

FAALİYET RAPORU 2010

BMD

BİRLEŞMİŞ
MARKALAR
DERNEĞİ

NATIONAL RETAIL FEDERATION ÜYESİ

AVRUPA MARKALAR DERNEĞİ TAKLİTLE MÜCADELE KOMİTESİ ÜYESİ



"Derhal bildirmeliyim ki, ben ekonomik hayat denince;
ziraat, ticaret, sanayi faaliyetlerini ve bütün bayındırlık işlerini,
birbirinden ayrı düşünülmesi doğru olmayan bir bütün sayarım."

K. Atatürk

İÇİNDEKİLER

BAŞKAN'DAN	03
KURUMSAL	05
HABERLER	09
BASIN TOPLANTILARI	24
ULUSLAR ARASI ETKİNLİKLER	32
RESMİ ZİYARETLER	40
EĞİTİM VE İNSAN KAYNAKLARI ETKİNLİKLERİ	44
KOMİTELERİN ETKİNLİKLERİ	48
YURTDIŞI PERAKENDE YATIRIMI	56
YÜKSEK İSTİŞARE KURULU TOPLANTILARI	62
YÖNETİM KURULU TOPLANTILARI	63
YAYINLAR	64
DENETLEME KURULU RAPORU	65
2010 GELİR-GİDER TABLOSU (BMD ve İKTİSADİ İŞLETME)	66
2011 TAHMİNİ BÜTÇE (BMD ve İKTİSADİ İŞLETME)	67



BAŞKANDAN

Değerli Birleşmiş Markalar Demeği Üyeleri,

2 Mart 2010 tarihinde seçilen yönetim kurulumuz, 1 yıllık görev süresini tamamladı. Öncelikle tüm Üyelerimize, her zaman olduğu gibi BMD yönetimine verdikleri destek ve faaliyetlerimize gösterdikleri ilgi için teşekkür etmek isterim. Bir sivil toplum kuruluşunun varlığı, Üyelerinin etkinliklere katılımıyla süreklilik kazanmaktadır. Bu açıdan BMD, Türkiye'deki çok önemli ve değerli demeklerdendir.

Demeğimizin 2010 yılındaki faaliyetlerini planlarken temel hedefimizden biri, yalnızca Üyelerimizin yararlanacağı çalışmalar yapmak değil, kamuoyunun da fayda sağlayacağı ve izleyeceği etkinlikler gerçekleştirilmektir. Bir diğer önemli hedefimiz de Türkiye'nin ekonomik ve sosyal gelişimine katkı sağlayacak bir hareket planı içinde olabilmektir.

Bu amaçla, göreve başladığımız ilk dönemde belirlediğimiz misyonumuz çerçevesinde, markalarımızın gücünü ve perakende yetkinliğini artırarak Türkiye'nin marka ekonomisine dönüşümünü sağlamak konusuna özel bir önem verdik.

"Marka ekonomisine dönüşüm" stratejimizin temelinde, Türkiye'nin geleceğinin markalı ihracatla olduğu düşünceyi yatmaktadır.

Moda perakendesi alanında markalarımız dünyada en üst düzeyde rekabet edebilir durumdadırlar. Ülkemiz 2023'e kadar bölge ve dünya modasına yön veren konuma taşınmak, İstanbul'u markalar merkezi haline getirmek şeklinde ifade edebileceğimiz vizyonumuz kapsamında, İstanbul'u bölge için bir moda merkezi haline getirip, Türkiye'den İtalya-İspanya benzeri bir başarı örneği çıkartabileceğiz.

Bu görüşlerimizin dayanağını oluşturan ve 2010 yılı içinde hazırlıklarına başladığımız raporumuz yıl sonuna doğru tamamlanmıştır. Raporda, marka ekonomisine dönüşümle ilgili ayrıntılı görüşler yer almaktadır. 2011 yılında Üyelerimizle ve kamuoyuyla paylaşacağımız bu rapor, Türkiye'ye markalı ihracat konusunda önemli bir yol haritası olacaktır.

2010 yılı içinde, marka ekonomisinin ve markalaşmanın bir diğer gereği olduğunu düşündüğümüz yurtdışında büyüme ve uluslararası alanda rekabetçi olma konularına da özel bir önem verdik.

Bu kapsamda, Türk markaları için önemli hedef pazarlar olabileceğine inandığımız yaklaşık 30 ülke haldonda raporlar hazırlandı. Rusya ve Orta Asya, Ortadoğu ve Afrika, Balkanlar ve komşu Avrupa olarak üç ana grupta hazırlanan bu raporlarda, ülke profili, sosyo-ekonomik ve demografik yapı, perakende pazarı ve rekabet, emlak gibi ana başlıklara yer verilmektedir. Raporlarda, ayrıca o ülkelere daha erken girmiş olan ve deneyimi bulunan üye firmalarımızın değerlendirmelerine ve görüşlerine de yer verilmektedir.

Söz konusu raporları 2011 yılının içinde özel etkinliklerde Üyelerimizle aktararak yararlanmalarını sağlayacağız.

Göreve başladığımızda düzenlediğimiz basın toplantısında duyurduğumuz temel hedeflerden biri de moda ve markalaşmaya öncülük eden ülkemiz insanlarının birer millî değer olarak tanınmasına öncülük etmek ve ülke çapında marka bilincinin yaygınlaşmasını sağlamaktır.

Bu konuda yürüttüğümüz çalışmalarda, farklı bir şeyler yapmanın bir insan yaşamında taşıdığı değeri ve bir marka için ne kadar yaşamsal olduğunu Üyelerimizle paylaşmayı hedefledik. Markalaşmak ve marka olabilmek için fark yaratmak gerektiğini keşfeden Türk insanlarının var olduğunu görmekten büyük mutluluk duyduk ve tüm bu deneyimleri de yıl boyunca düzenlediğimiz "Farkı Ne Yaratıyor?" etkinliklerinde Üyelerimizle paylaştık. Borusan'ın arkasındaki dev isim Asım Kocabıyık, dünya markası Mango'nun Türkiye doğumlu patronu İsaak Andıç Ermay, İstinye Park'ın yaratıcıları Zafer Kurşun ve Zafer Yıldırım, sadece Üyelerimize değil tüm Türkiye'ye nasıl fark yaratılabileceğini aktardılar.

Yola çıkarken oluşturduğumuz programımızdaki önemli başlıklardan biri de sosyal sorumluluk bilinciyle hareket ederek ülkemizin sosyal sorunlarının çözümüne üst düzeyde katkıda bulunmaktır.

Bu kapsamda düzenlenen "Türkiye'nin markaları Türkiye'nin çocuklarını giydirtiyor" projesi kapsamında 100 bin çocuğumuza giysi yardımı sağladık. 5 şehir ve 5 ilçeden seçilen ilköğretim çağındaki çocuklarımıza giymekten çoraba kadar toplam 6 parça ürün armağan edildi. Türkiye'de bugüne kadar gerçekleştiren en büyük sosyal sorumluluk projelerinden biri olan bu kampanyamızı 2011 yılında da sürdürdüğümüzü şimdiden ifade etmek isterim.

Değerli BMD Üyeleri,

Ellinizdeki faaliyet raporunda ayrıntılarıyla göreceğiniz etkinliklerimizin temel amacı Üyelerimiz arasında bilgi ve deneyimin paylaşımıdır. Bu paylaşımın BMD Üyeleri için önemli bir yol gösterici olduğuna inanmaktayız.

Diğer yandan, sektörel sorunlara karşı birlikte hareket etme çabasını güçlendiren de bu bilgi ve deneyim paylaşımıdır. Paylaşım arttıkça sorunların çözümü için bulunacak seçenekler de artacaktır. Birlikte çalışma ve birlikte hareket etme anlayışını yerleştirmeyi başardığımız ölçüde sorunlarımızı da çözebileceğiz.

Tüm Üyelerimize sağladıkları destekler için tekrar teşekkür ederim.

Sevgi ve saygılarımla

Yılmaz YILMAZ

Yönetim Kurulu Başkanı

YÖNETİM KURULU



YILMAZ YILMAZ
Başkan
KOTON



VAHAP KİŞİK
Başkan Yard.
LOW



HÜSEYİN DOĞAN
Başkan Yard.
RAMSEY



JARLIN GÖNER
Başkan Yard.
YOM



SEMİH ŞEFTALİ
Başkan Yard.
ESSE



BURAK ÇELET
Başkan Yard.
DESA



MEHMET ZİTYAN
Yönetim Kurulu Üyesi
FLO



AHMET SAİD
KAVURMACI
Yönetim Kurulu Üyesi
AYDINLI GRUP



OSMAN ARAR
Yönetim Kurulu Üyesi
DAMAT



HİLAL SUERDEM
Yönetim Kurulu Üyesi
KİGİLİ



SEDEF ORMAN
Yönetim Kurulu Üyesi
DERİMOD



SİNAN ÖNCEL
Yönetim Kurulu Üyesi
TWIGY



CÖNEYT YAVUZ
Yönetim Kurulu Üyesi
MAVİ



SAMİ KARİYO
Yönetim Kurulu Üyesi
PENTİ



ÖMER AKYİĞİT
Yönetim Kurulu Üyesi
COLLEZIONE



FATİH
AKBACAĞIN
Yönetim Kurulu Üyesi
AYAKKABI DÜNYASI



ÖNDER ÖZTARHAN
Yönetim Kurulu Üyesi
VEPA GRUP



EMİL GÜZELÜŞ
Yönetim Kurulu Üyesi
ZEN



ŞAHİN EROĞLU
Yönetim Kurulu Üyesi
COLINS



RİFAT ELHADEİF
Yönetim Kurulu Üyesi
VAKKO



AHMET
DALYANCIGİL
Yönetim Kurulu Üyesi
DEMİSA GRUP



SEMİH SARAÇOĞLU
Yönetim Kurulu Üyesi
OPMAR OPTİK



METE SÖNMEZ
Yönetim Kurulu Üyesi
FAK SÖNMEZ



ALİ GÖKHAN ER
Yönetim Kurulu Üyesi
BÜCÜRÖK

DENETLEME KURULU



FEYZİ KİTBEK
Denetleme Kurulu Üyesi
ATALAR



TEKİN ACAR
Denetleme Kurulu Üyesi
TEKİN ACAR



SELAMİ SARI
Denetleme Kurulu Üyesi
HENRY



NACİ ENGİN
Denetleme Kurulu Üyesi
ENG GROUP



MUZAFFER ÇİLEK
Denetleme Kurulu Üyesi
ÇİLEK



HASİP ÖZŞUDUN
Denetleme Kurulu Üyesi
BUN DESIGN

ETİK KURULU



ABDULLAH KİŞİK
Etik Kurulu Üyesi
KİGİLİ



SÜLEYMAN ORAKÇIOĞLU
Etik Kurulu Üyesi
DAMAT



SARUHAN TAN
Etik Kurulu Üyesi
YOM



ALİ MURAT KIZILTAŞ
Etik Kurulu Üyesi
İNÇİ



EKREM AKYİĞİT
Etik Kurulu Üyesi
COLLEZIONE

GENEL SEKRETERLİK

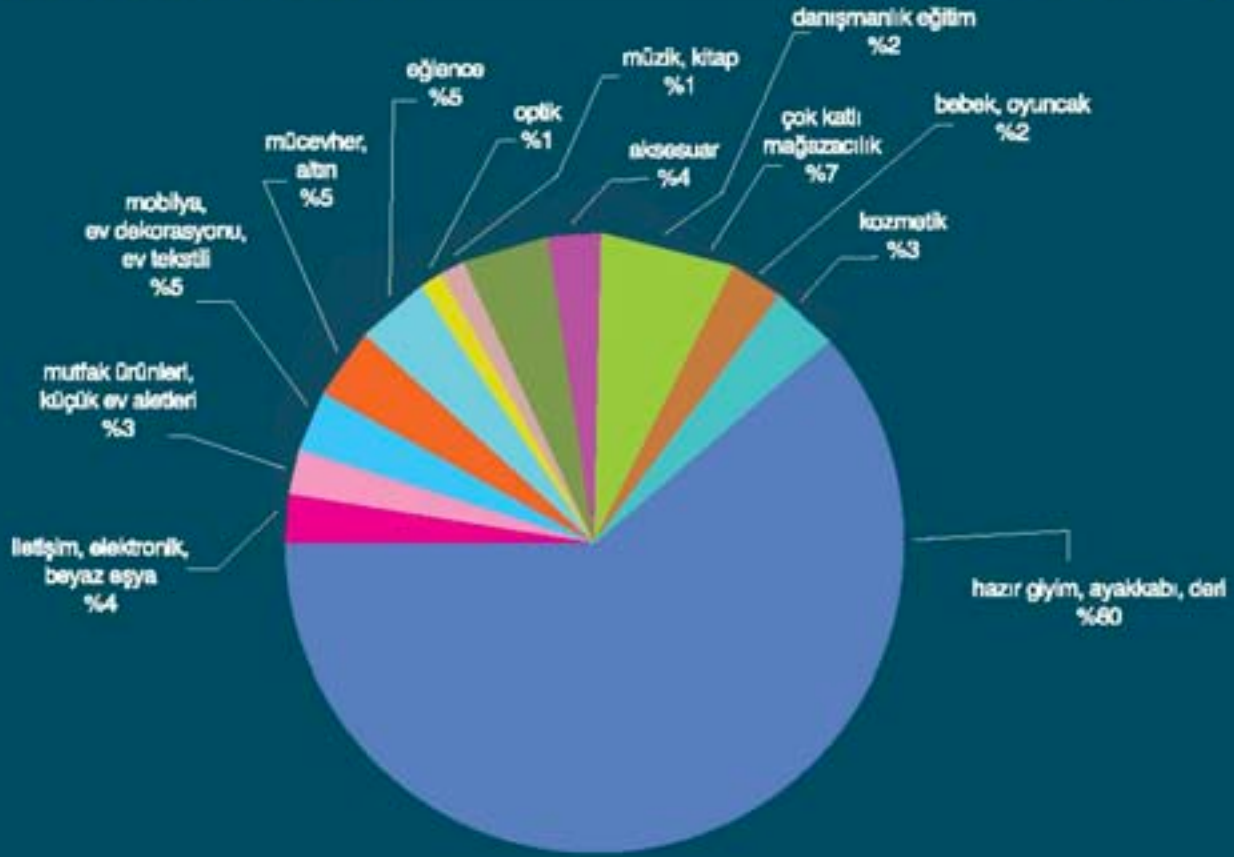


EKREM UTKU
Genel Sekreter

KURUMSAL

BMD ÜYE PROFİLİ 2010

31 Aralık 2010 itibarıyla



BMD üyelerinin, 31 Aralık 2010 itibarıyla sektörel dağılımına baktığımızda, hazır giyim, ayakkabı-deri sektörlerinin 80 firma ile dernek üyeleri arasında %60'lık bir orana sahip olduğunu görüyoruz. 9 firma ve %7 oranla çok katlı mağazacılık da önemli bir alanı kapsamaktadır.

BMD üyeleri 2009 yılında 24 milyar USD ciro gerçekleştirmiş ve yaklaşık 180 bin kişiye iş olanağı sunmuştur. 2010 yılında bu rakamlar ciroda 27 milyar USD'ye, istihdamda ise 230 bin'e ulaşmıştır.

