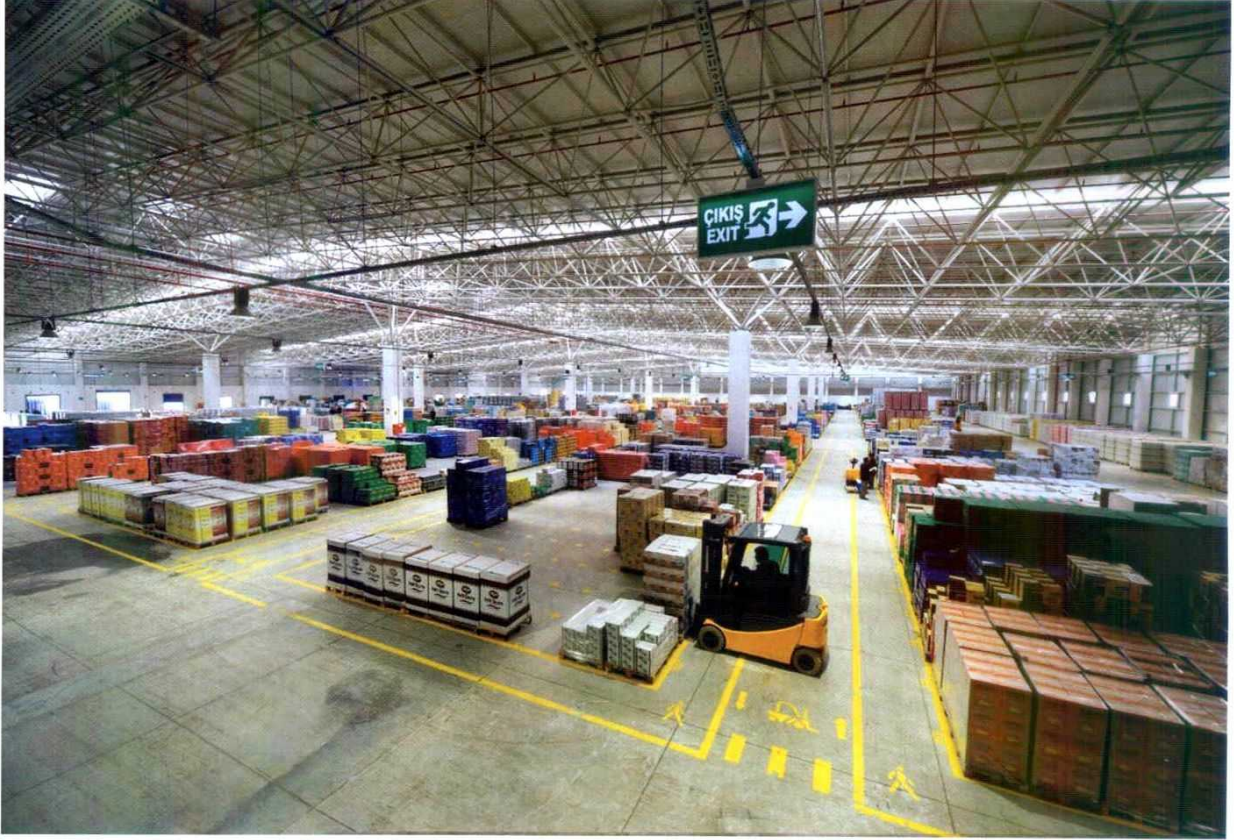


Sirketler/ Sektörler

12 Mart — 25 Mart 2017



14

BİM Masaya Dördüncüyü Arıyor

- BİM'in Türkiye, Fas ve Mısır'dan sonra faaliyet göstereceği dördüncü ülke İran mı olacak?
- "Ülkede gıda perakendesinin yüzde 96'sı mahalle bakkallarının üzerinde"

BİM geçtiğimiz hafta 2016 yılına dair mali sonuçlarını açıkladı. Gıda perakendesi alanında Türkiye'nin en önemli oyuncularından olan BİM, geçtiğimiz yılı şirket yönetimini ve hissedarlarını memnun edecek sonuçlarla kapattı. Şirket bir önceki yıla göre cirosunu yüzde 15 oranında artırarak 20 milyar lira eşliğini aştı. Şirketin kârı da yüzde 15 artarak 671 milyon lira oldu. BİM ile ilgili verilere baktığımızda, şirketin geçtiğimiz yıl 4 bin civarında yeni istihdam yaratarak, 34 bini aşan bir rakama ulaştığını görüyoruz. Şirket geçtiğimiz yılı 630 yeni mağaza ve yeni beş bölge merkezi yatırımıyla kapadı.

