

The logo for SUWEN features the word "SUWEN" in a bold, white, sans-serif font. A small white heart symbol is positioned above the letter "W". The logo is centered on a solid red background. Behind the text, there is a large, faint, white outline of the letters "W" and "E" that spans most of the width of the image. Above the "SUWEN" text, there is a large, white, heart-shaped outline that is also centered.

SUWEN

YATIRIMCI SUNUMU

1 Ocak - 30 Haziran 2026

YASAL UYARI

İşbu sunum, yalnızca Şirket'in sorumluluğu altındadır. Bu sunum içeriğindeki bilgilerin geniş kapsamlı olması amaçlanmadığı gibi bu bilgilerin tamamı bağımsız olarak da doğrulanmamıştır. Sunumda kullanılan bilgiler tartışma amaçlı olup, sunumda Şirket'i veya onun faaliyetlerini, finansal durumunu veya gelecek performansını değerlendirebilmek adına gerekli tüm bilgilerin kullanılması amaçlanmamıştır. İşbu sunum kapsamında verilen bilgi ve görüşler, sunum tarihi itibarıyla sağlanmakta olup, bilgi ve görüşlerde değişiklikler bildirime konu edilmeyeceklerdir.

Şirket, Şirket temsilcileri veya ilgili diğer kişiler tarafından bu sunumda yer alan bilgi veya görüşlerin tarafsızlığı, doğruluğu, yeterliliği veya tamlığı (veya herhangi bir bilginin bu sunuma girilmesinin ihmal edilip edilmediği) konusunda açık ve zımni herhangi bir beyan veya taahhütte bulunulmamış veya bulunulmayacak olup, böyle bir varsayımda da bulunulmamaktadır. Mevzuatın izin verdiği ölçüde, Şirket, Şirket temsilcileri veya ilgili diğer kişiler bu sunum ile ilgili olarak başka bir şekilde ortaya çıkan, doğrudan veya dolaylı, doğacak herhangi bir zarardan dolayı, ihmal veya başka bir şekilde, hiçbir sorumluluk kabul etmemektedirler.

İşbu sunumda yer alabilecek olan sektör ve rekabet ortamı ile ilgili veriler mümkün olduğunca resmi veya bağımsız kaynaklardan sağlanmıştır. Bağımsız sektör yayınları, çalışmaları ve araştırmaları genellikle, söz konusu kaynaklarda yer alan verilerin güvenilir olduğu düşünülen kaynaklardan temin edildiğini, ancak bu verilerin doğruluğu ve tamlığı herhangi bir taahhüdün söz konusu olmadığını belirtmektedirler. Şirket, her bir yayının, çalışmanın ve araştırmanın güvenilir kaynaklar tarafından hazırlandığına inanıyor olsa da, söz konusu bilgilerin doğruluğunu bağımsız olarak teyit etmemiştir. Buna ek olarak, bu sunumda sektör ve rekabet ortamı ile ilgili yer alabilecek veriler Şirket'in faaliyet gösterdiği sektörlerde Şirket yönetiminin bilgi ve tecrübesi temelinde Şirket'in iç araştırma ve tahminlerine dayanmaktadır. Şirket, bu araştırma ve tahminlerin uygun ve güvenilir olduğuna inanmakla birlikte, bu araştırma ve tahminler ve bunlara ilişkin temel metodolojiler ile varsayımların doğruluğu ve tamlığı herhangi bir bağımsız kaynak ile tasdik edilmemişlerdir ve bunlardaki değişiklikler bildirime konu edilmeyecektir. Dolayısıyla, bu sunumda yer alabilecek sektör veya rekabet ortamı ile ilgili veriye gereğinden fazla anlam atfedilmemelidir.

Bu sunumda geleceğe yönelik bazı ifade, görüş ve tahmini rakamlar yer almaktadır. Bunlar, Suwen Yönetiminin şirketin gelecekteki durumuna ilişkin mevcut görüşlerini yansıtmaktadır ve belirli varsayımları içermektedir. Gerçekleşmeler, geleceğe yönelik beklentileri ve tahmini rakamları oluşturan değişkenler ve varsayımlardaki gelişim ve gerçekleştirmelere bağlı olarak farklılık gösterebilecektir.

AJANDA

01

GENEL BAKIŞ

02

FİNANSAL SONUÇLAR

03

SATIŞ VE OPERASYONEL
GELİŞMELER

04

EKLER





01

GENEL BAKIŞ



Genel Bakış 6A 2026

Konsolide Göstergeler		Türkiye Göstergeleri	
3.094 m TL Hasılat	%-2,7 Hasılat Büyümesi	%-2,3 Mağazacılık Satış Büyümesi	%-2,7 E-Ticaret Satış Büyümesi
492.2 m TL FAVÖK	%15,9 FAVÖK Marjı	127 m² Ortalama Mağaza Büyüklüğü	52 şehir 195 adet mağaza
-202 m TL Net Dönem Zararı	-1.233 m TL Net Borç (TFRS16 Kiralamalar hariç)	6,6 milyon Mağaza Ziyaretçi Sayısı	2.091 TL Ortalama Sepet Büyüklüğü

işinde suven var

- 2026 yılının ilk yarısında devam eden sıkı para politikası, yüksek faiz ortamı ve zayıflayan tüketici talebinin etkisiyle konsolide hasılat, enflasyon düzeltmesi sonrası yıllık bazda %2,7 daralarak 3,1 milyar TL seviyesinde gerçekleşti.
 - Türkiye mağazacılık satışları, zayıf talep koşullarının etkisiyle yıllık bazda %2,3 daraldı. Buna karşın mağaza ziyaretçi sayısı %2,2 artışla 6,6 milyona yükselirken, ortalama sepet büyüklüğü reel bazda %2,5 gerileyerek 2.091 TL seviyesinde gerçekleşti.
 - E-ticaret satışları, tüketici talebindeki yavaşlama ve zorlu piyasa koşullarının etkisiyle yıllık bazda %2,7 geriledi.
 - İlk altı aylık dönemde brüt kâr marjı geçen yıl ile büyük ölçüde paralel seyrederken, satışlardaki reel daralmanın operasyonel giderler üzerindeki kaldıraç etkisiyle FAVÖK marjı %15,9 seviyesinde gerçekleşti.
 - Şirket, 1. çeyrekte kaydedilen zararın ardından 2. çeyrekte yeniden net kâra geçerken, ilk yarı net dönem sonucu 202 milyon TL zarar olarak gerçekleşti.
- 2026 yılı ilk yarısında FAVÖK marjı %15,9 olarak gerçekleşti.
- 30 Haziran 2026 itibarıyla TFRS 16 kiralama yükümlülükleri hariç net borç 1.233 milyon TL, Net Borç/FAVÖK oranı ise 0,95x seviyesinde gerçekleşti.
- Mağaza ağına seçici şekilde genişletilmesine devam edilerek, yılın ilk yarısında 4 yeni mağaza açıldı ve Türkiye’de 4’ü bayi olmak üzere toplam 195 mağazaya ulaşıldı. Yurtdışında ise Romanya ve Kıbrıs’taki 9 doğrudan işletilen mağaza ile 10 franchise mağaza olmak üzere toplam 19 mağazada faaliyet gösterildi. Böylece toplam mağaza sayısı 214’e ulaştı.

