

Excellents résultats financiers 2022 du Groupe Doğanlar Furniture

Les ventes du Groupe Doğanlar Furniture ont affiché une croissance de 120 % en 2022 par rapport à 2021.

- L'EBIDTA du Groupe a atteint 550 millions de livres turques en 2022.
- Sa marge de bénéfice brute de 33 % en 2021 est passée à 37 % en 2022.
- Son résultat net a sextuplé en 2022 par rapport à l'année précédente pour atteindre 180 millions de livres turques.
- Fin 2022 le Groupe Doğanlar Furniture disposait avec ses 5 marques, de 657 points de vente au total, dont 561 implantés en Turquie et 96 à l'étranger

Grace a ses marques Doğtaş, Kelebek, Lova Bed, Kelebek Kitchen-Bathroom et RuumStore, le Groupe Doğanlar Furniture figure parmi les 100 premières marques de Turquie. Le Groupe Doğanlar Furniture, qui a publié ses résultats pour l'année 2022, se place au 3^{ème} rang des plus grandes entreprises d'ameublement en termes de nombre de magasins de fabrication et de vente de meubles de facture moderne à des prix abordables.

Le Groupe Doğanlar Furniture a atteint ses objectifs en augmentant ses ventes de 120% en 2022 par rapport à l'année précédente et a réalisé un chiffre d'affaires de 3 milliards 831 millions de livres turques. Son EBITDA s'élève à 550 millions de TL.

Le résultat net du Groupe a sextuplé en 2022 par rapport à l'année précédente pour atteindre 180 millions de livres turques et la taille de ses actifs a augmenté de 86 % par rapport à la même période de l'année précédente pour atteindre 3,2 milliards de livres turques.

İsmail Doğan, PDG du Groupe Doğanlar Furniture : " Au Groupe Doğanlar Furniture, nous sommes fiers des résultats financiers pour l'année 2022. "

Le PDG du Groupe Doğanlar Furniture, İsmail Doğan, a indiqué dans un communiqué que les résultats pour l'année 2022 étaient une source de fierté : "Au Groupe Doğanlar Furniture, notre objectif prioritaire est de poursuivre la consolidation de notre position sur les marchés internationaux. Fin 2022 nous disposions, avec nos 5 marques, de 657 points de vente au total, dont 561 implantés en Turquie et 96 à l'étranger. Nous avons également des objectifs ambitieux en 2023. Nous prévoyons l'ouverture de 100 à 110 nouveaux points de vente en Turquie et 20 à 25 à l'étranger."

M. Doğan indique dans son communiqué que le Groupe a consolidé la gamme de produits de toutes ses marques suivant un modèle de production flexible, qu'il a mis en place 6 centres logistiques et opérationnels à travers le pays afin d'optimiser les coûts logistiques et opérationnels et qu'il a créé des entrepôts de détail régionaux de 19 000 m² à Izmir, Ankara, Istanbul Tuzla, Hadımköy et Kayseri, ainsi qu'une zone d'entrepôt de 20 000 m² à Biga et une de 25 000 m² à Düzce. M. Doğan souligne qu'au-delà de la réussite chiffrée, le Groupe s'emploie à faire contribuer à la durabilité : "En apposant sa signature a la convention ONU Femmes notre groupe souscrit à l'obligation de créer le vivier de talents le plus complet, d'accroître les compétences compétitives, de s'acquitter de ses devoirs de responsabilité sociale d'entreprise afin d'établir l'égalité entre les femmes et les hommes."

M.Doğan a rappelé que lors de la période passé la profitabilité du Groupe avait souffert des pertes dues au taux de change. "Dans le dernier trimestre de 2022, nous avons ramené nos dettes en devises étrangères à un chiffre. Nous l'avons réduit à 1/3 de nos objectifs d'exportation. Dans la

nouvelle période, les pertes de taux de change n'auront plus d'impact sur notre entreprise. Par ailleurs, les rachats de crédits à de meilleurs taux d'intérêts, toujours dans le dernier trimestre, contribueront substantiellement à notre profitabilité."a-t-il conclu.