

Migros Ticaret A.Ş.'nin bağımsız denetimden geçmiş konsolide finansal tabloları TMS 29 enflasyon muhasebesi ilkelerine uygun olarak hazırlanmıştır.

Satışlar

124.399

milyon TL

+%2,7

yıllık büyüme

FAVÖK

5.307

milyon TL

%4,3

marj

Net Kar

(645)

milyon TL

-%0,5

marj

Yatırım Harcamaları

3.441

milyon TL

%2,8

Yatırım harc./satışlar

Satışlar

241.298

milyon TL

+%4,5

yıllık büyüme

FAVÖK

10.967

milyon TL

%4,5

marj

Net Kar

1.078

milyon TL

%0,4

marj

Yatırım Harcamaları

6.298

milyon TL

%2,6

Yatırım harc./satışlar



Migros'un konsolide satışları yılın ikinci çeyreğinde yıllık bazda reel olarak **%2,7**, ilk altı ayda ise **%4,5** artarak **241,3 milyar TL**'ye ulaştı.

Haziran 2026 itibarıyla Migros'un toplam FMCG pazar payı %9,7, modern FMCG pazar payı ise %15,3 seviyesinde gerçekleşti. Alkollü içecek kategorisi hariç değerlendirildiğinde, Migros'un toplam FMCG pazar payı 10 baz puan arttı. Yaz sezonunun geçen yıla göre daha geç başlaması nedeniyle sezonluk mağazaların müşteri trafiği olumsuz etkilendi. Online kanalların toplam satışlar içindeki payı %23,1'e yükseldi.

Kişisel bakım, toptan satış ve yemek teslimatı gibi büyüme yatırımlarında bulunduğumuz gelişmekte olan, tamamlayıcı yeni iş kolları hariç tutulduğunda, Migros ana iş kolundaki kârlılığını, disiplinli maliyet yönetimi ve teknoloji destekli verimlilik artışları sayesinde sürdürdü. Dağıtım merkezi çalışanlarımızın kadroya geçişi, enflasyon üzerinde bir artışla sonuçlanan toplu iş anlaşmasına rağmen ana iş kolumuzun kârlılığını sürdürüyor olması teknoloji destekli verimlilik yatırımlarımızın önemini göstermektedir.



Özgür Tort

Migros Grubu
İcra Başkanı (CEO)

Mevcut enflasyonist koşullarda müşterilerimizi, yoğun promosyon ve indirim kampanyaları ile tedarikçilerimizi de yanımıza alarak destekledik. Kampanyaların 2. çeyrek karlılığımız üzerindeki negatif etkisine karşın, ilk yarı yılı **1.078 milyon TL** net kar ile bitirmiş bulunuyoruz.

Migros, Haziran 2026 sonu itibarıyla **5,8 milyar TL** serbest nakit akışı yarattı ve şirketin net nakit pozisyonu **31,8 milyar TL**'ye ulaştı.

Hem fiziki mağazalarımızda hem de online kanallarımızda büyüme stratejimizi kararlılıkla sürdürmeye devam ediyoruz. Yılın ilk altı ayında farklı formatlarda açtığımız 115 yeni mağaza ile toplam mağaza sayımız Haziran 2026 itibarıyla 3.830'a ulaştı. Yeni mağaza açılışları ve mağaza yenilemelerinin yanı sıra, yatırım harcamalarımızın önemli bir bölümünü mağaza içi verimliliği artırmaya yönelik projelere ayırdık. Bu kapsamda Migros, 2026 yılının ilk yarısında toplam **6,3 milyar TL** yatırım gerçekleştirdi.

Yılın ikinci yarısına girerken, ekosistemimizin artan katkısıyla desteklenen kârlı büyüme odağımızı koruyoruz.

Temmuz ayında sezonluk mağazalarımızda gözlemlediğimiz müşteri trafiğindeki iyileşme, yıl sonu beklentilerimize ulaşacağımıza yönelik güvenimizi güçlendirdi. Yılın ikinci yarısında da bu ivmeyi koruyarak hedeflerimizi gerçekleştirmeye odaklanmayı sürdüreceğiz.



