

# Basın Bülteni

Bilgi İçin: Tribeca İletişim Danışmanlık  
Rüya Ardıhan  
ruyaa@tribeca.com.tr

## BİM'den istikrarlı büyüme

# BİM'İN 2015 BÜYÜME HEDEFİ %20

**Perakende sektörünün lideri BİM 2014 yılında 14,5 milyar TL ciro yaparak % 22 büyüme gerçekleştirdi. Bu dönemde özel markalı ürün satışını % 24 artıran BİM, yüksek kaliteli ürünleri uygun fiyatlardan satarak tüketiciye enflasyon artış rakamlarının altında alışveriş imkânı sundu.**

**4 Mart 2015, İstanbul.** Türkiye perakende sektörünün lideri ve dünya perakende sektörünün yükselen yıldızı BİM 2014 yılı mali sonuçlarını açıkladı. BİM İcra Kurulu Üyeleri Galip Aykaç ve Haluk Dortluoğlu'nun katılımı ile Shangri-La Otel'de düzenlenen basın toplantısında BİM'in geçen yılki performansı değerlendirildi.

2014 yılında cirosunu bir önceki yıla göre yaklaşık % 22,1 oranında artırarak 14,5 milyar TL seviyesine çıkararak BİM sektör liderliğini pekiştirdi. Geçen yıl enflasyonla mücadeleye katkı olarak ve tüketiciye destek amacıyla ürün alış fiyatlarındaki artışı satış fiyatlarına yansıtmayan BİM'in net karı ise düşen kâr marjı nedeni ile 395,3TL düzeyinde gerçekleşerek 2013'ün gerisinde kaldı. 2014'te 502 yeni mağaza açan BİM mağaza sayısını 4.500'ün üstüne, çalışan sayısını ise 27.637'ye çıkardı.

### Özel Markalarda güçlü satış

BİM'in cirosu içinde müşteri memnuniyetinin ve bağlılığının artmasında çok önemli rol oynayan özel markalı ürünlerin büyük payı bulunuyor. 2013'de 7,8 milyar TL olan özel markalı ürün satışları geçen yıl % 24 artışla 9,8 milyar TL seviyesine çıktı. Halen düzenli çalıştığı 150 tedarikçisi bulunan BİM'in özel markalı ürünlerinin satışı arttıkça bununla bağlantılı olarak birçok KOBİ'de üretim ve istihdam artışı yaşanıyor.

### Enflasyonla mücadeleye katkı

Günde 3,3 milyon tüketicinin alışveriş yaptığı ve Türkiye'deki ailelerin % 70'inin yılda en az bir kez alışveriş yaptığı BİM mağazaları, geçen yıl enflasyonla mücadeleye de önemli katkı sundu. Bu konuyu değerlendiren BİM İcra Kurulu Üyesi Galip Aykaç şunları söyledi:

“Geçen yıl 12 aylık işlenmiş gıda enflasyonu oranı Türkiye'de % 13,2 oldu. BİM mağazalarında ise bu oran % 11,8'de kaldı. Enflasyonun bu düzeyde kalabilmesine BİM'in de katkısı olmuştur. Ürün alış fiyatlarımızın yükselmesine paralel satış fiyatlarımızı arttırmadık. Piyasanın da bize uyum sağlamasıyla enflasyon bu seviyede kalabildi.”

### “Hedefimiz her yıl çift haneli büyümek”

BİM geçen yıl 412 milyon TL yatırım yaparak 3 yeni bölge merkezi ve 502 yeni mağaza açtı. 3.839 yeni istihdamla BİM'in çalışan sayısı da 27.637'ye çıktı. BİM'in yurtdışı yatırımları da hızlı bir şekilde devam etti. 2014 yılında Fas'ta 59 yeni mağaza açan BİM, bu ülkedeki mağaza sayısını 223'e çıkarttı. Mısır'da ise 2014 yılsonu itibarıyla 81 mağazaya ulaşıldı. BİM

Fas ve Mısır'da da özel markalı ürünlerini yerel tedarikçilere ürettirerek bu ülkelerin ekonomilerine katkıda bulunmayı hedefliyor.

BİM İcra Kurulu Üyesi Haluk Dortluoğlu 2015 hedefleriyle ilgili olarak Şunları söyledi:

“BİM yatırımlarına ve sürdürülebilir büyümesine devam ediyor. Bu yıl da Türkiye'ye özgü iş modelimizi titizlikle uygulayarak tüketicileri kaliteli ve düşük fiyatlı ürünlerle buluşturmaya devam edeceğiz. Yılı sonu itibarı ile yine % 20 büyüme hedefliyoruz. 2015'te Türkiye'de 500 yeni mağaza ve 4.000'e yakın yeni istihdam oluşturmayı planlıyoruz. Yurt dışındaki yatırımlarımız hızla devam ediyor. 2015 yılında Fas'ta 81 yeni mağaza açarak 300 mağazayı geçmeyi amaçlıyoruz. Böylece Fas'taki operasyonlarımızı daha kârlı hale getireceğiz. Mısır'da ise 54 yeni mağaza açılışı ile mağaza sayısını 135'e çıkartmayı planlıyoruz. Ayrıca, Türkiye'yi FİLE markası ile yeni bir perakende satış mağazası ile tanıştırmaya yönelik hazırlıklarımız devam ediyor.”

### **Dünyada ilk 250 içerisindeki tek Türk Şirketi BİM**

Dünyaca ünlü danışmanlık firması Deloitte'un “2015 Perakende Sektörünün Küresel Güçleri Raporu”nda BİM bu yıl 16 basamak yukarı çıkarak 151. sıraya yükseldi. 2008-2013 arasında ortalama yüzde 22,8 büyüme sağlayan BİM, dünyada en hızlı büyüyen 50 perakendeci arasında 17. sırada yerini aldı.