

FAALİYET RAPORU

09 NİSAN 2021
10 EYLÜL 2022

2022

BMD
BİRLEŞMİŞ
MARKALAR
DERNEĞİ



*Tüccar; milletin emeği ve üretimini kıymetlendirmek için
eline ve zekasına emniyet edilen ve bu emniyete
liyakat göstermesi gereken kişidir.*

K. Atatürk

İÇİNDEKİLER

BAŞKAN'DAN	04
VİZYON VE MİSYON	05
YÖNETİM KURULU	06
KURUMSAL	07
BMD MARKALARI	08
ÖNE ÇIKANLAR	10
DUYURULAR/BÜLTENLER	11
ULUSLARARASI ETKİNLİKLER	33
ÜYE ETKİNLİKLERİ	36
ÜYE ZİYARETLERİ	49
BMD'NİN DESTEK VERDİĞİ ETKİNLİKLER	50
TOPLANTILAR, ZİYARETLER VE GÖRÜŞMELER	64
ÇALIŞMA GRUBU TOPLANTILARI	74
MEDYA YANSIMALARI	80
DÜNYADAN HABERLER	93
NOTLAR	153



VİZYON

Ülkemizi 2023'e kadar bölge ve dünya modasına yön veren konuma taşımak, İstanbul'u markalar merkezi haline getirmek.

Değerli Üyemiz;

Yönetim Kurulumuzun son bir buçuk yıldır yaptığı faaliyetlerinin özetini sizlerle paylaşmaktan mutluluk duyuyoruz.

BMD olarak, üyelerimizin %98'inin gündeme getirdiği AVM'lerdeki ortak alan giderlerinin şeffaf ve denetlenebilir olması ve AVM genel giderlerini bir üst sınır getirilmesi için yıllardır sürdürdüğümüz mücadele 18 Ağustos 2022 tarihinde meyvesini verdi ve Ticaret Bakanlığıımızın yayımlamış olduğu yönetmelik değişikliğiyle AVM genel giderlerinde şeffaflık sağlandı.

Tüketicinin Korunması ve Piyasa Gözetimi Genel Müdürlüğü ile yaptığımız görüşmeler neticesinde tüketici şikayetlerini yayımlayan internet siteleri ile ilgili cevap hakkı doğan firmaların cevap vermesi için üyelik ücreti ödemek zorunda kalmamaları, şikâyetle konu olan firmanın cevap vermesi için makul süre tanınması, haksız rekabete neden olan diğer uygulamalarla ilgili taleplerimizi ilettik. 01 Şubat 2022 tarihinde mevzuatta yapılan düzenleme ile birçok konuda çözüm alınmış olup, 72 saat olarak belirlenen cevap süresinin 10 iş günü olarak değiştirilmesi yönünde yeni talebimiz de ilgili müdürlüğe iletilmiş olup değerlendirmeye alındığı tarafımıza bildirilmiştir.

E-ticaret pazar yerleri ile ilgili yaşanan sorunlar (marka adları kullanarak yapılan reklamların pazarlama maliyetlerini yükseltmesi, taklit ürün satışlarına engel olunamaması, entegrasyon kaynaklı sorunları nede-

niyle haksız maddi cezalar uygulaması, pazar yerlerinin satıcılara haber vermeden bazı ürünlerde indirim gitmesi, sadakat programları kapsamında pazar yerleri tarafından uygulanan indirim ve ödül puanlarının satıcılara yansıtılması) İç Ticaret Genel Müdürlüğü'ne aktarılmış olup gerekli çalışmalar yapıldığı bilgisi alınmıştır.

Fiyat Etiketli Yönetmeliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmeliğin yayımlanması sonrası ortaya çıkabilecek olumsuz durumlar Tüketicinin Korunması ve Piyasa Gözetimi genel Müdürlüğü ile paylaşılmıştır.

Günümüz enflasyonist koşullarında gelir vergisinden istisna tutulan günlük yemek bedelinin bir öğünü karşılamadığı, bu tutarın güncellenmesine ihtiyaç duyulduğu ve yine belirli zamanlarda çalışanlara verilmek istenen çeşitli nakdi yardımların vergi ve SGK paylarında muaf tutulması taleplerimiz Hazine ve Maliye Bakanlığına iletilmiş olup birçoğu gerçekleşmiş ya da gerçekleştirileceği belirtilmiştir.

Tedarikçi finansmanında tikanıklıklar yaratan kararlar nedeniyle Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu ile iletişim kurulmuş, banka ve katılım bankalarıyla üreticilere yapılan ödemelerin perakende sektörünün en çok kullandığı araçlar olduğu ve sürekliliği sağladığı belirtilmiş, bu araçların işler halde kalması için gerekli muafiyetlerin sağlanması hususunda destek rica edilmiştir.

2021 yılında olduğu gibi 2022 yılında da Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı ile iş birliği içerisinde gerçekleştirildiğimiz kampanya neticesinde üye markalarımızın katılımıyla şehit yakınları, gazi ve gazi yakınlarına çeşitli oranlarda indirimler sağlanmıştır.

Türk markalarının daha geniş kapsamda Rusya pazarında yer alabilmesi adına Moskova Büyükelçimiz, Moskova Ticaret Ateşemiz, Rusya Ticaret Mümessili, Rusya Alışveriş Merkezleri Konseyi ve Rusya Alışveriş Merkezleri Birliği ve birçok AVM yatırımcısı ile görüşmeler yapılmış, üyelerimizin sorunsuz bir şekilde pazara girebilmesi için olası iletişim bilgileri üyelerimizle paylaşılmıştır.

Yaptığımız faaliyetlerle sektörümüze ılık tutmaya devam edeceğiz.

Hepinize önce sağlıklı olmak üzere mutlu ve bol kazançlı günler dileriz.

**BMD Yönetim Kurulu adına,
Sinan ÖNCEL
Yönetim Kurulu Başkanı**

MİSYON

Markalarımızın gücünü ve perakende sektörünün yetkinliğini artırarak Türkiye'nin marka ekonomisine dönüşümünü sağlamak.

YÖNETİM KURULU



DENETLEME KURULU



ETİK KURULU



GENEL SEKRETERLİK



LEVENT YALÇIN
Genel Sekreter

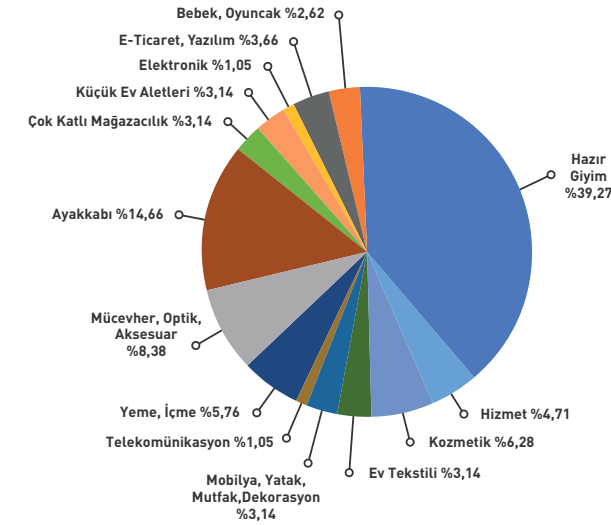
KURUMSAL

Birleşmiş Markalar Derneği (BMD), üye firmaları tarafından aşağıdaki özelliklerle anılmaktadır:

- Birlik beraberlik hissi yaşatan,
- Dayanışma ihtiyacını tatmin eden,
- "Birlikten kuvvet doğar" sözünü yansıtan,
- Çözüm üretebilecek güçte,
- Koordinasyon sağlayan,
- Perakendecilikteki gelişmelerin takip edilebileceği,
- Bilgi ve güncelleme kaynağı niteliğinde,
- Dünyadaki gelişmeleri düzenli aktaran,
- "Danışman" rolü üstlenen,

bir sivil toplum kuruluşu.

BMD ÜYE PROFİLİ - 10 Eylül 2022 itibarıyla



BMD, perakende markalarının omuz omuza yürümesini sağlayan, firmaların birbirleri ile ilişki kurmasına fırsat tanıyan, sosyal etkinlikleri ile sıcak bir birliktelik yaratan bir dernek olarak faaliyetlerini kurguluyor.

Bunu yaparken, perakendeyi anlamaya ve sektörün konularına hakim olmaya yönelik çalışmalar yürütüyor. Bu amaçla, yurt dışından düzenli bilgi akışı sağlıyor ve yurt dışı etkinlikleri yakından izliyor, teknolojik gelişmeleri takip ediyor, hukuki uyarılarla riskleri ve tehditleri ortaya koyuyor, çözüm önerileri sunuyor, yöneticilerin birbirini tanıması ve samimi ilişkiler kurmasına fırsat yaratıyor, fikir paylaşım platformu olarak beyin fırtınasına imkan yaratıyor.

BMD üyeleri, Türkiye'nin yükselen yıldız markaları olarak BMD çatısı altında birlikte çalışıyor ve fikir alışverişinde bulunuyor.

BMD üyelerinin sektörel dağılımına baktığımızda; hazır giyim, ayakkabı-deri, bebek-çocuk sektörlerinin 108 firma ile dernek üyeleri arasında %56,54'lük bir orana sahip olduğunu görüyoruz. Mücevher, altın, aksesuar, optik kategorileri de 16 firma ve %8,38'lik orana sahiptir. 13 firma ve %6,81'lik oranla çok katlı mağazacılık ve e-ticaret, 54 firma ve %28,27'lik oranla yiyecek, kozmetik, ev tekstili, ev aletleri, mobilya, telekomünikasyon, hizmet ve elektronik sektörleri de önemli bir alanı kapsamaktadır.

BMD'nin, perakende sektöründeki markaları temsil etme gücü, her yıl katılan yeni üyelerle büyümekte, Dernek, Türkiye'nin markalarının ortak sesi olmayı sürdürmektedir.



ADİDAS - Ayakkabı
ADİL IŞIK - Hazır Giyim
AKİNON - E-Ticaret, Yazılım
ALKAŞ - Hizmet
ALTINBAŞ - Aksesuar, Optik, Mücevher
ALTINYILDIZ CLASSICS - Hazır Giyim
AQUA DI POLO - Aksesuar, Optik, Mücevher
ARİŞ - Aksesuar, Optik, Mücevher
ARMİNE - Hazır Giyim
ARZUM - Hazır Giyim
ATASAY - Aksesuar, Optik, Mücevher
ATASUN OPTİK - Aksesuar, Optik, Mücevher
ATELIER REBUL - Kozmetik
ATÜ DUTY FREE - Kozmetik
AVVA - Hazır Giyim
AY MARKA - Hazır Giyim
AYAKKABI DÜNYASI - Ayakkabı
AYDINLI GRUP - Hazır Giyim
B&G STORE - Hazır Giyim
BAMBİ AYAKKABI - Ayakkabı
BAQA - Hazır Giyim
BATİK - Hazır Giyim
BAYDÖNER - Yeme & İçme
BENETTON - Hazır Giyim
BERNARDO - Küçük Ev Aletleri
BETA - Ayakkabı
BEYMEN - Hazır Giyim
BIG CHEFS - Yeme & İçme
BİRKENSTOCK - Ayakkabı
BİSSE - Hazır Giyim
BLACKSPADE - Hazır Giyim
BLUEMINT - Hazır Giyim

BOYNER BÜYÜK MAĞAZACILIK - Çok Katlı Mağazacılık
BURSA KEBAP EVİ - Yeme & İçme
CENTONE - Hazır Giyim
CEYO - Ayakkabı
CHAKRA - Ev Tekstili
COLIN'S - Hazır Giyim
COLLEZIONE - Hazır Giyim
ÇETİN FAML Y - Hazır Giyim
ÇİFT GEYİK KARACA - Hazır Giyim
DAGİ - Hazır Giyim
DAMAT - Hazır Giyim
DEFACTO - Hazır Giyim
DEICHMANN - Ayakkabı
DEMSA GROUP - Hazır Giyim
DERİMOD - Hazır Giyim
DESA - Hazır Giyim
DOĞAN BURDA - Hizmet
DOĞTAŞ/KELEBEK - Mobilya, Yatak, Mutfak, Dekorasyon
DOĞUŞ PERAKENDE - Çok Katlı Mağazacılık
DUFY - Hazır Giyim
EBEBEK - Bebek, Oyuncak
EFOR - Hazır Giyim
EKOL LOJİSTİK - Hizmet
ELLE - Ayakkabı
ENGLISH HOME - Ev Tekstili
ESTEE LAUDER - Kozmetik
EYFEL PARFÜMÜM - Kozmetik
FAİK SÖNMEZ - Hazır Giyim
FAKİR - Küçük Ev Aletleri
FATİH KIRAL - Mobilya, Yatak, Mutfak, Dekorasyon
FENERIUM - Hazır Giyim
FIOLAS - Kozmetik

FLO - Ayakkabı
FLORMAR - Kozmetik
FLOWER - Ayakkabı
GENCALLAR - Çok Katlı Mağazacılık
GETİR - E-Ticaret, Yazılım
GIOVANE GENTILE - Hazır Giyim
GİTTİ GİDİYOR - E-Ticaret, Yazılım
GİZİA - Hazır Giyim
G-LİNGERİE - Hazır Giyim
GLOBAL BLUE - Hizmet
GÖNÜL KAHVESİ - Yeme & İçme
GÖZALAN GROUP - Ayakkabı
GRATİS - Kozmetik
GREYDER - Ayakkabı
GUSTO GİYİM - Hazır Giyim
HAPPY MOON'S - Yeme & İçme
HATEMOĞLU - Hazır Giyim
HD İSKENDER - Yeme & İçme
HEMINGTON - Hazır Giyim
HEPSİBURADA - E-Ticaret, Yazılım
HOTİÇ - Ayakkabı
HUGO BOSS - Hazır Giyim
HUMMEL - Ayakkabı
HUZUR GİYİM - Çok Katlı Mağazacılık
INSPARK - E-Ticaret, Yazılım
INTERSPORT - Ayakkabı
INVEON - Hizmet
İDİL BABY - Bebek, Oyuncak
İGS - Hazır Giyim
İMZA - Hazır Giyim
İNCİ DERİ - Ayakkabı
İPEKYOL - Hazır Giyim

İŞBİR YATAK - Mobilya, Yatak, Mutfak, Dekorasyon
JAKAMEN - Hazır Giyim
JIMMY KEY - Hazır Giyim
JOKER - Bebek, Oyuncak
KARACA PORSELEN - Küçük Ev Aletleri
KİSMETBYMILKA - Aksesuar, Optik, Mücevher
KİFİDİS - Ayakkabı
KİĞİLİ - Hazır Giyim
KOM - Hazır Giyim
KONYALI SAAT - Aksesuar, Optik, Mücevher
KORKMAZ - Küçük Ev Aletleri
KOTON - Hazır Giyim
LANDMARK - Ayakkabı
LC WAIKIKI - Hazır Giyim
LEE COOPER - Hazır Giyim
LEGO - Bebek, Oyuncak
LES BENJAMINS - Hazır Giyim
LESCON - Ayakkabı
LITTLE BIG - Hazır Giyim
LİTTLE CAESARS - Yeme & İçme
LİZAY - Aksesuar, Optik, Mücevher
L'OCCITANE - Kozmetik
LORİS PARFÜM - Kozmetik
LUFİAN - Hazır Giyim
MAD PARFUM - Kozmetik
MADAME COCO - Ev Tekstili
MARKS & SPENCER - Çok Katlı Mağazacılık
MAVİ - Hazır Giyim
MIDPOINT - Yeme & İçme
MINISO - Ev Tekstili
MİİN - Hazır Giyim
MOLU - Aksesuar, Optik, Mücevher

MUDO - Çok Katlı Mağazacılık
MUYA - Ayakkabı
NARAMAXX - Hazır Giyim
NEBİM - E-Ticaret, Yazılım
NETLOG LOJİSTİK - Hizmet
NG KÜTAHYA SERAMİK - Küçük Ev Aletleri
OPMAR OPTİK - Aksesuar, Optik, Mücevher
ÖZDİLEK EV TEKSTİLİ - Ev Tekstili
PANÇO - Hazır Giyim
PANDORA - Aksesuar, Optik, Mücevher
PAŞABAĞÇE - Mobilya, Yatak, Mutfak, Dekorasyon
PENTİ - Hazır Giyim
PERSPECTIVE - Hazır Giyim
PLANET TAX FREE - Hizmet
POLOGARAGE - Hazır Giyim
PwC - Hizmet
RAMSEY - Hazır Giyim
ROBERTO BRAVO - Aksesuar, Optik, Mücevher
ROMAN - Hazır Giyim
ROSSMAN - Kozmetik
SAAT & SAAT - Aksesuar, Optik, Mücevher
SARAR - Hazır Giyim
SEÇİL STORE - Hazır Giyim
SETRE - Hazır Giyim
SETRMS - Hazır Giyim
SHOP&SHOES - Ayakkabı
SILK AND CASHMERE - Hazır Giyim
SİMİT SARAYI - Yeme & İçme
SKECHERS - Ayakkabı
SNEAKS UP - Hazır Giyim
SO CHIC - Aksesuar, Optik, Mücevher
SOYSAL DANIŞMANLIK - Hizmet

SPORT IN STREET - Ayakkabı
SPORTIVE - Ayakkabı
STORKS - Aksesuar, Optik, Mücevher
SUWEN - Hazır Giyim
SÜVARİ - Hazır Giyim
ŞEKERCİ CAFER EROL - Yeme & İçme
TAB GIDA - Yeme & İçme
TAÇ - Ev Tekstili
TAMER TRANCA - Ayakkabı
TARIK EDİZ - Hazır Giyim
TEFAL - Küçük Ev Aletleri
TEKNOSA - Elektronik
TERGAN - Ayakkabı
TOMMY HILFIGER - Hazır Giyim
TOYZZ SHOP - Bebek, Oyuncak
TRENDYOL - E-Ticaret, Yazılım
TRİKO MISIRLI - Hazır Giyim
TUDORS - Hazır Giyim
TUĞBA - Hazır Giyim
TÜRK TELEKOM - Telekomünikasyon
TÜZÜN - Hazır Giyim
TWIGY - Ayakkabı
VAKKO - Hazır Giyim
VESTEL - Elektronik
VİCCO - Ayakkabı
VODAFONE - Telekomünikasyon
WATSONS - Kozmetik
YARGICI - Hazır Giyim
YATAŞ - Mobilya, Yatak, Mutfak, Dekorasyon
YATSAN - Mobilya, Yatak, Mutfak, Dekorasyon
ZEN PIRLANTA - Aksesuar, Optik, Mücevher

23 AĞUSTOS 2022

18 Ağustos 2022 tarihinde Ticaret Bakanlığımızın yayımladığı yönetmelik değişikliği ile 467 üye markamızın %98'ini gündeme getirdiği AVM ortak alan giderlerinde şeffaflık ve adil dağılım sağlandı. Perakende sektöründeki yaklaşık 100.000 mağazayı ilgilendiren bu yönetmelik değişik-

liğinde desteği olan Cumhurbaşkanımız Sn. Recep Tayyip ERDOĞAN'a ve yönetmeliğin hazırlanmasında büyük emeği geçen Ticaret Bakanımız Sn. Mehmet MUŞ'a teşekkürlerimizi belirten ilanımız 15 gazetede yayımlandı.

AVM ORTAK ALAN GİDERLERİNDE ŞEFFAFLIK SAĞLANDI

Ticaret Bakanlığımızın yayımladığı yönetmelik değişikliği ile 467 üye markamızın yüzde 98'inin gündeme getirdiği AVM ortak alan giderlerinde şeffaflık ve adil dağılım sağlandı. Perakende sektöründeki yaklaşık 100 bin mağazayı yakından ilgilendiren bu çok önemli yönetmelikte desteği olan,

Cumhurbaşkanımız
Sayın Recep Tayyip ERDOĞAN'a
Yönetmeliğin hazırlanmasında büyük emeği olan
Ticaret Bakanımız
Sayın Mehmet MUŞ'a
teşekkür ederiz.

BMD
BİRLEŞMİŞ
MARKALAR
DERNEĞİ

BMD: Türkiye'nin markalarını çatısı altında toplayan Birleşmiş Markalar Derneği, bünyesindeki 467 marka ve 450 bin çalışanı ile 2001 yılından bu yana organize perakende sektörünün sesi olmaya devam ediyor. BMD küresel rekabet koşullarına uygun olarak perakende sektörünün donanımını ve niteliğini artırmanın önemini kavramış, bugünü iyi değerlendiren, geleceği gören markaların birliğidir.

birlesmismarkalar.org.tr
@bmdonline f/BirlesmisMarkalarDerneği @bmdonline

BASIN BÜLTENLERİ 26 NİSAN 2021

KAPALI DÖNEME KİRA MUAFİYETİ HAZIRLIĞI PERAKENDE SEKTÖRÜN- DE BÜYÜK SEVİNÇ YARATTI

BMD Başkanı Sinan Öncel, “Pandemi döneminde zorunlu nedenlerle kapalı kalan günler e erken kapanma nedeniyle kaybedilen saatlerden kira alınmaması için yasal bir düzenleme gerektiğini her fırsatta dile getiriyorduk. Borçlar Kanunu’nda bir değişiklikte pandemi ve benzeri olağanüstü durumlarda kira muafiyeti getiren bir düzenleme üzerinde çalışıldığını biliyoruz. Mülk sahiplerinin de mağduriyetlerini gidereceğine inandığımız düzenlemenin en kısa zamanda yürürlüğe girmesini bekliyoruz, emeği geçen herkese şimdiden teşekkür ediyoruz” dedi.

Hükümetin pandemi ya da benzeri olağanüstü durumlarda kapalı kaldıkları süre boyunca işletmelere kira muafiyeti sağlayacak yasal düzenleme konusunda hazırlığa başlaması perakende sektöründe büyük sevinç yarattı. Kira konusunun perakende sektörünün halen karşı karşıya bulunduğu en önemli sorun olduğunun altını çizen Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) Başkanı Sinan Öncel, düzenlemenin bir an önce tamamlanarak yürürlüğe girmesini beklediklerini söyledi.

Sinan Öncel, pandeminin perakendecileri ve mülk sahiplerini daha önce deneyimlemedikleri bir durumla karşı karşıya bıraktığına dikkat çekti. İlk kez karşılaşılan sorunun çözümü için tarafların genel olarak iyi niyet çerçevesinde çözümler üreterek bugüne kadar gelebildiklerini anlatan Öncel, şöyle devam etti:

DÜZENLEMENİN MÜLK SAHİPLERİ- NİN DE MAĞDURİYETİNİ GİDERECE- ĞİNE İNANIYORUZ

“Tüm iyi niyetli yaklaşımlara rağmen tarafların referans alabilecekleri belli standartlar bulunmadığı için yer yer

haksızlıklar oluştu. Hiç arzu etmediğimiz halde mülk sahipleri ve perakendeciler arasında ihtilaflar yaşanmaya başladı. Aylık çözüm formülleri üretmekten hem çok yorulduk hem de dayanacak gücümüz kalmadı. Hatırlanacağı gibi daha önce dövizle kira konusunda benzer bir sorun vardı. Üç yıl önce Cumhurbaşkanlığı kararı ile bu büyük sorun çözüme kavuşturuldu. Pandemi döneminde zorunlu nedenlerle kapalı kalan günler ve erken kapanma nedeniyle kaybedilen saatlerden kira alınmaması için yasal bir düzenleme gerektiğini her fırsatta dile getiriyorduk. Perakendecinin bu haklı ve acil talebinin Ankara’da karşılık bulmasından büyük mutluluk duyduk. Borçlar Kanunu’nda değişiklikte pandemi ve benzeri olağanüstü durumlarda kapalı kalan süreler için işletmelere kira muafiyeti getiren bir düzenleme üzerinde çalışıldığını biliyoruz. Tüm üye markalarımızda büyük sevinç yaratan ve mülk sahiplerinin de alamadıkları bedelleri vergilerinden mahsup edebilmelerine imkân sağlayacağına inandığımız düzenlemenin en kısa zamanda yürürlüğe girmesini bekliyoruz, emeği geçen herkese şimdiden teşekkür ediyoruz.”

KISA ÇALIŞMA ÖDENEĞİ’NİN ÜÇ AY UZATILMASI PERAKENDE SEKTÖRÜ- NE NEFES ALDIRDI

31 Mart’ta sona eren Kısa çalışma Ödeneği’nin (KÇÖ) Haziran sonuna kadar uzatılmasını da değerlendiren Sinan Öncel, kararın perakende sektörüne nefes aldırarak bir gelişme olduğunu söyledi. Perakende sektörünün istihdamının ağırlıklı bölümünü gençlerin oluşturduğunu hatırlatan Öncel, “BMD’nin de beklentileri doğrultusunda alınan karar nedeniyle Sayın Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan’a teşekkür ediyoruz” diye konuştu.

12 TEMMUZ 2021

CİRO ARTIŞI İLE MORAL BULAN PERAKENDECİ 25 PUANLIK ÜFE FARKINA ÇARE ARIYOR

ÜFE ile TÜFE arasındaki makasın 25 puana çıktığını hatırlatan BMD Başkanı Sinan Öncel, “Farkı biz üstlenmek durumunda kalıyoruz ancak bu sürdürülebilir bir durum değil. Eninde sonunda fiyatlara yansıtacağı için enflasyon olumsuz etkilenecek. Bu nedenle özellikle kritik sektörlerde hammadde ve navlun maliyetlerini düşürecek geçici vergi düzenlemeleri gerektiğine inanıyoruz” dedi.

Pandemi kısıtlamalarının kısmen kaldırıldığı 17 Mayıs’tan itibaren piyasada yaşanan hızlı toparlanma ile moral bulan perakende sektörü, bu kez ÜFE ile TÜFE arasında 25 puana ulaşan farka çare arıyor. Hammadde, navlun ve enerji başta olmak üzere maliyet artışlarını fiyatlara yansıtamayan perakendeci, acil çözüm için Ankara’dan destek bekliyor.

Türkiye’nin önde gelen 423 markasını çatısı altında bulunduran Birleşmiş Markalar Derneği (BMD), üyeleri arasında yaptığı anketlerle perakende sektörünün nabzını tutmaya devam ediyor. Haziran ayı anketine göre, pandeminin başladığı Mart 2020’den bu yana sıkıntılı bir dönem geçiren markalar, geçen ay ilk kez rahat bir nefes aldı. Pazar günlerinin kapalı olmasına rağmen markaların önemli bir kısmı hazıranda 2019’dan daha fazla ciro elde etti.

Anket hakkında değerlendirmelerde bulunan Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) Başkanı Sinan Öncel, 2019 cirosunun üstüne çıkma oranının AVM mağazalarında yüzde 69, caddelerde ise yüzde 65 olduğunu bildirdi. AVM ve caddelerde her 5 mağazadan birinin 2019 cirosunun yüzde 150’sine ulaştığını anlatan Öncel, şöyle devam etti:

REEL OLARAK HENÜZ 2019’UN GERİSİNDEYİZ

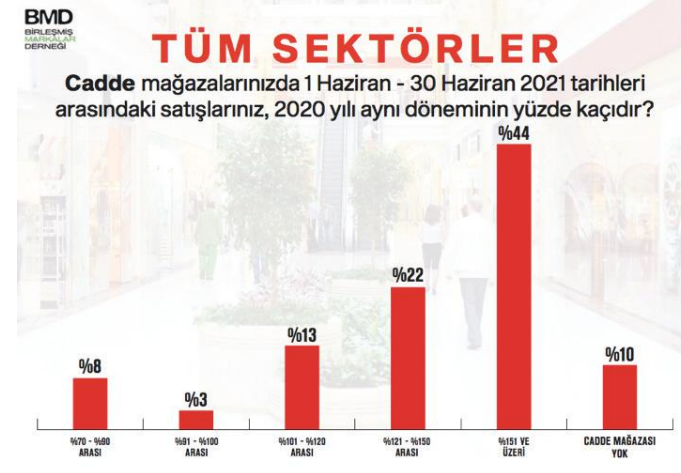
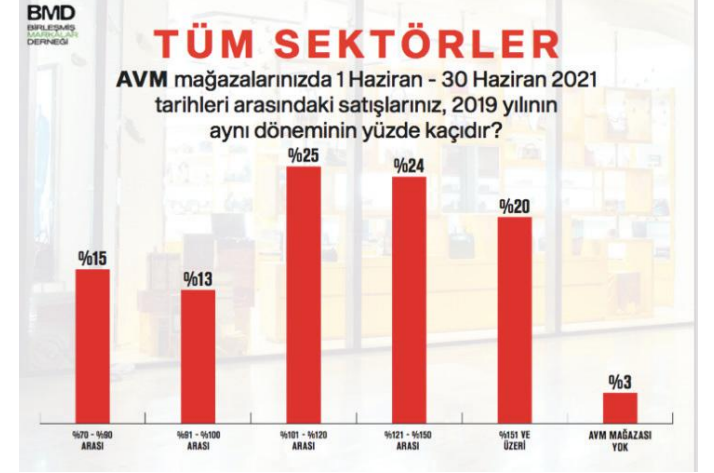
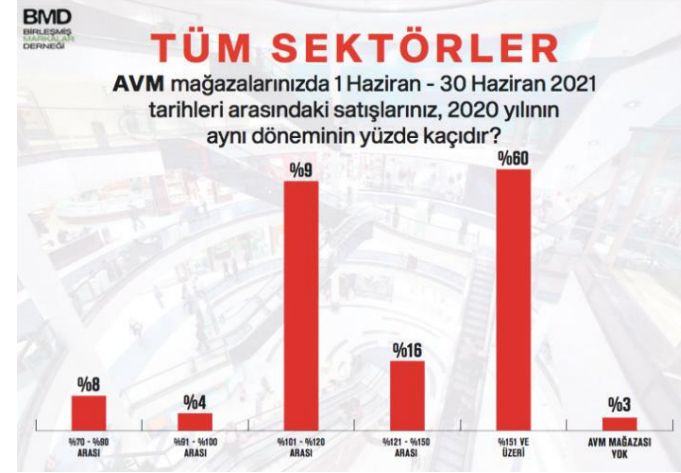
“Pazar günlerinin kapalı geçmesine rağmen haziran ciro-

larında görülen bu artış markalarımız ve perakende sektörü için moral oldu. Yurt dışından gelecek turist sayısına paralel olarak önümüzdeki üç ay boyunca alışverişte canlılığın devam edeceğini tahmin ediyoruz. Burada bir konuyu atlamamalıyız. TÜİK verilerine göre haziran 2019’dan bugüne kadar TÜFE yüzde 30 arttı. TÜFE’yi hesaba kattığımızda reel olarak henüz 2019 düzeyine ulaşamadığımız görülüyor. Ayrıca cirolar artmakla birlikte markalarımızın adet satışlarının da 2019’a göre ortalama yüzde 20 geride bulunduğunu belirtmem gerekiyor. Biz her şeye rağmen gelişmelere olumlu tarafından bakmaya ve pandemi döneminin hasarını hızla onarmaya odaklanmak istiyoruz. Ancak hammadde, navlun ve enerji maliyetlerindeki artış her geçen gün daha fazla moral bozucu bir noktaya doğru gidiyor. Haziran verilerine göre ÜFE ile TÜFE arasındaki fark 25 puana çıktı. Mevcut piyasa beklentileri nedeniyle fiyatlara yansıtamadığımız maliyet farkını biz üstlenmek durumunda kalıyoruz. Bu sürdürülebilir bir durum değil. Eninde sonunda fiyatlara yansıtacağı için enflasyonu olumsuz yönde etkileyecek. Bu nedenle özellikle kritik sektörlerde geçici süreyle de olsa hammadde ve navlun maliyetlerini düşürecek vergi düzenlemelerinin gerektiğine inanıyoruz. Bu konudaki önerilerimizi ilgili bakanlıklarımızla da paylaşıyoruz.”

PANDEMİ DÖNEMİNDE E-TİCARETTE GÖRÜLEN SİÇRAMA KALICI OLDU

Pandemi döneminde e-ticaretin cirolara katkısını da ölçümlediklerini belirten Sinan Öncel, ankete katılan markaların yüzde 48’inin 2019’a göre e-ticaret cirolarını yüzde 200 arttırdıklarını bildirdi. Haziran ayı itibarı ile BMD üyesi markaların yaklaşık yarısının toplam cirolarının en az yüzde 15’ini e-ticaretten yaptığını belirten Öncel, “Bu sonuç bize pandemi döneminde e-ticaretteki sıçramanın kalıcı olduğunu gösteriyor” diye konuştu.

Sinan Öncel, AVM’lerdeki ortak alan giderleri ve yüksek kiralı mağazalardan bir defaya mahsus tazminatsız çıkış konularında da markaların düzenleme beklentilerinin devam ettiğini de sözlerine ekledi.



10 AĞUSTOS 2021

TEMMUZ'DA MORAL BULAN PERAKENDECİ ÇİFT DOZ AŞI İÇİN ACİL YAPTIRIM İSTİYOR

Perakende sektörünün yeni bir kapanmayı kaldırarak gücünün olmadığını vurgulayan BMD Başkanı Sinan Öncel, "Bilim insanlarının ısrarla vurguladığı gibi aşı pandemi ile mücadelede en etkili çözüm. Çift doz aşı yaptırmayanların 1 Eylül'den itibaren toplu alanlara girişlerine kısıtlama getirilmeli" diye konuştu.

Pandemi kısıtlamalarının tamamen kaldırıldığı Temmuz ayında alışverişte yaşanan canlılık perakende sektörü için büyük moral oldu. Salgın döneminin hasarını onarmak için piyasalardaki canlılığın devam etmesini isteyen perakendeciyi yeniden kapanma riski endişelendiriyor. Sektörün yeni bir kapanmayı kaldırarak gücü olmadığını altını çizen Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) Başkanı Sinan Öncel, çift doz aşı yaptırmayanlara karşı acil yaptırım uygulanması gerektiğini söyledi.

Sinan Öncel, perakende sektöründe 17 Mayıs'ta kısmi açılımla başlayan canlanmanın tam normalleşmeye geçen Temmuz'da artarak devam ettiğini bildirdi. Kurban Bayramı alışverişi, tatil sezonu ve turist sayısındaki artışın da etkisiyle Temmuz'un perakendeci açısından pandeminin başından bu yana en iyi ay olduğuna dikkat çeken Öncel, şöyle devam etti:

AŞILAMA VE TAM AÇILMA PERAKENDEYE İYİ GELDİ

"BMD olarak her ay anketlerle üyelerimizin nabzını tutuyoruz. Temmuz anketimize 336 markamız katıldı. Markalarımızın dörtte üçü, Temmuz'da cirolarını geçen yılın aynı ayına göre iki kat veya daha da fazla arttırdığını beyan etti. Yani aşılama ve tam açılma sektöre iyi geldi. Temmuz ayındaki canlılık yaraları sarmada önemli olmakla birlikte yeterli değil. Pandemi ile geçen 15 - 16 ayı değerlendirdiğimizde gıda dışı perakende ve özellikle giyim perakendesi ağır hasar gördü. Geçen yıl sektörün kredi borcu yüzde 35

arttı. Biz kaynak israfı yapmadan borçlarımızı ödemek istiyoruz. Bu nedenle canlılığın devam etmesi gerekiyor. Ne yazık ki vaka ve ölüm sayılarındaki artış bizi hem üzüyor hem de kapanma riski nedeniyle endişelendiriyor. Çünkü sektörün yeni bir kapanmayı kaldırarak gücü yok. Bu nedenle keyfi olarak aşı yaptırmak istemeyenler için zorlayıcı önlemlerin alınması gerekiyor. Çift doz aşının salgınla mücadeledeki olumlu etkisi bilimsel olarak ortaya kondu. Dördüncü dalgada hayatını kaybedenlerin neredeyse tamamının aşı yaptırmayanlar olduğunu biliyoruz. Bütün bu verilere rağmen hâlâ aşı yaptırmak istemeyenler olabilir, kendi tercihleridir. Ancak kimsenin toplum sağlığını ve başka birinin hayatını riske atmaya hakkı yok. Çift doz aşı olmayanların 1 Eylül'den itibaren toplu alanlara girişlerine kısıtlama getirilmeli."



Sinan Öncel, Temmuz'da bir miktar gerileme olmakla birlikte BMD üyelerinin ortalamada yarısının toplam cirolarının en az yüzde 10'unu e-ticaretten elde ettiğini sözlerine ekledi.



14 EYLÜL 2021

Perakende sektörünün yeni bir kapanmayı kaldırarak gücünün olmadığını vurgulayan BMD Başkanı Sinan

MAĞAZALARIMIZ BİR DAHA KAPANMAZSA PANDEMİ DÖNEMİNİN YARALARINI SARABİLİRİZ

Markaların pandemi döneminin hasarını onarabilmeleri için mağazaların açık kalmasının hayati önem taşıdığını vurgulayan Sinan Öncel, "Alışverişteki canlılığın Ağustos'ta da devam etmesi sevindirici. Ancak ülke genelinde aşılama konusunda henüz istenen düzeye ulaşamadığımız için sonbaharda yeni bir kapanma riski bizi endişelendiriyor" dedi.

Perakende alışverişlerinde Temmuz ayında zirve yapan canlılığın turizmin katkısıyla Ağustos'ta da devam etmesi yüzleri güldürürken, sektör ÜFE ile TÜFE arasında 26 puanı bulan farkı yönetmekte giderek zorlanıyor. Maliyet artışlarını fiyatlara yansıtmamak için her türlü fedakarlığı yapan sektör, pandemi nedeniyle sonbaharda yaşanabilecek olası bir kapanmadan büyük endişe duyuyor.

Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) Başkanı Sinan Öncel, alışverişteki canlılığın Temmuz kadar olmasa bile Ağustos'ta da devam ettiğine dikkat çekti. Öncel, Ağustos ayı anketine göre BMD üyesi markaların AVM ve cadde mağazalarındaki cirolarının ortalamada geçen yıla göre yüzde 50 arttığını bildirdi. Aynı dönemde e-ticaretin toplam ciroya katkısında kısmi bir gerileme olduğunu ifade eden Sinan Öncel, sözlerini şöyle sürdürdü:

MALİYET ARTIŞLARINI FİYATLARA YANSITAMIYORUZ

"Ağustos'a baktığımızda markalarımızın büyük bölümünün toplam cirosunda e-ticaretin payı tek hanelere inmiş görünüyor. E-ticaretteki bu düşüşün konjonktürel bir takım nedenleri olduğunu biliyoruz. Ağustos verilerinin de gösterdiği gibi fiziki mağazaların perakende için asıl satış kanalı olmaya devam edeceğini unutmamamız gerekiyor. Dolayısı ile pandemi döneminin yaralarını sarabilmemiz için AVM ve caddelerdeki mağazalarımızın açık kalması hayati önem taşıyor. Ancak ülke genelinde aşılama konusunda henüz istenen düzeye ulaşamadığımız için sonbaharda yeni bir kapanma riski bizi endişelendiriyor. Bilindiği gibi son aylarda hammadde ve navlun maliyetleri çok arttı. Ülkemizin ekonomik gerçekleri ve tüketicinin alım gücü ortada olduğu için markalarımız maliyet artışlarının önemli bir bölümünü fiyatlara yansıtamıyor. Ağustos itibarı ile ÜFE ile TÜFE arasında oluşan 26 puanlık fark da omuzlarımızdaki yükün ne kadar ağır olduğunu gösteriyor. Markalarımız bu farkı yönetmekte giderek zorlanıyor. Eğer bir daha kapanma olmaz ve mağazalarımız açık kalabilirse biz bir yandan maliyetlerimizin tüketiciye yansımalarını minimum düzeyde tutarken diğer taraftan da pandemi döneminin hasarlarını onarabiliriz."

Sinan Öncel, yeni bir kapanmanın sadece perakende ve ülke ekonomisi için değil, 1,5 yıl aksayan eğitimde de telifisi imkânsız sonuçları olabileceğinin altını çizdi. Öncel, "Eğitimde ve ekonomide daha ağır bedellerle karşılaşmak için toplumun her kesiminin aşı konusunda duyarlı olması gerekiyor. Çalışanlarımız ve müşterilerimiz başta olmak üzere sırası gelen herkesi aşılarını tamamlamaya davet ediyorum" dedi.



16 EYLÜL 2021

MARKALAR 19 EYLÜL'DE GAZİLERE VE ŞEHİT YAKINLARINA ÖZEL YÜZDE 50'YE VARAN ORANLARDAN İNDİRİM YAPACAK

Bu yıl Büyük Önder Mustafa Kemal Atatürk'e gazilik unvanı verilmesinin 100. yıldönümü olduğunu hatırlatan BMD Başkanı Sinan Öncel, "19 Eylül'deki Gaziler Günü'nde çok daha büyük bir heyecanla kahramanlarımıza şükranlarımızı sunacağız. Gaziler Günü hakkında farkındalığı arttırmak için Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı tarafından 'işbirliği yapılacak sivil toplum örgütü' olarak BMD'nin seçilmesinden de ayrıca gururluyuz" dedi.

Büyük Önder Mustafa Kemal Atatürk'e gazilik unvanı verilmesinin 100. yıldönümünde Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) üyesi markalar tarafından gaziler ve şehit yakınları için özel bir kampanya düzenlenecek. BMD üyesi 100'e yakın marka, gazi ve şehit yakınlarının 19 Eylül'de yapacakları alışverişlerde yüzde 10 - 50 arasında değişen oranlarda indirim yapacak.

BMD Başkanı Sinan Öncel, ulusal bağımsızlık başta olmak üzere ülkenin tüm değerlerini canları, kanları pahasına mücadele eden şehit ve gazilere borçlu olduklarını söyledi. Mustafa Kemal Atatürk'ün de bir gazi olduğunu hatırlatan Öncel, şunları söyledi:

"Büyük Önder'e 1921'de Sakarya Meydan Muharebesi sırasında atından düşerek yaralanması nedeniyle TBMM tarafından 'gazi' unvanı verilmişti. İşte o gazilik unvanının verilmesinin 100. yıldönümü olduğu için 19 Eylül'deki 'Gaziler Günü'nde çok daha büyük bir heyecanla kahramanlarımıza şükranlarımızı sunacağız. Gaziler Günü ile ilgili farkındalığı arttırmak için Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı tarafından 'işbirliği yapılacak sivil toplum örgütü' olarak BMD'nin seçilmesinden ayrıca gururluyuz. Bu güne özel BMD üyesi 100'e yakın markamız 19 Eylül'de gazilerimizin ve şehitlerimizin yakınlarının yapacakları alışverişlerde yüzde 10 ile yüzde 50 arasında indirim uygulayacak. İndirim yapacak markalarımız Bakanlık tarafından şehit

yakınları ve gazilerimize iletilecek. Ayrıca biz de BMD'nin birleşmismarkalar.org adresinden duyuracağız. Mağazalarımız o güne özel afişlerle donatılırken çalışanlarımız da yakalarına gaziler günü rozeti takacak. Gazilerimize şükran duygularımızı belirtirken farkındalığın artmasına biraz olsun katkıda bulunabileceğimiz için mutluyuz. Kampanyamıza destek veren tüm BMD markalarına teşekkür ediyorum."

Öte yandan Gaziler Günü ile ilgili BMD tarafından hazırlanan ve Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı tarafından da onaylanan kamu spotu, 19 Eylül'de televizyonlarda gösterime girecek. Kamu spotunda Mardin Nusaybin'de binbaşı rütbesi ile katıldığı hendek operasyonları sırasında yaralanarak gazi olan Necmettin Tetik rol aldı. Necmettin Tetik halen albay rütbesi ile Jandarma Özel Asayiş Komutanlığında 'Eğitim Öğretim Başkanı' olarak görev yapıyor.

5 EKİM 2021

HAMMADDE VE ENERJİ MALİYETLERİ İLE KÜRESEL ENFLASYON PERAKENDE SEKTÖRÜNÜ ZORLUYOR

Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) Başkanı Sinan Öncel, perakende sektörünün güncel en önemli sorunlarının hammadde ve enerji maliyetlerindeki artış ve küresel enflasyon olduğunu söyledi. Öncel, perakende sektörünün borçluluk oranının da sektör için önemli bir sorun olmaya devam ettiğini bildirdi.

BMD'nin Fast Company Dergisi ve Dünya Gazetesi'nin iş birliğinde düzenlediği "Perakende Dünyasında Neler Oluyor? / Küresel Yeni Müşteri" başlıklı toplantıda konuşan Sinan Öncel, Türk perakende sektörünün 2020'yi diğer ülkelerle kıyaslandığında nispeten daha az hasarla geçirdiğini söyledi. Pandemi sürecinde dünyada birçok markanın iflas ettiğini hatırlatan Öncel, şöyle devam etti.

"Türkiye'de perakende sektörünün süreci daha az hasarla atlatmasında başta Kısa Çalışma Ödeneği olmak üzere devlet desteklerinin büyük katkısını gördük. Markalarımız ciro olarak son üç ayı çok verimli geçirdi. Ancak sektörün

borçluluk oranı çok yüksek. Borçlarımızı ödeyebilmemiz için alışverişte canlılığın devam etmesi gerekiyor. Perakende sektörünün bugün en büyük sorununu hammadde ve enerji maliyetlerindeki artışla küresel enflasyon oluşturuyor."

Sinan Öncel BMD olarak pandemi sürecinde aylık anketlerle sektörün nabzını tuttuklarını, üye sayısını 145'ten 175'e, dernek çatısı altındaki marka sayısını da 430'a yükselttiklerini sözlerine ekledi.

TİM BAŞKANI İSMAİL GÜLLE: EYLÜL'DE İHRACATTA 20 MİLYAR DOLAR EŞİĞİNİ AŞIP 21 MİLYAR DOLARA ULAŞTIK

Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM) Başkanı İsmail Gülle de dünyada pandemi ile birlikte çok büyük bir değişim ve dönüşüm yaşandığını vurguladı. Pandemin başındaki üç aylık sıkıntılı dönemin ardından Türkiye'nin hızla toparlandığını anlatan Gülle, sözlerini şöyle sürdürdü:

"Tedarik zincirindeki kırılmanın da etkisiyle Türkiye için çok önemli bir fırsat doğdu. Hemen her sektöre yoğun bir sipariş var. Kapasiteler arttı. Firmalarımız finansmandan çok çalıştıracak eleman bulmakta zorlanıyorlar. İhracatımız hızla artıyor. Eylül ayında 20 milyar dolar eşikini aşıp 21 milyar dolara yaklaştık. Ocak-Eylül döneminde ise geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 36 artış ile 161 milyar dolara ulaştık. Yılı hedefimizin çok üzerinde bir ihracatla kapatacağız. 2022'de 250 milyar doları, 2026'da ise 300 milyar doları yakalayacağımıza inanıyorum."

LC WAIKIKI YÖNETİM KURULU BAŞKANI VAHAP KÜÇÜK: 4 KİTADAYIZ, EN SON PERU'DA MAĞAZA AÇTIK

2010'larda yurt dışına açılmaya başladık. Bu yıllarda tüm önemli global markalar Türkiye'ye gelmişti. İlk mağazayı Romanya'da açtık. Arkasından pek çok ülkede mağazalarımızla yer aldık. Batı'da ise Almanya'da ilk mağazamızı tüketici ile buluşturduk. Ancak başarılı olamadık.

Biz doymuş pazarlardan öte gelişmekte olan, fırsat sunan ülkelerde bölgenin en iyi mağazalarını açıyoruz. Yurt dışın-da 600'ün üzerinde mağazamız var. Afrika, Ortadoğu gibi ülkelere geç kalmadan, tam zamanında gidip oyun kurucu olmak lazım. Çünkü Batı ülkelerinde geç kalmak diye bir şey yok. En son Güney Amerika'da Peru'da mağaza açtık. 4 kıtada mağazamız var. Bu pazarlarda büyümeye devam edeceğiz. Zamanı geldiğinde Almanya, İngiltere, ABD gibi ülkelerde de mağaza açmayı hedefliyoruz.

KOTON EŞ BAŞKANI YILMAZ YILMAZ: PANDEMİDE E-TİCARET ÇOK BÜYÜDÜ AMA KÂRLILIK AYNI ORANDA BÜYÜMEDİ

Biz İstanbul depremini beklerken, tüm dünyayı sarsan pandemi depremi ile karşı karşıya kaldık. Mağazalarımız kapalı kaldığı dönemde e-ticaret hiç kimsenin beklemediği oranda çok büyüdü. Ancak bu büyüme çok da karlı olmadı. Biz 30'un üzerinde ülkede e-ticaret platformları ile çalışıyoruz. Kârlılığı artıracak önlemler almamız gerekiyor.

Bununla beraber temmuz ayından bu yana talep patlaması var. Yüzde 100'ün üzerinde satış büyümesi gördük. Özellikle beyaz yakalıda pandemi döneminde harcamadığı bir birikim oluştu. Geçen 1.5 yılda evlerimize kapandık. Bu süreçte kimimiz kilo aldı, kimi zayıfladı. Çocuklar büyüdü. Bedenlerimiz değişti. Bunlar mağazaların açılışıyla birlikte yeni alışverişe döndü. Bu kış da yüksek talep devam edecek. Ardından normale döneceğiz.

HEPSİBURADA İŞ GELİŞTİRME GRUP BAŞKANI MUTLU ERTURAN: SEKİZ YIL SONRASININ HEDEFLERİNİ İKİ YILDA YAKALADIK

Pandemin damga vurduğu 2020 hem insanlık tarihi hem de perakende için çok farklı bir yıl oldu. 2020'de küresel ölçekte perakendenin yüzde 5, e-ticaretin yüzde 15 büyüyeceğini öngörüydük. Oysa perakende yüzde 6 küçülürken e-ticaret yüzde 26 büyüdü. COVID-19 her şeyi çok

hızlandırdı. 8 yıl sonrası için öngördüğümüz hedefleri iki yılda yakaladık. E-ticaret perakende için ana kanallardan biri haline geldi.

GETİR KURUCU ORTAK TUNCAY TÜTEK TUNCAY TÜTEK: YIL SONUNA KADAR ABD İLE BİRLİKTE ÜLKE SAYISINI DOKUZA ÇIKARACAĞIZ

Getir'in başarısının temelinde yapmak istediğimiz işi teknoloji ile buluşturmak oldu. Müşteriye ürünü 10 dakikada ulaştırma hedefi ile işimizi kurguladık. Yani insanlara zaman satıyoruz. İnsanlara zaman satma işini ilk biz keşfettik. Türkiye'nin yanı sıra İngiltere, Almanya, Hollanda, Fransa, İtalya, İspanya'da operasyonlarımız var. Yıl sonuna kadar ABD ile birlikte ülke sayısını dokuza çıkaracağız.

18 EKİM 2021 HAM MADDE KRİZİ VE ENFLASYON ATEŞİ İLE MÜCADELE EDEN ORGANİZE PERAKENDEYİ ZOR BİR KIŞ BEKLİYOR

Markaların yeni sezon için maliyet yapmakta zorlandığını vurgulayan Sinan Öncel, "Üretici fiyat verirken ham madde maliyetinin yanı sıra döviz kurundaki ve enerjideki artışı, yılbaşından itibaren öngördüğü asgari ücret ve kira zammı gibi farkları da hesaba katıyor. Dolayısı ile maliyetlerin önümüzdeki aylarda ister istemez tüketiciye de bir yansımaları olacak" dedi.

Cirolarda Haziran ayından itibaren başlayan hızlı artışla pandeminin hasarını onarmaya başlayan organize perakende sektörü ham madde krizi ve enflasyon baskısı nedeniyle kışa endişeli hazırlanıyor. Son aylarda maliyeti hızla artan ham maddeye erişimde de zorlanan sektörde üretimdeki gecikmelere bağlı olarak rafta tükenen ürünü yerine koyamama riski giderek büyüyor.

Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) Başkanı Sinan Öncel, pandemi nedeniyle 2020'yi ortalama yüzde 40 – 50 ciro

kaybı ile kapatan sektörün, Haziran ayından itibaren alışverişte başlayan canlanmayla rahat bir nefes aldığını bildirdi. Turizmin de katkısıyla çok verimli yaz dönemi geçirdiklerini anlatan Öncel, sözlerini şöyle sürdürdü:

ORGANİZE PERAKENDE İÇİN EKİM SONU İLE BİRLİKTE 'YAZ BİTTİ' DİYE BİLİRİZ

"BMD üyeleri arasında yaptığımız ankete göre markalarımız Eylül'de geçen yılın aynı ayına göre ortalama yüzde 70 daha fazla ciroya ulaştılar. Hem fiziki mağazalarımızda hem de online alışverişte canlılığın Ekim'de de devam ettiğini gözlemliyoruz. Ancak ciro artışı ile pandemi hasarını onarmaya başlamanın huzurunu yaşayamadan ortaya çıkan sorunlar moralimizi büyük ölçüde bozdu. Örneğin ham madde maliyetleri son birkaç ayda ortalama yüzde 50'nin üzerinde arttı ve artmaya devam ediyor. Dahası yüksek maliyeti göze alsak bile ham madde bulmakta sıkıntı çekiyoruz. Ham maddeye erişimdeki zorluk nedeniyle üretim gecikiyor. Önümüzdeki aylarda raflarda eksilen ürünü yerine koyamama gibi bir riskle karşı karşıyayız. Öte yandan, döviz kurunun geldiği seviye ve enflasyon ateşinin yükselmesi nedeniyle markalarımız yeni sezon için maliyet yapmakta zorlanıyor. Çünkü üretici fiyat verirken ham madde maliyetinin yanı sıra döviz kuru ve enerji fiyatındaki artışı, yılbaşından itibaren öngördüğü asgari ücret ve kira zammı gibi farkları da hesaba katıyor. Dolayısı ile organize perakende için Ekim sonu ile birlikte 'yaz bitti' diyebiliriz. Kasım'dan itibaren çetin bir kış dönemi bizi bekliyor."

BAŞTA İPLİK OLMAK ÜZERE BAZI HAM MADDE VE ARA MALLARDA GÜMRÜK VERGİSİ SIFIRLANMALI

Perakende sektörünün maliyet artışlarını aylardır tüketiciye yansıtmamaya çalıştığını anlatan Sinan Öncel, Eylül ayı itibarı ile ÜFE ve TÜFE arasındaki 25 puanlık farka dikkat çekti. Mevcut durumun sürdürülebilir olmadığını vurgulayan Öncel, maliyetlerin ister istemez tüketiciye de yansayacağını, yeni sezon ürünlerin geçen yıla göre yüzde 30 – 40 daha pahalı raflara çıkacağını bildirdi. Öncel,

"Bu bizim arzu ettiğimiz bir tablo değil. Daha önce de çok zorlu sınavlardan geçen bir sektör olarak her şeye rağmen iyimserliğimizi koruyoruz. Sorunun daha fazla büyümemesi için başta iplik ve petro kimya olmak üzere kritik ham maddelerle ara mallarda gümrük vergisini en azından yılbaşına kadar sıfırlayarak maliyet baskısını frenleyebiliriz. Döviz kuru ve enflasyonun artacağına dair piyasalarda oluşan beklentiye kırarak hamleler de yapılabilirse yeniden rahat nefes alabiliriz" diye konuştu.



19 KASIM 2021

HAM MADDE MALİYETLERİNDEKİ ARTIŞ ORGANİZE PERAKENDE CİROLARINA FARK ATTI

Ham madde fiyatlarının uluslararası piyasalarda da arttığını ancak Türkiye'ye yansımalarının çok daha yüksek olduğunun altını çizen BMD Başkanı Sinan Öncel, "İmalatta en çok kullanılan ham madde ve ara mallardan pamuk ipliğinin kilosu son bir yılda 2,9 dolardan 5,75 dolara, PV-C'nin tonu 900 dolardan 3 bin 750 dolara yükseldi. Diğer petrokimya ürünlerinin fiyatı da en az yüzde 100 arttı" diye konuştu.

Organize perakende sektöründe Ekim ayında geçen yılın aynı dönemine göre ortalama yüzde 60 – 70 artan cirolar, ham madde maliyetlerini hızına yetişemiyor. Ham madde maliyetlerinde bir yıllık artışın cirolara fark attığını vurgulayan Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) Başkanı Sinan Öncel, mevcut tablonun sürdürülebilir olmadığını söyledi. Öncel, ham madde krizine çözüm üretilememesi durumunda, raflardaki ürün fiyatlarının artmaya devam edeceğine ve mağazaların ayakta kalma şansının ise azalacağına dikkat çekti.