Finansal Özet

milyon TL	2Ç25	2Ç26	Değişim	1YY25	1YY26	Değişim
Satışlar	121.139	124.399	%2,7	230.985	241.298	%4,5
Brüt Kâr	28.901	28.213	-%2,4	55.534	55.753	%0,4
<i>Brüt Kâr Marjı</i>	%23,9	%22,7		%24,0	%23,1	
FAVÖK	6.600	5.307	-%19,6	11.763	10.967	-%6,8
<i>FAVÖK Marjı</i>	%5,4	%4,3		%5,1	%4,5	
Net Kâr	494	(645)	-%230,6	1.939	1.078	-%44,4
<i>Net Kâr Marjı</i>	%0,4	-%0,5		%0,8	%0,4	

1YY26'da Öne Çıkan Performans

- ❖ Migros, nispeten zayıf talep koşullarında **reel büyümesini** sürdürdü.
- ❖ İlk 6 aydaki **115 yeni mağaza açılışı** ile, mağaza açılış programı planlandığı gibi devam etti.
- ❖ Amortisman giderleri hariç hem fiziki mağazalarda hem de online kanallarda gıda perakende operasyonlarımızın karlılığı, ilk 6 ayda yıllık bazda iyileşme gösterdi.
- ❖ Migros, 1YY26'da **5,8 milyar TL** serbest nakit akımı yarattı.

Finansal & Operasyonel Gelişmeler

Pazar Payı Gelişimi

Son üç yıldır pazar payını istikrarlı şekilde artıran Migros, 2026 yılının ilk yarısında da rekabetçi konumunu korudu. Nielsen verilerine göre Migros, alkol kategorisi hariç toplam FMCG pazarında pazar payını artırdı. Haziran 2026 itibarıyla Migros'un toplam FMCG pazar payı %9,7, modern FMCG pazar payı ise %15,3 seviyesinde gerçekleşti (Haziran 2025: toplam FMCG %9,8; modern FMCG %15,6).

Büyüme Programı

Migros, yıl genelinde 180-200 yeni mağaza açılışı hedefine ulaşma yolunda kararlılıkla ilerlemektedir. 2Ç26'da açılan **64** yeni mağaza ile birlikte, ilk 6 ayda açılan yeni mağaza sayısı 115'e ulaştı. Haziran 2026 sonu itibarıyla toplam mağaza sayısı 3.830 oldu. Görece düşük performans gösteren 19 Mion mağazası kapatıldı.

Net satış alanı 1YY26'da yıllık bazda %2,3 büyüdü. Mağaza ağı genişlemesi ağırlıklı olarak Macrocenter ve yakın mağazacılık formatlarındaki açılışlarla desteklenirken, M Anadolu formatının mağaza açılışları da planlandığı şekilde devam etti.

Migros, Temmuz ayında açtığı 15 yeni mağaza ile mağaza açılış ivmesini devam ettirdi.

1YY26'da Yeni Mağaza Açılışları	
Migros (M, MM, MMM)	61
Migros Jet	34
Macroiosk	9
Macrocenter	7
Mion	2
Petimo	2
Toplam	115



Net Satışlar

2026'nın ikinci çeyreğinde Migros'un konsolide satışları, yıllık bazda reel olarak **%2,7** artış göstererek **124,4 milyar TL**'ye yükseldi. 2026 yılının ilk yarısında ise, konsolide satışlar, TMS 29 enflasyon muhasebesine göre reel olarak yıllık bazda **%4,5** artarak **241,3 milyar TL**'ye ulaştı. 1YY26'daki konsolide satış büyümesinde satış alanı büyümesinin katkısı %2,3 oldu. Satış büyümesinin geri kalanı birebir mağazalardaki reel sepet büyümesinden kaynaklandı.

1YY26'da birebir mağazaların pozitif sepet büyümesinde;

- Etkili promosyonlar ve
- Online kanalların artan satış katkısı

etkili oldu.

Okulların geçen yıla göre daha geç kapanması, Haziran ayında sezonluk mağazaların performansı üzerinde etki yaratmış olup, talebin bir kısmının Temmuz ayına kaymasına neden oldu. Temmuz ayında sezonluk mağazaların daha güçlü katkısı ile, satış performansı ivme kazandı.

Tütün ve alkollü içecekler hariç tutulduğunda, online kanalların toplam satışlar içindeki payı 1YY26 sonunda %20,7'den %23,1'e yükseldi.

Brüt Kâr

TMS 29'a göre Migros'un brüt kârı 2Ç26'da **28.213 milyon TL** olarak gerçekleşirken, brüt kâr marjı **%22,7** oldu (2Ç25: %23,9). 1YY26'da ise brüt kâr **55.753 milyon TL**'ye ulaşırken, brüt kâr marjı **%23,1** olarak gerçekleşti (1YY25: %24,0).