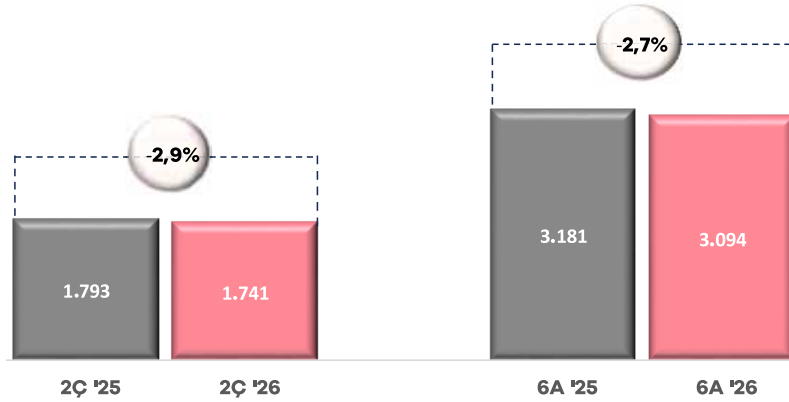


02

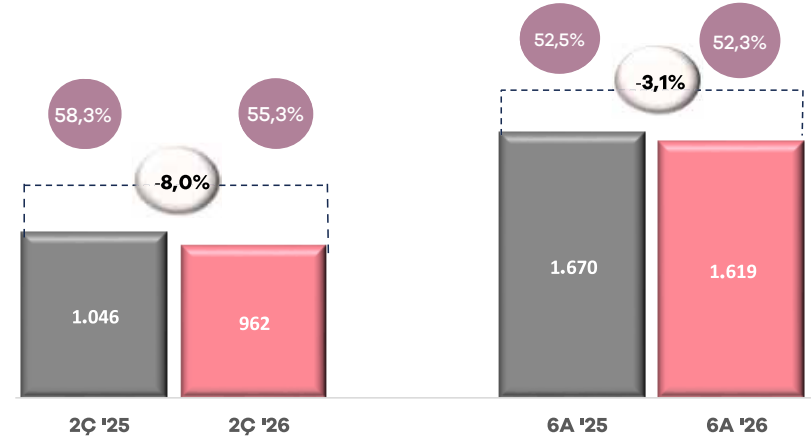
FİNANSAL SONUÇLAR

KONSOLİDE FİNANSAL SONUÇLAR (1/2)

Hasılat (Milyon TL)



Brüt Kar (Milyon TL)



- **2. Çeyrek'te** konsolide hasılat, geçen yılın pozitif büyüme bazının yanı sıra zayıflayan tüketici talebi ve devam eden makroekonomik baskıların etkisiyle yıllık bazda **%2,9** daralarak **1,7 milyar TL** olarak gerçekleşti. Mağaza trafiğindeki %0,6'lık sınırlı gerileme ise sektör genelindeki daha belirgin trafik daralmasına kıyasla görece dirençli bir performansa işaret etti.
- **İlk altı aylık** dönemde konsolide hasılat, 2025'in aynı dönemindeki **%8,3'lük** reel büyümenin oluşturduğu yüksek baz ve zayıflayan tüketici talebinin etkisiyle yıllık bazda **%2,7** daralarak **3,1 milyar TL** seviyesinde gerçekleşti. Mağaza ziyaretçi sayısındaki **%2,2 artış** ve fatura sayısının korunması, satışlardaki daralmayı sınırlayan unsurlar oldu.

- **2. Çeyrek'te** devam eden jeopolitik gerilimlerin tedarik zinciri ve maliyetler üzerinde yarattığı baskıya, zayıflayan tüketici talebi nedeniyle artan promosyon ve indirimlerin etkisi de eklendi. Bu gelişmeler sonucunda brüt kâr marjı yıllık bazda **309 baz puan** gerileyerek **%55,3** seviyesinde gerçekleşti.
- **İlk altı aylık** dönemde ise 1. Çeyrek'teki güçlü marj performansının katkısıyla, söz konusu baskılara rağmen brüt kâr marjı geçen yılki **%52,5** seviyesine yakın, **%52,3** olarak gerçekleşti.

(*) Kaynak: AYD - Alışveriş Merkezleri ve Yatırımcıları Derneği. Haziran 2026'da AVM ziyaretçi sayısı yıllık bazda %3,15 azalırken, AVM ciro endeksi reel bazda %8,5 gerilemiştir.



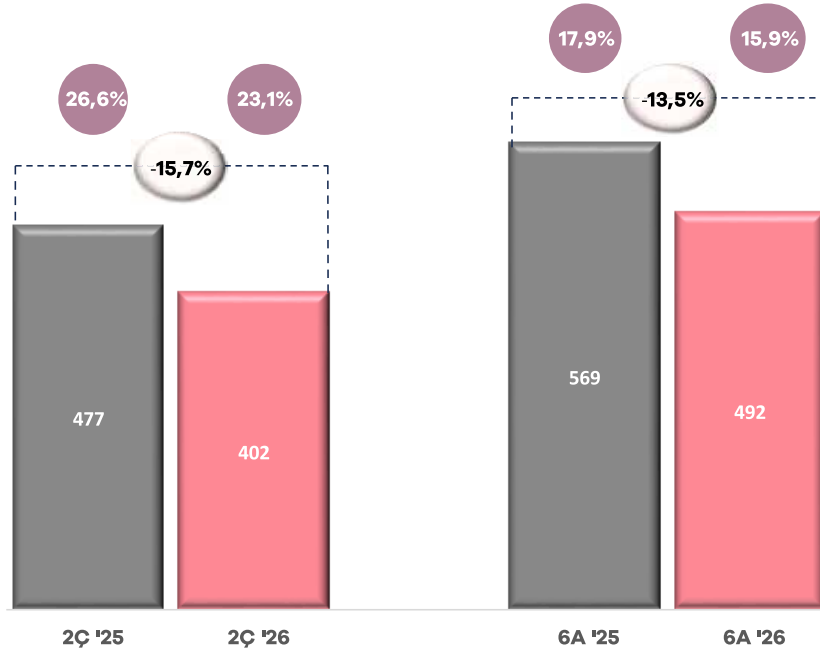
Büyüme Oranı



Kâr Marjı

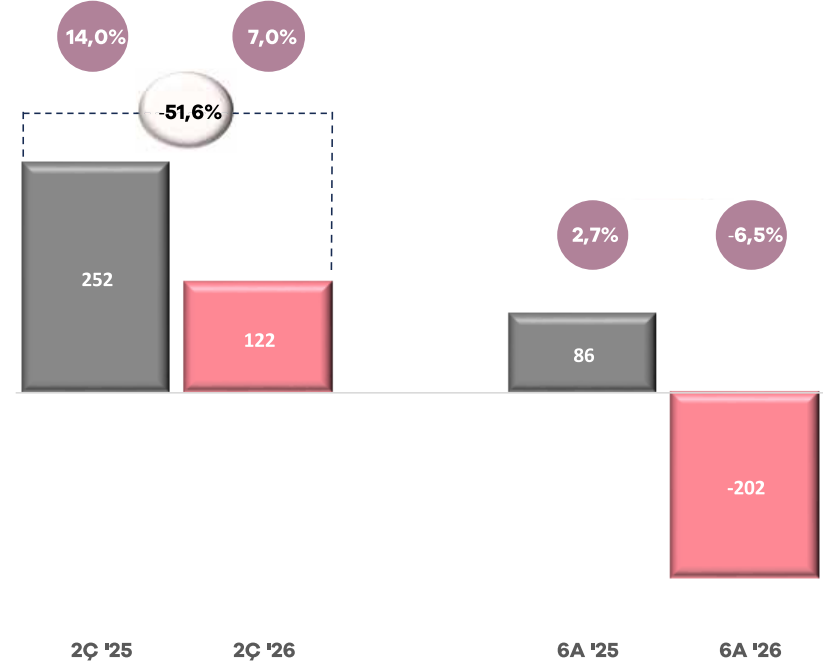
KONSOLİDE FİNANSAL SONUÇLAR (2/2)

FAVÖK (Milyon TL)



- **2. Çeyrek'te** brüt kâr marjındaki daralma ve satışlardaki sınırlı gerilemenin etkisiyle FAVÖK **402 milyon TL**, FAVÖK marjı ise **%23,1** olarak gerçekleşti. Operasyonel giderlerin görece sabit yapısı, zayıflayan hasılat ortamında marj üzerinde baskı oluşturdu.
- **İlk altı aylık** dönemde brüt kâr marjının büyük ölçüde korunmasına rağmen, satışlardaki reel daralmanın operasyonel giderler üzerindeki kaldıraç etkisiyle FAVÖK marjı yıllık bazda **200 baz puan** gerileyerek **%15,9** seviyesinde gerçekleşti.

