

Değerli Birleşmiş Markalar Derneği üyeleri,

19 Şubat 2008 tarihinde gerçekleştirilen Genel Kurul'da seçilerek göreve başlayan Yönetim Kurulumuz, bir yıllık çalışma dönemini tamamlamıştır. 2009 yılı Olağan Genel Kurulumuzu, bir yıllık faaliyetlerimizi değerlendirmek ve önümüzdeki döneme yönelik hedeflerimizden söz etmek için bir fırsat olarak görüyorum.

2008 yılında çalışmalarımızın en önemli bölümünü, alışveriş merkezlerine (AVM) yönelik faaliyetlerimiz oluşturmıştır.

Öncelikle belirtmek isterim ki, Derneğimiz AVM'lerle olan ilişkilerini "bilgi – bilinç – uzlaşma" olarak adlandırdığımız eksen üzerinde yürütmektedir. Bu eksenin temelinde, diyalog bulunmaktadır. BMD, sorunların çözümü için uygulanacak en etkin yolun karşılıklı görüşmeler olduğuna inanmaktadır. Markalar olarak bizler, gerçeklerle yüzleşerek, geleceğimizi sektörümüzün tüm aktörleriyle birlikte yapılandırmamız gerektiğini düşünüyoruz.

Bu gerekçeyle, Yönetim Kurulu üyeleri, Alışveriş Merkezleriyle İlişkiler Komitesi üyeleri ve Akil Adamlar Kurulu üyeleri, AVM yatırımcılarını ve yönetimlerini yıl boyunca ziyaret etmiş, bu kurumların temsilcileriyle görüşmeler gerçekleştirmiştir. Bir nezaket ziyaretinin ötesinde, sorunların ortak paydada çözülmesine yönelik bir adım olarak da kabul edilebilecek olan bu ziyaretler, Derneğimizin AVM'lerle olan ilişkilerinde yeni bir döneme işaret etmektedir.

Dünyada yaşanmakta olan genel krizin etkileri, döviz kurlarındaki aşırı dalgalanma ve tüketicinin alımlarını ertelemesinden kaynaklanan satış gerilemesiyle başlayan süreçte, Türkiye'de de yoğun olarak hissedilmektedir. BMD olarak "yeni ekonomik ortam" olarak adlandırdığımız bu süreçten markalarımızın da olumsuz etkilendiği bir gerçektir.

Markalarımızın üzerindeki bu ağır yükü hafifletmek ve yeterli ciro yapamayan veya cirosu iyi olan ancak yanlış kira bedelleri uygulayan AVM'lerle ilgili sıkıntıları en aza indirmek amacıyla, ödenebilir kira dengesinin bulunmasında fayda olduğuna inanıyoruz. Kiralarla ciroların yeni bir dengede buluşmasıyla, AVM'lerin en azından 2009 sonuna kadar sürecek bir destek paketi uygulamalarıyla, AVM'ler ve markaların kategorize edilmeleriyle, tüm kesimler için sürdürülebilir bir piyasa dengesi de kurulmuş olacaktır.

Ortak geleceğimiz açısından önemli gördüğümüz bir alanda sektörün uzun zamandır hissettiği bir ihtiyaca da yanıt verebilecek nitelikteki iki önemli projeyi sizlerle paylaşmak isterim.

İlk proje kapsamında, Derneğimiz, üyelerinden de gelen talep üzerine, "yatırımcı-perakendeci ortak paydasından" hareketle ve bu paydanın ne derece gerçekleştirebildiğini belirleyebilmek amacıyla, mevcut ve proje halindeki bazı alışveriş merkezlerinin değerlendirilmesine yönelik bir çalışmayı tamamlamıştır.

Derneğimiz adına, REA Gayrimenkul tarafından, faal halde olan İstanbul Cevahir ve Eskişehir Espark ile proje halinde bulunan Forum İstanbul ve Ankara Gordion'da gerçekleştirilen çalışma üyelerimize rapor olarak sunulmuştur. Amacımız, üyelerimize bir AVM yatırımı hakkında kesin bir davranış biçimini dayatmak değil, karar verme sürecinde önlerini görmelerini sağlayacak tarafsız verileri sağlayabilmektir.

