Net Dönem Karı (zararı)	(379.351.493)	3.265.773
FAVÖK	928.752.534	1.010.268.281
<i>FAVÖK marjı</i>	<i>%14,6</i>	<i>%16,3</i>

Notlar: Aksi belirtilmedikçe 1Ç2025 faaliyet raporunda yer alan enflasyon muhasebesi uygulanmış tutarlardır. Şirket tarafından İzahname ve finansal raporlarda kullanılan favök hesaplama yöntemi: vergi öncesi kar (zarar)+ finansman gelirleri(giderlerinin) + ticari mal alımına ilişkin vade farkı giderleri(net) + yatırım faaliyetlerinden gelirler (giderler) + amortisman ve itfa giderleri + tek seferlik karşılıklar (halka arz) - net parasal pozisyon kazançlar.

Bu sunum, bilgilendirme amacıyla hazırlanmış olup, herhangi bir yatırım kararı için temel oluşturma amacı taşımaz. Bu sunum “geleceğe yönelik ifadeler” içermektedir. “Geleceğe yönelik ifadeler” Şirket’in kontrolünde olmayan ya da üzerinde sınırlı kontrolü bulunan risklerin, belirsizliklerin ve diğer önemli faktörlerin etkilerine tabidir. Bu faktörler Şirket’in gelecekteki sonuçlarının, performansının veya başarılarının, “geleceğe yönelik ifadeler”de belirtilen sonuç, performans veya başarılarından esaslı derecede farklı olmasına sebep olabilir. Bu sunum’da yer alan “geleceğe yönelik ifadeler”, sunum’un hazırlandığı tarih itibarıyla Şirket’in görüşlerini içermektedir. Şirket, Şirket Yönetimi veya çalışanları veya diğer ilgili şahıslar, söz konusu ifadelerin kullanımı nedeniyle doğabilecek doğrudan veya dolaylı kayıp ve zararlardan sorumlu tutulamazlar.