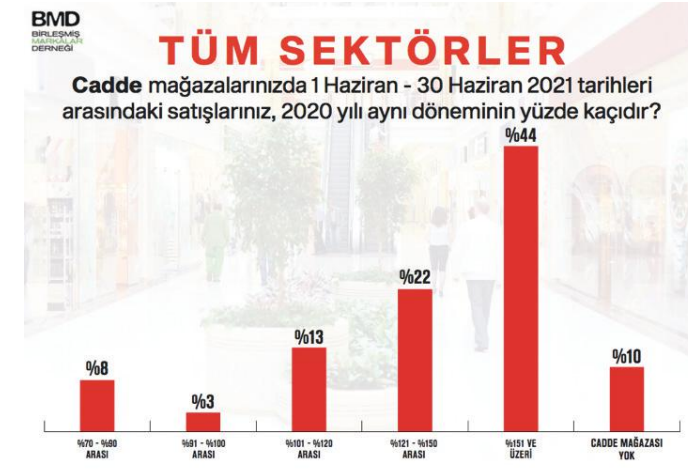
Perakende cirolarında Haziran ayından itibaren başlayan canlılık Ekim ayında da devam etti. BMD'nin üyeleri arasında yaptığı ankete göre markaların Ekim ayı ciroları geçen yıla göre ortalama yüzde 60 – 70 arttı. Anketi değerlendiren BMD Başkanı Sinan Öncel, ciro özelinde baktığında yüksek oranlı bir artış görülmekle birlikte adet satışlarında henüz 2019'daki düzeye ulaşamadıklarını bildirdi. Markaların adet satışlarının 2019'a göre ortalamada yüzde 8 – 10 daha geride olduğunu anlatan Öncel, şöyle devam etti:

100 TL'YE SATTIĞIMIZ ÜRÜNÜN YENİSİNİ ÜRETEBİLMEMİZ İÇİN 160 – 170 TL GEREKİYOR

"Cirolarda yüzde 60 – 70 yukarıda olmamız kimseyi ya-

nıltmamalı. Çünkü Ekim 2020'de pandemi etkisi ile markalarımızın önemli bir bölümünün 2019 cirolarının yüzde 80'inini bile yapamadığını unutmamamız gerekiyor. Öte yandan, son bir yıldaki fiyat artışlarını da hesaba kattığımızda daha gerçekçi bir sonuca ulaşabiliriz. Her şeye rağmen verimli bir yaz döneminin ardından Ekim cirolarından da genel olarak memnunuz.

Ancak küresel bir sorun olmakla birlikte Türkiye'de daha çok hissedilen ve döviz bazında da artmaya devam eden ham madde maliyetleri bizi endişelendiriyor. Örneğin, imalatta en çok kullanılan ham madde ve ara mallardan pamuk ipliğinin kilogramı son bir yılda 2,9 dolardan 5,75 dolara, PVC'nin tonu 900 dolardan 3 bin 750 dolara çıktı. Diğer petrokimya ürünlerinin fiyatları da en az yüzde 100 arttı. Dahası fiyatlar sabahtan akşama değişiyor. Perakendecinin 100 TL'ye sattığı ürünün yerine yenisini üretebilmesi için en az 160 – 170 TL gerekiyor. Dolayısı ile cirolardaki artış ham madde kaynaklı maliyet artışlarını karşılamaya yetmiyor. Daha açık ifade etmem gerekirse maliyet artışları cirolara fark attı. Yılbaşından sonra ham maddenin yanı sıra enerji ve işçilik maliyetlerinde de ciddi artışlar bizi bekliyor. Perakendeci aylardır kârından fedakârlık ederek maliyetlerin büyük kısmını sineye çekiyor. Ancak artık istesek de fedakârlık yapacak marjımız yok. Çözüm üretmezsek mağaza kapatma gibi bir seçenekle karşı karşıya kalacağız. Maliyet artışlarının raflardaki fiyatlara, yani tüketiciye yansımalarını yeni sezonla birlikte görmeye başlayacağız.



Enflasyonla mücadeleyi de olumsuz etkileyen sorunun çözümü için çağrımızı buradan bir kez daha yinelemek istiyorum.

Perakendeciler olarak biz pamuk ipliği ve petrokimya başta olmak üzere imalat için gerekli ham maddelerin ithalatında uygulanan ek vergilerin geçici süreyle sıfırlanmasını istiyoruz."

Tedarik zincirindeki değişimin etkisi ile son aylarda Türkiye'de tüm sektörlerde yoğun bir sipariş talebi olduğunu hatırlatan Öncel, ham madde maliyetlerinde kolaylık sağlanması halinde mevcut durumun uzun soluklu bir fırsata dönüştürülebileceğini de sözlerine ekledi.

14 ŞUBAT 2022

PERAKENDE CİROLARINA OCAK'TA KAR VE ENFLASYON FRENİ

Ciroların Şubat'ın ilk yarısında da istenen düzeye ulaşmadığını bildiren BMD Başkanı Sinan Öncel, "Ham madde ve navlundaki aşırı artışa çözüm bulamamışken yılbaşından itibaren enerji maliyetlerinde iki katın üzerinde orantısız bir artışla karşı karşıya kaldık. Markalarımızın mevcut maliyetlerle bu yükü taşıyabilmesi çok zor. Acilen enerji başta olmak üzere maliyet artışlarına çözüm bulmamız gerekiyor, turist satışları bu yıl çok daha önemli hale geldi" dedi.

Pandeminin yaralarını 2021'in ikinci yarısında kısmen de olsa saran perakende sektörü, 2022'nin ilk ayını sıkıntılı tamamladı. Perakende markalarının ciroları, Ocak'ta, Aralık ayına göre ortalama yüzde 20 azaldı.

Birleşmiş Markalar Derneği'nin (BMD) üyeleri arasında yaptığı 'Ocak 2022 Anketi', geçen ay perakende markalarının cirolarında öngörülenin üzerinde bir kayıp olduğunu ortaya koydu. Ocak cirolarının hemen her yıl aralık ayına göre ortalama yüzde 10 daha düşük kaldığını hatırlatan BMD Başkanı Sinan Öncel, Bankalararası Kart Merkezi'nin (BKM) verilerinde de benzer bir sonucu gördüklerini bildirdi. Bu yıl normalin iki katı bir kayıpla karşı karşıya kaldıklarını anlatan Öncel, şöyle devam etti:

"Üyelerimizin yüzde 80'i AVM ve caddelerdeki mağazalarında Ocak'ı Aralık ayına göre daha düşük ciro ile kapattı. Ortalamada yüzde 20'lik bir ciro kaybı ile karşı karşıyayız. Mağazalara göre daha az olmakla birlikte e-ticaret cirolarında da gerileme var. Ciroda beklentilerin üzerindeki kaybın iki nedenden kaynaklandığını düşünüyoruz. Birincisi yeni yılın ücret zamları Şubat'ta yansıdığı için insanlar ihtiyaç alışverişlerini erteledi. İkincisi ise İstanbul başta olmak üzere ülkenin büyük bölümünü etkileyen sert kış koşulları. Soğuk hava ve kar yağışı, yaklaşık 10 gün boyunca mağazaların müşteri trafiğini olumsuz etkiledi. Bu ayın ilk yarısında da cirolarda istediğimiz düzeyi yakalayamadık. Ham madde ve navlun maliyetlerindeki yüksek artışa çözüm bulamamışken yılbaşından itibaren enerji maliyet-

lerinde iki katın üzerinde orantısız bir artışla karşı karşıya kaldık. Markalarımızın mevcut cirolarla bu yükü taşıyabilmesi çok zor görünüyor. Acilen enerji başta olmak üzere maliyetlerdeki artışa bir çözüm bulmamız gerekiyor.”

YERLİ TÜKETİCİNİN ALIM GÜCÜ AZALIYOR, UMUDUMUZ TURİST HARCAMALARI

Sinan Öncel, yüksek enflasyon nedeniyle alım gücü zayıfladığı için yerli tüketicinin önümüzdeki aylarda gıda dışı harcamalarında kısıntıya gidebileceğini öngördüklerini belirterek, “Cumartesi günü açıklanan ekonomi paketindeki KDV indirimi gıda harcamalarına katkı sunacak ve benzer uygulamalar olumlu bir hava yaratacak. Ancak bu yıl markalarımızın yabancı turistlerden beklentisi çok daha yüksek. Mart’tan sonra turizmle birlikte yabancı alışverişindeki canlanmanın markalarımızın cirolarına pozitif yansımaları bekliyoruz” dedi.

BKM verilerine göre 2021’de Türkiye’de yabancı kartlarla yaklaşık 150 milyar TL’lik alışveriş yapıldığını bildiren Öncel, bu yıl bu hacmin 250 milyar TL’nin üzerine çıkabileceğini tahmin ettiklerini sözlerine ekledi.

14 MART 2022

ORGANİZE PERAKENDE ŞUBAT’TA KADINLAR SAYESİNDE NEFES ALDI

nMarkaların işletme sermayelerini koruyabilmeleri için cirolarını artırmaları gerektiğini vurgulayan BMD Başkanı Sinan Öncel, “Görece bir iyileşme olmakla birlikte Ocak’tan sonra Şubat’ta da markalarımızın çoğu beklenen ciroya ulaşamadı. Geçen ay 14 Şubat sevgililer günü nedeniyle sadece kadına yönelik giyim, kozmetik gibi ürün satışı yapan markalarımızın cirolarında ortalama yüzde 20-30’luk bir artış oldu” dedi.

Ham madde ve enerji maliyetlerine çözüm arayan organize perakende, Ocak’tan sonra Şubat ayında da beklediği ciroya ulaşamadı. Sektör geçen ay ‘14 Şubat’ etkisiyle ka-



dınlara yönelik ürünlerin satış cirolarındaki artış sayesinde biraz nefes alabildi.

Birleşmiş Markalar Derneği’nin (BMD) üyeleri arasında yaptığı ‘Şubat 2022 Anketi’, Ocak’taki büyük kaybın ardından ciroların geçen ay da toparlanamadığını ortaya koydu. Anketi değerlendiren BMD Başkanı Sinan Öncel, perakende cirolarının Ocak’ta geçen yılın Aralık ayına göre ortalama yüzde 20 daraldığını hatırlattı. Ciroların Şubat’ta da beklenenin altında kaldığını bildiren Öncel, şöyle devam etti:

ELEKTRİK, KİRA VE ORTAK ALAN GİDERİNİN YANINDA ÜÇÜNCÜ MALİYET KALEMİ OLDU

“Ham madde ve navlun maliyetleri çok yüksek. Üstüne yılbaşından bu yana bir de elektrik maliyetleri eklendi. Elektrik AVM’lerde kira ve ortak alan giderinin yanında perakendeci için üçüncü büyük gider kalemi oldu. Bazı mağazalarda kiranın yüzde 15-20’si kadar elektrik faturası geliyor. Üstüne üstlük iki buçuk aydır istikrar kazanan döviz kurları yeniden yükselmeye başladı. Dolar 15 TL sınırına dayandı. Kurdaki hareket hemen ham madde maliyetlerine yansıyor. Dahası belirsizlik ortamında ham madde tedarikçisi peşin satışa döndüğü için üreticinin piyasa kredisi bitiyor. Yüksek maliyet nedeniyle kredi kullanamayan perakendecinin işletme sermayesini koruyabilmesi için ciroyu artırması gerekiyor. BMD üyelerimizin yarıya yakın bölümünü hazır giyim markalarımız oluşturuyor. Bankalararası Kart Merkezi (BKM) verilerine göre Aralık’ta 16,6 milyar TL olan giyim ve aksesuar harcamaları, TÜFE’deki yüzde 11 artışa rağmen, Ocak’ta yüzde 18,5 düşüşle 13,7 milyar TL’ye gerilemişti. Kan kaybı erkek giyimde Şubat’ta da devam etti. Erkek giyim markalarımızın üçte ikisi Şubat’ta Ocak cirolarına bile ulaşamadı. Geçen ay 14 Şubat sevgililer günü nedeniyle sadece kadına yönelik giyim, kozmetik gibi markalarımızın cirolarında ortalama yüzde 20-30’luk bir artış oldu. Bir başka ifade ile perakende Şubat ayında kadınlar sayesinde biraz olsun nefes alabildi.”

Pandemide zor günler geçiren tedarik zincirinde Rus-

ya-Ukrayna savaşı nedeniyle büyük belirsizlikler yaşandığını hatırlatan Sinan Öncel, son aylarda akaryakıt ve elektrik fiyatlarındaki artışın maliyetleri doğrudan yukarı çektiğini vurguladı. Öncel, “Bu tablonun uzun süre devam etmesi durumunda perakende sektöründe daralmaların yaşanması kaçınılmaz görünüyor” diye konuştu.



18 NİSAN 2022

MARKALARIN MART AYI CİROLARI FİYAT ARTIŞI VE TURİSTE SATIŞ DOPİNGİYLE YÜZDE 30 YÜKSELDİ

Fiyat artışlarının bir süre daha devam edeceğini öngördüklerini belirten BMD Başkanı Sinan Öncel, “Tablo özellikle sabit ve dar gelirli yerli tüketicinin alım gücünün önümüzdeki aylarda zayıflayacağı anlamına geliyor. Dolayısı ile bu yıl markalarımız açısından turist alışverişi hayati önem taşıyor. Son yıllarda Türkiye’de kartlı harcamalarda yabancıların payı yüzde 8 düzeyindeydi. Bu yıl oranın yüzde 10’un üzerine çıkabileceğini öngörüyoruz” dedi.

Perakende sektöründe ocak ayında tahminlerin üzerinde daralan cirolar, yılın ilk çeyreği bitmeden büyük ölçüde toparlandı. Bünyesinde Türkiye’nin önde gelen 454 markasını bulunduran Birleşmiş Markalar Derneği’nin (BMD) üyeleri arasında yaptığı ankete göre, mart ayında cirolar şubata göre ortalama yüzde 30 artış gösterdi.

BMD Başkanı Sinan Öncel, mart ayı ile birlikte pandemi dede de iki yılı geride bıraktıklarını hatırlattı. Cirolardaki artışa rağmen markaların adet satışlarında henüz pandemi öncesindeki rakamlara ulaşamadığının altını çizen Öncel, şöyle devam etti:

“Cirolardaki artışın iki temel nedeni var. Birincisi maliyetlere bağlı olarak fiyatlar artıyor. İkincisi ise turist alışverişi. TL değer kaybettiği için Türkiye’de fiyatlar yabancılar açısından çok cazip. Mart ayının sonuçlarını henüz bilmiyoruz ama ilk iki ayda ülkemizi ziyaret eden turist sayısı geçen yıla göre yüzde 169 artarak 2 milyon 823 bine ulaştı. Gözlemlerimiz ve turistlerin ziyaret ettiği mağazalarda elde edilen cirolar, martta da yabancıların yoğun alışveriş yaptığını gösteriyor. Diğer taraftan son üç ayda tüketici fiyatları kümülatif olarak yüzde 23 arttı. Ancak hazır giyim ve ayakkabı kategorileri başta olmak üzere markalar piyasa koşulları nedeniyle maliyetleri fiyatlara yansıtamıyor. Mart ayı itibarı ile ÜFE ve TÜFE arasındaki fark yüzde 53,8’e ulaşmış bulunuyor. Bu durum bir yandan kârsızlığı

getirirken diğer taraftan önümüzdeki aylar için fiyat artışı riskini barındırıyor. Tablo özellikle sabit ve dar gelirli yerli tüketicinin alım gücünün önümüzdeki aylarda zayıflayacağı anlamına geliyor. Dolayısı ile bu yıl markalarımız açısından turist alışverişi hayati önem taşıyor. Son yıllarda Türkiye’de kartlı harcamalarda yabancıların payı yüzde 8 düzeyindeydi. Bu yıl oranın yüzde 10’un üzerine çıkabileceğini öngörüyoruz.”

ÇALIŞANLARA YAPILAN GIDA YARDIMLARI VERGİDEN MUAF TUTULMALI

Sinan Öncel, markaların bir yandan maliyetleri fiyatlara yansıtmamak için kârlarından fedakârlık ederken diğer taraftan da çalışanların özellikle gıdaya erişimlerini kolaylaştırmak için çözüm yolları aradıklarını bildirdi. Personelin haklı olarak yemek ücretlerinin azlığından şikâyet ettiğini belirten Öncel, “Günlük yemek ücretinin halen 36,72 TL’lik bölümü vergiden muaf tutuluyor. Bu tutarın en az 60 TL’ye çıkarılması hem çalışanlarımızı hem de firmalarımızı rahatlatacak. Ayrıca yıl içinde firmaların personele yaptığı gıda desteklerinin de vergiden muaf tutulması gerektiğini düşünüyoruz” dedi.



24 MAYIS 2022

ENFLASYONLA MÜCADELEYE KATKI İÇİN MARKALARDAN UÇ MADDELIK ÖNERİ

Enflasyonun nisan ayında yüzde 70’e dayandığını hatırlatan BMD Başkanı Sinan Öncel, kira artışlarına esas olan yıllık TÜFE ortalamasında bir üst sınır belirlenmesini, mülk sahiplerine kira gelirleri için belli bir süre vergi muafiyeti ya da indirim getirilmesini, genel gider yönetmeliğinin de sektörün beklentileri doğrultusunda güncellenerek bir an önce çıkarılmasını önerdi.

Organize perakendede canlılık nisanda da genel olarak sürerken maliyetlerde ve giderlerde tahminlerin üzerindeki artış, sektörü endişelendiriyor. Sektörün önümüzdeki aylarda zorlanmaya başlayacağını vurgulayan Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) Başkanı Sinan Öncel, maliyet artışlarının frenlenmesi ve enflasyonla mücadele için üç maddelik öneride bulundu.

BMD’nin üyeleri arasında yaptığı Nisan Ayı Anketi’nin sonuçlarını değerlendiren Sinan Öncel, şubattan itibaren yükseliş trendine giren ciroların nisanda dalgalı bir seyir izlediğini bildirdi. Tüketicinin fiyat artışı beklentisi ile ihtiyaçlarını öne çekmesi nedeniyle satışların genel olarak iyi gittiğini, ancak maliyetleri fiyata yansıtamayan markalar için marjın daraldığını vurgulayan Öncel, şunları söyledi:

KİRALARDA YASAL ORANIN ÜZERİNDE KEYFİ ARTIŞLARLA KARŞI KARŞIYAYIZ

“Organize perakende için kira ve AVM’lerdeki genel giderler en önemli maliyet kalemlerinden birini oluşturuyor. Bazı AVM’lerde kiranın yüzde 20’sine varan oranlarda genel gider faturası kesiliyor. Biz yıllardır AVM’lerde kontrolsüz ve şeffaf olmayan genel giderlerden şikâyet ederken üstüne bir de özellikle cadde mağazalarının kiralarında yasal sınırın üzerinde keyfi artışlarla karşı karşıya kalmaya başladık. Kira artışları önümüzdeki aylarda perakendeci için çok daha yakıcı bir sorun haline gelecek. Nisan ayı itibarı ile ÜFE ve TÜFE arasındaki fark yüzde 52’ye ulaşmış bulunuyor. Ülkemiz için ciddi bir sorun haline gelen ve yüzde 70’e dayanan tüketici enflasyonunun frenlenmesi, özellikle sabit ve dar gelirli kesimlerin alım gücünün daha da düşmemesi için önerilerimiz şöyle:

- Konut ve işyerlerindeki kira artışlarında TÜFE ortalamasına bir üst sınır belirlenmesi;
- Mülk sahiplerine kira gelirleri için belli bir süre vergi muafiyeti ya da indirim getirilmesi;

- AVM'lerde maliyetlere doğrudan yansıyan genel giderlerle ilgili yönetmeliğin perakende sektörünün beklentileri doğrultusunda tamamlanarak bir an önce yürürlüğe girmesi.

Türkiye'de ve dünyada enflasyon ve kira artışlarının önemli bir sorun olduğunu gözlemliyoruz. Sadece ülkemizde değil dünyada da özellikle kira artışlarını frenlemek için çeşitli önlemler tartışılıyor. Örneğin Hollanda'da hükümet konutlarda kira artışına sınırlama getirecek bir düzenleme üzerinde çalışıyor. Enflasyonun Hollanda'ya göre çok daha ciddi bir sorun olduğu ülkemizde benzer bir önlemin gerektiğini düşünüyoruz.



Bu yönde atılacak bir adımın özellikle cadde mağazaların da karşı karşıya kaldığımız yasal oranın üzerinde ve keyfi kira artışlarını dizginleyeceğine inanıyorum.” Sinan Öncel, önerilerinin uygulamaya geçirilmesi halinde toplumun hemen her kesiminin rahat bir nefes alacağını, mahkemelerin gündeminde bulunan yüzlerce kira uyarılma davalarına yenilerinin eklenmesinin de önlenmiş olacağını sözlerine ekledi.

08 HAZİRAN 2022

PERAKENDECI İŞYERİ KİRALARINA DA ÜST SINIR İSTİYOR

Kiranın perakende sektörü için en önemli maliyet kalemlerinden biri olduğunu vurgulayan BMD Başkanı Sinan Öncel, “Her türlü mal ve hizmetin maliyetindeki artış er veya geç fiyatlara yansıyor. Mülk sahipleriyle kiracıyı çatışmaya itmeden onlara da bazı vergi kolaylıkları getirerek, işyeri kiralarna da üst sınır getirilirse en azından maliyet kalemlerinden birindeki artış frenlenmiş olacağı için TÜFE'nin dizginlenmesine çok önemli bir katkı yapacağına inanıyorum” dedi.

Maliyetlerde hız kesmeden devam eden artış nedeniyle perakende sektöründe oluşan tedirginlik giderek büyüyor. Sektör temsilcileri, konuttakine benzer bir şekilde işyeri kiralarnadaki artışa da sınır koyulmasını, mülk sahiplerine de vergi kolaylığı getirilmesini istiyor.

Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) Başkanı Sinan Öncel, perakende sektörü için kira giderlerinin en önemli maliyet kalemlerinden biri olduğunun altını çizdi. Kira artışlarına TÜFE'nin belli bir oranını geçmeyecek şekilde üst sınır getirilmesi yönündeki önerilerini geçen ay kamuoyu ile paylaştıklarını hatırlatan Öncel, şöyle devam etti:

“Adalet Bakanı Sayın Bekir Bozdağ'ın açıklamasından konut kiralarnadaki artışa üst sınır getirilmesi için çalışma yapıldığını öğrendik. Düzenleme tamamlanıp uygulamaya geçirildiğinde konutlarda bir yıl süreyle yüzde 25'in üzerinde kira artışı yapılamayacak. Biz benzer bir sınırın işyerleri de dahil tüm kiralarn için getirilmesi gerektiğini son haftalarda her platformda dile getiriyoruz. Çünkü kira perakende sektörü için en önemli maliyet kalemlerinden birini oluşturuyor. Her türlü mal ve hizmetin maliyetindeki artış da er veya geç fiyatlara yansıyor dolayısı ile enflasyon artıyor. İşyeri kiralarna da üst sınır getirilirse en azından maliyet kalemlerinden birindeki artış frenlenmiş olacak. Bu adımın atılması halinde mayıs ayı itibarı ile yüzde 73,50'ye ulaşan TÜFE'nin dizginlenmesine çok önemli bir katkı yapılacağına inanıyorum.”

Sinan Öncel, AVM'lerde bir türlü şeffaflaşamayan ve maliyetlere doğrudan yansıyan genel giderlerle ilgili yönetmeliğin de perakende sektörünün beklentileri doğrultusunda tamamlanarak bir an önce yürürlüğe girmesini beklediklerini sözlerine ekledi.

20 HAZİRAN 2022

MAĞAZALARIN TRAFİĞİ MAYIS AYINDA ARTTI, PANDEMİ İLE YÜKSELEN E-TİCARET HIZ KESTİ

Havanın ısınmasıyla birlikte mağazalara rağbetin arttığını bildiren BMD Başkanı Sinan Öncel, “Mayıs 2021'de üye-
rimizin yaklaşık yarısı toplam cironun en az yüzde 11'ini e-ticareten elde ediyordu. Geçen ay bu oran yüzde 30'a geriledi” dedi.

Küresel ticarete ve halk sağlığında derin izler bırakan pandeminin etkisini kaybetmesi ile birlikte alışveriş için

cadde ve AVM mağazalarına rağbet yeniden arttı. Pandemi döneminde olağanüstü bir hızla yükselen e-ticaretin perakende cirolarındaki payı ise düşüşe geçti.



Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) Başkanı Sinan Öncel, Ramazan Bayramı ve anneler günü alışverişinin de etkisiyle perakende sektörünün hareketli bir mayıs ayı geçirdiğini bildirdi. BMD'nin üyeleri arasında yaptığı Mayıs Ayı Anketi'nin sonuçlarını değerlendiren Sinan Öncel, fiyatların daha fazla artacağı endişesi ile ihtiyaç alışverişinin öne çekilmesinin de etkisiyle geçen ay ciroların ortalama yüzde 30-35 arttığını bildirdi. Ciroları ağırlıklı olarak yeni sezon ürünlerindeki fiyat artışının yukarı taşıdığını belirten Öncel, şöyle devam etti:

TURİZM HAZİRAN-EYLÜL DÖNEMİNDE PERAKENDENİN LOKOMOTİFİ OLACAK

“Havanın ısınması ve pandeminin etkisini yitirmesi ile birlikte cadde ve AVM mağazalarımızın trafiğinde önemli bir artış oldu. Pandemi döneminde büyük bir sıçrama yapan e-ticaretin toplam ciro içindeki payında ise düşüş gözlemledik. Mayıs 2021’de üyelerimizin yaklaşık yarısı toplam cironun en az yüzde 11’ini e-ticaretten elde ediyordu. Geçen ay bu oran yüzde 30’a geriledi. Öte yandan, yerli müşterinin alışveriş adetlerinde henüz 2019 düzeyine ulaşamadık. Yerli tüketicinin alım gücünün giderek düşmesi ve kredi kartları ile ilgili son düzenlemenin tüketim harcamalarına olumsuz yansıtacağını öngörüyoruz. TL’deki değer kaybı yabancılar için ülkemizde alışverişi çok cazip hale getiriyor. Bazı lüks markalarda cironun yüzde 60-70’i yabancıardan elde ediliyor. Ortadoğu’dan, Avrupa’dan ve Rusya’dan gelen misafirlerimiz yoğun alışveriş yapıyorlar. Turizm haziran-eylül döneminde perakende sektörünün lokomotifi olacak gibi görünüyor.”

VADELİ ÖDEME BİR YANA AVANS VEREREK DAHİ ÜRETİM YAPTIRMAKTA ZORLANIYORUZ

Sinan Öncel, perakende sektörü için ham madde maliyetlerindeki artışın da ciddi bir sorun oluşturmaya devam ettiğini vurguladı. Piyasalarda maliyet artışlarının süreceği yönünde bir beklenti olduğunu belirten Öncel, “Firmalarımız vadeli ödeme bir yana avans vererek dahi üretim

yaptırmakta zorlanıyorlar. Piyasa peşin haricinde fiyat veremiyor. Ürettiğimiz her parti ürün bir öncekine göre daha pahalıya mal oluyor. Bu da firmalar için sermaye yetersizliğini ortaya çıkarıyor” dedi.

Sinan Öncel, firmalar için ham madde, enerji ve ücretlerin yanı sıra kiranın da önemli bir maliyet kalemi olduğunu hatırlattı. Öncel, konutlardaki gibi işyeri kiralarına da TÜFE’nin belirli bir oranını aşmayacak şekilde üst sınır getirilmesi durumunda kiracı-mülk sahibi çatışmasını önlemek için mülk sahiplerine kira gelirleri için vergi muafiyeti ya da indirim getirilmesini önerdi. rini sözlerine ekledi.

29 TEMMUZ 2022

ORGANİZE PERAKENDE SEKTÖRÜNDE CİRO YÜZDE 80 ARTTI, ADET SATIŞLARI DEĞİŞMEDİ.

Adet satışlarında istenen düzeye ulaşılamasa da perakende canlılığın devam ettiğini bildiren BMD Başkanı Sinan Öncel, “Turistlerin de katkısı ile bu hareketliliğin yaz sezonu boyunca süreceğini öngörüyoruz. Ekimden sonrası için bir tahminde bulunmak için henüz erken olmakla birlikte artan fiyatlar nedeniyle hem sektör hem de tüketici açısından kış sezonunun zorlu geçeceğini söyleyebiliriz” dedi.

Organize perakende sektöründe maliyet artışlarının etkisiyle cirolar geçen yaz oranla ortalamada yüzde 80 artarken, adet satışlarında pandemi öncesindeki düzey ancak yakalanabildi. Sektörde ham madde, enerji, dağıtım ve işçilik başta olmak üzere yüksek girdi maliyetlerinden kaynaklanan baskının devam ettiğini vurgulayan BMD Başkanı Sinan Öncel, kış sezonu ürünlerinde yıllık artışın ÜFE oranlarına yaklaşmasının şaşırtıcı olmayacağına dikkat çekti.

BMD’nin üyeleri arasında yaptığı Haziran Ayı Anketi’nin sonuçlarını değerlendiren Sinan Öncel, turistlerin etkisiyle perakende sektöründe ciro artışının hazırda da devam ettiğini bildirdi. BMD üyesi markaların cirolarında geçen yıla göre ortalama yüzde 80 artış olduğunu anlatan

Öncel, şunları söyledi:

ÜFE VE TÜFE ARASINDA 60 PUANLIK FARK BİR ŞEKİLDE FİYATLARA YANSIYACAK

“Yüzde 100 ve üzerinde ciro artışını yakalayan firmalar da var. Ancak cirolardaki bu artış adetlere tam olarak yansımıyor. Birçok markamız adet satışlarında pandemi öncesinin rakamlarına daha yeni ulaşabiliyor. Cirolardaki büyüme adetten değil, fiyat artışlarından kaynaklanıyor. Ham madde fiyatlarında bir gevşeme olmakla birlikte diğer girdilerdeki maliyet baskısı sürüyor. Haziran ayı verilerine göre ÜFE ve TÜFE arasında 60 puan fark bulunuyor. Firmalar bu maliyetleri önümüzdeki aylarda bir şekilde fiyatlara yansıtmak durumunda kalacak. Kış sezonu ürünlerinde yıllık bazda yüzde 100’e varan fiyat artışları şaşırtıcı olmayacak. Tüketicideki beklenti fiyat artışlarının devam edeceği yönünde. Bu nedenle imkânı olanlar ihtiyaç alışverişlerini öne çekiyor. Dolayısı ile adet satışlarında istenen düzeye ulaşılamasa da perakende sektöründe canlılık devam ediyor. Turistlerin de katkısı ile bu hareketliliğin yaz sezonu boyunca süreceğini öngörüyoruz. Ekimden sonrası için bir tahminde bulunmak için henüz erken olmakla birlikte hem sektör hem de tüketici açısından kış sezonunun zorlu geçeceğini söyleyebiliriz.”



18 AĞUSTOS 2022

Ticaret Bakanlığı’nın AVM Yönetmeliği’nde yaptığı değişikliği değerlendiren BMD Başkanı Sinan Öncel:

AVM YÖNETMELİĞİ’NDEKİ DEĞİŞİKLİK İLE ORTAK ALAN GİDERLERİ DAHA ADİL VE ŞEFFAF OLDU

Bazı AVM’lerde şeffaflıktan uzak ve adil olmayan ortak alan giderlerinin organize perakende sektörünün en önemli sorunları arasında yer aldığını vurgulayan

BMD Başkanı Sinan Öncel, "Açıklanamayan ve hiç de adil olmayan ortak alan giderleri bazı AVM'lerde neredeyse ikinci bir kiraya dönüşmüş durumdaydı. Yönetmelik yeni haliyle organize perakende markalarımızın beklentilerini büyük ölçüde karşılıyor" dedi.

AVM'lerde ortak alan giderlerinin daha 'şeffaf' ve daha 'adil' bir şekilde dağıtılmasına imkân verecek yönetmelik değişikliğinin resmî gazetede yayımlanarak yürürlüğe girmesi, organize perakende sektöründe memnuniyetle karşılandı. Yönetmelik değişikliği ile beklentilerinin büyük ölçüde karşılandığını bildiren Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) Başkanı Sinan Öncel, Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan ve Ticaret Bakanı Mehmet Muş'a teşekkür etti. Sinan Öncel, AVM'lerde şeffaflıktan uzak ve adil olmayan ortak alan giderlerinin uzun zamandır organize perakende sektörünün en önemli sorunlarından biri olduğunu hatırlattı. Yönetmeliğin perakende sektörünün beklentileri doğrultusunda güncellenmesi için dört yıldır girişimlerinin sürdüğünü ifade eden Öncel, şöyle devam etti:

"Bazı AVM'lerde ödenen yıllık toplam ortak alan giderinin üçte birden fazlası halen denetlenemeyen giderlerden oluşuyor. Şeffaflıktan uzak, açıklanamayan ve hiç de adil olmayan ortak alan giderleri bazı AVM'lerde neredeyse ikinci bir kiraya dönüşmüş durumda. Yaptığımız anketlerde üyelerimizin yüzde 95'inin en büyük sorun olarak gördüğü şeffaflıktan uzak ortak alan konusu çözüme kavuştu. 100 bine yakın mağazayı yakından ilgilendiren yönetmelik, yeni haliyle organize perakende markalarımızın beklentilerini büyük ölçüde karşılıyor.

- Yeni yönetmelikle, 'yönetim gideri' yoruma açık olmayan bir netliğe kavuşturuluyor.
- İçeriği belirsiz fahiş 'yönetim hizmeti' bedeli kiracıya yansıtılamayacak.
- Reklam, pazarlama ve danışmanlık harcamaları genel gider sayılamayacak.
- Ortak gider harcamaları bağımsız denetim firmaları tarafından denetlenecek.

Perakende sektörünün bu önemli sorunun çözümü konusunda Cumhurbaşkanımız Sayın Recep Tayyip Erdoğan ve Ticaret Bakanımız Sayın Mehmet Muş'un desteğini ve katkısını hep yanımızda hissettik. Kendilerine organize perakende sektörümüz adına şükranlarımı sunuyorum. Hatırlanacağı gibi BMD'nin ısrarla gündemde tutması ve Cumhurbaşkanımız Sayın Recep Tayyip Erdoğan'ın desteği ile Ekim 2018'de dövizde endeksli kira probleminden kurtulmuştuk. Ortak alan giderleri ile ilgili sorunun da çözüme kavuşturulması daha adil bir ticaret için organize perakende sektörüne büyük moral oldu."

29 AĞUSTOS 2022

CİRO ARTIŞINA RAĞMEN PERAKENDECİ ESKİ 'ADET'LERİ ARIYOR

Organize perakende firmalarındaki ciro artışı devam ederken önemli bir kısmının adet satışları geçen yılın temmuz ayındaki düzeyin gerisinde kaldı. Fiyat artışlarına paralel olarak önümüzdeki aylarda alım gücünde daralma ihtimalinin yüksek olduğuna dikkat çeken BMD Başkanı Sinan Öncel, "Ekimden itibaren turist sayısının azalacağını da hesaba katarsak birçok markamız bugünkü adet satışlarını arayacak gibi görünüyor. Turizmi 12 aya yayacak mekanizmaları geliştirmemiz gerekiyor" dedi.

Organize perakende sektöründe cirolardaki artış devam ederken, adet satışları ortalama geçen yılın temmuz ayındaki düzeyin gerisinde kaldı. Cironun maliyetlerin sınırlı bir bölümünün fiyatlara yansıtılması ve yabancı turistlerin katkısı ile arttığına dikkat çeken Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) Başkanı Sinan Öncel, perakendenin 12 aya yayılan bir turizm ile canlı kalabileceğini söyledi.

BMD'nin üyeleri arasında yaptığı 'Temmuz Anketi'nin sonuçlarını değerlendiren Sinan Öncel, organize perakende sektöründe ciro artışının devam ettiğini bildirdi. Temmuz cirolarının geçen yıla göre ortalama yüzde 80-90 daha yüksek olduğunu belirten Öncel, şunları söyledi:

YABANCI KARTLARLA YAPILAN ÖDEMELER YÜZDE 300 ARTTI

"Ciro artışı temel olarak maliyetlerin sınırlı bir bölümünün fiyatlara yansıtılmasından kaynaklanıyor. Fiyatlar özellikle dar ve orta gelirli yerli tüketici için yüksek olmakla birlikte kur avantajı nedeniyle yabancılara çok cazip geliyor. Turistik bölgelerdeki mağazalarda cironun en az yüzde 50'si yabancılara satıştan elde ediliyor. Yabancıların katkısı Bankalararası Kart Merkezi'nin (BKM) verilerinde de net bir şekilde görülüyor. BKM verilerine göre yılın ilk ya-

rısında yabancı kartlarla yapılan ödemelerde geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 300 artış var. 2021'in Ocak-Haziran döneminde 51 milyar TL olan yabancı kartlarla ödemeler bu yıl 153 milyar TL'ye ulaştı. Bu hacim, söz konusu dönemde Türkiye'deki toplam kartlı ödemelerin yüzde 10,6'sına denk düşüyor. Ülkemizi en çok turistlerin ziyaret ettiği 2019'da oran 8,4 düzeyindeydi. Turistlerin katkısına rağmen markalarımızın büyük bölümü 2019'daki adet satışlarına ulaşamadı. 2019 bir yana birçok markamızın adet satışı pandeminin devam ettiği 2021 Temmuz'undaki düzeyin de altında kaldı. Bir başka ifade ile perakendeci eski 'adet'leri arar oldu."



KÜRESEL OLARAK PERAKENDECİ VE TÜKETİCİDE KIŞLA İLGİLİ SIKINTILI BİR BEKLEYİŞ VAR

Sinan Öncel, turist katkısı ve eylülde okulların açılması nedeniyle alışverişteki canlılığın iki ay daha devam etmesini beklediklerini, ekimin ikinci yarısından itibaren enerji harcamalarında artış, perakende harcamalarında ise daralma öngördüklerini söyledi. Turist hareketliliği az olan ve gelir düzeyi düşük illerde temmuz satışlarının önceki aylara göre zayıfladığını bildiren Öncel, sözlerini şöyle tamamladı:

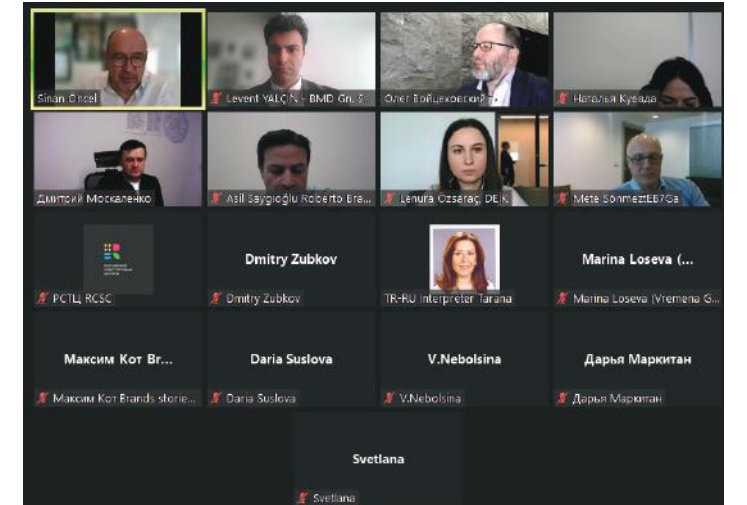
“Firmalarımız için maliyet baskısı devam ediyor. Anketimize katılanlar arasında yıllık maliyeti yüzde 80’in altında

artan markamız yok. Ortalamada ise yüzde 120 civarında bir maliyet artışı görünüyor. Pandemi döneminden kalan stokların etkisi ile firmalarımız fiyatları bugüne kadar bir şekilde frenleyebildi. TÜİK verilerine göre temmuz itibarı ile ÜFE ile TÜFE arasında fark 65 puana ulaştı. Önümüzdeki aylarda bu fark bir şekilde fiyatlara yansıtılacak. Daha önce de dikkat çektiğimiz gibi kış sezonu ürünlerinde yıllık bazda yüzde 100’e varan fiyat artışları şaşırtıcı olmayacak. Dolayısı ile yerli tüketicinin alım gücü daralacak. Ekimden itibaren turist sayısının azalacağını hesaba katarsak birçok markamız bugünkü adet satışlarını arayacak gibi görünüyor. Sadece ülkemizde değil tüm dünyada hem perakendeciyi hem de tüketiciyi sıkıntılı bir kış bekliyor. Ülkemiz özelinde konuşmak gerekirse turizmi 12 aya yacak mekanizmaları geliştirmemiz gerekiyor.”



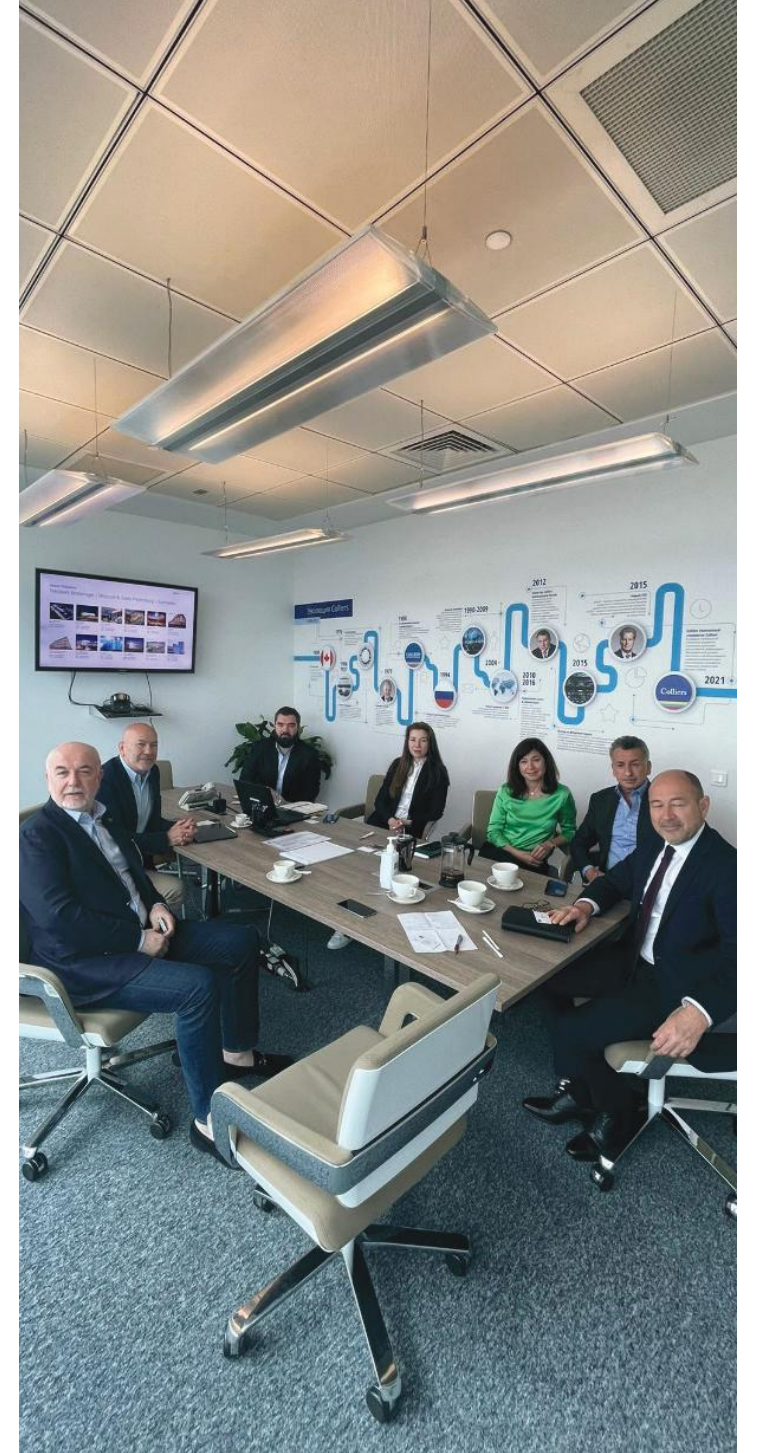
RUSYA'DAKİ AVM YATIRIMCILARI, DERNEKLERLER VE KONSEYLERLE TOPLANTI GERÇEKLEŞTİRİLDİ (21 - 22 NİSAN 2022)

ADG Group, Kievskaya Ploshchad Group, Rusya AVM'ler Konseyi ve Rusya AVM'ler Birliği ile gerçekleştirelen toplantılara YK Başkanı Sn. Sinan ÖNCEL, YK Başkan Yardımcısı Hüseyin ŞEYNOVA, YK Üyesi Mete SÖNMEZ, YK Üyesi Mustafa KAMAR, DEİK Türkiye-Rusya İş Konseyi Başkanı İzzet EKMEKÇİBAŞI ve Genel Sekreter Levent YALÇIN katıldı.



MOSKOVA BÜYÜKELÇİLİĞİ VE RUSYA AVM YATIRIMCILARI ZİYARETİ (12-15 MAYIS 2022)

DEİK Rusya İş Konseyi Başkanı İzzet EKMEKÇİBAŞI, YK Başkanımız Sinan Öncel, YK Üyemiz Mustafa Kamar ve Gizia YK Başkanı İsmail KUTLU, 12 – 15 Mayıs 2022 tarihleri arasında Rusya pazarında Türk Markaları için oluşabilecek fırsatları yerinde değerlendirmek amacıyla Kievskaya Ploshchad Group (Europeiskiy, Olimpiskiy, Schelkovsky), Colliers Group, ADG Group, Alışveriş Merkezleri Birliği (SCA) üyeleri, Moskova'nın özellikle lüks segment en ünlü iki AVM'si TSUM ve GUM yöneticileri, Rusya'da mağazaları bulunan üye marka temsilcilerimiz ve Moskova Büyükelçimiz Sn. Mehmet SAM-SAR ile görüşmeler gerçekleştirdi.



ÜYELERİMİZLE GÜNCEL SORUNLARIN DEĞERLENDİRİLDİĞİ ÜYE TOPLANTISI YAPILDI (5 MAYIS 2021)



ÜYELERİMİZLE “KISITLAMALARIN HAFİFLETİLDİĞİ HAZİRAN AYINDA SEKTÖRÜMÜZDE NE OLDU” KONULU ÜYE TOPLANTISI YAPILDI (30 HAZİRAN 2021)



“PAZAR VE İNSAN NEREYE?” KONULU VEBİNAR YAPILDI (20 MAYIS 2021)

Sn. Levent ERDEN'in dünyadaki ve Türkiye'deki dönüşümü farklı yönleriyle değerlendirerek öngörülerini BMD üyeleri ile paylaştığı “Ne Değişiyor, Nereye Gidiyoruz?” konulu üçlü webinar serisinden ilki olan “Pazar ve İnsan Nereye?” konulu söyleşi Yönetim Kurulu Başkanımız Sn. Sinan ÖNCEL, Yönetim Kurulu Üyemiz Sn. Tolga TATARİ ve üyelerimizin katılımlarıyla gerçekleşti.



Pazar ve İnsan Nereye?

Levent Erden ile birlikte dönüşümü farklı yönleriyle değerlendiriyoruz: “Ne Değişiyor Nereye Gidiyoruz?”

Levent Erden

Sinan Öncel
Birleşmiş Markalar Derneği Başkanı

Tolga Tatarı
Akinon CEO

Meeting Id: 985 0314 7782
PassCODE: 750141

“ŞİRKETLER VE KURUMLAR NEREYE?” KONULU VEBİNAR YAPILDI (27 MAYIS 2021)

Sn. Levent ERDEN'in dünyadaki ve Türkiye'deki dönüşümü farklı yönleriyle değerlendirerek öngörülerini BMD üyeleri ile paylaştığı “**Ne Değişiyor, Nereye Gidiyoruz?**” konulu üçlü webinar serisinden ikincisi olan “**Şirketler ve Kurumlar Nereye?**” konulu söyleşi Yönetim Kurulu Başkanımız Sn. Sinan ÖNCEL, Yönetim Kurulu Üyemiz Sn. Tolga TATARI ve üyelerimizin katılımlarıyla gerçekleşti.



BMD
BİRLEŞMİŞ
MARKALAR
DERNEĞİ

Şirketler ve Kurumlar Nereye?

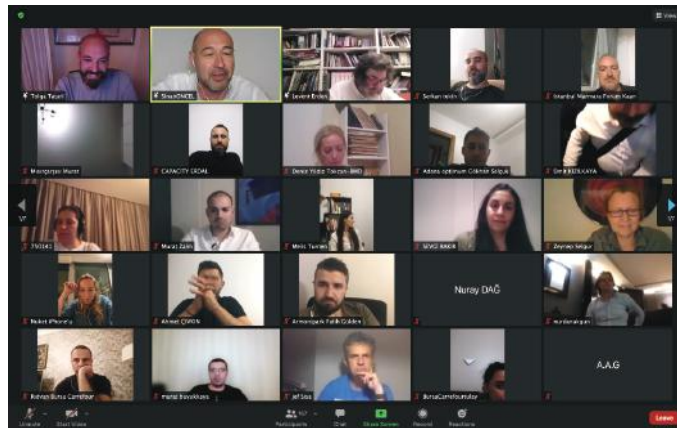
Levent Erden ile birlikte dönüşümü farklı yönleriyle değerlendiriyoruz:
"Ne Değişiyor Nereye Gidiyoruz?"

TARİH 27 MAYIS **SAAT** 21.30

Levent Erden

Sinan Öncel
Birleşmiş Markalar Derneği Başkanı

Tolga Tatari
Akın CEO



“TEKNOLOJİ GÜDÜMLÜ HAYAT NEREYE?” KONULU WEBİNAR YAPILDI (03 HAZİRAN 2021)

Sn. Levent ERDEN'in dünyadaki ve Türkiye'deki dönüşümü farklı yönleriyle değerlendirerek öngörülerini BMD üyeleri ile paylaştığı “**Ne Değişiyor, Nereye Gidiyoruz?**” konulu üçlü webinar serisinden ikincisi olan “**Teknoloji Güdümlü Hayat Nereye?**” konulu söyleşi Yönetim Kurulu Üyelerimiz VAKKO CEO'su Sn. Jaklin GÜNER, FİBA Perakende Grubu Başkanı Sn. Oya SENER ve üyelerimizin katılımlarıyla gerçekleşti.



BMD
BİRLEŞMİŞ
MARKALAR
DERNEĞİ

Teknoloji Güdümlü Hayat Nereye?

Levent Erden ile birlikte dönüşümü farklı yönleriyle değerlendiriyoruz:
"Ne Değişiyor Nereye Gidiyoruz?"

TARİH 03 HAZİRAN **SAAT** 21.30

Levent Erden

Oya Sener
Fiba Perakende Grubu Başkanı

Jaklin Güner
Vakko CEO

Meeting Id: 922 1205 5032
PassCODE: 977037



OLAĞAN GENEL KURUL TOPLANTISI INTERCONTINENTAL OTEL'DE YAPILDI (15 EYLÜL 2021)

Yönetim Kurulu Başkanımız Sinan Öncel, Genel Kurulda yaptığı sunum ile üyelerimizi “BMD Ailesine Katılan Yeni Üyeler”, “Pandemi Dönemi Gerçekleştirilen Faaliyetler”, “Planlanan Faaliyetler” ve “Üye Markaların Fiziki Mağazalarında Yaşanan Ortak Sorunlar” hususlarında bilgilendirdi.

Gündem uyarınca Avukat Ahu Uslu Yılmaz “Covid 19 Aşısı ve Beraberindeki Hukuki Tartışmalar” başlıklı konu hakkında genel kurulu üyelerine bilgi verdi. Karşılıklı bilgi alışverişi yapılarak önümüzdeki süreçte konu ile ilgili olması muhtemel sorunlara karşı nasıl bir yol izleneceği konusunda üyeler bilgilendirildi.

Dilekler kısmında söz alan üyelerimiz önümüzdeki dönem içinde yapılacak faaliyetlere ilişkin görüşlerini aktararak yönetim kuruluna başarılar diledi.

Başkan Sinan Öncel söz alarak katılan üyelere teşekkür etti ve tüm üyelerin öneri, istek ve düşüncelerine açık olduklarını beyan etti.

Son olarak söz alan divan başkanı Ümit Zaim, tüm sorunlara rağmen sektörün başarılı olacağını inandığını beyan ederek yönetim kuruluna başarılar diledi.

Gündemde görülecek başka madde olmadığından Birleşmiş Markalar Derneği'nin Seçimsiz Olağan Genel Kurul toplantısı sona erdi.



ÜYELERİMİZLE GÜNCEL SORUNLARIN DEĞERLENDİRİLDİĞİ ÜYE TOPLANTISI YAPILDI (20 ARALIK 2021)



“DIŞ TİCARETTE MALİYETLER NASIL DÜŞÜRÜLÜR?” KONULU WEBİNAR YAPILDI (18 ŞUBAT 2021)

Gümrük Rejimleri Kapsamında Maliyet Düşürücü Yaklaşımlar

Dahilde İşleme Rejiminin Maliyet Düşürücü Etkisi

01	Üretici ihracatçılar için son dönemde yürürlüğe konulan GV ve IGV'lerden kaçınmak için bir yöntemdir.	02	Eşyanın ithalatında ödenen GV, IGV, ÖTV, KDV, KKDF, anti dumping gibi vergiler ile karşılaşılması söz konusu olmayacaktır.
03	İthal izinleri alınmadan ithalata imkan sunduğundan zaman ve maliyet avantajı yaratacaktır.	04	Yurtiçinden KDV'siz (tecil/terkin) mal alımına imkan sunar.
05	Döviz kazandırıcı işlemler kapsamında kağıtlara uygulanan damga vergisi istisnası dahilde işleme rejimi kapsamında yapılan ihracata ilişkin kağıtlara da uygulanmaktadır.	06	Belgeden Belgeye teslim ile yurtiçi tedarikçilerden vergisiz hammadde alınmasına imkan sunmaktadır.
07	DIİB Kapsamında ithal edilen eşyada gözetim referans fiyat artırımına gerek bulunmamaktadır (İşletn Hariç)	08	Dahilde işleme takibinin doğru yapılması ve belgenin maximumda kullanılması
09	Minimum TEV ödenmesi için etkin işleme takibi		

aysemerve.gul

OLAĞAN GENEL KURUL TOPLANTISI INTERCONTINENTAL OTEL'DE YAPILDI (22 MART 2021)

Derneğimizin Olağan Genel Kurulu' 22 Mart 2022 tarihinde gerçekleşti. Yönetim Kurulu Başkanımız Sinan ÖNCEL, Genel Kurulda yaptığı sunum ile üyelerimizi “BMD Aile-sine Katılan Yeni Üyeler”, “Gerçekleştirilen Faaliyetler”, “Planlanan Faaliyetler” ve “Üye Markaların Karşılaştığı Ortak Sorunlar” hususlarında bilgilendirdi. Divan Başkan-lığını Önceki dönem Başkanlarımızdan Yılmaz YILMAZ'ın üstlendiği genel kurulumuzda, güncel ekonomi verilerini değerlendirmek üzere Ekonomist Gökhan ŞEN ve Vakıf Katılım'ın perakende sektörüne sunmuş olduğu kredi im-kanlarıyla ilgili Kredilerden Sorumlu Gn. Md. Yrdc. Hüseyin TUNÇ paylaşımda bulundu.



Gündem uyarınca Ekonomist Gökhan ŞEN “Güncel Eko-nomik Konular” ile ilgili genel kurul üyelerine bilgi ver-di. Karşılıklı bilgi alışverişi yapılarak önümüzdeki süreçte konu ile ilgili olması muhtemel sorunlara karşı nasıl bir yol izleneceği konusunda üyeler bilgilendirildi.

Dilekler kısmında söz alan üyeler önümüzdeki dönem içinde yapılacak faaliyetlere ilişkin görüşlerini aktararak yönetim kuruluna başarılar diledi.

Başkan Sinan Öncel söz alarak katılan üyelere teşekkür etti ve tüm üyelerin öneri, istek ve düşüncelerine açık ol-duklarını beyan etti.

Gündemde görülecek başka madde olmadığından Bir-leşmiş Markalar Derneği'nin seçimsiz Olağan Genel Ku-rul toplantısı sona erdi.



ÜYE ETKİNLİKLERİ



GELENEKSEL BMD İFTAR DAVETİ DİVAN KURUÇEŞME'DE GERÇEK- LEŞTİRİLDİ (28 NİSAN 2022)

Pandemi nedeniyle iki yıldır organize edilemeyen Geleneksel BMD İftar Daveti 28 Nisan 2022'de Ticaret Bakan Yardımcısı Sn. Rıza Tuna TURAGAY, TİM Başkanı İsmail GÜLLE, İHKİB Başkanı Mustafa GÜLTEPE, üye temsilcilerimiz, basın mensupları, AVM yatırımcıları ve davetlilerinin katılımıyla Divan Kuruçeşme'de gerçekleşti.