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

2010 yılında BMD'ye 18 yeni üye kabul edilmiştir:

ARİŞ
AVEA
BAYDÖNER
COQUET
DARTY
DOĞAN BURDA
DOUGLAS

E-BEBEK
ESTEE LAUDER
HİSAR
LEKE JEANS
LESCON
MARKAFONİ
MIDPOINT

SUWEN
TCHİBO
TOYZZ SHOP
YATAŞ

MİSYON

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

VİZYON

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

27.03.2010 Yönetim Kurulu Çalıştayı

Birleşmiş Markalar Derneği'nin yeni dönem çalışmalarına bir yol haritası çizilebilmek amacıyla, Yönetim Kurulu üyelerinin katılımıyla bir Çalıştay (Workshop) gerçekleştirilmiştir.

Çalıştayda, BMD'nin kuruluş amaçlarından üyelerin beklentilerine, resmi kurumlarla olan ilişkilerinden yurtdışı bağlantılarına kadar birçok soruya yanıt aranmış, ayrıntılı olarak tartışmalar ve görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Çalıştay sonunda, misyon-vizyon, stratejik amaçlar ve değerler belirlenmiştir.

BMD
BİRLEŞMİŞ
MARKALAR
DERNEĞİ

DÜNYADA
BMD MARKALARI



80 ülkede 1900 mağaza

Avrupa'dan Atlantik Ötesine, Rusya Federasyonu'ndan Ortadoğu ülkelerine kadar yayılmış satış noktaları

**"MADE IN TURKEY"den
"TÜRK MARKALARINA"**

- "Hızlı moda" konseptinin önde gelen markaları,
- Güncel moda trendlerinin başarıyla yaratılması ve yansıtılması,
- Her yıl binlerce yeni tasarım,
- Deneyimli tasarım ekipleri,
- Mağazalarda rakipsiz görsel düzenleme,
- Yeni kültür zenginliğini dünyaya bütünüyle aktarım,
- Geleceği şekillendirme gücü.

YATIRIMCI VE ÜYE KURUMLARI
National Retail Federation

ADN

BMD
BİRLEŞMİŞ
MARKALAR
DERNEĞİ

500'den fazla markanın oluşturduğu, perakende sektörünün en güçlü derneğidir

MİSYON

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

VİZYON

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

SAYILAR

- Ülkede 2 milyondan fazla tüketici,
- 40 bin aktif satış noktası,
- 2 milyon 500 bin metrekare satış alanı,
- Üretim ve perakende alanında 200 bini yakın kişiye istihdam olanağı,
- 2000 gıda mağazası cinsisi 24 milyar USD.

İşin 20% ile ilgili



YATIRIMCI VE ÜYE KURUMLARI
National Retail Federation

NRF

DEĞERLENDİRME

BMD MARKALARI VE PERAKENDE SEKTÖRÜ AÇISINDAN 2010 YILI DEĞERLENDİRMESİ, 2011 YILI BEKLENTİLERİ

2010 yılının sayısal değerlendirmesine bir iki yıl geriye giderek başlamak, verilerin gerçekçi analizi açısından daha doğru bir yöntem olacak.

Türk perakende sektörü, 2008 yılında 160 milyar dolara yakın ciro gerçekleştirmiştir. Bunun 38,5 milyar dolarlık kısmı gıda-dışı modern perakendeye aittir. Kriz dönemi olmasına rağmen 2007 yılına göre yine yüzde 10 düzeyinde bir büyüme yakalanmıştır. 2009 yılında ise perakendenin bütününde yaklaşık yüzde 10-11 gibi bir büyüme gerçekleşmiştir. Buna göre, tüm perakende sektörünün 2009 cirosu 176 milyar dolar civarında olmuştur.

Sektörün alt kırılımlarına baktığımızda 2009 yılında gıda-dışı perakendenin, toplam perakendeye göre daha fazla bir büyüme içinde olduğunu tespit ediyoruz. Gıda dışı modern perakende cirosunun 2008 yılına göre yüzde 12 büyüyerek 43 milyar dolara ulaştığını görüyoruz. Gıda perakendesi cirosunun büyümesi ise yüzde 6 olarak kaydedilmiştir.

2009 yılının durgunluk ortamında Türk markalarının yine de karlılığı yakalamayı başardığını söyleyebiliriz. Bir yıl boyunca gözlenen, tüketici güven ve beklenti endekslerindeki düşüşe rağmen, perakende sektörü, tüketicinin ilgisini ve güvenini yakalama konusunda takdir edilecek bir çaba sarf etmiştir. Özellikle yılın son iki çeyreğinde sağlanan büyüme dikkat çekicidir.

2010 yılında geline nokta ise gıda-dışı perakende cirolarının yıllık bazda yüzde 19 artış kaydettiğini görüyoruz. 2009 yılının aynı döneminde bu artış 2008'e göre yüzde 9 olarak hesaplanmıştı. Hazır giyim sektöründe yıllık bazda neredeyse yüzde 40'a varan bir artış olduğunu görüyoruz. 2009 yılında ise hazır giyimde 2008'e göre yıllık artış yüzde 15'te kalmıştı.

2010 yılının sonunda tüm perakende sektörünün cirosu 200 milyar dolar sınırına dayanmıştır. 2007 yılının rakamlarının çok üstünde bir rakam söz konusudur. 2010 yılının artış rakamları 2009'daki artış oranlarından çok daha fazla gerçekleşmektedir.

Ciro dışındaki sayısal verilere baktığımızda BMD üyelerinin 2010 yılı sonunda yaklaşık 2 milyon 500 bin metrekareye yakın bir satış alanı üzerinde faaliyet gösterdiğini görüyoruz. Bu da yaklaşık olarak 50 bin satış noktası anlamına gelmektedir.

Tüm perakende sektöründe ise 2010 yılında satış alanı büyüklüğü 20 milyon metrekarenin üzerindedir. Buna göre, 300 bine yakın satış noktası olduğu tahmin edilmektedir.

Türk perakende sektörünün bütününde 2010 yılında yaklaşık 3 milyon kişi istihdam edilmektedir. BMD üyelerinin istihdam rakamı ise aynı dönem itibarıyla 230 bin kişiye yaklaşmaktadır.

2010 yılının dikkat çekici özelliği Türk ekonomisinin genelinde görülen güçlü ve istikrarlı yapının perakende sektöründe de yaşanmasıdır. Ülkedeki siyasi ve ekonomik istikrar, ekonomik verilerin gerek yurtiçinde gerekse uluslararası alanda yarattığı olumlu tepkiler sektörümüzde de işlerin düzen içinde yürümesini sağlamıştır.

Perakendede 2010 yılında alışveriş merkezi yatırımlarının 2009'a göre yeniden hareketlendiğini görüyoruz. Ekonomik durgunluk nedeniyle geçtiğimiz yıl yavaşlaya veya ertelenen yatırımlar 2010 yılında yeniden gündeme alındı, yeni projeler tanıtıldı, bir bölümü de tamamlanarak hizmete girdi.

Türk markalarının yurtdışına daha fazla önem vermeye başladıkları 2009 yılı, aynı zamanda, yabancı yatırımcıların da Türkiye'de yatırım yapma konusunda çekinceli davrandıkları ve birçok yatırım kararını erteledikleri bir yıl olmuştu. Krizin olumsuz etkileri, yabancı yatırımcıların Türkiye'ye yatırımdan uzaklaşmasına neden oldu. Ancak 2010 yılında bu eğilimin tersine döndüğüne, yabancı yatırımların yeniden hız kazandığına tanık olduk. Buna bağlı olarak, özellikle komşu ülkelerle sorunsuz dış politika süreci sayesinde ekonomik ilişkilerde de bir gelişme görülmüş ve gerek AVM yatırımcıları gerekse de markalarımız yurtdışı projelerine 2010 yılında daha fazla yönelebilmişlerdir.

2011 yılında genel seçimler yapılacak. Bunun Türk ekonomisi ve perakende üzerinde çok olumsuz etkileri olmayacağına inanıyoruz. Türkiye’de her dönemde görmeye alıştığımız “seçim ekonomisi” uygulamaları belki bir oranda yavaşlamaya yol açacaktır ancak geçmişte olduğu gibi ekonomi seçimlere aşırı tepki vermeyecektir.

2009 yılındaki referandum döneminde de gördüğümüz gibi Türk ekonomisi bu tür gelişmelerden daha az etkilenmektedir, bunlara karşı kırılganlığı azalmıştır.

Seçimlerden siyasi istikrarın devam edeceğine dair bir sonuç çıktığında ise, ekonominin buna olumlu yanıt vermesi kaçınılmazdır.

Perakende sektöründe 2011’in yüzde 20’ler üzerinde bir büyüme getireceğini düşünmek yanlış olmayacaktır. Hazır giyim alt kılımında bu oranın daha da yüksek olması, yıllık bazda yüzde 30’ların üzerinde olması beklenabilir. Tüketicilerin siyasi istikrarın var olduğuna dair inançları geleceğe güvenle bakmalarını sağlayacak, bu da harcamalarını herhangi bir endişeye kapılmadan organize etmelerini beraberinde getirecektir.

2011 yılında markalarımızın en kısa sürede maksimum büyüme için yönelmeleri gereken yollardan birinin de yurtdışı pazarlar olduğunu düşünmekteyiz. Türkiye dışındaki yeni pazarlar, sundukları sayısız fırsatla, markalara daha fazla sayıda tüketiciye ulaşma, yatırım yapma ve satışlarını artırma olanağı tanımaktadır.

BMD’nin temel stratejisi, hedef pazar olarak Türkiye’nin komşularını ve yakın coğrafyadaki ülkeleri seçmektir. Avrupa ülkeleri yıllardır Türkiye’nin en önemli ticari partneri olmuştur. Ancak son iki yıldır, Ortadoğu, Balkanlar ve Afrika ülkelerine de özel bir önem verilmektedir. Örneğin, son dönemde Ortadoğu ülkelerinin Türkiye’nin ihracatındaki payı yüzde 20’lere, Afrika ülkelerinin payı yüzde 10’lara çıkmıştır.

2011 yılına ilişkin tahminlerimizde cironun 200 milyar doların üzerine çıkacak olması başta gelmektedir.

2010-2023 dönemi arasında açılması planlanan alışveriş merkezlerini ve cadde mağazalarını da göz önüne aldığımızda, her yıl yaklaşık 150 bin civarında yeni elemana ihtiyaç duyulacağı hesaplanmaktadır. Böylece, 2011 yılında perakendenin genelinde 3 milyon 150 bin civarında bir istihdam öngörülmektedir. BMD üyelerinin ise 300 binlerle ifade edilen bir istihdam seviyesi yatalayacağını öngörüyoruz.

BMD’nin hedefi 10 yılda 20 bin yurtdışı mağazaya ulaşmaktır. Bu, BMD markaları için bir hayal değil, gerçekleştirilebilir bir hedeftir. Cumhuriyet’in 100. yılında yurtdışında 20 bin mağazayı aşmak en büyük amacımızdır.

Bu hedefe ulaşmak amacıyla 2011 yılı bizim için önemli bir atılım yılı olacaktır. 2010 yılında başlayıp yaklaşık 5 aylık süreçte tamamladığımız Yurtdışı Hedef Pazarlar Araştırması’yla üye ülkelerimize hedef pazarlar konusunda yol göstermek, mağaza açmayı planladıkları ülkelerdeki perakende ortamı ve diğer konularda bilgi sağlamak, daha önce bu ülkelerde deneyimi olan veya buralarda zaten mağaza açmış olan BMD markalarının bilgi birikimini aktarmayı hedefliyoruz. Bu araştırma ve raporları, 20 bin mağaza hedefine giden yolda BMD markalarına rehberlik edecektir.

Böylece, 2010 yılı sonu itibarıyla 65 BMD üyesi firmanın yurtdışında 80 kadar ülkede 2 bin’e yakın mağazasını, başlangıç olarak 2011 yılı sonunda 80 üye firmanın 90’a yakın ülkede 3 bin mağaza sayısına ulaştırmayı hedefliyoruz. Bu sayıyı 2023’e kadar yıllar içinde kademeli şekilde arttıracamız.

Perakendede 2011 yılının en dikkat çekicili özelliklerinden ve etkinliklerinden biri de İstanbul Shopping Fest olacaktır.

İstanbul’da 18 Mart - 26 Nisan 2011 tarihleri arasında düzenlenecek olan İstanbul Shopping Fest, şehrin dört bir yanına yayılan 90 modern alışveriş merkezinin yanı sıra; Taksim, Nişantaşı, Şişli, Bakırköy, Fatih, Bahariye ve Bağdat Caddesi gibi birçok ünlü markaya ev sahipliği yapan cazibe noktalarında, birbirinden renkli etkinlikler yaratacak.

HABERLER



İSTANBUL SHOPPING FEST BAŞLIYOR

18 Mart – 26 Nisan 2011

Uzun bir süredir üzerinde çalıştığımız ve İstanbul'u bir alışveriş destinasyonu olarak tüm dünyaya tanıtmayı hedeflediğimiz İstanbul Shopping Fest organizasyonu bir hayal olmaktan çıkıp İstanbul ve Türkiye için çok önemli bir ticari fırsat niteliğini kazanma noktasına gelmiştir.

Kültür ve Turizm Bakanlığı ve İstanbul Valiliği himayesinde; İstanbul Büyükşehir Belediyesi ve TİM desteğiyle; Birleşmiş Markalar Derneği (BMD), Alışveriş Merkezi Yatırımcıları Derneği (AYD) ve Alışveriş Merkezleri ve Perakendeciler Derneği (AMPD) koordinasyonunda gerçekleştirilen İstanbul Shopping Fest (ISF), İstanbul'u dünyanın alışveriş, kültür ve eğlence merkezine dönüştürecek.

18 Mart - 26 Nisan 2011 tarihleri arasında ilki gerçekleştirilecek olan bu organizasyon çerçevesinde, çok güçlü yurtdışı tanıtımları ve İstanbul'u tam bir festival havasına büründürecek etkinlikler planlanmaktadır.

Perakendecilerimiz, tüm satış noktalarında yapacakları cazip promosyonlarla, alışveriş merkezlerimiz ise bu festivalin ana mekanları olarak yapacakları katkılarla Shopping Fest'in asli oyuncular olacaktır.

Geçtiğimiz yıllarda İstanbul'da yapılan gıda dışı perakende alışveriş 1.8 milyon US\$ iken, 2011 yılında bu miktarın en az 2.7 milyon US\$'a yükselmesini ve bu alışverişin önemli bir bölümünün organize perakendecilik kanallarında yapılmasını büyük bir tutkuyla istemekteyiz. Projenin bir diğer temel hedefi ise, İstanbul'da yabancı turistlerin alışverişlerde 12 yılda 13 kat artış sağlamak ve 2023'te yabancı turist harcamalarının aylık perakende ticaret hacmi içerisindeki payını % 40'a çıkarmaktır.

Dünyanın birçok noktasından yüz binlerce ziyaretçinin ağırlanacağı İstanbul Shopping Fest'te açılış ve kapanış etkinliklerinin yanı sıra İstanbul'un çeşitli noktalarında, geç saatlere kadar açık kalacak olan alışveriş merkezlerinde ve mağazalarda pek çok aktivitenin gerçekleştirilmesi planlanıyor. Festival ruhu, alışveriş merkezleri kadar; Abdi İpekçi, İstiklal ve Bağdat Caddesi gibi İstanbul'un önemli alışveriş caddelerini de saracak. 40 gün boyunca devam edecek olan sokak şenlikleri, konserler, gösteriler, çocuklara özel oyunlar, partiler, yarışmalar ve defilelerle hareketlenen şehirde eğlencenin temposu daha da yükseliyor.

