



16.09.2026

Mavi'nin ilk yarı konsolide gelirleri 25 milyar 832 milyon TL, net kârı ise 807 milyon TL oldu

Türkiye'nin öncü jean ve hazır giyim markası **Mavi**, enflasyon muhasebesine göre düzenlenmiş 1 Şubat – 31 Temmuz 2026 tarihlerini kapsayan ilk 6 aylık finansal sonuçlarını açıkladı. Tüketici talebinin baskı altında kaldığı zorlu makroekonomik ortamda, konsolide gelirleri bir önceki yılın aynı dönemine göre %1,1 gerileyerek **25 milyar 832 milyon TL** olarak gerçekleşti. Şirket, bu dönemde doğru planlama ve fiyatlama stratejisi ile **brüt kâr marjını geçen yılın aynı dönemine göre 1,8 puan artırarak %53,1'e yükseltti**. İlk yarıyı **4 milyar 679 milyon TL FAVÖK** ve **%18,1 FAVÖK marjı** ile tamamlayan Mavi, **807 milyon TL net kâr** elde etti. Faaliyetlerinden kâr ve güçlü nakit yaratmayı sürdürerek **sağlam bilanço yapısını** koruyan Mavi'nin **net nakit pozisyonu ise 6 milyar 664 milyon TL** olarak gerçekleşti.

Yılın ilk yarısında Türkiye'de 7 mağazada metrekare büyümesi ve 14 mağazada yeni konseptte geçiş gerçekleştiren Mavi, ABD'de ise 4 yeni perakende mağaza açtı. Mavi bugün, dünyada 30 ülkede, 497 mağaza ve yaklaşık 4.000 satış noktasında müşterileriyle buluşuyor.

Perakende, dijital ve omnichannel yatırımlarına hız kesmeden devam eden Şirket, ilk 6 ayda Türkiye'de perakende mağazalardaki satış adetlerini geçen yıl aynı döneme göre %4 artırdı. Yılın ilk yarısında kazanılan **682 bin yeni müşteri ile** şirketin son bir yıldaki aktif müşteri sayısı **6,2 milyona ulaşıırken**, Mavi App kullanıcısı **5,7 milyon kişiye**, **Kartuş Genç** üye sayısı ise **460 bine** yükseldi.

"Etkili stratejilerimizle, faaliyetlerimizden nakit ve kâr yaratmayı sürdürüyoruz"

Mavi CEO'su Cüneyt Yavuz, Mavi'nin 2026 yılı ilk yarı performansı ile ilgili şu değerlendirmelerde bulundu:

"2026'nın ilk yarısında, pazar dinamiklerine uyum sağlayarak operasyonel gücümüzü ve verimliliğimizi artırmaya odaklandık. Güçlü bilanço yapımızı korurken, sürdürülebilir büyüme için yatırımlarımızı ve stratejik önceliklerimizi kararlılıkla sürdürüyoruz.

'**Doğru ürün, doğru fiyat, premium kalite**' üzerine kurguladığımız stratejimiz, esnek tedarik zincirimiz, etkin ve verimli planlama, disiplinli stok ve işletme sermayesi yönetimiyle **brüt kâr marjımızı yukarı taşımaya, faaliyetlerimizden nakit ve net kâr yaratmaya devam ediyoruz**.

Türkiye **jean pazarındaki liderliğimizi**, toplam **hazır giyim pazarında ilk üçteki** yerimizi koruyoruz ve **casual giyimdeki güçlü** konumumuzu sürdürüyoruz. Denimde inovasyona ve fit çeşitliliğine yaptığımız yatırımlarla **jean denince akla gelen ilk marka** olmaya devam ediyoruz."

“Pazarlama yatırımlarımıza ve kesintisiz iletişime devam ediyoruz”

“Uzun soluklu marka yüzlerimiz **Kıvanç Tatlıtuğ ve Serenay Sarıkaya** ile birlikte Mavi’nin premium marka algısını güçlendirmeye, ikonik jean’lerini ve marka duruşunu yeni hikâyelerle anlatmaya devam ettik. Gençlikle bağımızı, marka değerlerimizle örtüşen ve gençlere ilham veren yıldız sporculara sağladığımız destekle pekiştirdik. Azmi, kararlılığı ve duruşuyla Türk tenisinde yeni bir dönemi temsil eden **Zeynep Sönmez’i** ve sahada gösterdiği başarılı performansın yanı sıra karizması, karakteri, çalışma disiplini ve kendine özgü stiliyle yeni nesil için rol model olan **Kenan Yıldız’ı** marka elçilerimiz arasına kattık.”

“Uzun vadeli değer yaratma yaklaşımımız uluslararası ölçekte karşılık buluyor”

“Mavi’de tüm adımlarımızı uzun vadeli değer yaratma odağında atıyor; insana yatırım yapmaya, çevresel etkimizi azaltmaya ve marka itibarımızı güçlendirmeye devam ediyoruz. 35. yılımızı kutladığımız 2026 yılının ilk yarısında da bu yaklaşımımızın ulusal ve uluslararası ölçekte karşılık bulmasından gurur duyduk. Extel EMEA Araştırması’nda üst üste üçüncü kez **“Most Honored Company”** seçilerek EMEA Bölgesi’nin **En İtibarlı Şirketleri** arasında yer aldık. Forbes Türkiye’nin **En İyi İşverenleri listesinde 400 şirket arasında 4’üncü sıraya** yükseldik. **S&P Global Sustainability Yearbook 2026’ya Türkiye’den giren ilk ve tek** hazır giyim markası olduk. Çevresel, sosyal ve yönetim performansımızla, sorumlu yatırımcılar tarafından küresel ölçekte takip edilen **FTSE4Good Endeks Serisi’ne dahil edildik.**”

“Yönetim Kurulu’muz ikinci kez hisse geri alım işlemleri başlatma kararı aldı”

“Yönetim Kurulu’muz, tüm paydaşlarımızın menfaatlerinin korunması, sağlıklı fiyat oluşumunun ve pay fiyatı istikrarının desteklenmesi ve geri alınan payların iptal edilmesi suretiyle uzun vadeli hissedar değerine katkı sağlanması amacıyla yeniden bir hisse alım programı başlatmaya karar verdi. Program için 1 milyar TL fon ayırdık.”

Mavi, 2026 yılı beklentilerini güncelledi, FAVÖK marjı hedefi korundu

İlk 6 aylık finansal sonuçlar doğrultusunda 2026 yılı beklentilerini güncelleyen Mavi, yılı konsolide gelirlerde yatay ila düşük tek haneli daralmayla tamamlamayı öngörüyor. Mavi, **%18 ± %0,5 FAVÖK marjı hedefini ve net nakit pozisyonunu koruma beklentisini sürdürüyor**. Satış alanı büyümesinde 2026 yılında Türkiye’de 15 net yeni mağaza açılışı, 15 mağazada metrekare genişlemesi ve 30 mağazada yenileme; Kuzey Amerika’da ise 6 yeni mağaza açma hedeflerini koruyor.

Cüneyt Yavuz, konsolide gelir beklentisindeki revizyonun güncellenen enflasyon varsayımı doğrultusunda gerçekleştirildiğini belirtirken, Mavi’nin FAVÖK marjı, net nakit pozisyonu, yatırım harcamaları ve mağaza yatırımlarına ilişkin yıl sonu hedeflerini koruduğunun altını çizdi.

Bilgi için:

Pro İletişim Danışmanlığı

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

Aslıhan Arslan aslihan@proiletisim.com