



Koton Mağazacılık

Eda ÇANGA BELBER – Koton Mağazacılık – Sermaye Piyasaları Uyum Koordinatörü

1. Şirketinizin kuruluş ve gelişimini kısaca öğrenebilir miyiz?

Koton Mağazacılık, 1988 yılında İstanbul Kuzguncuk'ta faaliyetlerine başlamış olup 25 Mart 2005 tarihinde yeni ünvanıyla "Anonim Şirket" olarak tescil edilmiştir. Koton, 1992'de toptan hazır giyim ürünleri satışına başlayarak, 1996 yılında ilk yurtdışı satış noktasını Almanya Münih'te açmıştır. 2000 yılında, müşterilerinin ürün çeşitliliği ve büyük metrekareli mağazacılık beklentisine cevap vermek üzere perakende mağazacılığına odaklanmıştır.

Şirketimizin faaliyet konusu, her türlü tekstil ürününün tasarımı yaparak üretirmek ve toptan veya sahip olduğu mağaza ağları ile e-ticaret kanalları üzerinden perakende satışını yapmaktır.

En güncel trendleri, farklı stillere seslenen geniş koleksiyonlarımızla, hızlı ve yenilikçi bir şekilde müşterilerimize sunma hedefiyle, hem doğrudan hem de franchise olarak işletilen mağazalarımız dâhil olmak üzere, monobrand mağazalarımızla, e-ticaret, çevrimiçi (online) pazaryerleri ve toptan satış ile çok kanallı operasyonları yürütmekteyiz.

Koton olarak, kadın, erkek ve çocuk kategorilerinde yılda 30 binden fazla stok kodu (SKU) ile giyim ve aksesuar ürünleri tasarlamakta, geliştirmekte ve satmaktayız. Bu kapsamda müşterilerimize, üst giyim, alt giyim, elbise, denim, dış giyim ve triko ürünleri sunmaktayız. Şirketimizin ürün yelpazesi aynı zamanda iç giyim, plaj giysileri ve mayolar, abiye ve davet giysileri ve spor giyimin yanı sıra tekstil aksesuarları, deri görünümlü ürünler, takılar ve kozmetik gibi aksesuarları da içermektedir.

Koton, her yıl bir önceki yıldan daha fazla büyüyerek, moda perakendeciliğine adını yeniliklerle yazdırmıştır. Başarımızda; trendleri önceden görerek, trend olanı tam zamanında müşterilerimize sunmak önemli bir itici güç olmuştur.

Koton müşteri odaklılık, hız, verimlilik gibi hızlı modanın olmazsa olmazlarını yerine getirerek geldiği bu noktada; modayı tam zamanında, herkes için erişilebilir kılmak için kalite odağında kalarak çalışan bir markadır.

2024 sonu itibarıyla 207'si yurtdışında, 244'ü yurtiçinde olmak üzere 32 ülkede 451 mağazası bulunan ve online kanallarla birlikte 70'ten fazla ülkeye trend ürünleri ulaştıran hazır giyim ve perakende markamız, Alışveriş Merkezleri ve Yatırımcıları Derneği (AYD) tarafından her yıl gerçekleştirilen araştırmada son 11 yılın 10'unda "En Sevilen Kadın Giyim Markası" seçilerek birincilik ödülünü almıştır.

Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından onaylı Tasarım Merkezimiz, bunun yanında Design Lab ve 150 kişilik güçlü tasarım ekibimizle veri odaklı ve dinamik bir yaklaşımla koleksiyonlarımızı şekillenmektedir.

Türkiye, Kazakistan ve Romanya'da kendi online satış kanallarımız yanında pazaryerleri aracılığıyla online ve offline şekilde 70'ten fazla ülkede trendleri moda severlerle buluşturmaktayız. Şirketimiz 2024 yıl sonu itibarıyla Türkiye'de ve dünyada toplamda 8.169 çalışanı aracılığıyla müşterilerinin yaşamına değer katacak ürün ve hizmetleri sunmaktadır.

2. Şirketiniz ve sektörünüzde 2024 yılı nasıldı, hedeflerinize ulaştınız mı? 2025 yılı nasıl başladı ve tüm yıl için nasıl bir beklentiniz/öngörünüz var?