Net Kar (Milyon TL)



- **2. Çeyrek'te** brüt kâr ve FAVÖK marjlarındaki gerilemeye ve artan finansman giderlerine rağmen şirket **121,7 milyon TL** net kâr elde ederek yeniden kârlılığa geçti.
- **İlk altı aylık** dönemde, 1. Çeyrek'teki zararın ardından 2. Çeyrek'te yeniden net kâra geçilmesiyle belirgin bir toparlanma kaydedilirken, dönem net sonucu **202,4 milyon TL** zarar olarak gerçekleşti.



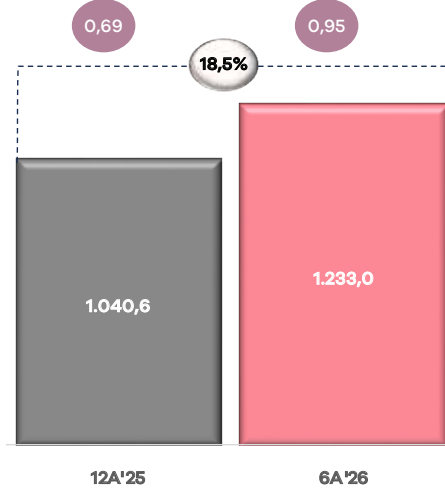
Büyüme Oranı



Kâr Marjı

KONSOLİDE BİLANÇO GÖSTERGELERİ

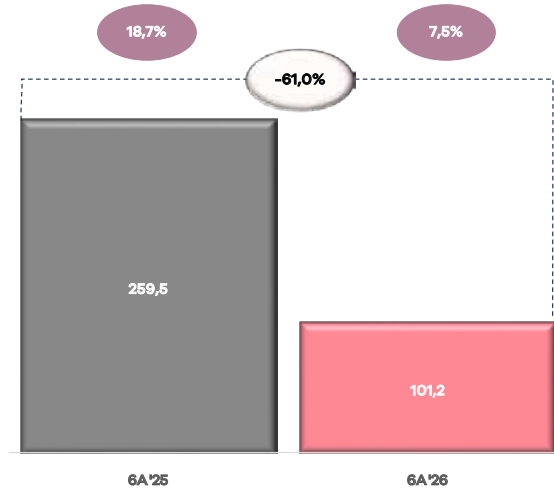
Net Borç Pozisyonu (*) - TFRS16 Hariç (Milyon TL)



(*) Net borç hesaplamasına ~ 178 milyon TL tutarın da ki "Geri Alınan Paylar" dahil değildir.

X,XX Net Borç / FAVÖK (S12A)

Yatırım Harcamaları (Milyon TL)



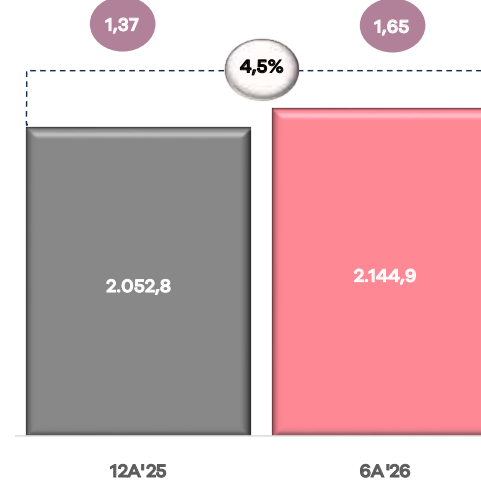
%X,X

Büyüme Oranı

X,X

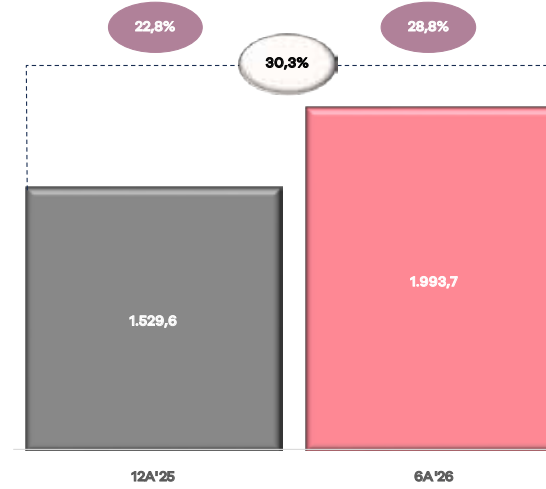
Yatırımlar / Satışlar

Net Borç Pozisyonu - TFRS16 Dahil (Milyon TL)



X,XX Net Borç / FAVÖK (S12A)

Net İşletme Sermayesi (Milyon TL)



%X,X

Büyüme Oranı

X,X

Net İşletme Sermayesi / Hasılat (S12A)