Festival süresince İstanbul'da olanları yeni sezon ürünlerinde ciddi indirimler bekliyor. Tax free ile %30'u aşan indirim imkanlarıyla alışveriş yapma fırsatı bulan turistler içinse İstanbul iki kat daha cazip bir hal alıyor. İstanbul Shopping Fest 2015 ile şehre 1,5 milyon turist çekmeyi hedefleyen festival, böylece İstanbul'un 2015'teki toplam 10 milyon turist hedefine de katkı sağlamış olacak.

İSTANBUL SHOPPING FEST BASIN TOPLANTISI ve GALA YEMEĞİ

18 Kasım 2010

40 gün 40 gece hem alışveriş hem eğlence, 5 yılda 5 kat turist, 2011'de 3 milyar dolar ticaret hacmi hedefi

İstanbul Shopping Fest, Çırağan Sarayı'nda düzenlenen lansman toplantısı ile basına tanıtıldı.

Kültür ve Turizm Bakanı Ertuğrul Günay, İstanbul Valisi Hasan Avni Mutlu, İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Kadir Topbaş, TİM Başkanı ve İstanbul Shopping Fest Platform Başkanı Mehmet Büyükekşi ve İstanbul Shopping Fest İcra Kurulu Eşbaşkanı Yılmaz Yılmaz'ın konuşmacı olarak bulunduğu toplantıda tüm destekçi kurum ve kuruluşların temsilcileri de katıldı.

40 gün 40 gece boyunca milyonlarca kişiyi ağırlayacak olan İstanbul Shopping Fest projesi, Kültür ve Turizm Bakanlığı ve İstanbul Valiliği himayesinde, İstanbul Büyükşehir Belediyesi, Türkiye İhracatçılar Meclisi, İstanbul Ticaret Odası ve İstanbul Kalkınma Ajansı'nın desteğiyle, AYD (Alışveriş Merkezi Yatırımcıları Derneği), AMPD (Alışveriş Merkezleri ve Perakendeciler Derneği) ve BMD (Birleşmiş Markalar Derneği) koordinasyonunda, THY (Türk Hava Yolları) işbirliğiyle ve TÜRSAB (Türkiye Seyahat Acentaları Birliği), TUROB (Turistik Otelciler, İşletmeciler ve Yatırımcılar Derneği), TMD (Tescilli Markalar Derneği), TURYİD (Turizm Restaurant Yatırımcıları ve İşletmecileri Derneği), TAV (Tepe Akfen Havalimanları) ve ISG'nin (İstanbul Sabiha Gökçen Havalimanı) katkılarıyla gerçekleştirilecek.



İstanbul Shopping Fest projesinin Çırağan Sarayı'nda düzenlenen basın toplantısının ardından, aynı gece Çırağan Sarayı'nda bir Gala Gecesi ile projenin özel sektöre tanıtımı yapıldı.

Özel sektör ve devlet kuruluşlarından birçok üst düzey temsilcinin katıldığı toplantıda İstanbul Shopping Fest İcra Kurulu Eşbaşkanları Yılmaz Yılmaz, Mehmet T. Nane ve Hakan Kodal, projenin detaylarını anlattılar. Eşbaşkanlar, projeye hükümet ve devlet kuruluşlarının desteklerinin altını çizerek, özel sektörden de aynı heyecanla destek beklediklerini söylediler.

Gecenin sonunda Mehmet Büyükekşi ve Abdullah Kılıcı'nın yönettiği bir açık artırma ile İstanbul Shopping Fest sırasında kullanılacak iki özel meca kullanımı hakkı satışa çıkarıldı. Alışveriş Merkezleri için satışa sunulan özel imkan, 18 Mart 2011, İstanbul Shopping Fest'in ilk gününde, gece 02:00'ye kadar açık kalma hakkı oldu. Projenin ilk gecesinde Beyoğlu, Nişantaşı ve Bağdat Caddesi'nde alışveriş gece 02:00'ye kadar sürecek. Bu caddeler ile birlikte gece açık kalma hakkını kazanan alışveriş merkezleri 250'şer bin dolar ödeyerek toplam 500 bin dolar ile açık artırmayı kazanan Torium ve İstinye Park Alışveriş Merkezlerinin oldu.

Gecede perakende sektörünün kullanımı için açık artırmaya sunulan meca ise Taksim meydanına kurulacak ve 40 gün 40 gece süresince kullanılacak olan 10 metrelik özel bir vitrindi. Bu vitrinin kullanımı için kıran kırana geçen bir sürecin sonunda 300 bin dolar ile en yüksek teklifi veren ve açık artırmayı kazanan Polaris, Kinetix, Flogart, Proshot, Torex, Halley ve Rootless markaları ile faaliyet gösteren Ziyen Grup oldu.



TÜRKİYE'NİN MARKALARI TÜRKİYE'NİN ÇOCUKLARINI GIYDİRDİ

BMD, Türkiye'de şimdiye kadar gerçekleştirilen en büyük ölçekli sosyal sorumluluk projelerinden birini hayata geçirerek tam 100 bin çocuğu giydirdi.

Birleşmiş Markalar Derneği (BMD), "Türkiye'nin markaları Türkiye'nin çocuklarını giydiriyor" adı altında benzersiz bir sosyal sorumluluk kampanyasına imza attı. Kampanya, her çocuğun yaş, beden ve cinsiyet özellikleri doğrultusunda hazırlanan kıyafetlerle Türkiye'nin farklı il ve ilçelerinden seçilen 100 bin çocuğun kışlık giyim ihtiyacını karşıladı.

Kampanya için hazırlanan giysiler, 2010 yılı için seçilen Diyarbakır, Van, Mardin, Çankırı, Gümüşhane illeriyle, İstanbul'un Pendik, Sultangazi, Esenyurt, Zeytinburnu ve Sultanbeyli ilçelerinde dağıtıldı.

Toplam 6 parçadan oluşan giysi paketi, 1 mont, 1 gömlek, 1 pantolon, 1 çift ayakkabı ve 2 çift çoraptan oluşuyor. Çocukların cinsiyet, yaş ve beden özellikleri dikkate alınarak hazırlanan yepyeni giysi paketlerinde, kız/erkek öğrenci durumuna ve bölgelere göre pantolon yerine etek, gömlek yerine yelek veya kazak, ayakkabı yerine bot yer aldı.

"Türkiye'nin markaları Türkiye'nin çocuklarını giydiriyor" kampanyası için 100 bin çocuğa hazırlanan giysilerin piyasa değeri, 20 milyon TL'ye ulaştı.



"FARKI NE YARATTI?" TOPLANTILARI BÜYÜK İLGİ GÖRDÜ

Asım KOCABIYIK'tan 65 yıllık iş yaşamına dair notlar - 26 Mayıs 2010

"Farkı Ne Yarattı?" projesi, BMD üyeleri başta olmak üzere, perakende sektörünün ileri gelenlerini ve kanaat önderlerini periyodik olarak bir araya getirerek, Türkiye'de çeşitli sektörlerde önemli ve büyük işlere imza atmış kişilerin, kendi başarı öykülerini katılımcılarla paylaşmalarını amaçlamaktadır.

Projedeki temel hedef, konuşmacıların bugüne dek yaptıkları işleri ve gerçekleştirdikleri projeleri sunmalarından çok, başarılarının ardındaki küçük ama çok önemli ayrıntıları ortaya çıkarmaları, iş veya özel yaşamlarında başlarından geçen bir olayın, karşılaştıkları küçük bir ayrıntının işlerinde nasıl bir değişikliğe yol açtığını katılımcılara aktarmalarıdır.

Proje, farkı yaratan küçük ayrıntıları sergilemeyi, katılımcılara gerek iş gerekse özel yaşamlarında kendilerine rehber olacak bir ışık tutmayı hedeflemektedir.

Projenin ilk toplantısı, Türkiye'de çok büyük başarılarla imza atmış olan Borusan Holding Kurucusu ve Şeref Başkanı Asım KOCABIYIK'ın katılımıyla gerçekleştirilmiştir.

Toplantı, CEO CLUB işbirliğiyle ve VODAFONE ana sponsorluğunda Hilton Oteli'nde yapılmıştır.



Mango'nun patronu İsak Andic ERMAY, BMD için Türkiye'de - 30 Eylül 2010

Türkiye'den İspanya'ya göç ederek dünyaca ünlü giyim markası Mango'yu kuran İsak Andic Ermay, Birleşmiş Markalar Derneği'nin (BMD) davetlisi olarak İstanbul'a geldi. BMD'nin CEO Club ile ortaklaşa gerçekleştirdiği 'Farkı Ne Yarattı?' toplantılarının konuğu olan Ermay, Mango'nun kuruluş hikâyesini, "Mango Kadını" kavramını nasıl yarattığını ve liderlik sırlarını paylaştı.

1970'lerde Türkiye'den şile bezi gömlekleri İspanya'ya ithal ederek başladığı kariyerinde bugün Mango'nun efsane patronu olarak anılan İsak Andic Ermay, bu işe şans eseri giriştiğini bildirdi.

Ermay, Mango'da 9 bini aşkın insan çalıştığını, ayrıca 25 bin kişinin de sadece Mango için üretim yaptığını belirterek, "Türkiye'de ise her yıl yaklaşık 15 mağaza açmayı hedefliyoruz. En iyi performans gösterdiğimiz ülkeler sıralamasında Türkiye birinci, Çin ikinci konumda" dedi.

14 yaşında Türkiye'den İspanya'ya göç eden Ermay, Türk yatırımcılara da tavsiyelerde bulundu. Türk hazır giyim markalarının yurt dışına mutlaka açılmalarını öneren İsak Andic Ermay, "Korkak olmayın, gidin diğer ülkelerde de mağazalarınızı açın. Siz Türkleri çok iyi biliyorum yüzde 100 başarılı olacaksınız. Çünkü gerekli tüm hazırlığınız ve birikiminiz zaten var" şeklinde konuştu.

2010 yılında yaklaşık 2 milyar euro ciro hedeflediklerini kaydeden İsak Andic Ermay, bu yıl içinde dünya genelinde 450 mağaza açacaklarını dile getirdi.

BMD Başkanı Yılmaz Yılmaz ise yaptığı konuşmada tüm dünyada yaklaşık bin 700 mağazası bulunan Mango'nun, yurt dışına açılmak isteyen Türk markaları için önemli bir örnek oluşturduğunu söyledi.

Dünyada bu denli büyük başarıları imza atan bir yatırımcıyla bir araya gelerek deneyimlerini dinlemenin Türk perakende sektörü için son derece önemli olduğunu belirten Yılmaz, "Mango, Türkiye'de doğmuş bir girişimcinin yarattığı dünya markası. Aynı zamanda satın almasının önemli bir kısmını Türkiye'den yapan, üretiminde önemli oranlarda Türkiye'den yararlanan bizden biri... İsak Andic Ermay, bu anlamda için çok iyi bir model. Bu nedenle bize de cesaret veriyor. 'Mango yaptıysa biz de yapabiliriz' dedirtiliyor" dedi.

Yılmaz Yılmaz, BMD olarak yurtdışında Türk markalarına ait 2 bin mağaza sayısını 10 yılda 20 bine arttırma hedefleri için Mango'nun efsane patronu İsak Andic Ermay'ın birikimlerinin faydalı olacağını anlattı.



Orjin Grupla başlayıp İstinye Park ile zirveye çıkan bir ortaklığın mimarları: Zafer Kurşun ve Zafer Yıldırım - 30 Kasım 2010

Büyük başarılarla imza atan yöneticilerin birikimlerini paylaştıkları "Farkı Ne Yarattı?" söyleşisinde Kurşun ve Yıldırım, uzun yıllara dayanan ortaklıklarının ayrıntılarını paylaştı.

Yardımcı Doç. Dr. Fatoş Karahasan'ın moderatörlüğünü yaptığı söyleşide Orjin Grup Ortağı Zafer Yıldırım, "Kendi zenginliğimizden ziyade ülkemizin zenginliği daha önemli. Ülkemizin ve devletimizin zenginliğini ön plana çıkarmamız gerekir" dedi.

30 yıl önce yurt dışında yatırım yaparken büyük zorluklar yaşadıklarını, bugün ise bu sürecin son derece kolaylaştığını anlatan Zafer Yıldırım, o sıkıntılı dönemlerde Almanya'da ilk Türk şirketini kendilerinin kurduğunu söyledi.

Daha sonra ABD pazarlarına yönelediklerini dile getiren Yıldırım, ABD'ye ilk gittiklerinde çok para kaybettiklerini ifade ettiği konuşmasında "Korkmadık, yeniden gittik. Bir şekilde onların ürünlerini biz ürettiyorduk. Fakat fiyat noktasında şansınız yoktu. Çin ile rekabet şansınız yoktu. Çünkü onların fiyatları daha ucuzdu" dedi.



Yıldırım, "iki ortağın arasında tartışma olup olmadığının" sorulması üzerine de, kendilerinin de kimi zaman anlaşmazlığa düştüklerini, birbirlerine güvenlerinin çok fazla olduğunu ve olayın birkaç dakika sonra kendiliğinden çözüldüğünü söyledi.

Zafer Kurşun ise, "Made in Turkey" algısının Avrupa ülkelerinde artık ön sıralarda geldiğini belirterek, bundan gurur duyduğunu ifade etti.

Başarının arkasında çok çalışmanın olduğunu anlatan Kurşun, şunları ifade etti:

"Müşterilerinizi kendiniz gibi görmedikçe başarılı olamazsınız. İnanmadığımız şeyleri hayata geçirmekten uzak durduk. 1990'da Hugo Boss'un distribütörlüğünü aldık. Bu temsilcilik bize çok şey kattı. Ciro olarak bize yüzde 1 oranında bir değer katsa da farklı alanlarda ufkumuzu ve önümüzü açtı. Markalaşma adına çok şey kattı. Ülke imajı bizim için her zaman ilk sırada yer aldı. Gelen tüm ortaklarımızı gerekirse havalimanlarından aldık. Başladığımızda Türkiye'ye ve Türk insanına bakış çok farklıydı. Türk ihracatçılara bakış çok kötüydü. İhracatçılar Türkiye'yi temsil etmek için özen göstermek zorundadır. Gerek ortaklıklarda gerekse ilişkilerde karşıdaki kişinin tüm haklarına saygı göstermek durumundasınız."

BMD GENEL KURULU'NDA YENİ YÖNETİM BELİRLENDİ

2 MART 2010

Birleşmiş Markalar Demeği'nin Olağan Genel Kurulu, 2 Mart 2010 tarihinde Sabancı Müzesi The Seed Etkinlik Merkezi'nde yapıldı.

200'e yakın davetlinin katıldığı toplantıda, 2010-2012 döneminde görev alacak olan BMD kurulları da belirlendi.

Yapılan seçimde, KOTON Yönetim Kurulu Başkanı Yılmaz YILMAZ tarafından Genel Kurul'a sunulan liste oybirliğiyle onaylandı ve BMD'nin yeni Yönetim Kurulu da belirlenmiş oldu.



BMD'NİN 6'NCI BAŞKANI YILMAZ

Koton Mağazaları'nın sahibi Yılmaz Yılmaz, tek liste ile gidilen seçimde **Birleşmiş Markalar Demeği'nin** 6'ncı başkanı oldu. Yılmaz, "Üzerimdeki ağır yükü sektörün desteği ile taşıyacağım" dedi.

