



Şirketlerin Hikâyesi Türkiye'nin Önüne Geçiyor

► Odin Financial Advisors yabancı yatırımcılara Türk şirketlerinin cazibesini anlatıyor

► “Eskiden pazarı anlatıyorduk şimdi şirketleri anlatıyoruz”

2000’li yılların ortalarına doğru Türkiye yeni bir hikâye yazmaya başlamıştı. 2001 krizinin etkilerini atlatan, bankacılık sistemi güçlenen ve şirketleri büyüyen Türkiye, dünya devi şirketlerin gündemine oturmuştu. Büyüyen pazarın büyüyen şirketleri, sabit seyreden pazarlara sıkışıp kalmış şirketler için iyi birer alternatifti. Ancak bir sorun vardı; Türk şirketleri geldikleri noktada yeterince kurumsal değildi ve şeffaflık şirketler için fazla öne çıkmıyordu. Yine de Türkiye’nin

makro ekonomik verilerinin iyiliği ve genç nüfusu, dünyadan pek çok şirketin Türkiye’den şirket alma arayışlarını sürdürmesine neden oluyordu.

Hayli hızlanan bu pazar Ömer Ünsal’ın da dikkatini çekti. New York’ta faaliyet gösteren Citigroup bünyesindeki Salomon Smith Barney’de ve UBS Warburg’un yatırım bankacılığı bölümlerinde çalışmış olan Ömer Ünsal, Türkiye’ye dönerek, Mart 2006’da Odin Financial Advisors’ı kurdu ve özellikle Türkiye’den şirket

almak isteyen global şirketlere hizmet vermeye başladı. Ünsal, Türkiye’nin başarı hikâyesini anlatarak bugüne kadar 4 milyar dolarlık işlem yaptı. 2017 yılında ise bir önceki yıla göre daha hızlı bir büyüme planlıyor. Ancak bu sefer Türkiye hikâyesi değil, şirketlerin hikâyesini anlatacak. Ömer Ünsal, “Biz eskiden Türkiye’nin nüfusunu ve güçlü makro dengelerini ön plana çıkartırdık. Şirketlerimiz belirli bir hacme ulaştınca, kurumsallıkları ve şeffaflıkları da artınca artık şirketleri ön plana çıkartmaya

başladım. Eskiden pazarı anlatıyorduk; şimdiyse şirketleri anlatıyoruz” diyor.

Şirket yakın zamanda izcico'nun 15 milyon dolar değerinde yatırım aldığı işlemde yer aldı. Türkiye'de gerçekleştirilmiş en büyük erke teknoloji yatırımını İsveçli Vostok Emerging Finance ve İngiliz Amadeus Capital Partners yaptı. Ayrıca dünyanın üçüncü, Hindistan'ın en büyük traktör üreticisi Mahindra & Mahindra'nın, Hisarlar Makina'nın yüzde 75,1'ini satın almasında ve geçen yıl ambalaj şirketi Mondi'nin, Kalenobel'in yüzde 90 hissesini 90 milyon euroya satın aldığı işlemde yer aldı.

Aslına bakılırsa Türkiye, son dönemde yabancıların gündeminde bir hayli uzaklaşmış durumda. “Yabancıları aradığımızda ‘aman bana Türkiye demeyin’ diyorlar. İşin en zor kısmı adamı dinlemeye ikna edip şirketleri anlatabilmek. Buna rağmen 12 ayda, özelleştirmeler hariç, 3 milyar dolara yakın işlem oldu. Bunun içinde piyasanın bilmedikleri de var” diyor Ömer Ünsal.

2013 yılından beri Türkiye'ye bakış açısının değişmeye başladığını belirten Ömer Ünsal, 15 Temmuz sonrası süreçte algının daha da bozulduğuna işaret ediyor. Üstelik şu dönemde dünyada sermaye azalıyor ve daha pahalı hale geliyor. Bu da tüm gelişmekte olan ülkeler ve bu ülkelerde iş yapan şirketler için daha dalgalı denizlerde iş yapmak anlamına geliyor. İşte Türk şirketlerinin de farkı bu noktada ortaya çıkıyor. Krizde iş yapma alışkanlığı olan Türk yöneticiler, bu dönemde de başarılı işlere imza atıyor. Ünsal, “Türkiye'de 3 milyar değil 30 milyar dolar olması lazım. Potansiyeli çok yüksek. Patronlar için başında, krizi çok iyi yöneten yöneticileri var; şirketler kurumsal, yurtdışında bankacılık dışında finansman kaynaklarına ulaşabiliyorlar ve en önemlisi de ortada çok önemli bir pazar var” diyor.