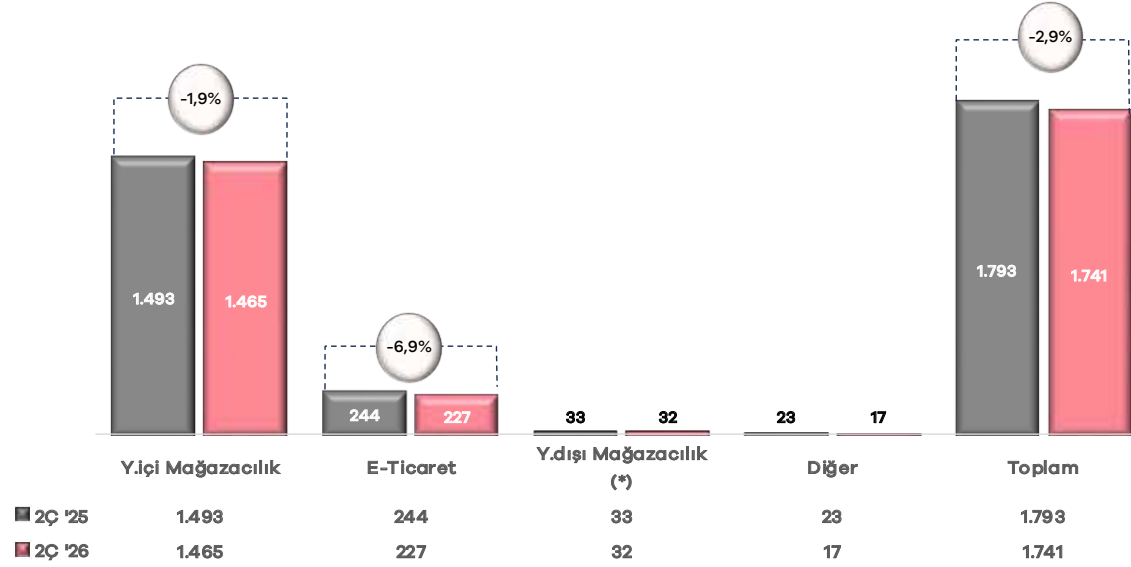


03

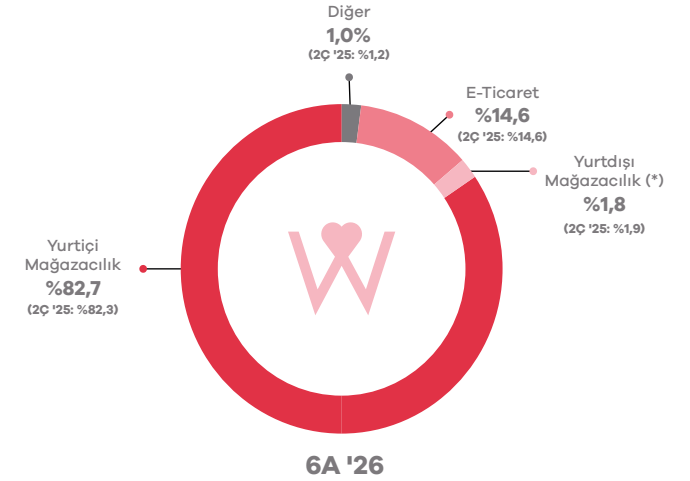
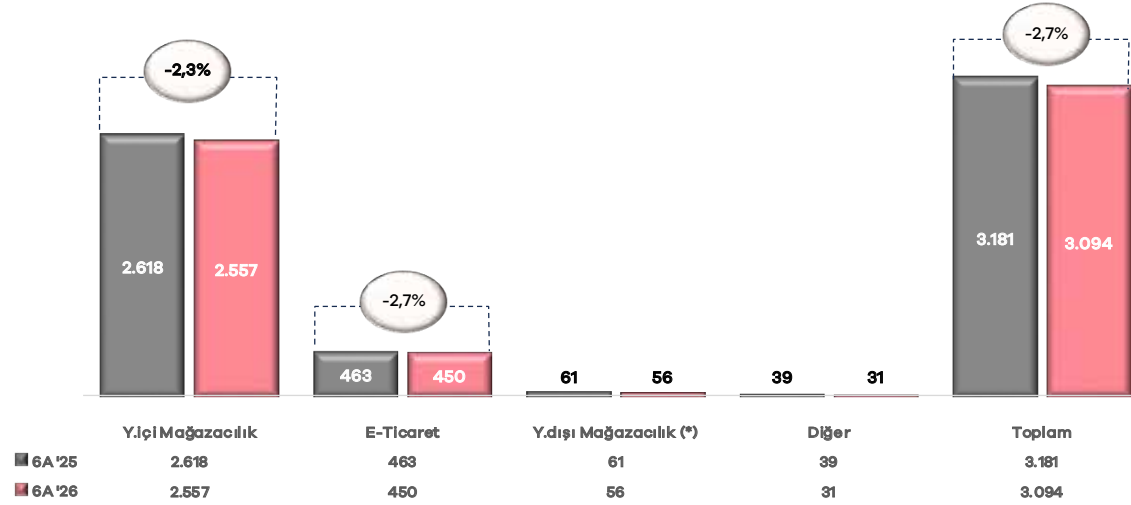
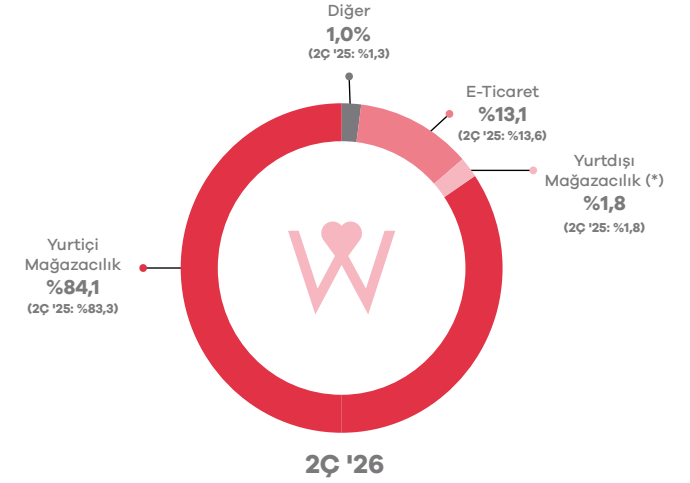
SATIŞ VE OPERASYONEL GELİŞMELER

KANAL BAZLI SATIŞLAR (1/2)

Hasılat (Milyon TL)



Hasılat (%)

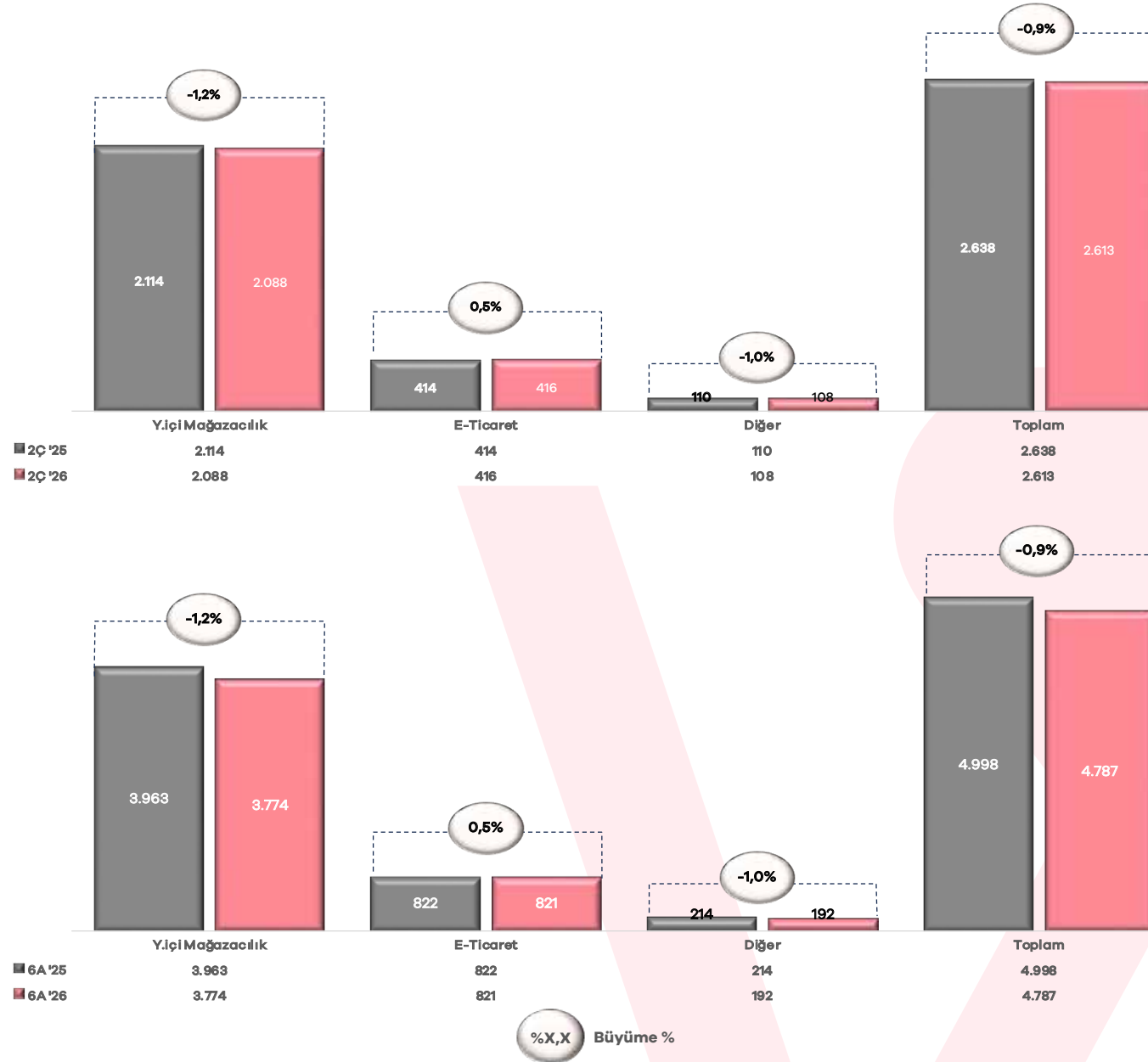


%X,X Büyüme Oranı

(*) Yurtdışı Mağazacılık, Romanya ve Kıbrıs operasyonlarının perakende net satışlarını içermektedir.