CONRAD BOSPHORUS İSTANBUL OTEL'DE ÜYELERİMİZLE GÜNCEL SORUNLARIN DEĞERLENDİRİDİĞİ ÜYE TOPLANTISI YAPILDI (28 HAZİRAN 2022)



BACKHAUS YÖNETİCİ ORTAĞI SN. EGE DURUK ZİYARET EDİLDİ (23 KASIM 2021)



AUQA DI POLO CEO'SU FATİH ŞENTÜRK VE İCRA KURULU ÜYESİ BARIŞ HAZNEDAROĞLU ZİYARET EDİLDİ (23 KASIM 2021)



SOYSAL'IN KOORDİNE ETTİĞİ PERAKENDE GÜNLERİ ETKİNLİĞİ YAPILDI (2-3 HAZİRAN 2021)

Sayırsız iş birliği olanağının yaratıldığı, perakendenin en büyük buluşması Perakende Günleri, 20. Yılında 2-3 Haziran 2021'de Haliç Kongre Merkezi'nde gerçekleştirildi. Bu sene ana teması 'Dijital Dünya' olarak belirlenen Etkinlik süresince Oditoryum Oturumları ve 'Uzmanlık Sahneleri'nde sahne alan alanında uzman isimler pandemiyle birlikte yeniden şekillenen sektör hakkında bilgi ve deneyimlerini paylaştı. Perakende Günleri'nde yer alan BMD ve Üyeleri bu kapsamda aşağıdaki etkinliklere ev sahipliği yaptılar:



PERAKENDE GÜNLERİ SEKTÖR DERNEK BAŞKANLARI BASIN AÇIKLAMASI (02 HAZİRAN 2021)

2021 Perakende Günleri etkinliği kapsamında bir araya gelen BMD Yönetim Kurulu Başkanı Sinan ÖNCEL, AYD Yönetim Kurulu Başkanı Hüseyin Altaş, ETÜDER Başkanı Melih ŞAHİNÖZ, GPD Yönetim Kurulu Başkanı Galip AYKAÇ, TÜRES Yönetim Kurulu Başkanı Ramazan BİNGÖL ve ZMD Yönetim Kurulu Başkanı Serhan TINASTEPE düzenlenen basın toplantısında perakende sektörünün mev-

cut durumu, geleceği ve çözümleri hakkında görüşlerini paylaştı.



HALIÇ KONGRE MERKEZİ PERAKENDE GÜNLERİ BMD ÖZEL ÖĞLE YEMEĞİ (2 HAZİRAN 2021)

2021 Perakende Günleri etkinliği kapsamında Haliç Kongre Merkezi'nde düzenlenen BMD özel yemeğinde maske, mesafe, hijyen kuralları eşliğinde üyelerimizle ve konuklarımızla bir araya geldik. Etkinlikte söz alan İTO Başkanı Şekip AVDAĞIÇ sektörle ilgili görüşlerini paylaştı.



"NE SENİNLE NE DE SENSİZ!: E-TİCARETİN KONUŞULMAYANLARI" OTURUMU (2 HAZİRAN 2021)



Birleşmiş Markalar Derneği ve Derimod Yönetim Kurulu Üyesi Murat ZAIM ve Derimod Yönetim Kurulu Üyesi Ali

ZAIM Perakende Günleri'nde yer aldıkları oturum çerçevesinde E-ticaret ve mağaza ilişkisinden, dijital pazarlamaya, e-ticaretin matematiğinden ürün seçimine E-ticaretin bir çok noktasını ele aldı.

PERAKENDE GÜNEŞİ 20. YIL ÖZEL ÖDÜLÜ (2 HAZİRAN 2021)

Perakende Günleri'nin bu sene 20. yılı olması nedeniyle verilen 'Perakende Güneşi 20. Yıl Özel Ödülü'nün sahibi üyemiz Mudo'nun Kurucusu ve Onursal Başkanı Mustafa TAVİLOĞLU oldu.



PERAKENDE GÜNEŞİ ÖDÜLLERİ: PANDEMİ DÖNEMİ BAŞARI ÖDÜLLERİ SAHİPLERİNİ BULDU (3 HAZİRAN 2021)



Perakende Günleri kapsamında verilen Perakende Güneşi Ödülleri: Pandemi Dönemi Başarı Ödülleri kategorisinde kazananlar arasında üyelerimiz Arzum, Atasun Optik,

BMD'NİN DESTEK VERDİĞİ ETKİNLİKLER

İşbir Yatak, Faik Sönmez ve Vestel de yer aldı. Arzum “Dijital Promotör Projesi”, Atasun Optik “Mağazam, Dijital Ölçüm ve Cam Anlatım Projesi”, İşbir Yatak “SST-UVC Hijyen Tüneli, Dezenfektanlı Paspas, Cerrahi Maske:İşbir Mask Projeleri ve Vestel de “Gün ışığı teknolojisi, 24 saatte teslim, Vestel ekspres mağaza” ile 37 aday arasından Pandemi Dönemi Başarı Ödülü almaya hak kazandı.

“2 BAŞKAN SAHNEDE: NE OLDU, NE OLACAK?” OTURUMU (3 HAZİRAN 2021)

“Perakende Günleri” etkinliği kapsamında BMD Yönetim Kurulu Başkanı Sinan ÖNCEL, 3 Haziran günü Suat SOYSAL moderatörlüğünde AYD Yönetim Kurulu Başkanı Prof.Dr. Hüseyin ALTAŞ ile katıldığı oturumda perakende sektörünün pandemi kaynaklı kayıplarının boyutunu ve bu çerçevede perakende sektörünü rahatsız eden gerçekleri paylaştı.



“MODANİSA VE INSPARK'IN SALESFORCE İLE YARATTIĞI GLOBAL DENEYİM” OTURUMU (3 HAZİRAN 2021)

“Perakende Günleri” etkinliği kapsamında üyemiz Modanisa Müşteri İlişkileri Yönetimi Başkanı Betül BULUT ile INSPARK CEO'su Sn. Serdar SUSUZ 3 Haziran Perşembe günü etkinlikte sponsorumuz olan Salesforce ile yaptıkları işbirliği sonucu yarattıkları global deneyimi paylaştılar.



“GELECEĞİN MÜŞTERİSİ İÇİN ÖDEME SİSTEMLERİ KULİSİNDE NE VAR?” OTURUMU (3 HAZİRAN 2021)

“Perakende Günleri” etkinliği kapsamında üyemiz Boyner'in CEO'su Eren ÇAMURDAN ve etkinlikte sponsorumuz olan Payten Ülke Lideri Burak KUTLU 3 Haziran Perşembe günü geleceğin müşterisi için güvenli, hızlı ve kolay online ödeme sistemleri ile ilgili bilgi verdiler.



“BIRAKIN DA İŞ YAPALIM” OTURUMU (3 HAZİRAN 2021)

“Perakende Günleri” etkinliği kapsamında üyemiz Boyner'in CEO'su Eren ÇAMURDAN ve etkinlikte sponsorumuz olan Payten Ülke Lideri Burak KUTLU 3 Haziran Perşembe günü geleceğin müşterisi için güvenli, hızlı ve kolay online ödeme sistemleri ile ilgili bilgi verdiler.



PERAKENDE GÜNLERİ 2021'İN ARDINDAN - 2

Sayırsız iş birliği olanağının yaratıldığı, perakendenin en büyük buluşması Perakende Günleri, 20. Yılında 2-3 Haziran 2021'de Haliç Kongre Merkezi'nde gerçekleştirildi. Bu sene ana teması 'Dijital Dünya' olarak belirlenen Etkinlik süresince Oditoryum Oturumları ve 'Uzmanlık Sahaneleri'nde sahne alan alanında uzman isimler pandemiyle birlikte yeniden şekillenen sektör hakkında bilgi ve deneyimlerini paylaştı. Perakende Günleri'nde yer alan BMD ve Üyeleri bu kapsamda aşağıdaki etkinliklere ev sahipliği yaptılar:



“REKABET GÜCÜ YÜKSEK TÜRKİYE İÇİN” OTURUMU (2 HAZİRAN 2021)

Moderatörlüğünü Arzum Yönetim Kurulu Başkanı Murat KOLBAŞI'nın yaptığı 'Rekabet Gücü Yüksek Türkiye için' başlıklı oturumda bir araya gelen MÜSİAD Genel Başkanı Abdurrahman KAAN ile TÜSİAD Yönetim Kurulu Başkanı Simone KASLOWSKI Türkiye'nin global dünyada rekabet gücünün daha da artırılması için neler yapılması gerektiğine ilişkin öngörülerini paylaştılar.



OLGUNLAŞMA ENSTİTÜLERİNİN ORTAK MARKASI OLAN “BOHÇA” MAĞAZASI İLE OLGUNLAŞMA AKADEMİSİ'NİN AÇILIŞI

Sn. Emine Erdoğan Hanımefendinin himayesinde başlatılan olgunlaşma enstitüleri kurumsal dönüşüm çalışmaları sonucunda Beyoğlu Refia Övücü Olgunlaşma Enstitüsü bünyesinde hayata geçirilen, Olgunlaşma Enstitülerinin ortak markası olan “Bohça” mağazası ile enstitülerin dönüştürülmesi vizyonu kapsamında kurulan Olgunlaşma Akademisi'nin açılışı 5 Haziran Cumartesi günü gerçekleşti.



Geliri, olgunlaşma enstitülerinin eğitim kapasitelerinin artırılması ve genç tasarımcıların eğitiminde kullanılacak olan ve aynı zamanda Türk el sanatları ve zanaatlarının yurt dışına açılmasında da önemli bir rol üstlenmesi beklenen Bohça markasının hazırlık Projesinde BMD Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı ve ROMAN Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Sn. Suzan Toplusoy ve Haremligue&Selamligue Markalarının Kurucu Ortağı Banu Yentur kreatif danışman olarak yer aldı.

Açılıшта Milli Eğitim Bakanı Ziya Selçuk ve eşi Rana Selçuk, TBMM Başkanı Mustafa Şentop'un eşi Sabriye Şentop, Kültür ve Turizm Bakan Yardımcısı Ahmet Misbah Demircan, Ticaret Bakan Yardımcısı Rıza Tuna Turagay, Beyoğlu Belediye Başkanı Haydar Ali Yıldız, İstanbul Valisi Ali Yerlikaya'nın eşi Hatice Nur Yerlikaya, Hayat Boyu Öğrenme Genel Müdürü Yusuf Büyük ve TİM Başkanı İsmail Gülle, İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz ve İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe ile Yönetim Kurulu Başkanımız Sn. Sinan Öncel yer aldı.



TÜRKONFED/PAYNET SEKTÖR BULUŞMALARI “PERAKENDE SEKTÖRÜ” WEBİNARI (9 HAZİRAN 2021)

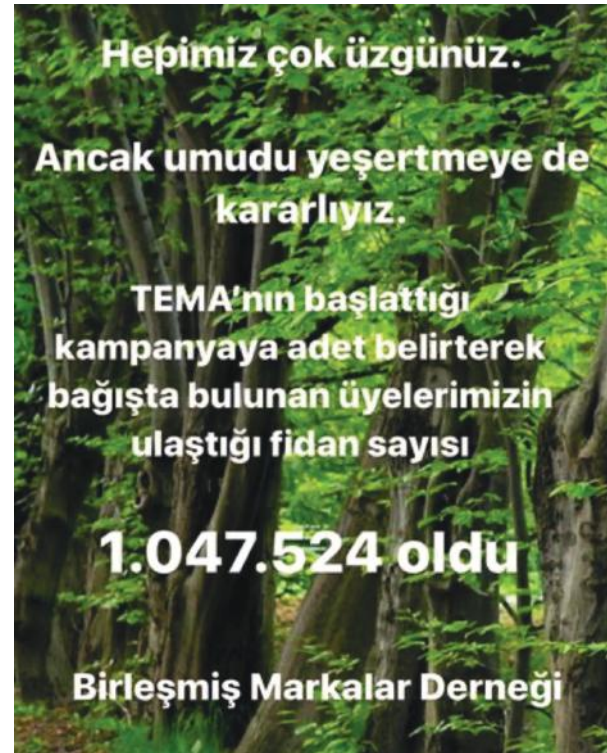
Ülkemizin öncü sektörlerini derinlemesine ele almak, sorun noktalarını tespit edip ortak akıl ile çözüme ulaşmak ve dijitalleşme etkisiyle dönüşen yeni ekonomik sistemde stratejilerini öğrenmek amacıyla Türk Girişim ve İş Dünyası Konfederasyonu ile Paynet işbirliğinde gerçekleştirecek Sektör Buluşmaları projesi kapsamında “Perakende



“Yönetim Kurulu Başkanı **Sn. Sanem DİKMEN**, Paynet Genel Müdür Yardımcısı **Sn. Serra YILMAZ** ile BMD Yönetim Kurulu Başkanı **Sn. Sinan ÖNCEL**'in katılımlarıyla perakende sektörünün 2020 Karnesi, 2021 Hedefleri, tedarik zinciri başta olmak üzere yaşadığı sıkıntılar ve çözümleri ile dijitalleşmenin yarattığı yeni üretim ve hizmet modelleri gibi hususların ele alındığı söyleşi **9 Haziran 2021 Çarşamba günü 15.30-16.30 saatleri arasında** TÜRKONFED YouTube kanalında canlı olarak yayınlandı.”

TEMA VAKFI'NIN BAŞLATTIĞI FİDAN BAĞIŞ KAMPANYASINA DERNEĞİMİZ ÜYELERİ 1.047.524 FİDAN BAĞIŞLAMIŞTIR

TEMA Vakfı, Türkiye'nin birden fazla ilinde başlayan orman yangınları sebebiyle 30 Temmuz tarihinde fidan bağışı kampanyası başlattı. Fidan bağış kampanyasına bağışta bulunan üyelerimizin ulaştığı fidan sayısı 1.047.524 olmuştur.



19 EYLÜL GAZİLER GÜNÜ

Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, Mustafa Kemal ATA-TÜRK'e, 21 Eylül 1921 tarihinde "GAZİ" ünvanının verilmesinin 100.yıl dönümü olması vesilesiyle bu yıl **19 Eylül "GAZİLER GÜNÜ"**nü ulusun nezdinde en muteber mertebeye ulaşan şehit ve gazilerimizin fedakarlıklarına ilişkin farkındalık yaratacak çok farklı bir etkinlik kutlamak amacıyla Birleşmiş Markalar Derneği'ni bu etkinlik kapsamında işbirliği yapacağı Sivil Toplum Kuruluşu olarak seçmiştir.



Bu kapsamda Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı tarafından, sadece **19 Eylül 2021** tarihine özel "Kahraman Şehitlerimiz Ailelerine ve Gazilerimize" alışverişlerinde ayrıcalık tanınması ve 19 Eylül "GAZİLER GÜNÜ" kapsamında "Şehitlik ve Gazilik" makamının değeri hakkında farkındalık oluşturmak adına **BMD üyelerinin bu anlamlı güne özel şehit yakınları ve gazilerimize indirim kampanyası** düzenlemesi hususu derneğimize iletilmiştir.

BMD üyesi markalar tarafından gaziler ve şehit yakınları için özel bir kampanya düzenlenerek BMD üyesi 200'e yakın marka, gazi ve şehit yakınlarının 19 Eylül'de yapacakları alışverişlerde yüzde 10 – 50 arasında değişen oranlarda indirim yapmıştır.





Ayrıca Derneğimiz tarafından Bakanlık ile koordineli olarak hazırlanan üyelerimizin bugüne özel bir indirim yaptığını bildiren BMD ve Bakanlık logolu sosyal medya görseli ile kamu spotu da devlet televizyonunda ve Bakanlığın web sitesinde paylaşılmış, mağaza çalışanlarının takması için yaka rozeti bastırılarak tüm üyelerimize gönderilmiştir.



PERAKENDE DÜNYASINDA NELER OLUYOR? KÜRESEL YENİ MÜŞTERİ (5 EKİM 2021)

“Perakende Günleri” etkinliği kapsamında üyemiz Modanisa Müşteri İlişkileri Yönetimi Başkanı Betül BULUT ile INSPARK CEO’su Sn. Serdar SUSUZ 3 Haziran Perşembe günü etkinlikte sponsorumuz olan Salesforce ile yaptıkları işbirliği sonucu yarattıkları global deneyimi paylaştılar.

Derneğimizin Fast Company ve Dünya Gazetesi iş birliğinde düzenlediği “Perakende Dünyasında Neler Oluyor? / Küresel Yeni Müşteri” başlıklı etkinliğimiz Yönetim Kurulu Başkanımız Sn.Sinan Öncel’in açılış konuşmasıyla başladı.



TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ (TİM) BAŞKANI SN. İSMAİL GÜLLE’NİN KONUŞMASI

TİM Başkanı Sn. İsmail Gülle yaptığı konuşmasında Eylül ayında ihracatta 20 milyar \$ eşiğini aşmış 21 milyara \$’a ulaştığımızı belirtti. Dünyada pandemi ile birlikte çok büyük bir değişim ve dönüşüm yaşandığını vurguladı.



“PERAKENDENİN E-TİCARETLE YÜKSELİŞİ” OTURUMU

Pandemi Dönemi ve Sonrasında “Perakendenin E-ticaretle Yükselişi”nin nasıl olduğunu Fast Company Dergisi Türkiye Kurucusu Sn.Rauf Ateş moderatörlüğünde HEP-SİBURADA İş Geliştirme Grup Başkanı Sn. Mutlu Erturan’dan dinledik.

Sn.Mutlu Erturan,COVID-19’un her şeyi çok hızlandırdığını, 8 yıl sonrası için öngörülen hedeflerin iki yılda yakalandığını, E-ticaret’in perakende için ana kanallardan biri haline geldiğini belirtti.



“HIZLI VE GLOBAL” OTURUMU

Fast Company Yayın Yönetmeni Sn.Talat Yeşiloğlu moderatörlüğünde GETİR’in “Hızlı ve Global Büyümesi”ni GETİR Kurucu Ortak/CEO su Sn.Tuncay Tütek’ten dinledik.

Sn.Tuncay Tütek GETİR’in başarısının temelini, işi teknoloji ile buluşturmak olduğunu, müşteriye ürünü 10 dakikada ulaştırma hedefi ile işi kurguladıklarını belirtti.



BMD'NİN DESTEK VERDİĞİ ETKİNLİKLER

“E-TİCARETTE MARKA YARATMAK” OTURUMU

Fast Company Türkiye Kurucusu Sn. Rauf Ateş moderatörlüğünde “E-ticarette Marka Yaratmak” konusunu GSS Commerce CEO su Sn. Fatih Şentürk ‘ten dinledik.



“GİYİM PERAKENDESİNDE SON TRENDLER” OTURUMU

NTV Programcısı Sn.Melda Yücel moderatörlüğünde KO-TON Yönetim Kurulu Başkanı Sn.Yılmaz Yılmaz dan, “Gi-yim Perakendesinde Son Trendleri” dinledik.

Sn. Yılmaz Yılmaz, mağazaların kapalı kaldığı dönemde e-ticaretin hiç kimsenin beklemediği oranda çok büyüdüğünü, ancak bu büyümenin çok da karlı olmadığını, 30'un üzerinde ülkede e-ticaret platformları ile çalıştıklarını, kârlılığı artıracak önlemlerin alınması gerektiğini belirtti.



“DİJİTAL DÜNYADA FLO” OTURUMU

SAP Türkiye Satış Genel Müdür Yardımcısı Sn. Elif Ertan moderatörlüğünde “Dijital Dünyada Flo” yu Flo Bilgi Teknolojileri ve Lojistik Genel Müdür Yardımcısı Sn.Burak Aktaş tan dinledik.



“GLOBAL BÜYÜME STRATEJİLERİ” OTURUMU

LC WAIKIKI'nin “Global Büyüme Stratejileri”ni ise Dünya Gazetesi yazarı Sn. Vahap Munyar moderatörlüğünde LC Waikiki YK Başkanı Sn. Vahap Küçük 'ten dinledik.

Sn. Vahap Küçük, doymuş pazarlardan öte gelişmekte olan, fırsat sunan ülkelerde bölgenin en iyi mağazalarını açtıklarını, 4 kıtada yurt dışında 600'ün üzerinde mağazaları olduğunu belirtti.



ETKİNLİK FOTOĞRAFLARI



SÜRDÜRÜLEBİLİR MODA 2022 / SUSTAINABLE FASHION 2022

12 Ocak 2022 tarihinde Derneğimizin, Fast Company iş birliği ile düzenlediği "Sürdürülebilir Moda 2022" konulu etkinliğimiz üye temsilcilerimizin de konuşmacı olarak katıldığı 4 ayrı oturumda gerçekleşti.



SOYSAL'IN KOORDİNE ETTİĞİ PERAKENDE GÜNLERİ ETKİNLİĞİ YAPILDI (1-2 HAZİRAN 2021)

Sayırsız iş birliği olanağının yaratıldığı, perakendenin en büyük buluşması Perakende Günleri, 21. Yılında 1-2 Haziran 2022'de Haliç Kongre Merkezi'nde gerçekleştirildi. Bu sene ana teması 'Dijital Dönüşüm' olarak belirlenen etkinlik süresince Oditoryum Oturumları ve 'Uzmanlık Sahneleri'nde sahne alan alanında uzman isimler pandemiyle birlikte yeniden şekillenen sektör hakkında bilgi ve deneyimlerini paylaştı.

PERAKENDE GÜNLERİ SEKTÖR DERNEK BAŞKANLARI BASIN AÇIKLAMASI (1 HAZİRAN 2021)

2022 Perakende Günleri etkinliği kapsamında bir araya gelen BMD Yönetim Kurulu Başkanı Sinan ÖNCEL, AYD Yönetim Kurulu Başkanı Hüseyin Altaş, TAMPF Başkanı

Alp Önder ÖZPAMUKÇU, ETÜDER Başkanı Melih SAHİNÖZ, GPD Yönetim Kurulu Başkanı Galip AYKAÇ, ZMD Yönetim Kurulu Başkanı Serhan TINASTEPE ve TMD Yönetim Kurulu Başkanı İzzet STAMATİ düzenlenen basın toplantısında perakende sektörünün mevcut durumu, geleceği ve çözümleri hakkında görüşlerini paylaştı.



HALIÇ KONGRE MERKEZİ PERAKENDE GÜNLERİ BMD ÖZEL ÖĞLE YEMEĞİ (1 HAZİRAN 2021)

2022 Perakende Günleri etkinliği kapsamında Haliç Kongre Merkezi'nde düzenlenen E-ihracat Temalı BMD Özel Yemeğinde Soysal Danışmanlık Başkanı Suat Soysal, Trendyol Grup Başkanı Çağlayan ÇETİN ve BMD YK Başkanı Sinan ÖNCEL e-ihracat ve sektörle ilgili görüşlerini paylaştı.



PERAKENDE GÜNEŞİ ÖDÜLLERİ SAHİPLERİNİ BULDU (2 HAZİRAN 2021)

Perakende Günleri kapsamında verilen Perakende Güneşi Ödülleri kazananlar arasında üyelerimiz Koton, Midpoint, Getir, Damat Tween, LC Waikiki, Paşabahçe ve Yataş da yer aldı.



TOPLANTILAR, ZİYARETLER VE GÖRÜŞMELER

TOBB BAŞKANI SN. RIFAT HISARCIKLIOĞLU İLE TOPLANTI (1 HAZİRAN 2021)

23 Nisan 2021 tarihinde TOBB Başkanı Sn. Rifat Hisarcıklıoğlu'nun katılımıyla hayata geçirilecek AVM yönetmeliğine ilişkin toplantı yapıldı. Toplantıya BMD Başkanı Sinan Öncel, TAMPF Başkanı Alp Önder Özpamukçu, ZMD Derneği Başkanı Serhan Tınastepe, TMD Başkanı İzzet Stamati ve TURYİD Başkanı Kaya Demirel katıldı.

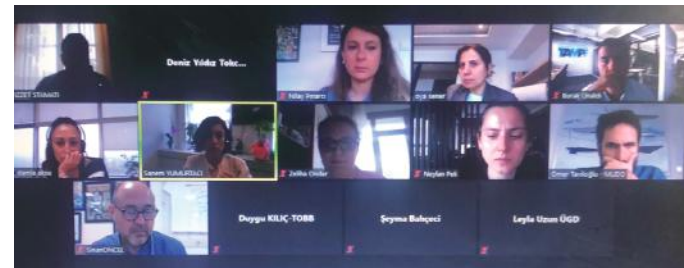


TOBB TÜRKİYE PERAKENDECİLİK MECLİSİ TOPLANTISI (29 NİSAN 2021)



TAREKS SİSTEMİ HAKKINDA TOPLANTI (21 MAYIS 2021)

21 Mayıs Cuma günü Tareks Sistemi hakkında toplantı yapıldı. Toplantıya Yönetim Kurulu Başkanı Sinan Öncel, YK Üyesi Oya Sener ile YK Üyesi Ömer Taviloğlu ile Genel Sekreter Deniz Yıldız Tokcan katıldı. Ticaret Bakanlığı Ürün Güvenliği ve Denetimi Genel Müdürü Senem Yumurtaçı'ya yaşanan sorunlar aktarıldı. Toplantıya katıldı.



TOBB ORTAK GİDERLER TEKNİK KOMİTE TOPLANTISI (24 MAYIS 2021)

24 Mayıs Tarihinde TOBB Tarafından Oluşturulan Ortak Giderler Teknik Komite Toplantısına YK Başkanı Sinan Öncel, YK Başkan Yardımcısı Hüseyin Şeynova, YK Üyesi Mete Sönmez ve Genel Sekreter Deniz Yıldız Tokcan Katıldı.



TOBB TÜRKİYE PERAKENDECİLİK MECLİSİ TOPLANTISI (10 HAZİRAN 2021)



TİCARET BAKAN YARDIMCISI SN. SEZAI UÇARMAK ZİYARET EDİLDİ (22 HAZİRAN 2021)

22 Haziran 2021 tarihinde Yönetim Kurulu Başkanı Sinan Öncel, Yönetim Kurulu Başkan Yardımcımız Sn. Suzan Toplusoy ve TMD Yönetim Kurulu Başkanı Sn. İzzet Stamati ile birlikte Ticaret Bakan Yardımcımız Sn. Sezai Uçarmak'ı makamında ziyaret ederek AVM Yönetmeliği hakkında perakende sektörünün sıkıntıları paylaşıldı.



TOPLANTILAR, ZİYARETLER VE GÖRÜŞMELER

TİCARET BAKANLIĞI İTHALAT GENEL MÜDÜRÜ SN. AHMET ERKAN ÇETİNKAYIŞ ZİYARET EDİLDİ (22 HAZİRAN 2021)

İthalat Genel Müdürü Sn. Ahmet Erkan Çetinkayış ile Yönetim Kurulu Başkanı Sn. Sinan Öncel, üyelerimiz Beymen, Vakko ve M&S'in İthalat Sorumluları, TMD Yönetim Kurulu Başkanı Sn. İzzet Stamati ve TMD Yönetim Kurulu Üyesi Sn. Nilay Bolat ile gümrük uygulamalarına ilişkin ithalatta son dönemde yaşanan sorunlar görüşüldü.



AİLE VE SOSYAL HİZMETLER BAKANLIĞI ŞEHİT YAKINLARI VE GAZİLER GENEL MÜDÜRÜ ZİYARET EDİLDİ (22 HAZİRAN 2021)



Yönetim Kurulu Başkanı Sn. Sinan Öncel ve BMD Genel Sekreteri Deniz Yıldız Tokcan Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı Şehit Yakınları ve Gaziler Genel Müdürü Sn. Selim Çelenk ve Daire Başkanı Sn. Rauf Oğuz ile sosyal sorumluluk projeleri hakkında görüşme gerçekleştirdi.

TÜRKİYE GİYİM SANAYİCİLERİ DERNEĞİ BAŞKANLARI SN. RAMAZAN KAYA VE SN. SANEM DİKMEN DERNEĞİMİZİ ZİYARET ETTİ (24 HAZİRAN 2021)

"Markalı ihracatta Türkiye'nin önemli hazır giyim üreticilerini bünyesinde barındıran TGSD ile markalı ihracat ve iş birlikleri konusunda görüşmeler yapıldı."



MERKEZ BANKASI İLE TOPLANTI YAPILDI (5 TEMMUZ 2021)

"TC Merkez Bankası İstanbul Avrupa Reel Sektör İzleme Müdürü Dr. Gökhan Yılmaz ve Merkez Bankası Uzmanı Arda Tekirdağ ile "talep ve üretim koşulları, yatırım, is-

tihtam, kredi koşulları ile maliyet gelişmeleri ve fiyatlandırma davranışları gibi başlıklarda son dönem gelişmeleri ve önümüzdeki döneme ilişkin beklentiler" hakkında toplantı yapıldı."



TİCARET BAKANLIĞI İÇ TİCARET GENEL MÜDÜRLÜĞÜ İLE AVM ORTAK ALAN GİDERLERİ HAKKINDA TOPLANTI YAPILDI (24 HAZİRAN 2021)

Toplantıya YK Başkanı Sinan Öncel, YK Başkan Yardımcıları Serdar Sunay, Hüseyin Şeynova, YK Üyesi Mete Sönmez, Genel Sekreter Deniz Yıldız Tokcan ve Genel Sekreter Yardımcısı Aslıhan Erbaşı katıldı.



İTKİB'İN EYLÜL AYINDA YAYINLANACAK İHKİB HEDEF DERGİSİ İÇİN DERNEĞİMİZİN MİSYONU, VİZYONU VE GELECEK PLANLARI HAKKINDA TOPLANTI YAPILDI (17 AĞUSTOS 2021)

YK Başkanı Sn. Sinan Öncel, Sn. Mustafa Gültepe ve Sn. Hikmet Ünal'ın katıldığı bir toplantı gerçekleştirildi.



TOBB TÜRKİYE PERAKENDECİLİK MECLİSİ TOPLANTISI GERÇEKLEŞ- TİRİLDİ (23 EYLÜL 2021)

YK Başkanı Sinan Öncel ve Genel Sekreter Deniz TOKCAN katıldı.



TOPLANTILAR, ZİYARETLER VE GÖRÜŞMELER

TOBB TÜRKİYE PERAKENDECİLİK VE E-TİCARET MECLİSİ MÜŞTEREK TOPLANTISI YAPILDI (10 KASIM 2021)

YK Başkanı Sinan Öncel ve BMD Genel Sekreteri Levent Yalçın katıldı.



TOBB PİYASA GÖZETLEME VE DENETLEME KOMİSYONU TOPLANTISI YAPILDI (16 KASIM 2021)

YK Başkanı Sinan Öncel ve BMD Genel Sekreteri Levent Yalçın katıldı.



TİCARET BAKANIMIZ SN. MEHMET MUŞ VE BAKANLIK YETKİLİLERİ İLE PERAKENDE SEKTÖRÜNÜN SORUNLARIYLA İLGİLİ TOPLANTI GERÇEKLEŞTİRİLDİ (03 ARALIK 2021)

YK Başkanı Sinan Öncel, YK Üyesi Mustafa Kamar, TMD YK Başkanı İzzet STAMATİ, Avukat Vehbi Kahveci ve Genel Sekreter Levent Yalçın katıldı.



SENEGAL DEVLET BAŞKANI SN. MACKY SALL VE KAFİLEDEKİ BAKANLARI İLE TÜRKİYE PERAKENDE SEKTÖRÜNÜ VE BİRLEŞMİŞ MARKALAR DERNEĞİ'Nİ TANITAN BİR TOPLANTI GERÇEKLEŞTİRİLDİ (17 ARALIK 2021)

Toplantıya YK Başkanı Sn. Sinan ÖNCEL, YK Üyesi Oya SENER ve Genel Sekreter Levent YALÇIN katıldı.



TOPLANTILAR, ZİYARETLER VE GÖRÜŞMELER

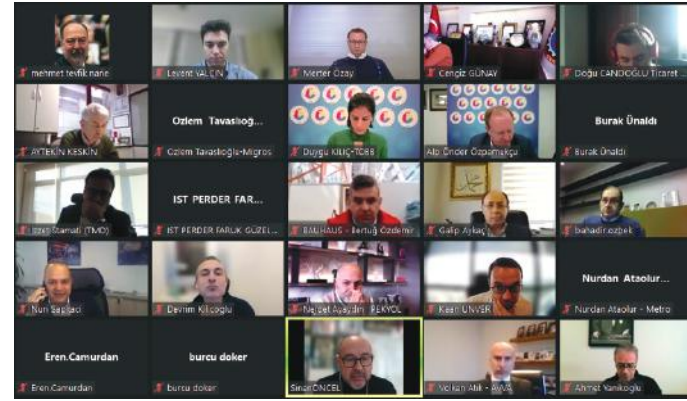
TİCARET BAKANIMIZ SN. MEHMET MUŞ VE BAKANLIK YETKİLİLERİ İLE PERAKENDE SEKTÖRÜNÜN SORUNLARIYLA İLGİLİ TOPLANTI GERÇEKLEŞTİRİLDİ (05 OCAK 2022)

Toplantıya YK Başkanı Sn. Sinan ÖNCEL, YK Üyesi Mustafa KAMAR, ZMD YK Başkanı İzzet STAMATİ, Avukat Vehbi Kahveci, Genel Sekreter Levent YALÇIN ve Hukuk Danışmanı Onur ÜNAL katıldı.



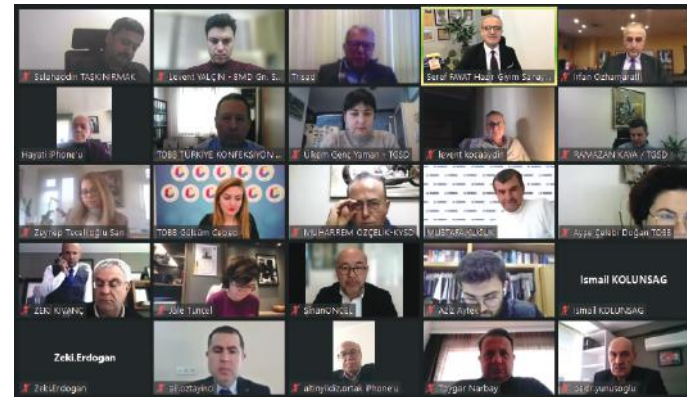
TOBB PERAKENDE MECLİSİ TOPLANTISI YAPILDI (19 OCAK 2022)

Toplantıya YK Başkanı Sn. Sinan ÖNCEL ve Genel Sekreter Levent YALÇIN katıldı.



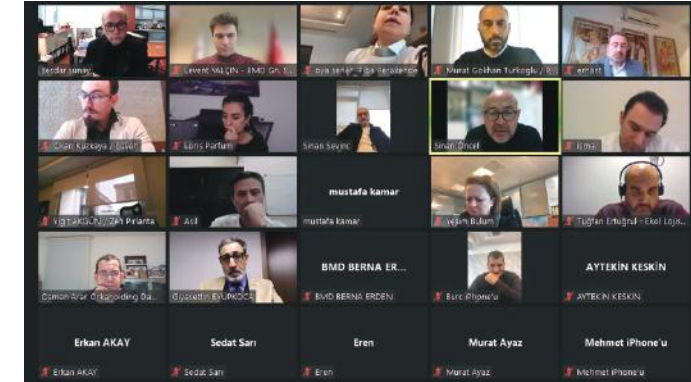
TARİHİNDE TOBB HAZIR GİYİM VE KONFEKSİYON MECLİSİ TOPLANTISI YAPILDI (11 ŞUBAT 2022)

Toplantıya YK Başkanı Sn. Sinan ÖNCEL ve Genel Sekreter Levent YALÇIN katıldı.



RUSYA VE UKRAYNA'DA MAĞAZASI / ŞUBESİ OLAN ÜYELERLE BİLGİ PAYLAŞIMI TOPLANTISI YAPILDI (01 MART 2022)

01 Mart 2022 tarihinde BMD Yönetim Kurulu Üyelerinin de katılımıyla Rusya ve Ukrayna'da mağazası / şubesi bulunan üyelerimizle bilgi paylaşımı ve durum değerlendirmesi toplantısı yapıldı. Toplantıya bölgedeki tecrübelerini aktarmak amacıyla LASIAD Başkanı Gıyasettin EYÜPKOCA da katıldı.



TOBB HAZIR GİYİM VE KONFEKSİYON MECLİSİ TOPLANTISI YAPILDI (03 MART 2022)

Toplantıya YK Başkanı Sn. Sinan ÖNCEL ve Genel Sekreter Levent YALÇIN katıldı.



TOBB PERAKENDE MECLİSİ TOPLANTISI YAPILDI (03 MART 2022)

Toplantıya YK Başkanı Sn. Sinan ÖNCEL ve Genel Sekreter Levent YALÇIN katıldı.



HAZİNE VE MALİYE BAKAN YARDIMCIMIZ SN. MAHMUT GÜRCAN İLE PERAKENDE SEKTÖRÜNDE YAŞANAN SON GELİŞMELERİ AKTARAN BİR TOPLANTI GERÇEKLEŞTİRİLDİ (05 MART 2022)

"Toplantıya YK Başkanı Sn. Sinan ÖNCEL, YK Üyesi Sn. Mete SÖNEZ, YK Üyesi Sn. Tolga TATARİ ve Genel Sekreter Levent YALÇIN katıldı."



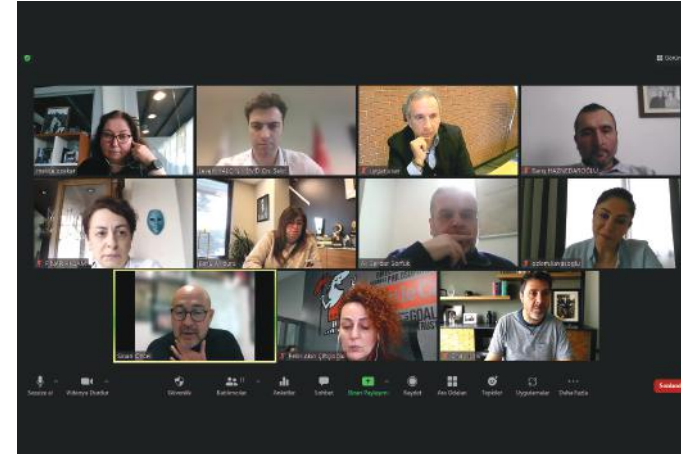
TOPLANTILAR, ZİYARETLER VE GÖRÜŞMELER

**TİCARET BAKANIMIZ
SN. DR. MEHMED MUŞ BEY'İN
KATILIMIYLA GERÇEKLEŞEN
TOBB SEKTÖR MECLİSLERİ
MÜŞTEREK TOPLANTISI'NDA
MARKALARIMIZIN RUSYA VE
UKRAYNA'DA YAŞADIKLARI
GÜNCEL SORUNLAR PAYLAŞILDI
(08 MART 2022)**

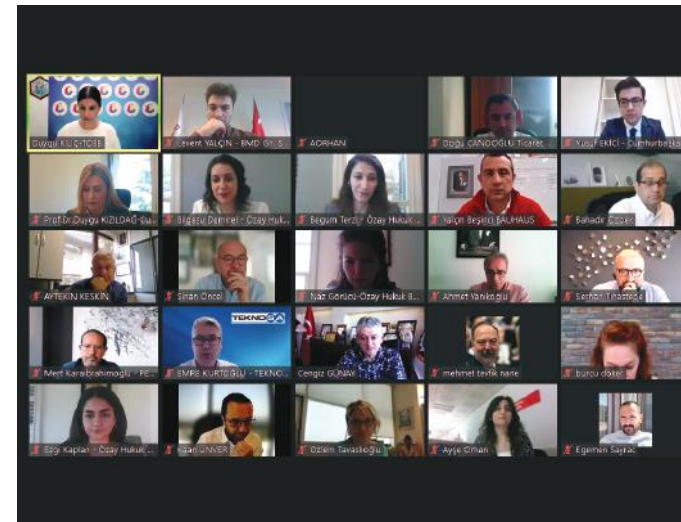
Toplantıya YK Başkanı Sn. Sinan ÖNCEL ve Genel Sekreter Levent YALÇIN katıldı.



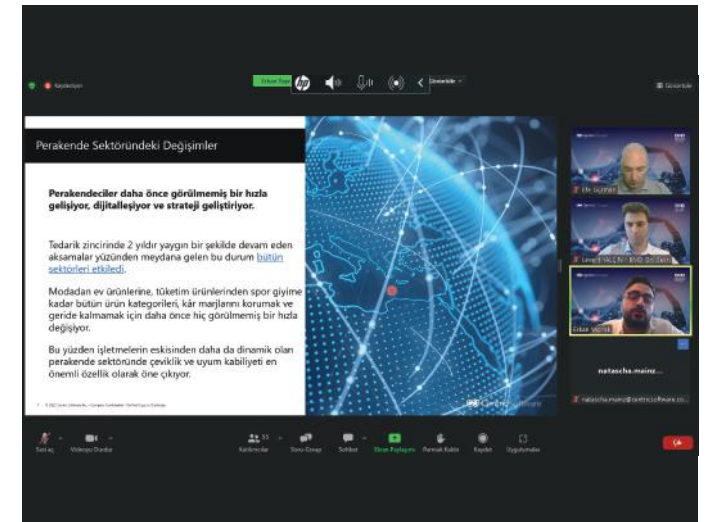
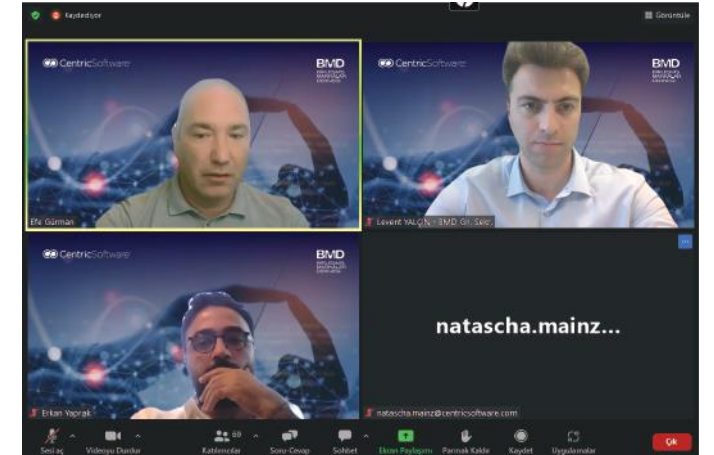
**BİRLEŞMİŞ MARKALAR DERNEĞİ-
NİN EN YENİ ÜYELERİYLE TANIŞMA
VE SORUN / TALEP PAYLAŞIMI
TOPLANTISI GERÇEKLEŞTİRİLDİ
(09 MART 2022)**



**TOBB PERAKENDECİLİK MECLİSİ
TOPLANTISINA KATILIM SAĞLANDI
(26 MAYIS 2022)**

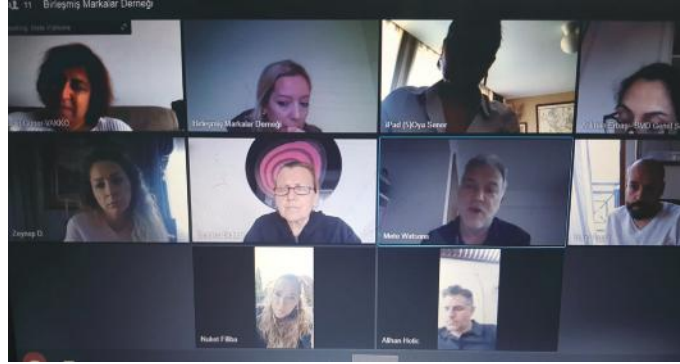


**BMD & CENTRIC SOFTWARE
İŞ BİRLİĞİNDE “2022 VE SONRA-
SINDA ETKİN TEDARİK ZİNCİRİ
YÖNETİMİYLE KARLILIK NASIL
ARTIRILIR?” KONULU WEBİNAR
GERÇEKLEŞTİRİLDİ
(06 HAZİRAN 2022)**



ÇALIŞMA GRUBU TOPLANTILARI

DİJİTAL DÖNÜŞÜM ÇALIŞMA GRUBU TOPLANTISI YAPILDI (05 MAYIS 2022) *DİJİTAL ORTAM*



DİJİTAL DÖNÜŞÜM ÇALIŞMA GRUBU TOPLANTISI YAPILDI (08 MAYIS 2022) *DİJİTAL ORTAM*

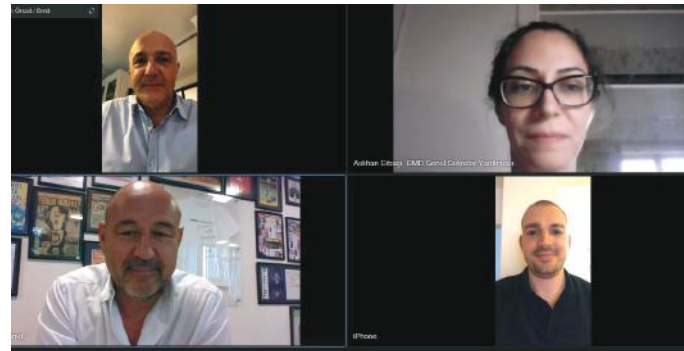
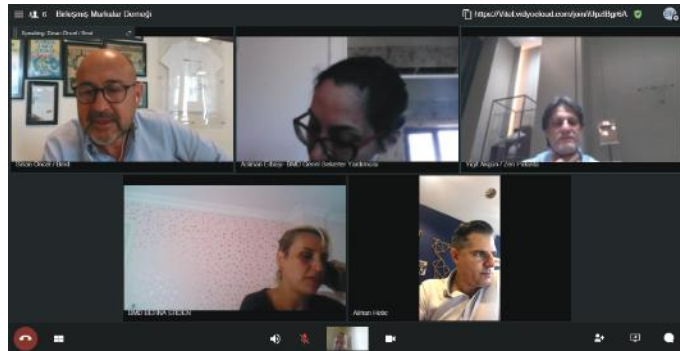


GAZİLER GÜNÜ ÇALIŞMA GRUBU TOPLANTISI YAPILDI (29 HAZİRAN 2022)

19 Eylül'de Mustafa Kemal ATATÜRK'e gazilik ünvanının verimesinin 100 yıl dönümü nedeniyle 19 Eylül Gaziler Gününde yapılacak faaliyetler hakkında toplantı yapıldı.

İLETİŞİM ÇALIŞMA GRUBU TOPLANTISI YAPILDI (07 TEMMUZ 2022)

Perakende Sektörünün Haziran 2021 ayı cirolarının 2020-2019 yıllarının aynı dönemlerindeki cirolarla karşılaştırıldığı anket verilerinin değerlendirme toplantısını gerçekleştirdik.

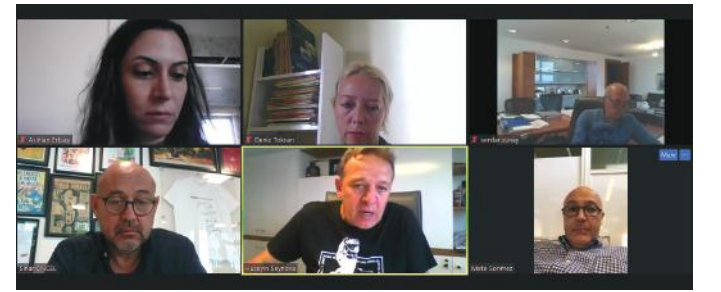


AVM ÇALIŞMA GRUBU TOPLANTISI AVM ORTAK ALAN GİDERLERİ VE KİRA ARTIŞLARI HAKKINDA AVM ÇALIŞMA GRUBU TOPLANTILARI YAPILDI

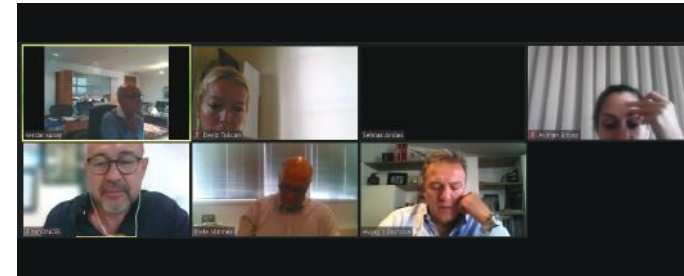
AVM ÇALIŞMA GRUBU TOPLANTISI YAPILDI (05 AĞUSTOS 2021)



AVM ÇALIŞMA GRUBU TOPLANTISI YAPILDI (20 AĞUSTOS 2021)



AVM ÇALIŞMA GRUBU TOPLANTISI YAPILDI (26 AĞUSTOS 2021)



DİJİTAL DÖNÜŞÜM GRUBU TOPLANTISI YAPILDI (20 EYLÜL 2021)



İLETİŞİM ÇALIŞMA GRUBU TOPLANTISI YAPILDI (11 MART 2022)



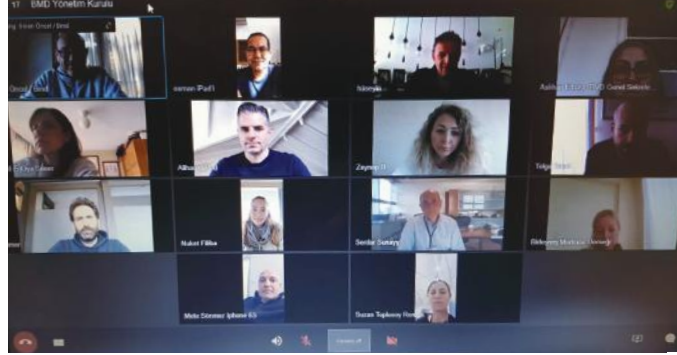
İLETİŞİM ÇALIŞMA GRUBU TOPLANTISI YAPILDI (14 NİSAN 2022)



ÇALIŞMA GRUBU TOPLANTILARI

YÖNETİM KURULU TOPLANTILARI YAPILDI

(11 NİSAN 2021) *DIJİTAL ORTAM*



(23 HAZİRAN 2021) *DIJİTAL ORTAM*



(24 NİSAN 2021) *DIJİTAL ORTAM*



(03 AĞUSTOS 2021) *DIJİTAL ORTAM*



YÖNETİM KURULUMUZ İLE BAYRAMLAŞMA TOPLANTISI YAPILDI

(14 MAYIS 2021) *DIJİTAL ORTAM*



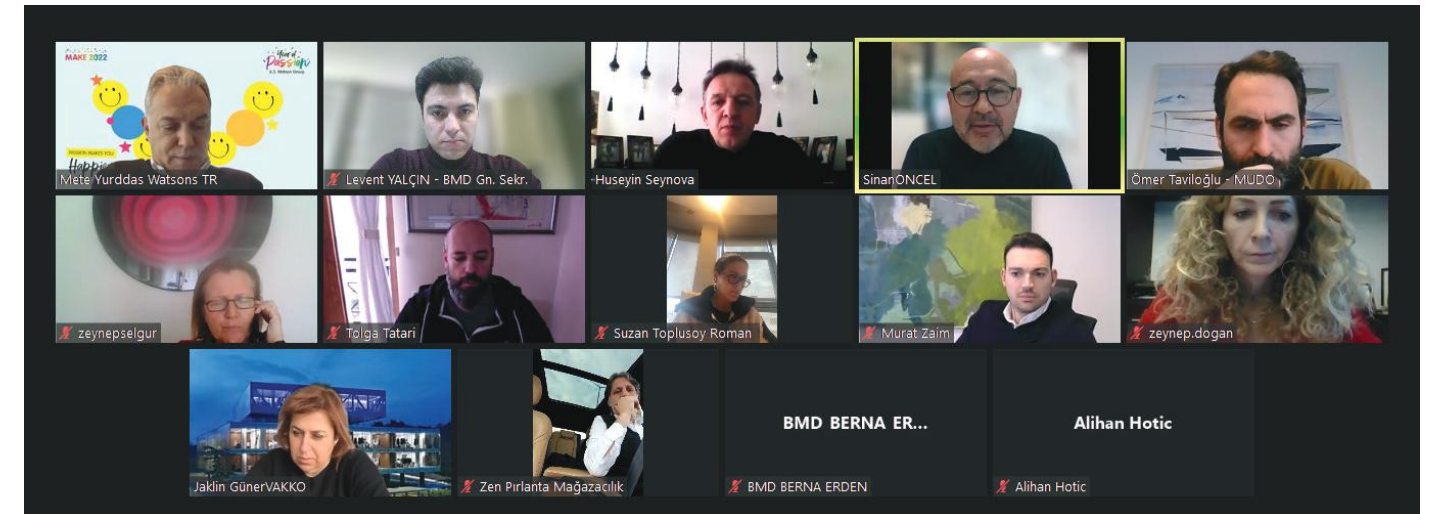
KARACA GENEL MERKEZİ'NDE YÖNETİM KURULU TOPLANTISI YAPILDI (10 KASIM 2021)



CONRAD OTEL'DE YÖNETİM KURULU TOPLANTISI YAPILDI (27 ARALIK 2021)



DİJİTAL ORTAMDA YÖNETİM KURULU TOPLANTISI YAPILDI (27 OCAK 2022)



BİRLEŞMİŞ MARKALAR DERNEĞİ ve BMD İKTİSADİ İŞLETMESİ 01.01.2021-31.12.2021 DÖNEMİ GELİR-GİDER TABLOSU			
	BİRLEŞMİŞ MARKALAR DERNEĞİ	BMD İKTİSADİ İŞLETMESİ	KONSOLİDE
I - GELİR KALEMLERİ	1.817.338	523.411	2.340.749
A - GİRİŞ AİDATI	140.000		140.000
B - YILLIK AİDAT	1.473.750		1.327.500
C - YAYIN GELİRLERİ (LOOK EKİ + ALL DERGİSİ)			0
D - SPONSORLUK VE ORGANİZASYON GELİRLERİ	0	522.800	522.800
E - EĞİTİM SEMİNERLERİ İK FAALİYETLERİ GELİRİ			0
F - DİĞER GELİRLER ve BANKA FAİZİ	203.588	611	204.199
II - GİDERLER	-1.656.260	-654.239	-2.310.499
A - KİRA GİDERLERİ		-73.636	-73.636
B - PERSONEL GİDERLERİ	-656.347		-656.347
C - ORGANİZASYON VE SOSYAL ETKİNLİK GİDERLERİ	-808.496	-369.571	-1.178.067
D - POSTA VE KURYE GİDERLERİ	-1.604	-5.535	-7.139
E - DEMİRBAŞ VE AMORTİSMAN GİDERLERİ	-131	-1.333	-1.464
F - KIRTASIYE GİDERLERİ	-2.641	-11.055	-13.696
G - MUHASEBE GİDERLERİ	-33.073	-13.044	-46.117
H - DANIŞMANLIK GİDERLERİ VE RAPORLAR	-48.309	-123.000	-171.309
I - NOTER / BANKA MASRAFI / RESİM HARÇ / BAĞIŞ / FİNANSMAN VD. GİDERLER	-13.860	-3.713	-17.574
J - ELEKTRİK+SU+D.GAZ VE DİĞER ORTAK GİDERLER		-11.128	-11.128
K - TELEFON VE İNTERNET BİLİŞİM GİDERLERİ	-20.245	-3.029	-23.274
L - MATBAA GİDERLERİ			0
M - TAŞIT - ULAŞIM GİDERLERİ	-13.914	-37.635	-51.549
N - TEMİZLİK, BAKIM-ONARIM GİDERLERİ	-54.213		-54.213
P - KANUNEN KABUL EDİLMİYEN / BİLİNMEYEN BEKLENMEYEN GİDERLER	-3.426	-1.560	-4.986
R - MASRAF KATILIM GİDERLERİ (NET)			0
S - BİZBİZE YETERİZ TÜRKİYEM			0
T - İZMİR DEPREMİ			0
III - GELİR GİDER FARKI	161.078	-130.829	30.249

BİRLEŞMİŞ MARKALAR DERNEĞİ ve BMD İKTİSADİ İŞLETMESİ 2022 YILI BÜTÇESİ			
	BİRLEŞMİŞ MARKALAR DERNEĞİ	BMD İKTİSADİ İŞLETMESİ	KONSOLİDE
I - GELİR KALEMLERİ	2.516.000	300.000	2.816.000
A - GİRİŞ AİDATI	100.000	0	100.000
B - YILLIK AİDAT	2.196.000	0	2.196.000
C - YAYIN GELİRLERİ (LOOK EKİ + ALL DERGİSİ)	0	0	0
D - SPONSORLUK VE ORGANİZASYON GELİRLERİ	0	300.000	300.000
E - EĞİTİM SEMİNERLERİ İK FAALİYETLERİ GELİRİ	0	0	0
F - DİĞER GELİRLER ve BANKA FAİZİ	220.000	0	220.000
II - GİDERLER	-1.922.400	-351.000	-2.273.400
A - KİRA GİDERLERİ	0	-91.200	-91.200
B - PERSONEL GİDERLERİ	-600.000	0	-600.000
C - ORGANİZASYON VE SOSYAL ETKİNLİK GİDERLERİ	-1.050.000	0	-1.050.000
D - POSTA VE KURYE GİDERLERİ	-6.000	-1.500	-7.500
E - DEMİRBAŞ VE AMORTİSMAN GİDERLERİ	-6.000	-7.000	-13.000
F - KIRTASIYE GİDERLERİ	-5.000	-5.000	-10.000
G - MUHASEBE GİDERLERİ	-36.400	-14.000	-50.400
H - DANIŞMANLIK GİDERLERİ VE RAPORLAR	-90.000	-150.000	-240.000
I - NOTER / BANKA MASRAFI / RESİM HARÇ / BAĞIŞ / FİNANSMAN VD. GİDERLER	-30.000	-4.000	-34.000
J - ELEKTRİK+SU+D.GAZ VE DİĞER ORTAK GİDERLER	0	-16.800	-16.800
K - TELEFON VE İNTERNET BİLİŞİM GİDERLERİ	-26.000	-2.000	-28.000
L - MATBAA GİDERLERİ	-5.000	-1.500	-6.500
M - TAŞIT - ULAŞIM GİDERLERİ	-28.000	-42.000	-70.000
N - TEMİZLİK, BAKIM-ONARIM GİDERLERİ	-40.000	-10.000	-50.000
P - KANUNEN KABUL EDİLMİYEN / BİLİNMEYEN BEKLENMEYEN GİDERLER	0	-6.000	-6.000
R - MASRAF KATILIM GİDERLERİ (NET)	0	0	0
S - FEDERASYON KATKI PAYI	0	0	0
III - GELİR GİDER FARKI	593.600	-51.000	542.600

BMD BAŞKANI SİNAN ÖNCEL: MARKALARIMIZIN YURT DIŞINDA FIRSAT SUNAN PAZARLARDA 700 – 1000 ARASINDA MAĞAZA AÇACAĞINI TAHMİN EDİYORUZ (9 NİSAN 2021)

“Pandemi nedeniyle ciroları düşen markalar, döviz kurundaki artış ve özellikle Avrupa’da ucuzlayan kiralar nedeniyle yurt dışına odaklandı. BMD Başkanı Sinan Öncel, aşının da katkısıyla açılmanın gerçekleşeceği pazarlara yatırım yapmanın önemli olduğunu söyledi. Öncel, “AB’nin önemli turizm merkezlerinde uygun fiyata mağaza kiralanabiliyor. Markalarımız pazarın istikrarına ve gelir seviyesine bakıyor. Ayrıca ürününü Türkiye’de ürettiren marka dövizle satacak olmanın cazibesine kapılarak yatırımlarını sürdürüyor. Yurt dışında fırsat sunan pazarlarda markalarımızın 700 – 1000 arasında yeni mağaza açacağını tahmin ediyoruz” dedi.”

