



YENİ İŞBİRLİĞİYLE YATIRIMI ARTIRACAĞIZ

DeFacto, Avrupa İmar ve Kalkınma Bankası (EBRD) işbirliğiyle farklı pazarlara yatırım yapmayı hedefliyor. Gelecek 5 yılda yurtdışı pazarlardan elde edilen ciroyu yüzde 70'e çıkaracaklarını söyleyen DeFacto CEO'su İhsan Ateş, "Bu ortaklık, markamıza değer katacak. 2023'te bulunduğumuz ülke sayısını 100'e çıkaracağız. 100 yeni mağaza açmayı planlıyoruz. 2023 bizim için sıçrama yılı olacak. Önümüzdeki 5 yılda 180 ülkede ülkemizi temsil eden, global markalardan biri olmayı hedefliyoruz" diye konuştu.

Kadın çalışan oranı yüzde 60

MUTLÜ Kadın Hareketi'ni sürdürüyoruz. Kadınlara yönelik projelerimizi, çalışmalarımızı anlatabilir misiniz?

Kadın çalışanlarımızı daha görünür kılmak üzere başlattığımız, sektörümüzde bir ilk olma ayrıcalığına sahip 'Mutlu Kadın Hareketi', Türkiye'de ve dünyada iş dünyasına ilham oluyor. Sürdürülebilirlik çatısı altında cinsiyet eşitliliği en önem verdiğimiz konuların başında geliyor. Daha güçlü bir ekonomi ve toplumsal refahın, kadınların iş hayatında ve sosyal alanda daha fazla var olmasıyla mümkün olduğuna inanıyoruz. DeFacto'da çalışanların yaklaşık yüzde 60'ını kadınlar oluşturuyor. 2023 yılı için ise çalışan yönetici oranımızı yüzde 50 seviyesine çıkarmayı hedefliyoruz. Kadın çalışanlarımız yasal haklarına ek olarak, 'Mutlu Kadın Hareketi' kapsamında üç ay ek ücretsiz doğum izni kullanma hakkına sahip. Aynı zamanda BM Kadını Güçlendirme İlkeleri'ni (WEPs) ilk imzalayan markalardan biri olarak, kadınlara iş hayatında verdiğimiz desteğin altını kalın çizgilerle çiziyoruz.

AVRUPA İmar ve Kalkınma Bankası (EBRD) ile önemli bir anlaşma yaptık. Bu anlaşmanın içerisinden ve öneminden bahsedebilir misiniz?



Sefer LEVENT

5 kutada 93 ülkede faaliyet gösteren global moda markamız DeFacto ile Orta ve Doğu Avrupa, Orta Asya ve Güney ve Doğu Akdeniz'de faaliyet gösteren, dünyanın önemli finans kuruluşlarından biri olan Avrupa İmar ve Kalkınma Bankası'nın (EBRD) işbirliği anlaşması sadece bizim için değil, tüm perakende sektörü için de önemli bir adım. Kurulduğumuz ilk günden bu yana, tüm dünyada adından söz ettiren global bir marka olmayı, tarihsel bir sorumluluk olarak görüyor ve bu gaye ile çalışıyoruz. Markamızın sağlam finansalları, operasyonel gücü ve çevik organizasyonel yapısının yanı sıra özellikle 2022 yılında global ölçekte elde ettiğimiz başarı EBRD ile yollarımızı keşsettirdi. EBRD, şirketimize 1.1 milyar TL yatırım yaparak azınlık hissesine sahip oldu.

Bu işbirliği anlaşmamızdan gelecek kaynakla farklı pazarlara yatırım yaparken önümüzdeki 5 yılda yurtdışı pazarlardan elde ettiğimiz ciroyu yüzde 70'e çıkaracağız. 2021'de Avrupa'yı karadan, denizden ve havadan kuşatma hedefimize vardı. Havadan "defacto.com ile", denizden "pazar yerleri ile" ve

karadan Berlin'de "dijital" mağazamızla Avrupa pazarına girdik ve bugün Avrupa'da 12 ülkede faaliyet gösteriyoruz. Almanya odağımızı koruyarak, elde ettiğimiz bu başarıyı, yeni açacağımız mağazalarımız ve e-ticaret kanallarımızla sürdürüyoruz. Yeni katalara mağaza açmanın yanı sıra insan kaynağımızın verimliliği, kapsayıcılık ve sürdürülebilir kalkınma açısından geldiğimiz noktalarda daha da üst seviyelere çıkacağız. Bu ortaklık, DeFacto'nun uzun yıllardır globalleşme yolunda gösterdiği başarının en somut göstergelerinden biri ve yurtdışına yayılım atığımızda markamıza değer katacak.