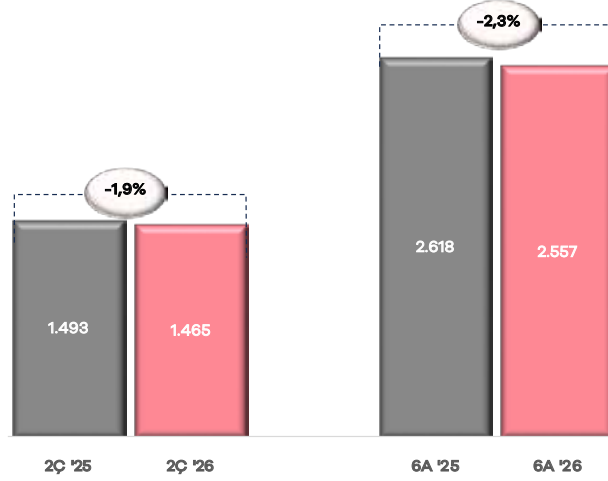
KANAL BAZLI SATIŞLAR (2/2)

Satış Miktarı (Bin Adet)

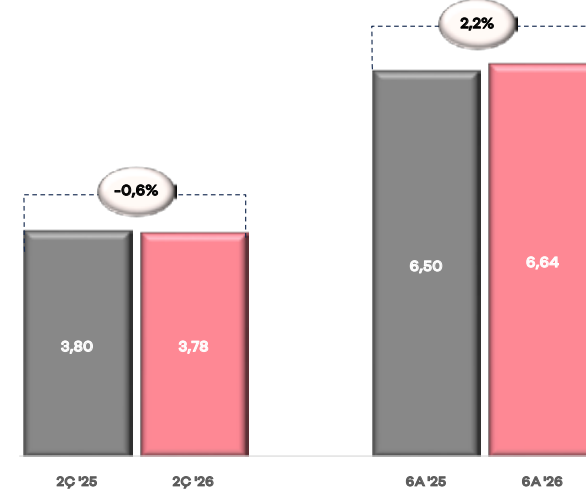


YURT İÇİ MAĞAZACILIK FAALİYETLERİ (1/2)

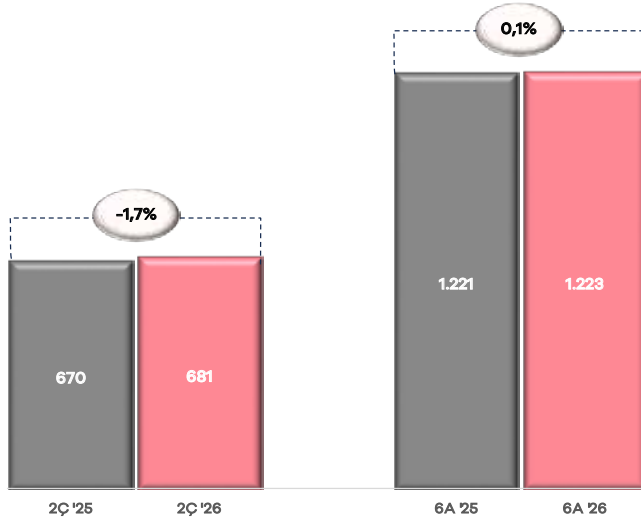
Hasılat (Milyon TL)



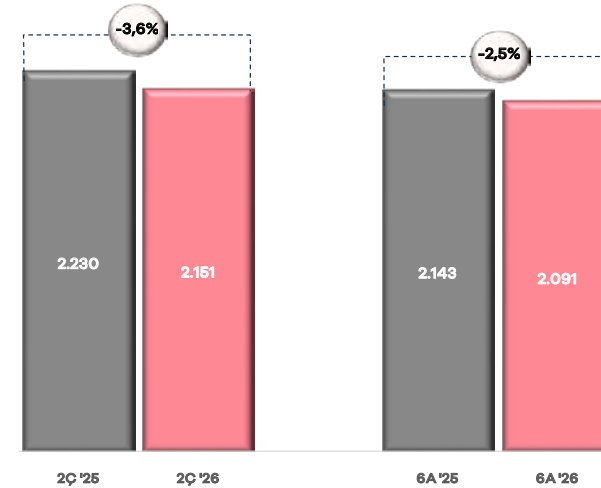
Ziyaretçi Sayıları (Milyon)



Fatura Sayısı (Bin Adet)



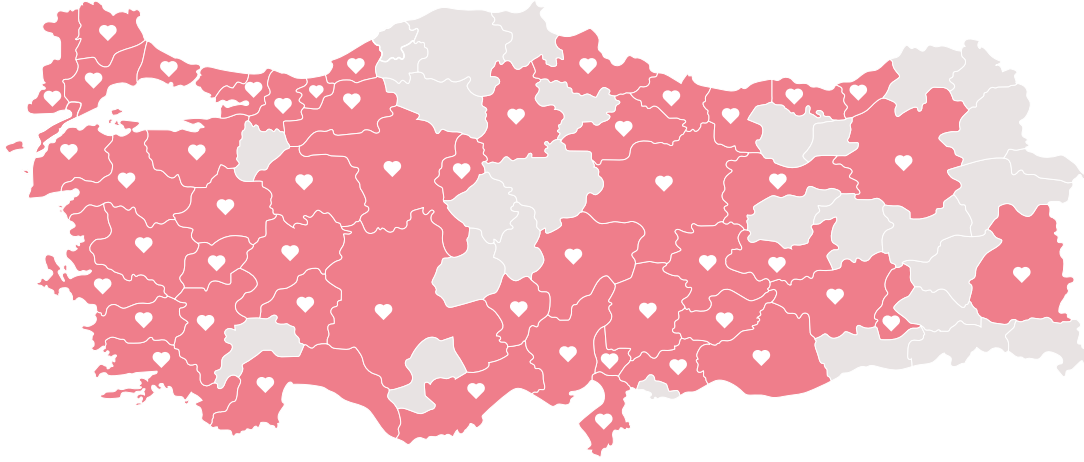
Fatura Başı Tutar (TL)



2. Çeyrek'te zayıflayan tüketici talebi ve devam eden makroekonomik baskılara rağmen mağaza ziyaretçi trafiği yıllık bazda yalnızca **%0,6** geriledi. Fatura sayısındaki **%1,7** artışla dönüşüm performansında iyileşme sağlanırken, zayıflayan tüketici satın alma gücü ile artan promosyon ve indirim yoğunluğunun etkisiyle ortalama sepet tutarı reel bazda **%3,6** geriledi. Bu gelişmeler sonucunda yurtiçi mağazacılık satışları **%1,9** daralarak **1,5 milyar TL** seviyesinde gerçekleşti. İlk altı aylık dönemde ise 2025'in aynı dönemindeki **%6,6'lık** reel büyümenin oluşturduğu yüksek baz ve zayıflayan tüketici talebinin etkisiyle yurtiçi mağazacılık satışları **%2,3** geriledi. Buna karşın mağaza ziyaretçi sayısı **%2,2** artarken, fatura sayısı geçen yıl seviyesini korudu; ortalama sepet tutarı ise reel bazda **%2,5** geriledi.

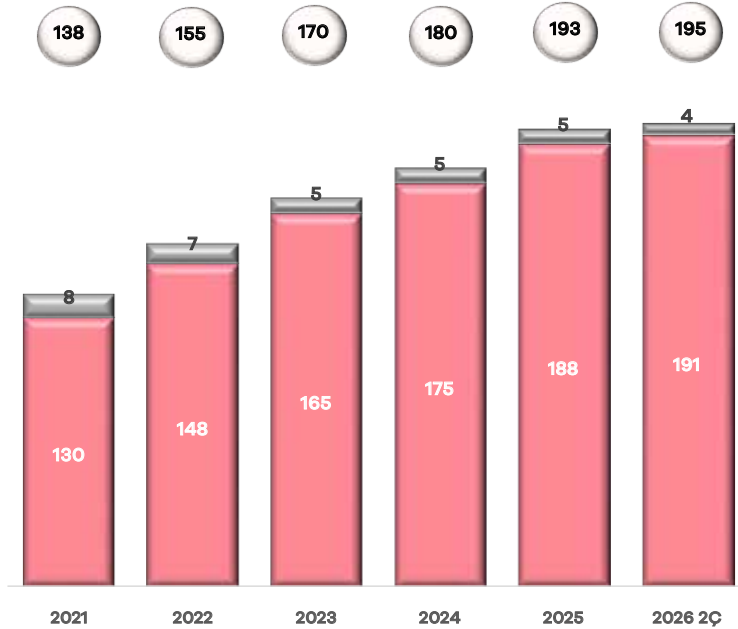


YURTIÇİ MAĞAZACILIK FAALİYETLERİ (2/2)



2026 yılının ilk yarısında 4 mağaza açılırken 2 mağaza kapandı ve net 2 mağaza artışı gerçekleşti.

