

1.2 milyar
Euro'ya el
değiştirdi

Avrupa'daki en büyük satış tamam

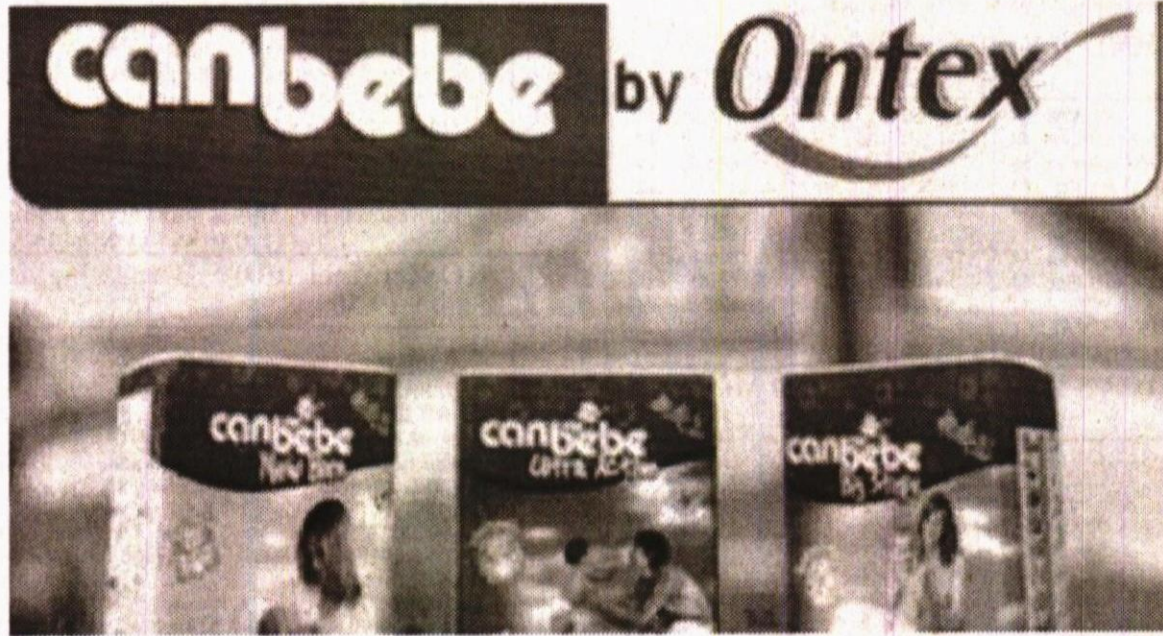
Dünyanın önde gelen hijyenik ürünler üreticisi Belçikalı Ontex International, Goldman Sachs ve Texas Pacific Group tarafından 1,2 milyar Euro'ya satın alındı. Belçika'da gerçekleşen en büyük satınalma olan bu işlem, Temmuz 2010 itibarıyla da bu yıl Avrupa'daki en büyük satış oldu

İstiklal

Dünyanın önde gelen hijyenik ürünler üreticisi Belçikalı Ontex International, Goldman Sachs ve Texas Pacific Group (TPG) tarafından 1,2 milyar Euro'ya satın alındı. Belçika'da gerçekleşen en büyük satınalma olan bu işlem, Temmuz 2010 itibarıyla da bu yıl Avrupa'daki en büyük satış oldu. Şirketin yeni sahipleri kârlılığını artırarak, tekrar satmayı planlıyor. Bunun için de toplam gelirlerin yüzde 10'unu elde eden Türkiye'yi büyümenin lokomotif ülkesi ilan etti. Ontex Uluslararası Operasyonlar Müdürü Thierry Navarre, "Türkiye tüm operasyonlarımızın yüzde 10'unu oluşturuyor. Dolayısıyla bizim için büyük ve önemli bir pazar. Afrika ve Ortadoğu'ya satışlarımızı da buradan yapmayı düşünüyoruz." dedi.

3 ANA BÖLÜM

Şirketin 3 ana bölümden oluştuğu bilgisini veren Navarre, Türki-



ye'nin başlı başına bir bölüm olarak konumlandırıldığının altını çizdi. Şirketin en büyük bölümü 'perakende kanalı'.

Bu kanaldan Carrefour, Metro ve Tesco gibi zincirlere hijyenik ürünler tedarik ediliyor. Bunların dışındaki bölüm ise 'sağlık ürünleri kanalı'. Buradan da hastane ve bakımevi gibi kurumlara satışlar yapılıyor.

Ontex Türkiye Genel Müdürü Özgür Akyıldız da, el değiştirme ile ilgi-

li, "Şirketimize yapılan bu yatırım, aynı zamanda Türkiye'ye de yapılan yatırımdır.

Bu yatırım, mevcut konumu geliştirmek ve güçlendirmek açısından yeni fırsatlara ve daha güçlü bir finansal desteğe sahip olmak anlamına geliyor. Ontex Türkiye'nin son yıllardaki gelişim seyrinin ve bulunduğu coğrafyanın potansiyelinin de bu yatırım kararında etkili olduğuna inanıyoruz. Bu nedenle

satın alınma sonrası, gerek Ontex International, gerekse Ontex Türkiye şirket yönetimlerinde ve organizasyonunda hiçbir değişiklik öngörümüz yok." şeklinde konuştu.

HELEN HARPER TÜRKİYE'DE

Devir tamamlandıktan sonra şirketin ilk icraatı, Avrupa'da P&G'den sonraki en büyük ikinci hijyenik ped markası olan Helen Harper'ı Türk tüketicisiyle tanıştırmak

oldu. Ancak bu alana şirketin Türkiye'deki markası Canlady'nin adını değiştirerek giren şirket, marka imajı güçlendikten sonra sadece yeni isimle piyasada olmayı hedefliyor.

Akyıldız, 315 milyon liralık bu pazarda aynı çocuk bezi pazarında oldukları gibi Helen Harper markasıyla 3 markadan birisi olmak istediklerini de sözlerine ekledi.

Türk insanının olayla-

ra farklı bakış açısı olduğuna dikkat çeken Özgür Akyıldız, "Türkler olaylara statik bakmıyor. Avrupalılara çılgın gelen fikirleri ortaya koyabiliyoruz. Cezayir'e fabrika kuracağız dedik. 'Olur mu, yapabilirsiniz ya-pın' dediler. Ve yapıyoruz." dedi.

Ontex'in Avrupa'da private label (özel marka) ürettiğini kaydeden Akyıldız, Türkiye'de Canbebe, Canlady ve Canped gibi kendi markalarının olduğunu kaydetti. Akyıldız, Türkiye'de kendi makinelerini kendilerinin geliştirdiğini, bunun da Türkleri ayrıcalıklı yaptığını sözlerine ekledi.

Ontex Türkiye, 2010'da gelirlerini bir önceki yıla göre yüzde 22 artırarak 126 milyon Euro ciro elde etti. Bunun 82 milyon Euro'su yurtiçi satışlarından gelirken, 44 milyon Euro'luk kısmı 45 ülkeye yapılan ihracattan elde edildi. Şirketin bu yılki gelir hedefi 50 milyon ihracattan olmak üzere 144 milyon Euro.