Tek liste'nin önde gelen markaları satış alanında toplayan **Birleşmiş Markalar Demeği'nin** 6'ncı Genel Kurulunda yapıldı. Tek liste gidilen seçimde Koton Mağazaları'nın sahibi Yılmaz Yılmaz oy birliği ile **Birleşmiş Markalar Demeği'nin** 6'ncı başkanı oldu. Başkanlığı **Yılmaz Yılmaz** devralan Yılmaz, daha önce başkan seçilmesi halinde Türk markalarının yer aldığı pazarlarda yer alması için çağrılarla yola çıkacağını söylemişti.

YÖNETİM 25 KİŞİYE ÇIKTI

Yılmaz, "Üzerime ağır bir

yük yüklediğimin farkındayım. Bu yükü sektörün desteğiyle taşıyacağım" dedi.

Yılmaz Yılmaz ile gelen ilk değişim yönetim kurulu kadrosu oldu. Daha önce 20 kişiden oluşan kurula üye sayısı 25'e çıktı. Yılmaz, Akvizi'nin yönetiminde yer alan bir çok isimli liste sine aldı.

Ali Kızıldağ (Boynaz), **Özlem Kızıldağ** (Beko), Ali Berk Tuncer (İnci Den), Abdülkadir Yıldırım (Mucde) ve Semih Sarıoğlu (Sosa Group), Selma Bal (Bilgi), Hüseyin Seyran (Bilgi) adı yeni yönetim-

de bulunmayan 7 kişiden oluştu. İsmiye, 12 isim daha eklendi. Ayrıca, daha önce yönetiminde yer alan bazı markaların temsilcileri de değişti. Çiğdem'e'de **Yılmaz Yılmaz** yerine Ömer Akaylı, Koton'da **Yılmaz Yılmaz** yerine Yılmaz Yılmaz, Mavi Jean'le ise Emin Akarlılar'ın yerine Cüneyt Yılmaz yönetiminde yer aldı.

■ İSTANBUL (Bugün)

İşte yeni yönetim

Yılmaz Yılmaz (Koton), Vahep Küçük (Low), Hüseyin Doğan (Pamsey), Mehmet Ziyat (Flo), Ahmet Sait Kayırmacı (Aydin Group), Semih Sefali (Esse), Osman Arar (Darnat), Hâlet Suerdim (Kigili), Burak Çelik (Dosa), Seder Orman (Dinmod), Sıvan Oncel (Tivvy), Jaklin Güner (YKM), Cüneyt Yavuz (Mavi), Sami Kariyo (Penti), Ömer Akaylı (Collection), Fethi Akbecioğlu (Ayakkaba Dünyası), Oğuz Örtarhan (Vip), Emel Güzel (Zira), Selma Eroğlu (Colin), Rıfat Elhadi (Vakko), Ahmet Dalgıncı (Dernat), Semih Sarıoğlu (Sosa), Mete Sönmez (Fak Sönmez), Ali Oktan Er (Bucurka), Ekrem Ulu (Genel Sekreter).

2010 YILBAŞI KONSEPT TASARIM YARIŞMASI ÖDÜLLERİ THE SEED’de VERİLDİ

2 MART 2010

Birleşmiş Markalar Derneği tarafından 2004 yılından bu yana düzenlenen ve alışveriş merkezleriyle mağazaların yılbaşı tasarımlarının ödüllendirildiği Yılbaşı Konsept Tasarım Yarışması Ödülleri’nin yedincisi 2 Mart Salı günü Sabancı Müzesi The Seed Etkinlik Merkezi’nde sahiplerini buldu.

2010 Yılbaşı Konsept Tasarım Yarışması Ödül Töreni gecesinde, moda- tasarım dünyası ve Türkiye’nin en önemli markalarının temsilcileri bir araya geldi.

Alışveriş merkezlerinin ve mağazaların yılbaşı vitrin, iç ve dış mekan tasarımlarında belli kriterler çerçevesinde yapılan değerlendirmeler sonucunda, yarışmada ilk üç dereceye giren tasarımcılar ve mağaza ve alışveriş merkezi yönetimleri, BMD Tasarım Yarışması Heykelciği’ni kazandılar.

Alışveriş merkezleri kategorisinde 20, mağazalar kategorisinde ise 23 başvurunun yapıldığı yarışmada dereceye giren firmalar ve tasarımcıları aşağıdaki isimlerden oluştu:

DERECEYE GİRENLER:

JÜRI ÖZEL ÖDÜLÜ – VESTEL (Yeşim Memişyazıcı)

MAĞAZA 3.LÜK ÖDÜLÜ – BETA (Şebnem İkişık)

AVM 3. LÜK ÖDÜLÜ – CAPACITY AVM (Mehmet Ünal)

MAĞAZA 2.LİK ÖDÜLÜ – TEFAL (Murat Tamgöç)

AVM 2.LİK ÖDÜLÜ – ANKAMALL AVM (Serhan Gürkan)

MAĞAZA 1.LİK ÖDÜLÜ – TURKCELL (Kubilay Özvardar)

AVM 1.LİK ÖDÜLÜ – FORUM İSTANBUL AVM (Serhan Gürk



BMD 2010 Konsept Tasarım Yarışması yapıldı

Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) tarafından düzenlenen alışveriş merkezleri ve mağazaların yılbaşı tasarımlarının ödüllendirildiği 2010 Yılbaşı Konsept Tasarım Yarışması, 2 Mart Salı günü Sabancı Müzesi’nde sahiplerini buldu.

Alışveriş merkezleri ve mağazaların yılbaşı vitrin, iç ve dış mekan tasarımlarında belli kriterler çerçevesinde yapılan değerlendirmeler sonucunda, yarışmada ilk üç dereceye giren firmalar ve tasarımcıları aşağıdaki isimlerden oluştu.

Jüri Özel Ödülü: Vestel (Yeşim Memişyazıcı)
Mağaza 3. Lük Ödülü: Beta (Şebnem İkişık)
AVM 3. Lük Ödülü: Capacity AVM (Mehmet Ünal)
Mağaza 2. Lük Ödülü: Tefal (Murat Tamgöç)
AVM 2. Lük Ödülü: Ankamall AVM (Serhan Gürkan)
Mağaza 1. Lük Ödülü: Turkcell (Kubilay Özvardar)
AVM 1. Lük Ödülü: Forum İstanbul AVM (Serhan Gürk)

BMD ÜYELERİ "PUBLIC-SORTIE"DE BİR ARAYA GELDİ

16 HAZİRAN 2010

BMD ve Om Yayıncılık İşbirliğiyle yayınlanan ALL Dergisi'nin 3. yaşgünü dolayısıyla düzenlenen parti öncesinde, üyelerimizle birlikte olmak ve yaz mevsimine birlikte merhaba demek amacıyla gerçekleştirdiğimiz toplantımıza yoğun bir katılım oldu.

BMD Yönetim Kurulu'nun göreve başladığı Mart ayından sonra gerçekleştirdiği çalışmalar hakkında üyelerimizin bilgilendirildiği toplantıda, Yönetim Kurulu bünyesinde yapılan görev bölüşümü sonucunda oluşan komitelerin faaliyetleri aktarıldı.

BMD Başkanı Yılmaz YILMAZ'ın yanı sıra Başkan Yardımcıları Jaklin GÜNER, Burak ÇELET ve BMD Yönetim Kurulu Üyeleri Mehmet ZİTLAN ve Mete SÖNMEZ üyelerimizin tüm sorularına yanıt verdiler.

Toplantının ardından, BMD ve Om Yayıncılık İşbirliğiyle yayınlanan ALL Alışveriş ve Moda Dergisi'nin 3. yaşgünü dolayısıyla düzenlenen partiye geçildi.



ÇIRAĞAN SARAYI'NDA GELENEKSEL İFTAR YEMEĞİ

12 AĞUSTOS 2010

Geleneksel iftar yemeğimiz, daha önceki yıllarda olduğu gibi 2010 yılında da Alışveriş Merkezleri ve Perakendeciler Derneği (AMPD) ve Tescilli Markalar Derneği (TMD) üyelerinin katılımlarıyla, üç derneğin ortak organizasyonu olarak gerçekleştirilmiştir.

12 Ağustos 2010'da Çırağan Sarayı'nda düzenlenen ve sektörel bir birlikteliğin sağlandığı bu güzel geceye çok sayıda davetli katılmıştır.

Gecede, Yönetim Kurulu Başkanımız Yılmaz YILMAZ, AMPD Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet NANE ve TMD Yönetim Kurulu Başkanı Vehbi KAHVECİ birer konuşma yaparak sektörün birlikteliğinden duydukları memnuniyeti dile getirmişlerdir.



PERAKENDE GÜNLERİ'nde BMD ÖZEL YEMEĞİ

20 EKİM 2010

Perakende Günleri kapsamında düzenlediğimiz BMD Özel Yemeği'ne 100'den fazla davetli katıldı.

Yemekte, Perakende Günleri programının yoğunluğu arasında, perakende sektörü üyesi davetliler sıcak bir ortamda sektörel konuları tartışma olanağı buldular.



BMD ÜYELERİ PAKİSTAN'DAKİ SEL FELAKETİNDEN ZARAR GÖRENLERE YARDIM ETTİ

Pakistan'da meydana gelen sel felaketi nedeniyle milyonlarca insan zarar görmüş ve yardıma muhtaç hale gelmiştir. Çok sayıda kişi yaşamını yitirirken, binlerce kişi evsiz kalmış, bölgede yaşanan gıda sıkıntısından olumsuz etkilenmiştir.

Birleşmiş Markalar Derneği olarak, sel felaketinden olumsuz etkilenen bölgeye yardım etmenin önemli bir insanlık görevi olduğuna inanarak harekete geçtik. Bu amaçla üyelerimiz tarafından yapılan nakdi yardımlar BMD hesabında toplanarak Eylül 2010'da Başbakanlık Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı hesabına aktarılmıştır.

Pakistan'a yapılacak yardımın, uygun olan en iyi biçimde değerlendirilmek üzere resmi kurumlar aracılığıyla gerçekleştirilmesinin daha doğru olacağı düşüncesinden hareketle, üyelerimiz tarafından yapılan nakdi yardımlar BMD hesabında toplanarak Eylül 2010'da Başbakanlık Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı hesabına aktarılmıştır.

MARKA DÖNÜŞÜM EKONOMİSİ RAPORU TAMAMLANDI

Küreselleşmenin ulaştığı aşamada iktisadi faaliyetlerin üretim işlevi tüm ülkelerde benzeşmekte ve üretim işlevinden elde edilen katma değer gerilemekte, ülkeler, sektörler ve şirketler ilave katma değer yaratmak için farklı işlevlere yönelmektedir.

Marka, benzer ürünleri bir diğerinden ayırmakta, markalaşma ilave katma değer yaratmakta, markalı satış (tüketim) ise tüketicilerin beğeni, zevk ve tercihleri ile ortaya çıkan ihtiyaçlarını karşılamaktadır.

Ülkeler, sektörler ve şirketler için marka yaratmak, markalaşmak ve markalı satış yapmak ilave katma değer yaratmak konusunda çok önemli bir seçenek olarak ortaya çıkmaktadır.

Marka ekonomisi ise markalaşma sürecindeki tüm iktisadi faaliyetleri ve yaratılan ilave katma değeri kapsamakta, tanımlamakta ve ölçmektedir.

Türkiye, içinde bulunduğu yurtiçi ve yurtdışı ekonomik koşulların etkisi sonucu markalaşma sürecine geçiş baskısı ile karşı karşıya olup bu sürece girmektedir.

Bu çerçevede öncelikli marka ekonomisinin tanımlanması ve içeriğinin ortaya konulması önem taşımaktadır. Böylece markalaşma ile birlikte yaratılan ilave katma değer ve ekonomiye katkı daha iyi anlaşılmış olacaktır.

Bu amaçla BMD tarafından Dr. Can Fuat GÜRLESEL'e hazırlatılan "Marka Ekonomisi ve Türkiye İçin Değerlendirme" çalışmasında, marka ekonomisine ilişkin ayrıntılı tanımlar yapılmakta, karşılaştırmalara yer verilmekte, Türkiye'nin mevcut durumunu değerlendirilmekte ve Türkiye için öneriler sunulmaktadır.

Bu hedeflere yönelik olarak hazırlanan çalışma dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde tanımlar ve kavramlar bulunmaktadır. İkinci bölümde marka ekonomisinin genel çerçevesi sunulmaktadır. Üçüncü bölümde Türkiye'de marka ekonomisi değerlendirilmekte, son bölümde ise Türkiye'de marka ekonomisinin geliştirilmesi için önerilere yer verilmektedir.

2010 yılı sonlarına doğru tamamlanan çalışma, 2011'de üyelerimizle ve ilgili kurumlarla paylaşılarak BMD'nin görüşleri ayrıntılı olarak sunulacaktır.

HEDEF PAZAR RAPORLARI HAZIRLANDI

Üyelerimizin kullanımlarına sunulmak üzere, BMD'ye danışmanlık hizmeti veren Mikado Danışmanlık tarafından üç grup ülkenin her yönüyle incelendiği rapor çalışması 2010 yılı içinde tamamlanmıştır.

ÖNCELİKLİ PAZARLAR		
I.Grup	II.Grup	III.Grup
• Rusya • Libya • Azerbaycan • K. Irak • Kazakistan • Ukrayna • BAE	• Romanya • Suriye • Lübnan • Sırbistan • Kosova • İran • Mısır • Arnavutluk • Gürcistan • Suudi Arabistan	• Almanya • Beyaz Rusya • Bulgaristan • Yunanistan • KKTC • Makedonya • Hırvatistan • Ürdün • Fas • Türkmenistan • Tunus

Bu raporlar, aşağıdaki başlıklar çerçevesinde hazırlanmıştır:

1-Ülke Profili ve Makro Ekonomik Bakış

2-Sosyo-Ekonomik ve Demografik Yapı

3-Perakende Pazarı ve Rekabet

4-Emlak

5-Dış Ticaret

6-İnsan Kaynakları Uygulamaları

7-Ürün Yönetimi ve Pazarlama

8-Bilgi Teknolojileri Uygulamaları

9-Finansal Yapı ve Sektöre Özel Fırsatlar

Hedef pazarlara ilişkin raporlar 2011'de üyelerimizle ve ilgili kurumlarla paylaşılacaktır.

BASIN TOPLANTILARI

“Made in Turkey”den Türk markaları dönemine geçtik, bütün dünyada tam 1.175 noktaya bayrağımızı diktik”

15 Mart 2010

Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) Başkanı Yılmaz Yılmaz, yapılan genel kurulun ardından yeni yönetim kurulu üyeleriyle birlikte düzenlediği ilk basın toplantısında BMD'nin yeni dönem projeleri hakkında bilgi vererek, sektördeki gelişmeleri değerlendirdi.

Yılmaz Yılmaz, global dünyaya entegre olma sürecinde yaşanan hızlı gelişmeye paralel olarak “Made in Turkey”den, “Türk markaları” dönemine geçildiğini vurgulayarak, “ Bundan en fazla 20 yıl önce yurtdışında mağazalara gittiğimizde Made in Turkey etiketi görüp mutluluk duyar, gururlanırdık. Oysa şimdi dünyanın her yerinde bin 175 BMD mağazası bizi karşılıyor. Türkiye perakendesinde bir devrin bitip yeni bir devrin açılışına şahitlik ediyoruz” dedi.

400 markadan oluşan BMD üyelerinin toplam cirosunun 24 milyar doları bulduğuna dikkat çeken Yılmaz, toplam 170 bin çalışanı ile Türk ekonomisine önemli katkı sağladıklarını bildirdi. Yılmaz, toplam 2.3 milyon metrekare alanda faaliyet gösteren BMD üyelerinin yurtiçinde 40 bin, yurtdışında ise 69 ülkede bin 175 mağazası bulunduğunu ifade etti.