BİM İcra Kurulu Üyesi Galip Aykaç, "2016 her bakımdan zorlu bir yıl oldu. Türkiye perakende sektörünün lideri BİM olarak, ülkemizin geleceğine ve güçlü ekonomik potansiyeline güveniyoruz. Geçtiğimiz yıl yatırımlarımızı hız kesmeden gerçekleştirdik" diyor.

BİM geçtiğimiz 10 yıl içerisinde toplam 2 milyar 742 milyon TL tutarında yatırım gerçekleştirdi ve 2007 yılında 10 bin olan yurt içi çalışan sayısını 2016 itibarı ile 34 bine yükseltti. BİM mağazalarında günde ortalama 3,7 milyon, ayda 100 milyona yakın alışveriş yapılıyor. BİM'in büyümesinde ve müşteri memnuniyetini artırmasında

önemli rol oynayan özel markalı ürünlerin satışı ise, bir önceki yıla göre yüzde 12 artarak 13,1 milyar TL seviyesine çıktı.

BİM Türkiye perakende pazarında faaliyet gösterdiği 22 yıllık süreçte ucuz fiyat-kaliteli ürün stratejisi izledi. Özel markalı ürünlerinin her geçen yıl portföyünde daha fazla yer almaya başlaması şirketin kâr marjı düşük operasyonlarında daha güçlü hareket etmesini sağlıyor. **BİM İcra Kurulu Üyesi Haluk Dortluoğlu,** "Türkiye'nin perakende lideri olarak istikrarı seviyoruz ve minimum kâr marjlarıyla çalışıyoruz. 2015'te net kâr marjımız yüzde

Şipsevdi, Rus
Ambargosunu Deldi 18Akdeniz Ateşi'ne
Türkiye Katkısı 16İskele ve Kalıptan 1,2
Milyar Euro 19

3,3 idi; 2016'da da aynı oranda" diyor. Bu strateji şirketin özellikle son 10 yılda istikrarlı bir şekilde büyümesini sağladı. Ama BİM mağazaları için en büyük risk ürün çeşidinin kısıtlı olması. Şirketin yaptığı müşteri algı anketinde, BİM mağazalarının yalınlığı ve mütevaziliğinin müşterilere kendilerini evinde hissettirdiğine dair bir sonuç çıkmış. Ama bu sonucun yanında, BİM mağazalarında alışveriş yapanların bir kısmı ise alışveriş listelerindeki ürünlerin bazılarının BİM mağazalarında bulunmamasından ve alışveriş listelerinin tamamını buradan karşılayamadıklarından şikâyetçiymiş.

Şirket, 2015 yılında kurduğu ve daha üst segmentte konumlandığı FİLE mağazalarıyla bu açığı kapatmayı hedefliyor. FİLE mağazaları 4 bini aşan ürün çeşitliliğiyle BİM mağazalarına göre müşterilerine daha çok alternatifli bir alışveriş imkânı sunuyor. Geçtiğimiz yılı 21 FİLE mağazasıyla kapatan şirket, bu yıl için yeni 25 mağaza daha açmayı ve daha yaygın bir ağa sahip olmayı planlıyor. Yıl başından bugüne bu 25 mağaza hedefinin dördünü gerçekleştiren BİM yönetimi yeni FİLE mağazalarıyla da bin yeni istihdam yaratmayı hedefliyor.

BİM'in önümüzdeki yıl Türkiye'deki hedefleri arasında ciroyu yüzde 15 ile 18 aralığında artırmak bulunuyor. Şirket 2017 yılında toplamda 500 milyon lira yatırım yapmayı

planlıyor. "Geleceğe güvenle bakıyoruz. 2017'de yine büyüme hedefimiz yine çift haneli. Yüzde 15-18 aralığında bir büyüme öngörüyoruz. 500 milyon lira yatırım yaparak altyapımızı güçlendirmeyi, 500 BİM ve 25 FİLE mağazası açarak 4 bin kişiye daha istihdam sağlamayı hedefliyoruz" diyor Haluk Dortluoğlu ve devam ediyor: "Fas ve Mısır'da da yatırımlarımıza devam edeceğiz. Bu yıl içinde Fas'ta 60, Mısır'da 50 yeni mağaza açacağız."

