



Koton'dan Hem Yurt İçi Hem de Yurt Dışında Mağazacılıkta Reel Büyüme ve Güçlü Karlılık Performansı

Hazır giyim perakendesinin öncü markalarından Koton, 2025 yılının ilk dokuz ayında zorlu makroekonomik koşullara ve daralan tüketici talebine rağmen rekabetin üzerinde satış performansı sergiledi ve sektör ortalamalarının üzerindeki güçlü kar marjlarını korudu.

Yurt İçi Mağazacılıkta %5 Reel Büyüme

Koton, trend ve kaliteli ürünleri rekabetçi fiyatlarla sunma stratejisi sayesinde, 2025'in ilk dokuz ayında yurt içi mağazacılık satışlarında geçen yılın aynı dönemine göre %5 oranında reel büyüme gerçekleştirdi. Bu performans, sektördeki genel daralma eğilimine karşı Koton'un pozitif ayrışmasını ve güçlü marka algısını pekiştirdi.

Yurt Dışı Satışlarda Dönüm Noktası

Güçlü Türk Lirası politikasının etkisinin devam ettiği bir dönemde, yurt dışı operasyonlarda yapılan stratejik iyileştirmeler sayesinde Koton'un yurt dışı satışları ABD doları bazında 2025'in üçüncü çeyreğinde yıllık %20, yılın ilk dokuz ayında ise %9 oranında büyüdü. Enflasyon muhasebesi etkilerine rağmen, bu performans Türk Lirası cinsinden değerlendirildiğinde yılın üçüncü çeyreğinde sınırlı da olsa reel büyüme sağladı.

Jeopolitik risklerin sürdüğü küresel ortamda, yurt dışı mağazacılık satışlarındaki %9'luk reel artışın desteğiyle, dört çeyrektir süren daralma sona erdi ve Koton'un yurt dışı satışları yeniden büyüme rotasına girdi.

Koton'dan Güçlü Karlılık Performansı

Yoğun indirim kampanyalarının yaşandığı üçüncü çeyreğin mevsimsellik etkisine rağmen, etkin stok yönetimi ve enflasyonun altında gerçekleşen maliyet artışları sayesinde yurt içi brüt kâr marjı %64 seviyesinde gerçekleşti. Yılın ilk dokuz ayında, konsolide brüt kâr marjı %55, FAVÖK marjı ise %25 gibi güçlü seviyelerde korunarak Koton'un sürdürülebilir kârlılık stratejisinin başarısını pekiştirdi.

Yurt Dışı E-Ticarette Güçlü Büyüme ve Stratejik Katkı

2025 yılının ilk dokuz ayında yurt dışı e-ticaret satışları özellikle CIS Bölgesi ve Avrupa'daki ivmelenmenin etkisiyle geçen yılın aynı dönemine göre reel %33 oranında büyüme gösterdi ve şirketin stok yönetimi ve nakit akışına önemli katkı sağladı.

GCC Bölgesi'nde Dönüşüm ve Büyüme İvmesi

2025 yılının ilk dokuz ayında GCC Bölgesi'nde bire bir karşılaştırmalı (LFL) satış tutarı ABD doları bazında yaklaşık %14 oranında artış gösterdi.

Üçüncü çeyrek içerisinde Umman'da açılan ilk mağazanın yanı sıra Birleşik Arap Emirlikleri'nde gerçekleştirilen açılışlarla bölgede toplam 4 yeni mağaza faaliyete geçti. Ekim ayında Suudi Arabistan'da açılan 2 mağaza ile büyüme ivmesi sürdü. Yıl sonuna kadar Katar pazarına yine 2 mağaza ile giriş yapılması planlanıyor.

Mağaza Sayısı 461'e Ulaştı, Büyüme Yurt Dışında Hızlanıyor

2025 yılının ikinci çeyreği sonunda 453 olan mağaza sayısı, üçüncü çeyrekte yurt dışında gerçekleştirilen net 5 mağaza açılışıyla 458'e yükseldi. Ekim ayında yurt dışında açılan 2 yeni mağaza ve Niğde'deki yurt içi açılışla birlikte Koton'un toplam mağaza sayısı 461'e ulaştı. Yılın son çeyreğinde mağaza açılışlarının ağırlıklı olarak yurt dışında ve özellikle GCC Bölgesi'nde gerçekleştirilmesi planlanıyor.

CEO Dr. A. Bülent Sabuncu'dan 2025 3. Çeyrek Değerlendirmesi

Koton CEO'su Dr. A. Bülent Sabuncu, şirketin 2025 yılı üçüncü çeyrek performansına ilişkin yaptığı açıklamada, zorlu ekonomik ve jeopolitik koşullara rağmen elde edilen başarıları değerlendirdi:

"2025 yılının ilk dokuz ayı; yurt içinde yüksek enflasyonun, döviz kurlarındaki baskının ve tüketici talebindeki yavaşlamanın etkili olduğu, yurt dışında ise jeopolitik risklerin sürdüğü bir dönem oldu. Bu zorlu ortamda, stratejik önceliklerimiz doğrultusunda attığımız adımlar sayesinde sektörden olumlu yönde ayrıştığımızı memnuniyetle ifade etmek isterim.

Yurt içi mağazacılık, yılın ilk dokuz ayında %5'in üzerinde reel büyüme kaydetti. Yurt dışında ise son dört çeyrekte süren daralma, aldığımız operasyonel önlemler ve kurlardaki sınırlı artışın desteğiyle üçüncü çeyrekte yerini reel büyümeye bıraktı.

Dinamik fiyatlama stratejimiz, etkin stok ve tedarik yönetimimiz ile disiplinli gider kontrolümüz sayesinde hem brüt kâr marjimizi hem de FAVÖK marjimizi güçlü seviyelerde koruduk. Bu sonuçları geçen yıla kıyasla daha az stok ile gerçekleştirerek, yılın ikinci

eyreğinin ardından üçüncü çeyrekte de 1 milyar TL civarında pozitif serbest nakit akışı yarattık.

Dördüncü çeyreğe yurt içinde güçlü bir başlangıç yaptık. Yurt dışında ise TL'nin reel değeri lenmesinin etkisinin azalarak sürdürdüğünü gözlemliyoruz. Eylül sonu itibarıyla yıl sonu enflasyon tahminimizi ve finansal sonuçlarımızı değerlendirerek, yıl sonu satış büyümesi beklentimizi yatay veya sınırlı daralma olarak güncelledik. Yılı %50'nin üzerinde brüt kâr marjı ile tamamlamayı ve toplam mağaza sayımızı 466'ya çıkarmayı planlıyoruz.

Zorlu geçen bir döneme rağmen, operasyonel verimliliği artırma yolundaki çalışmalarımızın ve yurt dışı operasyonlarımızda gözlemlediğimiz normalleşmenin, ilerleyen dönemde finansal sonuçlarımıza olumlu yansımaları bekliyoruz ve karlı büyüme odağımız doğrultusunda emin adımlarla yürümeye devam ediyoruz.”

Daha fazla bilgi için:

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

yatirimci.iliskileri@koton.com