Vadeli alımlarda uygulanan faiz ve stoklardaki enflasyon düzeltmesinin etkileri hariç tutulduğunda, brüt kâr marjı 2Ç26'da geçen yılın aynı dönemine göre 60 baz puan, 1YY26'da ise 1YY25'e göre 50 baz puan geriledi. Bununla birlikte, 1YY26'daki 50 baz puanlık daralma, amortisman ve itfa giderleri hariç faaliyet giderlerinin satışlara oranında sağlanan 39 baz puanlık iyileşme ile büyük ölçüde dengelendi.

Geçen yılın aynı dönemine kıyasla yoğunlaşan promosyonlar brüt kârlılık üzerinde baskı oluştururken, dağıtım merkezlerinde çalışanların Migros kadrosuna geçirilmesi dağıtım merkezi maliyetlerinde 1YY26'da 20 baz puanlık artışa neden oldu. Sonuç olarak marjlardaki daralma, ağırlıklı olarak dağıtım merkezi personel maliyetlerindeki artış ve yoğunlaşan promosyon faaliyetlerinden kaynaklandı.

<i>milyon TL</i>	2Ç25	2Ç26	1YY25	1YY26
Brüt Kâr	28.901	28.213	55.534	55.753
<i>Brüt Kâr Marjı</i>	%23,9	%22,7	%24,0	%23,1
Brüt Marj üzerindeki etki				
Uygulanan Faiz Oranı Etkisi	510 baz puan	400 baz puan	490 baz puan	420 baz puan
Stoklarda Enf. Düzeltmesi Etkisi	-300 baz puan	-250 baz puan	-290 baz puan	-260 baz puan
Net etki	210 baz puan	150 baz puan	200 baz puan	160 baz puan
Brüt Kâr Marjı, net etki hariç	%21,8	%21,2	%22,1	%21,6

FAVÖK

Migros, TMS 29'a göre, 2026 yılının ikinci çeyreğinde **5.307 milyon TL** konsolide FAVÖK yaratırken, FAVÖK marjı **%4,3** oldu (2Ç25: %5,4). 1YY26'da ise, konsolide FAVÖK **10.967 milyon TL**'ye ulaşırken, FAVÖK marjı **%4,5** olarak gerçekleşti (1YY25: %5,1).

Vadeli alımlarda uygulanan faiz ve stoklardaki enflasyon düzeltmesinin 1YY25'e göre 40 baz puan daha düşük olan etkisi hariç tutulduğunda, FAVÖK marjı 1YY26'da %3,0 seviyesinde yatay seyrini korudu (1YY25: %3,1).

<i>milyon TL</i>	2Ç25	2Ç26	1YY25	1YY26
FAVÖK	6.600	5.307	11.763	10.967
<i>FAVÖK Marjı</i>	%5,4	%4,3	%5,1	%4,5
FAVÖK Marjı üzerindeki etki				
Uygulanan Faiz Oranı Etkisi	510 baz puan	400 baz puan	490 baz puan	420 baz puan
Stoklarda Enf. Düzeltmesi Etkisi	-300 baz puan	-250 baz puan	-290 baz puan	-260 baz puan
Net etki	210 baz puan	150 baz puan	200 baz puan	160 baz puan
Düzeltilmiş FAVÖK Marjı, net etki hariç	%3,3	%2,8	%3,1	%3,0

Söz konusu etkiler hariç, 2Ç26'daki FAVÖK marjındaki 50 baz puanlık daralma, promosyonların brüt kâr marjında yarattığı baskıdan kaynaklandı.

Faaliyet giderlerine ilişkin olarak, 1YY26'da;

- Amortisman ve itfa giderleri hariç, faaliyet giderlerinin satışlara oranı yıllık bazda 39 baz puan geriledi.
- TFRS 16 kapsamında yapılan sınıflama değişikliği nedeniyle kira giderleri yıllık olarak 24 baz puan azaldı.
- Enerji giderleri yıllık olarak 23 baz puan geriledi.

Finansman Gelir/Giderleri

Migros, 2Ç26'da ağırlıklı olarak mevduat faiz gelirlerinin katkısıyla **1.418 milyon TL** finansal gelir kaydetti. 1YY26'da ise finansal gelirler **2.671 milyon TL** olarak gerçekleşirken, geçen yılın aynı dönemine göre %42,3 geriledi.

