

Haberler > Sinan Özedincik > Daha güçlü Türkiye için gereken yapılacak

29 Ocak 2017, Pazar

SİNAN ÖZEDİNCİK

Daha güçlü Türkiye için gereken yapılacak



2017'den beklentilerinin yüksek olduğunu söyleyen Damat ve Tween markalarının sahibi Süleyman Orakçoğlu, "Referandumda daha güçlü bir Türkiye için gereğinin yapılacağını düşünüyorum" dedi

Damat, Tween, D'S Damat markalarının sahibi Orka Holding, Türkiye'den çıkan küresel moda devi olma hedefine emin adımlarla yaklaşıyor. Orka Holding Yönetim Kurulu Başkanı Süleyman Orakçoğlu, "Avrupa'dan Ortadoğu'ya, Rusya'dan Afrika ve Avustralya'ya dokunmadığımız yer kalmadı. Uzayda yaşam varsa, bu gidişle yakında uzaylıları da ilk biz giydireceğiz" dedi. 2016 başında 50 olan yurtdışı mağazası sayısını yıl sonunda 100'e ulaştıran şirket, 70'ten fazla ülkeye gerçekleştirdiği ihracatını da iki kat artırmayı başardı. Perakende sektörünün önde gelen isimlerinden Süleyman Orakçoğlu ile Kuzu Grubu'na ait Ataköy Sea Pearl Projesi'nde bir araya geldik ve gündemi değerlendirdik.

● 2016'yı değerlendirir misiniz?

2016 hem dünya için, hem ülkemiz için kolay bir yıl olmadı. Hiç yaşamak istemediğimiz şeyleri yaşadık. 16 terör saldırısı, bir darbe girişimi oldu. Normal hayatın akışının devam etmesi bile ülkemizin gücünü gösteriyor. 15 Temmuz FETÖ darbesiyle ilgili, bugün ülkemizin gösterdiği çok önemli bir duruş var. Biz darbeden üç gün sonra İstanbul'da yurtdışı bayilerimizle toplantımızı yaptık.



Süleyman Orakçoğlu, Kuzu Grubu'na ait Ataköy Sea Pearl Projesi'ni çok beğendiğini söyledi.

SEÇİM SONUÇLARINA GÜVENMELİYİZ

● Yılı ne kadarlık bir ciroyla kapattınız?

2016'yı yüzde 15 büyüme, 500 milyon TL ciro ve 35 milyon dolar markalı ihracatla kapattık. Bu yıl büyüme hedefimiz yüzde 25. Ayrıca 100 olan yurtdışı mağaza sayımızı 150'ye, yurtiçini ise 220'ye çıkaracağız ve toplam sayı 370 olacak. Ciro hedefimiz 600 milyon TL. İhracat hedefimiz de 50 milyon dolar. 2016'da ihracatta yüzde 75'lik artış gerçekleştirdik. 2017'de ihracatta ve yurtdışı mağazalaşmada yüzde 70'lerin üzerinde bir artış planlıyoruz.

● Ekonomi adına bu yıldan beklentiniz nedir?

Bu yıl yönetim becerilerinin ön planda olacağını düşünüyorum. Dünyada hammadde maliyetleri artıyor. Polyester ipliği, pamuk ipliği, yünün fiyatı dolar bazında yüzde 20-25 arttı. Bunun mutlaka fiyatlara yansımaları olacak. Bu elimizde olan bir şey değil. Anayasa tartışmaları ve referandum geride kalacak. Türkiye'nin önünün açık olduğunu düşünüyorum. Sektör olarak yurtiçi ve dışında yaşadığımız birçok sorun var, bunları dayanışma içinde çözmemiz lazım. Özellikle alışveriş merkeziyle olan sorunlar önemli. Çözümü kendi içimizde bulmamız lazım.

● Referandum ile ilgili düşüncelerinizi alabilir miyim?