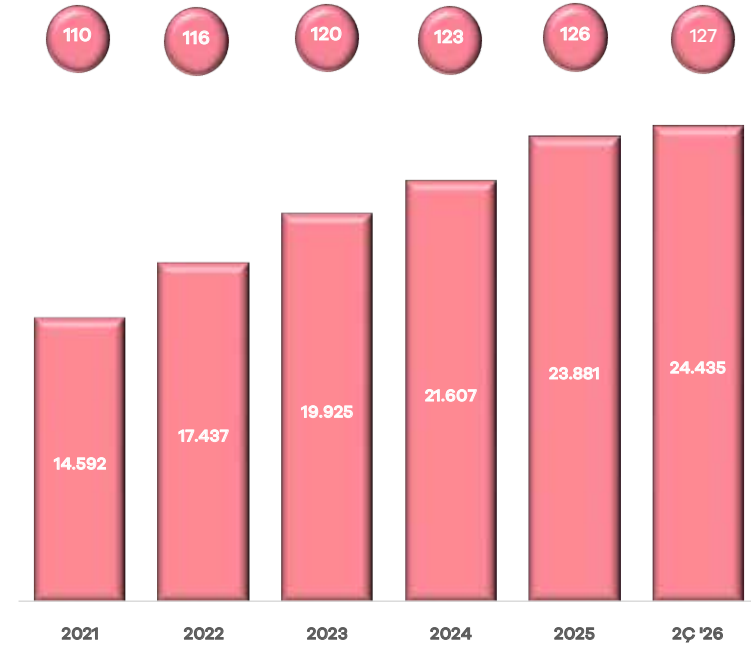
Yurtiçi Mağaza Sayısı Gelişimi



XX

Mağaza Sayısı

Yurtiçi Brüt Satış Alanı (m²)

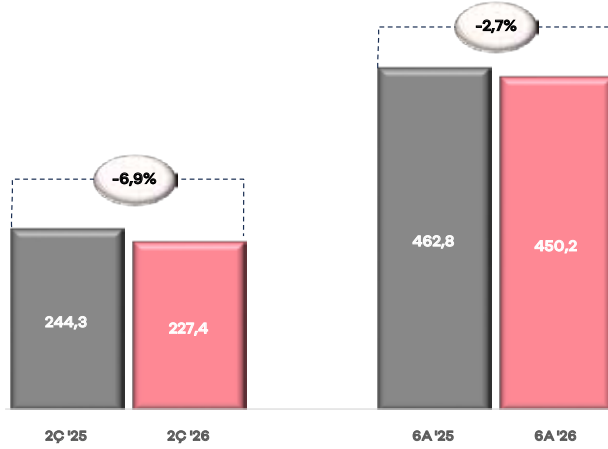


XX

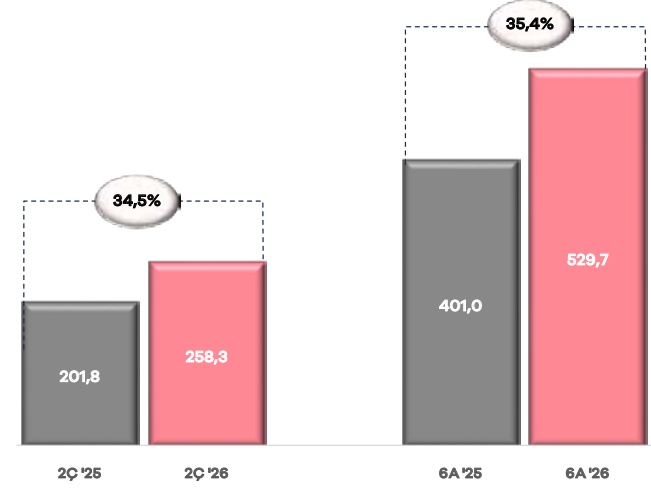
Ortalama m²

E-TİCARET OPERASYONLARI

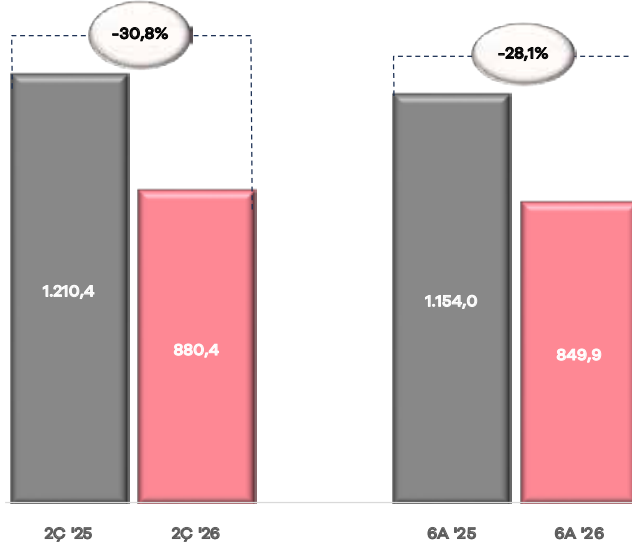
Hasılat (Milyon TL)



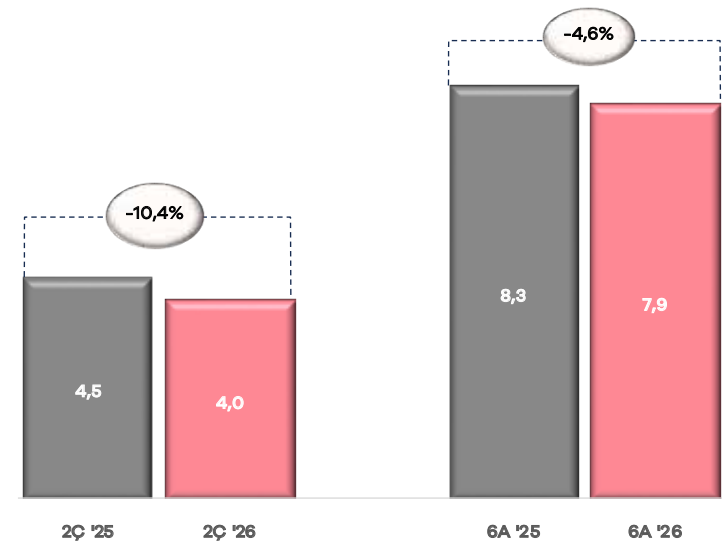
Fatura Sayısı (Bin Adet)



Fatura Başına Tutar (TL)



Ziyaretçi Sayısı (Milyon)



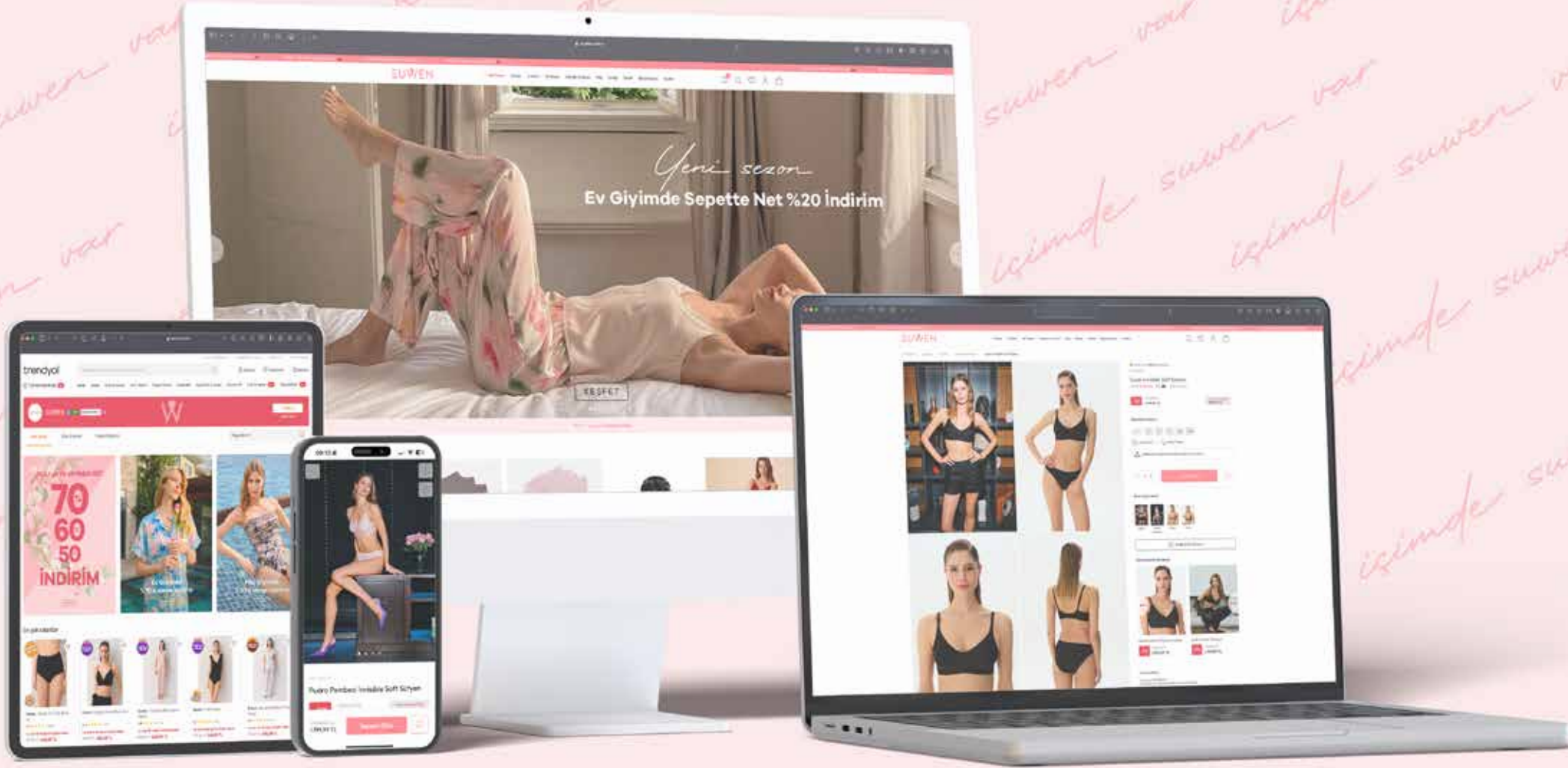
(*) suwen.com.tr ziyaretçi sayıları, toplam oturum sayısını ifade etmektedir.