Şirketin finansal giderleri, 2Ç26'da yıllık bazda %18,7 azalarak **2.998 milyon TL**'ye, 1YY26'da ise %16,5 azalarak **5.938 milyon TL**'ye geriledi. Finansal giderlerdeki düşüş, ağırlıklı olarak kredi kartı komisyon giderlerindeki azalmadan kaynaklandı. Söz konusu azalışta, bankalarla ertesi gün tahsilat modelinden vadeli tahsilat modeline geçilmesi etkili oldu.

milyon TL	2Ç25	2Ç26	Değişim	1YY25	1YY26	Değişim
Finansman gelirleri	2.324	1.418	-%39,0	4.626	2.671	-%42,3
<i>Mevduat faiz geliri</i>	<i>1.957</i>	<i>1.332</i>	<i>-%32,0</i>	<i>4.143</i>	<i>2.585</i>	<i>-%37,6</i>
<i>Kur farkı geliri</i>	<i>366,7</i>	<i>86</i>	<i>-%76,5</i>	<i>482</i>	<i>86</i>	<i>-%82,2</i>
Finansman giderleri (-)	-3.689	-2.998	-%18,7	-7.114	-5.938	-%16,5
<i>Kredi kartı komisyon giderleri</i>	<i>-1.915</i>	<i>-1.242</i>	<i>-%35,1</i>	<i>-3.705</i>	<i>-2.359</i>	<i>-%36,3</i>
<i>Kiralama yük. faiz gideri</i>	<i>-1.484</i>	<i>-1.605</i>	<i>%8,2</i>	<i>-2.919</i>	<i>-3.317</i>	<i>%13,6</i>
<i>Banka kredileri faiz giderleri</i>	<i>-212</i>	<i>-9</i>	<i>-%95,6</i>	<i>-129</i>	<i>-18</i>	<i>-%85,9</i>
<i>Diğer</i>	<i>-78</i>	<i>-56</i>	<i>-%28,3</i>	<i>-351</i>	<i>-197</i>	<i>-%43,9</i>
Finansman Gelirleri/Giderleri, net	-1.365	-1.580	%15,8	-2.488	-3.267	%31,3

Net Kâr

TMS 29'a göre, Migros 2026 yılının ikinci çeyreğinde **645 milyon TL** net zarar kaydederken, net kâr marjı 2Ç26'da **-%0,5** oldu (2Ç25: %0,4). 2Ç26'da net kâr marjındaki daralmanın başlıca nedenleri şunlardır:

- Vadeli alımlarda uygulanan faiz ve stoklardaki enflasyon düzeltmesi etkileri hariç brüt kar marjında 60 baz puanlık düşüş,
- Amortisman giderleri, net parasal kazanç ve vergi kaynaklı net 20 baz puanlık olumsuz etki,
- Net finansal giderlerdeki 14 baz puanlık artış.

Bununla birlikte Migros, 2026 yılının ilk yarısında TMS 29'a göre **1.078 milyon TL** net kâr elde etti. Net kâr marjı 1YY26'da **%0,4** olarak gerçekleşti (1YY25: %0,8).

Net Nakit Pozisyonu

Migros, 2026 yılının ilk yarısında finansal yapısını daha da güçlendirdi. Haziran 2026 sonu itibarıyla net nakit pozisyonu reel bazda yıllık %12 artarak **31,8 milyar TL**'ye ulaştı. Aynı dönemde, TFRS 16 etkisi hariç finansal borçlar yıllık bazda %6,4 azalarak 823 milyon TL olarak gerçekleşti.

Serbest Nakit Akımı

Migros, 2Ç26'da **4.522 milyon TL**, 1YY26'da ise **5.766 milyon TL** serbest nakit akımı yarattı (1YY25: 898 milyon TL).