Orka'dan mağaza atışı
25 yılı aşkın süredir yurtdışı deneyimine sahip olan ve bünyesinde Damat, Tween ve D'S Damat gibi markaları bulunduran Orka Holding de, mağazalarını hızla

Türk markalarından yurtdışına bin mağaza

YENER KARADENİZ/STANBUL

Pandemi nedeniyle yurtdışındaki satış gelirleri düşen Türk markaları, döviz kurunda yaşanan artış ve özellikle Avrupa’da ucuzlayan kiralar nedeniyle yurtdışına odaklandı. Birçok marka, krizi fırsata çevirmek çalışmalarına başladı. İpekyol gibi bazı markalar yurtdışında online kanala yönelik çalışmalar yaparken, Damat Tween gibi birçok marka ise mağaza sayısını artırmak için fırsatları değerlendirme-ye başladı. Birleşmiş Markalar Derneği’nden (BMD) aldığımız bilgilere göre, 2019 yılında derneğe üye 106 marka, 125 ülkede 4 bin 396 mağaza-ya sahipken, söz konusu rakam geride bıraktığımız yıl derneğe katılan yeni üyelerin katkısıyla 5 bin 356’ya yükseldi. Bu yıl ise yurtdışında açılacak yeni mağaza sayısının 700 ila bin arasında olmasını bekleniyor.



Sinan Öncel

Yurtdışında kiralar düşüyor
BMD Başkanı Sinan Öncel, aşının da katkısıyla açılmanın gerçekleşeceği pazarlara yatırım yapmanın önemli olduğunu belirterek, markaların tutkusuyla girmek istediği pazarlara adım atması için bu dönemin fırsat olarak kullanılabilceğini söyledi. Öncel, “Markalarımız o pazarın istikrarına ve gelir seviyesine bakıyor. Hele hele malın da Türkiye’de üretiliyorsa döviz ile satacak olmanın cazibesine kapılarak yatırımlarını devamlı ettiriyor. Yurtdışında fırsat sunan pazarlarda markalarımızın 700 ila 1000 arasında yeni mağaza açacağını tahmin ediyoruz” dedi. Söz konusu gelişme-ye yurtdışında düşen kiraların da önemli etkisi olduğunu söyleyen Öncel, şöyle devam etti: “Örneğin Venedik’ten San Marco Meydanı’nda kiralar yarı yarıya düştü. Orada çok rahat yarı fiyatına mağaza bulabiliyorsunuz. AB’nin turizm merkezlerinde önemli mağazaların uygun fiyata tutulabilirdiği bir dönem yaşıyoruz.”



Orka'dan mağaza atışı
25 yılı aşkın süredir yurtdışı deneyimine sahip olan ve bünyesinde Damat, Tween ve D'S Damat gibi markaları bulunduran Orka Holding de, mağazalarını hızla

Türk markaları yurtdışında atışa kalktı. Pandemi döneminde yurtdışındaki mağaza sayılarını 4 bin 300’den 5 bin 300’e yükselten BMD üyesi Türk markaları, bu yıl yurtdışında 1.000’e yakın mağaza açacak. BMD Başkanı Öncel, “AB’nin turizm merkezlerinde önemli mağazaların uygun fiyata kiralanabildiği bir dönemdeyiz” dedi.



İhracata 600 milyon dolar katkı

Sektör temsilcilerinden aldığımız bilgilere göre yurtdışında 200 metrekare bir mağazanın ihracata katkısı sezonluk olarak 250-300 bin dolar arasında değişiyor. Bu rakam metrekare arttıkça yükseliyor. Bir sezonun iki sezon ile oluşturduğu dönemde bir mağazanın ihracata katkısı 1 senede 500-600 bin dolar arasında değişiyor. Bu hesaplara yola çıkıldığında yurtdışında faaliyet gösteren 5 bin 356 mağaza Türkiye’nin yıllık ihracatına ortalama

3,2 milyar dolardan fazla katkı sağlıyor. Bu yıl açılması beklenen 1.000 mağazanın ise ihracata katkısının 600 milyon dolar olacağı tahmin ediliyor. Türkiye’de ihracatın kg fiyatı 1 dolar civarında iken, söz konusu rakam hazır giyim sektöründe ise 13 dolara yakın seviyelerde seyrediyor. Ancak markalar Türkiye’de ettikleri bir ürünü yurtdışında kendi satış noktaların son tüketici fiyatı ile sattığında bu rakam ortalama 70 dolara kadar çıkabiliyor.



Ayaydin-Miroglu

diracak gruplardan biri. Halihazırda yurtdışında 200 civarında mağaza bulunan grubun Yönetim Kurulu Başkanı Süleyman Orakçıoğlu, Dubai, Borna Hersek, Nairobi, Mogadishu, Tacikistan, Özbekistan, Rusya gibi birçok ülkede bu yıl 30’a yakın yeni mağaza açacaklarını söyledi. 2 yıldır üzerinde çalıştıkları İpekyol’un en büyük mağazalar zinciri El Corte Ingles’teki 5 mağazasının da yakın zamanda hizmete geçeceğini dile getiren Orakçıoğlu, “Yaklaşık olarak 25 yıl önce yurtdışı mağazacılığı ve markalı ihracatı başlatan bir şirkettiz. Bizim en büyük avantajımız global rekabeti biliyor olmamız. Şu an birçok firmamız yurtdışına çıkış gibi görüyor ama aceleci davranmamak lazım. Orada da işler kolay değil” dedi. Ötümündeki dönemin Türk markaları için çok büyük fırsatlar barındırdığını dile getiren Orakçıoğlu, basılı oturan yabancı markaların yerini Türk markalarının değerlendirebileceğini söyledi. Pekti tüm dünyada birçok markanın havlu attığı bir dönemde Türk markalarının ayakta kalmasının sırrı ne? Orakçıoğlu, “Biz birçok kriz atlattık. Daha deneyimli ve dayanıklıyız. Ancak şu an Türk markalarına da en fazla destek yapılması gerek bir dönemdeyiz. İhracat, istihdam ve katma değer buradan gelecek. Türkiye ihracatının kg değeri 1 dolarken biz kg başına 70 dolarlık ihracat yapıyoruz” dedi.

MARKALAR KİRA İNDİRİMİNDE STANDART İSTİYOR (14 NİSAN 2021)

BMD Başkanı Sinan Öncel, AVM’lerde geçen yıl haziran ayından bu yana kira konusunda oluşan farklı uygulamaların birtakım haksızlıklara yol açtığını söyledi. İhlas Haber Ajansı’na değerlendirmelerde bulunan Öncel, “Geçen yıl tamamen kapalı kalınan dönemde AVM’ler kira almadılar. Haziran ayı ile beraber yeniden açılan AVM’lerin uyguladığı politikalar farklılaştı. Çünkü AVM’ler ciroya göre birtakım indirimlerle sektöre nefes aldırdı. Ancak herhangi bir standardı yoktu, birtakım haksızlıklar oluştu. Bu duruma çözüm olarak gerek cadde mağazaları gerekse AVM konusunda pandeminin ilk döneminden itibaren çalışmalar yürüttük. Özellikle cadde mağazaların kiralarına üst sınır getirilerek yüzde 50’sinin alınmasını, kalan yüzde 50’lik kısmını ise mülk sahibinin sonraki yıllarda gelir vergisinden mahsup edilmesini önerdik” diye konuştu. Sinan Öncel, perakendecinin gündemindeki en önemli sorunun ortak alan işletme giderleri olduğunun da altını çizdi.

Markalar kira indirimlerinde standart istiyor



Pandemiden en çok etkilenen perakende sektöründe markalar, farklı kira uygulamalarında şikayet ediyor.

MAĞAZA kiralarında her AVM’nin farklı kira indirimi ve ortak alan giderleri olarak alınan aidatlar bir çok firmayı zora sokuyor. BMD Başkanı Sinan Öncel, “Kira indirimleri yapıldı ancak bir standart yoktu, birtakım haksızlıklar oluştu. Özellikle cadde mağazaların kiralarına üst sınır getirilerek yüzde 50 olarak alınmasını istedik. Geri kalan yüzde 50’lik kısmını ise mülk sahibinin veya AVM yatırımcısının sonraki yıllarda gelir vergisinden mahsup edilmesini öneriyoruz” dedi. Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) Başkanı Sinan Öncel, perakende sektörü ve alışveriş merkezlerinin kira uygulamalarına ilişkin değerlendirmelerde bulundu. Öncel, geçen yıl kapalı kalınan dönemde yatırımcıların önemli bir kısmının kira almadıklarını hatırlatarak, “Geçen yıl Mayıs sonuna geldikimizde Türkiye’deki alışveriş merkezlerinin tamamı kapalı kalınan sürede kira almadılar. Ha-

ziran ayı ile beraber yeniden açılan AVM’lerin uyguladığı politikalar farklılaştı. Çünkü AVM’ler yapılan ciroya göre birtakım indirimler yaptı. Bu indirimlerde sektöre nefes aldırdı. Ancak herhangi bir standardı yoktu, birtakım haksızlıklar oluştu. Bu duruma çözüm olarak gerek cadde mağazaları gerekse alışveriş merkezleri konusunda pandeminin ilk döneminden itibaren çalışmalar yürüttük. Özellikle cadde mağazaların kiralarına üst sınır getirilerek yüzde 50 olarak alınmasını istedik. Geri kalan yüzde 50’lik kısmını ise mülk sahibinin veya AVM yatırımcısının sonraki yıllarda gelir vergisinden mahsup edilmesini söylemiştik” ifadesini kullandı.

“PERAKENDE CİROLARI YÜZDE 40 ARTTI”

Cumartesi günlerinin açılmasıyla cirolarının ciddi oranda etkilendiğini belirten Öncel, “Yapmış olduğumuz anketlerde perakende ciroları bir önceki aya göre yüzde 30 ila 40 artış gözlemlendi. Cumartesi ve Pazar günlerinin kapalı olduğu şu dönemde, kiralamalar konusunda kesinlikle bir yasal düzenleme getirilmesi gerekir. Kazan kazan dediğimiz ciro kirası uygulaması yıllardır yapılıyor. Pek çok AVM ve markalarda yapılan bir uygulama, bir çok mağaza bunu uyguluyor” şeklinde konuştu.

“BAZI ÜYELERİMİZ CİROLARININ

YÜZDE 40’INI E-TİCARETTEN YAPIYOR”

E-ticaret oranlarının toplam ciro içindeki payının arttığını işaret eden Öncel, “Bu oranlar yüzde 20-25 oranında gerçekleşti. Hatta bazı üyelerimiz cirolarının yüzde 40’ını e-ticaretten yapıyor. Burada toplam cirodaki düşüşün de etkisi var. E-ticaret nakit akışı sağlıyor ama arama motorlarına ve sosyal medyaya reklam verme zorunluluğu bulunuyor” dedi. /İHA

PERAKENDECI KISA ÇALIŞMA ÖDENEĞİ VE KİRA İNDİRİMİ İSTİYOR. BMD BAŞKANI SİNAN ÖNCEL: KISA ÇALIŞMA ÖDENEĞİ DEVAM ETTİRİLMELİ, KİRALAR VE GENEL GİDERLERLE İLGİLİ YASAL DÜZENLEME YAPILMALI (19 NİSAN 2021)

Pandemi önlemleri çerçevesinde getirilen son kısıtlamalarla birlikte cirolarında yüzde 70’e varan düşüş yaşanan sektörler, ‘mücbir sebep’ kapsamında sağlanan desteklerin yeniden başlatılmasını istiyor. BMD ve Tescilli Markalar Derneği ile Kategori Mağazacılığı Derneği yöneticileri, İstanbul Ticaret Odası Başkanı Şekip Avdagiç ile yaptıkları toplantıda Kısa Çalışma Ödeneği’nin yeniden uygulamaya geçirilmesi gerektiğinin altını çizdiler. Dernek başkanları ayrıca mağaza kiralarında ve vergilerde indirim talep ettiler. BMD Başkanı Sinan Öncel, kapanma kararları ile birlikte mağazaların haftalık 84 saat olan açık kalma süresinin 35,5 saate gerilediğine dikkat çekti. Başta Kısa Çalışma Ödeneği olmak üzere kira ve genel giderler ile ilgili düzenleme yapılması gerektiğini vurgulayan Öncel, şöyle devam etti: “Pandemi döneminde gerek cadde gerekse AVM’lerdeki satış noktalarında kapalı kalınan süre kiradan düşülmeli. Bu konuda yasal bir düzenleme yapılmalı. Çünkü bu durum kiracı ile mülk sahibi arasında

ciddi çatışmaya sebep oluyor. Mülk sahibinin mağduriyeti önümüzdeki yıllardaki vergi matrahından düşülerek giderilebilir. Genel giderin de kesinlikle bir üst sınırının olması ve kiraya dahil edilerek tartışmalara son verilmesini istiyoruz. Öte yandan haftalık çalışma saatlerimiz düşünce çok ciddi sayıda çalışan ister istemez açığa çıkıyor. Onlar için de Kısa Çalışma Ödeneği'nin devam ettirilmesi gerektiğini düşünüyoruz."

Türk marka fethini pandemi kesemedi

Pandemiden en çok etkilenen sektörler arasında yer alan perakende yatırımlar hız kesmiyor. Türk perakendeciler yurtdışı mağazalaşma atakını sürdürüyor



Zorlu finansal şartlara karşın pek çok oyuncu yurtdışında yeni ülkelere girmeye ve yeni mağazalar açmaya devam ederek sektöre moral aşıyor

400 milyon TL yatıracak Peru'yu da giydirecek...

LC Waikiki Başkanı Vahap Kıcık, pandemi nedeniyle hem yurtiçi hem de yurtdışında yatırımları frene basmadıklarını belirttik. "50'ye yakın ülkede faaliyetimiz var. Yeni ülkeler de ekliyoruz. Bu yıl yurtdışında 100 - 120 arasında yeni mağaza açacağız. Daha çok Sahra Altı Afrika ve Güney Amerika odaklıyız. Peru'da ilk



mağazayı hazırlamaya başlayacağız. Bu dönemde daha iyi lokasyonlarda daha iyi mağazalar bulabiliyoruz. Ev tekstili için ayrı mağazalar da açmaya başladık. Bu yıl hem mağaza hem de lojistik anlamında yurtdışında 200 milyon TL, yurtdışında da 200 milyon TL olmak üzere 400 milyon TL den fazla yatırım yapacağız" dedi.

Kiralar dışarıda düşünce 50 yeni mağaza daha...

Kişile Başkanı Abdullah Kılılı, yurtdışında Romanya, Azerbaycan, Belçika'da da mağazaları olduğunu anımsattı. "Pandemiye karşı yurtdışında mağaza açmaya devam ediyoruz. Geçen hafta Sırbistan Belgrad'da ilk mağazayı kendimiz açtık. İtalya'da iki mağazayı hazırlamaya koyuyoruz. Türkiye'den ve Dubai'den birer



ay zarfında mağaza açtıkları yapacağız. Bir kısmı franchise olacak. Turquality'den yararlanıyoruz. Yurtdışında 46 Kişile mağazası var. Pandemi bitince buna bir 50 tane daha eklemeyi düşünüyoruz. Finansal açıdan firmalar için zor süreçler ama kiralar Avrupa'da çok düşmüş durumda. Önceden 15 bin euro olan mağaza kiraları 2 bin euro'ya indi" diye konuştu.

500 mağazaya koşuyor Mogadişu'ya da girdi

Damat, Tween, O'S Damat markalarını bünyesinde bulunduran Otis Holding'in Başkanı Süleyman Orakçıoğlu, 801 aşkın ülkede toplam 431 mağazayla yer aldıklarını belirtti. Mogadişu, Nairobi, Düşünce, Taşkent, Aşkabat ve Bosna'da yeni mağazalar açtıklarını da belirtti. Orakçıoğlu, sözlerini şöyle sürdürdü:

Şimdilik 20 ülkede...

Görmen Group Markalardan Sorumlu Yönetim Kurulu Üyesi Zeynep Doğan, Rinsey ve Kip markalarıyla Türkiye başta olmak üzere Azerbaycan, Kazakistan, Rusya, Romanya, Özbekistan'ın da aralarında bulunduğu 20 ülkede 121 mağazaya sahip olduklarını aktardı. Şunları söyledi:



"Yurt dışı büyüme

2023 hedefi 250 yurtdışı mağaza

FLO CEO'su Burak Övünç, FLO ve In Street markalarında mağaza yurtdışında 503, yurt dışında ise 22 ülkede 111 mağazayla hizmet verdiklerini de getirecek. "Mağaza sayımızı arttırmaya devam edeceğiz. Bu yıl yurtdışında 40 mağaza daha açmayı hedefliyoruz. Ukrayna'da ise şimdi 3 mağaza aktif. Bu ülkede 2021 sonunda 10, kısa vadede de 40 mağazaya ulaşmayı hedefliyoruz. Fas'ta mayısta açacağımız 3 mağaza ile toplamda 16 mağazaya ulaşacağız. Yıl



sonuna kadar 25 mağazaya ulaşarak Fas'ın en büyük perakendecisi olacağız. Kenya'da da mağaza açmaya devam ediyoruz. Doğu Avrupa pazarlarında büyümeye, buradaki fırsatları değerlendirilmeye devam edeceğiz. Yakın dönemde bu bölgedeki ülkelerde 50 yeni mağaza açacağız. 2023 yılına kadar yurtdışında 250 mağazaya ulaşmak istiyoruz. Yurtdışında sadece mağazalarımızla değil e-ticaret ağımlıya da büyütürüz" dedi.

19 BİN SATIŞ NOKTASI OLDU

Türk markalar yurtdışında 19 bin satış noktasına ulaştı. Birleşim Markalar Derneği (BMD) 421 markanın 45 bin yurt içi, 19 bin yurtdışı satış noktası ve 400 bin çalışanı var. En çok mağaza bulunan ülkeler Rusya, Kazakistan, Romanya, Suudi Arabistan, Irak, Ukrayna, Azerbaycan şeklinde sıralanıyor.



Yurtdışında en çok mağazası olan markalar arasında ise LC Waikiki, Colini, Simit Sarayı, Koton, U.S. Polo, Denat, Sarı, Penti, Little Big, Polo bulunuyor.



Türk markalar 130'den fazla ülkede yer alıyor. Türk perakendeciler mağaza açarak yurtdışındaki e-ticaret faaliyetlerini de geliştiriyor.

TÜRK MARKALAR YURT DIŞINDA 19 BİN SATIŞ NOKTASINA ULAŞTI (21 NİSAN 2021)

Türk markalar yurt dışında 19 bin satış noktasına ulaştı. BMD üyesi 421 marka yurt içinde 45 bin, yurt dışında ise 19 bin mağaza ve satış noktasında 400 bin kişiyi istihdam ediyor. Pandeminin zorlu finansal koşullarına rağmen yurt dışındaki fırsatları değerlendirmeyi sürdüren markaların en çok mağazasının bulunduğu ülkeler Rusya, Kazakistan, Romanya, Suudi Arabistan, Irak, Ukrayna, Azerbaycan şeklinde sıralanıyor.

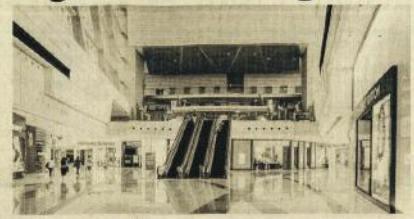
AVM'LER VE PERAKENDECI BAYRAM ALIŞVERİŞİNDEN UMUDU KESTİ Kısa çalışma tek çare

Pandemide yeni dalga ile başlayan kısıtlamalar alışveriş merkezleri (AVM) ve perakendecinin bayram alışverişini ümitlerini suya düşürdü. Sektör, mevcut şartlar içinde istihdam kaybının önüne geçilmesi için Kısa Çalışma Ödeneği'nin tekrar uygulanmasını istiyor.

Yeni kısıtlamaların sektöre rakamsal etkilerini en erken mayıs sonunda anlayabileceklerini belirten AVM Yürütücüleri Derneği Genel Sekreteri Gülmez Atakan, "Nisan ayı hepimiz açısından zor bir ay oldu ve olacak da. Artık ümitimiz bayramdan sonrasına kaldı" dedi.

Atakan, bu dönemde tek desteğin Kısa Çalışma Ödeneği'nin devamı olacağını da belirterek şöyle konuştu: "Hem AVM yatırımcısının hem de perakendecinin devletin alabileceği tek destek bu. Zaten çalışma saatlerimiz gittikçe daralıyor, cirolarımız gittikçe düşüyor. Bir de döviz artışıyla dolaylı sıkıntı yaşıyoruz, borcumuz sürekli artıyor. Türkiye'deki 55 milyar dolarlık AVM yatırımının yüzde 30'u yabancı yatırımdır, bu yatırımları ülkede tutmamız gerekiyor" diye konuştu.

Perakendeciler yasa bekliyor Perakendecinin haftalık 84 olan satış saatinin 34,5 saate indirildiğini belirten Birleşim Markalar Derneği Başkanı Sinan Öncel, yüzde 60'lık bu kayıpla kiralarla yansıması için yasal düzenlemelerin yapılması gerektiğini vurguladı. Yeni kısıtlamalarla birlikte perakendecilerin yüzde 50 ile 70 arasında bir satış kaybı yaşayacağını da söyleyen Öncel, "Perakendeciler bu kaybı yaşıyor. Bir de ağır kira ve ortak giderler altında ezilmemeli. Bizim kira kontratlarımızda sabah 10, akşam 22 arası açık olma şartımız var. Şu an



artış beklenmediğini aktaran Akbaş, "İnsanlar şu an can korkusundalar, geleceğe dönük belirsizlik yaşıyorlar, bir sürü insan işsiz kaldı, Kısa Çalışma Ödeneği bitirildi. Ben bu şartlar altında insanlara bayram alışverişine çok yinelmesini beklemiyorum" diye konuştu.

Yeni düzenlemelerden en çok part-time çalışanları etkileyeceğini belirten Öncel, şöyle konuştu: "Çalışanlarımızın büyük bir kısmını işini kaybetme riskiyle karşı karşıya kalacak. Eskiden iki vardiya çalışıyorduk şimdi tek vardiya bile fazla olacak. Delaysıyla istihdam kaybının önüne geçilmesi için Kısa Çalışma Ödeneği'nin yeniden uygulanması şart oldu."

Müşde geldi: Kısa çalışma desteğine 3 ay daha devam!

İş dünyasının ısrarlı talepleri karşılık buldu: Tüm sektörler için nisan, mayıs ve haziran aylarında kısa çalışma desteği verilecek

Turizm sektörünün temsilcileriyle bir araya gelen Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, toplantının ardından yaptığı açıklamada, 31 Mart'ta sona eren kısa çalışma desteğinin üç ay daha uygulanması kararı aldıklarını söyledi. Erdoğan, ayrıca turizm sektöründe mayıs sonunda sona erecek KDV indiriminin de haziran ayı sonuna kadar

devam edeceğini bildirdi. Pandemi döneminde istihdamın korunmasına yönelik en önemli destek unsurlarından biri olarak görülen kısa çalışma ödeneğinden (KÇÖ) 31 Mart tarihine kadar 3 milyon 765 bin sigortalı yararlanmış, bu kapsamda İşsizlik Sigortası Fonu'ndan 31 milyar 563 milyon lira tutarında ödeme yapılmıştı. **HÜSEYİN GÖKÇE / 12**

KARAR, HEM İŞÇİYİ HEM İŞVERENİ SEVİNDİRDİ

► **TOBB, TİSK, Türk-İş, Hak-İş (ortak açıklama):** Karara çalışma hayatının ihtiyacı vardı. İşçi ve işverenleri koruyan ve destekleyen bu uygulamanın devamı için teşekkür ediyoruz.

► **Şekib Avcıoğlu/İTO:** Cumhurbaşkanımız, iş dünyamızın "Kısa Çalışma Ödeneği devam etsin" çağısına kulak verdi. Salgıyla mücadelede önemli bir siper kazandık.

► **Firuz Bağlıkaya/TÜRSAB:** KDV indiriminin de uzatılması sektör için önemliydi. Bankaların bu belirsiz dönemde turizm sektörüne bakaş konusunda bir destek talebimiz oldu.

► **Ayhan Zeytinoglu/KSO:** Kısa çalışma desteği, işten çıkarma yasasının ikiz kardeşi. İki uygulamanın eş zamanlı yürütülmesi gerektiğini düşünüyordum.

► **Bendevi Palandöken/TESEK:** Uzatma kararı, bu zor dönemde nefes alacak. Kıra stopajı da önemli: pandemi sonuna kadar sıfırlanması esnafımızı rahatlatacak.

► **Sururi Çorabatır/TÜROFED:** Sektördeki çalışanları kaybetmemek için çok önemliydi. Sezonu başlatma, sezonu görme açısından çok büyük avantajları olacak. KDV'nin uzatması da iyi bir haber oldu.

► **Ramazan Bingöl/TÜRES:** Hükümetin STK'lara sesine kulak vermesi sevindirici. Faizsiz kredi, çeklerin ötelenmesi gibi destekler verilmesini de talep ediyoruz.

► **Sinan Öncel/BMD:** Uzatma kararını, genç istihdamın yoğun olduğu perakende sektöründe istihdamın korunması açısından önemli buluyoruz.

BMD BAŞKANI SİNAN ÖNCEL: KISA ÇALIŞMA ÖDENEĞİ'NİN UZATILMASI İLE PERAKENDE SEKTÖRÜNÜN İKİ ÖNEMLİ SORUNUNDAN BİRİ ÇÖZÜLDÜ. KİRA VE ORTAK GİDERLERLE İLGİLİ DE YASAL DÜZENLEME BEKLİYORUZ

Pandemi döneminde istihdamın korunmasında en önemli desteklerden birini oluşturan ve Mart ayından sonlandırılan Kısa Çalışma Ödeneği iş dünyasından gelen yoğun talep üzerine Haziran ayı sonuna kadar uzatılıyor. BMD Başkanı Sinan Öncel, Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın açıkladığı uzatma kararı için, "Uzun süredir bekliyorduk, sektör adına sevindirici bir gelişme oldu. Kararı genç istihdamın yoğun olduğu perakende sektöründe istihdamın korunması açısından önemli buluyoruz. Perakende sektörünün en önemli iki sıkıntısından biri giderilmiş oldu, Cumhurbaşkanımıza teşekkür ediyoruz. Çözüm bekleyen ikinci en önemli konu ise cadde ve AVM mağazalarında kira ve ortak gidere yönelik yasal düzenlemenin oluşturulmasıdır" diye konuştu.

BMD BAŞKANI SİNAN ÖNCEL:
TAM KAPANMA OLACAKSA
YÜKÜMLÜLÜKLER TEMİNAT
ALTINA ALINMALI VE PİYASALARA
MADDİ DESTEK SUNULMALI
(26 NİSAN 2021)

Salgın ile mücadele için getirilen ramazan kısıtlamalarının vaka sayılarında önemli bir etki göstermemesi üzerine restoran işletmecilerinden ‘tam kapanma’ çağırısı geldi. Bayramdan sonra açılabilmek için ramazan boyunca tam kapanma çağırısı yapan Turizm Restaurant Yatırımcıları ve Gastronomi İşletmeleri Derneği (TURYİD), ‘Tam Kapanma Şart’ başlığı ile bir etkinlik başlattı. Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) Başkanı Sinan Öncel etkinlikle ilgili, “Önceliğimiz halk sağlığı. Halkın sağlığını korumak için ne gerekiyorsa yapılmalı. Ancak tam kapanma kararı yükümlülükler teminat altına alınmadan ve piyasalara maddi destekler sunulmadan alınmamalı. Destekler sadece kira ve vergilerde kalmamalı, firmaların kesilmiş çekleri var, alacakları ödemeler var, bunların da teminat altına alınması gerekiyor” dedi.

KAPALI DÖNEME KİRA MUAFİYETİ HAZIRLIĞI PERAKENDE SEKTÖRÜNDE BÜYÜK SEVİNÇ YARATTI (27 NİSAN 2021)

Hükümetin pandemi ya da benzeri olağanüstü durumlarda kapalı kaldıkları süre boyunca işletmelere kira muafiyeti sağlayacak yasal düzenleme konusunda hazırlığa başlaması perakende sektöründe büyük sevinç yarattı. Kira konusunun perakende sektörünün halen karşı karşıya bulunduğu en önemli sorun olduğunun altını çizen BMD Başkanı Sinan Öncel, düzenlemenin bir an önce tamamlanarak yürürlüğe girmesini beklediklerini söyledi. Pandeminin perakendecileri ve mülk sahiplerini daha önce deneyimlemedikleri bir durumla karşı karşıya bıraktığına dikkat çeken Öncel, şöyle devam etti:

“Tüm iyi niyetli yaklaşımlara rağmen tarafların referans alabilecekleri belli standartlar bulunmadığı için yer yer haksızlıklar oluştu. Hiç arzu etmediğimiz halde mülk sahipleri ve perakendeciler arasında ihtilaflar yaşanmaya başladı. Hatırlanacağı gibi daha önce dövizle kira konusunda benzer bir sorun vardı. Üç yıl önce Cumhurbaşkanlığı kararı ile bu büyük sorun çözüme kavuşturuldu. Pandemi döneminde zorunlu nedenlerle kapalı kalan günler ve riskleri kapama nedeniyle kaybedilen saatlerden kira alınması için yapılarak kira düzenleme gerektiriyor. Bu fırsatı da geçireceğiz. Perakendecinin bu hakkı ve acil talebinin Ankara’da karışık bulmamasın büyük mutluluk duyuyor” dedi.



Perakendecide kira muafiyeti sevinci



Pandemi döneminde zorunlu nedenlerle kapalı kalan günler ve erken kapanma nedeniyle kaybedilen saatlerden kira alınmaması için yasal bir düzenleme gerektiğini her fırsatta dile getiriyorduk. Perakendecinin bu haklı ve acil talebinin Ankara’da karşılık bulmasından büyük mutluluk duyduk. Borçlar Kanunu’nunda değişiklikle pandemi ve benzeri olağanüstü durumlarda kapalı kalan süreler için işletmelere kira muafiyeti getiren bir düzenleme üzerinde çalışıldığını biliyoruz. Tüm üye markalarımızda büyük sevinç yaratan ve mülk sahiplerinin de alamadıkları bedelleri vergilerinden mahsup edebilmelerine imkân sağlayacağına inandığımız düzenlemenin en kısa zamanda yürürlüğe girmesini bekliyor, emeği geçen herkese şimdiden teşekkür ediyoruz.”

Sinan Öncel, Kısa Çalışma Ödeneği'nin üç ay uzatılması nedeniyle de Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'a teşekkür etti.

AVM'ler mağazalardan 3 hafta kira almayacak

AYD yönetimi, 3 hafta kepenk kapatacak olan mağazalardan kira almayacağını açıkladı. Başkan Hüseyin Altaş, "Elbirliği ile bu süreci aşacağız" dedi. BMD Başkanı Öncel, "Memnun olduk" açıklaması yaptı

Dün yapılan Kabine Toplantısı'nda 3 haftalık kapanma kararının çıkması üzerine gözler perakende sektörüne çevrildi. Aşacağı bir an önce aşılanmanın artması ve sürecin çok daha iyi bir yere girmesini umuyoruz" dedi.

rünün kalbinin attığı AYV'le çevrildi. Şok konusuna süreceyi büyük katkı kaybına uğrayacak sektöre aitler. Ankara Yatahanlar Kurumu Derneği'nin (AYD) müjdeli haber geldi.

Yüzbinlerce kişinin istihdam edildiği sektörde 3 haftalık kapanışın çok önemli olduğunu söyleyen AYD Başkanı Prof. Dr. Hüseyin Altın, "Bu süreçte AYD'nin

İSTİHDAM ÖNEMLİ

Türkiye genelindeki 441 sayılı alaycıyıcı mekânların yüzde 60'ını demerklerine üye olduğu bilgisi veren Prof. Altın, "Bunlar da önemli bir oran oluşturuyor. Derneğimiz üye olmayanlara da bizim aldığımız kararla n yakından takip ediy, uygulamaya

AVM'lerin bir anlamda istihdam deposu olarak da faaliyet gösterdiği söylenir. Aİtaş, şöyle devam etti: "AVM'ler 600 bin kişiye doğrudan istihdam sağlıyor, dolaylı olarak ise sağlanan istihdam 3 milyonu buluyor. Bu nedenle buradaki sağlık işleyişin devamı her bakımdan büyük önem taşıyor."

MEMNUNİYETLİ
KARSILIYORUZ

KAPANMANIN sektör için çok önemli olduğunu söyleyen Birleşmiş Milletler Ekonomik İşbirliği ve Geliştirme Komisyonu Başkanı Baştepe, "İBMG'nin 2004 Örneği ise, 'Bu süreçte ABD tarafından böyle bir adım gelmesini memnuniyetle karşıyoruz. Bu kiranın istenmesi karşılıklı sıkıntı yaşanmasına yol açacaktır. Tam kapanma gelmeden önce de 84 olan halkla ilgili çalışma saatlerimiz 35'e kadar inmiştir. Ciddi bir gelir kaybına uğradık. Vergilerimiz, alımlar malın ödemesi gibi tüm sorumluluklarımız devam ediyor. Kapalı kalınacak sürelerde kira ödenmeyecek olması ilgili ilaflı düzente- me sektörümüz için hayati önem taşıyor" değerlendirmesini yaptı.

AVM'LER MAĞAZALARDAN ÜÇ HAFTA KİRA ALMAYACAK

BMD BAŞKANI SİNAN ÖNCEL:
AYD'NİN KARARINI
MEMNUNİYETLE KARŞILADIK
{26 NİSAN 2021}

Alişveriş Merkezi Yatırımcıları Derneği (AYD) yönetimi, 3 hafta kepenk kapatacak olan mağazalardan kira alma-yacağını açıkladı. AYD Başkanı Hüseyin Altaş, “Elbirliği ile bu süreci aşacağız” dedi. Birleşmiş Markalar Derne-ği (BMD) Başkanı Sinan Öncel, AYD’nin kararını mem-nuniyetle karşıladıklarını bildirdi. Öncel, “Bu dönem için kira istenmesi karşılıklı sıkıntı yaşanmasına yol açacaktı. Tam kapanma gelmeden önce de 84 olan haftalık çatış-ma saatlerimiz 35’e kadar inmişti. Ciddi bir gelir kaybı-na uğradık. Vergilerimiz, alınan malların ödemesi gibi tüm sorumluluklarımız devam ediyor” diye konuştu. Kira konusunda AYD Başkanı Hüseyin Altaş’ın Sabah Gazete-si’nde yer alan açıklaması ve BMD Başkanı Sinan Öncel’in değerlendirmesine aşağıdaki bağlantıdan erişebilirsiniz.

'Kapanma olumlu destekler yetersiz'

Mevcut desteklerin yaşanacak gelir kaybını karşılamaktan uzak olduğunu belirten iş dünyası temsilcileri, nakit destek ve finansal yükümlülüklerde erteleme istiyor

[illegible]

BMD BAŞKANI SİNAN ÖNCEL:
VERGİ ÖDEMELERİ ALINMAMALI YA DA ÖTELENMELİ,
KİRALAMADA KDV VE STOPAJ SIFIRA İNDİRİLMELİ (29 NİSAN 2021)

BMD Başkanı Sinan Öncel markaların tam kapanma sürecinde yüzde 80 - 85 gelir kaybına uğrayacağını bildirdi. Bu süreçte vergi ve çek ödemesi gibi yükümlülüklerinin devam ettiğinin altını çizen Öncel, "Ayrıca kapalı kalan dönemler için kira konusu var. Bu konuda özellikle cadde mağazalarında sorun yaşıyoruz. Bunlar önemli ve acil konular. Vergi ödemelerinin ötelenmesini veya alınmamasını, kiralamada KDV ve stopajın sıfıra indirilmesini bekliyoruz" diye konuştu.

Annelere hediyeler internetten alınacak



Her yıl mayısın ikinci pazar günü kutlanan Anneler Günü ile 13 Mayıs'ta başlayan Ramazan Bayramı'nın, Kovid-19 tedbirleri kapsamında uygulanan "tam kapanma" ya denk gelmesi nedeniyle e-ticarette rekor bekleniyor. Birişmiş Markalar Derneği (BMD) Başkanı Sinan Öncel, yaptığı açıklamada, annelerin herkes için çok değerli olduğunu ifade ederek, annelerin hiçbir gün unutulmadığını ancak dünyada olduğu gibi Türkiye'de de yılın bir gününün sembolik olarak annelere ayrıldığını söyledi.

Anneler Günü'nün ikinci kez salınan gölgesinde kutlanacağını belirten Öncel, "Aynı evde yaşamıyorsak tam kapanma nedeniyle annelerimizi ziyaret edemeyecek, ellerini öpemeceğiz. Karınca karanın bu özel günün anısına hediyelerimizi, alışveriş sitelerinden ya da online pazar yerlerinden sipariş edip kargo ile göndereceğiz" dedi.

Önce, annelere hediye için en çok mücevher, takı, aksesuar, hazzı giyim ve elektronik ürünlerin tercih edildiğini aktararak, "Bu yıl da benzer bir dağılım olacağını söyleyebiliriz. Önceki yıllardaki deneyimlerimiz ve gözlemlerimizden Anneler Günü alışverişinin, perakende cirolarına ortalamada yüzde 30 katkı yaptığını biliyoruz. Bazı kategorilerde bu oran yüzde 100'e yaklaşıyor" diye konuştu.



ANNELER GÜNÜ UMUDU

Her yıl mayısın ikinci pazar gününü kutlanan Anneler Günü ile 13 Mayıs'ta başlayacak Ramazan Bayramı'nın, Covid-19 tedbirleri kapsamında uygulanan "tam kapanma"ya denk gelmesi nedeniyle e-ticarette rekor bekleniyor.

AVM ve cadde mağazaları kapalı olduğu için hediyeelik alışverişinde online kanalların tek seçenek olduğunu söyleyen Birleş-

miş Markalar Derneği Başkanı Sinan Öncel, "Anneler Günü alışverişinin perakende cirolarına ortalamada yüzde 30 katkı yaptığını biliyoruz. Bazı kategorilerde bu oran yüzde 100'e yaklaşıyor" dedi. ● **Ekonomi Servisi**



BMD BAŞKANI SİNAN ÖNCEL:
PERAKENDE İNTERNET SATIŞLARINDAKİ ARTIŞA RAĞMEN ANNELER
GÜNÜ VE BAYRAMDA BÜYÜK KAYIP YAŞADI (12 MAYIS 2021)

BMD Başkanı Sinan Öncel, hazır giyim markalarının bu bayramda e-ticarete daha hazır olduğunu söyledi. Pandemi önlemleri nedeniyle bayram ziyareti yapılamadığı için hazır giyim alışverişinin düşük kaldığını bildiren Öncel, çocuklara bayramlık alma alışkanlığının ise devam ettiğini söyledi. Öncel, "Anneler günü haftasında e-ticaret satışlarında yüzde 30 - 70 arasında artış gözlemledik. Bayram alışverişinin etkisi ile Mayıs ayında e-ticaret satışı rekoru kırılabileceğini tahmin ediyoruz. Ancak e-ticaretin toplam içindeki payı hâlâ sınırlı. Dolayısı ile anneler günü ve bayram gibi yılın iki önemli satış dalgasında perakendenin büyük kayıp yaşadığını söyleyebiliriz.

Çocuklara online bayramlık

HANİFE BAŞ

Bu yıl bayramda evlerde olsak da bayramlık alışverişi göz ardı edilmedi. Özellikle evde kullanım için spor kıyafetler tercih edilirken, çocuklar için bayramlıktan vazgeçilmedi. Sektörün de eticarete iyice alıştığı görüldü.

Bayram ve sezon...

Sinan Öncel



Eyde de olur çocuklara alınıyor" diye konuştu.

Koton Yüncetin Kurulu Gülden Yılmaz, Anneler Günü, bayram ve sezon alışverişinin ayırdı demeye kendigeldiği ifade ederek, şöyle söyledi:

"Ancak tam kapanma sonrasında 30 Nisan - 17 Mayıs tarihleri arasında mağazalar kapalı ve tek satış kanalıımız online mağaza. Online satış hacimimiz arttı. Her bayram öncesi en çok çocuk alışverişini yapıyor. Çocuk kategorisinde de çok tırtot ve sortlar talep görüyor. Yetişkin kategorisinde ise spor giyim, iç giyim ve ev giyimi, mesine uygun sort, tırtot ve elbiseler alıyor. Rahat giyim uzun zamandır hem koleksiyonlara hem de satışlara damgasını vuruyor."

TÜRKİYE BAYRAMLIĞINI İNTERNETTEN ALDI
BMD BAŞKANI SİNAN ÖNCEL:
KAPANMA DÖNEMİNDE ONLINE SATIŞLARDAN
GELEN CİRO PERAKENDE İÇİN TESELLİ OLDU
(17 MAYIS 2021)

Pandemi önlemleri nedeniyle AVM ve cadde mağazaları kapalı olduğu için bayramlık alışverişi internetten yapıldı. BMD Başkanı Sinan Öncel, perakende sektöründe satışların ortalama yüzde 20'sinin internet üzerinden yapıldığını hatırlattı. Kapanma döneminde online satışlardan gelen cironun perakende için teselli olduğunu belirten Öncel, markaların bir an önce fiziki mağazalarını açarak müşterilerine hizmet vermeyi beklediğini söyledi.

BMD BAŞKANI SİNAN ÖNCEL:
UYGUN KİRALAMA KOŞULLARI OLAN AVM
VE CADDELERDE MARKALARIMIZIN MAĞAZA
AÇMA İŞTAHI DEVAM EDİYOR

BMD Başkanı Sinan Öncel, 2020'de salgın döneminin bütün olumsuz koşullarına rağmen üyelerin yüzde 21'i AVM'lerdeki, yüzde 16'sının ise cad. delerdeki mağaza sayılarını artırdığını bildirdi. Öncel, "Salgın önlemleri ve kapanmalar nedeniyle market, elektronik gibi sınırlı bazı kategoriler dışında ciroların normal dönemin yüzde 50 - 60'ını ancak bulduğu bir dönemden geçiyoruz. Dolayısıyla bu dönemde markalarımız ağırlıklı olarak verimliliğe odaklandılar. Ancak uygun kiralama koşullarının olduğu AVM'lerde ve cad. delerde yeni mağaza açma iştahı devam ediyor" dedi.

Türkiye bayramlığını İNTERNETTEN ALDI



EN FAZLA GÖMLEK SATILAN

TÜRK hazır giyim sektörünün içinde pazar liderlerinden LC'de göre geçen yılın 2007 yılbaşına kadar toplam 250 milyon adetlik giyim ürünleri içerisinde en çok satılan ürünün giyim ürünleri arasında en çok satılan ürünün LC'ye ait olduğu öğrenildi. LC'nin 2007 yılında toplam 250 milyon adetlik giyim ürünleri içerisinde en çok satılan ürünün LC'ye ait olduğu öğrenildi. LC'nin 2007 yılında toplam 250 milyon adetlik giyim ürünleri içerisinde en çok satılan ürünün LC'ye ait olduğu öğrenildi.

HABER AYŞEGÜL SAKARYA PERHÜVAN osakarya@ekonomist.com.tr

25 marka 890 yeni mağaza açacak

Pandemiden büyük darbe alan perakende sektörünün oyuncuları olumsuz koşullara rağmen 2021'de büyümeye devam edecek. Bu dönemde de şirketlerin yeni mağaza açma iştahı devam ediyor. 25 marka yıl sonuna kadar 890 mağaza açacak.

Fiziki mağazalar hala ana kanal



İYİ LOKASYON ÖNEMLİ
Eşisi kadar çok sayıda olmasa da, girisler kriz fırsatı çevirmek için lokasyonları mağazalardan çıkartıp yollarına koyuyor. Bir kısmı yeni mağazalar açarken, bu türdeki mağazalarını yenilemek ve genişletmek için kullanırlar da var. Araştırmamızda geçen, 25 marka 2021 sonuna kadar 890 mağaza açacak.

167 giris ve 421 markayı temsil eden Birleşmiş Milletler Ekonomik Komisyonu (BMEK) raporuna göre

zalgın döneminin bütün olumsuz koşullarına rağmen ayların yüzde 21'i AVM'deki, yüzde 16'sı ise caddelerdeki mağaza seğirisi arındı. BİM Başkan Sıral Önel, "Seğirisi ortadan ve kapıları yeniden açıldı, elektronik bizi sırtıma bas kategoriler dışında cırların normal dönemi 50 - 60'ı ancak buldık bu dönem geçiyor. Döşeliye bu dönemde mağazanın ağırlığı olarak verilmiş olabilir. Ancak aynı kırılma koşullarında olduğu AVM'de ve caddelerinde yeni mağaza açma işi devam ediyor" diye konuşuyor.

EREN CAMURDAN
BÖYNER ÇOCU SU

BARIS ANDRINOGLU
CELAŞIM

MARKALAR YURT DIŞINDA 600 MAĞAZA AÇACAK (31 MAYIS 2021)

BMD Başkanı Sinan Öncel, markalar için pandemi sürecini en az hasarla atlattmak birinci öncelik olmakla birlikte bir yandan da sonrası için hazırlık yaptığını söyledi. Öncel, “Birçok firmamız e-ticaret alt yapısını güçlendirdi. Bu süreç genel olarak sektörü olumsuz etkilese de bazen fırsata da dönüşebiliyor. Örneğin bazı markalarımızın yurt dışında uzun süredir yatırım yapmak istedikleri merkezlerde uygun kiralama koşullarında mağaza bulunabiliyor. Biz de markalarımızı bu fırsatları değerlendirmeleri konusunda teşvik ediyoruz. Markalarımızın bu yıl yurt dışında 400 - 600 civarında yeni mağaza açacaklarını öngörüyoruz” dedi.



Salgın sürecinde markaları en çok kira konusunun zorladığına dikkat çeken Öncel, kalıcı çözüm için zorunlu nedenlerle kapalı kalan günler ve erken kapanma nedeniyle kaybedilen saatlerden kira alınmaması için yasal bir düzenleme gerektiğini her fırsatta dile getirdiklerini hatırlattı. Öncel, perakendecinin bu haklı ve acil talebiyle ilgili Ankara’da üzerinde çalışılan yasal düzenlemenin en kısa zamanda tamamlanarak yürürlüğe girmesini beklediklerini sözlerine ekledi.



BMD BAŞKANI SİNAN ÖNCEL: KİRA DÜZENLEMESİ OMUZLARIMIZDAKİ YÜKÜ KALDIRIR (01 HAZİRAN 2021)

BMD Başkanı Sinan Öncel, markaların pandemi nedeniyle Mart 2020’den bu yana çok sıkıntılı bir süreçten geçtiğini söyledi. Cirolarda ortalama yüzde 50 - 60’a varan kayba yol açan salgının perakendecileri ve mülk sahiplerini daha önce deneyimlemedikleri bir duruma karşı karşıya bıraktığını anlatan Öncel, şöyle devam etti:

“Sorunun çözümü için tarafılar genel olarak iyi niyet çerçevesinde adımlar atarak bugünlere kadar gelebildi. Ancak tüm iyi niyetli yaklaşımlara rağmen referans oluşturacak belli standartlar bulunmadığı için yer yer haksızlıklar oluştu. Mülk sahipleri ve perakendeciler arasında ihtilaf-

lar yaşanmaya başladı. Pandemi gibi zorunlu nedenlerle kapalı kalan günler ve erken kapanma nedeniyle kaybedilen saatlerden kira alınmaması için yasal bir düzenleme gerekiyor. Perakendecinin bu haklı ve acil talebi ile ilgili Ankara’da bir çalışma yapıldığını biliyoruz. Tüm üye markalarımızda büyük sevinç yaratan ve mülk sahiplerinin de alamadıkları bedelleri vergilerinden mahsup edebilmelerine imkân sağlayacağına inandığımız düzenlemenin en kısa zamanda tamamlanarak yürürlüğe girmesini bekliyoruz.”

ORGANİZE PERAKENDE YÖNÜNÜ YURT DIŞINA ÇEVİRDİ (31 MAYIS 2021)

BMD Başkanı Sinan Öncel, perakende sektörünün pandemi nedeniyle Mart 2020’den bu yana çok sıkıntılı bir süreçten geçtiğini söyledi. Sektörde ortalama yüzde 50 - 60’a varan ciro kayıpları yaşandığını vurgulayan Öncel,

pandemi sürecini en az hasarla atlattmanın birinci öncelik olmakla birlikte markaların bir yandan da sonrası için hazırlık yaptığını bildirdi. Öncel, “Bu süreç genel olarak sektörü olumsuz etkilemekle birlikte bazen fırsata da dönüştürebiliyor. Örneğin bazı markalarımızın yurt dışında uzun süredir yatırım yapmak istedikleri merkezlerde çok daha uygun kiralama koşullarında mağaza bulunabiliyor. Biz de markalarımızı bu fırsatları değerlendirmeleri konusunda teşvik ediyoruz. Markalarımızın bu yıl yurt dışında 400 - 600 civarında yeni mağaza açacaklarını öngörüyoruz” diye konuştu.



BMD Başkanı Sinan Öncel, pandemi döneminde kapalı kalan günler ve erken kapanma nedeniyle kaybedilen saatlerden kira alınmaması için yasal bir düzenleme gerektiğini söyleyerek, “Tüm üye markalarımızda büyük sevinç yaratan ve mülk sahiplerinin de alamadıkları bedelleri vergilerinden mahsup edebilmelerine imkân sağlayacağına inandığımız düzenlemenin en kısa zamanda tamamlanarak yürürlüğe girmesini bekliyoruz” diyor.

PERAKENDE SEKTÖRÜ TEMSİLCİLERİ ORTAK TALEPLERİNİ AÇIKLADILAR: KISA ÇALIŞMA ÖDENEĞİ DEVAM ETSİN, MAĞAZALARIN KAPALI OLDUĞU GÜNLERDEN VE SÜRELERDEN KİRA ALINMASIN

BMD BAŞKANI SİNAN ÖNCEL: PERAKENDE SEKTÖRÜNÜN BORÇLARINDA 2020’YE GÖRE YÜZDE 30 ARTIŞ OLDU (03 HAZİRAN 2021)

Perakende Günleri’nin açılışında bir araya dernek başkanları sektörün ortak taleplerini açıkladılar. Dernek başkanları Kısa Çalışma Ödeneği’nin devam etmesi ve mağazaların zorunlu nedenlerle kapalı kaldığı gün ve sürelerden kira alınmamasını istediler. Toplantıda konuşan BMD Başkanı Sinan Öncel, son 15 ayı devlet destekleri ve dayanışma ile geçirdiklerini söyledi. Perakendecinin bu süreci nispeten az hasarla atlattığında Kısa Çalışma Ödeneği ile vergi ötelemelerinin büyük katkısı olduğunu vurgulayan Öncel, “BDDK verilerine göre perakende sektörünün borçlarında 2020’ye göre yüzde 30 artış oldu. Pandemi koşulları devam ediyor. Biz kiralamada KDV ve stopajın yüzde 1’e indirilmesini istiyoruz.





Ayrıca zorunlu nedenlerle kapalı kalan günlerden ve sürelerden kira alınmamalı. Kiracı ile mülk sahibini sürekli karşı karşıya getiren bu konunun yasayla düzenlenmesi gerekiyor. Ortak alan giderlerinin de şeffaf ve can acıtmayacak şekilde olmasını istiyoruz” dedi.

Borçları yüzde 30 arttı, kısa çalışma ödeneğinin uzatılması ve hibe desteği isteniyor

Perakendeci borç kısılacında

Pandemi döneminde büyük darbe alan sektörlerden perakendeciler, hükümetten kısa çalışma ödeneğinin devamı ve kredi değil, hibe desteklerinin artırılmasını istiyor.

Bu yıl 21'inci yapılan Perakende Günləri'nde bir araya gelen sektörün önemli meslek kuruluşları ortak bir basın toplantısı düzenledi. Türkiye'nin en büyük markalarını temsil eden Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) Başkanı Sinan Öncel, pandemi döneminde dünyada pek çok perakende firmasının iflasına şahit olduklarını belirtti. "Özellikle tedarik zincirinin kırılması ve döviz kurunun yükselmesiyle birlikte lojistik maliyetlerinde ciddi artışlar meydana geldi" diyen Öncel, "Bu maliyet artışları ise fiyatlara yansımadı. Bu durum 2021'de perakende sektörünün borçlanmasını yüzde 30 artırdı" diye konuştu.

AVM'lerin de bankalara 13 milyar dolar borcu olduğunu dile getiren

Alışveriş Merkezleri ve Yatırımcıları Derneği (AYD) Başkanı Hüseyin Altaş ise bu borçların TL'ye dönmesi veya 1 yıl faizsiz ertelenmesi gerektiğini dile getirdi.

Pandemi döneminde yüzde 70 küçüldüklerini söyleyen Tümciler Derneği (TÜRES) Genel Başkanı Ramazan Bingöl, "Üyelerimizden bize en çok gelen şikâyetlerden biri AVM'lerdeki ortak gider meselesi. Bu sorunun çözülmesi gerekiyor" dedi.

Kredi değil hibe

Birçok şirketin 4-5 yıldan önce kendini toparlayamayacak durumda olduğunu söyleyen Zincir Mağazalar Derneği (ZMD) Başkanı Serhan Tınastepe ise "Markalarımızın, rekabet gücünü korumaları için kısa çalışma ödeneğinin şartlarını iyileştirilerek devam etmesi çok kritik. Hibe desteklerinin artırılması gerek. Sadece kredi ile olmaz" diye konuştu. ● **Ekonomi Servisi**

BMD BAŞKANI SİNAN ÖNCEL:
PERAKENDE SEKTÖRÜNÜN
BOYNUNDA 50 MİLYAR DOLAR
KREDİ BORCU VAR
(04 HAZİRAN 2021)

Perakende Günleri'nin ikinci gününde düzenlenen özel oturumda BMD Başkanı Sinan Öncel ile AYD Başkanı Sinan Öncel, salgının etkilerini değerlendirdi. Perakende Günleri'nin mimarı Suat Soysal'ın yönettiği 'Ne Oldu Ne

Olacak' başlıklı oturumda bir araya gelen Öncel ile Altas, salgın sürecinde AVM ve marka ilişkilerini mercek altına aldılar. Salgının markalara olumsuz etkisini rakamlarla açıklayan Sinan Öncel, özetle şunları söyledi:

"Pandemi döneminde iç satışlar ortalama yüzde 50 – 60 düştü. Turist sayısı da salgın öncesi döneme göre dörtte bire indi.

Oysa bazı mağazalarda turizm dönemlerinde cironun yüzde 50'si yabancıya satıştan geliyor. Ciroda ciddi daralma yaşandığı için markalar kredi kullandı. Bugünkü kurla markaların 17 milyar dolar kredi borcu var. Ayrıca pandemi süresince vadeli aldığımız malların önemli kısmını satamadık. Sektörün boynunda toplam 50 milyar dolar kredi yükü var" şeklinde konuştu.



