

"Afrika'da hızlı büyüyeceğiz, İtalya'da marka satın alabiliriz"

Doğanlar Mobilya Grubu, 2024 yılına yoğun küresel iş gündemiyle giriyor. Eylül ayında Senegal'de faaliyete geçirdiği mobilya fabrikasının ardından 6'ncı marka olarak devreye alınan BİGA Home ile ülkede 4 ay içinde 20 mağaza açılışı gerçekleştirdi. 12 milyon Euro yatırım ile hizmete giren tesis tamamlanmış durumda 50 milyon Euro yatırım bedeline ulaşacak ve Afrika'nın en büyük mobilya üretim tesisi hüviyetini kazanacak. Afrika ile ilk etapta Senegal ve bağlı olduğu Batı Afrika Devletleri Ekonomik Topluluğu (ECOWAS) ülkeleri, ardından da tüm Afrika ve ABD pazarında büyüme hedefleniyor.

BİGA İLE HEDEF BÜYÜK

BİGA Home markasını başta Senegal ve Afrika ülkeleri olmak üzere, aralarında ECOWAS, Moritanya ve ABD'nin olduğu 20'ye yakın ülkeye ihracat yapma hedefiyle kurduklarını kaydeden Doğanlar Mobilya Grubu CEO'su İsmail Doğan, şu bilgileri verdi: "12 Eylül'deki açılışla birlikte 10.000 metrekarelik üretim alanı aktive edildi. Bugüne kadar 12 milyon Euro tutarında bir yatırımla hayata geçirdiğimiz markamızın yakın gelecekte 50.000 metrekarelik alanını aktive etmeyi planlıyoruz, toplamda 50 milyon Euro'luk bir yatırım hedefiyle yolumuza devam ediyoruz. Afrika'nın alanındaki en büyük yatırıma olacağız. Senegal Cumhurbaşkanı Macky Sall'ın arzusuyla, İtalya ile tüm gayretimizle en iyi tesisi kısa sürede planladık. Yalnız Senegal'in değil, tüm Afrika'nın sosyal yaşamına ve ekonomisine büyük fayda yaratacak. BİGA Home, yatak, baza, başlık, döşemeli ürünler, mutfak ve ofis gibi projeli işlerin olduğu kategorilerde seri üretim ve satışa başladı, tasarımların yıllık üretim hedefi ise 200.000 adet."

Grubun ikinci büyük yurtdışı adımı ise 2024'ün ilk yarısı itibarıyla tamamlanmış olacak. Doğan, Milano merkezli bir İtalyan markasını, üretim

Afrika'nın en büyük mobilya fabrikasını Eylül ayında Senegal'de açan Doğanlar Mobilya Grubu, İtalya'da da marka satın alma sürecinde son aşamaya geldi. Rusya'da 5 yıl içinde 25 mağazaya ulaşmayı planlıyor. Doğanlar Mobilya Grubu CEO'su İsmail Doğan, iç pazarda ve globalde yoğun geçecek 2024 planlarını anlattı.



708

TOPLAM
MAGAZA SAYISI

93

YURTDIŞINDAKİ
MAGAZA SAYISI

7 MİLYAR
LİRA

2023 YIL SONU
CİRO HEDEFİ

%25

DOLAR BAZINDA
YILLIK BÜYÜME HEDEFİ

tesisleriyle birlikte satın almak için görüşmeler yürüttüklerini kaydederek, "Köklü bir aile şirketi. 2024'ün ikinci çeyreği itibarıyla sonuçlandırmayı planlıyoruz" dedi. İsmail Doğan, "Milano mobilya alanında dünya markası bir kent. İtalyan marka sahibi olmak önemli bir prestij. Marka sahibi yüzde 5 ile ortak olabilir. Amacımız üretim gücümüz, uzmanlığımız ve bilgimiz ile yeni markamızla da daha büyük başarılarla imza atmaktır. Eppey yol aldık bu konuda. En geç 2024'ün ikinci çeyreğinde görüşmelerin sonucunu açıklayacağız" ifadelerini kullandı.

"İÇ PAZAR İYİ GİDİYOR"

Türkiye'de tüketicinin satın alım talebinin devam ettiğini söyleyen İsmail Doğan, "Biz bugüne kadar durgunluk hiç hissetmedik. Bunun iki nedeni var: Birincisi bizim mobilya sektörünün en hızlı sezonları bu zamanlardır. İkinci olarak herkes artık ekonomist oldu. Televizyonda, gazetede, yolda, Whatsapp'da, her yerde, ekonominin 2024'te iyi olmayacağı, zamların çok olacağı yönünde görüşler var. Tüketicinin de bu görüşlerden dolayı,

şu andan ön alımları yapıyor" dedi. Doğan, "Ayrıca bizim çok büyük üretimimiz var. 2024'te de ürettiklerimizi satmamız gerekiyor. Bunun için de verimli kampanyalarımız devam edecek. Çünkü, ne olursa olsun bu ülkede her sene 650 bin kişi evleniyor. Bunun yüzde 25'i boşanıyor. Önceden yüzde 15'ti, pandemiden sonra yüzde 25'e çıktı. Evlenene yeni ev, boşanana yeni ev... Şimdi yeni nesil ayrı evde yaşamak istiyor. Yani üç durum da bizim işlerimizi destekliyor" diye konuştu.