2024 Koton tarihi için çok önemli bir yıl olarak kayda geçti. Mayıs ayında Borsa İstanbul'da işlem görmeye başlayan bir şirket olduk. Bunun yanında moda, mağazacılık ve e-ticaret kanallarında yeni adımlar attık. Mısır, Ermenistan ve Macaristan olmak üzere yeni pazarlarda ilk mağazalarımızı açtık. Bunun yanında mevcut pazarlarımız olan Suudi Arabistan, Birleşik Arap Emirlikleri, Türkmenistan, Kazakistan, Azerbaycan, Filistin, Lübnan ve Sırbistan'da yeni mağazalar açtık.

Türkiye'deki mağaza sayımız 244'e, yurtdışında Koton mağaza sayısı ise 207'ye ulaştı. Yurtdışında mağazamızın olduğu ülke sayısı 32'ye yükseldi. Körfez Bölgesindeki varlığımızı güçlendirecek yeni bir anlaşma imzaladık. Körfez bölgesinin en büyük moda ve yaşam perakende holdinglerinden *Apparel Group* ile ortaklık anlaşmasının ön imza sürecini tamamladık. Bu kapsamda, Birleşik Arap Emirlikleri, Suudi Arabistan ve Bahreyn'deki mevcut Koton mağazalarının yanı sıra Kuveyt, Umman ve Katar'ı içeren yeni pazarlarda Koton mağazacılık olarak operasyonlarımızı *Apparel Group* ile birlikte yönetiyor olacağız.

Online kanalımıza bakıldığında ise Rusya, Romanya ve Kazakistan'da kendi online satış kanalımızı açtık. Gerek kendi kanalımız gerekse pazaryerleri aracılığıyla 70'ten fazla ülkeye Koton modasını ulaştırıyoruz. 2025 yılında, 2024 yılına göre daha fazla yeni mağaza açmanın yanı sıra online kanaldaki büyüme oranlarımızı da artırmayı planlıyoruz.

2024 yılı hedefimizi hem satışlarımızı hem de brüt karımızı reel olarak büyütmek olarak belirlemiştik. Nitekim zorlaşan pazar koşullarına rağmen Türkiye satışlarımızı reel olarak yüzde 12, brüt karımızı ise yüzde 17 büyüterek bu hedefimize Türkiye'de ulaştık. Yurt dışı satışlarımız güçlü TL ve bulunduğumuz bazı ülkelere özgü sebeplerden dolayı beklentilerin altında kaldı. Buna rağmen enflasyona göre düzeltilmemiş konsolide satışlarımız yüzde 58 artarken, reel bazda artış yüzde 1 oldu. Enflasyona göre düzeltilmemiş konsolide brüt karımız yüzde 60 arttı ve reel artış ise yüzde 4,5 oldu. Satış ve brüt karda yakaladığımız büyümeyi yüksek enflasyon ortamından kaynaklı artan operasyonel giderler ve azalan kur farkı gelirleri sebebiyle FAVÖK'e yansıtmakta zorlandığımız bir sene oldu.

Koton'un geçmişten bugüne en önemli rekabet avantajı olan; trendleri önceden görerek yenilikleri hızla hayata geçirme yeteneğinin en önemli göstergelerinden biri Omnichannel (çoklu kanal) yönetimi odağıdır. Omnichannel modelinin günümüz perakendesine etkisini önceden gören bir marka olarak, 2024'te bu alana sistemli yatırımlarımızı sürdürdük. Mağaza stoklarının e-ticaret kanalına yönlendirilmesi ile operasyonel verimlilikte önemli bir fark yarattık. Ek olarak, Türkiye'nin en büyük sadakat kart programlarından biri haline gelmesini arzu ettiğimiz Koton Club'ın 2023'te 3.1 milyon olan üye sayısı 2024 sonu itibarıyla 6.5 milyona ulaştı. Bu röportaj tarihi itibarıyla 7 milyon üye olan Koton Club üye sayımızın bu sene sonunda 9 milyon olması hedeflenmektedir.

2025 yılında karlı büyüme stratejimizi piyasa koşullarının el verdiği ölçüde sürdürmeyi hedefliyoruz. Türkiye'de fiyat hassasiyetinin 2025 yılında da devam edeceğini öngörüyoruz. Hedefimiz tüketicilerimizin talep ve beklentileri ışığında fiyatlandırma ve indirim politikalarımızı belirlerken aynı zamanda yatırımcılarımızı da memnun edecek finansal sonuçları ortaya koymak. Bu bağlamda uygulamakta olduğumuz disiplinli tedarik politikası ile, müşterilerimize en son trendleri kaliteli ürünler ve rekabetçi fiyatlarla sunmaya devam etmek amacımız. Türk lirasının göreceli sınırlı da olsa reel olarak değerlendirileceği ve tüketici fiyat hassasiyetinin devam edeceğini baz alarak temkinli bir bütçe ve planlama yaptık. Bu kapsamda etkin tedarik yönetimi ve operasyonel giderlerin kontrolü son derece önemli olacak. Bununla paralel olarak yeni mağaza açılışlarını günün şartlarına uygun olarak franchise modeliyle ya da teşviklerin olduğu bölgelerde kurumsal mağaza açılışı şeklinde yapmaya özen gösteriyoruz. Ayrıca 2024 yılında güçlü büyüyen e-ticaret kanalımız ve bu kanalın içindeki payı her geçen dönem artan [koton.com](https://www.koton.com)'un 2025'te de satışlarımızı ve karlılığımızı desteklemesini bekliyoruz.