Sözünü ettiğim ikinci proje ise, önümüzdeki yeni dönemde uygulamayı planladığımız ve AVM'lerle olan ilişkilerimizde sıkıntılı bir alan olan genel giderlerin şeffaflaşmasına ilişkindir. Öncelikle BMD'yle bu projede yer alacak kurumsal AVM yatırımcısı firmalar başta olmak üzere, belirlenecek bazı AVM'lerde genel giderlerin tam ve sağlıklı bir araştırmasının yapılarak standartların belirlenmesi ve harcamaların, kiracıların sözleşmelerinde öngörülen hukuki düzenlemelere uygunluğu önem taşımaktadır. 2009 yılında bu çalışmaya yönelik hazırlıklarımız sürecektir.

AVM'lerle ilişkiler konusunda, son olarak, standart kira sözleşmesi taslağından söz etmek isterim. Üyelerimizle paylaştığımız bu sözleşme, mağaza kiralamalarında uygulanabilecek temel bir metin olarak dikkati çekmektedir. Her bir üyemizin kendi ticari koşulları ve sözleşmelerde uyguladığı politikalar farklılık gösterse de, bu temel metnin, kiralamalarda üye firmalarımıza yol gösterici bir özellik taşıyacağını düşünüyorum.

Değerli üyelerimiz,

Faaliyetlerimizin geri kalan bölümünde farklı konularda çalışmalar yürüten Yönetim Kurulumuz, geçtiğimiz yıllarda iki kez düzenlenen Ücret Araştırmasını 2008 sonunda bir kez daha düzenleme kararı almıştır. Mart 2009 sonunda üyelerimizle paylaşılacak olan bu araştırma sonuçları, BMD üyelerinin 2009 yılında geçerli olacak yeni ekonomik ortama ilişkin projeksiyonlarında kendilerine yol gösterecek ve sektörel anlamda önemli bir veri olacaktır.

BMD üyelerinin önemli sıkıntılarından olan taklit ürünler konusunda ise, Avrupa Birliği üyesi ülkeler dışında tek üye olan Türkiye'nin BMD tarafından temsil edildiği Brüksel merkezli uluslararası komisyondaki faaliyetlerimiz, 2007'de olduğu gibi 2008'de de sürmüştür. Avrupa Birliği tarafından yayınlanan 2007 raporunda, ne yazık ki Türkiye, taklit ürünlerin geldiği ülkeler arasında sekizincilikten üçüncülüğe yükselmiştir.

2008 yılında 11 değerli markamız daha BMD üyesi olmuşlardır. BMD'nin 2008 sonu itibarıyla üye profilini incelediğimizde ise, sektörel dağılımın, % 54 oranında hazır giyim, % 16 oranında ayakkabı ve deri, % 7 oranında çok katlı mağazacılık, % 5 oranında ev dekorasyonu-mobilya-ev tekstili şeklinde oluştuğunu görüyoruz. BMD'nin, mevcut üye dağılımını temelde koruyarak, ev-dışı tüketim olarak adlandırdığımız eğlence ve hizmet alanlarından da marka konumlandırmasına uygun yeni üyelerle güçlenmeye devam edeceğine inanıyorum.

Üye firmalarımızın irtibat bilgileriyle çeşitli bölüm yöneticilerinin yer aldığı Üye Erişim kataloğunu siz üyelerimizle paylaşarak, BMD üyelerinin birbirlerine kolayca ulaşmalarına da olanak sağlamış bulunuyoruz.

Üyelerimizin ödedikleri yıllık aidatların karşılığını fazlasıyla alabilecekleri yeni projeleri 2009 yılında yürürlüğe koyma hedefimizi sizinle bir kez daha paylaşırken, Yönetim Kurulumuza ve Derneğimize verdiğiniz destek için siz değerli üyelerimize içten teşekkürlerimi sunarım.