BMD'yi, Türkiye'nin lokomotif sektörü olan perakendenin en önemli oyuncularını aynı çatı altında buluşturan gerçek bir yıldızlar topluluğu olarak niteleyen Yılmaz şunları söyledi: “Artık Türk malı vurgusu Türk markası ifadesi ile yer değiştirdi. Bir nevi Made in Turkey'den Türk markaları devrine geçiyoruz. BMD markaları yurtdışındaki her bir mağazası ile ülkemize çok büyük değer katıyorlar. Amerika'da Türk markası bir otomobil yok ama New York'ta Jeanin anavatanın kalbinde Little Big, Mavi bize hoş geldin diyor. Milano'da karşınıza aniden Collin's çıkıyor. Ukrayna'da Pierre Cardin, Tiflis'de Vestel, Moskova'da Goldaş, Tokyo'da Çilek, Bükreş'te LC Waikiki, Yunanistan'da İpekyol, Kahire'de Kığılı, İspanya'da Damat, İsviçre'de Ramsey, Kazakistan'da Roman, Belçika'da Zen,

Dubai'de Network, Erbil'de Collezione, Londra'da Desa; liste uzayıp gidiyor. Dile kolay bin 175 mağaza. Türk markaları başta moda başkentleri olmak üzere dünyanın her yerinde ülkemizin tanıtımına büyük katkı sağlıyorlar. Bu moda ve marka ile yapılan nitelikli tanıtım deniz-güneş ötesinde turizm de dahil bir çok sektör için sinerji yaratıyor. Yönetim dönemimizde yurtdışında Türk markası bayrağını çoğaltmak hedefimiz olacak.”

Yılmaz Yılmaz, bir ülkenin sahip olduğu markaları kadar zengin olabileceğinin altını çizerek, yeni dönemde markaları doğru pazarlama ve edinilen tecrübeler ışığında büyütmek için çaba göstereceklerini ifade etti.

İstanbul ve çevresinde sektör açısından mükemmel bir ekosistem bulunduğunu vurgulayan Yılmaz Yılmaz, çok iyi organize olan perakendecilerin ve mimari açıdan Avrupa'nın en güzel, en iyi yönetilen AVM'lerinin bu bölgede bulunduğuna dikkat çekti.

Yılmaz, uçakla 1.5 saatlik bir daire içinde kolaylıkla son derece önemli ve büyük bir pazara ulaşılabilirliğine dikkat çekerek, sözlerini şöyle sürdürdü: “Gerekli düzenlemeler yapıldığında bu ekosistemde müthiş bir büyüme potansiyeli gözüküyor. Bu potansiyelin harekete geçirilebilmesi için dış ticareti kısıtlayıcı etki yapan faktörler ayıklanmalı. ‘İstanbul Shopping Fest’ (İstanbul Alışveriş Festivali) mutlaka hayata geçirilmeli. Bunun için çaba sarf edeceğiz. Tüm bunlar yapıldığında İstanbul, Dubai gibi, çevre ülkeler ve Avrupa için bir alışveriş cenneti; aynı zamanda bölgesel moda merkezi olacaktır. Bir taraftan üretirip satan, diğer taraftan alıp satan bu ekosistem desteklenir ve ticaret daha liberalize edilir ise Avrupa'nın toptan, perakende ticaret cenneti İstanbul, aynı zamanda dünyanın en önemli moda merkezlerinden biri, belki de lideri olacaktır.”

BMD Başkanı Yılmaz Yılmaz, arzu edilen yönlendirmelerin yapılması halinde sektörün 10-15 yıl

içinde markalı ihracat başta olmak üzere 50 milyar dolarlık dış satıma ulaşabileceğini anlattı. Cumhuriyetin 100. yılı olan 2023'te 500 milyar dolarlık ihracat hedefinin 50 milyar dolarını sahiplenerek Türk markalarının gücünü ortaya koyduklarının altını çizen Yılmaz, Türk markalarının katma değer yaratan markalı ihracatlarını büyütmeyi hedeflediklerini söyledi.

Yılmaz, sektörün bütün bileşenleri ile ilişkileri geliştirerek marka, moda, perakende konularında bilgi sağlayıcı, yol gösterici, yönlendirici olacaklarını belirttiği konuşmasını şöyle sürdürdü: "Dış ticarete üretici ülke reflexleri ile zaman zaman ortaya çıkan korumacı eğilimlerin yanlışlığı konusunda bilinç oluşturacağız. Bu bilinci de rakamlara, verilere dayanarak ortaya çıkaracağız. Örneğin İtalya, Avrupa'nın göbeğinde çok daha yüksek maliyet ile çalışmasına rağmen perakende ve modanın yarattığı katma değerle yıllık 60 milyar dolarlık hazır giyim, tekstil ve deri ürünleri ihracatı yapabiliyor. Burada İtalya'daki liberal dış ticaret ortamının önemli derecede etkili olduğunu düşünüyoruz. İtalya örneği sektörümüzün yolun sonunda potansiyeli tükenmiş bir sektör olmadığını gösteriyor. Aksine genç ve dinamik bir grup olarak bayrağı en tepeye dikmek istiyoruz.

Moda perakendesi Türkiye'nin dünya liginde şampiyonluğa oynayabilecek sektörlerin başında geliyor. Daha da gelişmesi için BMD yönetimi olarak elimizden geleni yapacağız. Ülkemizden aldığımız güçle dünyayı fethetmek üzere ilerliyoruz. İstanbul çok önemli bir yıldız. Biz de onu serbest bırakıp destekleyerek daha da parlaması için çaba göstereceğiz"

Perakende sektörünün, kariyer yapmak isteyen gençlere altın fırsatlar sunduğunu anlatan Yılmaz, sektörün ihtiyaç duyduğu nitelikli personel ihtiyacını karşılamak için özel kuruluşlar ile eğitilmiş insan kaynağı havuzu oluşturacaklarını bildirdi. Yılmaz Yılmaz, devlet destekli İstanbul Moda Akademisi (İMA) ile sektöre özel eğitimler organize edeceklerini belirterek üniversitelerde perakende mühendisliği dalı oluşturulması için çalışmalar yapacaklarını ve meslek liselerinin sektörel eğitime destek olacaklarını sözlerine ekledi.



BMD ve AMPD 200 bin satış danışmanını teknoloji yardımı ile eğitip, moda perakendesini 30 milyar dolara taşıyacak...

10 Ağustos 2010

Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) ve Alışveriş Merkezleri ve Perakendeciler Derneği (AMPD), Asemble Eğitim ve Danışmanlık ile sektörün en önemli insan kaynağını oluşturan binlerce satış danışmanının hizmet standardını geliştirecek "Perakende Satış Okulu Programı"nı hayata geçirdi. İlk eğitimin verildiği Kanyon Alışveriş Merkezi'nde düzenlenen basın toplantısında konuşan BMD Başkanı Yılmaz Yılmaz, dernek çatısı altında yer alan yaklaşık 500 markanın 170 bin kişiye istihdam sağladığını bildirdi.

Yılmaz Yılmaz, BMD'nin üzerinde çalıştığı pek çok projeden birini daha hayata geçirdiklerini vurgulayarak, çalışanlara dünyada ilk kez Asemble tarafından geliştirilen konsept ile verilecek eğitim sayesinde sektörün çitasını yükseltmeyi hedeflediklerini söyledi.

Türkiye'nin en cazibeli derneği olan BMD'nin tüketicilerin tercihlerinde hep ön sıralarda yer alan markaları bünyesinde barındırdığına dikkat çeken Yılmaz, markaların tüketici ile iletişimini sağlayan satış danışmanlarının eğitiminin, markaların başarısı açısından son derece önemli olduğunu bildirdi.

2009 yılında toplam 24 milyar dolar ciro gerçekleştirerek yüksek katma değerli marka ekonomisi yaratma hedefine ulaştıklarına dikkat çeken Yılmaz, şöyle devam etti: "2010 yılında çalışan sayımızı 200 bin kişiye çıkarmayı hedefliyoruz. Yüzde 80'i 30 yaşın altında olan sektörümüzün yüzde 13'ü ise üniversite mezunu. Dünyada ilk kez aynı anda 3 bin satış danışmanına eğitim veriliyor. Türk perakendesi teknolojiyi kullanma ve yenilikçi yaklaşımıyla dünyanın önünde seyrediyor. Bugün binler sinema salonlarında satış eğitimi alırken, iPhone'un ardından BlackBerry'nin de kullanıma girmesiyle yüz binler bulundukları noktadan aynı eğitime erişebilecek.

Markaların cirosunun artması aynı zamanda prim esaslı çalışan satış danışmanlarımızın gelirinin de yükselmesi anlamına geliyor. Klasik, dönün bilgilerine değil modern çağın yaklaşım ve donanımlarına sahip olmamız gerekiyor. Özellikle Anadolu'daki

satış danışmanlarımızın kolay kolay edinemeyeceği bir eğitimi teknolojinin imkanlarını da kullanarak sektörümüzle paylaşıyoruz. Bir başka ifadeyle teknoloji perakendeyi uçuruyor."

AMPD Başkanı Mehmet Nane ise hayata geçirilen projenin, organize perakende sektörünün, çalışanına verdiği değer ve uzun soluklu istihdam politikasının bir yansıması olduğunu söyledi. Mehmet Nane, sektörde toplam 245 AVM ve 490 bin kişinin istihdam edildiğine dikkat çekerek şöyle devam etti:

"2015 yılı itibarıyla, Türkiye'deki toplam AVM sayısının 450'ye, toplam organize perakende sektörü istihdamının ise 800 bin kişiye ulaşacağını öngörüyoruz. Sektörün yatırımlarına paralel seyreden istihdam gelişimi, çalışan eğitimlerinin önemini de ortaya koyuyor. Sektör kalifiye eleman ihtiyacını karşılamak için kendi girişimlerini adım adım geliştiriyor." Asemble Eğitim ve Danışmanlık Yönetim Kurulu Başkanı Sinan Ergin, "Perakende Satış Eğitimi" programının dünyaya örnek olacak konseptte bir proje olduğunu vurgulayarak, şunları söyledi:

"Bu uygulamanın en önemli özelliklerinden birinin eğitimlerin AVM'ler içerisindeki sinema salonlarında verilmesi. Türkiye'nin en iyi eğitmenleri ve iş dünyasının duayenleri eğitim vermeye başladığı anda İstanbul'dan Adana'ya, İzmir'den Kayseri'ye kadar her yerde sinema salonlarında gençler bu eğitimi almaya başlayacaklar. Mesai saatinden önce sabah 8-10 arasında eğitimlerini alıp, oradan mağazalarına geçip öğrendiklerini anında uygulamaya başlayacaklar. Asemble olarak geliştirmiş bulunduğumuz dünyada eşi ve benzeri olmayan bu program sayesinde çok daha memnun, mutlu ve güler yüzlü müşterilerin yaratılmasını sağlamış olacağız. Buna hep beraber şahitlik ettiğimiz için gurur duyuyorum ve bu programa desteklerinden dolayı BMD ve AMPD'ye teşekkür ediyorum" Basın toplantısının sonunda basın mensupları ve sektör temsilcileri canlı yayının yapıldığı sinema salonuna geçerek "Satış Dünyasının Guruları" bölümünde satış danışmanlarıyla birikimlerini paylaşan Pegasus Hava Yolları Yönetim Kurulu Başkanı Ali Sabancı'yı dinlediler.



BMD 30 bin kişi alacak 200 bin kişiyi eğitecek



Toplantıya (soldan) BMD Başkan Yardımcısı Burak Çelet, BMD Başkanı Yılmaz Yılmaz, AMPD Başkanı Mehmet Nane, Asemble Yönetim Kurulu Başkanı Sinan Ergin katıldı.

Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) satış danışmanlarına canlı yayınlı eğitim verecek. Markalarının 170 bin kişiye iş sağladığını söyleyen BMD Başkanı Yılmaz Yılmaz, "Rakamı yıl sonuna kadar 200 bine çıkaracağız ve bu 200 bin kişiye eğitim vereceğiz" dedi

▲ 170 bin kişiye ulaştılar

Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) ve Alışveriş Merkezleri ve Perakendeciler Derneği (AMPD), Asemble Eğitim ve Danışmanlık'la birlikte satış danışmanlarına yönelik 'Perakende Satış Okulu Programı'nı hayata geçirdi. Program kapsamında ilk eğitim, İstanbul'daki Kanyon Alışveriş Merkezi'nde başladı. Buradaki toplantıda konuşan BMD Başkanı Yılmaz



Türkiye'nin markaları Gümüşhane'de 5 bin çocuğu giydirdi

Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) tarafından Türkiye genelinde sürdürülen sosyal sorumluluk projesi "Türkiye'nin Markaları, Türkiye'nin Çocuklarını Giydiriyor" kapsamında Gümüşhane ve ilçelerinde 5 bin çocuğun kışlık giyim ihtiyacı giderildi. Millî Eğitim Müdürlüğü tarafından okullara gönderilen liste ile ihtiyacı olan her çocuğun yaş, beden ve cinsiyet özellikleri doğrultusunda Tema Mağazacılık tarafından Gümüşhane'ye gönderilen elbiseler, Gümüşhane'de seçilen 5 bin çocuğa dağıtıldı. Gü-

zacılıkla yapılan görüşmelerin ardından Gümüşhane ve ilçelerinde yardıma muhtaç yaklaşık 5 bin ilköğretim öğrencisine gönderilen paketlerde çanta, gömlek, pantolon, ceket, kaban, tişört ve badi bulunuyor. Proje kapsamında il merkezinde 886, Şiran ilçesinde 823, Kelkit ilçesinde 926, Kürtün ilçesinde 849, Köse ilçesinde 498 ve Torul ilçesinde 832 öğrenciye elbise dağıtıldı. Gümüşhane Valisi Enver Salihoğlu giyim yardımında bulunan iş adamı Vahap Küçük'e ilgi ve katkılarını



İhtiyaç sahibi çocuklara gönderilen pakette 1 mont, 1 gömlek, 1 pantolon, 1 çift ayakkabı ve 2 çift çorap bulunuyor.

Muhtaç çocukları

Birleşmiş Markalar Derneği (BMD), Türkiye’de şimdiye kadar gerçekleştirilen en büyük ölçekli sosyal sorumluluk projelerinden birini hayata geçirerek tam 100 bin çocuğu giydiriyor.

27 Eylül 2010

Birleşmiş Markalar Derneği (BMD), “Türkiye’nin markaları Türkiye’nin çocuklarını giydiriyor” adı altında benzersiz bir sosyal sorumluluk kampanyasına imza attı. Kampanya, her çocuğun yaş, beden ve cinsiyet özellikleri doğrultusunda hazırlanan kıyafetlerle Türkiye’nin farklı il ve ilçelerinden seçilen 100 bin çocuğun kışlık giyim ihtiyacını karşılıyor.

27 Eylül Pazartesi günü, 100 bin çocuğun gönderime hazır kıyafetlerinin toplandığı 3.800 metrekaarelik Fillo lojistik deposunda gerçekleştirilen toplantıda, BMD Başkanı Yılmaz Yılmaz ve kampanyanın koordinasyonunu üstlenen BMD Yönetim Kurulu Üyesi Mehmet Ziyil birer konuşma yaptı.