BMD BAŞKANI SİNAN ÖNCEL:
PERAKENDE SEKTÖRÜ PANDEMİ
DÖNEMİNDEKİ KAYBI 5 YILDA
ANCAK KAPATABİLİR
(08 HAZİRAN 2021)

BMD Başkanı Sinan Öncel perakende sektörünün pandemi döneminin kaybını 5 yılda ancak kapatabileceğini söyledi. Organize perakendenin salgında ağır hasar gördüğüne dikkat çeken Öncel, şöyle devam etti: "BDDK verilerine göre sektörün kredi borcu bir yılda 112 milyar TL'den 144 milyar TL'ye yükseldi. Emtia fiyatlarında yüzde 50'ye varan artışlar oldu. Navlun maliyetlerimiz dört kat arttı. TÜİK'in Mayıs ayı verilerine göre yıllık ÜFE yüzde 38, TÜFE ise yüzde 16. Arada 22 puanlık bir fark var. Piyasa koşulları nedeniyle bu farkı fiyatlarına yansıtamayan markalarımız 'zarar tsunamisi' ile karşı karşıya bulunuyor. Markaların kârsızlığı ya da zarar etmesi devletimiz için de vergi kaybı anlamına geliyor. Fiyatları aşağıda tutmak için ellerinden geleni yapan markalarımızın omuzlarındaki yükün daha da ağırlaşması için Kısa Çalışma Ödeneği ile kiralamalarda KDV ve stopaj indiriminin yılbaşına kadar devam etmesini istiyoruz." Sinan Öncel'in BloombergHT'nin canlı yayınındaki değerlendirmelerinin tamamını izlemek için [buraya](#) tıklayınız.

Birleşmiş Markalar Derneği Başkanı (BMD) Sinan Öncel, perakende sektörünün küresel Covid-19 salgınının sebep olduğu kayıpları kapatabilmesinin en az 5 yıl alacağı tahmininde bulundu.

Bloomberg HT'nin sorularını yanıtlayan Öncel, şu noktalara dikkat çekti: "Sektörde kullanılan krediler bir yılda 112 milyar TL'den 145 milyar TL'ye geldi. Perakende sektörünün kredi borçluluk oranı yüzde 28,5 arttı. Kısa çalışma ödeneğinin uzatılmasını istiyoruz. Vergi yükümüz azaltılmalı." Öncel ayrıca sektörün tüm nakdini stoklarında tuttuğunu, öngörülemez fiyat artışlarının firmaları zarara satış yönlendirdiğini vurguladı. ● **Ekonomi Servisi**

PERAKENDE SEKTÖRÜ 'Kaybın telafisi 5 yılı bulacak'

BMD BAŞKANI SİNAN ÖNCEL: KİRA DÜZENLEMESİ HEM OMUZLARIMIZDAKİ YÜKÜ KALDIRIR HEM DE TARTIŞMALARI SONLANDIRIR (09 HAZİRAN 2021)

BMD Başkanı Sinan Öncel, pandemi döneminde zorunlu nedenlerle kapalı kalan günler ve erken kapanma nedeniyle kaybedilen saatlerden kira alınmaması için yasal düzenleme gerektiğini söyledi. Perakendecinin bu haklı ve acil talebiyle ilgili Ankara'da çalışma yapıldığını hatırlatan Öncel, özetle şunları söyledi:

“Mülk sahiplerinin de alamadıkları bedelleri vergilerinden mahsup edebilmelerine imkân sağlayacağına inandığımız düzenlemenin en kısa zamanda tamamlanarak yürürlüğe girmesini bekliyoruz. Böyle bir düzenleme hem bizim omuzlarımızdaki yükü önemli ölçüde kaldırır hem de tartışmaları noktalayacağından her iki taraf için de psikolojik bir rahatlama sağlar. Markalarımızın AVM'lerdeki ortak alan giderlerini şeffaflaştıracak ve belli standartlara bağlayacak yönetmelik değişikliği beklentisi de devam ediyor. Ticaret Bakanlığı'nda uzun zamandır üzerinde çalışılan yönetmeliğin de markalarımızın beklentileri doğrultusunda tamamlanarak hızla uygulamaya geçirileceğini umut ediyoruz.”

MARKALARDAN İTİBAR SAVAŞI BMD BAŞKANI SİNAN ÖNCEL: ŞİKAYET SİTELERİ TÜKETİCİ MAHKEMESİ GİBİ ÇALIŞIYOR, HAKSIZ YORUMLARLA MARKALARIMIZI KİRLİLETMEYE KİMSENİN HAKKI YOK

Perakende sektörü tüketici şikayetlerini yayınlayan bazı internet sitelerinden davacı oldu. Çözüm için kendilerine tanınan 24 saatlik süreye itiraz eden marka sahipleri, şikayete konu ürünü geri alıp incelemek için en az 6 - 7 güne ihtiyaçlarını olduğunu belirtiyor. BMD Başkanı Sinan Öncel, konuyla ilgili özetle şunları söyledi:

“Bize e-mail geliyor. Deniliyor ki, ‘Müşterinin şikayeti var.’ 24 saat içinde sorunu çözdün çözdün, çözemediysen yayınlıyor. İyi de, ben daha tüketicinin şikayet ettiği ürünü göremedim ki, sorunu nasıl çözeyim? Biz kimse şikayet etmesin demiyoruz. Hepimiz müşteri memnuniyeti için çalışıyoruz. Ama 6 - 7 iş günü süre verilmesi lazım. Markalarımızı haksız yorumlarla kimsenin kirletmeye hakkı yok. Şikayet siteleri tüketici mahkemesi gibi çalışıyor. Dünyanın hiçbir yerinde böyle bir uygulama yok. Markalar sürekli haksız gösteriliyor. Ürün yanlış kullanılmış olabilir, yanlış şekilde yıkanmış olabilir, tüketici mahkemelerinde buna bakılır. Kim haklı kim haksız tespit edilir.”

MALL&MOTTO / Haberler



BMD BAŞKANI SİNAN ÖNCEL: KİRA DÜZENLEMESİ HEM OMUZLARIMIZDAKİ YÜKÜ KALDIRIR HEM DE TARTIŞMALARI SONLANDIRIR

Her biri ülkemizin bir değer olan markalarımız pandemi nedeniyle Mart 2020'den bu yana çok silentli bir süreçten geçiyor. Sektörde yüzde 50 - 60'a varan ciro kaybına yol açan salgın aynı zamanda perakendecileri ve mülk sahiplerini daha önce deneyimlemedikleri bir duruma karşı karşıya bıraktı. Sorunun çözümü için taraflar genel olarak iyi niyet çerçevesinde adımlar atarak bugüne kadar gelebildi. Ancak tüm iyi niyetli yaklaşımlara rağmen referans oluşturacak belli standartlar bulunmadığı için yer yer haksızlıklar oluştu. Mülk sahipleri ve perakendeciler arasında ihtilaflar yaşanmaya başladı. Aylık çözüm formülleri üretmekten hem çok yorulduk.

Perakendecinin bu haklı ve acil talebiyle ilgili Ankara'da bir yasal düzenleme üzerinde çalışıldığını biliyoruz. Tüm üye markalarımızda büyük sevinç yaratan ve mülk sahiplerinin de alamadıkları bedelleri vergilerinden mahsup edebilmelerine imkân sağlayacağına inandığımız düzenlemenin en kısa zamanda tamamlanarak yürürlüğe girmesini bekliyoruz. Böyle bir düzenleme hem bizim omuzlarımızdaki yükü önemli ölçüde kaldırır hem de tartışmaları noktalayacağından her iki taraf için de psikolojik bir rahatlama sağlar.

Markalarımızın AVM'lerdeki ortak alan giderlerini şeffaflaştıracak ve belli standartlara bağlayacak yönetmelik değişikliği beklentisi de devam ediyor. Ticaret Bakanlığı'nda uzun zamandır üzerinde çalışılan yönetmeliğin de markalarımızın beklentileri doğrultusunda tamamlanarak hızla uygulamaya geçirileceğini umut ediyoruz.

Pandeminin başından itibaren devletimiz

perakende sektörü için vergi ve kredi kolaylıkları sağladı. Bu desteklerin de yardımıyla Avrupa'da ve ABD'de olduğu gibi dramatik marka iflasları olmadan bugüne gelebildik. Cumhurbaşkanımız Sayın Recep Tayyip Erdoğan'ın 17 Mayıs Pazartesi günü açıkladığı 4,6 milyar TL'lik desteği de beklentileri karşılama da çok önemsiyoruz. Ekonominin 'kılcal damarları' olan küçük esnafa verilen her türlü destek önemli. Ancak biz 'yedek akçesi' kalmayan organize perakende için de vergi kolaylıkları ve uygun koşullu kredi desteği bekliyoruz.

Pandemi sürecini en az hasarla atlatacak birinci öncelik olmakla birlikte markalarımız bir yandan sonrası için de hazırlık yapıyorlar. Birçok firmamız e-ticareti altı yapıpı güçlendiriyor. Bu süreç genel olarak sektörlü olumsuz etkilemekle birlikte bazı fırsatı da dönüştürüyor. Örneğin bazı markalarımızın yurt dışında uzun süredir yatırım yapmak istedikleri merkezlerde çok daha uygun kiralama koşullarında mağaza bulunabiliyor. Biz de markalarımızı bir fırsatın değerlendirilmesi konusunda teşvik ediyoruz.



Markalardan itibarı koruma savaşları!

İŞİNİÇİNDEN
DİZE YAZI
snpa.com.tr/medya.com

'Bu durum hiç adil değil'

Seçici Mağazacı Yönetim Kurulu Başkanı Hakan Şengül, bu konuda perakendecilerin tersten bittiğini, adil değil. "Dünyada buna benzer örnekler var dediler. Şu anın içinde, kızılsak, hiçbir örnek yok" diye. Şikayet memnuniyeti de yakıtına göre değil. Şikayetler sadece, tüketici tarafından değil, durumun zorluğuna göre de değişiyor. "Bu durum hiç adil değil" dedi.

'Sisteme girmeyi reddediyoruz'

Şikayet siteleriyle ilgili sıkıyıkam Tüketici Mahkemeleri (TMMB) aracılığıyla Ticaret Bakanlığı'na beklentisi. TMMB Başkanı Hakan Şengül, şikayetlerin bir yandan tüketici tarafından değil, durumun zorluğuna göre de değişiyor. "Bu durum hiç adil değil" dedi.

'Düzenleme getirilmeli'

Marka sahipleri, şikayet sitelerinden sadece markaların olumsuz yorumları değil, aynı zamanda markaların olumsuz yorumları da yayınlıyor. "Bu durum hiç adil değil" dedi.

Raporda ne var?

"Müşterinin şikayeti var" 24 saat içinde sorunu çözdün çözdün, çözemediysen yayınlıyor. İyi de, ben daha tüketicinin şikayet ettiği ürünü göremedim ki, sorunu nasıl çözeyim? Biz kimse şikayet etmesin demiyoruz. Hepimiz müşteri memnuniyeti için çalışıyoruz. Ama 6 - 7 iş günü süre verilmesi lazım. Markalarımızı haksız yorumlarla kimsenin kirletmeye hakkı yok" dedi. Şikayet sitelerinin tüketici mahkemesi gibi çalıştığı, bu durumun dünyamız hiçbir yerinde böyle bir uygulamaya geçemediğinden haberdar Öncel, "Markalar sürekli haksız gösteriliyor. Ürün yanlış kullanılmış olabilir, yanlış şekilde yıkanmış olabilir, tüketici mahkemelerinde buna bakılır. Kim haklı kim haksız tespit edilir" dedi.

BMD
@BMDOnline

Dünyadan Haberler: Lüks Moda Markası Bottega Veneta, Tüm Sosyal Platformlardaki Varlığını Sona Erdirerek Bundan Sonra Sosyal Medyalarda Yeni Çıkaracağı Dijital Dergi İle Var Olacak.



Bottega Veneta swaps social media for digital magazine retaildetail.eu

PERAKENDE SEKTÖRÜ TURİSTLERİN YOLUNU GÖZLÜYOR (18 HAZİRAN 2021)

BMD Başkanı Sinan Öncel, mağazaların açıldığı 17 Mayıs'tan bu yana cirolarda önemli bir toparlanma olduğunu, Rusya ve Avrupa'dan turistik seyahat kısıtlamalarının kaldırılması halinde çok daha büyük bir rahatlama görülebileceğini söyledi. Pandemi nedeniyle sektörün ağır hasar gördüğünü hatırlatan Öncel, şöyle devam etti:

“15 - 16 ayda perakendenin aldığı hasar o kadar büyük ki toparlanmak, normale dönmek, çalışanları motive etmek biraz daha zaman alacak. Aşılanan nüfusun giderek artması, pazar günleri uygulanan kısıtlamanın kaldırılması ve düğün sezonunun başlamasının perakende satışlarına çok olumlu yansımaları bekliyoruz. Turiste satış da organize perakendenin cirosunda önemli yer tutuyor. Ancak seyahat kısıtlamaları nedeniyle Ocak - Nisan döneminde turist sayısında çok ciddi bir düşüş var. Önümüzdeki günlerde Rusya'nın yurttaşlarına Türkiye'ye turistik seyahat kısıtlamasını kaldıracağı beklentisi perakende sektörünü umutlandırıyor. Sezon bitmeden Almanya, İngiltere gibi ülkelerin de Türkiye'ye turistik seyahat kısıtlamalarını kaldırması halinde sektörde çok daha büyük bir rahatlama görülebileceğini söyleyebilirim.” Sinan Öncel, son dönemde emtia fiyatlarında ortalama yüzde 50 artış gerçekleştiğini, navlun maliyetlerinde ise 4 kate varan artışlarla karşı karşıya olduklarını aktararak, bu durumun, markaların üzerinde büyük bir maliyet baskısı oluşturduğunu sözlerine ekledi.

Perakendeci, turist yolunu gözlüyor

Birleşmiş Markalar Derneği Başkanı Sinan Öncel, “Önümüzdeki günlerde Rusya'nın yurttaşlarına Türkiye'ye turistik seyahat kısıtlamasını kaldıracağı beklentisi perakende sektörünü umutlandırıyor. Sezon bitmeden Almanya, İngiltere gibi ülkelerin de Türkiye'ye turistik seyahat kısıtlamalarını kaldırması halinde sektörde çok daha büyük bir rahatlama görülebilecek” dedi.



BMD BAŞKANI SİNAN ÖNCEL: SATIŞLARDA HIZLI BİR TOPARLANMA VAR ANCAK YARALARI SARMAK 5 YIL SÜRECEK

Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın salgın nedeniyle uygulanan kısıtlamaların 1 Temmuz'dan itibaren tamamen kaldırılacağını açıklaması perakende ve yeme içme sektöründe sevinçle karşılandı. BMD Başkanı Sinan Öncel, yasakların 17 Mayıs'ta gevşetilmesi ile birlikte günlük satışlarda 2019 rakamlarının yakaladıklarını bildirdi. Öncel, "Tabii bu rakamlarda enflasyonun etkisini atlamamak lazım. Rakamsal olarak bakınca hızlı bir toparlanma var ancak geçen 15 - 16 ayın yarasını sarmamız 5 yıl kadar sürecek. Kiralamalarda KDV ve stopaj indirimi yıl sonuna kadar devam etmeli" diye konuştu.

BMD BAŞKANI SİNAN ÖNCEL: PERAKENDECİ MALİYET ARTIŞLARININ YÜZDE 15 - 20'SİNİ FİYATLARA YANSITABİLDİ (25 HAZİRAN 2021)

BMD Başkanı Sinan Öncel, perakendecinin Haziran ayı itibarı ile yüzde 38'i aşan maliyet artışının ancak yüzde 15 - 20'sini fiyatlara yansıtılabildiğini söyledi. Aradaki farkı perakendecinin üstlenmek zorunda kaldığını vurgulayan Öncel, "Fiyat artışlarına rağmen alışveriş gayet iyi gidiyor. Geçen yılın haziran ayı ile kıyasladığımızda satışlar markaya göre yüzde 30 - 70 arttı" dedi. **Sinan Öncel'in Türkiye'de Yeni Çağ Gazetesi'ndeki** değerlendirmesi için buraya tıklayınız.

PANDEMİNİN ETKİLERİNİ SİLMEK İÇİN DESTEK BEKLENİYOR

YARALARI SARMAK UZUN SÜRECEK

ALİ CAN POLAT

Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın, 1 Temmuz'dan itibaren bütün sokağa çıkma yasaklarının kaldırılacağını duyurması perakende ve yeme içme sektöründe sevinç yaratırken pandemi yaralarının sarılmasının uzun süreceği belirtildi.

Perakende sektöründe KDV ve Stopaj indiriminin yılsonuna kadar devam etmesi gerektiğini dile getiren Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) Başkanı Sinan Öncel, yasakların gevşetilmesi ile birlikte günlük satışlarda 2019 rakamlarını yakaladıklarını söyledi ve "Tabii bu rakamlarda enflasyonun et-

kisini atlamamak lazım. Rakamsal olarak bakınca hızlı bir toparlanma var ancak geçen 15-16 ayın yarasını sarmamız 5 yıl kadar sürecek" diye konuştu.

Dönemlik destek talebi

Temmuz ayındaki Kurban Bayramı ile birlikte sektörde büyük bir hareketlilik yaşanacağını söyleyen Tüm Otobüsçüler Federasyonu (TOF) Başkanı Mustafa Yıldırım ise "Sektörümüz boş geçirdiği 15 ayın yaralarını 5 yıl boyunca sırtında taşıyacaktır, bu 5 yıl boyunca verilecek dönemlik desteklerle sektörün ayakta kalması sağlanabilir" dedi.

HAYAT NORMAL ZAMLAR ANORMAL

Tüketiciye yansıdı
KORONA salgınında kapalı kalan dönemde birçok sektörde yaşanan talep gerilemesi nedeniyle ciro kaybı ve artan hammadde fiyatları 1 Haziran'da başlayan açılımlar ile tüketiciye zam olarak yansımaya başladı.

En yüksek konaklamada
KAPANMA dönemi sonrası restoran ya da mağazalara giren tüketiciler yüksek fiyatlarla karşılaştı. Yemek sektöründe yüzde 30'a kadar çıkan zam oranı giyimde yüzde 20, konaklamada ise yüzde 40'ı aştı.

Maliyetler çok arttı
SEKTÖR temsilcileri ise, "Girdi maliyetlerimiz ciddi şekilde arttı. Buna rağmen yine de fiyat ayarlamalarını kimseyi çok zorlamayacak şekilde yapmaya özen gösteriyoruz" açıklaması yaptı.

Haziran ayı ile birlikte kepenklerin açılmasıyla zamlar da arda ardına geldi. Salgın döneminde kriz yaşayan konaklama, yeme içme, hazır giyim gibi sektörlerde fiyat artışları yüzde 40'lara ulaştı

NORMALLEŞME ZAMLARLA BAŞLADI

2020 Nisan ayında başlayıp belirli dönemler halinde 2021 Mayıs sonuna kadar devam eden tam kapanmanın tüketiciye faturası ağır oldu. Haziran ayıyla birlikte kepenklerin açılmasıyla zamlar konaklamada yüzde 40, yeme içme sektöründe yüzde 30, hazır giyimde yüzde 20'yi aştı.



Maliyetler perakendecinin sırtında

BİRLEŞMİŞ Markalar Derneği Başkanı Sinan Öncel, üretici fiyatları endeksi arasındaki farkın açıldığını ve haziran ayı itibarı ile yüzde 38'i aşan maliyetlerin sadece yüzde 15-20'sini fiyatlara yansıttıklarını söyledi. Aradaki farkı fiyatlara yansıtmadıklarını belirten Öncel, bu maliyetin perakendecinin sırtında kaldığını anlattı. Öncel, "Döviz arttı. Türkiye'de yaptığımız mallar hep döviz bazlı. Üretici döviz ile fiyat veriyor" ifadesini kullandı. Yine söz konusu fiyat artışlarına rağmen satışların

gayet iyi gittiği bilgisini veren Öncel, geçen yıl haziran ayına göre satışların markaya göre yüzde 30-70 arttığını bildirdi. AVM'lerde açılımla birlikte ziyaretçi sayısı iki katlandı. Uzun süredir alışveriş yapamayan birçok vatandaşın "İntikam Alışveriş"ne yöneldiği görüldü. İlk olarak Çin ve Güney Kore'deki tüketicilerin karantina sonrası lüks mağazalarının önünde kuyruklar oluştu. Zamanın intikamını almaya alışveriş yapanların sayısı arttı.

10 yansıtırız" ifadelerini kullandı. Turizm sektöründe ise geçen yıl göre Antalya, Bodrum gibi turistik bölgelerde oda fiyatları yüzde 40 civarı arttı. Geçen yıldan bu yana düşen satışlardan mustarip olan başka bir sektör ise hazır giyim oldu. Yılın önemli bir kısmını kapalı geçiren işletmeler diğer taraftan da hammadde so-

runu ile baş etmeye çalıştı. Basta pamuk olmak üzere en çok kullanılan girdilerde yüzde 80'i aşan fiyat artışı ile karşılaşan sektör, diğer taraftan da uzayan teslim süreleri nedeniyle sıkıntı yaşadı. Markalar da artan maliyet artışlarını fiyatlara yansıtmaya başladı. Türkiye'de yüzlerce mağazası olan İnditeks Grubu markaları yeni sezonun yüzde 30 zam ile açtı. Yerli yabancı birçok markada benzer oranlarda fiyat artışı yaşandı. Bazı markalarda 50 TL'ye eşit bulmak artık zorlaştı. Spor ayakkabıda ise bin TL sınırı çoktan aşıldı. Geçen yıl en fazla satılan modeller arasında yer alan Nike Air Force 1 fiyatı 600-700 TL bandında iken bu yıl artan kurun da etkisi ile bin TL'yi geçti. Yine Adidas Stan Smith ise 700 TL bandından bin TL'ye kadar çıktı.

BMD BAŞKANI SİNAN ÖNCEL: HAMMADDE FİYATLARI, ENERJİ MALİYETLERİ VE YÜKSEK KİRALI YERLERDE SÖZLEŞMEDEN CAYMA HAKKI KONUSUNDA DÜZENLEME GEREKİYOR (08 TEMMUZ 2021)

Tam normalleşmenin başladığı 1 Temmuz'dan itibaren çarşı pazarda büyük bir alışveriş hareketliliği gözleniyor. BMD Başkanı Sinan Öncel, ertelenmiş ihtiyaçlar nedeniyle Temmuz ve Ağustos'ta cirolarda toparlanma beklediklerini söyledi. Bayram öncesi AVM'lerin açık kalacağı saatlerin uzatılmasını öneren Öncel, Hammadde fiyatlarındaki artış, yüksek kiralı mekânların sözleşmeden bir kereliğine cayma hakkı ve enerji maliyetleri gibi konularda sektör için birtakım düzenlemenin şart olduğuna dikkat çekti.

BMD BAŞKANI SİNAN ÖNCEL:
HAMMADDE FİYATLARI, ENERJİ
MALİYETLERİ VE YÜKSEK KİRALI
YERLERDE SÖZLEŞMEDEN CAYMA
HAKKI KONUSUNDA DÜZENLEME
GEREKİYOR (09 TEMMUZ 2021)

Tam normalleşmenin başladığı 1 Temmuz'dan itibaren çarşı pazarda büyük bir alışveriş hareketliliği gözleniyor. BMD Başkanı Sinan Öncel, ertelenmiş ihtiyaçlar nedeniyle Temmuz ve Ağustos'ta cirolarda toparlanma beklediklerini söyledi. Bayram öncesi AVM'lerin açık kalacağı saatlerin uzatılmasını öneren Öncel, Hammadde fiyatlarındaki artış, yüksek kirali mekânların sözleşmeden bir kereliğine cayma hakkı ve enerji maliyetleri gibi konularda sektör için birtakım düzenlemenin şart olduğuna dikkat çekti.

CİRO ARTIŞI İLE MORAL BULAN PERAKENDECI 25 PUANLIK ÜFE FARKINA ÇARE ARIYOR (13 TEMMUZ 2021)

BMD'nin Haziran ayı anketine göre, Mart 2020'den bu yana sıkıntılı bir dönem geçiren markalar, geçen ay ilk kez rahat bir nefes aldı. Markaların önemli bir kısmı haziranda 2019'dan daha fazla ciro elde etti. BMD Başkanı Sinan Öncel, 2019 cirosunun üstüne çıkma oranının AVM mağazalarında yüzde 69, caddelerde ise yüzde 65 olduğunu bildirdi. AVM ve caddelerde her 5 mağazadan birinin 2019 cirosunun yüzde 150'sine ulaştığını anlatan Öncel, şöyle devam etti:

“Pazar günlerinin kapalı geçmesine rağmen haziran cirolarında görülen artış markala-

ENFLASYON ARTACAK

Markalar maliyet desteği talep etti

Birleşmiş Markalar Derneği (BMD), 2021 haziran ayında markaların 2019'dan daha fazla ciro elde ettiğini belirtti. Ancak bu ciro rakamlarında enflasyon etkisi olduğunu söyleyen BMD Başkanı Sinan Öncel "Fiyatlara yansımamış maliyet farkını üstleniyoruz. Bunlar eninde sonunda fiyatlara yans

siyacak ve enflasyonu olumsuz etkileyecek. Özellikle kritik sektörlerde geçici de olsa hammadde ve navlun maliyetlerini düşürecek vergi düzenlemeleri gerekiyor" dedi.



BMD MALİYETLERİ DÜŞÜRECEK VERGİ DÜZENLEMESİ İSTİYOR

Türkiye'nin önde gelen 423 markasını çatısı altında bulunduran Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) Başkanı Sinan Öncel, ham madde ve navlun maliyetlerini düşürecek vergi düzenlemeleri yapılması gerektiğini söyledi. Öncel, "Ham madde, navlun ve enerji maliyetlerindeki artış her geçen gün daha fazla moral bozucu bir noktaya doğru gidiyor. Mevcut piyasa beklentileri nedeniyle fiyatlara yansıtamadığımız maliyet farkını biz üstlenmek durumunda kalıyoruz. Bu sürdürülebilir bir durum değil. Kritik sektörlerde geçici süreyle de olsa ham madde ve navlun maliyetlerini düşürecek vergi düzenlemelerinin gerektiğine inanıyoruz" dedi.



rımız ve perakende sektörü için moral oldu. Önümüzdeki üç ay boyunca alışverişte canlılığın devam edeceğini tahmin ediyoruz. Burada bir konuyu atlamamalıyız. TÜİK verilerine göre haziran 2019'dan bugüne kadar TÜFE yüzde 30 arttı. TÜFE'yi hesaba kattığımızda reel olarak henüz 2019 düzeyine ulaşamadığımız görülüyor. Ayrıca cirolar artmakla birlikte markalarımızın adet satışlarının da 2019'a göre ortalama yüzde 20 geride bulunduğunu belirtmem gerekiyor. Her şeye rağmen gelişmelere olumlu tarafından bakmaya ve pandemi döneminin hasarını hızla onarmaya odaklanmak istiyoruz. Ancak hammadde, navlun ve enerji maliyetlerindeki artış her geçen gün daha fazla moral bozucu bir noktaya doğru gidiyor. Haziran verilerine göre ÜFE ile TÜFE arasındaki fark 25 puana çıktı. Fiyatlara yansıtmadığımız maliyet farkını biz üstlenmek durumunda kalıyoruz. Bu sürdürülebilir bir durum değil. Eninde sonunda fiyatlara yansıtacağı için enflasyonu olumsuz yönde etkileyecek. Bu nedenle özellikle kritik sektörlerde geçici süreyle de olsa hammadde ve navlun maliyetlerini düşürecek vergi düzenlemelerinin gerektiğine inanıyoruz.”

PERAKENDE SEKTÖRÜNDE KAPANMA KORKUSU (23 TEMMUZ 2021)

Cumhuriyet Gazetesi Ekonomi Müdürü Jale Özgentürk bugün-
kü yazısını perakende sektöründe dördüncü dalga ve kapan-
ma endişesi konusunda BMD Başkanı Sinan Öncel ile yaptığı
röportaja ayırdı. Türkiye’de vakalarda hızlı bir artış olduğuna
dikkat çeken Özgentürk, turizmcilerden sonra perakende sek-
töründe de endişelerin derinleştiğine dikkat çekti. Özgentürk,
BMD Başkanı Sinan Öncel’in şu değerlendirmelerine yer verdi:

“Umudumuz yeniden kapanmadan önümüzdeki kışı atlatmak.

Son 15 ayda sektör derin yaralar aldı. Bu dönemde dünyada çok büyük markaların iflas etti, büyük iflas dalgaları yaşandı. Türkiye’de zorda olan firma sayısı daha sınırlı. Bunun en önemli sebebi kısa çalışma ödeneği ile sağlanan destekler, banka kredileri ve piyasadaki firmaların birbirine açtığı krediler oldu. Ancak bu kredilerin yüksek faizlerle geri ödenmesi perakendeciye zorlayacak gibi görünüyor. O bakımdan özellikle gençlere büyük iş imkânı sağlayan bu sektöre desteklerin devam etmesi kaçınılmaz görünüyor. Çok büyük yara aldık, bu yaraların sarılması için zamana ihtiyaç var.”

Ham madde ve navlun çağrısı

Birleşmiş Markalar
Derneği (BMD) Başkanı
Sinan Öncel, ham
madde ve navlun
maliyetlerini düşürecek
vergi düzenlemeleri
çağrısında bulundu.

Salgında yeni dalga yaratan Delta endişesi turizmden sonra perakende sektörünü de sardı

KAPANMA KORKUSU



Dünya daha başlasıcı olduğu kesinlikle. Delta varyantının korkusunu geçir. Birçok ülkede kısıtlamalar, panikler başladı bile.

Türkiye için de durum farklı değil. Ağustos ayından itibaren başlanan noktaya dön-

mesli süzgeçti gününümü.

Sezimi kasıma kadim uzatmayı düşledim
tuturkenkindi şimdiken panik içinde. Turi-
den değiriken etkilenen perakende de
ayrı ayrı denizden deşiken.

Pandemi süzürken perakende sektiğini
mı dınayaban ve Türkiye'den paylaşılan
berlekle yakından izlemeli sayılan bir
insan Sinan Öncü, 100'den fazla mar-
kı bilyesinden toplayan Birleşmiş Milletler
Derneği'ni bilişpazın.

Yeni bir dalgalanış beklenmesi artıran
Türkiye'de dalgalanış ve beklenilmesi Öncü-
süyle. Neredenmişsin buluşlu buluş-
rudan illahen harizken giden yasağı
günü süyliyi. Haziken anlıtıyor göre-
rinde yade 701 2019 cinsuza yakalamış
Tennuz ayının da tuturkenkindi canlılı.

Destek ayakta tuttu
Öncel, dünyadan gelen habere göre kapamaları olasılığının oldukça yüksek olduğu görüşünde. "Umudumuz yeniden paha biçilmez (özellikle) kırsal alanda" diye Öncel, son 15 ayca sektörün derin zararları hakkında söylüyor.

Haziranda aşırı normalleşen Türkiye'de vaka sayıları artıyor. Ağustosta aşıda belli bir aşama gelinemezse kapanmalar gündemde. Perakendeci "Yaralarımız derin, desteksiz saramayız" diyor

✓ Türkiye'de zorda olan firma sayısı sınırlı, bunun en önemli sebebi kuruma ödeneği ile sağlanan destekler, ka kredileri ve piyasadaki firmaların rine açtığı krediler oldu.

✓ Ancak şimdi bu kredilerin yüksek izlemleri geri ödenmesi perakendeciyi yacak gibi görünüyor.

✓ O bakımdan özellikle gençlere bu iş imkânı sağlayan bu sektöre destekli devam etmesi kaçınılmaz görünüyor. büyük yara aldı. bu yaraların sarılması için zamana ihtiyaç var."

Perakendecinin gündeminde tabii ki ki-
ne AVM'lerle kira sorunu ve genel gıda
başrolde. Geçen haftalarda pazarda
ra indirimine imkan veren örnek bir k

çakırıştı. Bu sorunda ne aşamada olduğunu bilmiyorum. Bu süreçte, "Yargıtay"ın bir kararına karşı, hükümetin kararına uyarılma davaları hakimlerin kira konusunda tedbir kararları alabilmeleri çok daha kolaylaştı. Bu durumda, hukukun elini güçlendiren bir durum.

Öncel kırı ile ilgili gelecekte yaşanabilecek sorunun ilacını da şöyle veriyor:

✓ **Haziran temmuz dönemindeki** tarımsal artışları yerini durgunluğa bırakarsa kırı rüzusu ve enflasyon zammıyla karşımıza kan kiralara perakendeci için önemli bir sorun teşkil edebilir.

Pandemiye yeni bir kapanmayı seçtiklerin kaldıramayacağı ortada. Vatandaşın en az destek veren hükümet bu dönem hazırlanıyor mu? Büyük bir soru işareti.

Kirada mücbir sebep yasasını bekliyoruz

[illegible]

BMD BAŞKANI SİNAN ÖNCEL: ORTAK ALAN GİDERLERİYLE İLGİLİ SORUN ÇÖZÜLEMEZSE AVM'LERDE PROTESTO BAŞLATABİLİRİZ (17 EYLÜL 2021)

Perakendecilerle AVM yönetimleri arasındaki ortak alan gider tartışması büyüyor. BMD Başkanı Sinan Öncel, perakendeci üzerinde önemli bir yük oluşturan ortak alan giderlerinin şeffaf ve hesap verilebilir olmasını istediklerini, ancak AVM yönetimlerinden taleplerine olumlu yanıt alamadıklarını söyledi. Öncel, sorunun çözülmemesi halinde AVM'lerde bir 'perakendeci protestosu' başlatabileceklerini vurguladı. sozcu.com.tr'ye konuşan Sinan Öncel, Ağustos ayı itibarı ile ÜFE ile TEFE arasındaki farkın 26,3 puana ulaştığını hatırlattı. Öncel, "Farkı perakendeci üstlendi. Bu da firmalara kârsızlık olarak yansıyor" diye konuştu.

PERAKENDECİLER AVM'LERİ BAKANLIĞA ŞİKAYET ETTİ (24 EYLÜL 2021)

BMD Başkanı Sinan Öncel, perakendecilerin kiranın dışında AVM'lere ödediği yıllık 4 milyar lirayı aşan genel gider faturası içinde yaklaşık 1.5 milyar liralık bölümün 'sisler' içinde olduğunu, ne için ödeme yaptıklarını bilmediklerini iddia ederek, Ticaret Bakanlığı'na başvuruda bulundu. Ticaret Bakanlığı'nın talebi üzerine, problem yaşadıkları AVM'lerin listesini Ticaret Bakanlığı'na ilettiklerini açıklayan Öncel, "Biz bu harcama kalemleri neyse öğrenmek istiyoruz. Tek isteğimiz şeffaflık. Bakanlık da bu talebimizi haklı bulmuş olmalı ki bizden rahatsızlık duyduğumuz AVM'lerin listesini istedi" diye konuştu.



AVM'LERDE AİDAT RESTLEŞMESİ

Perakendecilerle AVM yönetimleri arasında yaşanan 'ortak alan genel giderleri tartışması' yeni bir boyut kazandı. Taraflar birbirine rest çekti.

Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) Başkanı Sinan Öncel, perakendecinin üzerinde yıllık 1.5 milyar TL'lik yük oluşturan AVM'lerdeki ortak alan genel giderlerinin dökümünü AVM'lerden talep ettikleri halde kendileriyle şeffaf bir şekilde paylaşılmadığından şikâyet ediyor.

Öncel, bu durumun çözülmemesi halinde AVM'lerde bir 'perakendeci protestosu' başlatabileceğine işaret etti.

Alışveriş Merkezleri ve Yatırımcıları Derneği (AYD) Başkanı Prof. Dr. Hüseyin Altaş ise, "Protesto hakları saklıdır. Herkes yapabilir. Ancak bu aynı zamanda kanunen tahliye sebebi. Böyle bir durumla karşılaşmamız durumunda biz de iyi niyetimizin suistimal edildiğini düşünerek tahliye emirlerini göndereceğiz" diye konuştu.

Perakendeciler AVM'leri bakanlığa şikâyet etti

Aysel ALP/ANKARA

GİYİMDEN takıya, ayakkabıdan ev tekstiline Türkiye'nin en büyük markalarını çatısı altında barındıran Birleşmiş Markalar Derneği'nin (BMD) başkanı Sinan Öncel, perakendecilerin kiranın dışında AVM'lere ödediği yıllık 4 milyar lirayı aşan genel gider faturası içinde yaklaşık 1.5 milyar liralık bölümün 'sisler' içinde olduğunu, ne için ödeme yaptıklarını bilmediklerini iddia ederek, Ticaret Bakanlığı'na başvuruda bulundu. Ticaret Bakanlığı'nın talebi üzerine, problem yaşadıkları AVM'lerin listesini Ticaret Bakanlığı'na ilettiklerini açıklayan Öncel, "Biz bu harcama kalemleri neyse öğrenmek istiyoruz. Tek isteğimiz şeffaflık. Bakanlık da bu talebimizi haklı bulmuş olmalı ki bizden rahatsızlık duyduğumuz AVM'lerin listesini istedi" diye konuştu. Markaların tek tek bu durumu bakanlığa şikâyet etme hakkı bulunduğunu anımsatan Öncel ancak pandemi nedeniyle perakendecilerin AVM'lere borcu olduğundan bakanlığa şikâyetten kaçındıklarını belirtti.

CEZA BEKLENİYOR

Öncel, "Bakanlık yetkilileri bize, o zaman dernek olarak siz başvurun, inceleyelim, dediler. Biz de onun üzerine benzerlerinden çok daha yüksek genel gider düzenleyen ve harcamaları şeffaf olmayan AVM'lerin listesini, gerekçelerimizle birlikte bakanlığa bildirdik. Bakanlığın bu tür durumlarda yüksek ceza kesme yetkisi bulunuyor. İşlem yapılmasını bekliyoruz" dedi. Üyelerinin yüzde 95'inin AVM'lerden detaylı masraf dökümü alamadığını belirten Öncel,



"Evet elektrik fiyatları arttı, bunu anlıyoruz. Ama hepimiz şirketimize güvenlik, temizlik, yemek hizmeti alacağımız zaman üç yerden fiyat alıyoruz. Dolayısıyla AVM'lerin her bir gider kalemini görmek, ödeyenler olarak hakkımız. Yine bir yönetimle anlaşıyorlar, gayrimenkul yönetim bedeli adı altında AVM kiracısına yükleniyor. Genel giderin içine koyuyorlar. Yıllık 10-12 milyon da yönetim bedeli ödüyoruz. Detayını istediğimizde ticari sır, veremem, diyorlar. İyi de faturayı ben ödüyorum. AVM Yatırımcıları Derneği bunu biliyor ama engel olmuyor. Bir iki AVM bunu yapıyor, hepsi töhmet altında bırakılmaz, diyorlar. O zaman engel olun onlara. İstanbul'un en popüler bazı AVM'lerinde kira dışında ücret talep edilmiyor, çünkü yönetim genel giderleri baştan kiraya yüklüyor ve onun dışında hiç bir şey istenmiyor. Böylece perakendeci her ay ödeyeceği paramın ne olduğunu biliyor.

'ŞEFFAF OLMALARINI İSTİYORUZ'

SİNAN ÖNCEL, bakanlığın perakende yönetmeliğine ekleyeceği bir hükümle sorunu çözebileceğini belirterek, taleplerini şöyle sıraladı: "Birincisi şeffaf olun; kiralanabilir metrekare alanı ne kadar? İkincisi, kiralanabilir metrekare alanında hangi kiracı, ne kadar genel gider ödüyor? AVM-rezidans gibi karma projelerde temel giderlerden elektrik, suyun ne kadarı, AVM'nin, ne kadarı rezidansın ispatını istiyoruz. Pazarlama gideri ayrıca isteniyor. Zaten ciro artışından ilave kira alınıyor üstüne bir de pazarlama gideri niye alınıyor? Madem bu işin içinden çıkılmıyor, genel giderler sabit kiranın içine dahil edilerek sorun çözülsün. Perakende yönetmeliğine 'mülkün yönetimiyle ilgili temel giderler hariç, yönetim gideri alınamaz' hükmü eklendiğinde sorun biter."

Ama diğerlerinde kiranın yanı sıra ekstra faturalar çıkıyor" diye konuştu.

BMD BAŞKANI SİNAN ÖNCEL: HAMMADDE VE ENERJİ MALİYETLERİ İLE KÜRESEL ENFLASYON PERAKENDE SEKTÖRÜNÜ ZORLUYOR (06 EKİM 2021)

Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) Başkanı Sinan Öncel, perakende sektörünün güncel en önemli sorunlarının hammadde ve enerji maliyetlerindeki artış ve küresel enflasyon olduğunu söyledi.

BMD'nin Fast Company Dergisi ve Dünya Gazetesi işbirliğinde düzenlediği 'Perakende Dünyasında Neler Oluyor? / Küresel Yeni Müşteri' başlıklı toplantıda konuşan Sinan Öncel, "Markalarımız ciro olarak son üç ayı çok verimli geçirdi. Ancak sektörün borçluluk oranı çok yüksek. Borçlarımızı ödeyebilmemiz için alışverişte canlılığın devam etmesi gerekiyor.

Perakende sektörünün bugün en büyük sorununu hammadde ve enerji maliyetlerindeki artışla küresel enflasyon oluşturuyor" diye konuştu.

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı İsmail Güllü de dünyada pandemi ile birlikte çok büyük bir değişim ve dönüşüm yaşandığını vurguladı. Pandemin başında üç aylık sıkıntılı dönemin ardından Türkiye'nin hızla toparlandığını anlatan Güllü, "Hemen her sektöre yoğun bir sipariş var. Kapasiteler arttı. Firmalarımız finansmandan çok çalıştıracak eleman bulmakta zorlanıyorlar" dedi.

Pandemiye atlatan markalar yüksek borca takıldı

Salgında birçok yabancı markanın iflas ettiğini söyleyen BMD Başkanı Sinan Öncel, Türk markalarının ise bu dönemi devlet desteği ve kredilerin katkısı ile sağ salim atlattığını belirtti. Hammaddede, enerji ve küresel enflasyonun perakendeyi zorladığını dikkat çeken Öncel, "Sektörün borçluluk oranı çok yüksek" dedi.

YENERKARADENİZ/İSTANBUL



DÜNYA Gazetesi ve Fast Company iş birliği ile Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) tarafından düzenlenen 'Küresel Yeni Müşteri' konulu etkinlik, BMD üyesi markaların da katılımıyla dün Marmarın Oriental Kurucuşma Otel'de gerçekleştirildi. BMD Başkanı Sinan Öncel, salgının başlangıcının 18 ayının geride kaldığını hatırlatarak, bu dönemi iş ortaklarının katkısıyla aşmayı başardıklarını söyledi. Öncel, "Dünyaya baktığımızda Türkiye bu dönemde pozitif fayda sağladı. Salgının 4'üncü 5'inci ayında birçok dünya markasının iflasına şahit olduk. Türk perakende firmaları ise gerek devlet destekleri ile alışıverişte canlılığın devam etmesi gerekiyor. Perakende sektörünün en büyük sorununu, hammaddede ve enerji maliyetlerindeki artışla küresel enflasyon oluşturunur" diye konuştu. Geride kalan dönemde BMD üye sayısının 145'ten 175'e ulaştığını aktaran Öncel, marka sayısının da 430'a geldiğini açıkladı.

"Türk markaları kurşun geçirmez"
Etkinlikte konuşan TİM Başkanı İsmail Güllü de, hayal edi-

lemeyecek bir dönemin geride kaldığını belirterek, dünya ekonomisinde de salgınla birlikte değişim ve dönüşüme girdiğini söyledi. Güllü, "Önce 3 aylık sarsıntılı dönemden sonra huzla toparlandık. 2020 haziranından itibaren iyi bir ritim yakaladık. Türkiye'ye ciddi bir yönelim oldu. Lojistikte sorunlar yaşadık. Konteyner krizi başladı. 2-3 bin dolardan 10 bin dolara, şimdide 15 bin ve üzerine çıktı. Hammaddede sıkıntı yaşanıyor. Bugünlerde buna ilaveten bir de enerjide ciddi bir değişim yaşadık. Dünya değişik imkanlar sunuyor. Önümüzde çıkacak fırsatlar var. Bunu iyi yönetmeli, fırsatı çevirmeliyiz" dedi. Güllü, hazır giyim perakende markalarının katma değerli ihracat açısından önemli olduğunu söyledi. Türk markaları ile gurur duyduklarını büyük sorununu, hammaddede ve enerji maliyetlerindeki artışla küresel enflasyon oluşturunur" diye konuştu. Geride kalan dönemde BMD üye sayısının 145'ten 175'e ulaştığını aktaran Öncel, marka sayısının da 430'a geldiğini açıkladı.

Vahap Küçük: Oyun kurucu olmak lazım

'Global' Büyüme Stratejileri konulu oturumda Dünya Gazetesi Genel Koordinatörü Vahap Münyar'ın sorularını yanıtlayan LC Waikiki Yönetim Kurulu Başkanı Vahap Küçük, yurt dışına açılmak için 2004-2005'te deneme yaptıklarını ancak birçok yerde tabiri caizse dayak yiyerek döndüklerini anlattı. Türkiye'de uluslararası markalar ile rekabette iyi bir seviyeye geldikten sonra yeniden denemeye karar verdiklerini belirten Küçük, "2009'da istediğimiz noktaya geldikten sonra yurt dışı açılımı başladı. İlk mağazayı Romanya'da açtık. Arkasından pek çok ülkede mağazalarımıza yer aldık. Batı'da ise Almanya'da ilk mağazamızı tüketici ile buluşturduk. Ancak başarılı olmadık. Biz doymuş pazarlardan öte, gelişmekte olan, fırsat sunan bölgelere yönelmek gerekiyor. Bununla beraber temmuz ayından bu yana talep patlaması var. Yüzde 100'ün üzerinde satış büyümesi gördük. Özellikle beyaz yakalıları pandemi döneminde harcayamadığı bir binkim oluştu. Geçen 1,5 yılda evlerimiz kapandı. Bu süreçte kimimiz kilo aldı, kimi zayıfladı. Çocuklar büyüdü. Bedenlerimiz

var. Bu pazarlarda büyümeye devam edeceğiz. Zamanı geldiğinde Almanya, İngiltere, ABD gibi ülkelerde de mağaza açmayı hedefliyoruz. Satış hedefi olarak ise bu sene 37 milyar TL hedefimiz vardı ama 33 milyar civarı ile kapatacağız. 2022'de ise 55 milyar TL gibi bir hedefimiz var. Şu anda 50 bin istihdamı ulaştık" diye konuştu.

'Satışlar sonraki kısa kadar yüksek gidecek'

Koton Eşbaşkanı Yılmaz Yılmaz, İstanbul depremini beklerken, tüm dünyayı sarsan pandemi depremi ile karşı karşıya kaldığını belirterek, bu dönemde e-ticaretin kimsenin beklemediği hızla büyüdüğünü anlattı. Yılmaz, "Ancak bu büyüme çok da karlı olmadı. Biz 30'un üzerinde ülkede e-ticaret platformları ile çalışıyoruz. Karlılığı artıracak önlemler almamız gerekiyor. Bununla beraber temmuz ayından bu yana talep patlaması var. Yüzde 100'ün üzerinde satış büyümesi gördük. Özellikle beyaz yakalıları pandemi döneminde harcayamadığı bir binkim oluştu. Geçen 1,5 yılda evlerimiz kapandı. Bu süreçte kimimiz kilo aldı, kimi zayıfladı. Çocuklar büyüdü. Bedenlerimiz

değişti. Bunlar mağazaların açılışlarıyla birlikte yeni alışverişe döndü. Bu kış da yüksek talep devam edecek. Ardından önümüzdeki kış normale döneceğiz" diye konuştu.

'Globale gümbür gümbür geliyoruz'

Hepsiburada İş Geliştirme Grup Başkanı Mutlu Erturan, salgında 8 yıllık gelişmelerin 2 yılda yaşandığını belirterek, "18 ay önce önümüzdeki dönemde perakendede yüzde 5, e-ticarette ise yüzde 15-20'de büyüme bekliyorduk. Salgınla birlikte tablo bambaşka bir hale geldi. Perakende yüzde 6'ya yakın düşerken e-ticarette büyüme yüzde 18'lere ulaştı. 3 puanlık pay büyük bir tutar. E-ticaret hızı büyüyor. Biz de yavaş yavaş başladık. Gümbür gümbür globale yatacın yapacağız" dedi.

Getir, yıl sonunda ABD'ye giriyor

Salgında hızla büyüyen ve 7,5 milyar dolarlık büyüdüğü aşan Getir'in Kurucu Ortakı Tuncay Tütek de, başarılarının temelinde yapmak istedikleri işi teknoloji ile buluşturmak olduğunu belirterek,

"Müşteriye ürünü 10 dakikada ulaştırma hedefi ile işimizi kurguladık. Yani insanlara zaman satıyoruz. İnsanlara zaman satma işini ilk biz keşfettik. Türkiye'nin yanı sıra İngiltere, Almanya, Hollanda, Fransa, İtalya, İspanya'da operasyonlarımız var. Yıl sonuna kadar ABD ile birlikte ülke sayısını dokuzaya çıkaracağız" diye konuştu.

GSS Commerce: Satış rakamlarımız artıyor

GSS Commerce CEO'su Fatih Şentürk, 2013'te kurulan şirketlerinin değişen şartlara bağlı olarak 2016'da dönüşüm yaşadığını anlattı. Aqua di polo diye marka kurgulayarak moda aksesuarlarına eğilen markaları yoktu o dönem. Biz 2018'de aylık 30-35 bin satış hedefi ile girmişti. Kasım'da büyük alışveriş döneminde 3 günde 350 bin, bir ay boyunca da 500 bin satış yaptık. Bugün artık yıllık 7-8 milyon hacme ulaştık. Diğer markalara yaptığımız işler bunun dışında. 2019 Kasım ayında 1 milyon adet satış yaptık" diye konuştu.

Hepsiburada İş Geliştirme Grup Başkanı Mutlu Erturan:

Pandemin damga vurduğu 2020 hem insanlık tarihi hem de perakende için çok farklı bir yıl oldu. 2020'de küresel ölçekte perakendenin yüzde 5, e-ticaretin yüzde 15 büyüyeceğini öngörüydük. Oysa perakende yüzde 6 küçülürken e-ticaret yüzde 26 büyüdü.

Getir Kurucu Ortak Tuncay Tütek

Getir'in başarısının temelinde yapmak istediğimiz işi teknoloji ile buluşturmak oldu. Müşteriye ürünü 10 dakikada ulaştırma hedefi ile işimizi kurguladık. Yani insanlara zaman satıyoruz. İnsanlara zaman satma işini ilk biz keşfettik.

CUMHURİYET GAZETESİ EKONOMİ MÜDÜRÜ JALE ÖZGENTÜRK, BUGÜNKÜ YAZISINDA HAZIR GİYİM PERAKENDESİNDEKİ FİYAT ARTIŞINI KALEME ALDI (15 EKİM 2021)

Cumhuriyet Gazetesi Ekonomi Müdürü Jale Özgentürk bugünkü yazısında küresel enflasyonu ve hazır giyim fiyatlarındaki artışı kaleme aldı. Yazısında BMD'nin her gün üyeleri ile paylaştığı 'Dünya'dan haberlere' de yer veren Özgentürk, "BMD Başkanı Sinan Öncel'in gönderdiği bilgilendirme mailinde Japonya'nın son 13 yılın en yüksek toptan eşya enflasyonu yaşadığı, İtalya'da vergi ve enflasyon artışının şirketleri korkutmaya başladığı, Almanya'nın ise her şeyin aniden pahalılaşmasının yarattığı endişe içinde olduğu belirtiliyor" diye yazdı.

BMD BAŞKANI SİNAN ÖNCEL: HAM MADDE VE ENERJİ MALİYETLERİNDEKİ ARTIŞ İLE KÜRESEL ENFLASYON PERAKENDE SEKTÖRÜNÜ ZORLUYOR (18 EKİM 2021)

Döviz kuru ve ham madde fiyatlarındaki hızlı artış, navlun bedelindeki yükselme sanayide maliyet baskısını yukarı taşıyor. Kâr marjı eriyen üreticiler, yüklerinin hafifletilmesini istiyor. BMD Başkanı Sinan Öncel, ham madde ve enerji maliyetlerindeki artış ile küresel enflasyonun perakende sektörünü zorladığını söyledi. Öncel, maliyet artışlarının tüketici fiyatlarına da bir yansımaları olacağını vurguladı.

BMD BAŞKANI SİNAN ÖNCEL:

Maliyetler ve enflasyon perakendeyi zorluyor

■ Etkinlikte konuşan BMD Başkanı Sinan Öncel, perakende sektörünün güncel en önemli sorunlarının hammaddede ve enerji maliyetlerindeki artış ve küresel enflasyon olduğunu söyledi. Perakende sektörünün 2020'yi az hasarla geçirdiğini belirten Öncel, şöyle devam etti: "Türkiye'de perakende sektörünün

süreci daha az hasarla atlattığında başta Kısa Çalışma Ödeneği olmak üzere devlet desteklerinin büyük katkısını gördük. Markalarımız ciro olarak son üç ayı çok verimli geçirdi. Ancak sektörün borçluluk oranı çok yüksek. Borçlarımızı ödeyebilmemiz için alışverişte canlılığın devam etmesi gerekiyor."



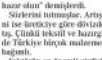
Döviz artışıyla birlikte yeni yangın, enerji ve gıdadan sonra hazır giyim etiketlerinde

Orta direk çöküyor



Jale Özgentürk
YAKIN PLAN

Türkiye'de ücretlilerin yüzde 50'sinin geliri asgari ücret düzeyinde. Dövizdeki artış, hâlen işçiler her ayı yavaş yavaş yüzde 9'a ulaşmış. Her ayı tahli ki işçi hayatında da yansıyor.



Sinan Öncel

BMD Başkanı Sinan Öncel'in gönderdiği bilgilendirme mailinde Japonya'nın son 13 yılın en yüksek toptan eşya enflasyonu yaşadığı, İtalya'da vergi ve enflasyon artışının şirketleri korkutmaya başladığı, Almanya'nın ise her şeyin aniden pahalılaşmasının yarattığı endişe içinde olduğu belirtiliyor



Böke: Kur politikaları artık tamamen siyasi

■ "Türkiye'de enflasyonun yüzde 50'sinin geliri asgari ücret düzeyinde. Dövizdeki artış, hâlen işçiler her ayı yavaş yavaş yüzde 9'a ulaşmış. Her ayı tahli ki işçi hayatında da yansıyor."



BMD BAŞKANI SİNAN ÖNCEL: HAM MADDE KRİZİ VE ENFLASYON ATEŞİ İLE MÜCADELE EDEN ORGANİZE PERAKENDEYİ ZOR BİR KIŞ BEKLİYOR (19 EKİM 2021)

BMD Başkanı Sinan Öncel, organize perakende sektörünün ham madde krizi ve enflasyon baskısı nedeniyle kışa endişeli hazırlandığını söyledi. Maliyeti hızla artan ham maddeye erişimde de zorlanan sektörde üretimdeki gecikmelere bağlı olarak rafta tükenen ürünü yerine koyamama riskinin bulunduğunu bildiren Öncel, özetle şunları söyledi:

“Haziran ayından itibaren alışverişte başlayan canlılık Ekim’de de devam ediyor. Ancak pandemi hasarını onarmaya başlamanın huzurunu yaşayamadan ortaya çıkan sorunlar moralimizi bozdu. Ham madde maliyetleri son birkaç ayda ortalama yüzde 50’nin üzerinde arttı ve artmaya devam ediyor. Ham maddeye erişimdeki zorluk nedeniyle üretim gecikiyor. Öte yandan, döviz kurunun geldiği seviye ve enflasyon ateşinin yükselmesi nedeniyle markalarımız yeni sezon için maliyet yapmakta zorlanıyor. Çünkü üretici fiyat verirken ham madde maliyetinin yanı sıra döviz kuru ve enerji fiyatındaki artışı, yılbaşından itibaren öngördüğü asgari ücret ve kira zammı gibi farkları da hesaba katıyor. Dolayısı ile organize perakende için Ekim sonu ile birlikte ‘yaz bitti’ diyebiliriz. Kasım’dan itibaren çetin bir kış dönemi bizi bekliyor. Sorunun daha fazla büyümemesi için başta iplik ve petro kimya olmak üzere kritik ham maddelerle ara mallarda gümrük vergisini en azından yılbaşına kadar sıfırlayarak maliyet baskısını frenleyebiliriz. Döviz kuru ve enflasyonun artacağına dair piyasalarda oluşan beklentiye kırarak hamleler de yapılabilirse yeniden rahat nefes alabiliriz.”

BMD BAŞKANI SİNAN ÖNCEL, HAMMADDE SORUNUN DEĞERLENDİRDİ:

Fiyat artışları moralimizi bozuyor

Cirolarda haziran ayından itibaren başlayan hızlı artışla pandeminin hasarını onarmaya başlayan organize perakende sektörü ham madde krizi ve enflasyon baskısı nedeniyle kışa endişeli hazırlanıyor. Son aylarda maliyeti hızla artan ham maddeye erişimde de zorlanan sektörde üretimdeki gecikmelere bağlı olarak rafta tükenen ürünü yerine koyamama riski giderek büyüyor. Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) Başkanı Sinan Öncel, pandemi nedeniyle 2020’yi ortalama yüzde 40 – 50 ciro kaybı ile kapatan sektörün, Haziran ayından itibaren alışverişte başlayan canlanmayla rahat bir nefes aldığını bildirdi. Turizmin de katkısıyla çok verimli yaz dönemi geçirdiklerini anlatan Öncel, sözlerini şöyle sürdürdü:



hası yüksek maliyeti göze al-sak bile ham madde bulmak-ta sıkıntı çekiyoruz. Ham-maddeye erişimdeki zorluk nedeniyle üretim gecikiyor. Önümüzdeki aylarda raflar-da eksilen ürünü yerine ko-yamama gibi bir riskle karşı karşıyayız.”