Sevgi ve saygılarımla,

Ekrem AKYİĞİT
Yönetim Kurulu Başkanı

BMD ÜYE PROFİLİ

BMD, Eylül 2001’de 47 üye ile başladığı sektörel yaşamında bugün 134 kurumsal üyeye sahiptir.

BMD üyelerinin, 31 Aralık 2008 itibarıyla sektörel dağılımına baktığımızda, **hazır giyimin 72 firma ile dernek üyeleri arasında % 54’lük bir orana sahip olduğunu görüyoruz. Ayakkabı – deri sektörü 21 firma ve %16 oranla ikinci sırada yer almaktadır. Üçüncü sırada ise 9 firma ve %7 oranla çok katlı mağazacılık** bulunmaktadır.

BMD üyeleri 2007 yılında 21 milyar YTL ciro gerçekleştirmiş ve 150 bin kişiye iş olanağı sunmuştur. 2008 yılında bu rakamlar ciroda 24 milyar YTL, istihdamda ise 160 bin’e ulaşmıştır. 2008 yılında gıda dışı perakendenin ciro bakımından yaklaşık %25’i, istihdam bakımından da yaklaşık %35’i BMD üyelerine aittir.

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

2008 yılında BMD’ye 11 yeni üye kabul edilmiştir:

SO CHIC
CONVERSE
CAMEL ACTIVE
DEFACTO
CHAKRA
MUYA
TAÇ
KEMAL TANCA
AFM SİNEMALARI
STEVE MADDEN
TURKCELL

2008

YENİ ÜYE: 11

KATEGORİ

**FİRMA
SAYISI**

YÜZDESİ

aksesuar

4

3%

ayakkabı, deri

21

16%

bebek, oyuncak	1	1%
çok katlı mağazacılık	9	7%
danışmanlık, eğitim	2	1%
eğlence	1	1%
hazır giyim	72	54%
iletişim, elektronik, beyaz eşya	4	3%
kozmetik	3	2%
küçük ev aletleri	3	2%
mobilya, ev tekstili	7	5%
mücevher, altın	5	4%
müzik, kitap	1	1%
optik	1	1%
TOPLAM	134	100%

HABERLER

2008 YILBAŞI KONSEPT TASARIM YARIŞMASI ÖDÜLLERİ CAHİDE CABARET’DE VERİLDİ

22 Ocak 2008

Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) tarafından Hürriyet LOOK işbirliğiyle 2008 yılında beşincisi düzenlenen, alışveriş merkezleri ve mağazaların yılbaşı düzenlemelerinin değerlendirildiği “Yılbaşı Konsept Tasarım Yarışması” ödülleri, 22 Ocak 2008 akşamı, Cahide Cabaret’de düzenlenen bir törenle sahiplerini buldu.

Seçkin alışveriş merkezleri ve mağazaların, yeni yıl konsepti ile tasarladıkları vitrin, iç mekan ve dış mekan düzenlemeleri ve bu düzenlemeleri gerçekleştiren tasarımcılar ödüllendirildi. Bu özel ödül törenine BMD üyelerinin yanı sıra, perakende sektörünün önde gelen isimleri, ünlü modacılar ve tasarımcılar da ilgi gösterdi.

“Alışveriş merkezi” ve “Mağaza” tasarımı olmak üzere her iki kategoride birinci olan yarışmacılar, BMD ve Hürriyet Look tarafından, New York’taki Tasarım Haftası’na bir yolculuk ile ödüllendirildi. Yarışmanın ikincileri Dusseldroff Euroshop Fuarı’nı ziyaret etme fırsatı bulurken, üçüncüler ise Milano Tasarım Haftası’na üç günlük seyahat kazandı.

BMD Yılbaşı Konsept Tasarım Yarışması’nda ödül kazanan yarışmacılar:

AVM Kategorisi

1. ASLI TUANA YAZICI’nın tasarımı ile ESKİŞEHİR NEO AVM
2. DERYA EKİCİ’nin tasarımı ile M1 MEYDAN AVM – ÜMRANİYE
3. ASIM YILDIZ’ın tasarımı ile METROCITY AVM

Mağaza Kategorisi

1. MİNE MERKİT’in tasarımı ile YKM

2. SANDRA ARSLANOĞULLARI ve SEDA UÇAR'ın tasarımıyla MUDO
3. MURAT TAMGÜÇ'ün tasarımıyla CHAKRA

Gecede "Jüri Özel Ödülü"nü ise ERDİL YAŞAROĞLU ve ŞEBNEM İKİİŞİK'in tasarımıyla BETA mağazası aldı.