BMD’nin tüm yönetim kurulu üyeleri ve BMD’ye üye markaların üst düzey yöneticilerinin yer aldığı geniş bir katılımıla gerçekleşen toplantıda konuşan Yılmaz Yılmaz, kampanyanın çıkış noktasının bu ülkenin en değerli varlıkları olan çocuklara karşı sorumluluklarını yerine getirmek olduğunu söyledi. Yılmaz, “BMD iş hacmi olarak 24 milyar USD’lik bir ciroyu yönetiyor. Bizler bu topraklarda doğan markalarız. Faaliyet alanımız, sağladığımız istihdamla ülkenin gelişmesine katkıda bulunuyoruz. İstedik ki, bununla yetinmeyelim, gücümüzü toplumsal sorumluluk için de birleştirelim ve tek tek markalar olarak yapamayacağımız işlerin üstesinden gelelim. İşte 100 bin çocuğu, atkısından ayakkabıya, alt giyimden üst giyme yepyeni giysilerle donatmak fikri böyle ortaya çıktı. Umuyorum önümüzdeki yıllarda bu sayı artarak devam eder” açıklamasını yaptı.

Toplantıda, “Türkiye’nin markaları Türkiye’nin çocuklarını giydiriyor” kampanyası hakkında Mehmet Ziyil da detaylı bilgi verdi. Ziyil kampanya için planlanan il ve ilçelerde Valilik, Kaymakamlık, İl ve İlçe Eğitim Müdürlükleriyle yoğun görüşmeler yaptıklarını, destek verilecek öğrenci ve okulların da bu görüşmeler neticesinde belirlendiğini ifade etti.

Ziyil, kampanyanın benzer sosyal sorumluluk projelerinden sadece ölçeği ile değil, diğer detaylarıyla da ayrıştığını belirterek, giysilerin hazırlanırken çocukların yaş, beden ve cinsiyet özelliklerinin göz önüne alındığını vurguladı. Giysilerin stok fazlası veya ikinci el olmadığının altını çizen Ziyil, çocuklara özel hazırlanan bu giysilerin, her çocuğun adına gidecek şekilde paketlenmesine de dikkat çekti.

Kampanya için hazırlanan giysiler, bu sene için seçilen Diyarbakır, Van, Mardin, Çankırı, Gümüşhane illeriyle, İstanbul’un Pendik, Sultangazi, Esenyurt, Zeytinburnu ve Sultanbeyli ilçelerine gönderilecek.

Toplam 6 parçadan oluşan giysi paketi, 1 Mont, 1 Gömlek, 1 Pantolon, 1 çift Ayakkabı ve 2 çift çoraptan oluşuyor. Paketler, kız/erkek öğrenci durumuna ve bölgelere göre pantolon yerine etek, gömlek yerine yelek veya kazak, ayakkabı yerine de bot içerebiliyor.

“Türkiye’nin markaları Türkiye’nin çocuklarını giydiriyor” kampanyası için 100 bin çocuğa hazırlanan giysilerin piyasa değeri, 20 milyon TL’yi buluyor.

Giysi yardımının çocuklar için daha faydalı olması açısından, özellikle kış mevsiminin yaklaştığı, Kurban Bayramı öncesi seçildi. BMD, kampanya aracılığıyla özellikle ağır kış koşullarının yaşandığı, gelir düzeyi düşük il ve ilçelerdeki çocuklara destek olmayı hedefledi. Kampanyanın önümüzdeki yıllarda genişletilerek sürdürülmesi planlanıyor.

Birleşmiş Markalar Derneği'nin düzenlediği "TÜRKİYE'NİN MARKALARI TÜRKİYE'NİN ÇOCUKLARINI GIYDİRİYOR" projesinde kıyafetlerin dağıtımı Mardin'de gerçekleşti.

02 Kasım 2010

Kurban Bayramı öncesi tamamlanacak dağıtımların Mardin ayağında, Ayfer Gök İlköğretim Okulu'nda gerçekleşen törene, BMD Başkanı Yılmaz Yılmaz, BMD Yönetim kurulu Üyesi ve Kampanya Koordinatörü Mehmet Zıylan, BMD Üyeleri Emil Güzelış ve Hüseyin Doğan, BMD Genel Sekreteri Ekrem Utku da katıldı. Yılmaz Yılmaz, dağıtım töreninde yaptığı konuşmada, Ayfer Gök İlköğretim Okulu'nda çocukların sevinicini paylaşmak için bulunduklarını ifade etti. Dağıtımların tam da soğukların kapıda olduğu Kurban Bayramı öncesinde tamamlanacağını hatırlatan Yılmaz, BMD'nin çocukları tepeden tırnağa giydirerek, onlara bayram hediyesi sunduğunu söyledi. Yılmaz Yılmaz hedeflerinin Türkiye'de soğuktan üşüyen çocuk kalmayınca kadar kampanyaya devam etmek olduğunu da sözlerine ekledi.

Mardin'deki dağıtıma ilişkin detaylı bilgi veren Yılmaz, "Mardin'de merkez ve ilçelerde toplam 15 bin çocuğu giydirdik. Nakliye 5 TIR ve 4 adet kamyonla yapıldı, Mardin Merkez, Kızıltepe, Derik, Savur, Nusaybin, Midyat, Mazıdağı, Ömerli, Dargeçit ve Yeşilli ilçelerine gönderilen 3826 adet koliden 688'i dışında tamamının dağıtımı gerçekleşti" dedi.

Kampanya için hazırlanan giysiler, bu sene için seçilen Diyarbakır, Van, Mardin, Çankırı, Gümüşhane illeriyle, İstanbul'un Pendik, Sultangazi, Esenyurt, Zeytinburnu ve Sultanbeyli ilçelerinde dağıtıldı.

Toplam 6 parçadan oluşan giysi paketi, 1 mont, 1 gömlek, 1 pantolon, 1 çift ayakkabı ve 2 çift çoraptan oluşuyor. Çocukların cinsiyet, yaş ve beden özellikleri dikkate alınarak hazırlanan yepyeni giysi paketleri, kız/erkek öğrenci durumuna ve bölgelere göre pantolon yerine etek, gömlek yerine yelek veya kazak, ayakkabı yerine de bot içerebiliyor.



ULUSLARARASI ETKİNLİKLER

27 Ocak 2010 Amman ziyareti

BMD Genel Sekreteri Ekrem UTKU, Ürdün'ün başkenti Amman'da inşaatı devam etmekte olan BOULEVARD isimli projeyi ve proje içinde yer alan alışveriş merkezini incelemek üzere, proje yatırımcısı firmanın davetiyle Amman'a bir günlük ziyaret gerçekleştirmiştir.

Nüfusu yaklaşık 6 milyon olan Ürdün, 90 bin kilometrekare yüzölçümüne sahiptir. Ülkede, Sünni İslam (% 92) ve Hristiyanlık (% 6) önde gelen dinlerdir. Okuma-yazma oranı % 90'dır. Resmi dil Arapça'dır. İngilizce, orta ve üst sınıf tarafından rahatlıkla konuşulmaktadır.

Başkent Amman'ın nüfusu yaklaşık 2 milyon'dur. Amman, tepeler üzerine kurulu bir kent olduğundan, kent içinde tek bir bölgede uzun bir alışveriş caddesi veya alışveriş semti bulunmamaktadır. Cafe ve restaurant'lar, butikler, mağazalar, alışveriş yapılabilecek alanlar kent içinde dağınık biçimde bulunmaktadır. Bu nedenle, insanların yürüyerek ve vitrinleri izleyerek alışveriş yapabilecekleri bir cadde veya semt bulunmamaktadır.



PROJE HAKKINDA BİLGİ

Amman şehir merkezindeki inşaatı devam etmekte olan ABDALİ PROJESİ, 5 milyar USD değerinde, 1,7 milyon metrekare arazi üzerinde 385 bin m2 inşaat büyüklüğü olan bir projedir.

Proje, Amman'ın şehir merkezinde Abdali isimli semtte, eskiden askeri tesislerin yer aldığı arazi üzerinde, Abdali Yatırım ve Geliştirme Şirketi ve devlet payının da bulunduğu bir emlak şirketi ortaklığı tarafından oluşturulmuştur.

ABDALİ PROJESİ içinde, iki lüks otel (W Hotel ve Rotana Hotels), Boulevard isimli rezidans ve ofis binaları, 15'ten fazla gökdelen (ofis ve konut alanı), alışveriş merkezi, 25 bin araçlık otopark mevcuttur.

Proje, Amman'ın yeni yüzü ve yeni şehir merkezi olarak kabul edilmektedir. Projenin bir ucundan diğer ucuna olan uzunluk yaklaşık 2 km'dir ve Amman'da bu uzunlukta bir alışveriş caddesi veya alışveriş ortamı bulunmamaktadır.

ABDALI PROJESİ içinde yer alan BOULEVARD isimli alt proje, BMD üyelerinin değerlendirmelerine sunulan bölümdür.

ABDALI PROJESİ içinde bildiğimiz anlamda bir AVM projesi de (Abdali Mall) bulunmakla beraber bunun henüz inşasına başlanmamıştır. Abdali Mall'un 2013'te devreye girmesi planlanmaktadır. BOULEVARD projesi, bir anlamda, mağaza açacak markalar için bir deneme alanı olacaktır.

Amman'da faaliyet halindeki önemli AVM'ler Mecca Mall ve Citymall'dur.

Mecca Mall yaklaşık 10 yıl kadar önce açılmış olan bir AVM'dir. İçinde Collezione, Keep Out, Sarar, Fabrika, Polo Garage, Zeki gibi Türk markaları ve belli başlı uluslararası markalar yer almaktadır.

Citymall ise daha sonra inşa edilen, Mecca Mall'a yaklaşık 1 km mesafede bir AVM'dir. Her iki AVM de şehir merkezi sayılamayacak bir bölgede kuruludur. Shuttle veya araba dışında yürüyerek ulaşılabilir bir bölgede değildir.

Citymall'un açılmasıyla Mecca Mall'un ziyaretçi kaybettiği belirtilmiştir. Citymall AVM'de, tüm belli başlı uluslararası markalar bulunmakta ancak Türk markası yer almamaktadır. Bu alışveriş merkezinin daha fazla ilgi çektiği belirgin olarak anlaşılmaktadır.

Amman'ın en ünlü ve en zengin semti olan Abdoun'da da (diplomatik misyonların yer aldığı semt) aynı ismi taşıyan bir AVM bulunmakta ancak bu daha çok bir "semt AVM'si" özelliği taşımaktadır.

Amman'da bir AVM inşaatı daha bulunmaktadır: TAJ LIFE STYLE CENTER (<http://tajlifestyle.com>).

Abdoun semtinde yer alan TAJ AVM, BOULEVARD projesinin aksine, klasik AVM mimarisindedir. 3 normal kat, 2 teras katı mevcuttur. 50 bin m2'lik proje, açıldığında Amman'ın ilgi çekici bir merkezi olabilecek özelliğe sahiptir.

11-12 Mart 2010 Bükreş Ziyareti

Krammer+Wagner Proje Geliştirme Şirketi'nin daveti üzerine, 11-12 Mart 2010 tarihlerinde Romanya'nın başkenti Bükreş'e bir iş ziyareti gerçekleştirilmiştir. Ziyarete, 25 firmadan 29 temsilci katılmıştır.

Ziyaretin ilk günü olan 11 Mart 2010 Perşembe günü, Radisson Blu Hotel'de yatırımcı firma tarafından bir seminer düzenlenmiştir. 13:00 – 18:30 saatleri arasında gerçekleşen seminerde, perakendeciler için Romanya'daki olanaklar, Romanya'daki AVM projeleri, kredi ve bankacılık uygulamaları, Romanya'da şirket türleri ve Romen vergi hukuku, Romanya'da reklam ve tanıtım uygulamaları konularında katılımcılara bilgi verilmiştir.

Seminerin başında yapılan konuşmalarda Krammer+Wagner firmasının ortağı Mr. Heribert WAGNER, bu ziyareti organize ettiği için BMD'ye teşekkür etmiştir. BMD heyetini temsilen BMD Genel Sekreteri Ekrem UTKU da bir konuşma yaparak, BMD üyelerinin Türkiye'yi yurtdışında başarıyla temsil ettiklerini, kaliteli ürün üretme ve günün trendlerini yaratmakta ve takip etmekte büyük başarı gösterdiklerini, markaların kendilerini destekleyecek ciddi ve güvenilir yatırımcılarla çalışmayı tercih ettiklerini ifade etmiştir.

Ziyaretin ikinci gününde ise, Promenada in Floreasca City ve Mega Mall AVM projelerinin gerçekleştirileceği inşaat alanları ziyaret edilmiştir. Bu ziyaretlerin ardından Bükreş'te faaliyet halinde olan Bucharesti Mall – Vitan, AFI Palace – Cotroceni ve Baneasa Shopping City alışveriş merkezleri de gezilmiş ve aynı gün akşam saatlerinde İstanbul'a dönüşülmüştür.

B kre , perakende anlamında önemli fırsatlar sunan bir  ehir olarak gözlenmiştir.  ehrin resmi olarak 2 milyon nüfusu olduğu belirtilse de, gayri resmi olarak 3 milyon'a yaklaşan bir nüfusun bulunduğu sunum yapan ilgililer tarafından ifade edilmiştir.

Şehirde mevcut bulunan AVM'lerin gerek mimari gerek konum gerek mağaza karması anlamında, tüketicilerin ilgisini çektiği ve önemli bir ziyaretçi trafiğine sahip olduğu gözlenebilmektedir.

Gezilen AVM'lerde bazı Türk markaları da bulunmaktadır: KOTON, LCW, İPEKYOL...

Ziyaret, Türkiye'ye yakın bir ülke pazarının incelenmesi ve perakende hareketliliğinin ve potansiyelinin görülmesi anlamında yararlı olmuştur. Katılımcı  ye firma temsilcileri, gerek ziyaret sırasında gerek ziyaret sonrasında organizasyon için Genel Sekreterli e teşekkür etmişler, BMD'nin bu tür organizasyonları sürdürmesi gerektiğini belirterek, gelen ziyaret davetlerinin, bir markayı ilgilendirmeyen bir ülkenin başka markaların ilgisini  ekebilece inden hareketle değerlendirilmesini talep etmişlerdir.



7 Haziran 2010 Varna Ziyareti

Platform Marka Danı malı ı ve Birleşmiş Markalar Derneği'nin i birli iyle Bulgaristan'ın Varna kentine düzenlenen günübirlik gezide Grand Mall AVM ziyaret edilmiştir.

Bulgaristan'ın Karadeniz sahilindeki en büyük kenti olan Varna, "yaz başkenti" olarak adlandırılmaktadır.  evresi ile birlikte 600 bin nüfusa sahip olan Varna'da  ehrin nüfusu yaz aylarında birkaç katına çıkmaktadır. Bir eğitim  ss  kabul edilen Varna'da 6  niversite yer almaktadır.

Grand Mall AVM, Orchid Developments Group Ltd.'in bir yatırımı olup, Türkiye'de Platform Marka Danı manlı ı Ltd.  ti. tarafından tanıtılmaktadır.

AVM'nin toplam inşa alanı 150 bin metrekare, kiralanabilir alanıysa 50 bin metrekaredir. Zemin katta 9 bin m² b y kl  nde Carrefour bulunmaktadır. Toplam 4 bin 300 m²'lik alandaysa sinema ve teknoloji market yer almaktadır. AVM'de 3 katta 220 mağaza bulunmaktadır. Zemin altında 2 katlı otopark mevcuttur.

