

## FAS'TA MAĞAZA AÇACAK

**ŞİRKET** yöneticileri bir yıl önce yaptıkları toplantıda 2008'de yurtdışına açılacaklarını bunun ilk adımının da Fas olduğunu belirtmişti. Ekonomik kriz nedeniyle bu planların 2009 yılına ertelendiği görülüyor. Şirketin CEO'su Simons, "Bir süre Bulgaristan, Yunanistan gibi farklı ülkeleri inceledik ve Fas'a karar verdik. Hedefimiz bu yıl 40 mağaza açmak ve 5 yılda 100 mağazaya ulaşmak" dedi.

## Zenginler akıllıdır, bize gelir

**GENELLİKLE** gelir seviyesi düşük kesimin alışveriş ettiği BİM'e artık her kesimden insanın geldiğini belirten BİM Operasyon Komitesi Başkanı Galip Aykaç, "Biz akıllı insanların alışveriş ettiği bir zinciriz. Bizden herkes alışveriş ediyor, özellikle de akıllı insanlar... Zenginler de akıllı olduğuna göre onlar da bize geliyor" dedi. Aykaç, tüm ürünlerinin Sağlık Bakanlığı onaylı olduğunu da ekledi.

# BİM 350 mağaza açıp 2 bin kişiyi işe alacak

Kendine özel markaları ve rafsız mağazalarıyla ucuz gıda ürünü satan BİM, 2009 yılında 350 mağaza açıp 2 bin kişiyi işe alacak. Bu yıl yurtdışına da açılmayı hedefleyen BİM'in ilk hedefi Fas...

**BAŞBAKAN'IN** eski danışmanı Cüneyd Zapsu tarafından kurulan ardından hisse yapısında değişiklik yaşanan BİM marketleri, 2008 yılında ekonomik krize karşı cirosunu önceki yıla oranla yüzde 42 artırarak 4.2 milyar dolar ciro, 114.2 milyon TL kâr elde etti. Şirketin 2008 gerçekleştirmeleri ve 2009 hedeflerini açıklamak için basın toplantısı yapan BİM yöneticileri, 2.285 mağaza ile Türkiye'nin en büyük perakende zinciri olduklarını söyledi.

### 'TÜKETİCİ UCUZA YÖNELDİ'

BİM'in CEO'su Jos Simons, dünyayı etkileyen ekonomik koşullara rağmen güçlü bir performans gösterdiklerini söyledi. Krizin etkisini göstermesiyle birlikte özellikle ağustos ayında müşteri sayısını yüzde 8-10 artırdıklarını kaydeden Simons, "500 tedarikçi ve 13.700 BİM çalışanı ile ailelerinin geçimini sağlamalarına yardımcı oluyoruz. 2009 yılında da güçlü performansımızı sürdüreceğimize inanıyorum. 2009 yılı içinde



Jos Simons

350 yeni mağaza açmayı hedefliyoruz" dedi. Şirketin CFO'su Haluk Dortluoğlu ise fiyat hassasiyetinin artması nedeniyle tüketicilerin daha ucuz ürünlere yöneldiğini belirterek "2008 yılında markalı ürün satışı yüzde 34'ten 31.5'e düştü. Bu da BİM olarak ürettiğimiz özel markalı ürünlere olan ilgiyi artırdı" dedi.

ESİN GEDİK/İSTANBUL

## KREM PEYNİRİ: KEREM PEYNİRİ!

**BİM** mağazalarında 600 ayrı ürün satılıyor. BİM'in diğer rakiplerinden daha ucuza ürün satmasını sağlayan en önemli unsur, mağazalarda raf düzeninin olmaması ve kendine özel ürünler üretmesi. 'Private label' denilen özel markalı ürünleriyle ayrıştıklarını belirten Dortluoğlu, "Biz özel markalı

ürünlerimizi diğer perakendeciler gibi üretmiyoruz. Ürünü kendimiz geliştiriyor, özel marka ile üretiyoruz. Örneğin Dost markalı süt ürünlerimiz çok beğeniliyor. Sadece BİM'de satılmasına karşın süt sektöründe pazar lideri" dedi. BİM'e özel markaların isimleri de dikkat çekiyor. Tanın-

mış markalara yakın ve ilginç isimlerle marka yaratan BİM'de satılan krem peynirlerin markası 'Kerem', Türk kahvesinin adı ise Abdullah Efendi, kola ise Le Cola, ton balığı Derya, diş fırçası Shine, soya yağı Sofra markasıyla satılıyor. BİM'de bir süre önce satılan çamaşır sulasının markası da Ageydi.