3. Yatırımcılarınızla temasta hangi iletişim kanallarını kullanıyorsunuz? Son dönemde, katıldığınız konferans ve toplantılarda yatırımcı ilgisinin nasıl şekillendiğini gözlemliyorsunuz?

Şirketimizin oluşturduğu Bilgilendirme Politikası çerçevesinde, KAP duyurularını mevzuata uygun yaparken, aynı zamanda kurumsal internet sitemizi de aktif şekilde kullanmaya önem vermekteyiz. Yatırımcılara ve diğer paydaşlara ulaşmak için kurumsal internet sitemizdeki yatırımcı ilişkileri sayfamızı düzenli olarak güncelliyoruz. KAP'ta yayınlanan her türlü açıklama, finansal raporlarımız ve faaliyet raporlarımız da bu sayfada eşzamanlı olarak paylaşılmaktadır.

İlaveten, her çeyrek dönem sonu hazırlanan, Şirketimizin operasyonel ve finansal sonuçlarının Genel Müdürlüğümüz tarafından yorumlandığı basın bültenlerimizi de hem KAP hem de yatırımcı ilişkileri sayfamız aracılığıyla paylaşmaktayız. Kurumsal yatırımcılarımız ve analistlere yönelik, Üst Yönetimin katılımı ile webinar düzenlemekte ve toplantı ses kayıtlarını da yatırımcı ilişkileri sayfamızda paylaşmaktayız. Ayrıca önemli gelişmeler olduğunda KAP açıklamalarının yanı sıra yatırımcı ilişkileri sayfamızdaki haber bültenlerimiz aracılığıyla bilgilendirmeler ve duyurular da yapıyoruz.

Yine Genel Müdürümüz zaman zaman TV kanallarındaki haber programlarına katılarak şirketimiz ve sektörümüze dair güncel bilgileri kamuoyu ile paylaşmakta.

Hem bireysel hem de kurumsal yatırımcılarımızdan gelen soruları da¹ e-posta üzerinden yanıtlamaktayız.

Ek olarak, bize gelen yerli ve yabancı yatırım fonlarının toplantı taleplerine cevap vererek onlarla çevrim içi veya yüz yüze toplantılar yaptığımız gibi, yerli ve yabancı kurumsal yatırımcılara proaktif bir biçimde doğrudan ya da aracı kurumlar üzerinden ulaşarak şirketimizi tanıtmak amaçlı toplantılar organize ediyoruz.

Son dönemde katıldığımız konferans ve toplantılarda hem global ekonomiye hem de Türkiye ekonomisine özgü gelişmelerin sektörümüze ve şirketimize olan etkilerini anlamaya yönelik soruların yanı sıra, sürdürülebilirlik ve kurumsal yönetim uygulamalarımıza olan ilginin de belirgin bir şekilde artmış olduğunu söyleyebiliriz. Söz konusu alanlardaki ilgiyi, özellikle kurumsal yatırımcı tarafında şirketlere yönelik hassasiyet gösterilen alanların çeşitlendiği ve yatırım kararı alınırken etkili olduğu yönünde yorumlamak mümkün.

4. Sürdürülebilirlik ve dijitalleşme konularının daha ön plana çıktığı bu dönemde, grubunuzda bu alanlarda yapılan çalışmalar hakkında bilgi alabilir miyiz?

Koton olarak “Yaşama Saygı” olarak ifade ettiğimiz sürdürülebilirlik anlayışımız; dünyamıza, topluma, insana ve işimize saygı temelinde ilerliyor.

Zorunlu olmadığı halde 2021 yılından başlamak üzere Sürdürülebilirlik Raporu’muzu yayınlamaya başlamıştık. 2024 yılı verileri itibariyle zorunlu kılınan sürdürülebilirlik raporumuzu ise KGK düzenlemeleri uyarınca verilen ek süre kapsamında henüz yayınlamadık ancak geldiğimiz noktada ciromuzun yüzde 30’unu sürdürülebilir ürünlerden elde ettiğimizi ifade edebiliriz.