Grand Mall AVM, Mayıs başında %60 doluluk oranıyla açılmıştır. Colin's ve LC Waikiki Grand Mall'da mağaza kiralamış olan ve mağazalarını açma hazırlıklarını sürdüren markalarımızdır.

AVM ziyareti sırasında Grand Mall Genel Müdürü Steve Cleaver markalarımızın temsilcilerine bir sunum yaparak AVM'yi tanıtmıştır.

Ayrıca, Türkiye'nin Sofya Büyükelçiliği Ticaret Müşaviri Zafer SOYLU da bir konuşma yaparak Bulgaristan ekonomisi hakkında genel bilgiler vermiş, ticaret hayatına ilişkin veriler sunmuştur.

BMD Başkanı Yılmaz YILMAZ da bir konuşma yaparak, Türk markalarını Varna'ya davet eden ve bu ziyareti düzenleyen Grand Mall AVM yatırımcısı Orchid Group'a ve Platform Danışmanlığına teşekkür etmiştir.

Türk markalarının Bulgaristan'da yer almasının önemli olduğuna değinen Yılmaz, Bulgaristan'ın önemli fırsatlar barındıran bir ülke olduğunu, Türk markalarının Sofya'da ve Plovdiv'de yer aldığını, şimdi ise ülkenin üçüncü büyük kentinde açılan bu AVM'de de mağaza açacaklarını belirtmiştir.

BMD Başkanı, yatırımın geri dönüşünün 10-15 yıl olarak hesaplanması durumunda Türk markaları için kabul edilebilir maliyetlerin söz konusu olacağını belirterek ilk bir iki yıl markalarımıza destek olunmasının önemine de değindi. Yılmaz YILMAZ, Bulgaristan pazarında kısa süre içinde kâra geçilmesinin beklenmemesi gerektiğini ancak bu pazarın beklemeye değecek bir yapısı olduğunu dile getirdi.



16-17 Haziran 2010 SIEC Fuarı - Paris

16-17 Haziran 2010 tarihinde Paris'te Carrousel du Louvre'da gerçekleşen SIEC 2010 Fuarı'na, Alışveriş Merkezleri ve Perakendeciler Demeği (AMPD) ile Birleşmiş Markalar Demeği (BMD) ortak stand kurarak katılmışlardır.

Fuara, LC Waikiki, Kışkı, Koton, Üçge, Rönnesans, Akmerkez firma temsilcileri katılmışlardır.

SIEC Fuarı, 2 salonda gerçekleştirilmiştir. Yaklaşık 70 katılımcı stand kurarak fuarda yer almışlardır. Alışveriş Merkezi Yatırımcıları Demeği de (AYD) CENOR-CEFIC Türkiye standı içinde ayrılan özel bir bölümde fuara katılmıştır. Böylece Türkiye'den üç dernek SIEC Fuarı'nda yer almıştır.

SIEC Fuarı, daha çok yerel markaların katıldığı, Fransa pazarına yönelik bir özellik göstermektedir. Uluslararası yatırımcıların ve proje geliştirme firmalarının da yer aldığı fuarda çoğunlukla Fransa'daki AVM projeleri sergilenmiştir.

Fuar sırasında katılımcı Türk markalarının da birer tanıtımı olmuş, ayrıca ana konferans salonunda katılımcı üç derneğin temsilcilerine 15 dakikalık bir tanıtım olanağı sağlanmıştır. Bu kapsamda, CENOR-CEFIC Türkiye Başkanı Anthony KHOI'nin moderatörlüğünde, AMPD, AYD ve BMD temsilcileri de birer konuşma yapmışlardır.

BMD Genel Sekreteri Ekrem UTKU, yaptığı konuşmada, BMD'nin 400'den fazla markasıyla kaliteli üyelik yapısına sahip olduğunu, üyelerinin çoğunluğunun hazır giyim sektöründe yer aldığını, "fast fashion" konseptini uyguladığını, binlerce tasarımcının üye firmalarımızda istihdam edildiğini, her yıl çok sayıda koleksiyonun hayata geçirildiğini, üyelerimizin kaliteli ve modern tasarımla dekore edilen mağazalara sahip olduğunu belirtmiştir. Yurtiçinde 40 bin satış noktasında, yurtdışında da 70 ülkede 2000 kadar mağazada faaliyet gösteren üyelerimizin 2009 yılı satışlarının 24 milyar USD olduğunu da bildirmiştir.



25-27 Ekim 2010 Dünya Perakende Kongresi - Berlin



Birleşmiş Markalar Derneği, 25-27 Ekim 2010 tarihleri arasında Berlin'de gerçekleştirilen Dünya Perakende Kongresi'nde (World Retail Congress), daha önceki yıllarda olduğu gibi, "kongre destekçisi" olarak yer almıştır.

Dünya Perakende Kongresi'nde, "On-Line Ödeme Sistemleri", "Durgunluk Sonrası Dünyanın Mücadelelerine Yanıt Verebilmek", "Çok-kanallılık Perakendeyi Nasıl Dönüştürüyor?", "2010 Yılında Perakendecilik: Moda Pazarlarında Fırsatlar", "Gelecek Perakendeciler İçin Ne Getiriyor?", "Yeni İş Modelleri", "AVM'lerin Geleceği" vb. başlıklı oturumlar gerçekleştirilmiştir.

BMD'yi Kongre'de, Genel Sekreter Ekrem UTKU temsil etmiştir.

Birleşmiş Markalar Derneği, bu kez 25-28 Eylül 2011 tarihleri arasında Berlin'de düzenlenecek olan Kongre'de yine "kongre destekçisi" olarak yer alacaktır. Kongre'yle ilgili bilgilere www.worldretailcongress.com adresinden ulaşılabilir.



Öte yandan, Dünya Perakende Kongresi'nin bir parçası olan Dünya Perakende Ödülleri ise aşağıdaki kategorilerde verilmektedir:

1. Yılın Mağaza Tasarımı (Store Design of the Year)
2. Yılın Sorumlu Perakendecisi (Responsible Retailer of the Year)
3. Yılın Gelişen Pazarlar Perakendecisi (Emerging Retailer of the Year)
4. Yılın e-Perakendecisi (E-Retailer of the Year)
5. Perakende Reklam Ödülleri (Retail Advertising Awards)
6. Perakende Inovasyon Ödülü (Retail Innovation Award)

Dünyadan birçok kurumla beraber Türkiye'den Birleşmiş Markalar Derneği'nin de desteklediği Dünya Perakende Kongresi, uluslararası perakende çevrelerinin bir arada olduğu, önemli tartışmaların ve görüşmelerin gerçekleştiği bir fırsattır.

14-15 Aralık 2010 Tiflis Ziyareti

Turkmall Yatırım A.Ş.'nin Gürcistan-Tiflis'teki Forum Uptown Tbilisi projesi başta olmak üzere, Forum Delisi, Forum Batumi ve diğer alışveriş merkezi projelerini tanıtmak üzere, Turkmall'un davetiyle, 14-15 Aralık 2010 tarihlerinde Gürcistan'ın başkenti Tiflis'e bir ziyaret düzenlenmiştir. Ziyarette, Gürcistan'da Türk yatırımcılarına ve perakende sektörüne sunulabilecek fırsatlar da değerlendirilmiştir.

"Uptown Tbilisi" 72.000 m² kiralanabilir alanıyla Gürcistan'ın en büyük ve dünya standartlarındaki ilk AVM'si olacaktır. Projede güçlü bir hipermarket, tanınmış uluslararası markalar, elektronik mağaza, sinema, geniş kapsamlı bir eğlence merkezi, restoranlar ve kafeler yer alacaktır.

Nüfusu yaklaşık 1,5 milyon olan Tiflis'de birçok uluslararası marka bulunmakta, ancak güçlü bir yapıda AVM projesi henüz yer almamaktadır. Turkmall Yatırım A.Ş., Uptown Tbilisi yatırımına, Forum Delisi ve Forum Batumi ve diğer projeleriyle devam etmeyi planlamaktadır.



AIM Taklitle Mücadele Komitesi

Birleşmiş Markalar Derneği, taklitle mücadele konusunda yürütülen çalışmalara uluslararası bir destek olmak üzere, Mart 2006'da Brüksel merkezli AIM (European Brands Association – Avrupa Markalar Derneği) Taklitle Mücadele Komitesi'ne üye olmuştur.

AIM Taklitle Mücadele Komitesi, Avrupa Birliği (AB) üyesi ülkelerden ve AB üyesi olmayan Avrupa ülkelerinden ulusal dernekler ve özel perakende firmalarının üye olduğu uluslararası bir komitedir. BMD, Türkiye'den komiteye üye olan ilk ve tek sivil toplum kuruluşudur. Derneğimiz, AIM Taklitle Mücadele Komitesi'nde Genel Sekreter Ekrem UTKU tarafından temsil edilmektedir.

20 yıldan fazla süredir faaliyette olan AIM Taklitle Mücadele Komitesi, sahte ve korsan ürünlerin üretimi, dağıtımı ve satışının önlenmesi için Avrupa sanayinin ortak sesi olarak çalışmaktadır.

Komite, AB otoriteleri nezdinde girişimlerde bulunmakta, özellikle fikri mülkiyet haklarını düzenleyen yasal dokümanların çıkarılmasında ve ulusal düzeyde uygulanmasında etkili olmaktadır. Komite, ulusal dernekler aracılığıyla, hazır giyim veya diğer ürün ve malları da gündeme almaktadır.

European Brands Association (AIM) isimli uluslararası derneğin Taklitle Mücadele Komitesi toplantıları, 9 Mart ve 5 Ekim 2010 tarihlerinde Brüksel'de gerçekleştirilmiştir.

AVRUPA KOMİSYONU TAKLİT VE KORSAN ÜRÜN RAPORU - 2009

Avrupa Komisyonu tarafından her yıl yayımlanan taklit ve korsan ürünle ilgili raporlar, bu konuda dünyadaki son durumu ve yaşanan gelişmeleri içermektedir.

Avrupa Komisyonu Vergilendirme ve Gümrük Birliği Genel Müdürlüğü tarafından Temmuz 2010'da yayınlanan 2009 yılına ilişkin Taklit ve Korsan Ürün Raporu, AB üyesi ülkelerin gümrük idarelerinin faaliyetleri hakkında bilgi vermekte, bu çerçevede Türkiye'nin de konumunu ortaya koymaktadır.

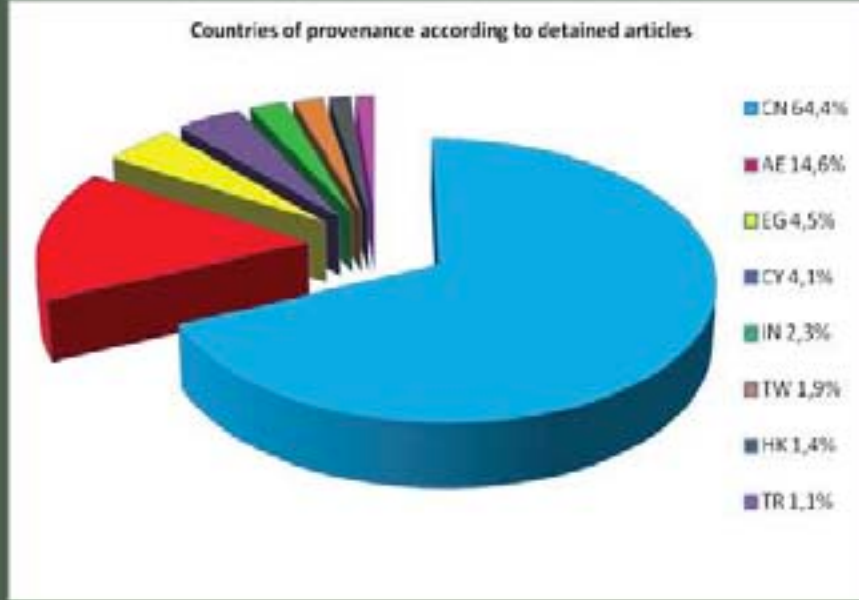
Rapora göre, uzun yıllardır ilk kez, 2009 yılında gümrüklerde kaydedilen taklit ve korsan ürün olayında, 2008 yılına göre bir düşüş yaşanmıştır

YILLAR	OLAY SAYISI	DEĞİŞİM
1999	4.694	
2000	6.253	33,21%
2001	5.056	-19,14%
2002	7.553	49,39%
2003	10.709	41,78%
2004	22.311	108,34%
2005	26.704	19,69%
2006	37.334	39,81%
2007	43.671	16,97%
2008	49.381	13,07%
2009	43.572	-13,33%

2009 yılında yaklaşık 118 milyon parça taklit ve korsan ürün de ele geçirilmiştir. 2008 yılında ele geçen 178 milyon parça ürüne göre bir azalma söz konusudur. Taklit ve korsan ürün olayında yaşanan azalma en fazla CD/DVD/kaset, elektrikli alet, bilgisayar ekipmanı ve ayakkabıda görülmüştür.

2009 YILINDA ELE GEÇİRİLEN TAKLİT ÜRÜNLERİN GELDİĞİ YER

(Provenance – Ürünlerin AB'ye gönderilmek üzere yüklendiği ülke)



Ürünlerin AB'ye gönderilmek üzere yüklemesinin yapıldığı ülke (provenance) ile ürünlerin üretimini yapıldığı ülke (origin) farklıdır. 2009 yılı raporunda ürünlerin üretildiği ülke istatistiği yer almamaktadır. Türkiye'nin 2008 yılında genel toplamda %2,5 ile 5. sırada olduğu bu istatistikte 2009 yılı durumunu görmek mümkün olmamaktadır ancak, Türkiye'ye ilişkin diğer istatistiklere bakıldığında, bu oranda da bir azalma olduğu düşünülmektedir.

Ürünlerin AB'ye gönderilmek üzere yüklemesinin yapıldığı ülkeler istatistiğine bakıldığında ise, genel toplamda, Çin'in %84,4 ile birinci, Birleşik Arap Emirlikleri'nin %14,6 ile ikinci, Mısır'ın %4,5 ile üçüncü olduğu görülmektedir. Türkiye burada %1,1 ile altıncı sırada yer almaktadır. Türkiye'nin 2008 yılındaki oranı %2,5'tir.

2009 yılında ele geçirilen taklit ürünlerin AB'ye gönderilmek üzere yüklemesinin yapıldığı ülkeler istatistiğine kategori bazında bakıldığında, Türkiye'nin gıda, içecek ve alkollü içecek alanında %57,6 ile birinci olduğu görülmektedir. Türkiye 2007 yılında % 48 ile bu kategoride birinci sıradaydı, 2008 yılında %5,75 ile üçüncü sıraya gerilemişti. 2009 yılında Türkiye'nin yeniden ilk sıraya yerleştiği dikkat çekmektedir.

Vücut bakım ürünleri kategorisinde ise 2009 yılında Türkiye %9,17 ile dördüncü sırada yer almaktadır. 2007 yılında Türkiye %29 ile ikinci sıradayken, bu kategoride 2008 yılında %7 ile dördüncü sıraya gerilemişti. Bu alanda Çin, 2009 yılında %48,81 ile birincidir.

Türkiye, 2009 yılında giyim ve aksesuarları kategorisinde %8,45 ile ikinci sıradadır; 2007'de ve 2008'de de ilk üç sırada yer almaktaydı. İlk sıradaki Çin ise %72 oranına sahiptir.