“Gümrük vergisi sıfırlanmalı”

Perakende sektörünün maliyet artışlarını aylardır tüketiciye yansıtmamaya çalıştığını anlatan Sinan Öncel, Eylül ayı itibarı ile ÜFE ve TÜFE arasındaki 25 puanlık farka dikkat çekti. Mevcut durumun sürdürülebilir olmadığını vurgulayan Öncel, maliyetlerin ister istemez tüketiciye de yansıtacağını, yeni sezon ürünlerin geçen yıla göre yüzde 30 – 40 daha pahalı raflara çıkacağını bildirdi. Öncel, “Kritik ham maddelerle ara mallarda gümrük vergisini en azından yılbaşına kadar sıfırlanmalı” dedi.

“Eksilen ürünü yerine koyamıyoruz”
“BMD üyeleri arasında yaptığımız ankete göre markala-

rımız Eylül’de geçen yılın aynı ayına göre ortalama yüzde 70 daha fazla ciroya ulaştılar. Hem fiziki mağazalarımızda hem de online alışverişte canlılığın ekim’de de devam ettiğini gözlemliyoruz. Ancak ciro artışı ile pandemi hasarını onarmaya başlamanın huzurunu yaşayamadan ortaya çıkan sorunlar moralimizi büyük ölçüde bozdu. Örneğin ham madde maliyetleri son birkaç ayda ortalama yüzde 50’nin üzerinde arttı ve artmaya devam ediyor. Da-

Pandemi hasarı onartılırken ham madde krizi ve enflasyon ateşiyle mücadele ediliyor

Perakendeyi zor bir kış bekliyor

“Eksilen ürünü yerine koyamıyoruz”
“BMD üyeleri arasında yaptığımız ankete göre markala-

Birleşmiş Markalar Derneği Başkanı SİNAN ÖNCEL, “Üretici fiyat verirken ham madde maliyetinin yanı sıra döviz kurundaki ve enerjideki artış, yılbaşından itibaren öngördüğü asgari ücret ve kira zammı gibi farkları da hesaba katıyor. Dolayısı ile maliyetlerin önümüzdeki aylarda ister istemez tüketiciye de bir yansıması olacak” dedi



“Eksilen ürünü yerine koyamıyoruz”
“BMD üyeleri arasında yaptığımız ankete göre markala-



BİRLEŞMİŞ MARKALAR DERNEĞİ PERAKENDE DEVLERİNİ BİR ARAYA GETİRDİ (03 KASIM 2021)

BMD Fast Company Dergisi ve Dünya Gazetesi iş birliği ile ‘Perakende Dünyasında Neler Oluyor? Küresel Yeni Müşteri’ başlıklı bir toplantı düzenledi. Toplantıya perakende dünyasının önde gelen isimleri katılarak sektörün durumu ile ilgili görüşlerini paylaştı.



BİRLEŞMİŞ MARKALAR DERNEĞİ PERAKENDE DEVLERİNİ BİR ARAYA GETİRDİ

Birleşmiş Markalar Derneği, Fast Company Dergisi ve Dünya Gazetesi iş birliği ile ‘Perakende Dünyasında Neler Oluyor? \ Küresel Yeni Müşteri’ başlıklı bir toplantı düzenledi. Toplantıya perakende dünyasının önde gelen isimleri katılarak sektörün durumu ile ilgili görüşlerini paylaştı.



Türkiye’nin en tanınmış, marka değeri yüksek kurumlarını bünyesinde barındıran Birleşmiş Markalar Derneği, Fast Company Dergisi ve Dünya Gazetesi iş birliği ile ‘Perakende Dünyasında Neler Oluyor? Küresel Yeni Müşteri’ başlıklı bir toplantı düzenledi. Toplantıya perakende dünyasının önemli isimleri katılarak sektörün durumu ile ilgili görüşlerini paylaştı. Birleşmiş Markalar Derneği Başkanı Sinan Öncel toplantıda yaptığı konuşmada perakende sektörünün güncel en önemli sorunlarının hammadde ve enerji maliyetlerindeki artış ve küresel enflasyon olduğunu söyledi. Sinan Öncel,

Türk perakende sektörünün 2020’yi diğer ülkelerle kıyaslandığında nispeten daha az zararlı geçirdiğini, bunda başta Kısa Çalışma Ödeneği olmak üzere devlet desteklerinin büyük bir etkisi olduğunu belirtti. Etkinlikte bir araya gelen iş dünyası bütün sürecinde perakende sektörünün yaşadığı sorunlar hakkında istişare ederek çözüm yollarını tartıştı. Toplantı sonrasında toplu fotoğraf çekti. Katılımcılar Birleşmiş Markalar Derneği’ne göstermiş olduğu misalirperverlikten ve perakende sektörü ile ilgili verdiği değerli bilgilerden dolayı da teşekkür etti.

**BİRLEŞMİŞ MARKALAR DERNEĞİ VE TRENDYOL'DAN
PERAKENDE SEKTÖRÜ İÇİN GÜÇ BİRLİĞİ (08 KASIM 2021)**

Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) ile Trendyol, perakende sektörünü desteklemek amacıyla iş birliği yaptı. Hem e-ticaret hem de perakende sektörü için önemli bir adım niteliğinde olan iş birliğiyle Trendyol, BMD üyelerine etkili pazarlama faaliyetlerinden vade sürelerini kısaltmaya dönük düzenlenmelere kadar önemli imkanlar sunacak. Ayrıca Trendyol, BMD üyeleri ile birlikte tüm satıcıların ödeme vadelerini Kasım ayı boyunca 14 gün olarak düzenleyecek. **Trendyol Grubu Başkanı Çağlayan Çetin**, “Bu iş birliği sayesinde sektörün öncü markalarıyla birlikte çalışarak perakende sektörünü daha da güçlendirmeyi hedefliyoruz. Böylece markaları ve sektörün büyümesini desteklerken, ülke ekonomimize de pozitif katkı sağlayacağız” dedi. **BMD Başkanı Sinan Öncel de**, “Son iki yılda e-ticaret büyümesi perakende sektöründe çok önemli bir ivme kazandı, markalarımızla Trendyol arasındaki iş birliğinin güçlenmesi ekonomimize büyük kazanç olur. Şu an için en öncelikli adım olan 14 gün ödeme vadesi gibi önemli bir girişim markalarımıza çok önemli bir finansman fırsatı olacak” dedi.

Trendyol ile BMD'den perakende için güç birliği

Birleşmiş
Markalar
Demirveç
Trendyol
perakende
sektörüne katkı
sağlamış için
bu birliği yapsın.
Bu kapsamda
perakendecilerin
nakit alışveriş
sistemi
sistemi
sistemi

[illegible]

14 gün ödeme vadesi

İBB, Etiler Mahallesi Çarşı'da Etkileşim

Şişli Belediyesi, "Türkiye'nin en büyük pazarı ve satış - alım merkezidir" olarak tanımlanan Etiler Çarşısı'nda, vatandaşların alışveriş ve sosyal hayatlarında yaşadıkları sorunları gidermek amacıyla, 14 günlük ödeme vadesi ile "Etiler Çarşısı Etkileşim Kartı" dağıtımını başlattı. Kartın kullanılmasıyla, vatandaşlar alışveriş yaptıkları mağazalardan alışveriş yaptıkları günün 14 gün içinde alışveriş yapabilir ve alışveriş yaptıkları günün 14 gün içinde alışveriş yapabilir. Kartın kullanılmasıyla, vatandaşlar alışveriş yaptıkları günün 14 gün içinde alışveriş yapabilir ve alışveriş yaptıkları günün 14 gün içinde alışveriş yapabilir.

KASIMDA 14 GÜNDE ÖDEME DESTEĞİ

Türkiye'nin önde gelen e-ticaret platformlarından Trendyol ile Birleşmiş Markalar Derneği (BMD), perakende sektörünü desteklemek için işbirliğine imza attı. İşbirliği, perakendecilere bir dizi destek sağlıyor. İşbirliği ile birlikte Trendyol, tüm satıcılara kasım ayı boyunca ödemelerini 14 gün içinde yapacak.

PAZARLARINDA 4 farklı sektörde 152 BMD üyesi firmasının bulunduğu bölgenin veresi Trendyol Grubu

her geçen gün daha fazla hızla
faydalananı. Onemli is cark-
larimizdan RMD'nin incelligi
dogru dogru baglayan bu is birligi
kapsaminda, tuz satilacilar-
nin odeme vadedirleri kusun-
ay boyuncas 14 gun olarak
mucurlenmis diye konusulu.

14 GÜN KİNDE OYUNCA
e-ticaretin yurtdışı ve yurt içi pazarlara açılma potansiyelleriyle ilgili olarak, Türkiye'de e-ticaretin geleceği hakkında görüşlerini aktardı. Su an e-ticaretin Türkiye'deki en hızlı gelişen alanı olduğunu 14 gün içinde yaşadığı gibi hissettiğini belirtti. Türkiye'de e-ticaretin geleceği hakkında görüşlerini aktardı. Su an e-ticaretin Türkiye'deki en hızlı gelişen alanı olduğunu 14 gün içinde yaşadığı gibi hissettiğini belirtti.

"Hammadde ve ara mamul kaynakları çeşitlendirilmeli"

Bu gelişmeler vitrinlerde de kendini yavaştan hissettirmeye başladı. Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) Başkanı Sinan Öncel, döviz bazında hammedde fiyatları çok fazla arttığı için üreticilerin dövizde daha fiyat veremez hale geldiklerini anladı. Ancak hammeddeyi peşin alırsan fiyat alabileceğini aktaran Öncel, şöyle konuştu: "Teslimat gecikiyor. Markalar dolarla maliyet yapıp TL ile fiyat koyduğunu çok yaklaşıp bir fiyat koymak zorunda kalıyor. Burada tabii ki bazen hatalar da yapıyor. Marjları artırmak satmak ile karşı kalyona kalıyor. Böyle bir dalga var şu anda. Teslimatta da gecikme varıyor. Üreticisine göre değışmekle birlikte dünyanın her yerinden çok fazla sipariş var üreticilerin elinde. Önemli bir dönem yapıyor. Büyük bir first bu aslında. İhracat da bunu gösteriyor. Bu noktada hammedde ve ara mamul kaynaklarımızı çeşitlendirme lazım. Burada da vergiler asayla alakalı hammedde ve ara malı konusunda bizim üretimi şaha kaldırmamız gerekiyor. Üretim kapasitesi yeterli değil ama hammedde bulamadığı için üretim yapamayan da var. Bu, teslim sürelerinin de uzamasına iyi açtı. İki piyasada 15 ile 45 gün arasında gecikmeler yapıyor. Stok sorunu çok fazla yok ama istediğin ürünü alamama ya da zamanında alamama sorunu daha safhada" ifadelerini kullandı.

5 HAZIR GİYİM VE KONFEKSİYON İHRACATÇI BİRLİĞİ İLE BMD'NİN DE ARA- LARINDA BULUNDUĞU 13 SEKTÖREL DERNEK, HAM MADDE KRİZİNE KARŞI ÇÖZÜM FORMÜLÜNÜ AÇIKLADI

BMD BAŞKANI SİNAN ÖNCEL: PİYASADAKİ ‘FİYAT ARTACAK’ BEKLENTİSİNİ EN AZA İNDİRMELİYİZ
(10 KASIM 2021)

Pamuk ve pamuk ipliği başta olmak üzere ham madde fiyatlarındaki olağanüstü artış, hazır giyim sektöründe hem üretimi hem de ihracatı tehdit ediyor. Sorunun giderek bir krize dönüşmesinden ve maliyetlerin tüketiciye zam olarak yansımāsından endişe eden hazır giyim ihracatçı birlikleri ile BMD'nin de aralarında bulunduğu sektör derneklerinin başkanları, ortak basın toplantısıyla çözüm formüllerini açıkladılar. 5 ihracatçı birliği ve 13 sektör derneği adına konuşan İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, ham madde fiyatlarındaki artışın üretim ve ihracatın yanı sıra sektörün rekabet gücünü de olumsuz etkilediğini vurguladı. Gültepe, maliyet artışlarının ayrıca enflasyona da olumsuz yansımaları olmasından endişe ettiklerini söyledi. BMD Başkanı Sinan Öncel de Türkiye'de maliyet artışlarının yanı sıra bir de 'beklenti enflasyonu' oluştuğuna dikkat çekti. Öncel, "Piyasadaki 'fiyat artışı devam edecek' algısını en aza indirecek adımların hızla atılması gerekiyor. Yurt dışından son dönemde ölkemize yönelen yoğun sipariş talebini en iyi şekilde değerlendirebilmemiz için bu adımları atmak durumundayız. Eğer gerekli önlemler zamanında alınabilirse süreci markalarımızın yurt dışı pazarlarda büyüeyebilmeleri için fırsata çevirebiliriz" diye konuştu.

BMD BAŞKANI SİNAN ÖNCEL: HAM MADDE FİYATLARI DÖVİZ BAZINDA ARTTIĞI İÇİN ÜRETİCİLER DÖVİZLE DAHİ FİYAT VEREMEZ HALE GELDİ (10 KASIM 2021)

BMD Başkanı Sinan Öncel, döviz bazında hammadde fiyatları döviz bazında arttığı için üreticilerin dövizle dahi fiyat veremez hale geldiğini söyledi. Ham maddeyi ancak peşin ödeme yapabilenlerin alabildiğini vurgulayan Öncel, şunları söyledi:

"Teslimat gecikiyor. Markalar dolarla maliyet yapıp TL ile fiyat koyduğu için yaklaşık bir fiyat belirliyor. Burada tabi ki bazen hatalar da yapılıyor. Maliyetin altında satmak ile karşı karşıya kalıyoruz. Teslimatta da gecikme yaşıyoruz. Üreticisine göre değişmekle birlikte dünyanın her yerinden çok fazla sipariş var üreticilerin elinde. Önemli bir dönem yaşıyoruz. Büyük bir fırsat bu aslında, ihracat da bunu gösteriyor. Bu noktada hammadde ve ara mamul kaynaklarımızı çeşitlendirmemiz lazım. Burada da vergileri askıya alarak hammadde ve ara mal konusunda bizim üretimi şaha kaldırmamız gerekiyor. Üretim kapasitesi yeterli değil ama hammadde bulamadığı için üretim yapamayan da var. Bu, teslim sürelerinin de uzamasına yol açtı. İç piyasada 15 ile 45 gün arasında gecikmeler yaşıyoruz."

Organize perakende sektöründe Ekim ayında geçen yılın aynı dönemine göre ortalama yüzde 60 – 70 artan cirolar, ham madde maliyetlerini hızına yetişemiyor. Ham madde maliyetlerinde bir yıllık artışın cirolara fark attığını vurgulayan BMD Başkanı Sinan Öncel, mevcut tablonun sürdürülebilir olmadığını söyledi. Öncel, ham madde krizine çözüm üretilmemesi durumunda raflardaki ürün fiyatlarının artmaya devam edeceğini, mağazaların ayakta kalma şansının azalacağına dikkat çekti. Ciro özelinde bakıldığında yüksek oranlı bir artış görülmekle birlikte markaların adet satışlarında 2019’a göre ortalamada yüzde 8 – 10 daha geride olduğunu anlatan Öncel, şöyle devam etti:

HAMMADDE FİYATLARI ARTTI

Hazır giyimcilerden yüzde 70 zam uyarısı

PANDEMİNİN ardından dünya modü devleri tarafından sipariş yapılmaz. tütünler Türk hazar güyü firmaların yaşadığı hammadde krizi ben irtifini ben de ihracatı tebdil etmeye beğle- di. 20 milyar dolar ihracatı imzı etası 5 hazar güyü ve konfeksiyon ihracatçı beğle- di. 13 sektörde örnek başkara düzen- an önce çözülmüş gerektigi çağrısında bulunan Başkan Tokdemir "Boyle giderse tüketicili 100 TL'ye alıgı ürünü önümüzde- deki yıl nisazı 60-70 TL'ye alacak. Fiyatları yüzde 60-70 arasında zamlan-acak ve hazar güyü enflasyonu nego- tiy anlamında en büyük katkıyı sağlayacak" ifadelərini kullandı.

[illegible]

ENFLASYONU ETİLEYİYOR

Çin ve Asya ülkelerinden bu yıl Türkiye'ye dönenleri bir sipariş kayman olduğunu hatırlatan Gültepe, hammede eritildiğinde sorunlar nedeniyle bu avantajı istediğini gayi kullandıklarını da altın dedi. Fahiş fiyat sorununun bir

AN TÜRKİYE

HAM MADDE MALİYETLERİNDEKİ ARTIŞ ORGANİZE PERAKENDE CİROLARINA FARK ATTI (20 KASIM 2021)

◆ Birleşmiş Markalar Demeyi'nin üyeleri arasında yaptığı ankete göre markaların Ekim ayı ciroları geçen yıla göre ortalama yüzde 60-70 arttı

Ham madde krizi çözüm bekliyor

[illegible][illegible]

“Cirolarda yüzde 60 – 70 yukarıda olmamız kimseyi yanıltmamalı. Çünkü Ekim 2020’de pandemi etkisi ile markalarımızın önemli bir bölümünün 2019 cirolarının yüzde 80’ini bile yapamadığını unutmamamız gerekiyor. Her şeye rağmen verimli bir yaz döneminin ardından Ekim cirolarından da genel olarak memnunuz. Ancak döviz bazında da artmaya devam eden ham madde maliyetleri bizi endişelendiriyor. Örneğin, imalatla en çok kullanılan ham madde ve ara mal-lardan pamuk ipliğinin kilogramı son bir yılda 2,9 dolardan 5,75 dolara, PVC’nin tonu 900 dolardan 3 bin 750 dolara çıktı. Diğer petrokimya ürünlerinin fiyatları da en az yüzde 100 arttı. Perakendecinin 100 TL’ye sattığı ürünün yerine yenisini üretebilmesi için en az 160 – 170 TL gerekiyor. Dolayısı ile cirolardaki artış ham madde kaynaklı maliyet artışlarını karşılamaya yetmiyor. Daha açık ifade etmem gerekirse maliyet artışları cirolara fark attı.”

BMD BAŞKANI SİNAN ÖNCEL: ŞİRKETLERİN İŞLETME SERMAYELERİ ERİYOR (24 KASIM 2021)

Ham madde tedarikinde küresel ölçekte yaşanan sorun Türkiye’de çok daha fazla hissediliyor. Üreticiler zam gelecek beklentisi ile ellerindeki ürünü piyasaya sürmüyor. BMD Başkanı Sinan Öncel, “Kimse fiyatların nereye gideceğinden emin değil. Üretici 10 dolardan aldığı ham maddeyi bir gün sonra 12 dolara tedarik edebilirim endişesi ile bugün sattığı ürüne bile zam yapıyor. İmkânı olanlar da fiyatların daha çok artacağı endişesi ile alışverişe koşuyor” diye konuştu. Öncel, döviz kurundaki artış nedeniyle şirketlerin işletme sermayelerinin eridiğinin de altını çizdi. **Yeni Mesaj Gazetesi’ndeki** haber ve **Sinan Öncel’in** değerlendirmesi için buraya tıklayınız.

Piyasada ürün kıtlığı yaşanıyor!

Paranın kağıt, malın gerçek olduğu bir dünyada yaşıyoruz! Ham maddedeki küresel tedarik problemi artan döviz kurlarının etkisiyle Türkiye’de çok daha fazla hissediliyor. Üreticiler zam gelecek beklentisi ile ürünleri piyasaya sürmüyor. Ya da ham maddeye zam gelecek diye eldeki ürüne de zam yapıyor

Türkiye’de şu sıralar pek çok ürün bulunamıyor. Hemen hemen her sektörde bulunamayan ürün var. TL’deki bitmek bilmeyen değer kaybı, ticareti de baltalıyor. Bazı gıda maddeleri gibi bozulma riski bulunan ürünleri bulabilmek mümkün elbet ancak yağ ve şekerde sıkıntı yaşanıyor. Salgın döneminin tedarik zincirinde açtığı hasar tüm dünyada etkisini göstermeye devam ediyor. Özellikle çip ve hammadda ticaretinde küresel bir sorun yaşanıyor. Ancak uzun süredir Türkiye’deki üretim sistemini de etkileyen bu problem kurdaki hızla yükselişe beraber farklı bir boyut kazandı. Neredeyse her sektörde kendini gösteren tedarik problemi aynı zamanda fiyatların da hızla yükselmesine neden oluyor.

Krizle yakın sıkışıklık var!

Şu an için kriz tanımlaması yapılmısa da krize yakın bir sıkışıklığın olduğunu söyleyen Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) Başkanı Sinan Öncel’e göre yüksek kapasite ile üretim yapan firmaların üretim bantlarını durdurmamak için ham madde stoku yapması büyük problemler oluşturuyor. Öncel, “Kimse fiyatların nereye gideceğinden emin değil. Bugün 10 dolardan ham madde aldığında kimse bunu satmak istemiyor. Yarın 12 dolara alabilirim diye bugün sattığı ürüne bile zam yapıyor. Böylece bir suni enflasyon oluşu-



Korku alışverişi yapılıyor

BMD Başkanı Sinan Öncel, “Eskiden insanlar yüksek enflasyon dönemlerinde her ürünün fiyatının artacağından korktuğu için özellikle teknolojik ürünleri almaya çalışırdı. Şimdi benzer bir davranışı görüyoruz. İmkânı olanlar genel olarak her ürünün fiyatının sürekli artacağını düşünerek alışverişe koşuyor. Yarı alamamaktan korkuyor. Tabi buna bir de turist alışverişlerini eklemek gerek. Geçen ay 100 dolar olan turist bu Türkiye’den çok daha fazla ürün satın alabilir. Biz mağazalarımızda bu hareketi görüyoruz” dedi. Şirketlerin sermayelerinin eridiğini dile getiren Öncel, “Kendi üreticilerimizle konuştuğumuzda bunu daha iyi anlıyoruz. Bu yıl Gaziantep’teki bir üreticimiz sadece dolardaki artış yüzünden yüzde 20 küçülmek zorunda olduğunu belirtti. Çünkü insanlar artık daha az ham madde alabiliyor. Bu da sermayelerin erimesine neden oluyor” diye konuştu.

yor” diye konuştu. Türkiye, üretiminin büyük bölümünde kullandığı hammaddeleri ithal ediyor. Hem uluslararası piyasadaki fiyat artışları hem de Türk Lirası’ndaki hızlı değer kaybı bu konuda üreticiyi oldukça yıpratıyor. Ev ve Mutfak Eşyaları Sanayicileri ve İhracatçıları Derneği (EVSID) Başkanı Talha Özger ise son bir yılda çelik, alüminyum, plastik ve demir gibi hammaddelerdeki fiyatların üçe katlandığını ve kurda yaşanan her dalgalanmada ciddi zorluklarla karşılaştıklarını belirtti. Özger, “Kurdaki artış ne ihracatçıya ne de iç pazarda satış yapan üreticiye yarıyor. Bu konuda çizilen tablo

yanlış... Eğer Türkiye’de üretilmeyen ham maddelerde vergi indirimi yapılmazsa önümüzdeki günler daha da sıkıntılı geçebilir” dedi.

2001’deki krize benziyor

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği Otomotiv Tedarik Sanayi Meclis Başkanı Alper Kanca da piyasada yaşanan tedarik probleminin temelinde küresel etkilerin yattığını ancak Türkiye ekonomisinde yaşanan dalgalanmaların bu etkinin katlanmasına neden olduğunu söyledi.

Küresel ekonomide konteyner, çip, magnezyum, çelik ve plastik temininin oldukça zorlaştığını belirten Kanca, “Para birimimizdeki dalgalanma bu tedarik sorununu farklı bir boyuta taşıyor. 2001’deki kriz ortamının bir benzeri yaşanıyor. İnsanlar elindeki ürünü satmak istemiyor. Çünkü bugün sattığı fiyattan yerine yeni ürün koymayacağından korkuyor. 10 liraya satılacak ürün sürekli fiyatlar artarak beklentisi ile elde tutuluyor. Belki 12 liraya satırım beklentisi var. Bu beraberinde stokçuluğu da getiriyor. Bugün bir ham maddeyi istediğiniz tarihte alabilmemiz pek mümkün değil. Ayrıca para politikasında belirsizlik de bunu tetikliyor. Yani kimse liranın dolar karşısındaki pozisyonun ne olacağını anlamış değil. Sanki serbest bırakılmış gibi... Bu da davranışları etkiliyor” ifadelerini kullandı. **YENİ MESAJ / DW**

BMD BAŞKANI SİNAN ÖNCEL: HAM MADDE İTHALATINDA UYGULANAN EK VERGİLERİN SIFIRLANMASINI, KURUN İSTİKRARA KAVUŞMASINI BEKLİYORUZ (30 KASIM 2021)

BMD Başkanı Sinan Öncel, döviz kurlarındaki sert dalgalanmanın ve ham madde fiyatlarındaki artışın perakende sektörü için büyük bir sorun oluşturduğunu bildirdi. Fiyatların anlık değiştiğini ve üreticilerin döviz üzerinden peşin ödeme istediğini anlatan Öncel, “Ham maddeye erişimde yaşanan sıkıntı üretim ve tedarik planlarımıza olumsuz yansıyor. Kurun dalgalı seyri nedeniyle maliyet yapmakta ve ürünü fiyatlandırmakta zorlanıyoruz. Markalarımızın önemli bir kısmı üreticisine vermek üzere ham madde tedariki yapıyor. Daha önce bir aylık ‘ihtiyat stoku’ ile çalışan firma şimdi üç aylık stok tutma ihtiyacı hissediyor. Bu da ham madde fiyatlarında suni bir artışa neden oluyor. Kısa vadeli çözüm için imalatla yoğun ihtiyaç duyulan ham maddelerin ithalatında uygulanan ek vergilerin sıfırlanmasını veya düşürülmesini, kurların da istikrara kavuşmasını bekliyoruz” dedi. Ekonomi yönetiminin düşük faiz politikasını da değerlendiren Öncel, faizlerin düşmesinin perakendecinin elini güçlendireceğini, ancak kurun hızlı yükselmesinin sektörü olumsuz etkilediğini ifade etti. Öncel, faizle döviz kuru arasında bir dengenin oluşması gerektiğinin altını çizdi.

BMD BAŞKANI SİNAN ÖNCEL: PERAKENDE BOYUT DEĞİŞTİRECEK (30 ARALIK 2021)

BMD Başkanı Sinan Öncel, perakende sektörünün 2022’deki en önemli gündem başlıklarından birinin metaverse olacağını söyledi. Öncel, “Dünyada metaverse evreninde farklı bir alışveriş anlayışıyla önemli bir hareket başladı. Perakende için mağaza, AVM ve e-ticaretten sonra çoklu kanal sisteminin yeni halkası metaverse olacak. Metaverse markanın popülerliğim artıracak. Perakende boyut değiştirecek” dedi. **Posta Gazetesi’ndeki** haber ve **Sinan Öncel’in** değerlendirmesi için buraya tıklayınız.

AVM’LERDE KİRA TARTIŞMASI YENİDEN ALEVLENİYOR (11 OCAK 2022)

AVM’ler yıllık 25 milyar TL’ye yakın kira gelirlerini daha da artırmak için çalışma başlattı. Markalar ise kendilerinin artan maliyetlerini tüketiciye yansıtamadıklarını belirterek düzenlemeye karşı çıktı.

BMD Başkanı Sinan Öncel, üretici ve tüketici fiyatları arasındaki farkın tüm sektörleri ve şirketleri zor durumda bıraktığını anlattı. Perakendede minimum yüzde 50 maliyet artışı ile karşılaştıklarını anlatan Öncel, “Son aylarda işçilik ve enerji başta olmak üzere pek çok kalemden artış yaşandı. ‘Enflasyon oranının da düzenleme yapmak istiyoruz’ demek ne kadar hakkaniyetli? Benim maliyet artışım yüzde 80. Ama benim TÜFE’ın yüzde 20. Tüm bu rakamlar ortadayken perakendecinin sırtına biraz daha yük bindirelim demenin manası var mı? ikincisi bizim sözleşmelerimizin tamamı sabit kira ve ciro kirasıdır. Satış olduğu müddetçe ben ciro kirasından da kira ödüyorum. AVM tarafında bir mağduriyet söz konusu değil” dedi.



BMD BAŞKANI SİNAN ÖNCEL: KAPANMALAR GÜNDEMDEYKEN KİRA KONUŞMAK ÇOK LÜZUMSUZ (13 OCAK 2022)

Bazı AVM’lerin yıllık TÜFE ortalaması yerine daha yüksek oranlı artış için harekete geçmesi kira tartışmasını yeniden alevlendirdi. BMD Başkanı Sinan Öncel, “Biz zaten sabit kiranın yanı sıra belli oranın üzerine çıkıldığında ciro kirası ödüyüz. Pandemi nedeniyle yeniden kapanmaların gündemde olduğu bir dönemde kirayı konuşmayı çok lüzumsuz buluyoruz” dedi.

AVM’DE DÖVİZLE KİRA TARTIŞMASI YENİDEN ALEVLENDİ (17 OCAK 2022)

Yasal oranın üzerinde kira artışı için harekete geçen bazı AVM’ler bir yandan da dövizle kiralamaya döndü. 2018’de getirilen düzenlemenin yabancı ortaklı perakendecilere döviz ile kira faturası kesme yolunu açık bıraktığını hatırlatan **BMD Başkanı Sinan Öncel**, “Karar 2018’den bu yana uygulamıyorlardı. Ancak yılbaşından beri AVM’ler ya yasal sınır olan yıllık TÜFE’nin üzerinde ekstra kira zammı ya da döviz ile fatura konusunda baskı yapıyor. Bu anlamda fatura kesenler de var. Yabancı ortaklı ya da yabancı markalarımızdan çok fazla şikayet alıyoruz. Son dönemde artan vakaların tüketimi kısıtlamaya başladığı bir dönemde kararı doğru bulmuyoruz. Konuyla ilgili bakanlığa yazı yazdık” dedi.

AVM’LER YENİDEN DÖVİZLE KİRA ALMAYA BAŞLADI (18 OCAK 2022)

Yasal oranın üzerinde kira artışı için harekete geçen bazı AVM’ler bir yandan da dövizle kiralamaya döndü. 2018’de getirilen düzenlemenin yabancı ortaklı perakendecilere döviz ile kira faturası kesme yolunu açık bıraktığını hatırlatan BMD Başkanı Sinan Öncel, “Yılbaşından beri AVM’ler ya yasal sınır olan yıllık TÜFE’nin üzerinde ekstra kira zammı ya da döviz ile fatura konusunda baskı yapıyor. Bu anlamda fatura kesenler de var. Yabancı ortaklı ya da yabancı markalarımızdan çok fazla şikayet alıyoruz. Son dönemde artan vakaların tüketimi kısıtlamaya başladığı bir dönemde kararı doğru bulmuyoruz” dedi.

BMD BAŞKAN YARDIMCISI HÜSEYİN ŞEYNOVA: SATTIĞIMIZ FİYATA ÜRETİM YAPAMIYORUZ (21 OCAK 2022)

BMD Başkan Yardımcısı Hüseyin Şeynova, üretim maliyetlerinin çok yükseldiğini ve bu nedenle yüksek indirimlerin yapılamayacağını söyledi. Şeynova, “Şu anda sattığımız fiyata üretim yapamıyoruz. Dolayısıyla müşteriye indirim cazibesi sunamıyoruz. Fiyatlar yazın daha da artacak” dedi.

AVM’LER KİRA ZAMMINDA YASAL SINIRI AŞIYOR (26 OCAK 2022)

Yılbaşından itibaren dövizle fatura kesmeye başlayan bazı AVM’ler, kira zammında da yasal sınırı geçmeye başladı. Sektör temsilcileri, bazı AVM’lerin yıllık TÜFE ortalamasının üzerinde zam yaptığını bildirdi. BMD Başkanı Sinan Öncel, sayıları az olmakla birlikte AVM’lerde yasal sınırın üzerinde zam ve dövizle fatura kesme uygulamasının devam ettiğini

söyledi. Uygulamanın markaları zor durumda bıraktığını anlatan Öncel, “Üyemiz olan veya olmayan pek çok perakende- deciden konuyla ilgili yasal düzenleme yapılması için tarafımıza talepler geliyor. Biz de konuyu gerekli mercilere ilettik. Mağduriyetin giderilmesi için yasal düzenleme yapılana kadar AYD’nin tavsiye kararı alabileceğini belirttik. Markaları- mızdan gelen talepler bu yönde” dedi.

BMD BAŞKANI SİNAN ÖNCEL: SEKTÖR BU ZORLU DÖNEMDE KİRA STRESİ YAŞAMAK İSTEMİYOR (02 ŞUBAT 2022)

BMD Başkanı Sinan Öncel, perakende sektörünün maliyet baskısı ile mücade- le ettiği bir süreçte dövizle kiranın gündeme getirilmesini doğru bulmadıkla- rını söyledi. Son dönemde bazı AVM’lerin yabancı ve yabancı ortaklı markalara günlük döviz kuru üzerinden kira faturası gönderdiği yönünde şikayetler aldık- larını bildiren Öncel, “Yaygın bir uygulama değil; bazı yabancı yatırım grupları ve AVM’lerle sınırlı bir durum. Ama önümüzdeki günlerde yaygınlaşmayaca- ğı anlamına gelmiyor. Uygulamanın hukuki temeli olmakla birlikte günümüz koşullarında uygun değil. Çünkü ÜFE ile TÜFE arasındaki büyük farkı pera- kendeci üstleniyor. Yüksek maliyetlerle mücadele eden perakende, pandemi nedeniyle zor dönemden geçerken bir de kira artışları ile uğraşmak istemiyor. İş ortaklarımızdan bu konunun gündeme getirilmemesini rica ediyoruz” dedi.

BMD BAŞKANI SİNAN ÖNCEL: SEVGİLİLER GÜNÜ İÇİN YAPILACAK HEDİYE- LİK SATIŞLARININ PERAKENDENİN HAFTA- LIK CİROSUNA YÜZDE 20-25 KATKI SAĞLA- MASINI BEKLİYORUZ (08 ŞUBAT 2022)

BMD Başkanı Sinan Öncel, Sevgililer Günü için yapılacak hediye- lik satışlarının perakendenin haftalık cirosuna yüzde 20-25 arasında katkı sağlamasını beklediklerini söyledi. Öncel, “14 Şubat hafta- sında kuyumculuk, elektronik eşya ve kozmetik ürünlerinin satış- larında önemli artış olduğunu biliyoruz. 14 Şubat günü ise çiçek satışları ile restoran ve konaklama harcamaları yüzde 100’e va- ran oranlarda artıyor. Bu yıl 14 Şubat, pazartesiye denk geldiği için hemen öncesindeki hafta sonu alışverişte canlılık bekliyoruz. Son haftalarda yeme içme cirolarında ciddi bir düşüş var. Bütün bir ayı kurtarmamakla birlikte 14 Şubat’ın yeme içme sektörü için moral olacağını tahmin ediyoruz” diye konuştu. **Milliyet Gazetesi’ndeki** haber ve **Sinan Öncel’in** değerlendirmesi için buraya tıklayınız.



BMD VE TRENDYOL'DAN E-İHRACAT HAMLESİ

BMD BAŞKANI SİNAN ÖNCEL: TRENDYOL İLE YENİ İŞBİRLİĞİMİZİ MARKALARIMIZ AÇISINDAN BÜYÜK BİR FIRSAT OLARAK GÖRÜYORUM

TRENDYOL GRUP BAŞKANI ÇAĞLAYAN ÇETİN: TÜRK MARKALARININ ÜRÜNLERİNİ GLOBAL PAZARDA MİLYONLARCA MÜŞTERİYLE BULUŞTURACAĞIZ. (09 ŞUBAT 2022)

BMD, üyesi olan markaları dünyaya açmak için Trendyol ile yeni bir işbirliğine imza attı. Birleşmiş Markalar Derneği Başkanı Sinan Öncel "Markalarımızın yurt dışına açılımında fiziki mağazaların yanı sıra online satış kanallarının önemi giderek artıyor. Trendyol ile başlattığımız yeni işbirliğini markalarımız açısından büyük bir fırsat olarak görüyorum. Derneğimiz çatısı altındaki 452 markanın büyük bölümünün bu fırsatı en iyi şekilde değerlendireceklerine inanıyorum" diye konuştu. Trendyol Grup Başkanı Çağlayan Çetin de, "E-ihracat, ülkemize döviz girişini ve ihracatın katma değerini artıracak önemli bir fırsat. Yurt dışındaki milyarlarca tüketiciye satış yapma imkanı, hem ihracat gelirlerini hem de ihracatçı sayısını artırmada büyük önem taşıyor. BMD ile perakende sektörü için gerçekleştirdiğimiz iş birliğini bir adım daha öteye taşıdık. Türk markalarının ürünlerini global pazarda milyonlarca müşteriyle buluşturacağız" dedi.

BMD BAŞKANI SİNAN ÖNCEL: MARKALARIMIZIN UKRAYNA'DAKİ MAĞAZALARI KAPALI, RUSYA'DAKİLERİN SATIŞLARI YÜZDE 50 GERİLEDİ (02 MART 2022)

BMD Başkanı Sinan Öncel, Türk markalarının Ukrayna'daki mağazalarının tamamen kapandığını, Rusya'daki mağazaların cirolarında da yüzde 50 kayıp olduğunu bildirdi. Rusya ve Ukrayna'da mağazası bulunan BMD üyesi markalardan 25'nin temsilcilerinin katılımıyla durum tespiti ve bilgi paylaşımı yapmak için toplantı düzenlediklerini belirten Öncel, özetle şunları söyledi:

BMD VE TRENDYOL'UN DİJİTAL İŞBİRLİĞİ TÜRK MARKALARINI DÜNYAYA AÇACAK

E-TİCARETTE GLOBAL HAMLE

Birleşmiş Markalar Derneği ve Trendyol, yerli perakende firmalarını online kanallardan global pazarlara açmak üzere işbirliği yaptı. Türk ürünlerinin dünyada tanınmasını destekleyeceklerini belirten Trendyol Grup Başkanı Çağlayan Çetin, "Online ticaret için üç yılda 500 milyon dolar yatırım yapacağız" dedi.

BİRLEŞMİŞ Markalar Derneği (BMD) ve Trendyol, yerli perakende markalarını global pazarlarla buluşturmak üzere işbirliği yaptı. Yapılan işbirliğiyle Türk perakende markalarının dünyanın dört bir yanından müşterilerle buluşturulması hedefleniyor. İşbirliğine BMD üyesi 456 Türk perakende markasının katılması beklenirken, Trendyol'un e-ticaret alanındaki yatırımlarıyla birlikte işbirliğinin etkisinin arttırılması planlanıyor.

BMD Başkanı Sinan Öncel, işbirliği kapsamında yaptığı açıklamada, "Aralık 2021 itibarı ile 109 markamızın 140'ünde 5 bin 703 mağazası ve 11 bin aşkın satış noktası bulunuyor. Markalarımızın yurt dışına açılmasında fiziki mağazaların yanı sıra online satış kanallarının önemi giderek artıyor. Trendyol ile başlattığımız yeni işbirliğini bu anlamda markalarımız açısından büyük bir fırsat olarak görüyorum. Hazır giyim, ayakkabı, ev tekstili, kozmetik, küçük ev aletleri kategorileri taşıta olmak üzere 452 markamızın büyük bölümünün bu fırsatı en iyi şekilde değerlendireceklerine ve Trendyol'un operasyonunun bulunduğu tüm ülke pazarlarına erişimi için etkili bir satış kanalı yaratma çabımıza inanıyorum" dedi.

ÖNEMLİ BİR FIRSAT

Trendyol Grup Başkanı Çağlayan Çetin ise, "Türk ürünlerini ve Türk üreticilerini yurtdışıyla buluşturmak en önemli gündem maddelerimiz arasında yer alıyor. E-ihracat, ülkemize döviz girişini ve ihracatın katma değerini arttıracak önemli bir fırsat. Yurt dışındaki milyarlarca tüketiciye satış yapma imkanı, hem ihracat gelirlerini hem de ihracatçı sayısını artırmada büyük önem taşıyor. Bu kapsamda Birleşmiş Markalar Derneği ile perakende sektörü için gerçekleştirdiğimiz işbirliğini bir adım daha öteye taşıdık. BMD üyesi Türk markalarının ürünlerini global pazarda milyonlarca müşteriyle buluşturacağız. E-ihracat ile ülke ekonomisine katkı sağlama hedefimiz doğrultusunda, teknoloji, lojistik ve pazarlama odasında önümüzdeki üç yıl içinde 500 milyon dolar yatırım yapacağız. Türk ürünlerinin yurt dışında bilinirliğinin artmasına da destek olacağız" ifadelerini kullandı.

2023 HEDEFİ 1 MİLYAR DOLAR

DÜNYANIN önde gelen e-ticaret platformlarına Türkiye'deki yerli üreticilerin ürettiği ürünlerle gerek, farklı coğrafyalardaki müşterilere erişimlerini ifade eden Çağlayan Çetin, şöyle konuştu: "2023 yılında e-ihracat hacmi hedefimizi 1 milyar dolar olarak belirledik. 2021'de Avrupa'dan Orta Doğu ve Afrika'ya, çok geniş bir coğrafyada 100'e yakın ülkeye ihracat yaptık. Şu an globalde, yerli üreticilerimizin ürettiği ürünlere Trendyol aracılığıyla ulaşan 4 milyon müşteri bulunuyor. Tüm bu çabalarımızla ülkemiz için katma değeri yüksek, sağlam e-ihracat köprüleri kurarak, ülkemize döviz girişini artırmaya katkıda bulunacağız. Hedefimiz 5 yıl içinde Trendyol'un toplam satışları içerisinde e-ihracatın payını yüzde 30'e çıkarmak. Markalarımızın tüm dünyada satış yapabilir hale getireceğiz."

Sinan Öncel

Çağlayan Çetin

Ukrayna'daki 24 markamıza ait 267 mağaza ve 200'e yakın satış noktasının tamamı kapalı. Rusya'da 32 markamıza ait 655 mağaza ve 2 bin 500'ü aşkın satış noktasında cirolarda yüzde 50 düşüş var. Sabotaj ihtimali nedeniyle AVM'ler sık sık kapanıyor. Yabancı kartlarla ödeme yapılamıyor. Polonya, Romanya, Belarus ve Moldova'daki mağazalarda da satışların olumsuz etkilendiğini öğrendik. Ayrıca yaz sezonunda Rus ve Ukraynalı turistlerin yoğun ilgi gösterdiği Bulgaristan, Yunan adaları ve İtalya'dan sipariş iptalleri gelmeye başladı. Yolcu beraberinde eşya ticareti durduğu için özellikle Laleli, Merter ve Osmanbey gelişmelerden çok olumsuz etkileniyor. Ukrayna'nın toparlanması uzun zaman alacak. Endişe verici bir durumla karşı karşıyayız."

BMD BAŞKANI SİNAN ÖNCEL: RUSYA'YA SWIFT YAPTIRIMINA KARŞI YOLCU BERABERİNDE EŞYA SEÇENEĞİ ÖNE ÇIKIYOR. RUSLARA NAKİT ALIŞVERİŞTE 7 BİN TL SINIRI YÜKSELTİLMELİ. (03 MART 2022)

BMD Başkanı Sinan Öncel, Rusya'ya uygulanan SWIFT yaptırımına çözüm için yolcu beraberinde eşya ticareti seçeneğinin öne çıktığını söyledi. Ruslara nakit alışverişte 7 bin lira sınırının yukarı çekilmesi gerektiğini ifade eden Öncel, "SWIFT sorunun çözümü için yolcu beraberinde eşya ticareti tek çözüm olarak görünüyor. Burada da alışverişte 7 TL nakit sınırlaması karşımıza çıkıyor. Sınır yukarı çekilmeli ki biz de turistlere satış yapabilelim. Öte yandan Rusya ve Ukrayna'dan gelen siparişler için imalata girmiş ürünlerin ne olacağı belirsiz. Sezon kaybedilirse ürünlerin demode olma riski var" diye konuştu.

BMD BAŞKANI SİNAN ÖNCEL: KAYIPLARI TELAFİ ETMEK ÇOK ZOR OLUR (07 MART 2022)

Rusya'nın Ukrayna'ya başlattığı hareket, Türkiye'deki pek çok sektörü olumsuz etkilemeye başladı. BMD Başkanı Sinan Öncel, elektrik faturalarını ve pandemiye unuttuklarını, tamamen bu konuya odaklandıklarını söyledi. Rusya'da 32 Türk markasının 655, Ukrayna'da ise 24 markanın 267 mağazası bulunduğunu bildiren Öncel, "Hazır giyim özelinde bakınca Rusya'ya 287 milyon dolarlık, Ukrayna'ya 173 milyon dolarlık ihracat yapılıyor. Kayıtlara geçmeyen bavul ticaretini de katınca bu rakam çok daha yüksek. Bir de Türkiye'ye tatile gelip alışveriş yapan müşterilerimiz var. Özellikle Antalya'daki turistlerin yarısı Rusya ve Ukrayna'dan geliyor. Gelişmelerden sektör çok olumsuz etkilenecek. Böyle devam ederse kayıpları telafi etmek çok zor olur. Pandemiye ve elektrik faturalarını unuttuk tamamen bu gelişmeleri izliyoruz" dedi.

HABER

Rusya'ya hangi yaptırımlar uygulanıyor?

- Rus bankaları uluslararası ödeme sistemi Swift'ten çıkarıldı. Bu yaptırım, bir yandan Rus bankalarının dünya genelinde işlem yapmasını engellerken diğer yandan Rus ihracat ve ithalatını felç etmeyi amaçlıyor.
- Rusya Merkez Bankası'nın Avrupa Birliği (AB), Amerika Birleşik Devletleri (ABD), İngiltere ve Kanada'daki varlıkları da donduruldu.
- FTSE, Rus varlıklarını sıfır değerle endeksten çıkarma kararı aldı.
- Rusya Devlet Başkanı Vladimir Putin ve Dışişleri Bakanı Sergey Lavrov'un Rusya dışındaki mal varlıkları donduruldu.
- AB, Rusya'ya ham petrolün işlenmesi için gerekli olan mal ve teknoloji satışını, transferini, ayrıca ihracatını yasakladı.
- Batı ülkelerinden Rusya'ya artık havacılık ve uzay sanayisiyle ilgili mal, teknoloji ve hizmet satışı yapılmayacak. Bu karar çerçevesinde Rus havayollarına uçak, yedek parça ve ekipman verilmeyecek.
- AB ülkeleri tüm Rus uçaklarına hava sahasını kapattı. Rus gemilerinin AB limanlarına girişinin yasaklanması da gündemde.
- Başta mikroçip üretimi için gerekli olan mikroışlemciler ve ekipmanları olmak üzere, bazı teknolojik ürün ve teknolojilerin AB ve diğer Batılı ülkelere Rusya'ya gönderilmesi engellenecek.
- Uluslararası Futbol Federasyonları Birliği (FIFA) Rusya'nın artık uluslararası maçlara ev sahipliği yapamayacağını açıkladı. Ayrıca Rus milli takımının katıldığı maçlarda Rusya bayrağı açılmayacak ve Rus milli marşı okunmayacak.

BMD BAŞKANI SİNAN ÖNCEL: RUSYA'DAKİ MARKALARIMIZ İÇİN EN ÖNEMLİ PROBLEM LOJİSTİK (08 MART 2022)

BMD Başkanı Sinan Öncel, Rusya'da mağazası bulunan markalar için lojistiğin en önemli sorun haline geldiğini bildirdi. Gümrüklerde bekleyen malların çekilme sürecinde ve satış noktalarına gönderilen ürünlerin ödemelerinde sorunlar yaşandığını vurgulayan Öncel, "Gelişmeleri dakika dakika takip ediyoruz. Avrupalı lüks markalar mağazalarını kapatarak Rusya'dan çekilme kararı aldılar. Bu çekilme önümüzdeki dönemde markalarımız için bir fırsat doğurabilir. Ama biz her şeyden önce ateşkesin sağlanmasını ve savaş koşullarının ortadan kalkmasını diliyoruz" dedi.

RUSYA'DA MAĞAZASI OLAN MARKALAR LOJİSTİK VE ÖDEMELERLE İLGİLİ SORUNA ÇÖZÜM ARIYOR (10 MART 2022)

Rusya ile Ukrayna arasındaki savaş bölgede mağazası olan Türk markalarını olumsuz etkiliyor. Gümrüklerdeki malların çekilme sürecinde ve ödemelerde ciddi sorunlar yaşanıyor. Ukrayna'daki mağazaların tamamının kapandığını, Rusya'daki mağazalarda da ciroların yüzde 40-50 düzeylerine gerilediğini bildiren BMD Başkanı Sinan Öncel, "Markalarımız açısından Rusya'da son günlerde lojistik en önemli sorun haline geldi. Bulgaristan, Romanya ve Polonya gibi çatışma bölgesine yakın ülkelerde de alışverişin yavaşladığı yönünde haberler alıyoruz" dedi.

BMD BAŞKANI SİNAN ÖNCEL: BATILI MARKALARIN MAĞAZALARINI KAPATMASININ ARDINDAN MARKALARIMIZIN RUSYA'DAKİ SATIŞLARINDA ÇOK CİDDİ ARTIŞ OLDU (29 MART 2022)

BMD Başkanı Sinan Öncel, markalar için Rusya'da koşulların çok hızlı değiştiğini söyledi.

Batılı markaların mağazalarının ardından Türk markaların satışlarında önemli oranda artış olduğunu vur-

SİNAN ÖNCEL / BİRLEŞMİŞ MARKALAR DERNEĞİ (BMD) BAŞKANI

"Kayıpları telafi etmek çok zor olur"

"Rusya'da 32 Türk markasının 655 mağazası ve 2 bin 556 satış noktası var. Ukrayna'da ise 24 marka, 267 mağaza ve 180 satış noktası bulunuyor. Hazır giyim özelinde bakınca Rusya'ya 287 milyon dolarlık, Ukrayna'ya 173 milyon dolarlık ihracat yapılıyor. Bunun yanı sıra kayıtlara geçmeyen bavul ticaretini de katınca bu rakam çok daha yüksek. Bu işin ihracat kısmı... Bir de Türkiye'ye tatile gelip alışveriş yapan müşterilerimiz var. Özellikle Antalya'daki turistlerin yarısı Rusya ve Ukrayna'dan geliyor. Kredi kartı harcamalarında ise önemli bir payı var. Bu gelişmelerden sektör çok olumsuz etkilenecek. Gelişmeleri dikkatle inceliyoruz. Dünya nefesini tutmuş buraya odaklanmış durumda. Bu böyle devam ederse kayıpları telafi etmek çok zor olur. Çünkü Rus turistler lüks harcama yapıyorlar. Pandemiye ve elektrik faturalarını unuttuk tamamen bu gelişmeleri izliyoruz."



AYŞEM ULUSOY / ULUSLARARASI TAŞ. VE LOJİSTİK HİZMET ÜRETENLERİ DER. (UTİKAD) BŞK.

"Lojistikte Türkiye ön plana çıkıyor"

"Rusya ve Ukrayna arasındaki savaş ortamı, tüm sektörlerde olduğu gibi Türk lojistik sektöründe de endişe yaratmaya devam ediyor. Elimizdeki son bilgilere göre 250'den fazla Türk TIR'ı Ukrayna sınırından çıkış yapabili. Sınırdan geçen bütün ülkeler Türk şoförlerine vizesiz direkt transit geçiş hakkı tanıyor. Savaş başladığında karayolu tarafına uzak olan araçlar için ise tehlike devam ediyor. Şu anda en öncel olarak Varna'dan Port Kafkas'a Ro-Ro hattı oluşturulması için görüşüyoruz. Avrupa'da SWIFT bazı bankalara kapatıldı ancak bazıları açık durumda. Bu durum ticaretin devam edeceğini gösteriyor ancak bununla birlikte Rusya transit ülke ve nihai varış ülkesi olma durumunu kaybetti. Avrupa ürettiği ya da hali hazırda sattığı malı teknik olarak satabiliyor ancak gidecek yolu yok. Bu noktada Türkiye çok ciddi bir görev alabilir."



Zorluklara direniyoruz

Ukrayna krizi, bölgede faaliyet gösteren Türk markalarını da etkiliyor. Mal sevkiyatı sorunlarına dikkat çeken BMD Başkanı Sinan Öncel, "Rusya'daki AVM'ler faaliyetlerini yürütemedikleri için cirolar yüzde 40-50 geriledi" dedi.

Yasadığı ifade ediyor. Sektör temsilcileri şu an bölge ile olan en önemli sorunu lojistik olarak gösterirken, Rusya'ya yaptırımlar nedeniyle ödemeler ve para transferindeki aksamlara da dikkat çekiyor.

DOĞU AVRUPA CİROLARI % 50 ORANINDA AZALDI
Hazır giyim özelinde bakınca 2021'de Rusya'ya 287 milyon dolar, Ukrayna'ya 173 milyon dolar ihracattımız var. "Bavul ticareti" olarak adlandırılan için şimdiden tedbir alıyor. Mal sevkiyatında hem süre çok uzadı hem de maliyetler çok arttı. Gümrüklerde bekleyen malların çekilme sürecinde ve satış noktalarına gönderilen ürünlerin ödemelerinde ciddi sorunlar

Başkanı Sinan Öncel, "BMD üyesi 32 markamızın Rusya'da 655 mağazası ve 2 bin 556'dan fazla satış noktası, Ukrayna'da ise 24 markamızın 267 mağazası ve 200'e yakın satış noktası bulunuyor. Ukrayna'daki mağazaların tamamı savaşla birlikte kapandı. Sabotajı ihbarları nedeniyle Rusya'daki AVM'ler düzenli olarak faaliyetlerini yürütemedikleri için cirolar yüzde 40-50 düzeylerine kadar geriledi. Bulgaristan, Romanya ve Polonya gibi çatışma bölgesine yakın ülkelerde de alışverişin yavaşladığı yönünde haberler alıyoruz" diye konuştu. Öncel sektör olarak gelişmeleri dakika dakika izlediklerini söyledi.

■ ORHAN ORHUN UNAL



Önli şirketler faaliyetlerini durdurdu
Rusya'ya yönelik uluslararası baskıların etkisiyle birçok şirket ülkenin çekilme kararını aldı. Amazon, Apple gibi teknoloji şirketlerinin yanında, McDonalds, Starbucks faaliyetlerini durdurdu. Mercedes Benz, Jaguar Rover, H&M, Arribi, Netfilix ve Burberry gibi markalar faaliyetlerini askıya aldı. BP'nin karayolu ardından Shell, ExxonMobil yatırımlarını kesereklerini açıkladı.

gulayan Öncel, "Durumu yakından takip ediyoruz. Bugün Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu (DEİK) ile toplantı yaptık. Geline aşamada markalarımızın Rusya'daki satışları savaştan önceki döneme göre artmış bulunuyor. Özellikle kozmetikte ciroların çok yüksek olduğu yönünde bilgiler alıyoruz" dedi. Sinan Öncel, yurt içinde de çok dalgalı bir grafiğin söz konusu olduğunu bildirdi. Öncel, gözlemlerime göre Mart ayında sezonunu açan kadın hazır giyimde ve kozmetikte işler iyi gidiyor. Ancak her kategoride aynı canlılık yok. Üyelerimiz arasında memnun olanlar da var olmayanlar da. Bir numaralı sorunuz ise maliyetler" diye konuştu.

HAZIR GİYİMDE GÖÇ BAŞLADI, MARKALAR YÖNÜNÜ YURTDIŞINA ÇEVİRDİ (30 MART 2022)

Türkiye'de rekor hızla yükselen enflasyon karşısında aynı oranda gerileyen alım gücünün negatif etkisi, ilk önce hazır giyim sektöründe kendini gösterdi. Tüketicilerin giyim ve ayakkabı gibi ürünlere yönelik ihtiyaçlarını ertelemesi, markaların yurt dışı mağazalaşma stratejilerini önceliklendirdi. Bünyesinde 183 üye ve 453 marka bulunduran BMD'nin anketine göre erkek giyim markalarının cirolarında kan kaybı şubat ayında da devam etti. Birçok hazır giyim markası bu yıl yurt içinden daha çok yurt dışında mağaza açacağını açıkladı. BMD Başkanı Sinan Öncel de yurt dışında mağazalaşmanın artış trendinde olduğunu söyledi. Öncel, "TL'nin değer kaybı ile birlikte yurt dışında ürünler daha cazip hale geliyor. Öte yandan iç piyasada bir durgunluk söz konusu. Bu da markalar için yurtdışına daha cazip kılıyor" diye konuştu.

