

Mavi'nin konsolide gelirleri ilk 9 ayda 33 Milyar 580 milyon TL, net kârı ise 2 milyar 67 milyon TL oldu

Türkiye'nin öncü jean ve hazır giyim markası **Mavi**, enflasyon muhasebesine göre düzenlenmiş 1 Şubat – 31 Ekim 2025 tarihlerini kapsayan ilk dokuz aylık finansal sonuçlarını açıkladı. Konsolide gelirler geçen yılın aynı dönemine göre %7 oranında düştü ve **33 Milyar 580 milyon TL** olarak gerçekleşti. Şirket, ilk dokuz ayı, **6 milyar 628 milyon TL FAVÖK** ve **%19,7 FAVÖK marjı** ile tamamlayarak **2 milyar 67 milyon TL net kâr** elde etti. Faaliyetlerinden nakit yaratmayı sürdürerek **sağlam bilanço yapısını** koruyan Mavi'nin, **net nakit pozisyonu 4 milyar 254 milyon TL** olarak gerçekleşti.

Üçüncü çeyrekte kar marjlarını yükseltti

Mavi, okula dönüş sezonunu kapsayan üçüncü çeyrekte, bir önceki çeyreğe göre **%18'lik artışla, 12 milyar 156 milyon TL gelir elde ederken** hazır giyim sektöründeki yüksek indirim ve rekabet koşullarına rağmen, başarılı marka yönetimi, müşteri odaklı iletişimi, dinamik ürün planlama ve fiyatlama stratejisi sayesinde, **brüt kâr marjında geçen yılın aynı dönemine göre 130 baz puanlık artış** yakaladı. Üçüncü çeyrekte faaliyet giderlerini de verimli yöneterek **FAVÖK marjında da 310 baz puan iyileşme** kaydetti.

Mavi bugün, dünyada 33 ülkede 488 mağaza ve yaklaşık 4.000 satış noktasında müşterileriyle buluşuyor. Perakende, dijital ve omnichannel yatırımlarına devam eden Şirket, Türkiye'de **2 net mağaza açılışı ve 9 mağaza genişlemesi ile perakendede 193 bin metrekareye** ulaştı. ABD'de ise perakendede büyüme planları doğrultusunda **4 yeni mağaza açıldı**.

Dokuz ayda 1,1 milyon yeni müşteri kazandı

Mavi, yılın ilk üç çeyreğinde **1,1 milyon yeni müşteri kazandı** ve şirketin son bir yıldaki aktif müşteri sayısı **6,1 milyona**, Mavi App kullanıcısı ise **5 milyon kişiye** ulaştı. Türkiye **jean pazarındaki liderliğini sürdürürken, toplam hazır giyim pazarında ilk üçteki** yerini korudu. Denimde inovasyona ve fit çeşitliliğine yaptığı yatırımlarla müşterinin **%70'i tarafından jean denince akla gelen ilk marka** olmaya devam etti.

"4 milyar 254 milyon TL net nakit pozisyonumuzla sağlam finansal yapımızı koruyoruz"

Mavi CEO'su Cüneyt Yavuz, Mavi'nin 2025 yılı ilk 9 aylık performansı ile ilgili şu değerlendirmelerde bulundu:

"Makroekonomik belirsizliklerin ve enflasyonla mücadele adımlarının sürdüğü raporlama döneminde, disiplinli stok ve işletme sermayesi yönetimi, başarılı fiyatlama stratejimiz ve disiplinli gider yönetimimiz sayesinde, güçlü bilanço yapımızı koruyarak, faaliyetlerimizden nakit ve net kâr yaratmaya devam ettik. "Doğru ürün, doğru fiyat, premium kalite"

stratejimizle, hızlı değişimlerin karşısında her zaman dayanıklı kalabiliyoruz. Belirsizlikleri kontrol edebildiğimiz alanlara odaklanarak yönetiyoruz.

Yeni yıla, Türkiye’de hiç borcumuz olmadan ve 4 milyar 254 milyon TL net nakit pozisyonunda giriyor olmak bize güven veriyor. Türkiye jean pazarındaki uzun soluklu liderliğimizin yanı sıra toplam hazır giyimde ilk 3’teki yerimizi koruyarak, casual giyimin ilk adresi olmaya devam ediyoruz.”

“TIME tarafından sürdürülebilir büyümede dünyanın en iyi 2’nci şirketi seçildik”

“Sağlam finansal yapımızı korurken sürdürülebilir kârlı büyümeye odaklanıyoruz. TIME Dergisi ve Statista’nın yaptığı Sürdürülebilir Büyüme araştırmasında; geçen yıla göre altı basamak yükselerek, dünyanın en iyi 2’nci şirketi seçildik, global hazır giyim sektörünün ise bir kez daha lideri olduk. Sektörümüzde üstlendiğimiz öncü rolün Türkiye sınırlarını aşarak bizi dünya çapında liderlik konumuna taşımış olmasından dolayı çok mutlu ve gururluyuz. İnovasyon, yaratıcılık, dijitalleşme ve müşteri odaklı yaklaşımımızla desteklediğimiz yolculuğumuzda, güçlü finansal performansımızı korurken çevresel etkilerimizi azaltma konusundaki kararlılığımıza devam edeceğiz.”

Bilgi için:

Pro İletişim Danışmanlığı

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