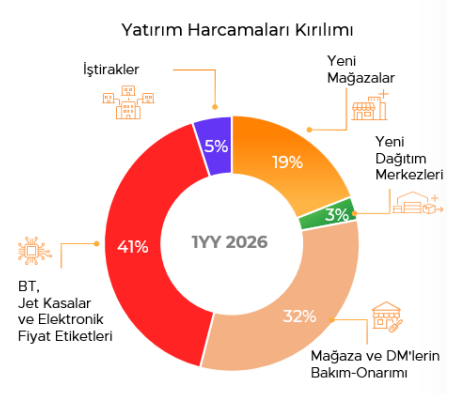
Migros'un iştirakleri ve stratejik girişimleri, ana faaliyetlerin performansına artan ölçüde katkı sağlarken, iş modelini daha da güçlendirmeyi sürdürdü.

milyon TL	2Ç25	2Ç26	Değişim	1YY25	1YY26	Değişim
İşletme faaliyetlerinden sağlanan net nakit	11.875	10.644	-%10,4	12.176	17.838	%46,5
Yatırım faaliyetinde kullanılan net nakit	-3.907	-3.475	-%11,1	-6.731	-6.615	-%1,7
Alınan faiz	1.957	1.332	-%31,9	4.144	2.585	-%37,6
Ödenen faiz	-2.142	-1.255	-%41,4	-4.078	-2.374	-%41,8
Kira sözleşmelerinden kaynaklanan borç ödemelerine ilişkin nakit çıkışları	-2.360	-2.723	%15,4	-4.612	-5.668	%22,9
Serbest Nakit Akımı	5.422	4.522	-%16,6	898	5.766	%542

Yatırım Harcamaları

Migros, 2026 yılının ilk yarısında TMS 29 enflasyon muhasebesi kapsamında toplam 6,3 milyar TL yatırım yaptı. Haziran 2026 sonu itibarıyla yatırım harcamalarının satışlara oranı %2,6 olarak gerçekleşti (1YY25: %2,7).

Şirket, 1YY26'da ana perakende işinin büyütülmesi, mağaza içi verimlilik uygulamaları, mağaza ve dağıtım merkezi renovasyonları ile dijital ekosistemin geliştirilmesi olmak üzere dört temel stratejik önceliğini hayata geçirmeyi sürdürdü.



1YY26'da 115 yeni mağaza açan Migros, aynı dönemde Jet kasalar, elektronik fiyat etiketleri, Ar-Ge ve bilgi teknolojileri alanlarında yatırımlar gerçekleştirdi. Bu doğrultuda, verimlilik odaklı uygulamalar sayesinde faaliyet giderlerinde 42 baz puan tasarruf sağlandı. Renovasyon yatırımlarına devam edilirken, fintek, e-ticaret, sadakat programları, perakende medyası ve veri odaklı iş kolları daha da güçlendirildi.

1YY26 sonu itibarıyla kurulu güneş enerjisi kapasitesi, Şirket'in elektrik tüketiminin yaklaşık %22'sini karşılar hale geldi. Bu yatırımlar, karbon emisyonlarının azaltılmasına, enerji verimliliğinin artırılmasına ve enerji maliyetlerindeki dalgalanmalara karşı dayanıklılığın güçlendirilmesine katkı sağladı.

Migros'un Ekosistemi: İştirakler ve Yeni Girişimler

MIGROS ONE

MIGROS
yemek

MONEY
pay

nakitera

mimeda

MIGROS
PETİMO

Taze
DİREKT

Migros One, şirketin online gıda ve yemek teslimat platformu, 2026 yılının ikinci çeyreğinde güçlü büyüme ivmesini sürdürdü. Migros One'ın Brüt İşlem Hacmi (GMV), 1YY26'da reel bazda yıllık %21 artarak 28,5 milyar TL'ye ulaştı. Haziran 2026 itibarıyla platformun aktif kullanıcı sayısı 6,6 milyona yükselmiştir (1YY25: 5,8 milyon).

Migros Yemek, Migros'un online yemek teslimat platformu, hizmet ağını ülke geneline yaymaya devam etti. 1YY26'da sipariş sayısı yıllık bazda %60 artarken, Brüt İşlem Hacmi (GMV) reel bazda yıllık %70 büyüyerek 5 milyar TL'ye ulaştı ve iş modelinin gücünü ortaya koydu.

MoneyPay Migros'un bireysel ve kurumsal müşterilere finansal çözümler sunan fintek iştiraki, müşteri tabanını önemli ölçüde büyötmeye devam etti. Haziran 2026 itibarıyla kayıtlı müşteri sayısı 5,5 milyona ulaştı (Haziran 2025: 4,0 milyon).

2026 yılının ikinci çeyreğinde günlük işlem sayısı yıllık bazda %60 artarak 266 bin seviyesinden 427 bine yükseldi. MoneyPay'ın Toplam Ödeme Hacmi (TPV) ise 2Ç26'da reel bazda yıllık %105 büyüdü. Kurumsal Cüzdan çözümü aracılığıyla 40 binden fazla yeni kullanıcı Moneypay ekosistemine dahil edildi.