İKİ KATTAN FAZLA BÜYÜME

Avrupa İmar ve Kalkınma Bankası'nın (EBRD), yaptığı yatırımın DeFacto'ya ne tür katkılar sunmasını bekliyorsunuz?

EBRD ile yaptığımız işbirliği anlaşması orta ve uzun vadeli yaptığımız planların daha kısa sürede hayata geçmesi açısından önemli bir katalizör olacak. Kuruluşumuzdan bugüne kadar her yıl hem satış gelirleri hem mağaza sayısı hem de yatırım rakamlarımızı düzenli olarak artıran büyüme yaladık. 2022 yılında bir önceki yıla göre iki kattan fazla büyüdük, yatırımlara hız kesmeden devam ettik. Sadece bu yıl yaklaşık 650 milyon TL'lik yatırım yaptık. Hem ülkemizde hem de yurtdışında satış gelirlerimizi katlayarak, 15 milyar TL'nin üzerine çıkardık. Yeni



İhsan Ateş

Fotoğraf: Levent KULU

ülkelere giriş yapıp, mağaza sayımızı sürekli artırdık ve e-ticarette de sürekli büyüdük. Bu yıl üç haneli bir büyüme hedefimiz var. Online satışların cirodaki payı yüzde 20, bu oranı yüzde 50'ye taşıyacağız. 2023'te vitesimizi daha da büyüteceğiz. Cumhuriyetimizin 100. yılına yarışır bir büyüme yakalayarak bulunduğumuz ülke sayısını 100'e çıkaracağız. 100 yeni mağaza açmayı planlıyoruz. 2023 bizim için sıçrama yılı olacak. Enerjimiz yüksek. Gelecek 5 yılda da 180 ülkede yer alıp ülkemizi yurtdışında temsil eden, önde gelen global markalardan biri olmayı hedefliyoruz.

2023'te verimliliğimizi üç katına çıkaracağız. Bunun için "jump" ismini verdiğimiz bir dönüşüm projesi başlattık. Bu proje ile müşteri takıntılı, data driven ve agile dönüşümü gerçekleştireceğiz. Bulduğumuz tüm pazarlarda müşterimizin ihtiyaçlarını ve beklentilerini karşılama da en önemli odaklarımızdan biri olacak. Daha iyi fiyatı önerebilmek adına verimliliğimizi artırarak kaynaklarımızı zorlamaya devam edeceğiz. Hedefimiz, müşterimize ödediğinden daha fazlasını sunmak.

Bu doğrultuda müşterimizin harcadığı paranın karşılığını vermekten öte, daha fazlasını vermek için çalışacağız.

AVUSTRALYA'YA ONLINE GİRİŞ

Yurtdışı hedefleriniz nedir? 2022'de DeFacto'ya katılan ülkeler hangileri oldu? 2023'te rotayı hangi ülkelere karacaksınız?

Kurulduğumuz ilk günden bu yana ülkemizde yaptığımız yatırımlar kadar, yurtdışı pazarlarda ses getiren, sürekli mağaza açan global bir moda markası olduk. 2022 yılında 11 yeni ülkeye giriş yaptık. Türkmenistan, Kamerun ve Kongo'da ilk mağazamızı açtık. Pazar yerleri işbirliklerimizle Endonezya, Şili, Hindistan, İrlanda, Çek Cumhuriyeti, Slovakya, Litvanya ve Güney Afrika ülkelerinde satışa başladık.