"KUR, ENFLASYON DENGELİ OLMALI"

Öte yandan kurun da şu anda ihracatlarını kolaylaştıran seviyede olduğunu kaydeden Doğan, "Bunun üzerine çıkması bizim iç maliyetleri de artırıyor. Çünkü Türkiye ekonomisi dövizle endeksli. Sunta, sünger ve kumaşın maliyeti dövizle birlikte artıyor. O yüzden şu anda çok dengeli. Hedefimiz her zaman enflasyonla eşit oranda her şeyin artması. Enflasyonun altında veya üstünde olması bizim için problem. Şu an dövizde bir hareketlenme öngörüyorum" diye konuştu.

"Turquality desteklerinde süreç kademeli yöntemle tamamlanmalı"

Doğanlar Mobilya Grubu'nun iki markası Turquality kapsamında. Kelebek İngiltere'de, Doğtaş da ABD'de Turquality desteklerinden yararlanıyor. İsmail Doğan, Turquality destekleri sürecinin kademeli olarak devam ettirilmesinden yana. Bu konuda

sürdürülebilir bir yapının oluşması gerektiğini kaydeden Doğan, "Kademeli şekilde alımlar, örneğin her yıl on puan, on puan düşürerek süreç yönetilmeli. Böyle tek seferde bıçak gibi sıfırlanmış durumda sistemde sıkıntı yaşanıyor" diyor.

Resesyonu Almanya'da hissediyoruz, Rusya pazarından çok ümitliyiz

İsmail Doğan, faaliyet gösterdikleri ülkelerdeki konularını ve hedeflerini şöyle değerlendirdi: **İngiltere:** Kelebek markasını bu ülkede konumlandırdık. Online pazarda mağaza ve depo açtık. Depoyu büyütüyoruz ve depo üzerinden online satışları artırmaya çalışıyoruz. İngiltere, ABD ile birlikte online satışın en yüksek oranda gerçekleştiği ülke olarak daha da büyüyecek. Room Store markamız da herkesin kendi evinde kendisinin kurabileceği küçük odalara uygun ürünlere sahip. Bu markamız da pazarda rakamlarını yükseltecek.

Almanya: Bir sanayi ülkesi olduğundan resesyonu en çok hissettiğimiz pazar Almanya. Örneğin Fransa, turizmde olduğu resesyonu hiç hissetmiyoruz. Ancak Almanya öyle değil, ancak gücü ve kalite anlayışı ile çıkışı sürdürecektir. **Rusya:** Moskova'da güzel bir franchise mağaza açtık. Rusya pazarından çok ümitliyiz. 5 yılda bir Avrupa pazarı kadar Rusya'da pazar yaratabiliriz. O kadar büyük bir pazar ki ben onu mesela meslektaşlarıma da söylüyorum kalkıp Avrupa'da orda burada oyalanmayın gidin Rusya ya gidin Afrika'ya gidin dünya büyük dediğim gibi Avrupa'nın toparlanmasını en az 2 yıl. İhracatımızın en az yüzde 10'unu Rusya'da yapabileceğimize gelmiş, öyle bir potansiyeli görüyoruz. Her yıl 5 mağaza açmak istiyoruz. 5 yılda 25 mağazaya ulaşmış oluruz. Online da çok hızlı. Biz 5 yıl sonra cironun yüzde 25'ini online yaparız Rusya pazarında. Kelebek'i Enka'dan dolayı biliyorlar. Bu bizim için büyük avantaj oldu.

Senegal: Son derece önem verdiğimiz bir pazar. Afrika'nın en büyük mobilya tesisini bu ülkede kurduk. BİGA Home markamızla önce bu güzel ülkede, ardından bölgesinde ve tüm Afrika'da büyüyeceğiz. Pazarların alışkanlıklarına ve süreçlerine Türkiye'den çok aşinayız. Sosyal yaşamlarındaki ilerleme, mobilyanın varlığıyla daha da anlamlı ve hızlı olacak.

ABD: Senegal'deki modern tesisimiz, Afrika'ya olduğu kadar ABD pazarına yönelik de planlandı. ABD çok büyük ve değerli bir pazar. Depo yatırımlarımız var. Online pazar çok etkin ve gelişim hızını artırarak sürdürüyor. Daha yeni (görüşmemizin yapıldığı gün) ekibimiz ABD'de bulunuyor. Önemli yol alacağımızdan ümitliyiz.