BMD'DEN HAZİNE VE MALİYE BAKANLIĞI'NA, 'ÇALIŞAN DESTEKLERİ VERGİ DIŞI BIRAKILSIN' ÇAĞRISI (12 NİSAN 2022)

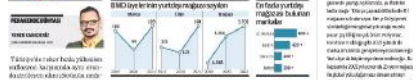
BMD, şirketlerce özel sektördeki 18 milyon çalışana verilen günlük yemek ücreti ve aynı yardımlara vergi istisnası getirilmesi için Maliye Bakanlığı'na öneride bulundu. Çalışanları gıda fiyatlarındaki aşırı artıştan kısmen de olsa korumak için böyle bir talepte bulunduklarını söyleyen BMD Başkanı Sinan Öncel, "Birinci talebimiz günlük yemek ücreti vergi istisna tutarının en az 60 TL'ye çıkarılması" dedi. Öncel, aynı yardımlar için uygulanan ve yüzde 45-50'yi bulan vergilere de istisna getirilmesini istediklerini kaydetti.

AVM'LERDE ORTAK GİDERE KAMU DENETİMİ GELİYOR (13 NİSAN 2022)

AVM'lerle perakende markaları arasında uzun süredir yaşanan genel gider sorununa çözüm getirmesi öngörülen düzenleme yolda. Yönetmelikte ortak giderlerin kamu gözetim kurumu tarafından denetlenmesi öngörüldü. Düzenlemede, hatalı işlem varsa iadenin cezalı olarak yapılması, reklam ve pazarlama giderlerinin sınırlandırılması ile denetime esas olacak kalemlerin tanımlanması gibi maddeler yer alıyor. **Dünya Gazetesi'ndeki** habere göre **454 markayı temsil eden**

Hazır giyimde göç: Markalar yönünü yurtdışına çevirdi

Türkiye'de rekor hızla yükselen enflasyon karşısında aynı oranda gerileyen alım gücünün negatif etkisi, ilk önce hazır giyim sektöründe kendini gösterdi. Tüketicilerin giyim ve ayakkabı gibi ürünlere yönelik ihtiyaçlarını ertelemesi, markaların yurt dışı mağazalaşma stratejilerini önceliklendirdi. Bünyesinde 183 üye ve 453 marka bulunduran BMD'nin anketine göre erkek giyim markalarının cirolarında kan kaybı şubat ayında da devam etti. Birçok hazır giyim markası bu yıl yurt içinden daha çok yurt dışında mağaza açacağını açıkladı. BMD Başkanı Sinan Öncel de yurt dışında mağazalaşmanın artış trendinde olduğunu söyledi. Öncel, "TL'nin değer kaybı ile birlikte yurt dışında ürünler daha cazip hale geliyor. Öte yandan iç piyasada bir durgunluk söz konusu. Bu da markalar için yurtdışına daha cazip kılıyor" diye konuştu.



Yabancılar mağaza sayısını düşürdü

Türkiye'de hazır giyim sektöründe ciroların arttığını göstermektedir. 2021 yılında Türkiye'de hazır giyim ciroları 100 milyar TL'den 120 milyar TL'ye ulaşmıştır. Bu artış, Türkiye'de hazır giyim sektörünün büyümesini göstermektedir.

LC Waikiki 150 yurtdışı mağazası açacak

LC Waikiki, 2022 yılında 150 yurtdışı mağaza açacak. Bu mağazaların açılması, LC Waikiki'nin yurtdışı pazarına açılmasını göstermektedir.

Salgın risklere fırsat doğurdu

Salgın riskleri, hazır giyim sektöründe ciroların arttığını göstermektedir. 2021 yılında Türkiye'de hazır giyim ciroları 100 milyar TL'den 120 milyar TL'ye ulaşmıştır. Bu artış, Türkiye'de hazır giyim sektörünün büyümesini göstermektedir.

Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) ile Tescilli Markalar Derneği (TMD) yönetmelikteki bazı maddelere şerh koydu.

BMD BAŞKANI SİNAN ÖNCEL: ÇALIŞANLARA GÜNLÜK YEMEK YARDIMI VE GIDA DESTEĞİ VERGİDEN MUAF TUTULSUN (13 NİSAN 2022)

BMD Başkanı Sinan Öncel, çalışanlara yapılan günlük yemek yardımında vergiden muaf tutulan 36,72 TL'lik limitin artırılmasını, firmaların yıl içinde yaptıkları gıda desteklerinden de ayrıca vergi alınmamasını önerdi. Tüm dünyada özellikle dar gelirli ailelerin gıdaya erişim konusunda sıkıntı yaşadığını vurgulayan Öncel, "Fiyatlar orantısız bir şekilde artıyor. Çalışanlarımız da haklı olarak yemek ücretlerinin azlığından şikâyet ediyorlar. Günlük yemek ücretinde halen 36,72 TL olan vergiden muaf tutulan tutarın artırılması hem çalışanlarımızı hem de firmalarımızın elini rahatlatacak. Ayrıca yıl içinde firmalarımızın çeşitli dönemlerde çalışanlarına yaptıkları gıda desteklerinin de vergiden muaf tutulması gerektiğini düşünüyoruz" dedi.

Bloomberg HT'nin canlı yayınında değerlendirmelerde bulunan Sinan Öncel, BMD'nin üyeleri arasında yaptığı mart ayı anketinin ön sonuçları hakkında da bilgi verdi. Mart ayında perakende cirolarının Şubat'a göre ortalama yüzde 20-25 arttığını bildiren Öncel, korkulanın aksine gıda dışı perakendede bir daralma olmadığını vurguladı.

TÜRK MARKALARINA RUSYA'DAN DAVET (12 NİSAN 2022)

Rusya, Batılı markaların yaptırım kararlarının ardından boşalan AVM mağazaları için aralarında Türkiye'nin de olduğu farklı ülkelerden şirketlerle görüşüyor. BMD Başkanı Sinan Öncel, "Yatırımcı gruplar arayarak boş kalan yerler için bizimle görüşme talep ediyorlar. Önümüzdeki günlerde Rusya'ya giderek süreci detaylandırmayı planlıyoruz" dedi.



A woman walks past the closed shops at a shopping mall in Moscow.

TÜRK MARKALARA RUS DAVETİ
Rusya, Batılı markaların yaptırım kararlarının ardından boşalan AVM mağazaları için aralarında Türkiye'nin de olduğu farklı ülkelerden şirketlerle görüşüyor. BMD Başkanı Sinan Öncel, "Yatırımcı gruplar arayarak boş kalan yerler için bizimle görüşme talep ediyorlar. Önümüzdeki günlerde Rusya'ya giderek süreci detaylandırmayı planlıyoruz" dedi.

10 milyar TL'yi aşan ortak gidere yönetmelik geliyor
BMD Başkanı Sinan Öncel, çalışanlara yapılan günlük yemek yardımında vergiden muaf tutulan 36,72 TL'lik limitin artırılmasını, firmaların yıl içinde yaptıkları gıda desteklerinden de ayrıca vergi alınmamasını önerdi. Tüm dünyada özellikle dar gelirli ailelerin gıdaya erişim konusunda sıkıntı yaşadığını vurgulayan Öncel, "Fiyatlar orantısız bir şekilde artıyor. Çalışanlarımız da haklı olarak yemek ücretlerinin azlığından şikâyet ediyorlar. Günlük yemek ücretinde halen 36,72 TL olan vergiden muaf tutulan tutarın artırılması hem çalışanlarımızı hem de firmalarımızın elini rahatlatacak. Ayrıca yıl içinde firmalarımızın çeşitli dönemlerde çalışanlarına yaptıkları gıda desteklerinin de vergiden muaf tutulması gerektiğini düşünüyoruz" dedi.

BAĞIM HİTLERDEN
BMD Başkanı Sinan Öncel, çalışanlara yapılan günlük yemek yardımında vergiden muaf tutulan 36,72 TL'lik limitin artırılmasını, firmaların yıl içinde yaptıkları gıda desteklerinden de ayrıca vergi alınmamasını önerdi. Tüm dünyada özellikle dar gelirli ailelerin gıdaya erişim konusunda sıkıntı yaşadığını vurgulayan Öncel, "Fiyatlar orantısız bir şekilde artıyor. Çalışanlarımız da haklı olarak yemek ücretlerinin azlığından şikâyet ediyorlar. Günlük yemek ücretinde halen 36,72 TL olan vergiden muaf tutulan tutarın artırılması hem çalışanlarımızı hem de firmalarımızın elini rahatlatacak. Ayrıca yıl içinde firmalarımızın çeşitli dönemlerde çalışanlarına yaptıkları gıda desteklerinin de vergiden muaf tutulması gerektiğini düşünüyoruz" dedi.

BMD'DEN 18 MİLYON ÇALIŞAN İÇİN TEKLİF

"Şirketlerin gıda desteği vergiden istisna olmalı"

Öncel sözündeki 18 milyon çalışan özellikle gıda enflasyonundan korunmak için harekete geçtiklerini söyleyen BMD Başkanı Sinan Öncel, "Şirketler, çalışanlarına destek olabilir. Bunun için gıda desteğinde vergi istisnası olmalı ve vergiden muaf günlük yemek ücreti limiti de 60 TL'ye yükselmeli" dedi.

YERİNDE KALANLAR
Türkiye'de son aylarda rekor düzeyde yükselen enflasyon sonucu, özellikle emekli maaşları ve maaş alanların hayatı zorlaşmış durumda. BMD Başkanı Sinan Öncel, "Enflasyonun etkisiyle vatandaşlarımızın hayatı zorlaşmış durumda. Özellikle emekli maaşları ve maaş alanların hayatı zorlaşmış durumda. BMD Başkanı Sinan Öncel, "Enflasyonun etkisiyle vatandaşlarımızın hayatı zorlaşmış durumda. Özellikle emekli maaşları ve maaş alanların hayatı zorlaşmış durumda."

Öneri Maliye Bakanlığı'na iletili
BMD Başkanı Sinan Öncel, çalışanlara yapılan günlük yemek yardımında vergiden muaf tutulan 36,72 TL'lik limitin artırılmasını, firmaların yıl içinde yaptıkları gıda desteklerinden de ayrıca vergi alınmamasını önerdi. Tüm dünyada özellikle dar gelirli ailelerin gıdaya erişim konusunda sıkıntı yaşadığını vurgulayan Öncel, "Fiyatlar orantısız bir şekilde artıyor. Çalışanlarımız da haklı olarak yemek ücretlerinin azlığından şikâyet ediyorlar. Günlük yemek ücretinde halen 36,72 TL olan vergiden muaf tutulan tutarın artırılması hem çalışanlarımızı hem de firmalarımızın elini rahatlatacak. Ayrıca yıl içinde firmalarımızın çeşitli dönemlerde çalışanlarına yaptıkları gıda desteklerinin de vergiden muaf tutulması gerektiğini düşünüyoruz" dedi.

"Şişli yeni kartı devlet 1.200 TL ödemeli"
BMD Başkanı Sinan Öncel, çalışanlara yapılan günlük yemek yardımında vergiden muaf tutulan 36,72 TL'lik limitin artırılmasını, firmaların yıl içinde yaptıkları gıda desteklerinden de ayrıca vergi alınmamasını önerdi. Tüm dünyada özellikle dar gelirli ailelerin gıdaya erişim konusunda sıkıntı yaşadığını vurgulayan Öncel, "Fiyatlar orantısız bir şekilde artıyor. Çalışanlarımız da haklı olarak yemek ücretlerinin azlığından şikâyet ediyorlar. Günlük yemek ücretinde halen 36,72 TL olan vergiden muaf tutulan tutarın artırılması hem çalışanlarımızı hem de firmalarımızın elini rahatlatacak. Ayrıca yıl içinde firmalarımızın çeşitli dönemlerde çalışanlarına yaptıkları gıda desteklerinin de vergiden muaf tutulması gerektiğini düşünüyoruz" dedi.

253 MARKA TAMAMEN ÇIKIŞ YAPTI

UZUN yıllardır Rusya'da olan, farklı sektörlerden çok sayıda marka, Rusya lideri Putin'in savaş kararının ardından ülkedeki faaliyetlerini gözden geçirmeye başladı. Markalar ya faaliyetlerini tamamen sonlandırdı, ya askıya aldı ya da yatırım kararlarını dondurdu. Bu markalardan bazıları perakende sektöründe Unilever, Ikea, H&M, Adidas; enerji sektöründe Shell ve BP; bankacılık sektöründe SocGen, Deutsche Bank, Goldman Sachs, Citigroup; gıda sektöründe McDonalds, Burger King, Starbucks, PepsiCo; teknoloji sektöründe Google ve Amazon başı çekti. Yale School of Management'ın araştırmasına göre, savaşın başladığı döneme kadar Rusya'da faaliyetlerini sürdüren en az 253 marka, ülkeden tamamen ayrılma kararı aldı. 323 marka ise operasyonlarını askıya aldığını duyurdu. Ülkede, yeni yatırım kararı almayacaklarını duyuran şirket sayısı 96 olurken; 162 marka ise yaptırım konusunda bir adım atmamamak faaliyetlerini sürdürmeye devam ediyor.

"Yeni yatırım kararı almayacaklarını duyuran şirket sayısı 96 olurken; 162 marka ise yaptırım konusunda bir adım atmamamak faaliyetlerini sürdürmeye devam ediyor."
BMD Başkanı Sinan Öncel, çalışanlara yapılan günlük yemek yardımında vergiden muaf tutulan 36,72 TL'lik limitin artırılmasını, firmaların yıl içinde yaptıkları gıda desteklerinden de ayrıca vergi alınmamasını önerdi. Tüm dünyada özellikle dar gelirli ailelerin gıdaya erişim konusunda sıkıntı yaşadığını vurgulayan Öncel, "Fiyatlar orantısız bir şekilde artıyor. Çalışanlarımız da haklı olarak yemek ücretlerinin azlığından şikâyet ediyorlar. Günlük yemek ücretinde halen 36,72 TL olan vergiden muaf tutulan tutarın artırılması hem çalışanlarımızı hem de firmalarımızın elini rahatlatacak. Ayrıca yıl içinde firmalarımızın çeşitli dönemlerde çalışanlarına yaptıkları gıda desteklerinin de vergiden muaf tutulması gerektiğini düşünüyoruz" dedi.



A woman walks past the closed shops at a shopping mall in Moscow.

The experience that the Turkish business world has gained so far in Russia is very important, says a sector representative, as the country wants Turkish brands to appear more in malls

İSTANBUL
The sanctions imposed on Russia after its attempted invasion of Ukraine have mobilized Russian retailers.

The first contacts started after the Russian Council of Shopping Centers (RC-SC), an organization representing developers, shopping center owners and retail chain operators, announced that they would fill the gap created by Western companies that withdrew from Russia with brands from countries such as China, Turkey, India and Iran.

"Investor groups call and request to meet with us regarding the vacant stores after Western brands withdrew from Russia," said Sinan Öncel, chairman of the United Brands Association (BMD).

"We also plan to go to Russia in the coming days and detail the process," he added. According to BMD data, 32 Turkish brands currently operate in Russia, and the brands have a total of 655 stores and 2,500 sales points. The experience that the Turkish business world has gained so far in Russia is very important, Öncel noted. "There is no risk for us to be in Russia right now; it is a market we are familiar with," he said. "There is still a serious expenditure going on in the country. Many Western brands have ceased operations, but the stores are actually full. We do not know under what conditions they will accept Turkish brands instead of these stores."

MARKALARIN MART AYI CİROLARI, FİYAT ARTIŞI VE TURİSTE SATIŞ DOPİNGİYLE YÜZDE 30 YÜKSELDİ (19 NİSAN 2022)

Türkiye'nin önde gelen 454 markasını bünyesinde bulunduran BMD'nin, üyeleri arasında yaptığı ankete göre, mart ayında cirolar şubata göre ortalama yüzde 30 arttı. BMD Başkanı Sinan Öncel, cirolardaki artışa rağmen markaların adet satışlarında henüz pandemi öncesindeki rakamlara ulaşamadığının altını çizdi. Öncel, özetle şunları söyledi:

"Cirolardaki artışın iki temel nedeni var. Birincisi maliyetlere bağlı olarak fiyatlar artıyor. İkincisi ise turist alışverişi. TL değer kaybettiği için Türkiye'de fiyatlar yabancılar açısından çok cazip. İlk iki ayda ülkemizi ziyaret eden turist sayısı geçen yıla göre yüzde 169 artarak 2 milyon 823 bine ulaştı. Gözlemlerimiz ve turistlerin ziyaret ettiği mağazalarda elde edilen cirolar, martta da yabancıların yoğun alışveriş yaptığını gösteriyor. Diğer taraftan son üç ayda tüketici fiyatları kümülatif olarak yüzde 23 arttı. Ancak hazır giyim ve ayakkabı kategorileri başta olmak üzere markalarımız piyasa koşulları nedeniyle maliyetleri fiyatlara yansıtamıyor. Mart ayı itibarı ile ÜFE ve TÜFE arasındaki fark yüzde 53,8'e ulaşmış bulunuyor. Bu durum bir yandan kârsızlığı getirirken diğer taraftan önümüzdeki aylar için fiyat artışı riskini barındırıyor. Tablo özellikle sabit ve dar gelirli yerli tüketicinin alım gücünün önümüzdeki aylarda zayıflayacağı anlamına geliyor. Dolayısı ile bu yıl markalarımız açısından turist alışverişi hayati önem taşıyor."

Sinan Öncel, firmaların çalışanlarına verdikleri günlük yemek ücreti ve gıda yardımlarının vergiden muaf tutulması yönündeki talebini de yineledi.

Alım gücü azaldı yeni zamlar kapıda



Yemek ücreti şikayetleri arttı

BMD Başkanı Sinan Öncel perakende çalışanların yemek ücretlerinin gündemde olduğunu belirterek, personelin haklı olarak yemek ücretlerinin azlığından şikâyet ettiğini, günlük yemek ücretinde halen 36,72 TL olan vergiden muaf tutulan tutarın en az 60 TL'ye çıkarılması gerektiğini söyledi.

Perakende sektöründe turist desteği ile satışlar toparlanırken iç pazarda ise tüketicinin alım gücü düşüyor. Fiyat artışlarının bir süre daha devam edeceğini öngördüklerini belirten Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) Başkanı Sinan Öncel, "Tablo özellikle sabit ve dar gelirli yerli tüketicinin alım gücünün önümüzdeki aylarda zayıflayacağı anlamına geliyor. Dolayısı ile bu yıl markalarımız açısından turist alışverişi hayati önem taşıyor. Mart ayı üretici ve tüketici fiyat endeksleri arasındaki fark yüzde 53,8'e ulaştı. Bu durum bir yandan kârsızlığı getirirken diğer taraftan önümüzdeki aylar için fiyat artışı riskini barındırıyor" dedi. Son yıllarda Türkiye'de kartlı harcamalarda yabancıların payı yüzde 8 düzeyindeydi. BMD Başkanı bu yıl oranın yüzde 10'un üzerine çıkabileceğini öngördü.



Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) üyesi işletmelerin mart ayı cirou şubatı göre ortalama yüzde 30 arttı. BMD Başkanı Sinan Öncel, "Cirolardaki artışın iki temel nedeni var. Birincisi, maliyetlere bağlı olarak fiyatlar artıyor. İkincisi ise turist alışverişi" dedi. Öncel, BMD'den yapılan açıklamaya göre, perakende sektöründe ocak ayında tahminlerin üzerinde daralan cirolar, yılın ilk çeyreği bitmeden büyük ölçüde toparlandı. Derneğin üyeleri arasında yaptığı ankete göre, mart'ta cirolar şubata göre ortalama yüzde 30 artış gösterdi. BMD Başkanı Sinan Öncel, mart ayı ile birlikte salgının da yılı geride bıraktıklarını anımsatarak, cirolardaki artışa rağmen markaların adet satışlarında henüz pandemi öncesindeki rakamlara ulaşamadığını aktaran BMD Başkanı Sinan Öncel, "TL değer kaybettiği için Türkiye'deki fiyatlar yabancılar açısından çok cazip" dedi.

Cirolarda artış umudu turiste bağlı



BMD Başkanı Sinan Öncel, özellikle sabit ve dar gelirli yerli tüketicinin alım gücünün önümüzdeki aylarda zayıflayacağını belirtti.

'YERLİ TÜKETİCİNİN ALIM GÜCÜ DAHA DA ZAYIFLAYACAK'

BMD Başkanı Sinan Öncel, mart ayı ile birlikte pandemi öncesinde de ilk yılı geride bıraktıklarını hatırlattı. Cirolardaki artışa rağmen markaların adet satışlarında henüz pandemi öncesindeki rakamlara ulaşamadığını aktaran BMD Başkanı Sinan Öncel, "Günlük yemek ücretinin halen 36,72 TL'lik bölümü vergiden muaf tutuluyor. Bu tutarın en az 60 TL'ye çıkarılması hem çalışanlarımızı hem de firmalarımızı rahatlatıcaktır. Ayrıca yıl içinde firmaların personele yaptığı gıda desteklerinin de vergiden muaf tutulması gerektiğini düşünüyoruz" dedi.

'ÇALIŞANLARA YAPILAN GIDA YARDIMLARI VERGİDEN MUAF TUTULMALI'

Sinan Öncel, markaların bir yandan maliyetleri fiyatları yansıtmamak için kârlarından fedakarlık ederken, diğer taraftan da çalışanlarını özellikle gıdaya erişimlerini kolaylaştırmak için çözüm yolları aradığını vurguladı. Personelin haklı olarak yemek ücretlerinin azlığından şikâyet ettiğini kaydeden Öncel, "Günlük yemek ücretinin halen 36,72 TL'lik bölümü vergiden muaf tutuluyor. Bu tutarın en az 60 TL'ye çıkarılması hem çalışanlarımızı hem de firmalarımızı rahatlatıcaktır. Ayrıca yıl içinde firmaların personele yaptığı gıda desteklerinin de vergiden muaf tutulması gerektiğini düşünüyoruz" dedi.

BMD ANKETİNE GÖRE CİROLAR YÜZDE 30 ARTTI

Yabancı turistler, mart ayında perakendeye doping oldu

Perakende sektöründe ocak ayında tahminlerin üzerinde daralan cirolar, yılın ilk çeyreği bitmeden büyük ölçüde toparlandı. Bünyesinde Türkiye'nin önde gelen 454 markasını bulunduran Birleşmiş Markalar Derneği'nin (BMD) üyeleri arasında yaptığı ankete göre, mart ayında cirolar şubata göre ortalama yüzde 30 artış gösterdi. Cirolardaki artışa rağmen markaların adet satışlarında henüz pandemi öncesindeki rakamlara ulaşamadığını aktaran BMD Başkanı Sinan Öncel, "TL değer kaybettiği için Türkiye'deki fiyatlar yabancılar açısından çok cazip" dedi.



Sinan Öncel, "TL değer kaybettiği için Türkiye'de fiyatlar yabancılar açısından çok cazip" dedi.

sızlığı getirirken diğer taraftan önümüzdeki aylar için fiyat artışı riskini barındırıyor."

Markaların diğer taraftan da çalışanların özellikle gıdaya erişimlerini kolaylaştırmak için çözüm yolları aradıklarını vurgulayan Öncel, bu konuda önerileri hakkında ise "Günlük yemek ücretinin halen 36,72 TL'lik bölümü vergiden muaf tutuluyor. Bu tutarın en az 60 TL'ye çıkarılması hem çalışanlarımızı hem de firmalarımızı rahatlatıcaktır. Ayrıca yıl içinde firmaların personele yaptığı gıda desteklerinin de vergiden muaf tutulması gerektiğini düşünüyoruz" dedi.

"Fiyat artışı riski var"

Diğer taraftan son üç ayda tüketici fiyatlarının kümülatif olarak yüzde 23 arttığına dikkat çeken Öncel, şöyle devam etti: "Ancak hazır giyim ve ayakkabı kategorileri başta olmak üzere markalar piyasa koşulları nedeniyle maliyetleri fiyatlarına yansıtmıyor. Mart ayı itibarı ile ÜFE ve TÜFE arasındaki fark yüzde 53,8'e ulaşmış bulunuyor. Bu durum bir yandan kâr-

BMD BAŞKANI SİNAN ÖNCEL: ALIŞVERİŞ MERKEZİ YÖNETİCİLERİ İLE GÖRÜŞMEK İÇİN RUSYA'YA GİDECEĞİZ (21 NİSAN 2022)

BMD Başkanı Sinan Öncel, Rusya'nın en yaygın AVM zincirinin tepe yöneticisinin BMD üyeleriyle bir araya geldiğini bildirdi. Ramazan Bayramı'ndan sonra DEİK ile birlikte Rusya'ya gideceklerini söyleyen Öncel, "Rusya'dan cazip teklifler geliyor. Ancak gelişmeleri yerinde görmek için Rusya'ya gidip AVM yatırımcıları derneği ile görüşeceğiz" dedi.

FİYAT ARTIŞLARI CİROLARI ARTIRDI

BİRLEŞMİŞ MARKALAR DERNEĞİ (BMD) ÜYESİ İŞLETMELERİN MART AYI CİROSU ŞUBAT'A GÖRE ORTALAMA YÜZDE 30 ARTTI. BMD BAŞKANI SİNAN ÖNCEL, "CİROLARDAKİ ARTIŞIN İKİ TEMEL NEDENİ VAR. BİRİNCİSİ, MALİYETLERE BAĞLI OLARAK FİYATLAR ARTIYOR. İKİNCİSİ İSE TURİST ALIŞVERİŞİ" DEDİ.

BİRLEŞMİŞ Markalar Derneğinden (BMD) yapılan açıklamaya göre, perakende sektöründe Ocak ayında tahminlerin üzerinde daralan cirolar, yılın ilk çeyreği bitmeden büyük ölçüde toparlandı. Derneğin üyeleri arasında yaptığı ankete göre, Mart'ta cirolar Şubat'a göre ortalama yüzde 30 artış gösterdi. Açıklamada görüşlerine yer verilen BMD Başkanı Sinan Öncel, Mart ayı ile birlikte salgının da yılı geride bıraktıklarını anımsatarak, cirolardaki artışa rağmen markaların, adet satışlarında henüz Covid-19 öncesindeki rakamlara ulaşamadığını bildirdi.



ARTIŞIN İKİ NEDENİ VAR

Cirolardaki artışın iki temel nedeni olduğunu aktaran Öncel, şunları kaydetti: "Birincisi, maliyetlere bağlı olarak fiyatlar artıyor. İkincisi ise turist alışverişi. TL değer kaybettiği için Türkiye'de fiyatlar yabancılar açısından çok cazip" dedi.

Yerli fiyatlar yabancılar açısından çok cazip. Mart sonucunlar henüz bilinmiyor ama ilk 2 ayda ülkemizi ziyaret eden turist sayısı geçen yıla göre yüzde 169 artarak 2 milyon 823 bine ulaştı.

Göçmenlerimiz ve turistlerin ziyaret ettiği mağazalarda elde edilen cirolar, Mart'ta da yabancıların yoğun alışverişini gösteriyor."



"ÇALIŞANLARA YAPILAN GIDA YARDIMLARI VERGİDEN MUAF TUTULMALI"

Sinan Öncel, markaların bir yandan maliyetleri fiyatlarına yansıtmamak için kârlarından fedakarlık ederken, diğer taraftan da çalışanlarını özellikle gıdaya erişimlerini kolaylaştırmak için çözüm yolları aradığını vurguladı. Personelin haklı olarak yemek ücretlerinin azlığından şikâyet ettiğini kaydeden Öncel, "Günlük yemek ücretinin halen 36,72 TL'lik bölümü vergiden muaf tutuluyor. Bu tutarın en az 60 TL'ye çıkarılması hem çalışanlarımızı hem de firmalarımızı rahatlatıcaktır. Ayrıca yıl içinde firmaların personele yaptığı gıda desteklerinin de vergiden muaf tutulması gerektiğini düşünüyoruz" dedi.

MARKALARIN CİROLARI MARTTA YÜZDE 30 ARTTI



PANDEMİ ÖNCESİ YAKALANAMADI

Perakende sektöründe ocak ayında tahminlerin üzerinde daralan cirolar, yılın ilk üç ayı bitmeden büyük ölçüde toparlandı. Bünyesinde Türkiye'nin önde gelen 454 markasını bulunduran Birleşmiş Markalar Derneği'nin (BMD) üyeleri arasında yaptığı ankete göre, mart ayında cirolar şubata göre ortalama yüzde 30 artış gösterdi. Mart ayı ile birlikte pandemi de 2 yılın geride kaldığını belirten BMD Başkanı Sinan Öncel, ciro artışına rağmen adet satışında henüz pandemi öncesinin (2019) yakalanamadığını söyledi.

İKİ NEDEN TETİKLIYOR

Cirolardaki artışın iki temel nedeni olduğunu belirten Sinan Öncel, "Birincisi, maliyetlere bağlı olarak fiyatlar artıyor. İkincisi ise turist alışverişi. Türk Lirası (TL) değer kaybettiği için Türkiye'de fiyatlar yabancılar açısından çok cazip. Bu yılın ilk iki ayında turist sayısının, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 169 artarak 2 milyon 823 bine ulaştı. Mart turist rakamı henüz açıklanmadı ama gözlemimize göre martta da yabancıların yoğun alışveriş yaptı. Diğer taraftan son üç ayda tüketici fiyatları kümülatif olarak yüzde 23 arttı" dedi.



Sinan Öncel

BMD BAŞKANI SİNAN ÖNCEL: MALİYET ARTIŞLARI KIŞ SEZONUNDA FİYATLARA DAHA ÇOK YANSIYACAK (07 MAYIS 2022)

BMD Başkanı Sinan Öncel, ham madde ve navlun maliyetlerinde devam eden artışın kış sezonunda fiyatlara daha çok yansyacağını söyledi. Yurt içi ve yurt dışı kaynaklı etkenler nedeniyle maliyetlerdeki artışın devam ettiğine dikkat çeken Öncel, “Firmalar bu maliyet artışlarını baskılıyor ve fiyatlara olduğu gibi yansıtamıyor. Üretimine başladığımız kışlık ürünlerde maliyetler fiyatlara daha çok yansiyacak” dedi. **Sinan Öncel’in NTV** canlı yayınında anneler günü için hediyelik alışverişinin perakende cirolarına etkisini de değerlendirdiği açıklamasını izlemek için buraya tıklayınız.

Rusya pazarına giriş için master franchisise araniyor

► **Rusya’nın** Ukrayna’ya savaşı ilan etmesinin üzerinden 3 aya yakın bir süre geçerken gelişmelerin Türk markaları üzerinde etkili olduğu ve yavaş yavaş netleşmeye başladığı, yabancı yüzlerce markanın Rusya’daki operasyonlarını boykot kapsamında durdurması ya da ülkeden çıkması üzerine Türk markaların görüşüne katılan Sinan Öncel, geçen hafta Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) öncülüğünde Türk markalarının oluşan heyetiye ağırladı. Rusya’daki fırsatları yerinde incelemek amacıyla 12-15 Mayıs tarihleri arasında Moskova’ya giden heyette BMD Başkanı Sinan Öncel’in yanı sıra BMD Yönetim Kurulu Üyesi Mustafa Kamar, Gizia Yönetim Kurulu Başkanı İsmail Kutlu ve DEİK Rusya İş Konseyi Başkanı İzzet Ekmekcibaş yer aldı. 3 gün süren ziyarette Kievskaya Proshadart Group (Europeskiy Olimpiyskiy Kompleks), Colliers Group, ADG Group, Alseyevy Merkezleri Birliği üyeleri, Moskovin’in özellikle lüks segmente en hızlı bir AVM’i TSUM ve GUM yöneticileri, Rusya’da mağazaları bulunan üye marka temsilcileri ve Moskova Büyükelçisi ile görüşmeler gerçekleştirildi.



11 marka tamamen çıktı, 92’i askıda Seyahate ilişkin değeri en derinlemesinde bulunan BMD Başkanı Sinan Öncel, bölgede askıda olarak değerlendirilen ve ne yapacağını önlemli belediyeledi devam eden marka sayısının 92 olduğunu söyledi. Öncel, operasyonlarına devam eden AVM’i marka sayısının 30, tamamen çıkarılma ise 11 bulunduğunu anlattı. Rusya pazarı çıkan markaların global satışlarında önemli bir paya sahip. Örneğin H&M’in global satışlarının yüzde 40’u Rusya pazarından elde ediyor. Bu oran metropol’te yüzde 85, Kızılderili yüzde 12 ve Leroy Merlin’de ise yüzde 21,2 seviyesinde seyrediyor. Sinan Öncel, “Normal dönemlerde görüşme yapmayan birçok AVM’nin üst düzey yöneticileri ile görüşmeler gerçekleştirdik. Türk markalarını istiyorlar ama bir yandan da yabancıların çıkmasını için çaba sarf ediyorlar” dedi.

Gümrük vergisi gelici de olma istenilmemiş Onümüzdeki dönemde ilişkin beklentilerin sürdüğünü anlatan Öncel, buna rağmen bölgede bulunan boş mağazaların doldurmak için teklif aldıklarını beklerecek. “Bizim orada en önemli ihtiyacımız master franchise’lar. AVM’nin bu noktada uygun kiralama gibi teşvik edici uygulamaları geçmesi gerekiyor. Orada bulunan AVM gruplarının da perakende sektörüne katkıları büyük önem taşıyor. Çıkı ihtiyacı karşılamak orada ortaklar bulma yönünde hareket etmemiz gerekiyor. Biz de bu ay sonu onları ülkemize ağırlayacağız. Burada da bir dizi görüşme gerçekleştirecek ve markaların yerinde görüşeceğiz” dedi. Sinan Öncel’in verdiği bilgilere göre Rusya, Türk ürünlerine yüzde 10-13 arasında bir de gümrük vergisi uygulanıyor. Bu kapsamda Öncel, geçici bir süre dışında bu vergilerin Türk ürünleri için artırılması gerektiğini de sözlerine ekledi.

BMD BAŞKANI SİNAN ÖNCEL: RUSLAR TÜRK MARKALARINI İSTİYORLAR AMA YABANCILARIN ÇIKMAMASI İÇİN ÇABA SARF EDİYORLAR (18 MAYIS 2022)

Yabancı yüzlerce markanın Rusya’daki operasyonlarını boykot kapsamında durdurması ya da ülkeden çıkması üzerine, BMD öncülüğünde bir heyet fırsatları yerinde incelemek için Moskova’ya ziyaret etti. Heyette BMD Başkanı Sinan Öncel’in yanı sıra BMD Yönetim Kurulu Üyesi Mustafa Kamar, Gizia Yönetim Kurulu Başkanı İsmail Kutlu ve DEİK Rusya İş Konseyi Başkanı İzzet Ekmekcibaş yer aldı. BMD Başkanı Sinan Öncel, “Normal dönemlerde görüşme yapmayan birçok AVM’nin üst düzey yöneticileri ile görüşmeler gerçekleştirdik. Türk markalarını istiyorlar ama bir yandan da yabancıların çıkmasını için çaba sarf ediyorlar” dedi.

ALİŞVERİŞ TURİSTE KALDI (18 MAYIS 2022)

Artan fiyatlar ve düşen alım gücü, perakende sektöründe yerli ve yabancı alışverişinde dengeleri değiştirdi. Yabancı markalarda salgın öncesine göre ikiye katlanarak yüzde 50’ye ulaşan yabancı alışveriş oranı, yerli markalarda ise yüzde 30’ları buldu. BMD Başkanı Sinan Öncel, yabancı harcamasının turist sayısına bağlı olarak önümüzdeki dönemde çok daha hızlı bir şekilde artacağını söyledi. Öncel, “Perakende sektörünü önümüzdeki dönemde turist harcaması canlı tutacak. Tüm dünyayı tehdit eden stagflasyona karşı Türkiye turist harcaması sayesinde bunu en az hissedecek ülkelerden biri olacak” diye konuştu.

BMD BAŞKANI SİNAN ÖNCEL: RUS MUHATAPLARA FRANCHISING/İMTİYAZ USULÜ ÇALIŞMAK İSTEDİĞİMİZİ İLETTİK (19 MAYIS 2022)

BMD öncülüğünde bir heyet Batılı markaların tamamen çekildiği ya da mağazalarını kapattığı Rusya’da fırsatları yerinde incelemek için Moskova’ya ziyaret etti. 4 gün boyunca yoğun bir görüşme trafiği yürüten heyette BMD Başkanı Sinan Öncel’in yanı sıra BMD Yönetim Kurulu Üyesi Mustafa Kamar, Gizia Yönetim Kurulu Başkanı İsmail Kutlu ve DEİK Rusya İş Konseyi Başkanı İzzet Ekmekcibaş yer aldı. Rusya’nın en büyük grupları ile görüşmeler yaptıklarını bildiren BMD Başkanı Sinan Öncel, özetle şunları söyledi:

“Daha geniş bir heyetle de Rusya’ya gitmeyi planlıyoruz. Oradaki muhataplarımızda görüşeceğiz. Batılı markalar dükkanlarını kapatmış durumdadır ama tam anlamıyla çıkmış değiller. Askıda dediğimiz bir durum söz konusu. Rus muhataplara franchising/imtiyaz usulü çalışmak istediğimizi ilettik. Rus ortaklarla gitmek daha mantıklı olur. Birinci önceliğimiz ve önerimiz bu şekilde oldu. Tabi sadece orada payını artırmak isteyenler Türkler değil. Bugün Rusya pazarındaki payını artırmak, Batılılardan boşalan yeri doldurmak için İran, Çin, Hindistan da kapıda ve görüşmeler yapıyorlar. Rusya için tek alternatif biz değiliz. Bu yüzden elimizi çabuk tutmamız lazım. Hızlı ve organize olmamız gerekiyor.”



BMD HEYETİNDEN MOSKOVA’DA DÖRT GÜNLÜK MESALİ BİRLEŞMİŞ Markalar Derneği (BMD), Rusya’da dört gün süren görüşmeler yaptı. BMD Başkanı Sinan Öncel, geçen hafta Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) öncülüğünde Rusya’daki fırsatları yerinde incelemek amacıyla 12-15 Mayıs tarihleri arasında Moskova’ya giden heyette BMD Başkanı Sinan Öncel’in yanı sıra BMD Yönetim Kurulu Üyesi Mustafa Kamar, Gizia Yönetim Kurulu Başkanı İsmail Kutlu ve DEİK Rusya İş Konseyi Başkanı İzzet Ekmekcibaş yer aldı. 3 gün süren ziyarette Kievskaya Proshadart Group (Europeskiy Olimpiyskiy Kompleks), Colliers Group, ADG Group, Alseyevy Merkezleri Birliği üyeleri, Moskovin’in özellikle lüks segmente en hızlı bir AVM’i TSUM ve GUM yöneticileri, Rusya’da mağazaları bulunan üye marka temsilcileri ve Moskova Büyükelçisi ile görüşmeler gerçekleştirildi.

PARA BİRİMLERİ SABİTLEMELİ Batıda yarımadada özellikle ödemeler konusunda sıkıntılar yaşanabildiğini ifade eden Öncel, “Bu sıkıntılar sadece için için çözümlenmesiyle değil, para birimlerinin sabitlenmesiyle de çözümlenebilir. Batılı markaların Rusya’da faaliyetlerini sürdürmesi için para birimlerinin sabitlenmesi gerekiyor. Rusya’da para birimlerinin sabitlenmesi gerekiyor. Rusya’da para birimlerinin sabitlenmesi gerekiyor. Rusya’da para birimlerinin sabitlenmesi gerekiyor.”

PERAKENDECI RUSYA’NIN KAPISINI ORTAKLARLA AÇACAK (23 MAYIS 2022)

Ukrayna savaşı ile birlikte yüzlerce küresel marka Rusya operasyonlarını askıya alırken, Rus yatırımcılar, Batılıların çıkışı ile başlayan süreci Türk markalar ile tersine çevirmeyi hedefliyor. Rus yatırımcıların daveti ile 12 Mayıs’ta Moskova’ya giden BMD heyeti bölgedeki fırsatları yerinde inceledi. İncelemelerin ışığında pazara ilk kez giriş yapacak markaların yerel bir ortak veya franchise sistemi ile fırsatlar yakalayabileceği görüşü ağırlık kazandı. Ziyareti Sözcü Gazetesi’ne değerlendiren BMD Başkanı Sinan Öncel, Rusya’da belirsizliğin sürdüğünü ancak Türk markaları için büyük fırsatlar olduğunu vurguladı. Öncel, mayıs ayı sonunda Rusya’nın büyük yatırımcıların Türkiye’ye geleceğini belirtti.

3 MİLYON METREKARELİK DAVET (23 MAYIS 2022)

Ukrayna Savaşı sonrası birçok Batılı markanın çekildiği Rusya’daki AVM’lerde 3 milyon metrekarelik alan boş çıkıyor. Ruslar bu boşluğu halkın güven duyduğu Türk markalarıyla doldurmak istiyor.

RUSYA için hızlı olmamız şart

BMD Başkanı Sinan Öncel, Rusya'nın Türk markaların açısından çok önemli bir ülke olduğunu söyledi. Öncel, "Görüşmelere başladık, Rusya için çok hızlı organize olmamız gerekiyor" dedi

Bölgesel Markalar Derneği (BMD), bu hafta görüşme için, Dışişleri, Ticaret, Sanayi, Enerji, Kültür ve Turizm, Sağlık Bakanlığı, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı ve diğer kurumlarla görüşmeler yapıyor. BMD Başkanı Sinan Öncel, "Rusya'nın Türk markaları için çok önemli bir pazar olduğunu düşünüyorum. Bu pazarı hızlıca açmamız gerekiyor. Rusya için çok hızlı organize olmamız gerekiyor" dedi.

Yeni pazarlara açılmak için BMD, bu hafta görüşme için, Dışişleri, Ticaret, Sanayi, Enerji, Kültür ve Turizm, Sağlık Bakanlığı, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı ve diğer kurumlarla görüşmeler yapıyor. BMD Başkanı Sinan Öncel, "Rusya'nın Türk markaları için çok önemli bir pazar olduğunu düşünüyorum. Bu pazarı hızlıca açmamız gerekiyor. Rusya için çok hızlı organize olmamız gerekiyor" dedi.

Yeni pazarlara açılmak için BMD, bu hafta görüşme için, Dışişleri, Ticaret, Sanayi, Enerji, Kültür ve Turizm, Sağlık Bakanlığı, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı ve diğer kurumlarla görüşmeler yapıyor. BMD Başkanı Sinan Öncel, "Rusya'nın Türk markaları için çok önemli bir pazar olduğunu düşünüyorum. Bu pazarı hızlıca açmamız gerekiyor. Rusya için çok hızlı organize olmamız gerekiyor" dedi.

Yeni pazarlara açılmak için BMD, bu hafta görüşme için, Dışişleri, Ticaret, Sanayi, Enerji, Kültür ve Turizm, Sağlık Bakanlığı, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı ve diğer kurumlarla görüşmeler yapıyor. BMD Başkanı Sinan Öncel, "Rusya'nın Türk markaları için çok önemli bir pazar olduğunu düşünüyorum. Bu pazarı hızlıca açmamız gerekiyor. Rusya için çok hızlı organize olmamız gerekiyor" dedi.

BMD BAŞKANI SİNAN ÖNCEL: KİRA ANLAŞMAZLIKLARI CADDE MAĞAZALARINDA DAHA ÇOK

RUSYA PAZARI ÖNÜMÜZDEKİ GÜNLERDE DAHA HEYECANLI OLACAK (02 HAZİRAN 2022)

Bu yıl 21'incisi düzenlenen Perakende Günüleri 'Dönüşüm' ana temasıyla başladı. Etkinliğin basın toplantısı perakende sektörünün temsilcilerini bir araya getirdi. Toplantıda kira sorununa dikkat çeken BMD Başkanı Sinan Öncel, "Cadde mağazalarındaki kira anlaşmazlıklarının daha yüksek olduğunu gözlemliyoruz. Mülk sahibi astronomik kira artışıyla gelebiliyor. AVM'lerde ise ciro üzerinden kiralama daha az mağduriyet yaşıyor" dedi. Rusya'daki durumu da değerlendiren Öncel, "Rubledeki değerlenme bizim ürünlerimizin cazibesini de arttıracak. Rusya pazarı ilerleyen günlerde daha heyecanlı olacak gibi görünüyor" diye konuştu.

ise ciro üzerinden kiralama daha az mağduriyet yaşıyor" dedi. Rusya'daki durumu da değerlendiren Öncel, "Rubledeki değerlenme bizim ürünlerimizin cazibesini de arttıracak. Rusya pazarı ilerleyen günlerde daha heyecanlı olacak gibi görünüyor" diye konuştu.

ÖZEL SEKTÖRDE ÇALIŞANA YÜZDE 15 - 40 ARASI ZAM FORMÜLÜ (09 HAZİRAN 2022)

Özel sektör Temmuz ayında çalışanlarına ücret artışı için harekete geçti. BMD Başkanı Sinan Öncel, Bütçesi uygun olan şirketler ara zam yapıyor. Oran yüzde 15-20 arasında değişiyor. Zam için bütçesi uygun olmayan şirketlerim de var. Bu şirketler için bir vergi teşvik paketi olabilir" dedi. **Sabah** ve **Takvim** gazetelerindeki haberlere ve **Sinan Öncel'in** açıklamasına aşağıdaki bağlantılardan erişebilirsiniz.

PERAKENDECI İŞYERİ KIRALARINDA DA ÜST SINIR İSTİYOR (10 HAZİRAN 2022)

BMD Başkanı Sinan Öncel, konutlarda olduğu gibi işyeri kiralarındaki artışa da sınırlama getirilmesi gerektiğini söyledi. Perakende sektörü için kira giderlerinin en önemli maliyet kalemlerinden biri olduğunu vurgulayan Öncel, "Konutlarda bir yıl süreyle yüzde 25'in üzerinde kira artışı yapılamayacak. Biz benzer bir sınırın işyerleri de dâhil tüm kiralara için gerekli olduğunu son haftalarda her platformda anlatmaya çalışıyoruz. Mülk sahiplerinin mağdur olmamaları ve kiracı ile kiracı karşıya gelmemeleri için kira gelirlerine de vergi kolaylığı sağlanmasını öneriyoruz. İşyeri kiralalarına üst sınır getirilirse en azından maliyet kalemlerinden birindeki artış frenlenmiş olacak. Bu adımlar atılması halinde Mayıs ayı itibarı ile yüzde 73,50'ye ulaşan TÜFE'nin dizginlenmesi çok önemli bir katkı yapılacağına inanıyoruz" dedi.

Dev perakende buluşması

Perakende sektörünün dev buluşması başladı. Perakende Günüleri, 'Dijital Dönüşüm' ana temasıyla 1-2 Haziran tarihlerinde İstanbul Halk Kongre Merkezi'nde düzenleniyor.

Sosyal taraftan bu yıl 21'incisi düzenlenirken, 8.500'ün üzerinde katılım sağlanacak. Perakende Günüleri'nin ilk günü başkanların mesajları ile başladı. Toplantıda Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) Başkanı Sinan Öncel, Gıda Perakendecileri Derneği (GPD) Başkanı Galip Aykaç, Alışveriş Merkezi Yatırımcıları Derneği (AYD) Başkanı Hüseyin Altay, Zincir Mağazalar Derneği (ZMD) Başkanı Serhan Tunaspe, Tescilli Markalar Derneği (TMD) Başkanı İzzet Şenel, Türkiye Alışveriş Merkezi Ve Perakendeciler Federasyonu (TAMFP) Başkanı Alp Önder Özçamurcu ve Evi Dışı Tüketim Tedarikçileri Derneği (ETD) Başkanı Melih Şahinöz, perakende sektörünün mevcut durumunu, geleceğini ve çözüm önerilerini masaya yatırdı.

'Çalışanlarımızı enflasyona ezdirmedik'

Perakende sektörü temsilcileri ya da iş talebinin canlı olduğunu ancak sürdürülebilirliği ile ilgili kaygılandıklarını kaydetti. Bir diğer kaygılandığı ise çalışan memnuniyetinin olduğunu anlatan sektör temsilcileri, bu kapsamda çalışmalarına ara zaman yaptıklarını söyledi.

Perakende sektörü temsilcileri ya da iş talebinin canlı olduğunu ancak sürdürülebilirliği ile ilgili kaygılandıklarını kaydetti. Bir diğer kaygılandığı ise çalışan memnuniyetinin olduğunu anlatan sektör temsilcileri, bu kapsamda çalışmalarına ara zaman yaptıklarını söyledi.

Perakende sektörü temsilcileri ya da iş talebinin canlı olduğunu ancak sürdürülebilirliği ile ilgili kaygılandıklarını kaydetti. Bir diğer kaygılandığı ise çalışan memnuniyetinin olduğunu anlatan sektör temsilcileri, bu kapsamda çalışmalarına ara zaman yaptıklarını söyledi.

Perakendeci başkanlar sorunlara dikkat çekti

Perakende Günüleri etkinliğinde sektörün temsilcileri bir araya geldi. Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) Başkanı Sinan Öncel, konusmasında kira artışının ile ilgili getirdikleri önerilere dikkat çekti ve "İhtiyaçlarımızı karşılamak için kira artışının önüne geçmek için bir takım tedbirler almalıyız" dedi. Öncel, "Rusya pazarı ilerleyen günlerde daha heyecanlı olacak gibi görünüyor" diye konuştu.

Gıda krizi için G20 ülkeleri acil toplanmalı

Bu hafta düzenlenen Perakende Günüleri etkinliğinde, dünya genelinde yaşanan gıda krizi üzerine konuşuldu. Gıda Perakendecileri Derneği (GPD) Başkanı Galip Aykaç, "Gıda krizi, dünya genelinde yaşanan en büyük krizlerden biri. Gıda güvenliğini sağlamak için G20 ülkelerin acil toplantı yapması gerekiyor" dedi.

Cironun yüzde 50'si yabancından geliyor

Perakende Günüleri etkinliğinde, dünya genelinde yaşanan gıda krizi üzerine konuşuldu. Gıda Perakendecileri Derneği (GPD) Başkanı Galip Aykaç, "Gıda krizi, dünya genelinde yaşanan en büyük krizlerden biri. Gıda güvenliğini sağlamak için G20 ülkelerin acil toplantı yapması gerekiyor" dedi.

PERAKENDECİLER, YÜKSELEN TURİST SAYISINDAN MEMNUN

CIRONUN YÜZDE 50'Sİ TURİSTTEN

Bu yıl 21'incisi düzenlenen Perakende Günüleri etkinliğinde, dünya genelinde yaşanan gıda krizi üzerine konuşuldu. Gıda Perakendecileri Derneği (GPD) Başkanı Galip Aykaç, "Gıda krizi, dünya genelinde yaşanan en büyük krizlerden biri. Gıda güvenliğini sağlamak için G20 ülkelerin acil toplantı yapması gerekiyor" dedi.

ÜRÜNLERİN CAZİBESİNİ ARTTIRACAK

Perakende Günüleri etkinliğinde, dünya genelinde yaşanan gıda krizi üzerine konuşuldu. Gıda Perakendecileri Derneği (GPD) Başkanı Galip Aykaç, "Gıda krizi, dünya genelinde yaşanan en büyük krizlerden biri. Gıda güvenliğini sağlamak için G20 ülkelerin acil toplantı yapması gerekiyor" dedi.

İşçileri Bakanlığın kimlik kontrolü talebi

Perakende Günüleri etkinliğinde, dünya genelinde yaşanan gıda krizi üzerine konuşuldu. Gıda Perakendecileri Derneği (GPD) Başkanı Galip Aykaç, "Gıda krizi, dünya genelinde yaşanan en büyük krizlerden biri. Gıda güvenliğini sağlamak için G20 ülkelerin acil toplantı yapması gerekiyor" dedi.

PARONLAR ELİNİ CEBİNE ATTİ

Perakende Günüleri etkinliğinde, dünya genelinde yaşanan gıda krizi üzerine konuşuldu. Gıda Perakendecileri Derneği (GPD) Başkanı Galip Aykaç, "Gıda krizi, dünya genelinde yaşanan en büyük krizlerden biri. Gıda güvenliğini sağlamak için G20 ülkelerin acil toplantı yapması gerekiyor" dedi.

Yergi desteği tepvik eder

Perakende Günüleri etkinliğinde, dünya genelinde yaşanan gıda krizi üzerine konuşuldu. Gıda Perakendecileri Derneği (GPD) Başkanı Galip Aykaç, "Gıda krizi, dünya genelinde yaşanan en büyük krizlerden biri. Gıda güvenliğini sağlamak için G20 ülkelerin acil toplantı yapması gerekiyor" dedi.

Sosyal hakları da ihmal ettiler

Perakende Günüleri etkinliğinde, dünya genelinde yaşanan gıda krizi üzerine konuşuldu. Gıda Perakendecileri Derneği (GPD) Başkanı Galip Aykaç, "Gıda krizi, dünya genelinde yaşanan en büyük krizlerden biri. Gıda güvenliğini sağlamak için G20 ülkelerin acil toplantı yapması gerekiyor" dedi.

Çalışanların mağdur olmaması için

Perakende Günüleri etkinliğinde, dünya genelinde yaşanan gıda krizi üzerine konuşuldu. Gıda Perakendecileri Derneği (GPD) Başkanı Galip Aykaç, "Gıda krizi, dünya genelinde yaşanan en büyük krizlerden biri. Gıda güvenliğini sağlamak için G20 ülkelerin acil toplantı yapması gerekiyor" dedi.

Perakendeciler müdahalenin haklılığını savunurken yıllık 4 milyar TL fayda sağlanacağını söyledi

AVM giderlerine müdahale geldi

Alışveriş merkezi (AVM) yönetimleri ile kırıralar arasında sık sık tartışılmalara neden olan ortak gider konusunda Ticaret Bakanlığı da müdahil oldu. Bakanlık, ortak gelir ve giderlerin kapsamlarını detaylı bir şekilde açıklayan genele yayımladı. Genele ile bugünden itibaren AVM'lerdeki ortak kullanımların elde edilen geçici kiralama, reklam, pazarlama, kültürel ve sanatsal faaliyet, baz istasyonu, ATM ve diğer ortak kullanım alanı gelirleri de ortak gelir kabul edilerek ortak giderlere harcanacak.

Şeffaflık vurgusu

Bakanlığın genelgesini değerlendiren Birleşmiş Markalar Derneği Başka-

nı Sinan Öncel, perakendecilerin kararını memnuniyetle karşıladığını belirtirken yüzde ortalama 3.5-4 milyar TL fayda sağlayacağını söyledi. Aidedatlarla yükselebeden ziyade şeffaf olmayan taleplerin sorun olduğunu belirten Öncel, bu nedenle ile farklı AVİM yönetimlerinin keyfi kararlarına son verildiğini vurguladı. Öncel, kiracıların en çok şikâyet ettiği konuların başında gelen "yönetim hizmeti" bedelinin kiracıya yansıtılmayacağını belirterek "Reklam, pazarlama ve danışmanlık harcamaları genel gider sayılamayacak. Ortak gider harcamaları bağımsız denetim firmaları tarafından denetlenecek" dedi. **● Ekonomi Servisi**



Türkiye'deki AVM'lerin tahminlere göre 14 milyon metrekare kiralanabilir alanları buluyor. Bu alanlara ödenen tahmini yıllık aidat tutarı ise 3-3.5 milyar lira tutarında.

TİCARİ KREDİLERDE FAİZE 'AZAMİ SINIR' KAFALARI KARIŞTIRDI

BMD BAŞKANI SİNAN ÖNCEL: POLİTİKA FAİZİNİN YÜZDE 13 OLDUĞU YERDE YÜZDE 30 DA FAZLA (22 AĞUSTOS 2022)

Makroihtiyati tedbirlerle ticarî kredi faizlerini düşürme hamlesi tartışmaları da beraberinde getirdi. Kararı değerlendiren BMD Başkanı Sinan Öncel, "Politika faizinin yüzde 13'e indirilmesine rağmen makas bazı özel bankalar tarafından oldukça açılmıştı. Politika faizinin yüzde 13 olduğu yerde yüzde 30'un da yüksek olduğunu düşünüyorum. Ama yine de bir üst sınır getirilmesi acil paraya ihtiyacı olan iş dünyasını rahatlatacaktır" dedi.

BMD BAŞKANI SİNAN ÖNCEL: AVM YÖNETMELİĞİ'NDEKİ DEĞİŞİKLİK İLE ORTAK ALAN GİDERLERİ DAHA ADİL VE ŞEFFAF OLDU (22 AĞUSTOS 2022)

BMD Başkanı Sinan Öncel, Yeni AVM Yönetmeliği'nin organize perakende sektörünün beklentilerini büyük ölçüde karşıladığını bildirdi. **Sinan Öncel**'in yeni AVM yönetmeliği ile ilgili değerlendirmesinin hafta sonu yayımlanan gazetelerdeki yansımalarına aşağıdaki bağlantılardan erişebilirsiniz.

Kredi faizlerine dolaylı yoldan üst sınır geldi

■ Merkez Bankası, PPK karar metninde işaret ettiği makroihtiyatlı tedbirleri açıkladı. Bankaların ticari kredi faizlerini yüzde 30' un altına çekmeyi hedefleyen tedbirlerle TL kredilerde de, tahvil alımı ile kredileri fazla dağıtana da ekstra tahvil alımı şart getirildi. Karar, uzmanlarca, "Merkez Bankası hem genişletiyor hem sıkılaştırıyor" diye yorumlandı.

