



NİLÜFER GÖZÜTOK ÜNAL • ngozutok@capital.com.tr

İNSANLAR

“Alternatif kanallarda büyüyeceğiz”

KUTAY KARTALLIOĞLU

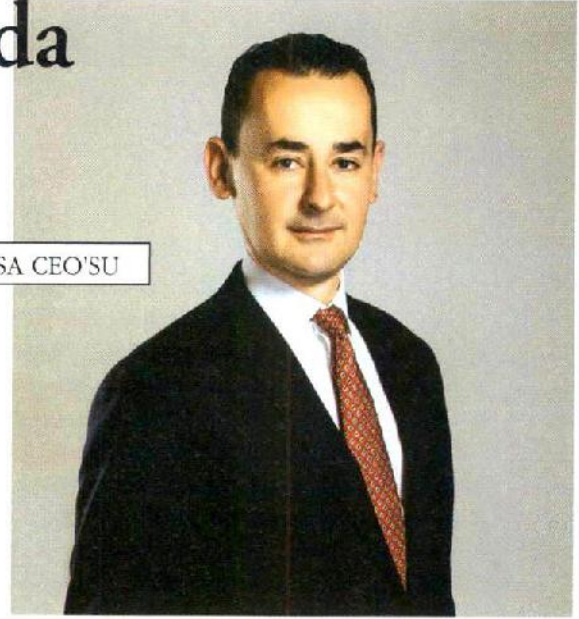
CARREFOURSA CEO'SU

CarrefourSA, 29 yıldır Türkiye’de organize perakendenin önemli oyuncularından biri. 2021 sonu itibarıyla 40 ilde 508 bin metrekare net satış alanına ulaşan şirket, toplamda 9,4 milyar TL ciro yarattı. Bugün 754 market, 12 depo ve online marketi CarrefourSA.com ile 50 bin çeşit ürünü yılda 137 milyon müşteriye ulaştıran şirket, bayilik sistemiyle de girişimciliği destekliyor. Bu kapsamda 2021 yılında 72 bayiye ulaşılmış durumda. Bu sistemle küçük esnafa ticaret yapma imkanı sunduklarını ve sistemin işleyişinden oldukça memnun olduklarını belirten CarrefourSA CEO’su Kutay Kartallıoğlu, 2022 yılında da yeni bayilerle büyümeyle devam edeceklerini anlatıyor.

Geride bıraktığımız iki yılda gıda perakendeciliği önemli bir dönüşüm geçirdi. CarrefourSA da bu dönüşümü yaşayan şirketlerden biriydi. Pandemide artan ve farklılaşan hizmet taleplerini başarılı şekilde yönettiklerini anlatan Kartallıoğlu, dünyada pek çok market ve mağazanın kapılarını kapatmak zorunda kaldığı bu dönemde CarrefourSA’nın 2021 yılında operasyonel performansı ve finansal yapısı sayesinde daha da güçlendiğini dile getiriyor. “E-ticarette 2020’ye göre ciro bazında yüzde 130, sipariş adedinde yüzde 151 büyüme gerçekleştirdik” diyor.

Enflasyonist ortam da Kutay Kartallıoğlu’nun odak konularından biri. Özellikle stokları doğru yönettiklerini anlatan yönetici, bu kapsamda yaptıklarını şöyle paylaşıyor:

“Maliyetlerde kur ya da başka nedenlerle yaşanan yükselişlerin müşterilerimize eş zamanlı yansımaması için elimizden geleni yapıyoruz. Kritik değişimlerin yaşandığı dönemlerdeyse artışı müşterimize en az yansıtmak şekilde hareket ediyoruz. Oluşturduğumuz güçlü tedarik zinciriyle bir yandan kendi maliyetlerimizi yönetiyor bir yandan dışsal nedenlerle artan fiyatların tüketiciye gecikmeli veya hiç yansımaması için doğru stok yönetimi yapıyoruz. Toplam 12 depomuzdan Türkiye geneline servis sağlıyoruz. Sahip olduğumuz kapsam ve derinlikli veriyle stok, iş gücü gibi operasyonel verimliliği etkileyen önemli unsurların planlama sürecini otomasyon üzerinden iletliyoruz.”



500 BİN MÜŞTERİYLE YENİ HEDEF

Sürdürülebilirliğin en önemli gündemlerinden biri olduğunu belirten Kartallıoğlu, “Her gün marketlerimizden alışveriş yapan 500 bin müşterimizi, sıfır atık inisiyatifimize dahil etmeye çalışıyoruz. Tüm marketlerimiz için Temel Seviye Sıfır Atık Belgesi başvurusu yaptık ve ilk etapta 180 marketimize sıfır atık belgesi aldık. Hedefimiz, tüm marketlerimize bu belgeden almak” diyor.

