

Mavi'nin ilk çeyrek konsolide gelirleri 9 Milyar 777 milyon TL, net kârı 810 milyon TL oldu

Türkiye'nin öncü jean ve hazır giyim markası **Mavi**, enflasyon muhasebesine göre düzenlenmiş 1 Şubat- 30 Nisan 2025 tarihlerini kapsayan ilk çeyrek finansal sonuçlarını açıkladı. Enflasyonla mücadele politikalarının etkisinde geçen raporlama döneminde, yüksek baz etkisinin de katkısıyla konsolide gelirleri bir önceki yılın aynı dönemine göre %14 düşüşle **9 Milyar 777 milyon TL** olarak gerçekleşti. Şirket, zayıflayan tüketici taleplerine rağmen **%52 seviyesindeki brüt kâr marjını koruyarak 810 milyon TL net kâr** elde etti. İlk çeyreği **2 milyar 14 milyon TL FAVÖK** ve **%20,6 FAVÖK marjı** ile tamamladı. Faaliyetlerinden nakit yaratmayı sürdürerek **sağlam bilanço yapısını** koruyan Mavi, yılsonuna göre **%4'lük artışla net nakit pozisyonunu 6 milyar 71 milyon TL'ye** yükseltti.

Mavi bugün, dünyada 36 ülkede 481 mağaza ve yaklaşık 4.000 satış noktasında müşterileriyle buluşuyor. Sürdürülebilir büyüme hedefi doğrultusunda yılı, **Türkiye'de 20 yeni mağaza açılışı, 15 mağazada metrekaresine genişlemesi ve ABD'de 8 yeni mağaza açılışı** ile tamamlamayı planlıyor. Toplam gelirlerinin içinde **e-ticaret'in payı %10'a** ulaşırken, dijital ve omnichannel'daki yatırımlarına da devam ediyor.

Mavi, yılın ilk çeyreğinde **400 bin yeni müşteri kazanırken**, şirketin son bir yıldaki aktif müşteri sayısı **6 milyona**, Mavi App kullanıcısı ise **8,5 milyon kişiye** ulaştı. Türkiye'de **%25'i aşan pazar payıyla jean'de lider olan şirket, toplam hazır giyim pazarında ilk üçteki yerini ve casual giyimin ilk adresi** konumunu korurken **%70 ile jean denince akla gelen ilk marka** olmaya devam ediyor.

"Doğru ürün, doğru fiyat, premium kalite stratejisiyle sağlam bilanço yapımızı koruyoruz"

Mavi CEO'su Cüneyt Yavuz, Mavi'nin 2025 yılı ilk çeyrekteki performansı ile ilgili şu değerlendirmelerde bulundu:

"Doğru ürün, doğru fiyat, premium kalite" stratejimizle sağlıklı bilanço yapımızı koruyor, hazır giyim pazarındaki payımızı büyütüyoruz. Veri odaklı kararlarla değişimi doğru yönetiyor; esnek tedarik zinciri, etkin planlama, disiplinli stok ve işletme sermayesi yönetimiyle faaliyetlerimizden nakit ve net kâr yaratmaya devam ediyoruz."

"Uzun vadeli sürdürülebilir büyümeye odaklanmaya devam ediyoruz"

"Her yaş, her beden, her yaşam ve giyim tarzının markası olarak, güçlü ürün portföyümüz ve omnichannel satış stratejimizle, ilk çeyrekte potansiyel yeni müşteri kitlelerine ulaşmayı ve mevcut müşterilerimize daha yakından temas etmeyi sürdürdük. Nisan 2025'te hayata

geçirdiğimiz, 24 yaş altındaki gençlerin beklenti ve ihtiyaçlarına özel tasarlanmış **Kartuş Genç** programı, kısa süre içinde 100 bin üyeye ulaştı.

İlk çeyrek sonuçlarımız doğrultusunda yılsonu beklentilerimizi koruyoruz. 2025'in geri kalanında, uzun vadeli sürdürülebilir büyüme hedefimize odaklanmaya devam edeceğiz. Bu kapsamda perakende ağıımızı, büyüyen metrekare yatırımları ve yeni nesil mağaza konseptiyle güçlendiriyoruz. Omnichannel çözümlerle müşteri deneyimini iyileştirmeyi ve pazardaki güçlü konumumuzu sürdürmeyi hedefliyoruz.

Bu yıl bir kez daha, İklim Değişikliği ve Su Güvenliği raporlarıyla CDP Global A listesine çift A notuyla girebilen ilk ve tek Türk hazır giyim şirketi olmaktan gurur duyuyoruz. Uzun vadeli sürdürülebilir büyümeyi odağımızda tutmaya kararlılıkla devam ediyoruz."

"Yönetim Kurulu'muz hisse geri alım işlemleri başlatmaya karar verdi"

Mavi olarak, ilk çeyrek finansal sonuçlarımızın da ortaya koyduğu üzere, mevcut ekonomik koşullarda yatırım yapılabilecek en güvenilir şirketlerden biri olduğumuza inanıyoruz. Bu doğrultuda Yönetim Kurulu'muz, tüm paydaşlarımızın menfaatlerinin korunması ve hisse fiyat istikrarının desteklenerek sağlıklı fiyat oluşumuna katkıda bulunulması amacıyla hisse alım işlemleri başlatmaya karar verdi. Programın kapsamı ve uygulanmasına ilişkin detaylar, yasal düzenlemelere uygun olarak kamuoyu ile paylaşılacaktır.

Bilgi için:
Pro İletişim Danışmanlığı

Serap Denk serap@proiletisim.com // 0535 406 90 20