■ Gerek kredi kullanımındaki faiz oranının artışına, gerekse de kredi limitindeki artışa bağlı tahvil satış ile bankaların yüksek faizle kredi kullandırmasını engellemeyi hedefleyen karar, iş dünyasında iki farklı yoruma neden oldu. Sanayiciler kararın yüksek faizle karlı önem olarak olumlu bulurken, kredi arzında daralmaya yol açacağı endişesini taşıyor.



ŞEBNEM TURHAN

► Merkez Bankası'nın yeni makroihtiyati önlemleri

- [illegible]

Faizi yüzde 29,38'i aşan yüzde 90 menkul kıymet tesis edecek

En önemli değişiklik ise ticari kredi faizinde. Bulunduğu üzere Merkez Bankası Başkanı Şahap Kavcıoğlu Enflasyon Raporu sunumunda ticari kredi faizlerinin politika faizine yakınsanacağını, bu yönlük çalışma yapıldığını belirtmiş. Sonrasında ise geçen haftaki PPK'da ticari kredi faizi ile politika faizi arasındaki makasa dikkat çekildi ve yeni önlemler eleştirildiğini sinyali verildi.

Cuma devreye alınan önlemlere piyasaların ilk yorumu uzun süredir konuşulan kredi faizlerine azami sınır getirilmesi uygulamasının gerçekleştiği oldu. Merkez Bankası'nın açıklamasına göre,

Döviz dönüşü öüne geçilmesi hedeflendiği de belirtiliyor
Düzenleme ile ticari kredilerde faiz oranları getirilen katkısına bağlı olarak menkul kıymet tesis edilecek. Ticari kredi faizinde yüzde 22,85'i aşan kredilerin yüzde 20, yüzde 29,38'i aşan krediler için kredi tutarının yüzde 90'ı kadarki menkul kıymet tesis edilecek.

► TİCARİ KREDİ FAİZİ
SON HAFTA ARTTI

Merkez Bankası vertikaline göre ortalamada kurumsal kredi kartları ve kredili mevduat hesapları hariç tıcan kredi faizleri 5 puanlık oranıyla yüzde 27,2'ye geriledi. Ayni şekilde, bankaların kredi kartı faizleri yüzde 27,6'da yerleşti. TL bazlı ticari kredilerin faiz oranı ise aynı haftada bir önceki haftaya göre 57 baz puan artışla yüzde 27,0'a çıktı. TL bazlı konut kredileri 8 baz puan artışla yüzde 27,2'ye yükseldi. Kredili faizler, dolar bazlı ticari krediler yüzde 34,38'e inerken, taahhütlü krediler 13 baz puan artışla yüzde 28,06'ya yükseldi. Bankaların TL bazlı mevduatı kapladığı oran ise 12 Ağustos haftasında bir önceki haftaya göre 3 baz puan azalışla yüzde 17,32'ye düştü.

Politika faizinde 100 baz puan indirim ile mevduat faizleri düşüldü. Dolar bazlı mevduat faizleri dolar mevduat faizi 2 baz puan artışla yüzde 1,00 oldu. Dolar bazlı ticari kredilerin faiz oranı artışla yüzde 34,38'e yükseldi. Dolar bazlı konut kredileri faiz oranı ise 129 baz puan artışla yüzde 4,56'ya indi.

► KREDİNİN SADECE FAİZİNDE DEĞİL, ARZINDA DA SORUN VAR

**YENER KARADENİZ/
İMAM GÖNEŞ**

**KARARIN FAİZLERİ
DÜŞÜRECEĞİNE İNANIYORUM**
İstanbul Demir ve Demir Dışı
İhracatçıları Birliği (İDDMB) Başkanı

olan iş dünyasını rahatlatacaktır. Sadece perakende değil diğer tüm sektörlerde de en büyük skontu faizler konusunda sağlayacaktır.

BANKALARIN KREDİ KULLANDIRMA İHTİYACI VAR
Ev ve Mutfak Eşyası Sanayicileri ve İthalatçıları Derneği (EVİSD) Başkanı Talat Özgen: Finansman en önemli zaten sektörün yapıldığı. Yüksek faizle bile para bulmakta zorlanıyoruz. Bu bankalar para dağıtım başına kaybolan yatırım işleri geri gelebilir. Dünyanın yapıldığı kesim reyescedir. hiyümetimiz, pazar çeyitli yapmamız, tüzem, bedel pazarlarda organizasyon ve makaleme çalışmaları için de finansman gerektiriyor. Bankalar sadece kısa dönemli kar izlemeyi, sürekli de ister. Bankaların kredi kullandırma ihtiyacı var. Bu yüzden bankaları kredi kullandırma ihtiyahını azaltacağımızı düşünmüyoruz.

**BANKİ OLURSA BANKALAR
MUSLUĞU KAPATILIR**
İstanbul Habusat Bankayla Yağlı
Tulumlar ve Mamulleri İhracatçıları
Birliği (İİBB) Başkanı Kazım Taçkın:
Bankalar tarafından bu sistem (alışveriş
çipleriyle ilgili) en Bankalar Merkez Bankası
tarafından banko oluyorsa ne far konusunda
bankalar musluğu kapatılır mı endişesi
yaşayabiliriz. Süreci biraz izlemek lazım.
Bankalar, kredileri finansmana e göre ihtiyacı
olan ama arızalı finansman firmaları vermiyor.
KOBİ'ler neticesinde bu durum oluşuyor. Bu
Bankanın kredi kullandırma istahını yükseltmek
olacaktır. Bu yüzden Bankalar yüksek
kârlarını da vazelemek istemeyeceği için
riskleri düşürmek tutacaktır.

**İHRACATIMIZ KREDİYE
ULAŞMAKTA ZORLANIYORDU**
İstanbul Deri ve Deri Mamulleri
İhracatçıları Birliği (İDBİ) Güven
Karaca: İhracatçı ve sanayicinin tek
bankası aynı maliyetlerde aynı şekilde
gözetimlilik ve ilköğretim halinde krediyi
uygun koşullarda ulaştırıyor. Son dönemde
politika faizleri piyasası faizi arasında ciddi bir
makas vardı ve ihracatımız krediyi ulaştırıyor
zorlanıyordu. Ekonomik yönetimlerin her
türlü hamisi biteri aşından olmalıdır. Bu
hamilerin kalıcı ve sürdürülebilir olması be-
nimize yararlıdır.

**ÜST LİMİT OLDUKÇA YERİNE
İSABETLİ BİR KARAR**
İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri
İhracatçıları Birliği (İTHİB) Başkanı

bankalarında da faiz oranı yüzde 30'un çok üzerindeydi. Üst limit olduğu için isabetli bir karar oldu. Ancak sadece faiz kredisi arzında da bir sıkıntı vardı. İşletme yüksek faizle olsa dahi kredi bulmakta zorlanıyordu. Wüde 30 da olduğu için yüksek faiz oranı şu durumda bakıldığında, bu sonra bu rakamları üzerinde borçlanma ne kadar sağlıklı.

"AVM ortak alan giderleri daha adil ve şeffaf oldu"

HABER MERKEZİ

Bazı AVM'lerde şeffaflıktan uzak ve adil olmayan ortak alan giderlerinin organize perakende sektörünün en önemli sorunları arasında yer aldığını vurgulayan BMD Başkanı Sinan Öncel "Açıklanamayan ve hiç de adil olmayan ortak alan giderleri bazı AVM'lerde neredeyse ikinci bir kiraya dönmüş durumdaydı. Yönetimlik yeni haliyle organize perakende marketlerimizin beklentilerinin büyük ölçüde karşılıyor dedi.

AVM'lerde ortak alan giderlerinin daha 'seffaflık ve daha 'adil' bir şekilde dağıtılmasına imkân verecek yönetmelik değişikliğinin resmi gazetesinde yayımlanarak yürürlüğe girmesi, organizasyonla ilgili sektörlerde memnuniyetle karşılandı. Yönetmelik değişikliği ile beklentilerinin büyük ölçüde karşılandığını belirten Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) Başkanı Sinan Öncel, Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan ve Ticaret Bakan

BMD Başkanı Sinan Önce

Mehmet Muş'a teşekkür etti.

şuyor. Şeffaflıktan uzaklaşılmanayan ve hiç de adil olmayan ortak alan giderileri baka AVM'lerde neredesey ikinci bir kiraya dönüşmüş durumda. Yap-tırımız anketlerde iyeleminizin yüzde 95'nin en büyük sorun olarak görüldüğü şeffaflıktan çıkış ortak alan konusunu özime kavuştı. 100 bine yakın mağazanın yakından ilgilendiren yönetmelik, yeni haliyle organize perakende markalarımızın beklentilerini büyük ölçüde karşıyor.

Yeni yönetmelikle, 'yönetim gideri' yoruma açık olmayan bir netliğe

Recep Tayyip Erdoğan'ın Ticaret Bakanımız Sayın Mehmet Muş'un desteğini ve katkısını her zaman da hissettik. Kendilerinin organize perakende sektörümüz adına şükranlarını sunuyorum. Hatırlanacağı gibi BMD'nin kuruluşunda tutması ve Cumhurbaşkanımız Sayın Recep Tayyip Erdoğan'ın desteği ile Ekim 2018'de döviz endekslisi kira probleminin kurtulmuştu. Ortak alan giderileri ila ilgili sorun da çözümü sağlanırlması daha adı bir çıkarıcı için organize perakende sektörünün büyük moral oldu."

BMD'DEN YENİ AVM YÖNETMELİĞİ İÇİN TEŞEKKÜR İLANI (23 AĞUSTOS 2022)

BMD, AVM'lerdeki ortak alan giderlerinde şeffaflık ve adil dağılım sağlayan yeni AVM Yönetmeliği için teşekkür ilanı yayımladı. **'AVM ortak alan giderlerinde şeffaflık sağlandı'** başlığı ile 15 ulusal gazetede yer alan ilanda, "Ticaret Bakanlığımızın yayımladığı yönetmelik değişikliği ile 468 üye markamızın yüzde 98'inin gündeme getirdiği AVM ortak alan giderlerinde şeffaflık ve adil dağılım sağlandı. Perakende sektöründe yaklaşık 100 bin mağazayı yakından ilgilendiren bu çok önemli yönetmelikte desteği olan Sayın Cumhurbaşkanımız Recep Erdoğan'a yönetmeliğin hazırlanmasında büyük emeği olan Sayın Ticaret Bakanımız Mehmet Muş'a teşekkür ederiz" denildi.

Ekonomi
7 AYDA 26 MİLYON 195 BİN YABANCI TURİST TÜRKİYE'Yİ ZİYARET ETTİ
AKIN AKIN GELİYORLAR
Dünyanın en yoğun 5. havalimanı oldu

Ekonomi
KİŞİ BAŞI GELİRE DİKKAT EDİLMELİ
AVM ORTAK ALAN GİDERLERİNDE ŞEFFAFLIK SAĞLANDI
Sayın Recep Tayyip ERDOĞAN,
Yürütmeğin hazırlanmasında büyük emeği olan
Sayın Mehmet MUŞ,
Teşekkür ederiz.
BMD
BİRLEŞMİŞ MARKA ALAN DERNEĞİ

Ekonomi
Çin'de gayrimenkul rekor destek paketi
AVM ORTAK ALAN GİDERLERİNDE ŞEFFAFLIK SAĞLANDI
Sayın Recep Tayyip ERDOĞAN,
Yürütmeğin hazırlanmasında büyük emeği olan
Sayın Mehmet MUŞ,
Teşekkür ederiz.
BMD
BİRLEŞMİŞ MARKA ALAN DERNEĞİ

Ekonomi-Finans
KORKU EVİNE 6 BİN 500 TL
SOBALI EVE 4 BİN 600 TL KIRA
AVM ORTAK ALAN GİDERLERİNDE ŞEFFAFLIK SAĞLANDI
Sayın Recep Tayyip ERDOĞAN,
Yürütmeğin hazırlanmasında büyük emeği olan
Sayın Mehmet MUŞ,
Teşekkür ederiz.
BMD
BİRLEŞMİŞ MARKA ALAN DERNEĞİ

Ekonomi
THY bin 200 kabin memuru 700 pilot alacak
AVM ORTAK ALAN GİDERLERİNDE ŞEFFAFLIK SAĞLANDI
Sayın Recep Tayyip ERDOĞAN,
Yürütmeğin hazırlanmasında büyük emeği olan
Sayın Mehmet MUŞ,
Teşekkür ederiz.
BMD
BİRLEŞMİŞ MARKA ALAN DERNEĞİ

Ekonomi
7 ayda 23 milyonu aşkın yabancı ziyaretçi ağırlıklı
AVM ORTAK ALAN GİDERLERİNDE ŞEFFAFLIK SAĞLANDI
Sayın Recep Tayyip ERDOĞAN,
Yürütmeğin hazırlanmasında büyük emeği olan
Sayın Mehmet MUŞ,
Teşekkür ederiz.
BMD
BİRLEŞMİŞ MARKA ALAN DERNEĞİ

Ekonomi
Yeni Darülaceze geliyor
AVM ORTAK ALAN GİDERLERİNDE ŞEFFAFLIK SAĞLANDI
Sayın Recep Tayyip ERDOĞAN,
Yürütmeğin hazırlanmasında büyük emeği olan
Sayın Mehmet MUŞ,
Teşekkür ederiz.
BMD
BİRLEŞMİŞ MARKA ALAN DERNEĞİ

Ekonomi
TOKİ ÖNCE KURADA KAZANIP 3 YILDIR BEKLEYENLERE FV YAPŞIN
AVM ORTAK ALAN GİDERLERİNDE ŞEFFAFLIK SAĞLANDI
Sayın Recep Tayyip ERDOĞAN,
Yürütmeğin hazırlanmasında büyük emeği olan
Sayın Mehmet MUŞ,
Teşekkür ederiz.
BMD
BİRLEŞMİŞ MARKA ALAN DERNEĞİ

Ekonomi
Kilometre şartına KORSAN ÇÖZÜM
AVM ORTAK ALAN GİDERLERİNDE ŞEFFAFLIK SAĞLANDI
Sayın Recep Tayyip ERDOĞAN,
Yürütmeğin hazırlanmasında büyük emeği olan
Sayın Mehmet MUŞ,
Teşekkür ederiz.
BMD
BİRLEŞMİŞ MARKA ALAN DERNEĞİ

Ekonomi
Makarna ihracatında birim fiyatı %35,1 arttı
AVM ORTAK ALAN GİDERLERİNDE ŞEFFAFLIK SAĞLANDI
Sayın Recep Tayyip ERDOĞAN,
Yürütmeğin hazırlanmasında büyük emeği olan
Sayın Mehmet MUŞ,
Teşekkür ederiz.
BMD
BİRLEŞMİŞ MARKA ALAN DERNEĞİ

Ekonomi
Türkiye'ye 7 ayda 26 milyon turist
AVM ORTAK ALAN GİDERLERİNDE ŞEFFAFLIK SAĞLANDI
Sayın Recep Tayyip ERDOĞAN,
Yürütmeğin hazırlanmasında büyük emeği olan
Sayın Mehmet MUŞ,
Teşekkür ederiz.
BMD
BİRLEŞMİŞ MARKA ALAN DERNEĞİ

Ekonomi
Yemek kartı sektörü 15 milyar TL'yi geçti
AVM ORTAK ALAN GİDERLERİNDE ŞEFFAFLIK SAĞLANDI
Sayın Recep Tayyip ERDOĞAN,
Yürütmeğin hazırlanmasında büyük emeği olan
Sayın Mehmet MUŞ,
Teşekkür ederiz.
BMD
BİRLEŞMİŞ MARKA ALAN DERNEĞİ

Ekonomi
AVM ORTAK ALAN GİDERLERİNDE ŞEFFAFLIK SAĞLANDI
Sayın Recep Tayyip ERDOĞAN,
Yürütmeğin hazırlanmasında büyük emeği olan
Sayın Mehmet MUŞ,
Teşekkür ederiz.
BMD
BİRLEŞMİŞ MARKA ALAN DERNEĞİ

Yeni Dünya
HADI ARTIK SU BAKANIMIZ OLSUN!
AVM ORTAK ALAN GİDERLERİNDE ŞEFFAFLIK SAĞLANDI
Sayın Recep Tayyip ERDOĞAN,
Yürütmeğin hazırlanmasında büyük emeği olan
Sayın Mehmet MUŞ,
Teşekkür ederiz.
BMD
BİRLEŞMİŞ MARKA ALAN DERNEĞİ

Yeni Dünya
OYUN KONFERANSINA GERİ SAYIM BAŞLADI
AVM ORTAK ALAN GİDERLERİNDE ŞEFFAFLIK SAĞLANDI
Sayın Recep Tayyip ERDOĞAN,
Yürütmeğin hazırlanmasında büyük emeği olan
Sayın Mehmet MUŞ,
Teşekkür ederiz.
BMD
BİRLEŞMİŞ MARKA ALAN DERNEĞİ

Ekonomi
ASGARI ÜCRETE ENERJİ GİDERİNİN PAYI DÜŞTÜ
AVM ORTAK ALAN GİDERLERİNDE ŞEFFAFLIK SAĞLANDI
Sayın Recep Tayyip ERDOĞAN,
Yürütmeğin hazırlanmasında büyük emeği olan
Sayın Mehmet MUŞ,
Teşekkür ederiz.
BMD
BİRLEŞMİŞ MARKA ALAN DERNEĞİ

Ekonomi
TAHİL FAİZLERİ İNDİ SIRA TİCARİ KREDİLERDE
AVM ORTAK ALAN GİDERLERİNDE ŞEFFAFLIK SAĞLANDI
Sayın Recep Tayyip ERDOĞAN,
Yürütmeğin hazırlanmasında büyük emeği olan
Sayın Mehmet MUŞ,
Teşekkür ederiz.
BMD
BİRLEŞMİŞ MARKA ALAN DERNEĞİ

2 21. EKİM 2022 CUMHURİYET OYAYLAR VE GÖRÜŞLER

Tokayev'in etkin dış politikası

Emre Kargı

Tokayev'in dış politikası, Türkiye'nin dış politikasındaki en önemli aktörlerden biri. Tokayev'in dış politikası, Türkiye'nin dış politikasındaki en önemli aktörlerden biri. Tokayev'in dış politikası, Türkiye'nin dış politikasındaki en önemli aktörlerden biri.

AVM ORTAK ALAN GİDERLERİNDE ŞEFFAFLIK SAĞLANDI

Ticaret Bakanlığı'nın yayımladığı verilerde, AVM ortak alan giderlerinde şeffaflık sağlandı. Sayın Recep Tayyip Erdoğan, Sayın Mehmet Müş, Sayın Mehmet Müş.

BMD BİRLEŞMİŞ MARKALAR DERNEĞİ

7- EKİM 2022 Analiz

VİZE KRİZİNE KARAYİPLER ÇÖZÜMÜ

Kadın girişimcilere avantajlı finansman

Analiz, kadın girişimcilere avantajlı finansman. Kadın girişimcilere avantajlı finansman. Kadın girişimcilere avantajlı finansman.

AVM ORTAK ALAN GİDERLERİNDE ŞEFFAFLIK SAĞLANDI

Ticaret Bakanlığı'nın yayımladığı verilerde, AVM ortak alan giderlerinde şeffaflık sağlandı. Sayın Recep Tayyip Erdoğan, Sayın Mehmet Müş, Sayın Mehmet Müş.

BMD BİRLEŞMİŞ MARKALAR DERNEĞİ

6 21. EKİM 2022 EKONOMİ

EYTLİYE ÇÖZÜM TAKVİMİ

PROMOSYON CAGIRISI

Ekonomi, EYTLİYE ÇÖZÜM TAKVİMİ. EYTLİYE ÇÖZÜM TAKVİMİ. EYTLİYE ÇÖZÜM TAKVİMİ.

4 21. EKİM 2022 EKO/FİNANS

OTOMOTİF KAPASİTESİNİ KULLANAMIYOR

OTOMOTİF KAPASİTESİNİ KULLANAMIYOR. OTOMOTİF KAPASİTESİNİ KULLANAMIYOR. OTOMOTİF KAPASİTESİNİ KULLANAMIYOR.

AVM ORTAK ALAN GİDERLERİNDE ŞEFFAFLIK SAĞLANDI

Ticaret Bakanlığı'nın yayımladığı verilerde, AVM ortak alan giderlerinde şeffaflık sağlandı. Sayın Recep Tayyip Erdoğan, Sayın Mehmet Müş, Sayın Mehmet Müş.

BMD BİRLEŞMİŞ MARKALAR DERNEĞİ

CİRO ARTIŞINA RAĞMEN PERAKENDECI ESKİ 'ADET'LERİ ARIYOR (30 AĞUSTOS 2022)

Organize perakende sektöründe cirolardaki artış devam ederken, adet satışları ortalamada geçen yılın temmuz ayındaki düzeyin gerisinde kaldı. Cironun maliyetlerin sınırlı bir bölümünün fiyatlara yansıtılması ve yabancı turistlerin katkısı ile arttığına dikkat çeken BMD Başkanı Sinan Öncel, perakendenin 12 aya yayılan bir turizm ile canlı kalabileceğini söyledi. BMD'nin üyeleri arasında yaptığı 'Temmuz Anketi'nin sonuçlarını değerlendiren Sinan Öncel, organize perakende sektöründe ciro artışının devam ettiğini bildirdi. Temmuz cirolarının geçen yıla göre ortalama yüzde 80-90 daha yüksek olduğunu belirten Öncel, özetle şunları söyledi:

"Ciro artışı temel olarak maliyetlerin sınırlı bir bölümünün fiyatlara yansıtılmasından kaynaklanıyor. Fiyatlar özellikle dar ve orta gelirli yerli tüketici için yüksek olmakla birlikte kur avantajı nedeniyle yabancılara çok cazip geliyor. Turistik bölgelerdeki mağazalarda cironun en az yüzde 50'si yabancılara satıştan elde ediliyor. Bankalararası Kart Merkezi'nin (BKM) verilerine göre yılın ilk yarısında yabancı kartlarla yapılan ödemelerde geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 300 artış var. Turistlerin katkısına rağmen markalarımızın büyük bölümü 2019'daki adet satışlarına ulaşamadı. 2019 bir yana birçok markamızın adet satışı 2021 Temmuz'daki düzeyin de altında kaldı. Bir başka ifade ile perakendeci eski 'adet'leri arar oldu." NTV'nin canlı yayınında Temmuz anketinin yanı sıra okul alışverişini de değerlendiren Öncel, kırtasiye ve okul kıyafetlerinde geçen yıla göre yüzde 80 ile yüzde 120 arasında değişen oranlarda fiyat artışı olduğunu söyledi.

Perakendeci turizmle sezon sonu yapacak

TURİSTİK bölgelerde ciroların yarısını yabancı tüketicilerden kazanan perakendeci ekim ayı ile birlikte talepte büyük bir daralma bekliyor. Organize perakende firmalarındaki ciro artışı devam ederken önemli bir kısmının adet satışları geçen yılın temmuz ayındaki düzeyin gerisinde kaldı. TÜİK verilerine göre temmuz itibarıyla ÜFE ile TÜFE arasında farkın 65 puanı ulaştığına dikkat çeken Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) Başkanı Sinan Öncel, "Önümüzdeki aylarda bu fark bir şekilde fiyatlara yansımaya gidecek. Kış sezonu ürünlerinde yıllık bazda yüzde 100'e varan fiyat artışları kaçınılmaz olacaktır."

dedi. Buna paralel olarak alım gücünde daralma ihtimaline işaret eden Öncel, "Ekimden itibaren turist sayısının azalacağını da hesaba katarsak birçok markamız bugünkü adet satışlarını arayacak gibi görünüyor" diye konuştu.

lacağını da hesaba katarsak birçok markamız bugünkü adet satışlarını arayacak gibi görünüyor" diye konuştu.



Ciro artsa da satışlar düşük



ORGANİZE perakende sektöründe cirolardaki artış devam ederken, adet satışları ortalamada geçen yılın temmuz ayındaki düzeyin gerisinde kaldı. Cironun maliyetlerin sınırlı bir bölümünün fiyatlara yansıtılması ve yabancı turistlerin katkısı ile arttığına dikkat çeken BMD Başkanı Sinan Öncel, perakendenin 12 aya yayılan bir turizm ile canlı kalabileceğini söyledi. Temmuz cirolarının geçen yıla göre ortalama yüzde 80-90 daha yüksek olduğunu belirten Öncel, şunları söyledi: "Ciro artışı temel olarak maliyetlerin sınırlı bir bölümünün fiyatlara yansıtılmasından kaynaklanıyor. Fiyatlar özellikle dar ve orta gelirli yerli tüketici için yüksek olmakla birlikte kur avantajı nedeniyle yabancılara çok cazip geliyor. Turistik bölgelerdeki mağazalarda cironun en az yüzde 50'si yabancılara satıştan elde ediliyor. Yabancıların katkısı Bankalararası Kart Merkezi'nin (BKM) verilerine göre yılın ilk yarısında yabancı kartlarla yapılan ödemelerde geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 300 artış var."

Ortalama maliyet artışı yüzde 120

Birleşmiş Markalar Derneği'nin (BMD) temmuz ayı güncel anketine göre organize perakendede maliyet baskısı sürüyor. Ankete katılan markalar arasında yıllık maliyeti yüzde 80'in altında artan marka bulunmuyor. Ortalamada ise maliyet artışı yüzde 120'yi buluyor. Ayrıca ankete katılan markaların yüzde 56'sı geçtiğimiz yıla göre

adetsel bazda satışlarının düştüğünü söylüyor. Fiyat artışlarına paralel olarak önümüzdeki aylarda alım gücünde de daralma olacağına dikkat çeken BMD Başkanı Sinan Öncel, "Ekimden itibaren turist sayısının azalacağını da hesaba katarsak markalarımız bugünkü adet satışlarını arayacak gibi görünüyor" dedi. • Ekonomi Servisi



04 21. EKİM 2022 KARAR EKONOMİ

Kendi elimizle CDS'yi 800'e çıkardık

Ekonomi yönetiminin aldığı kararlar Türkiye'nin dış politikasındaki en önemli aktörlerden biri. Tokayev'in dış politikası, Türkiye'nin dış politikasındaki en önemli aktörlerden biri. Tokayev'in dış politikası, Türkiye'nin dış politikasındaki en önemli aktörlerden biri.

AVM ORTAK ALAN GİDERLERİNDE ŞEFFAFLIK SAĞLANDI

Ticaret Bakanlığı'nın yayımladığı verilerde, AVM ortak alan giderlerinde şeffaflık sağlandı. Sayın Recep Tayyip Erdoğan, Sayın Mehmet Müş, Sayın Mehmet Müş.

BMD BİRLEŞMİŞ MARKALAR DERNEĞİ

13 21. EKİM 2022 KÜLTÜR SANAT

Bodrum Çağdaş Sanat Fuarı YENİDEN KAPILARINI AÇIYOR

Bodrum Çağdaş Sanat Fuarı, Bodrum Çağdaş Sanat Fuarı. Bodrum Çağdaş Sanat Fuarı, Bodrum Çağdaş Sanat Fuarı.

AVM ORTAK ALAN GİDERLERİNDE ŞEFFAFLIK SAĞLANDI

Ticaret Bakanlığı'nın yayımladığı verilerde, AVM ortak alan giderlerinde şeffaflık sağlandı. Sayın Recep Tayyip Erdoğan, Sayın Mehmet Müş, Sayın Mehmet Müş.

BMD BİRLEŞMİŞ MARKALAR DERNEĞİ

4 21. EKİM 2022 EKO/FİNANS

OTOMOTİF KAPASİTESİNİ KULLANAMIYOR

OTOMOTİF KAPASİTESİNİ KULLANAMIYOR. OTOMOTİF KAPASİTESİNİ KULLANAMIYOR. OTOMOTİF KAPASİTESİNİ KULLANAMIYOR.

AVM ORTAK ALAN GİDERLERİNDE ŞEFFAFLIK SAĞLANDI

Ticaret Bakanlığı'nın yayımladığı verilerde, AVM ortak alan giderlerinde şeffaflık sağlandı. Sayın Recep Tayyip Erdoğan, Sayın Mehmet Müş, Sayın Mehmet Müş.

BMD BİRLEŞMİŞ MARKALAR DERNEĞİ

Patronları bile 'kış korkusu' sardı

Avrupa'da enerji tedarikçisinde yaşanan sıkıntılar ve yüksek doğal gaz fiyatları nedeniyle şimdiden kış korkusu yaşıyor. Türkiye'de 450'ye yakın dev markayı temsil eden BMD'nin Başkanı Sinan Öncel de "Ekim'den itibaren turist sayısının azalacağını da hesaba katarsak birçok markamız bugünkü adet satışlarını arayacak gibi görünüyor. Sadece ülkemizde değil tüm dünyada hem perakendeciyi hem de tüketiciyi sıkıntılı bir kış bekliyor" diyerek, yaklaşan kışa Türkiye açısından farklı bir pencere açtı



KECİP BAŞARI / DETAY HABER

Organize perakende sektöründe cirolardaki artış devam ederken, adet satışları ortalamada geçen yılın temmuz ayındaki düzeyin gerisinde kaldı. Cironun maliyetlerin sürmürlü bir bölümünün fiyatlarına yansıtılması ve yabancı turistlerin katkısı ile arttığını dikkat çeken Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) Başkanı Sinan Öncel, perakendecilerin 12 aya yayılan bir turizm ile karşılaşabileceğini söyledi.

Yabancılar iyi harcıyor
BMD'nin üyeleri arasında yaptığı 'Temmuz Anketi'nin



sonuçlarını değerlendiren Sinan Öncel, organize perakende sektöründe ciro artışının devam ettiğini bildirdi. Temmuz cironun geçen yıla göre yüzde 80-90 daha yüksek olduğunu belirten Öncel, şunları söyledi: "Ciro artışını temel olarak maliyetlerin sürmürlü bir bölümünün fiyatlarına yansıtılmasından kaynaklanıyor. Fiyatlar özellikle dar ve orta gelirli yerli tüketici için yüksek olmakla birlikte kur avantajı nedeniyle yabancılar çok cazip geliyor. Turistik bölgelerdeki mağazalarda cironun en az yüzde 50'si yabancılar tarafından elde ediliyor. Yabancıların katkısı Bankalararası Kart Merkezi'nin (BKM) verilerinde de net bir şekilde görülüyor. BKM verilerine göre yılın ilk yarısında yabancı kartlarla yapılan ödemelerde geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 300 artış

var. 2021'in Ocak-Haziran döneminde 51 milyar TL olan yabancı kartlarla ödemeler bu yıl 153 milyar TL'ye ulaştı. Bu hacim, söz konusu dönemde Türkiye'deki toplam kartlı ödemelerin yüzde 10,6'sına denk düşüyor. Ülkemizi en çok turistini ziyaret ettiği 2019'da oran 8,4 düzeyindeydi. Turistlerin katkısına rağmen markalarımızın büyük bölümü 2019'daki adet satışlarına ulaşamadı. 2019 bir yıla birçok markamızın adet satışları pandeminin devam ettiği 2021 Temmuz'undaki düzeyin de altında kaldı. Bir başka ifade ile perakendeci eski 'adet'leri arar oldu."

Kış kolay geçmeyecek!
Sinan Öncel, turist katkısı ve Eylül'de okulların açılması nedeniyle alışılagelmiş canlanmanın iki ay daha devam etmesini beklemediklerini, Ekim ayının ikinci yarısından itibaren enerji harcamalarında artış, perakende mağazalarında ise daralma öngörülerini söyledi. Turist hareketliliği az olan ve gelir düzeyi düşük illerde Temmuz satışlarının önceki aylara göre zayıfladığını bildiren Öncel, sözlerini şöyle

İŞ DÜNYASI İRAK İÇİN TEYAKKUZDA (31 AĞUSTOS 2022)

Bağdat'ta başlayan çatışmalar, Türk iş dünyasını alarma geçirdi. BMD Başkanı Sinan Öncel, "Türk firmaları bu ülkede daha çok bayi-lik vererek bulunuyor. Irak markalarımız için önemli ancak stabil olmayan bir pazar. Gelişmeleri yakından takip ediyoruz" diye konuştu.

Perakendede ciro arttı, adet sayısı düştü



BMD Başkanı Sinan Öncel

HABER MERKEZİ

Birleşmiş Markalar Derneği (BMD), üyeleri arasında yaptığı 'Temmuz Anketi'ni açıkladı. Açıklanan verilere göre, organize perakende firmalarındaki ciro artışı devam ederken önemli bir kısmının adet satışları geçen yılın temmuz ayındaki düzeyin gerisinde kaldı. Fiyat artışlarıyla paralel olarak önümüzdeki aylarda alım gücünde daralma ihtimalinin yüksek olduğu-

na dikkat çeken BMD Başkanı Sinan Öncel, "Ekimden itibaren turist sayısının azalacağını da hesaba katarsak birçok markamız bugünkü adet satışlarını arayacak gibi görünüyor. Turizmi 12 aya yayacak mekanizmaları geliştirmemiz gerekiyor" dedi. Öncel, organize perakende sektöründe temmuz cironun geçen yıla göre ortalama yüzde 80-90 daha yüksek olduğunu belirtti.

Ciro artışı temel olarak maliyetlerin sınırlı bir bölümünün fiyatlarına yansıtılmasından kaynaklandığını aktaran Öncel, "Fiyatlar özellikle dar ve orta gelirli yerli tüketici için yüksek olmakla birlikte kur avantajı nedeniyle yabancılar çok cazip geliyor. Turistik bölgelerdeki mağazalarda cironun en az yüzde 50'si yabancılar tarafından elde ediliyor" diye konuştu.

İŞ DÜNYASI İRAK İÇİN TEYAKKUZDA

Bağdat'ta başlayan çatışmalar, Türk iş dünyasını alarma geçirdi. Ülkede büyük yatırımları olan iş insanları, "Irak en büyük ticari ortaklarımızdan biri. Ürünlerimizin pazarda büyük bir hakimiyeti var. Çatışmaların bir an önce son bulmasını umuyoruz" dedi.

TÜRK MARKALARIN HAKİMİYETİ VAR

Ülkemizdeki ticaretin en büyük payını alan Türk markaları da çok sayıda ve çeşitli. Türkiye'nin en önemli ticaret partnerlerinden biri olan Türkiye'nin en büyük ticaret ortağı. Türkiye'nin en büyük ticaret ortağı. Türkiye'nin en büyük ticaret ortağı.

SINDIRLIK BASENTILE SINIRLI

İrlanda'da yaşanan sorunlar, perakendecilerin dikkatini çekti. İrlanda'da yaşanan sorunlar, perakendecilerin dikkatini çekti. İrlanda'da yaşanan sorunlar, perakendecilerin dikkatini çekti.

TÜRK MARKALARIN HAKİMİYETİ VAR

Ülkemizdeki ticaretin en büyük payını alan Türk markaları da çok sayıda ve çeşitli. Türkiye'nin en önemli ticaret ortağı. Türkiye'nin en büyük ticaret ortağı. Türkiye'nin en büyük ticaret ortağı.

BMD BAŞKANI SİNAN ÖNCEL İLE AYD BAŞKANI HÜSEYİN ALTAŞ, BLOOMBERG HT CANLI YAYININDA YENİ AVM YÖNETMELİĞİNİ DEĞERLENDİRDİ

SİNAN ÖNCEL: YENİ AVM YÖNETMELİĞİ İLE GENEL GİDERLERDE ŞEFFAFLIK SAĞLANDI (02 EYLÜL 2022)

BMD Başkanı Sinan Öncel ile AYD Başkanı Hüseyin Altaş, Bloomberg HT'de Zeliha Saraç'ın sunduğu '60 Dakika' programında yeni AVM Yönetmeliğini değerlendirdi. Şeffaf olmayan genel gider konusunun BMD'nin uzun yıllardır dile getirdiği bir konu olduğunu vurgulayan Öncel, "Biz yıllardır 'genel gider adı altında toplanan paraları neye göre böldünüz, bu harcamaların faturalarını bize gösterin' dedik. 'Ticari sır söyleyemeyiz' karşılığını aldık. Yeni AVM yönetmeliği ile genel giderlerde şeffaflık sağlandı. Bu konudaki desteği nedeniyle Ticaret Bakanımız Sayın Mehmet Muş'a teşekkür ediyorum" diye konuştu.

Getir, İngiltere'deki rakibi Weezy'yi satın alacak. (İngiltere)

theguardian.com
Rapid delivery service Getir to buy UK rival Weezy

Dünyadan Haberler: Tedarik Zinciri Sorunları Rahatlama İşaretleri Gösteriyor.

wsj.com
Supply-Chain Problems Show Signs of Easing

IKEA, tedarik zinciri sorunları nedeniyle artan fiyatlar konusunda uyardı.

abc7news.com
IKEA warns of rising prices due to supply chain issues

Adidas'ta Milyar Dolarlık Dijital Dönüşüm.

businessoffashion.com
Inside Adidas' Billion-Dollar Digital Transformation

Alibaba ve JD, 139 milyar dolarlık satışla Bekarlar Günü (11.11) rekorunu kırdı ve 'sosyal sorumluluğa' odaklandı. (Çin)

cnbc.com
Alibaba, JD smash Singles Day record with \$139 billion of sales and focus on 'social...'

Best Buy CEO'su, artan perakende hırsızlıklarının yarattığı travmanın çalışanları işten ayrılmaya zorlayabileceğini söyledi.

cnbc.com
Best Buy CEO says the trauma from rising retail thefts could force employees to quit

Dünyadan Haberler: Hindistan, küresel tekstil endüstrisinin tercih edilen kaynak ortağı olmayı hedefliyor.

fibre2fashion.com
India aims to be preferred sourcing partner of global textile industry

Dünyadan Haberler: Tedarik sorunlarına ve omikron'a rağmen tatil satışları %8,5 arttı. (ABD)

retail.economictimes.indiatimes.com
Despite supply issues and omicron, holiday sales rise 8.5% - ET Retail

Yüksek ABD perakende satış verilerinin ardından dolar 16 ayın en yüksek seviyesinde.

reuters.com
Dollar near 16-month high versus euro ahead of U.S. retail sales data

Çin'in perakende satışları, emlak piyasasındaki düşüşe rağmen Ekim ayında tahminleri aştı.

cnbc.com
China's retail sales beat expectations in October

Hammadde fiyatları %30-50 arasında arttı: Üretim kırmızı alarmda. (Hindistan)

fortuneindia.com
Raw material prices shoot 30-50%: Manufacturing on red alert

Dünyadan Haberler: Perakende ticaret bu Noel'de %5 arttı. (İrlanda)

rte.ie
Retail trade up 5% this Christmas - Retail Ireland

Dünyadan Haberler: Louis Vuitton, maliyetlerin artmasıyla birlikte bu haftadan itibaren fiyatları artırmaya başlıyor.



insideretail.com.au
Louis Vuitton set to raise prices this week as costs climb - Inside Retail

Dünyadan Haberler: McDonald's, Rusya'daki mağaza kapanışlarının aylık 50 milyon dolara mal olacağını söyledi.



reuters.com
McDonald's says Russia store closures to cost \$50 mln per month

Dünyadan Haberler: Abercrombie'nin tatil satışları, Omicron ve kısıtlı ürün nedeniyle zarar gördü.



reuters.com
Abercrombie misses holiday-quarter sales estimates on Omicron, supply chain hit

Dünyadan Haberler: İngiltere mağazalarındaki fiyatlar 2011 yılından bu yana en yüksek artışı gösterdi.



news.yahoo.com
UK shop prices rise at highest rate since 2011

Dünyadan Haberler: Çevrimiçi perakendeci Farfetch, Violet Gray satın alımıyla güzellik sektörüne giriyor.



insideretail.com.au
Online retailer Farfetch enters beauty sector with Violet Grey purchase - Inside ...

Dünyadan Haberler: Tedarik zincirindeki aksaklıklar, 2022'de giyim ve ayakkabıda 17 milyar dolarlık kâr düşüşüne sebep olabilir. (ABD)



retaildive.com
Supply chain snags could knock out \$17B in apparel and footwear profit in 2022: r...

Dünyadan Haberler: Perakendeciler suç çılgınlığıyla mücadele için ihtilafli teknolojiyi sessizce kullanıyor. (ABD)



forbes.com
Retailers Quietly Deploying Controversial Technology To Combat Crime Spree

Dünyadan Haberler: Superdry, fiyatların yükseleceği ve mağaza indirimlerinin azalacağı konusunda uyardı. (Birleşik Krallık)



bbc.com
Superdry warns prices to rise as it axes shop discounts

Dünyadan Haberler: Hong Kong perakende satışları 2021'de yükseldi ancak yine de durgunluk öncesi seviyelerin altında.



insideretail.asia
Hong Kong retail sales rose in 2021 but still down on pre-recession levels - Inside...

Dünyadan Haberler: Kohl's, 2022 yılında 400 mağaza içi Sephora mağazası açmayı planlıyor. (ABD)



retaildive.com
Kohl's plans 400 Sephora shop-in-shops for 2022

Dünyadan Haberler: Hindistan'ın perakende enflasyonu Şubat'ta %6.07'ye yükseldi.



business-standard.com
India's retail inflation rises marginally to 6.07% in Feb

Dünyadan Haberler: Burger King'in Rusya'daki ortağı restoranları kapatmayı reddetti.



nasdaq.com
Burger King Russia Partner Refuses To Shut Down Restaurants

Dünyadan Haberler: Domino's, gel-al siparişlerinde müşterilerine 3 ABD doları "bahşiş" verecek. (ABD)



businessinsider.com
Domino's will 'tip' customers \$3 if they order for pickup as the chain tries to con...

Dünyadan Haberler: Allbirds, kullanılmış ayakkabılar için yeniden satış programı başlattı. (ABD)



retaildive.com
Allbirds launches resale program for used footwear

Dünyadan Haberler: Walmart, ürünleri sağlık tercihleriyle eşleştirmek için dijital araçlar ekliyor. (ABD)



retaildive.com
Walmart adds digital tools to match products with health preferences

Dünyadan Haberler: Perakende satışlar Ocak ayında beklenenin üzerinde %3,8 arttı. (ABD)



cnbc.com
Retail sales surge 3.8% in January, much more than expected amid inflation rise

Dünyadan Haberler: Crocs'un geliri 2021'de 2,3 milyar dolarlık rekor seviyeye ulaştı. (ABD)



retaildive.com
Crocs revenue hits record \$2.3B in 2021

Dünyadan Haberler: Parade, ABD'de ücretsiz geri dönüşüm programı başlattı. (ABD)



retaildive.com
Parade launches free recycling program in the US

Dünyadan Haberler: Victoria's Secret, kadınlar tarafından kurulan işletmelere 7 milyon dolarlık yatırım yapacağını duyurdu.



retailgazette.co.uk
Victoria's Secret announces \$7 million investment in fe...

Dünyadan Haberler: Adidas, Rusya'da 250 milyon avroluk kayıp öngörmesine rağmen 2022'de çift haneli satış büyümesi bekliyor.



retailgazette.co.uk
Adidas warns of €250m Russia hit but expects doub...

Dünyadan Haberler: Walmart, tedarik zinciri sorunlarına ve yüksek enflasyona rağmen büyüyor. (ABD)



aljazeera.com
Walmart is thriving despite supply chain woes, high inflation

Dünyadan Haberler: Adidas, Rus futbol birliği ile iş birliğini askıya aldı.



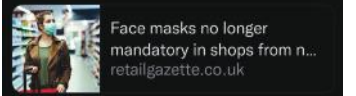
reuters.com
Adidas suspends partnership with Russian football union

Dünyadan Haberler: Rusya'nın Ukrayna'yı işgali tedarik zincirine yeni bir darbe vurdu.



retaildive.com
Russia's invasion of Ukraine throws another wrench into supply chains

Dünyadan Haberler: Önümüzdeki haftadan itibaren mağazalarda yüz maskeleri zorunlu olmayacak. (Birleşik Krallık)



retailgazette.co.uk
Face masks no longer mandatory in shops from n...

DÜNYADAN HABERLER

Dünyadan Haberler: Apple, omikron vakalarının artması nedeniyle tüm New York mağazalarını ziyarete kapatıyor. (ABD)



edition.cnn.com
Apple closes all New York stores to browsing as Omicron cases surge

Dünyadan Haberler: LG, temassız alışveriş taleplerini karşılamak için daha fazla insansız perakende mağazası açıyor.



pymnts.com
LG Adds More Unmanned Retail Shops

Dünyadan Haberler: Çin, perakende satışların 2025 yılına kadar yaklaşık 50 trilyon yuan'a ulaşmasını bekliyor.



news.cgtn.com
China expects retail sales to reach around 50 trillion yuan by 2025

Dünyadan Haberler: Quebec, yeni COVID-19 dalgasının ortasında perakende mağaza kapanışlarına başladı. (Kanada)



npr.org
Quebec begins retail store closures amid new COVID-19 wave

Dünyadan Haberler: McKinsey: Metaverse 2030 yılına kadar 5 trilyon dolar değer yaratabilir.



retaildive.com
McKinsey: Metaverse may create \$5 trillion in value by 2030

Dünyadan Haberler: Rus e-ticaret firması Ozon, paralel ithalat yöntemiyle ürün satmaya başladı.



reuters.com
Russian e-commerce firm Ozon starts selling goods via parallel imports mechan...

Dünyadan Haberler: Victoria's Secret, California'lı mayo markası Frankies Bikinis'ten 18 milyon dolarlık hisse aldı.



retaildive.com
Victoria's Secret takes minority stake in California swimwear brand Frankies Bi...

Dünyadan Haberler: Batılı perakende markaları piyasadan çekilirken, Rusya ikame için doğuya yöneliyor.



nst.com.my
As western retail brands exit, Russia looks east for replacements | New Straits Times

Dünyadan Haberler: Versace, genç tüketicilerin markaya akın etmesiyle yaklaşık 100 yeni mağaza açmayı planlıyor.



retaildive.com
Versace plots nearly 100 new stores as young consumers flock to the brand onli...

Dünyadan Haberler: Walmart geçen ay yaklaşık 60 mağazasını covid temizliği için geçici olarak kapattı. (ABD)



nbcnews.com
Walmart temporarily closed almost 60 stores for Covid cleaning last month

Dünyadan Haberler: Hong Kong perakende satışları 2021'de yükseldi ancak yine de durgunluk öncesi seviyelerin altında.



insideretail.asia
Hong Kong retail sales rose in 2021 but still down on pre-recession levels - Inside...

Dünyadan Haberler: KFC Avustralya, Queensland'de drone ile teslimat hizmeti veriyor.



insideretail.com.au
KFC Australia pilots drone-delivery service in Queensland - Inside Retail

Dünyadan Haberler: Tommy Hilfiger, DKNY ve diğer markalar Metaverse Moda Haftası'na katılacak.



retaildive.com
Tommy Hilfiger, DKNY and other brands to participate in Metaverse Fashion Week

Dünyadan Haberler: Johnson & Johnson ve Decathlon Rusya'daki faaliyetlerini durdurdu.



themoscowtimes.com
Johnson & Johnson, Decathlon Halt Business in Russia

Dünyadan Haberler: Lululemon'un geliri Under Armour'u geçerek ilk kez 6 milyar doları aştı.



retaildive.com
Lululemon surpasses \$6B in revenue for the first time, overtaking Under Armour

Dünyadan Haberler: Old Navy, tedarik zinciri gecikmeleri nedeniyle talep planlamasıyla mücadele ediyor.



retaildive.com
Old Navy struggles with demand planning due to supply chain delays

Dünyadan Haberler: Avrupalı perakendeciler enerji tasarrufu için aydınlatmaları kapatıyor, çalışma saatlerini azaltmayı planlıyor.



reuters.com
Retailers turn off lights, cut opening hours to save energy

Dünyadan Haberler: Asda (süpermarket) müşterilerin daha az ürün satın aldığını ve daha ucuz ürünler aradığını söylüyor.



reuters.com
Britain's Asda supermarket says shoppers buy less, seek cheaper items

Dünyadan Haberler: İspanya: Mağazalar kapılarını kapalı tutmalı, enerji tasarrufu için klima kullanımı sınırlandırılmalı.



abcnews.go.com
Spain: Stores must keep doors shut, limit AC to save energy

Dünyadan Haberler: Çin, 2022'de 2 trilyon doların üzerinde satışla küresel e-ticaret pazarına liderlik etmeye devam ediyor.



chargedetail.co.uk
China continues to lead global ecommerce market with over \$2 trillion sales in 2022

Dünyadan Haberler: Amazon, ürünleri tek kullanımlık plastik ambalajlarla paketlemeyi durdurdu.



retail-week.com
Amazon stops packaging products in single-use plastic bags

Dünyadan Haberler: Adidas, kişilik tabanlı metaverse avaturlarıyla bilim kurguya geçiyor.



retaildive.com
Adidas goes sci-fi with personality-based metaverse avatars

Dünyadan Haberler: Carrefour, dijital perakende girişimlerine yatırım yapmak için fon ayırdı.



reuters.com
Carrefour launches fund to invest in digital retail startups

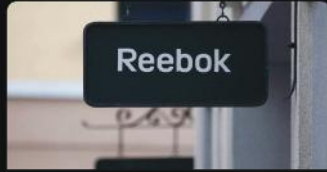
Dünyadan Haberler: Birleşik Krallık süpermarket zinciri Morrisons, Ukrayna krizinden ve enflasyondan etkilenme konusunda uyardı.



reuters.com
UK supermarket Morrisons warns of hit from Ukraine crisis, inflation

DÜNYADAN HABERLER

Dünyadan Haberler: FLO, Reebok'un Rusya'daki mağazalarını devralmak için görüşmeler yapıyor.



reuters.com
Turkey's FLO in talks to take over Reebok's stores in Russia

Dünyadan Haberler: Nike, Spartak Moskova ile sponsorluk anlaşmasını sonlandırdı.



reuters.com
Spartak Moscow says Nike ends sponsorship deal with the club

Dünyadan Haberler: Çevrimiçi marka Boohoo, İngiltere'deki müşterilerden iade ücreti almayı düşünüyor.



bloomberg.com
Online Retailer Boohoo Mulls Charging UK Customers for Returns

Dünyadan Haberler: ABD perakende satışları, yüksek enflasyon karşısında Nisan ayında %0,9 arttı.



aljazeera.com
US retail sales rise 0.9% in April in face of sky-high inflation

Dünyadan Haberler: Japonya'nın fabrika üretiminin ve perakende satışlarının Kasım ayında arttığı görülüyor.



Japan's factory output, retail sales seen rising in November
channelnewsasia.com

Dünyadan Haberler: Dolce & Gabbana kürk kullanmayı bırakıyor.



reuters.com

Dünyadan Haberler: Perakendecilerin yarısından fazlası, önümüzdeki üç ay içinde fiyatları yüzde 7,5 oranında artırmayı bekliyor. (Yeni Zelanda)



More than half of retailers expect to increase prices b...
stuff.co.nz

Dünyadan Haberler: Ocak ayındaki ziyaretçi sayısı %20,8 azaldı ancak alışveriş yapanlar caddelere dönmeye başladı. (Birleşik Krallık)



January footfall down 20.8% but shoppers start to return...
retailgazette.co.uk

Dünyadan Haberler: Fabletics bu yıl 30 yeni mağaza açacak.



retaildive.com
Fabletics to open 30 new stores this year

Dünyadan Haberler: İngiltere perakende satışları Nisan'da toparlandı.



marketwatch.com
U.K. Retail Sales Rebounded in April

Dünyadan Haberler: Nike, Ukrayna işgalinin ardından Rusya'dan tamamen çıkacak.



retailgazette.co.uk
Nike to fully exit Russia following Ukraine invasion - Retail Gazette

Dünyadan Haberler: Lüks satışlar bu yıl en az %5 büyüyecek.



reuters.com
Global luxury outlook still strong, sales to grow at least 5% this year -consultancy

Dünya gıda fiyatları yeni zirvelere ulaştı.



World food prices reach n heights
retaildetail.eu

ABD doğal gaz fiyatları yakında 6 doları bulabilir.



U.S. Natural Gas Prices Could Soon Hit \$6 | OilPric...
oilprice.com

Online giyim satışları önümüzdeki yıl cadde mağazalarını geçecek (UK)



Online clothing sales set to overtake high street stores ...
retailgazette.co.uk

Dünyadan Haberler: Unilever 1500 kişiyi işten çıkaracak.



Unilever to cut 1500 jobs
retaildetail.eu

Dünyadan Haberler: Hugo Boss, Covid öncesi seviyelere geri döndü.



Hugo Boss returns to pre-Covid levels
retaildetail.eu

Dünyadan Haberler: Holland ve Barrett'in Rus oligark yöneticileri, yaptırımların ardından yönetim kurulundan ayrıldı. (Birleşik Krallık)



Holland & Barrett Russian oligarch directors exit board...
retailgazette.co.uk

Dünyadan Haberler: Superdrug, premium ve yeni kurulan markalar için çevrim içi pazaryeri açacak.



Superdrug to launch online marketplace for premium a...
retailgazette.co.uk

Dünyadan Haberler: PRIMARK 'Click & Collect'i deneyecek, ancak çevrim içi teslimat hala gündemde değil.



Primark to trial Click & Collect but online delivery s...
reuters.com

Dünyadan Haberler: L'Oreal, Japon güzellik girişimi Sparty'ye yatırım yapıyor.



insideretail.com.au
L'Oreal invests in Japanese beauty startup Sparty - Inside Retail

Dünyadan Haberler: Amazon Style, teknolojiden güç alan ilk mağazasını açtı.



yahoo.com
Amazon Style Opens Its Very First Store Powered by Technology

Dünyadan Haberler: Almanya perakende satışları enflasyon nedeniyle 1980'den bu yana en yüksek düşüşü yaşadı.



The Telegraph
telegraph.co.uk
German retail sales suffer biggest fall since 1994

Dünyadan Haberler: İngiltere ekonomisi covid kapanmalarından bu yana ilk kez hız kesti.



bloomberg.com
UK's Pandemic Recovery Halts With Contraction in Second Quarter

Dünyadan Haberler: Adidas Londra, yeterince temsil edilmeyen genç Londralılar için eğitim programı başlattı.



Adidas London launches educational programme for ...
retailgazette.co.uk

Dünyadan Haberler: Aldi, "tıkla ve topla"ya odaklanmak için Deliveroo ortaklığını sonlandırıyor. (Birleşik Krallık)



Aldi ends Deliveroo partnership to focus on clic...
retailgazette.co.uk

Dünyadan Haberler: İngiltere'de boş mağaza oranları 2018'den beri ilk kez düştü.



UK vacancy rates decline for first time since 2018 - Retail...
retailgazette.co.uk

Dünyadan Haberler: Decathlon, kiralık kayak kıyafeti ve yürüyüş ekipmanlarını piyasaya sürüyor. (Birleşik Krallık)



Decathlon launches rental skiwear and hiking gear - R...
retailgazette.co.uk

Dünyadan Haberler: Shein, 100 milyar dolarlık değerleme ile H&M ve Zara'yı geçti.



Shein blows past H&M and Zara with \$100 billion v...
retailgazette.co.uk

Dünyadan Haberler: Abercrombie & Fitch, yeni aktif giyim alt markası YPB'yi piyasaya sürdü.



Abercrombie & Fitch launches new activewear s...
retailgazette.co.uk

Dünyadan Haberler: Çevrim içi marka Boohoo İngiltere'deki müşterilerden iade ücreti almayı düşünüyor.



Online Retailer Boohoo Mulls Charging UK Customers for...
bloomberg.com

Dünyadan Haberler: Clarks, Roblox aracılığıyla metaverse'e giriyor.



Clarks enters metaverse via Roblox - Retail Gazette
retailgazette.co.uk

Dünyadan Haberler: Boohoo, Paris Hilton kampanyasıyla metaverse'e giriyor. (Birleşik Krallık)



Boohoo enters metaverse with Paris Hilton campaign ...
retailgazette.co.uk

Dünyadan Haberler: Boş mağaza sayısı 2018'den bu yana ilk kez düştü. (Birleşik Krallık)



Number of store vacancies drop for first time since 201...
retailgazette.co.uk

Dünyadan Haberler: Avustralya'nın perakende cirosu Ekim ayında %4,9 arttı. Bu artış harcamalardaki toparlanmanın Kara Cuma ve Noel sezonu öncesinde yolunda olduğunu gösterdi.

Dünyadan Haberler: 35.000'den fazla İngiliz perakendeci 'önemli mali sıkıntı' içinde.



More than 35,000 UK retailers in 'significant finan...
retailgazette.co.uk

Clariant CEO'su hammadde fiyatlarındaki artışların hafifleyeceğini söylüyor. (İsviçre)



Clariant CEO says raw material price increases are...
financialpost.com

Dünyadan Haberler: Ikea, İngiltere'de Covid nedeniyle fiyat artışlarını teyit etti.



Ikea confirms UK price hikes due to Covid - Retail Gazette
retailgazette.co.uk

BMD
BİRLEŞMİŞ
MARKALAR
DERNEĞİ