%XX Büyüme Oranı

Müşteri tercihlerini

merkeze alan, fiziksel ve dijital kanallar arasında kesintisiz deneyim sunan
bütünleşik çoklu kanal (omnichannel) yönetimi.



trendyol

amazon

pazarama

n11.com

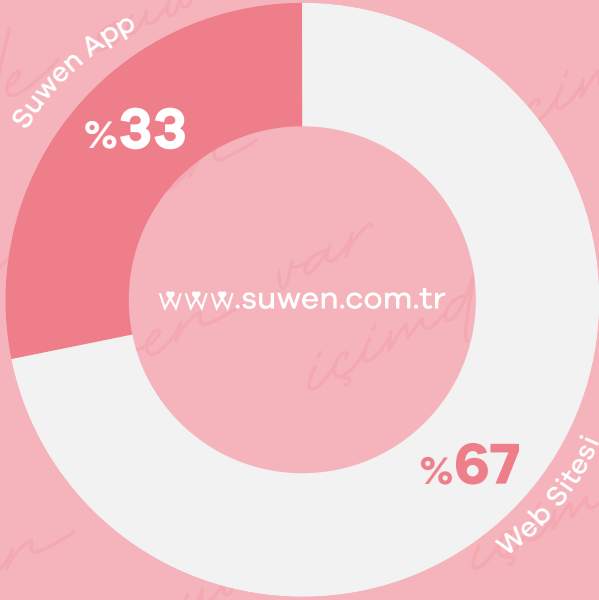
FASHION DAYS

hepsiburada

Yurtdışı pazaryerlerinde satışlara 2024 yılından beri devam edilmektedir.

suwen.com.tr

Performansı



Aylık Ortalama Ziyaretçi Sayısı

1,3 m



Satışa Dönüşüm

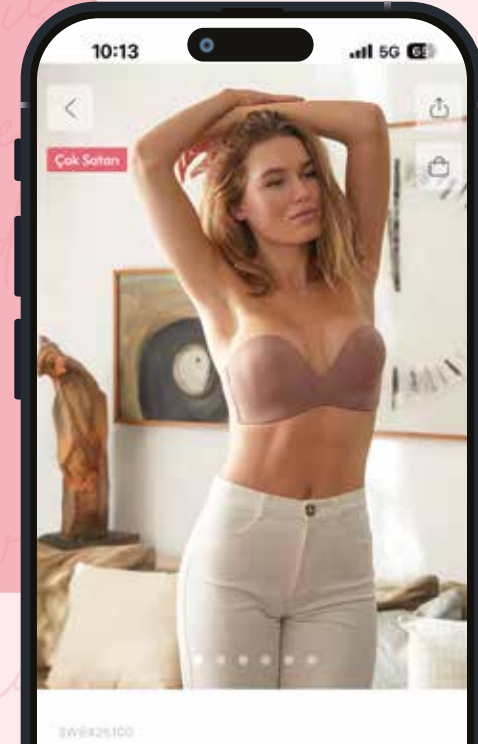
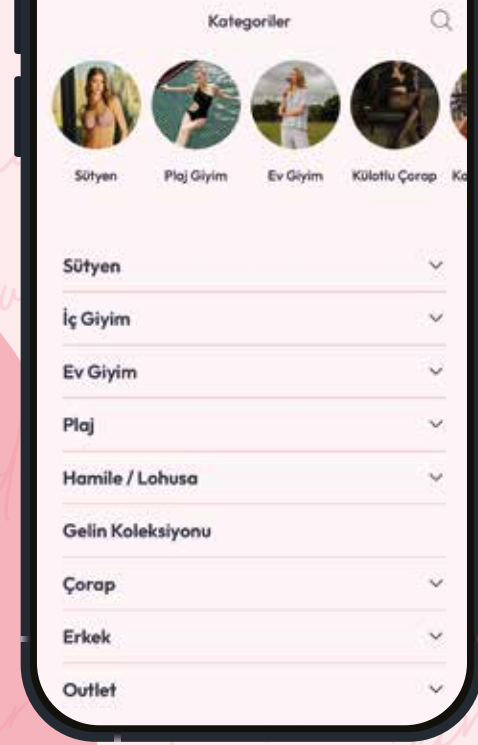
40,1%

Hayatın İçinde Suwen var!

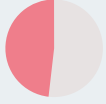
Çünkü Artık Suwen App'i Var



Mobil uygulamayı hemen indirin.



ÜRÜN PORTFÖYÜ



51,7%
İÇ GİYİM



Sütyen, külot,
atlet ve korse



34,3%
EV GİYİM



Pijama takımı,
gecelik ve
sabahlık



9,6%
PLAJ GİYİM



Bikini, mayo,
pareo ve plaj



3,4%
ÇORAP



Külotlu / soket
çorap ve tayt



0,8%
AKSESUAR



Sütyen
aksesuarları



0,2%
KOZMETİK



Bodymist,
sabun, lipoil,
kolonya



(*) Ürün Portföy kırılımı, 2026 yılı Türkiye Mağazacılık ve E-ticaret kanallarındaki satış verileri baz alınarak sunulmuştur.

SUWEN FİLENİN SULTANLARINA BAŞARILAR DİLER



#içimizdegüçvar



A MİLLİ KADIN VOLEYBOL TAKIMI
RESMİ SPONSORU

İÇİMİZDE GÜÇ VAR

Suwen kadın istihdamını ve kadın gücünü destekleyen bir marka. Çalışanlarının %90'ı, yöneticilerinin de %84'ü kadınlardan oluşmaktadır.

Türkiye'de kadın voleybolunun başarısına destek vermek amacıyla 2026 – 2028 yılları arasında Filenin Sultanları'nın resmi sponsoruyuz.





04
EKLER

ÖDÜLLER



CURIOS FELIS

Türkiye'nin en hızlı büyüyen kadın iç giyim perakende markası Suwen, 10 Kasım 2022 Perşembe günü Zorlu Performans Sanatları Merkezinde gerçekleşen görkemli törende, *Felis Curious* kategorisinde **gümüş ödülün** sahibi oldu.



ALTIN LİDER

Türkiye'nin en hızlı büyüyen kadın iç giyim perakende markası Suwen'in Genel Müdürü *Ali Bolluk* Türkiye'nin En Beğenilen CEO'su seçilerek **Altın Lider** Ödülü'nün sahibi oldu.