BMD GENEL KURULU'nda YENİ YÖNETİM BELİRLENDİ 19 Şubat 2008

Birleşmiş Markalar Derneği'nin 19 Şubat 2008 tarihinde İTKİB Konferans Salonu'nda gerçekleştirilen Olağan Genel Kurulu'nda yeni yönetim belirlenirken, Ekrem AKYİĞİT, BMD Yönetim Kurulu Başkanlığı'na seçildi.

Genel Kurul'da başkanlık görevini Ekrem AKYİĞİT'e devreden Ali Murad KIZILTAŞ, yeni yönetimin BMD'yi çok daha iyi noktalara taşıyacağına inandığını ifade etmiştir.

Toplantıda 2007 Faaliyet Raporu, Denetleme Kurulu Raporu, 2007 yılı gelir-gider tablosu okunmuş, 2008 yılı bütçesi onaylanmıştır.

Ayrıca, BMD Tüzüğü'nün bazı maddelerindeki değişiklikler de oybirliği ile kabul edilirken, üyelik giriş bedelinin 10.000 TL, yıllık aidatın ise 5.000 TL olması da oybirliği kararlaştırılmıştır.

BMD YÖNETİM KURULU (2008-2010 dönemi)

COLLEZIONE	EKREM AKYİĞİT	BAŞKAN
BOYNER	ASLI KARADENİZ	BAŞKAN YARD.
FAİK	METE SÖNMEZ	BAŞKAN YARD.
SÖNMEZ	ÖZLEM İKİİŞİK	BAŞKAN YARD.
BETA	SEMİH SARAÇOĞLU	BAŞKAN YARD.
SESA GROUP	SEMİH ŞEFTALİ	BAŞKAN YARD.
ESSE	AHMED SAİD KAVURMACI	ÜYE
AYDINLI	BURAK CELET	ÜYE
GRUP	ERSİN AKARLILAR	ÜYE
DESA	HİLAL SUERDEM	ÜYE
MAVİ JEANS	OSMAN ARAR	ÜYE
KİGİLİ	ABDÜLKADİR YALÇUVA	ÜYE
DAMAT	ALİ GÖKHAN ER	ÜYE
MUDO	ALİ BERK TUNCER	ÜYE
BÜCÜRÜK	HAKKI TALU	ÜYE
İNCİ	HÜSEYİN ŞEYNOVA	ÜYE
İGS		
EFOR		

KOTON	İBRAHİM KANBUROĞLU	ÜYE
YKM	JAKLİN GÜNER	ÜYE
TWIGY	SİNAN ÖNCEL	ÜYE
BİLSAR	SELMAN BİLAL	ÜYE
UNİTİM	VAHİT İPEKÇİ	ÜYE

BASIN TOPLANTISI

20 Mart 2008

Birleşmiş Markalar Derneği Yönetim Kurulu, göreve gelmesinin ardından, basınla tanışmak ve sektörel konulardaki görüşlerini paylaşmak üzere 20 Mart 2008 akşamı Feriye Lokantası'nda bir toplantı düzenlemiştir.

Basınla tanışma yemeğine 20'ye yakın yazılı ve görsel bası organından 50 kadar basın mensubu katılmıştır.

Toplantıda, alışveriş merkezleri ile ilgili yaşanan sorunlar konusunda çalışmalar yaptıklarını bildiren BMD Başkanı Ekrem Akyiğit yeni dönemde alışveriş merkezleri, banka ve kredi kartları, eğitim ve kamu ilişkileri alanında çalışmalara ağırlık vereceklerini ifade etmiştir.