2022, pek çok sektör için olduğu gibi perakende için de zor bir yıl olacak. Bu zorlu yılda CarrefourSA, büyüme ve pazar payını artırmak için stratejik hedeflerle yol alıyor. Etkin kategori yönetimi yaparak CRM ve promosyon araçları kullanmayı ve İK süreçlerindeki iyileştirmelerle çalışmalarını sürdürmeyi planladıklarını söyleyen Kartallıoğlu, “Ayrıca mevcut lokasyonlarda büyüme ek olarak alternatif kanallarda büyüme hedefimiz var. Şirketimizin ölçeğini artırmak için kullanacağımız yöntemleri bayilik sistemimiz, e-ticaret, kurumsal-toptan satış ve ihracat kanallarımız olarak belirledik. E-ticarette aylık 8 milyon ziyaretçimiz var. Bu rakamı daha da yukarıya çıkaracağız” diyor.

“Şirket satın alacağız”

ALP SARICI

AKÇA KİMYA GENEL MÜDÜRÜ

Zülfi Karlar Holding bünyesinde yer alan Akça Kimya, 41 yıllık bir geçmişe sahip. Bugün İzmit Yarımca'da 40 bin metrekarelik bir alanda faaliyetlerini gerçekleştiren şirket, tekstil, ağaç, tarım, polyester, boya, deterjan, kozmetik, gıda ve yem alanlarında hizmet veriyor.

Geçtiğimiz yıl brüt kârlarının yüzde 173 artış gösterdiğini ve ciroda 1 milyar TL'yi aştıklarını belirten Akça Kimya Genel Müdürü Alp Sarıcı, “2022 yılında ciromuzu yeni atılımlarımızla iki katına çıkarmayı hedefliyoruz” diyor.

Akça Kimya'ya ciroyu ikiye katlayacak büyüme getirecek ana atılım yurt dışında büyümesini hızlandırmak olacak. Şirket bu yıl ihracata daha fazla yoğunlaşmayı planlıyor. Özellikle kısa transit süreleriyle hızlı teslimat yapılabilmesi, iş gücü kalitesi ve alternatif ulaşım kanallarının varlığı gibi nedenlerle 2022 yılında kimya alanında ihracatta artış yaşanacağını düşünen Alp Sarıcı, şirket olarak nasıl hareket edeceklerini şöyle anlatıyor:

“Yurt içi ve yurt dışında organik ve inorganik büyüme stratejilerimizi devreye almayı planlıyoruz. Dolayısıyla bu yıl özellikle sektörel büyüme, halka arz gerçekleştirmek ve yurt dışına açılmak en öncelikli konularımız arasında. Bir taraftan

yurt içi satış organizasyonunu ve lojistik ağıımızı genişletirken diğer taraftan ihracat olanaklarını artıracacağız. Bu bağlamda yurt dışında şirket satın almayı ve bu şekilde genişlemeyi de planlıyoruz.”

Türkiye, kimya sektöründe güçlü bir ihracatçı. Kimya 2021'de 25,3 milyar dolarla en çok ihracat gerçekleştiren ikinci sektör oldu. Türkiye'nin dünya ihracatındaki payının hızla arttığını söyleyen Sarıcı, “Ülkemizde, kimya sektöründe yaklaşık 2 bin 600 kimyasal madde ve müstahzarları üretiliyor ve bu üretimlerde kullanılan teknolojilerin büyük bir kısmı küresel rekabete ayak uydurabilecek seviyede. Uzak Doğu'da yaşanan navlun artışı ve uzayan sevk sürelerinin özellikle Avrupa ülkelerini yeni tedarik zinciri arayışına ittiğini görüyoruz. Lojistik maliyetlerin henüz tırmanmamış oluşu, kısa transit süreleriyle hızlı teslimat yapılabilmesi, iş gücü kalitesi ve alternatif ulaşım kanallarının varlığı gibi nedenlerle 2022 yılında kimya alanında ihracatta artış yaşanacağını düşünüyoruz” diyor.

Akça Kimya'nın da ihracatta büyüyerek bu potansiyeli değerlendireceğini ifade eden Sarıcı, bu kapsamda en büyük güçlerinin rekabetçi yenilikçi ürünleriyle gerçekleştirecekleri güçlü paydaşlık ilişkileri olacağını da sözlerine ekliyor. **C**

DALIŞ EĞİTMENİ

Alp Sarıcı, fotoğraf çekmekten ve tüplü dalış yapmaktan keyif alıyor. Dalış konusunda aynı zamanda eğitmen olan

Sarıcı, “Ancak uzun zamandır suyla buluşamadım. Bu nedenle yazın gelişini ipe çekiyorum” diyor. Dünyanın birçok yerinde sayısız kez dalış yapmasına rağmen Sarıcı, özellikle Türkiye'de dalış yapmayı tercih ettiğini söylüyor. Son dönemde Alp Sarıcı'nın dalış partneri oğlu. Bu nedenle dalışların artık daha keyifli olduğunu belirten Sarıcı, sözlerini şöyle sürdürüyor:

“Bildiğim her şeyi ona da öğretmeye çalışıyorum. Bu konuda kendime bir de misyon edindim: Dalışa yeni başlayanları, özellikle su altı flora ve faunasını korumak, dalış yaptığımız yerlerden ayrılırken geride doğayı kirletecek hiçbir şey bırakmamak konusunda bilinçlendirmeye çalışıyorum.”