Ülkemiz için hayırlı olmasını diliyorum. Ben olumlu geçeceğini daha güçlü Türkiye için gereğinin yapılacağını düşünüyorum. Bu süreçte sertleşmenin, gerginliğin kimseye faydası olmayacak. Bu bölgede demokrasinin işlediği neredeyse tek ülkeyiz, bu avantajları kullanırken agresif ve kırıcı olmayalım. Sonuçlara herkesin saygı göstermesi lazım. Sonuçlara, sandığa ve millete insanların güvenmesi lazım. Cumhurbaşkanımız 'Ben ülkeme, ülke insanıma güveniyorum' diyor. Bizim de sonuçlara güvenmemiz lazım. Tüm sektörlerde ertelenmiş talebin 2017'de karşılığını bulacağını düşünüyorum. Halkımıza güvenelim, halkın yerine karar vermeyelim, önümüze bakalım. En çok ihtiyacımız olan şey empati, paylaşım ve dayanışma. Güçlü Türkiye için gereken yapılmalıdır.

● Bu yıl mağazalaşma hedefiniz nedir?

2018 hedefimiz 250'si yurtiçi, 250'si yurtdışında 500 mağazaya ulaşmak. Halen yurtiçi 200, yurtdışında 100 mağazamız var. Biz hem markalı hem de tamamen yerli girdiyle üretilen ürünler satıyoruz. Hedef aldığımız ülkeleri en az iki yıl araştırıyoruz. Şu anda seçtiğimiz iki ülke var, Polonya ve İsrail.



PAKİSTAN'A GİREN İLK TÜRK MARKASIYIZ

● Dünyada 70 ülkede olan bir marka olarak yurtdışı satışlarınızı değerlendirilebilir misiniz?

2016'nın ikinci yarısında en çok Rusya'yla olan ilişkilerimizin düzelmesi bizi çok umutlandırıyor.

Yatırım yaptığımız ülkelerde euro ve dolar bazında değerlendirme yapıyoruz. 2016'da yüzde 40-50 arası bir önceki yıla göre çok daha iyi performans gösteriyoruz. Türkiye'nin ihracat kilogramı 1.5 dolarken, biz

kilogram başına 120-140 dolar arasında bir katma değerle ihracat yapıyoruz.

Almanya'nın kilogram başına ortalama ihracat fiyatı 4.5 dolar. Teknolojimiz, ekipmanlarımız, sistemimiz gücümüzü artırıyor. Kolombiya, Panama, Kongo, Hollanda, Almanya, İsviçre, Norveç, Rusya, Romanya, İran, Irak, Mısır, Avusturya, İspanya, Lübnan'a ihracat yapıyoruz. Kuzey Afrika'da Fas, Tunus, Cezayir ve Mısır çok önemli pazarlarımız.

Cezayir'de üç mağaza birden açıyoruz. Fas'ta da yeni mağazalar olacak. Mısır'da gelecek yıl beş mağaza açacağız. Pakistan'a ilk giren Türk markasıyız ve orada bir mağaza açtık.



İTALYA'DA DOKUZ GÜNDE 9 MAĞAZA

Orakçioğlu , 2016'da yurtdışına 8 milyon dolarlık mağazacılık yatırımı yaptıklarını anlattı.

İlk kez giriş yaptıkları dünyanın moda merkezi İtalya'da dokuz günde 9 mağaza birden açtıklarını anlatan Orakçioğlu, "Bunları İtalya'nın en büyük zincirlerden Coin'lerde açtık" dedi. Yurtdışında çıkışta olan dört markadan biri olduklarını belirten Süleyman Orakçioğlu, şu bilgileri verdi: "Farklı coğrafyalarda yurtdışından en çok talep gören Türk markasıyız. İran'da çok güçlü bir konuma geliyoruz. Altı olan mağaza sayımız kısa zamanda 20'ye çıkacak. Rusya'da 14 olan mağaza sayımızı gelecek yılsonunda 30'a çıkaracağız."