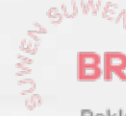
NEW ERA OF HR

Secretcv tarafında düzenlenen *New Era of HR* zirvesinde *İnsan Kaynakları'nın Yıldızları* ödülünü aldı.



İNSANA SAYGI

Kariyer.net ana sponsorluğunda düzenlenen İnsan Kaynakları Zirvesi'nde sahiplerine verilen İnsana Saygı Ödülleri, aday başvurularını yüzde yüz olarak yanıtlayan, en çok istihdam yapan ve en çok başvuru yapan firmalara veriliyor. Suwen ailesi olarak 30.000'e aşkın işveren arasından bu ödülü almaya hak kazandık.



BRANDVERSE AWARDS

Reklam filminde kadınların özgürlük alanlarını genişleterek cesur ve güçlü kadını anlatan Suwen; 30 Haziran Perşembe günü Hilton İstanbul Bomonti'de gerçekleşen görkemli törende, *Taze Reklam Verenler* kategorisinde **Bronz Ödülün** sahibi oldu.



SLIMSTOCK & LODER

Slimstock ve Lojistik Derneği (LODER) ortaklığı ile bu yıl sekizincisi düzenlenen "Türkiye'nin En Etkili Tedarik Zinciri Profesyonelleri" ödül gecesinde Suwen *Türkiye'nin En Etkili Tedarik Zinciri Profesyoneli* ve *2022 yılı Tedarik Zinciri En Teknolojik Proje* kategorisinde 2 ödülün sahibi oldu.



BRANDVERSE AWARDS

Brandverse Awards'da Evde Suwen Modu ev giyim reklam kampanyamızla Taze Reklamverenler & Giyim ve Aksesuar kategorisinde **2 Bronz** ödülün sahibi olduk!



EN İYİ VERİ KULLANIMI

Kurdugumuz sistem ve kullanılan verilerin 'en çok satan' ürünümüzün seyrini değiştirecek bir başarı hikayesinden çıktık yola. 14 Aralıkta gerçekleşen VXi. Türkiye İletişim Merkezi Ödülleri kapsamında 'En İyi Verimi Kullanımı' kategorisinde 'En Övgüye Değer Marka Ödülünü' kazandık.





ALTIN LİDER

GÜÇLÜ VİZYON, SÜRDÜRÜLEBİLİR BAŞARI

Kadın perakendesinde dönüşüm hız kesmeden devam ederken; güçlü vizyon, stratejik yaklaşım ve ekip kültürü başarıyı destekleyen temel unsurlar arasında yer alıyor. Suwen Genel Müdürü **Ali Bolluk**, Krea M.I.C.E. tarafından düzenlenen **Altın Lider** Ödülleri 2025 kapsamında Türkiye'nin En Beğenilen CEO'ları arasında yer aldı.



KARİYER.NET İNSANA SAYGI

Suwen olarak, 2024 yılının ardından 2025 yılında da Kariyer.net İnsana Saygı Ödülü'ne layık görülmenin mutluluğunu ve gururunu yaşıyoruz.

SECRET CV İK'NIN YILDIZI

Suwen olarak, 2024 – 2025 HR Summit kapsamında "İK'nın Yıldızı" ödülüne layık görülmenin mutluluğunu ve gururunu yaşıyoruz.



ENOCTA GELECEĞE YÖN VERENLER

Geleceğe Yön Ver" temasıyla düzenlenen 2025 Enocta Günü'nde, Suwen Akademi önemli bir başarıya imza attı. Enocta altyapısıyla hayata geçirilen dijital eğitim platformu sayesinde kısa sürede yüksek katılım ve başarı oranlarına ulaşan Suwen Akademi, 500'den fazla kurum arasından en başarılı genç kurumsal akademilerden biri seçilerek "Başarıyla Başlayanların Yıldızı" Ödülü'ne layık görüldü.





ÖZET TFRS KONSOLİDE GELİR TABLOSU

Bin TL	6A 2026	2Ç 2026	6A 2025	2Ç 2025	Δ (%) (2026/25)	Δ (%) (2Ç' 26/25)
Net Satışlar	3.093.691	1.740.808	3.180.603	1.793.238	(3%)	(3%)
Satışların Maliyeti (-)	(1.475.186)	(778.567)	(1.510.531)	(747.095)	(2%)	4%
Brüt Kar	1.618.506	962.242	1.670.072	1.046.143	(3%)	(8%)
Brüt Kar (%)	52,3%	55,3%	52,5%	58,3%	-19bps	-306bps
Faaliyet Giderleri (-)	(1.469.416)	(732.378)	(1.437.248)	(741.241)	2%	(1%)
Diğer Faaliyet Geliri/(Gideri), net	(37.956)	(21.548)	(11.341)	2.563	235%	(941%)
Esas Faaliyet Zararı	111.134	208.316	221.482	307.466	(50%)	(32%)
Esas Faaliyet Zararı (%)	3,6%	12,0%	7,0%	17,1%	-337bps	-518bps
Yatırım Faaliyetlerinden Gelirler/(Giderler), net	1.820	175	4.795	-	(62%)	#DIV/0!
Finansman Gideri Öncesi Faaliyet Zararı	112.954	208.491	226.277	307.466	(50%)	(32%)
Finansman Geliri/(Gideri), net	(544.894)	(260.532)	(353.316)	(176.622)	54%	48%
Parasal kazanç/ (kayıp)	294.495	213.367	298.574	166.955	(1%)	28%
Sürdürülen Faaliyetler Vergi Öncesi Zararı	(137.445)	161.326	171.535	297.798	(180%)	(46%)
Dönem Vergi Geliri/(Gideri)	-	-	-	-		
Ertelenmiş Vergi Geliri/(Gideri)	(64.963)	(39.582)	(85.254)	(46.211)	(24%)	(14%)
Dönem Net Zararı	(202.407)	121.743	86.281	251.587	(335%)	(52%)
Dönem Net Zararı (%)	-6,54%	6,99%	2,71%	14,03%	-926bps	-704bps
FAVÖK	492.244	402.478	568.840	477.331	(13%)	(16%)
FAVÖK (%)	15,9%	23,1%	17,9%	26,6%	-197bps	-350bps



ÖZET TFRS KONSOLİDE BİLANÇO

Bin TL	31.12.2025	30.06.2026	Değişim (%)
Dönen Varlıklar	2.470.271	2.425.530	(1,8%)
Duran Varlıklar	2.226.610	2.155.412	(3,2%)
Toplam Varlıklar	4.696.881	4.580.942	(2,5%)
Kısa Vadeli Yükümlülükler	1.926.902	2.127.038	10,4%
Uzun Vadeli Yükümlülükler	829.993	744.843	(10,3%)
Toplam Yükümlülükler	2.756.895	2.871.881	4,2%
Özkaynaklar	1.939.986	1.709.061	(11,9%)
Toplam Kaynaklar	4.696.881	4.580.942	(2,5%)

ŞİRKET PROFİLİ

- Raporun Ait Olduğu Dönem: 01.01.2026 - 30.06.2026
- Ticaret Ünvanı: Suwen Tekstil Sanayi Pazarlama Anonim Şirketi
- Ticaret Sicili Numarası: 502674
- Vergi No: 330 049 9555
- Kayıtlı Sermaye Tavanı: 1.500.000.000 TL
- Çıkarılmış Sermaye: 560.000.000 TL
- Merkez Adresi: Fatih Sultan Mehmet Mah. Balkan Cad. No: 39/41
İç Kapı No: 1 Ümraniye/İstanbul
- E-posta: yatirimci@suwencompany.com
- İnternet Sitesi Adresi: www.suwencompany.com

The image shows the SUWEN logo in large, white, 3D block letters mounted on a red, vertically-ribbed building facade. The letter 'W' is stylized with a heart shape in the center. The building is angled upwards from the bottom left towards the top right, set against a dark blue sky with some light clouds.

SUWEN

Her yerde Suwen var!



KIŞ EV GİYİMDE
70%
İNDİRİM
+
SEPETTE %15 İNDİRİM