Kurumsal Gelişmeler

- Uluslararası kredi derecelendirme kuruluşu Fitch Ratings, Mart ayında Migros'un Ulusal Uzun Vadeli Kredi Notu'nu 'AA(tur)' seviyesinden '**AA+(tur)**' seviyesine yükseltti. Not görünümü ise "Durağan" olarak teyit edildi. Fitch Ratings, not artışının temel gerekçelerini;
 - ❖ İyileşen kârlılık,
 - ❖ Düşük finansal borçluluk seviyesi,
 - ❖ Operasyonel verimlilik kazanımları,
 - ❖ Güçlü serbest nakit akışı performansının devam etmesi

olarak sıraladı.

- Migros, 2025 yılı Olağan Genel Kurul Toplantısı'nda **1.475 milyon TL** brüt nakit temettü dağıtılmasına karar verdi. Kasım 2025'te ödenen 650 milyon TL tutarındaki avans temettünün ardından kalan **825 milyon TL**, 13-15 Mayıs 2026 tarihlerinde pay sahiplerine dağıtıldı.
- Migros, TIME dergisinin "Dünyanın En Sürdürülebilir Şirketleri" sıralamasında yer aldı. Bu yıl listede Türkiye'den yalnızca beş şirket bulunurken, küresel ölçekte sıralamaya giren beş gıda perakendecisi arasında Türkiye'yi temsil eden tek şirket Migros oldu.

Temel Finansallar & Oranlar

(TMS 29 enflasyon muhasebesi hariç ve denetlenmemiş)

	Satışlar	Net Kar	FAVÖK	Yatırım Harcamaları
2Ç 2026	122.876 milyon TL +%36,2 yıllık büyüme	(795) milyon TL -%0,6 marj	8.300 milyon TL %6,8 marj	3.333 milyon TL %2,7 yatırım harc./satışlar
	Satışlar	Net Kar	FAVÖK	Yatırım Harcamaları
1Y 2026	229.789 milyon TL +%38 yıllık büyüme	(1.174) milyon TL -%0,5 marj	16.534 milyon TL %7,2 marj	5.953 milyon TL %2,6 yatırım harc./satışlar

Finansal Özet

milyon TL	2Ç25	2Ç26	Değişim	1Y25	1Y26	Değişim
Satışlar	90.242	122.876	%36,2	166.841	229.789	%37,7
Brüt Kâr	24.267	30.921	%27,4	45.023	59.163	%31,4
<i>Brüt Kâr Marjı</i>	%26,9	%25,2		%27,0	%25,7	
FAVÖK	7.613	8.300	%9,0	13.390	16.534	%23,5
<i>FAVÖK Marjı</i>	%8,4	%6,8		%8,0	%7,2	
Net Kâr	642	(795)	-%223,9	728	(1.174)	-%261,3
<i>Net Kâr Marjı</i>	%0,7	-%0,6		%0,4	-%0,5	

(TMS 29 enflasyon muhasebesi hariç & denetlenmemiş)

2026 Yılı Beklentileri

Migros, 2026 yılına ilişkin hedeflerini korumaktadır. TMS 29 enflasyon muhasebesine göre konsolide satış büyümesinin %5-%7 aralığında gerçekleşmesi beklenmektedir. Yıllık beklentide değişiklik yapılmamakla birlikte, mevcut trendler satış büyümesinin hedef aralığın alt bandına yakın gerçekleşebileceğine işaret etmektedir.

Şirketin TMS 29'a göre konsolide FAVÖK marjı için belirlenen yaklaşık %6-%7 hedefi korunmuştur. Devam eden maliyet baskılarına rağmen, FAVÖK marjına ilişkin beklenti değişmemiştir. Vadeli alım faiz etkisi ile stok enflasyon düzeltmesi etkileri hariç tutulduğunda, Şirket 2026 yılı için %4-%5 seviyesinde konsolide FAVÖK marjı hedeflemeye devam etmektedir.

Migros, bu yıl 180-200 yeni mağaza açmayı planlamakta olup, yatırım programını kararlılıkla sürdürmektedir. TMS 29 etkisi dahil, 2026 yılında yatırım harcamalarının satışlara oranının %2,5-3,0 mertebesinde olması beklenmektedir.

Migros, genişleyen mağaza ağını desteklemek için 2026 yılında 9.000'den fazla ilave çalışan işe almayı planlamaktadır.