Avrupa'da Almanya'da açtığımız ilk mağaza ve online satış kanallarımızda elde ettiğimiz başarı, bizi daha da büyük adımlar atmaya yöneltiyor. 2023 yılında iki yeni kataya giriş yapacağız ve ihracat rekoru kırmaya devam edeceğiz. Bu yıl yepyeni ülkelerde olacağız. Dubai, Suudi Arabistan, Libya, Cezayir, Angola, Ruanda ve Mauritius Adası'na mağaza açacağız. Güney Amerika'da tüm kutada önemli işbirlikliklerine imza attık. Meksika ile başlayan yolculuğumuzu, Arjantin, Brezilya ve Şili'ye taşıdık. 2023'ün ortasına kadar Güney Amerika kutasına olgunluk seviyemizi arttıracacağız. Kolombiya, Peru bu yıl yeni odak ülkelerimiz olacak. Yepyeni bir kataya 2023 yılının ilk çeyreğinde gireceğiz. Avustralya operasyonumuzda kattın en önemli online satış kanalları ile başlayacağız. 2027 yılı hedefimiz ise 180 ülkede olarak, yurtdışında elde ettiğimiz gelir payını yüzde 70'e çıkarmak. Biz kendimizi yeni neslin markası olarak görüyoruz. Bu doğrultuda faaliyet gösterdiğimiz pazarlarda 12-28 yaş grubunda pazar lideri olmak da öncelikli hedeflerimiz arasında.

VEGAN DERİ KOLEKSİYONU GENİŞLEYECEK

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK DeFacto için ne ifade ediyor? Bu konudaki çalışmalarınızdan bahsedebilir misiniz?

DeFacto'nun kuruluş felsefesi ve değerleri, ekosisteme duyarlı üretim, dünyayı ve doğal kaynakları koruma, insana değer katma ve toplumsal meseleler karşısında duyarlı ve şeffaf bir duruşa dayalı. Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi'ni baz alan bir sürdürülebilirlik anlayışına sahibiz. Global Compact'ı sektörümüzde ilk olarak imzalayan iki markadan biri konumundayız. Better Cotton Initiative'e üyesiz. Global bir marka olarak dünyanın dört bir yanındaki müşterilerimize dokunurken, tüm iş

süreçlerimizde gezegenin geleceğini düşünerek hassasiyetle çalışıyoruz. Gündemimizin en önemli diğer maddesi ise çevreye duyarlı ve sürdürülebilir üretim yapmaktır. Üretim ve üretim süreçlerine yönelik Ar-Ge çalışmalarımıza da 2050 yılında "iklim pozitif" marka olacak ve karbon ayak izimizi sıfırlayacak şekilde planladık. Bu yıl üretimimizin yüzde 35'i sürdürülebilir materyallerden oluşacak. Örneğin DeFacto Life çatısı altındaki Elma Derisi koleksiyonumuz, moda sektöründe vegan deri kullanımının öncü uygulamalarından

biridir. Önümüzdeki yıl bu koleksiyonumuz daha da genişleyecek. 2030'a kadar koleksiyonlarımızın yüzde 90'ının sürdürülebilir olması sağlayacak inovasyonlar geliştiriyoruz. Doğadan aldığımız ilhamla çalışmalarımızı sürdürüyoruz ve geri dönüştürülmüş malzemelerden ürettiğimiz sürdürülebilir modellerimizle hammadde üretimi, su, enerji ve doğal kaynak tüketimini minimuma indirmiş oluyoruz. Bununla birlikte 2023 yılını "Minimalizm" (less is more) yılı ilan ettik. Sadeliği önceliğimiz minimalist modayı, iki yönlü olarak ele alıyoruz. Birincisi; sürdürülebilirlik

stratejimiz doğrultusunda şirketimizin, ülkemizin ve dünyanın kaynaklarını verimli kullanmak. İkincisi; daha az stok, daha az zaman ve finansal kaynakla çeşit ve ürün detaylarını optimumda tutarak zamansız ürünlerle müşterilerimizin kararını kolaylaştırıp onları ihtiyaçları kadar ürün satın almaya teşvik etmek. "Müşterimizi aşık etmek" vizyonumuzla müşterilerimizin alışveriş eğilimlerini analiz edip bize verdiği mesajları doğru okuyarak, onları daha akılluca seçimler yapmaya yönlendirecek ve bu seçimlerden daha uzun süre faydalanmalarını sağlayacağız.