Sektörün önemli bir sorunu olan AVM'ler konusunun da altını çizen Akyiğit, BMD olarak bu konuda bir komite oluşturduklarını ifade etmiş, Akyiğit, özellikle bugüne kadar açılan ve bundan sonra açılacak olan AVM'lerin markalara sorun teşkil etmemesi için çalışmalar yaptıklarını belirtmiştir. BMD Başkanı şöyle demiştir: "Altına hücum gibi bir "AVM'lere hücum" vardı. Adeta bir AVM yağması yaşandı. Pazar, tüketici, altyapı çalışmaları olmadan AVM'ler açılıyordu. Özellikle birbirine yakın AVM'ler hem markaları hem de tüketicileri memnun etmiyor. Fakat son bir yıldan beri artık seçme hakkı bize düştü. Artık AVM'ler eski öneminde değil. Eskiden marka olmanın yolu AVM'den geçiyordu. Eğer bir AVM'de olmazsanız markanızı olumsuz etkiliyordu. Fakat artık yanlış AVM'de olmak sona atılan bir taş gibi oluyor"

BMD Başkan Yardımcısı Semih Şeftali ise, markaları yerli-yabancı şeklinde kategorize etmenin yanlış bir yaklaşım olduğunu belirterek, "Markanın yerlisi yabancıdır olmaz. AVM'lerin kira kontratı yaparken, markaları konumlandırırken yerli-yabancı ayrımı yapılmaması gerektiğini düşünüyoruz. Artık en büyük patron müşteri. AVM'lerde kalite çok önemli. Buralardaki ziyaretin alışverişe dönmesi gerekiyor. Burada yabancı markaların yerli markalara göre finans ve marka gücü açısından üstünlüğünü görerek yerli markayı ezdirmemek gerekiyor. Aslında yerli markaların yabancılara göre piyasayı daha iyi bildiklerini düşünüyoruz. Bu nedenle yabancılara göre daha şanslılar. Sadece yabancı markalara ağırlık veren alışveriş merkezlerinin başarılı olduğunu söylemek de mümkün değil. AVM'lerdeki kalite çok önemli. AVM'ye giren kişi sayısı tek başına bir gösterge değil. AVM'ler ile yapıcı bir çalışma içine girmek istiyoruz. AVM'lere giden tüketici ürün satın almıyorsa markalar da burada suçludur" dedi.

HOWARD SAUNDERS WORKSHOP THE MARMARA’da DÜZENLENDİ 17 Haziran 2008

Perakende Günleri 2008’in ana konuşmacılarından biri olan ve Londra merkezli Echochamber’in kurucusu ve başkanı, trendler konusunda markalara stratejik danışmanlık yapan Howard Saunders, BMD ve Soysal’ın davetlisi olarak geldiği İstanbul’da, BMD üyesi firmaların yönetim kurulu başkanlarına özel bir workshop gerçekleştirmiştir.

Howard Saunders, “ARZUYU YÖNETMEK - PERAKENDEDE TRENDLER VE TASARIM” başlıklı workshop’ta, dünya trendleri, bu trendlerin müşteri beklentilerine yansımaları, müşteri-marka-mağaza memnuniyeti, mağaza tasarımı ve ürün teşhiri konuları üzerinde durmuştur.

Aynı konulu oturum, Perakende Günleri 2008’de tüm katılımcılara açık olarak bir kez daha gerçekleştirilmiştir.

BOĞAZİÇİ ÜNİVERSİTESİ “PERAKENDE SEKTÖRÜNDE MAĞAZA VE ÜRÜN YÖNETİCİLİĞİ PROGRAMI” SERTİFİKA TÖRENİ 23 Haziran 2008

Boğaziçi Üniversitesi’ne bağlı Yaşamboyu Eğitim Merkezi bünyesinde düzenlenen ilk iki programın gördüğü ilgi üzerine, Perakende Sektöründe Mağaza ve Ürün Yöneticiliği programı, 06 Kasım 2007 – 27 Şubat 2008 tarihleri arasında dördüncü kez düzenlenmiştir. Program katılımcıları, firmaların gerek merkezi gerekse mağazalarındaki mevcut yöneticilerini veya yönetici adaylarını kapsamıştır. Programda, perakende sektöründe önem taşıyan konular olan “Mağaza Yönetiminde İnsan İlişkileri”, “İş Ahlakı ve Yöneticinin Hukuku”, “Pazarlama Yönetimi”, “Finans ve Finansal Muhasebe”, “Satın Alma ve Ürün Yönetimi” başlıkları, ayrıntılı bir eğitim müfredatıyla katılımcılara aktarılmıştır.