“Suya Saygı Koleksiyonu”muzda geri dönüştürülmüş materyaller ve doğa dostu teknolojiler kullanarak 2023 yılında 11,8 Milyon litre su tasarrufu ve 100,41 ton karbon emisyon azaltımı sağladık. 2021 yılından itibaren 6 sezondaki toplam su tasarrufumuz 73,7 milyon oldu.

Suya Saygı Projemiz ile 2025 yılında, Business Honors Awards tarafından “Sürdürülebilirlik İletişimi” ödülüne layık görüldük.

2024 yılında da toplumsal fayda projelerinden çevre projelerine pek çok alanda ilerleme kaydettik. Koton’da kadın çalışan oranı %72, kadın yönetici oranı ise %54. 2024 yılında halka arz olan şirketler içinde yönetim kurulumuzdaki %66,6’lık kadın üye oranımızla da Sabancı Üniversitesi Kurumsal Yönetim Forumu tarafından ödüle layık görülmenin haklı gururunu yaşıyoruz. Kadınların güçlendirilmesi, sadece kurumumuz içinde değil toplumsal alanda da önceliklendirdiğimiz bir hedef. Ekonomik ve sosyal hayatın dışında kalan kadınları *El Emeği Koleksiyonu* ve *Ev Kadınları* projelerimizle değer zincirine dahil etmekten mutluluk duyuyoruz. Bunun yanında Türk Eğitim Vakfı aracılığıyla oluşturduğumuz burs fonuyla 6 Şubat depreminden etkilenen 200 kız öğrenciyi eğitim hayatları boyunca desteklediğimiz burs programımız devam ediyor.

Perakendeciliği hızla dönüştüren yapay zekâ teknolojilerini de iş süreçlerimize dahil ediyor, Koton’un dünya moda perakendesindeki yerini sağlamlaştıracak kararlı adımlarla ilerliyoruz. Örneğin Türkiye’nin prestijli teknoloji ödüllendirme programı CIO Ödülleri 2025’te En İyi Teknoloji Ödülleri kategorisinde yapay zekâ ile hayata geçen “*İyi satan ürün özelliklerinden yeni ürün tasarımı*” projemiz ödüle layık görüldü. *2025 yılında Business Honors Awards* tarafından verilen, “yapay zekâ ile denim fit rehberi” projesi ile En İyi AI Uygulaması Ödülü’nü; “pazaryerindeki Koton ürünlerinin yapay zekâ ile yorum analizi” projesi ile Müşteri Memnuniyet ve Bağlılığı Ödülü’nü kazandık.

5. Yatırımcı ilişkileri biriminizin örgütlenmesi hakkında bilgi alabilir miyiz? Kaç kişiden oluşuyor? Departmanınız kime bağlı olarak çalışıyor?

10 Mayıs 2024’te şirketimiz payları Borsada işlem görmeye başlamış olup, bu tarihten daha önce halka arza hazırlık aşamasında Yönetim Kurulumuzun 14.02.2024 tarihli kararı ile Yatırımcı İlişkileri Biriminin kurulmasına ve Yatırımcı İlişkileri Birimi’nin doğrudan Şirket Genel Müdürü’ne bağlı olarak çalışmasına karar verilmiştir. Doğrudan Genel Müdüre bağlanarak, birimin görev alanı kapsamındaki stratejik kararların daha hızlı alınması ve etkin uygulanması hedeflenmiştir.

¹ yatirimci.iliskileri@koton.com; investor.relations@koton.com adresleri aracılığıyla

Birimimiz aynı ekip içinde ancak farklı kişilerin liderliğini üstlendiği Sermaye Piyasası Uyum Koordinatörlüğü ve Yatırımcı İlişkileri Koordinatörlüğü olarak iki ana fonksiyondan oluşturuldu, aynı ekipte yer aldığımız için liderlikler birbirine destek verecek şekilde yapılandırılmış olup fonksiyonlardaki tüm görev ve sorumluluklar yakın iş birliği içinde yürütülüyor.