Odin Financial Advisors 2006'dan bu yana 32 adet işlem gerçekleştirdi ve 4 milyar dolar civarında hacim oluştu. Bu işlemlerin 50 milyon dolarlık kısmı Türkiye'den bir şirketin yurtdışından bir şirketi satın almasıydı. Geri kalan tüm işlemlerse Türkiye'ye gelen yabancıların yaptığı yatırımlardı. Ömer Ünsal, “İki tip satış oluyor: Ya sektörde lider şirketler gelip Türkiye'den

büyük bir oyuncuyu satın alıyor, ya da çok kaliteli üretim yapan, yurtdışında pazar payı elde etmiş şirketler geliyor. Kurlardan dolayı bir maliyet avantajı da yaratıyorlar. Türk şirketler yabancıların gözünde çok revaçta. Stratejik oyuncular, büyük bir pazara girdiğinden dövizdeki artışı da sorun etmiyor. Zaten onlar bir ülkeye girdi mi 30-40 yıl için giriyor” diyor.

Tarım, gıda, otomotiv yan sanayi ile şirketlerin yabancıların öncelikli sektörleri olduğu bilgisini veriyor Ömer Ünsal. Ayrıca ekonomik dalgalanmalardan çok etkilenmeyen ambalaj sektörü gibi alanların da yine yabancıların ilgi duyduğu yatırım fırsatları olduğunu söylüyor.

Elbette yabancıların Türk şirketlerine ilgi duyması, hisse satışına çıkan her şirketin istediğini alacağı anlamına gelmiyor. Şirketlerin yatırım almasında işleri zora sokan ilk etken vizyon farklılığı. Vizyon ve büyüme hedeflerinin farklılık gösterdiği, anlaşma için masaya oturup konuşmaya başlarken ortaya çıkıyor çoğunlukla. Ömer Ünsal, “Kağıt üzerindeki vizyonla gerçek vizyon aynı olmayabiliyor. Bu genellikle en önemli etken. Alıcı, şirketin veri odasını inceledikten sonra fiyat konusunda farklı düşünebiliyor. Bazen de benzer bir şirketin Avrupa'da daha ucuz olduğunu düşünüyor” diyor. Ünsal, satıcı tarafla alıcının şirkete biçtiği fiyat arasında çoğunlukla önemli farklar olabildiğini, bu farkın varlığının bir noktaya kadar çok makul olduğunun altını çiziyor ve şöyle diyor: “Avrupa'da şirketler yüzde 10 büyüyünce fiyatları yüzde 20 artıyor, bizdeki şirket yüzde 45 büyüyünce niye aynıısını istemesin? Ama her şey konjonktürle ilgili.”

Bugünkü konjonktürde Türk



şirketleri cazibesini korusa da iş yaptığı Türkiye pazarı için aynı şeyi söylemek çok mümkün değil. Çevresi ateş çemberine dönmüş, ihracat pazarları daralmış, en önemli sektörü turizm yara almış olan Türkiye, konjonktürel olarak kötü bir dönemden geçiyor. Ancak tüm bu bahsi geçen etkenlerin hepsi dönemsel, yani geçici. Çoğu uzun vadeli yatırımcı olan fonlar için Türkiye coğrafyası, genç nüfusu ve her kademe çalışanın iş yapma yetenekleriyle eşine az rastlanır bir ülke. Bu nedenle yabancı ilgisi yavaşlasa da özellikle hikâyesi olan Türk şirketlerinin yatırımcı bulması işten bile değil. Ömer Ünsal, “Önümüzdeki üç ay içinde iki yatırım daha açıklayacağız. Sene sonuna kadar dört işlem daha olur ve yıl yedi işlemle kapatırız” diyor ve ekliyor: “2016'dan 2017'ye işlem sayısını yüzde 50 artırmayı hedefliyoruz.”

— Sinan Koparan

Sözün Özü: Odin Financial Advisors 2006'dan bu yana Türkiye hikâyesini anlatarak 4 milyar dolarlık işlem hacmi yarattı. Şirket, önümüzdeki dönemde şirketlerin hikâyesini satarak işlemlere aracılık edecek.