

Carrefour Türkiye’de güçlü bir şekilde yaygınlaşıyor

2010 yılının sonuna kadar olan iki yıllık süre içinde Fransız grup 160 süper market açmış olacak. Ayrıca mağaza alımları da öngörülmekte.

Yakın bir geçmişte basında çıkan haberler Groupe Arnault ve Colony Capital gibi referans hissedarlarının zoruyla Carrefour’un geliştirmekte olan ülkelerdeki taahhütlerinden vazgeçme yönündeki projelerini ortaya koymuşken, Fransız dağıtım kuruluşu Türkiye’de piyonlarını öne sürüyor. Halen 1,6 milyar Euro düzeyinde bir ciro sağlayan 814 mağazanın yönetiminde bulunan Carrefour otofinansman yöntemiyle yatırımlarını hızlandırıyor. Öncelikle de süper marketler üzerine oynayarak. 2009 yılının tamamı süresince 60 yeni süper market, 2010 yılında ise ilave olarak 100 süper market daha açılacak. Böylece Türkiye’deki mağaza sayısını iki yıl içinde ikiye katlayacak. Grup aynı zamanda indirim mağazaları zinciri olan Dia’yı da güçlü bir şekilde geliştirmeye devam ediyor ve bu yıl 80 yeni mağaza açıyor. Buna karşılık, makul fiyatlı arazilerin bulunmaması nedeniyle hipermarketlerde bu tempo aynı hızla sürdürülemiyor. Yılda üç veya dört açılış yapılabiliyor. Sonuç olarak, farklı mağaza alımları öngörülmekte.

Carrefour Türkiye’deki yatırımlarını hızlandırıyor

Gelişmekte olan ülkelerdeki taahhütlerden vazgeçildiği yönünde söylentiler çıksa da dağıtımçı 2010 yılında 100 yeni mağaza açmayı planlıyor.

Hiç kimse buna inanmak istemiyor. Gelişmekte olan ülkelerde Carrefour’un şubeler açmaya ara verme yönündeki projesi Le Monde gazetesine göre dağıtımçının referans hissedarları olan Groupe Arnault ve Colony Capital’in hoşuna gidecek olsa da pek inandırıcı görünmüyor. Edindiğimiz bilgilere göre, Çin’deki, Kolombiya’daki veya Brezilya’daki ekipleri gibi, Carrefour’un Türkiye’deki ekibi de Carrefour’un Genel Müdürü Lars Olofsson’dan böyle bir projeyi yalanlayan bir e-mail aldı. Carrefour Türkiye Genel Müdürü Guillaume Vicaire, "Kanaatimize göre Türkiye potansiyelini henüz tam olarak kavrayamadığımız olağanüstü bir pazar. Grubun öncelikleri arasında yer alıyor" diyor.

Kuruluşun stratejisindeki hiçbir husus böyle bir geri gidişe işaret etmiyor. Hatta Carrefour mağazalarının işletmesine yönelik ortak girişimin %40 oranında hissedarı olan Sabancı Grubu’nun son beyanları bile. 10,4 milyar Euro ciro gerçekleştiren Türk firması ülkedeki dağıtım ve enerji sektörlerine öncelik veriyor. Türkiye’deki ilk borsa kapitalizasyonunun başında bulunan ve Sabancı Dağıtım Grubunun Başkanı olan Haluk Dinçer, "Geri çekilmek için hiçbir nedenimiz yok! İştirakimizden son derece memnunuz" diyor.

Tabii ki küresel kriz 71,5 milyon nüfusa sahip olan ülkeyi de etkiliyor. İşsizlik oranı %14 seviyelerine çıkıyor ve tüketim 2008 yılının sonundan beri güç durumda bulunuyor. Guillaume Vicaire’in tahminine göre, "2012 yılında iç piyasa İspanya’ninkine eşdeğer olacak". Buna bağlı olarak, halen 1,6 milyar Euro ciro gerçekleştiren 814 mağazanın yöneticisi konumunda olan Carrefour otofinansman yoluyla Türkiye’deki gelişimini hızlandırıyor. Bunu ilk olarak süper marketler üzerine oynayarak yapacak. Yerleşim bölgelerinde bulunan bu mağazaların ancak araçla ulaşılabilen hipermarketlere göre daha

fazla istikbal vaat ettiği düşünülüyor. Guillaume Vicaire "Türkiye'deki ailelerin sadece %14'ünün otomobili olduğunu" hatırlatıyor.

Kazancın çekiciliđi

Bu yıl yaklaşık olarak 60, bunun ardından 2010 yılında da ilave 100 süper market daha açması gerekiyor. Böylece ülkedeki mağaza sayısını ikiye katlayacak. Buna paralel olarak hipermarketler açmayı da planlıyor. Ancak, uygun fiyatlı arazilerin bulunamamasından dolayı açılacak olan hipermarketlerin sayısı yılda 3 veya 4 düzeyinde kalacak. Grup ayrıca indirim mağazaları olan Dia'nın yaygınlaştırılmasına da devam ediyor. Aldi'nin Türkiye'deki kuruluşu olan BİM'in rakibi olan kuruluş bu yıl 80 mağaza açmayı umuyor. Son olarak, Carrefour come-back'ini desteklemek amacıyla mağaza alımlarına başvurmayı da planlıyor. İki sene önce Koç tarafından satışa sunulan ve Türkiye'deki dağıtımın bir numarası olan Migros'un %51'ini almaya talip olmuştu. BS Partners fonu Migros'u 1,6 milyar Dolara satın almıştı. Bu kez Carrefour daha küçük düşünüyor. Migros'un (%24,7) ve BİM'in (%24,2) ardından Türkiye'deki dağıtım sektörünün üç numarası olan kuruluş (%15,6 Pazar payı) küçük bölgesel mağazaları hedefliyor. Tabii ki Carrefour hissedarlarının gözünde orta vadeli kazancın çekiciliği kuruluşun Türkiye'deki arzularını tehlikeye atmazsa.