117 saat süren program sonunda, katılımcılara, “Boğaziçi Üniversitesi ve BMD Perakende Sektöründe Mağaza ve Ürün Yöneticiliği Yeterlilik Sertifikası” verilmiştir.

Bu amaçla, 23 Haziran 2008 tarihinde, Boğaziçi Üniversitesi Mezunları Derneği Sosyal Tesisleri’nde bir ödül töreni düzenlenmiş, katılımcılara sertifikalarını Boğaziçi Üniversitesi öğretim üyeleriyle BMD Yönetim Kurulu üyeleri sunmuşlardır. Törenin ardından, eğitim alanların, firma temsilcilerinin ve BMD Yönetim Kurulu üyelerinin katıldıkları bir kokteyl verilmiştir.

GELENEKSEL İFTAR YEMEĞİNDE BMD ÜYELERİ BİRARAYA GELDİ 18 Eylül 2008

Gelenekselleşen bir organizasyon olan İftar Yemeğimiz, 18 Eylül 2008 akşamı BMD üyelerinin ve perakende sektörü mensuplarının katılımıyla Çırağan Sarayı’nda düzenlenmiştir.

150’ye yakın davetlinin katıldığı İftar Yemeği’nde üyelerimize:

1. Temel ekonomik veriler, bazı sektörel bilgiler ve veriler, Türkiye’de tüketici alışkanlıklarına ilişkin bir araştırma, BMD üyelerinin sayısal verilerinin ve 2008 yılı medya yansımalarının yer aldığı 200 sayfalık “**BMD VİZYONUNDAN SEKTÖREL ANALİZ**” isimli bir kitap;
2. BMD Yönetim Kurulu’nun 7 aylık faaliyetlerinin aktarıldığı bir yazı;
3. Destek Patent tarafından her bir üyemize özel hazırlanan ve markalarının tescil durumlarının yer aldığı bir rapor;
4. Perakende sektörüne ve BMD’ye ait yaklaşık sekiz bin adet haberin yer aldığı özel bir DVD;
5. BMD üyesi olmanın ayrıcalığını simgeleyen özel plaketler,

bir set olarak özel paket içinde sunulmuştur.

Gecede, Yönetim Kurulu Başkanımız Ekrem AKYİĞİT bir konuşma yaparak, Türkiye’nin ve sektörümüzün temel ekonomik verileri ışığında kısa bir değerlendirmesini yapmış, marka kavramından hareketle BMD’nin sektördeki önemli yerine dikkat çekmiştir.

BASIN TOPLANTISI 11 Ekim 2008

BMD Yönetim Kurulu, her altı ayda bir düzenlediği basın toplantılarından ikincisini 11 Kasım 2008 tarihinde gerçekleştirerek gündemdeki konular hakkındaki görüşlerini kamuoyuyla paylaşmıştır.

Birleşmiş Markalar Derneği Başkanı Ekrem Akyiğit, yönetim kurulu üyeleriyle birlikte düzenlediği basın toplantısında pazarın durgunluk hastalığına yakalanmaması için organize perakende sektörünün, en uygun alım koşullarını yaratarak kendisini yeniden yapılandırıldığını söyledi. Markaların sezonu kendi güçleri çerçevesinde indirimlerle açtığını anlatan Akyiğit,

Türkiye’de hiçbir dönem böylesi bir uygulamanın yaşanmadığına dikkat çekti. Akyiğit, “Müşteri bugün gerçek anlamda kral olmanın keyfini çıkarmalı” dedi.