Azerbaycan'da bir dünya markasının 260 metrekarelik mağazası artık Damat olarak hizmet verecek. Romanya'da ise pazar lideriyiz. Bu işin uzmanlarına göre dünyada çıkışta olan üç-dört markadan biriyiz. İtalyan markaları artık dünyada ulaşılmaz lüks olarak tanımlanıyor. Kalite ve tasarım var ama fiyat da çok yüksek. İspanyol markalar ise daha çok fast-food. Damat, Tween ve D'S Damat markalarımız ise lüksü ulaşılabilir fiyatta sunuyor."

HEM FİLİSTİN'DE HEM İSRAIL'DE VARIZ

Süleyman Orakçioğlu, 15 Temmuz sonrası ekonomik bir mücadele verdiklerinin altını çizerek "Erkek giyimde markalı ihracat ve pazar çeşitliliğinde şampiyonuz."

Avrupa'dan Ortadoğu'ya, Rusya'dan Afrika ve Avustralya'ya dokunmadığımız yer kalmadı" diye konuştu. Dünyada dinamiklerin değiştiğine vurgu yapan Orakçioğlu, buna ayak uydurmanın son derece önemli olduğunu anlattı. Bugün iş yapma biçimiyle ilgili çok büyük farklıklar olduğuna işaret eden Orakçioğlu, "Kendi adıma ülkemizde ve tüm dünyada çok stratejik bir pozisyonlama yaptık. Kaliteli lüks ürünü ulaşılabilir fiyatla dünyaya satıyoruz ve bunun karşılığını alıyoruz. Hem Filistin Nablus'ta hem de İsrail'de olabilmek ya da hem Erivan hem de Bakü'de olabilmek... Bunların hepsini 2016'da gerçekleştirdik" diye konuştu.

TÜRKİYE PAZARINA İNANCIMIZ TAM

● Cazibe Merkezleri'ne yatırım düşünüyor musunuz?

Şimdilik bu merkezlerle ilgili ön araştırma yapıyoruz. Bu desteklerin rekabet için ne kadar avantaj sağlayacağına bakıyoruz. Biz Orka olarak Türkiye pazarına inanıyoruz.

Yurtiçinde yılsonuna kadar mağaza sayımız 200'e ulaşacak. Bu yıl Nişantaşı ve Bağdat Caddesi'ne 5 milyon TL'lik iki önemli mağaza yatırımı yaptık. Pazarımıza inanıyoruz. Kira maliyetleri bir dönem çok yükselmişti. Şimdi ise bir dengelenme dönemi yaşıyoruz. İstiklal Caddesi'nden ise çok memnunuz.

Sponsorluklara devam

Futbolda Parma ve Manchester City ile görüşmelerinin sürdüğünü anlatan Orakçioğlu, sponsorluklarla ilgili şu bilgileri verdi: "Spor sponsorluklarına hız kesmeden devam ediyoruz. Halihazırda Dinamo Bükreş, Makedonya milli takımı, Karabağ, Spartak Moskova futbol ve buz hokeyi takımlarına sponsorluklarımız var. La Liga'dan Deportivo Alavez ile anlaşma imzaladık."

Yasal Uyarı: Yayınlanan köşe yazısı/haberin tüm hakları Turkuvaz Medya Grubu'na aittir. Kaynak gösterilse veya habere aktif link verilse dahi köşe yazısı/haberin tamamı ya da bir bölümü kesinlikle kullanılamaz.

Ayrıntılar için lütfen tıklayın.

YAZARIN ÖNCEKİ YAZILARI

[Tüm Yazıları >](#)

- > **'Savunma değil hücum zamanı' (22.1.2017)**
- > **Finansman sektörüne Financell dopingi (17.1.2017)**
- > **Çiftçiye 100 milyonluk katkı (15.1.2017)**

ŞABAH

ŞABAH