BİM Türkiye'deki büyümesine paralel olarak yurt dışı pazarlara da açıldı. Sekiz yıl önce Fas'ta ilk mağazasını açan şirket, daha sonra yine bir Kuzey Afrika ülkesi olan Mısır'a yöneldi ve bu ülkede beş yıl önce ilk mağazasını hizmete soktu. Geçtiğimiz yıl bu iki ülkedeki performanslarına baktığımızda BİM'in, Fas'ta 50 mağaza açarak buradaki toplam mağaza sayısını 329'a yükselttiğini görüyoruz. Yine Mısır'da 2016 yılında 75 yeni mağaza açan şirket buradaki sayıyı da

215'e çıkardı. Bu iki ülkedeki operasyonların cirosu, BİM'in 2016 yılındaki toplam cirosunun yüzde 4'ü kadardı. Her ne kadar şirket bu iki ülkede istikrarlı olarak büyüye de henüz kârlı bir yapıya geçememiş. "Fas'taki yatırımlarımızın geçtiğimiz yıl itibarıyla başa baş noktasına yaklaştığını görüyoruz" diyor Dortluoğlu ve devam ediyor: "Bu yıl ya da bir sonraki yıl Fas'taki yatırımlarımızın kârlı hale gelmesini bekliyoruz. Ama Mısır için biraz daha zamana ihtiyaç olduğunu görüyoruz." Arap Baharı sürecinden sonra zor günler yaşayan Mısır'da siyasi istikrarın geri gelmesi uzun bir zaman aldı. Buna paralel olarak, ekonominin iyi gitmediği bir ülkede perakende alanında yatırım yapmış bir şirketin istediği sonuçları alması hiç de kolay olmuyor.

BİM yurt dışındaki operasyonlarına

yeni bir ülke daha dahil etmeyi düşünüyor. "Şubat ayı başındaki yönetim kurulu toplantımızda, İran'a yatırım yapmak için araştırma çalışmalarına başlama kararı aldık. İran hem yakın, hem de önemli bir pazar. Ülkede gıda perakendesinin yüzde 96'sı mahalle bakkallarının üzerinde" diyor Galip Aykaç. Yatırımların kalkmasından sonra hemen hemen her sektörden ve farklı ülkelerden yatırımcıların bu pazara ilgisi arttı. Çok sayıda Türk şirketi de bu pazara yönelik girişimlerde bulunuyor. Ama Türkiye ve İran



arasında dönem dönem yaşanan politik sorunlar Türk şirketleri için sorun olabilir. Ayrıca BİM'in bu ülkeyle ilgili analiz çalışmalarını konusunda biraz acele etmesi gerekiyor. Zira başta Avrupalılar olmak üzere çok sayıda şirket bir adım öne çıkmış durumda. "Gıda perakendesinde hareket alanı, tekstil alanında olduğu gibi esnek değil. Şu anda İran'da bizim sektörümüzde çok sayıda yatırımcı

yok. İran'ın da yatırım ortamını iyileştireceğini düşünüyorum" diyor Haluk Dortluoğlu ve ekliyor: "Pazarın genel durumunu iyi bir analiz edeceğiz ve yatırım kararı alırsak da, geç kalmadan gerçekleştireceğiz."

Yüzde 71'i halka açık olan BİM'in İran pazarına yatırım yapıp yapmayacağını önümüzdeki dönemde göreceğiz. Ama Türkiye'deki büyüme hızı elbette bir süre sonra yavaşlayacak. İşte bu nedenle şirketin yurt dışı pazarlarda alternatiflerini artırması, olası İran yatırımının yanı sıra perakende alanında yükselen başka pazarlarda da yer alması şirket için başarılı bir hamle olabilir.

— Mehmet Erdoğan Elgin

Sözün Özü: Geçtiğimiz yılı iyi geçiren BİM, bu yıl da benzer büyüme rakamlarını yakalamayı hedefliyor. Şirket İran pazarıyla da yakında ilgileniyor.