Ekrem Akyiğit, yeni ekonomik ortamda pazarın daralmasını engellemek, suni bir durgunluğa kapı aralamamak için marka ve AVM yöneticilerinin sürekli görüşme halinde olduklarını belirttiği konuşmasını şöyle sürdürdü: “BMD olarak dünyadaki finansal krizin farkındayız. Biz bu durumu bir kaç ay içinde sona erecek bir "kriz"den ziyade dünyada ve ülkemizde oluşan "yeni ekonomik ortam" olarak görüyoruz ve işlerimizi bu bakış açısı ile yönetiyoruz. Perakende sektörünün tüm oyuncuları üreticiler, tedarikçiler, bankalar, alışveriş merkezleri ve diğer tüm katkı sağlayıcılar tüketicilerimiz için en uygun alım koşullarını sağlamak üzere seferber olduk, güç kalkanı oluşturduk”

Ekrem Akyiğit, markaların en önemli partnerleri olan AVM’lerle yapılan görüşmelerin, tüketicinin ve sektörün geleceği göz önünde bulundurularak sürdürüldüğünü söyledi. Akyiğit: “Bu kapsamda BMD üyeleri içinde oluşturulan Akil Adamlar Kurulu ile AVM yöneticileri ile bir araya geldiler. Yeni ekonomik ortamdan sektörün güçlenerek çıkmasını sağlayacak yaklaşımların 31 Aralık 2009 tarihine kadar geçerli olmasını ve 01 Ocak 2010 tarihinden itibaren eski koşullara geri dönülmesini istedik. Bugüne kadar olduğu gibi bundan sonra da AVM’lerle sürdürdüğümüz sıcak ilişkilerimizi devam ettireceğiz. Çünkü birlikte hareket edip, müşteri, marka ve AVM’ler olarak birlikte kazanacağız” dedi.

GÜN BUGÜN KAMPANYASI İSTANBUL’DA DÜZENLENDİ

21 Kasım – 31 Aralık 2008

Dünyayı etkilemekte olan yeni ekonomik ortamda bireylerin moralini yükseltmek, sektörümüzün ve markalarımızın satışlarını olumlu etkilemek ve tüketicilerin gündelik yaşamlarını abartılı bir kaygıdan uzak biçimde sürdürmelerini sağlamak amacıyla çalışmalar yürütülmektedir.

Bu kapsamda, İstanbul Büyükşehir Belediyesi ve İstanbul Ticaret Odası’nın önderliğinde, başta Alışveriş Merkezleri ve Perakendeciler Derneği, Birleşmiş Markalar Derneği ve Tescilli Markalar Derneği olmak üzere, 20’den fazla sivil toplum kuruluşunun işbirliğiyle 21 Kasım 2008 Cuma günü, İstanbul’da GÜN BUGÜN Kampanyası başlatılmıştır.

20 Kasım 2008 Perşembe günü gerçekleşen bir basın toplantısıyla kampanyanın kamuoyuna tanıtımı yapılmıştır. Kampanya kapsamında, İstanbul Büyükşehir Belediyesi köprü alınlıklarında, billboard’larda kampanya hakkında reklam ve ilanlara yer vermiş, İstanbul Ticaret Odası ise, kampanya boyunca 14 gazetede ilanlar vermiştir.

Bu aşamada, perakende sektörünün oyuncularından olan İstanbul’daki alışveriş merkezleri de (AVM) bir yandan dış cephe giydirmeleri yaparken diğer yandan da AVM içinde kampanya görsellerini kullanmışlar, kampanya kapsamında, firmalar da AVM’lerdeki ve caddelerdeki mağazalarında kampanya görsellerini kullanmışlardır.

Kampanyaya, yaklaşık 14 bin firmanın 65 bin mağazası katılmıştır. Kampanya süresi, bayramı da içine alacak şekilde planlanmıştır.

Mağaza kapısında veya vitrininde bu görselleri gören tüketici, o mağazada kendi faydasına olacak özel bir uygulamanın varlığından haberdar olmuş, tüketiciler evlerinden çıkarak ekonomide olumlu bir hareketlenmeye katkı sağlamışlardır.