Birimimiz Genel Müdürümüze bağlı olmakla birlikte, işlerin yürütülmesinde, yatırımcılarımızca ve yasal otoritelerce talep edilen her türlü bilginin sağlanması ile bilginin sağlıklı şekilde açıklanmasında Finans Genel Müdür Yardımcımızdan da büyük destek almaktayız. Pek çok halka açık şirkette yatırımcı sunumlarının hazırlanmasında Mali İşler bünyesindeki finansal raporlama ekiplerinden destek alınırken, bizde yatırımcı sunumlarımızla doğrudan Yatırımcı İlişkileri Koordinatörlüğü ilgilenmekte, kamuyu aydınlatma ve mevzuata uyumla ilgili her konuda ise, Sermaye Piyasası Uyum Koordinatörlüğü görevi üstlenmektedir. Sermaye Piyasası Uyum Koordinatörü, aynı zamanda Kurumsal Yönetim Komitesi Üyesi olarak da görev yapmakta ve diğer Komitelerde ise Sekreteryaya rolünü yürütmektedir.

Şirketimizin, Yatırımcı İlişkileri Birimimizi yapılandırma şekli, bu birime büyük bir önem verildiğini gösteriyor. Zira hem KAP aracılığıyla hem mailler yoluyla hem de online ya da yüz yüze toplantılarda bireysel ve kurumsal yatırımcılarla kurulan iletişim, şirketin imajını belirlediği gibi, uzun vadeli yatırımcı güvenini, bilgiye tam ve vaktinde ulaşmanın kalitesini ve erişilebilirliğini de doğrudan etkiliyor. Bu nedenle, Yatırımcı İlişkileri faaliyetlerimizin kalitesinin şirketin yatırımcılarla olan stratejik iletişiminin başarısında anahtar olduğuna inanıyoruz. Bu faaliyetlerin doğru bir şekilde yönetilmesi, yatırımcılarla şeffaf, zamanında ve güvenilir bir ilişki kurulması yatırımcıların şirketimizi anlamasında bizler için hayati bir noktada.

Komitelerimizin de kurulması sonrası birimdeki sorumluluklarımızın artması, halka açık olunan süre ilerledikçe yatırımcılardan gelen soru ve taleplerin çeşitlenmesi ile şirketten beklentilerin artması sonucunda stratejik bir karar çerçevesinde ekibimizi genişletmeyi hedefliyoruz. Yeni halka açılan bir şirket olarak ekip genişletme planımız, yalnızca operasyonel bir ihtiyaçtan değil, aynı zamanda şirketin yatırımcılarla stratejik iletişiminin hatasız ve vaktinde sürdürülebilirliği ile kurumsal yönetim uygulamalarında yatırımcılarca talep edilen seviyeye ulaşılması açısından da gerekli bir adım olarak görülüyor.

6. Türkiye’de Yatırımcı İlişkileri mesleğinin gelişimi ve Derneğimizin faaliyetleri hakkında ne düşünüyorsunuz?

Mesleğimiz 2021 yılından itibaren hızla artan halka arzlarla beraber daha da görünür ve önemi anlaşılır hale geldi. Artık şirketler henüz halka arza hazırlık aşamasında bu meslekten kişileri istihdam etmeye ve onların tecrübelerinden faydalanmaya çalışıyor. Zira halka arza hazırlık aşamasında yönetimce alınan kararlar ve izahname’ye yazılan taahhütler yıllar sonra bile o şirketi bağlayıcı olmaya devam edebiliyor. Bu anlamda sermaye piyasalarımızın büyümesinin mesleğimizi de geliştirdiğini, önemini fark ettirdiğini söyleyebilirim. Bu nedenle genç arkadaşlarımızın da bu alanda lisansları alarak mesleğe erken yaşta başlamasının ve tecrübe edinmesinin şu anda halka açık şirketler için kritik önemde olduğunu bizzat görüyorum.

Bu kritik süreçte de Derneğimizin halka açılacak ve açılmış şirketler için adeta bir bilgi bankası olduğunu, gerek çalışma gruplarıyla gerek sağladığı seminer ve eğitimlerle halka açılan şirketlerin yeni düzene uyum yolculuğunda onların en büyük rehberlerinden biri olduğunu düşünüyorum. Derneğimiz ancak üyelerin katkıları kadar güçlü olduğundan, halka açık olan küçük ya da büyük her şirketin vakit kaybetmeden üye olmasının Derneğimizi güçlendireceğini, meslektaşlarımızın bu hazineden faydalanması gerektiğini değerlendiriyorum. Sermaye piyasalarına büyük özveri ile hizmet eden ve meslektaşlara tanışma, tecrübe iletimi ve bilgi alışverişinde çok değerli imkanlar sunan Derneğimize ben de buradan tekrar teşekkür etmek istiyorum.