RESMİ ZİYARETLER

Başbakan Yardımcısı ve Devlet Bakanı Ali BABACAN ile Maliye Bakanı Mehmet ŞİMŞEK'i ziyaret – 06.04.2010 / Ankara

Birleşmiş Markalar Demeği Başkanı Yılmaz YILMAZ, Başkan Yardımcıları Vahap Küçük, Jaklin Güner, Hüseyin Doğan, Burak Çelet, Yönetim Kurulu Üyeleri Fatih Akbacakoğlu ve Mehmet Zıylan, 6 Nisan 2010 Salı günü Ankara'da Başbakan Yardımcısı ve Devlet Bakanı Ali BABACAN ile Maliye Bakanı Mehmet ŞİMŞEK'i ziyaret etmişlerdir.

2 Mart 2010 tarihinde göreve seçilen Birleşmiş Markalar Demeği'nin (BMD) yeni Yönetim Kurulu'nun Bakanlara tanıtılması amacıyla düzenlenen bu nezaket ziyaretleri sırasında, BMD'nin perakendenin güncel konularına ve sorunlarına ilişkin görüş ve önerileri de paylaşılmıştır.

Ziyaretlerde, öncelikle, BMD'nin "İstanbul'u ve Türkiye'yi moda-markaların öncülüğünde bölgesel ticaret merkezi yapmak" şeklinde özetlenebilecek vizyonu ve "bölge ve dünya modasına yön vermek, Türkiye'nin marka olmasına katkıda bulunmak" olarak ifade edilebilecek misyonu aktarılmıştır. BMD'nin, bu vizyon ve misyon çerçevesinde sahiplendiği ve sosyal sorumluluk bilincini, moda ve markalaşmaya öncülük etmeyi, marka bilincinin yaygınlaştırılmasını öne çıkaran temel değerler de Sn. Babacan ve Sn. Şimşek'e ifade edilmiştir.



Derneğimiz ve sektörümüz açısından çok başarılı geçen bu ziyaretlerde önemle vurgulanan 3 ana başlık aşağıdaki gibidir:

a. İstanbul'u bir moda merkezi ve alışveriş cenneti yapma konusunda önemli bir proje olan ve geçmişte de uzun süre üzerinde tartışılan İstanbul Shopping Paradise konusunda tekrar hızla çalışılmaya başlanması;

b. Markalarımız açısından haksız rekabeti oluşturan ve dış ticarete AB normlarına uygun olmayan kısıtlamaların kaldırılması;

c. AVM ve Büyük Mağazacılık Yasa Tasarısı'nın kayıtlı perakendecilik ve özellikle gıda dışı perakendecilik açısından içerdiği sıkıntılar dikkate alınarak, yasanın tüm sektörler için katkı sağlayacak şekilde yeniden düzenlenmesi, BMD'nin yasaya katkısının sağlanması;

BMD heyetinde yer alan Yönetim Kurulu üyeleri, olumlu geçen görüşmelerden büyük memnuniyet duymuşlardır.



Devlet Bakanı Zafer ÇAĞLAYAN'ı Ziyaret – 10.04.2010 / Dolmabahçe Sarayı

Birleşmiş Markalar Derneği Başkanı Yılmaz YILMAZ, Başkan Yardımcıları Vahap Küçük, Jaklin Güner, Hüseyin Doğan, Burak Çelet, Yönetim Kurulu Üyeleri Fatih Akbacakoğlu ve Mehmet Ziyil, 10 Nisan 2010 Cumartesi günü İstanbul'da Dolmabahçe Sarayı Başbakanlık Ofisi'nde Devlet Bakanı Zafer ÇAĞLAYAN'ı ziyaret etmişlerdir. Görüşmede BMD heyeti, öncelikle Turquality projesinin önemine değinerek, bu denli önemli bir konuda BMD'nin de deneyimlerinden yararlanılması gerektiğini ifade etmiştir.

Bakan Çağlayan, Turquality Komitesi'nde firma sahiplerinin de dinlenmesine, onların da önerilerinin alınmasına yönelik yeni bir yapı üzerinde çalıştıklarını açıklamıştır. Bakan Çağlayan, Turquality'den destek alanların 5 yıl içinde hangi aşamaya ulaştıklarını, performanslarını izlemeye yönelik araştırma yaptıracaklarını da eklemiştir.

İstanbul'u bir moda merkezi ve alışveriş cenneti yapma konusunda önemli bir proje olan ve geçmişte de uzun süre üzerinde tartışılan İstanbul Shopping Paradise konusunda da Sn. Bakan'ın ilgisi ve desteği talep edilmiştir.

Markalarımız açısından haksız rekabeti oluşturan ve dış ticarete AB normlarına uygun olmayan kısıtlamaların kaldırılması konusunda Bakan Çağlayan'a bilgi verilmiştir.

Görüşmede Sn. Bakan'a, İTKİB tarafından yürütülmekte olan ve dikili ürüne de anti-damping vergisi koymayı hedefleyen çalışmadan söz edilerek, bunun hayata geçmesi durumunda markalarımızın rekabet gücünün kalmayacağı aktarılmıştır.

Görüşmede son olarak, AVM ve Büyük Mağazacılık Yasa Tasarısı'nın kayıtlı perakendecilik ve özellikle gıda dışı perakendecilik açısından içerdiği sıkıntılar dikkate alınarak, yasanın tüm sektörler için katkı sağlayacak şekilde yeniden düzenlenmesi konusu gündeme gelmiştir.

Sanayi ve Ticaret Bakanı Nihat ERGÜN'ü Ziyaret – 15.04.2010 / Four Seasons Hotel

BMD Başkanı Yılmaz Yılmaz ve Yönetim Kurulu üyeleri, 15 Nisan 2010 Perşembe günü İstanbul'da Sanayi ve Ticaret Bakanı Nihat Ergün'le görüştüler.

Çok olumlu geçen ziyarette ağırlıklı olarak Büyük Mağazacılık Yasa Tasarısı görüşüldü. BMD heyeti, görüşmede yasa tasarısının bu haliyle BMD markalarını olumsuz etkileyebileceğine yönelik endişelerini dile getirdi. Sayın Bakan, yasada demek üyelerini rahatsız edebilecek herhangi bir husus olmayacağını söyledi.

Marka tescili ve patent konularında yaşanan sıkıntıların da paylaşıldığı Bakan Nihat Ergün, yurtdışı mağazacılık ve Türk markalarının yurtdışına açılımları konusuna büyük ilgi gösterdi.

Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanı Ömer DİNÇER'i ziyaret – 16.04.2010 / Dolmabahçe Sarayı

BMD Başkanı Yılmaz Yılmaz ve Yönetim Kurulu üyeleri, 16 Nisan 2010 Cuma günü Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanı Ömer DİNÇER'le görüştüler.

Görüşmede, BMD markalarının Türkiye'de 200 bin'e yakın kişiye istihdam sağladığı Sayın Bakan'a aktarıldı. Ticaret meslek liselerine ve Anadolu Üniversitesi'ne verilen staj ve müfredat desteğinin istihdam üzerindeki olumlu etkisine dikkat çekildi. Bakan Dinçer, memnuniyetini ifade ederek, sektörün istihdama önem vermeye devam etmesini istedi.

Çalışma Bakanı, İstanbul'a sağlayacağı her türlü katkı dolayısıyla "İstanbul Shopping Fest" projesiyle özellikle ilgilendi, desteğini bildirdi.

İstanbul Valisi Hüseyin Avni MUTLU'yu Ziyaret – 15.07.2010 / İstanbul Valiliği

BMD Başkanı Yılmaz Yılmaz ve BMD Başkan Yardımcıları, diğer sektörel dernek başkanlarıyla beraber, İstanbul Shopping Fest projesini aktarmak ve desteklerini almak üzere İstanbul Valisi'ni ziyaret etmişlerdir.

İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Kadir TOPBAŞ'ı ziyaret – 15.07.2010 / İBB Florya Tesisleri

BMD Başkanı Yılmaz Yılmaz ve BMD Başkan Yardımcıları, diğer sektörel dernek başkanlarıyla beraber, İstanbul Shopping Fest projesini aktarmak ve desteklerini almak üzere İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı'nı ziyaret etmişlerdir.

Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracat Genel Müdür Yardımcısı Derviş Öztürk'ü Ziyaret - 26.07.2010 / DTM

BMD Başkanı Yılmaz Yılmaz, BMD Genel Sekreteri Ekrem Utku ve BMD danışmanı Esel Çekin'in ziyaretleri sırasında, öncelikle BMD Hedef Pazarlar Bilgi Bankası hazırlıklarıyla ilgili olarak Esel Çekin, Derviş Öztürk'e bilgi vermiştir.

Toplantıda BMD'nin ortak satın alma projesi de Derviş Öztürk'e aktarılmıştır.

İstanbul Ticaret Odası Başkanı Murat YALÇINTAŞ'ı Ziyaret – 24.08.2010 / İTO

BMD Başkanı Yılmaz Yılmaz ve BMD Başkan Yardımcıları, diğer sektörel dernek başkanlarıyla beraber, İstanbul Shopping Fest projesini aktarmak ve desteklerini almak üzere İstanbul Ticaret Odası Başkanı'nı ziyaret etmişlerdir.



Başbakan Recep Tayyip ERDOĞAN ile görüşme – 30.10.2010 / Sabiha Gökçen Havaalanı

BMD Başkanı Yılmaz Yılmaz, BMD Başkan Yardımcıları ve diğer sektörel dernek başkanları, İstanbul Shopping Fest projesini aktarmak ve desteklerini almak üzere Başbakan'la bir araya geldiler.

Projeyi aktaran sektörel dernek temsilcileri, Başbakan Erdoğan'ın yakın ilgisiyle karşılaştılar.

İlçe belediyelerin başkanlarıyla görüşmeler

İstanbul Shopping Fest projesini aktarmak ve desteklerini almak üzere BMD, AMPD ve AYD temsilcileri çeşitli tarihlerde sırasıyla Bakırköy, Beyoğlu, Üsküdar, Beşiktaş, Kadıköy ve Şişli Belediye Başkanlarıyla bir araya gelmişlerdir.

EĞİTİM ve İNSAN KAYNAKLARI ETKİNLİKLERİ

İstanbul Teknik Üniversitesi'nde İnsan Kaynakları Semineri – 12 Nisan 2010

İTÜ Tekstil Teknolojileri ve Tasarımı Fakültesi öğrencilerine perakendeyi ve bu sektördeki kariyer olanaklarını tanıtmaya yönelik olarak düzenlenen etkinlik kapsamında, BMD Başkanı Yılmaz YILMAZ ve Başkan Yardımcısı Burak ÇELET'in de katılımlarıyla öğrencilerle markalarımızı bir araya getiren bir seminer düzenlenmiştir.

Seminere COLLEZIONE, DESA, KOTON, MAVİ ve YKM firmalarının temsilcileri ve İK yöneticileri katılarak, öğrencilere sektörü ve firmalarını tanıtmışlardır. "Türk perakende sektörüne ilişkin bilgiler", "Perakende sektöründe kariyer öyküleri", "Perakende sektöründe kariyer ve staj olanakları" konularının işlendiği toplantı öğrencilerin ilgisiyle karşılaşmıştır.

Toplantının ardından bir de kokteyl verilmiştir.



Kocaeli Üniversitesi'nde İnsan Kaynakları Semineri – 20 Nisan 2010

Kocaeli Üniversitesi Hereke Ömer İsmet Uzunyol Meslek Yüksekokulu'nda İşletme Yönetimi Programı öğrencilerine yönelik olarak 20 Mayıs 2010 Perşembe günü "Perakendede Kariyer" semineri / etkinliği düzenlenmiştir. İşletme Yönetimi Programı, ağırlıklı perakendecilik ve mağazacılık eğitimi verilen bir bölümdür.

BMD Genel Sekreteri Ekrem UTKU'nun açış konuşmasıyla başlayan seminer kapsamında, üye firmalarımızın İK yöneticileri yaptıkları sunumlarda, perakendeyi ve bu sektördeki staj ve kariyer olanaklarını öğrencilere tanıtmışlar, firmalarının uygulamalarını aktarmışlar, sektöre ilişkin görüşlerini öğrenciler ve öğretim görevlileriyle paylaşmışlardır.

Seminer, BMD, kariyer.net ve Perakende TV işbirliğiyle gerçekleştirilmiştir.

İTÜ Tekstil Mühendisliği Kulübü (İTÜTEK) Fırsat Günleri 2010 – 10-11 Haziran 2010

Sektörün önde gelen firmaları ve geleceğin nitelikli tekstil mühendislerini buluşturmak amacıyla düzenlenen "İTÜTEK Fırsat Günleri" programı, yeni mezunların çalışma hayatlarına ilk adımlarını atmalarını sağlamaktadır.

Programın ilk günü program açılışı, kokteyl ve firma tanıtımları, ikinci günü ise birebir (firma-öğrenci) görüşmeleri olmak üzere 10-11 Haziran 2010 tarihlerinde İTÜ Gümüşsuyu Kampüsü'nde gerçekleşmiştir.

Söz konusu etkinliğe birçok BMD üyesi firma katılarak öğrencilerle bir araya gelme olanağı bulmuştur.

Marmara Üniversitesi öğrencileriyle toplantı – 14 Haziran 2010

Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Tekstil Tasarımı Bölümü öğrencilerini 14 Haziran 2010 Pazartesi günü Derneğimizde konuk ettik.

Öğrencilere, perakende sektörü, BMD ve üye markalarımız tanıtılarak sektördeki kariyer ve staj olanakları, kariyer öyküleri aktarıldı. Ayrıca, toplantıya katılan yaklaşık 20 öğrenci kendi yaptıkları çalışmaları ve özgeçmişlerini de üye firmalarımıza sundular.

Bu toplantıya katılan üye firmalarımızın temsilcileri, yeni mezun olacak öğrencilerle bir araya gelerek istihdam konusunda yol gösterici oldular.



Ticaret meslek liseleriyle toplantı – 17 Haziran 2010

Ticaret meslek liseleriyle (TML) olan işbirliğimiz kapsamında, sorunların tartışılması ve müfredatın geliştirilmesine yönelik görüş ve önerilerin paylaşılması amacıyla BMD Eğitim Komitesi üyesi Ali Gökhan ER'in ev sahipliğinde aşağıdaki program düzenlenmiştir:

17 Haziran 2010 Perşembe

11:00 – 12:30 Çeşitli illerdeki 30 TML Müdürüyle toplantı (Etiler Anadolu Otellilik ve Turizm Meslek Lisesi)

Perakende sektörü hakkında müdürlerle bilgi aktarımı, müfredatla ilgili görüş alışverişi, özellikle staj sırasında yaşanan sorunların ve sıkıntıların İK yöneticilerine aktarılması.

14:00 – 16:15 Metrocity AVM ziyareti

Çeşitli mağaza ziyaretleri, TML müdürlerine bilgi aktarımı.

Toplantıya ve AVM ziyaretine katılan TML müdürleri ve öğretmenler, bu programın büyük yarar sağladığını ifade etmişlerdir.

Perakende Satış Okulum eğitimleri / 10-24 Ağustos 2010

Perakende sektöründe faaliyet gösteren üye markalarımızın nitelikli işgücü ihtiyacına yanıt verebilmek, tecrübeli insan kaynağını firmaların kullanımına sunmak ve mevcut mağaza ve merkez çalışanlarını yetkinleştirmek amacıyla insan kaynakları alanında uygun maliyetli eğitim olanaklarını arttırmaya yönelik projeler üretilmektedir.

Bu kapsamda, sektörün önde gelen derneklerinden Birleşmiş Markalar Derneği ile Alışveriş Merkezleri ve Perakendeciler Derneği olarak, Asemble Eğitim ve Danışmanlık kurumuyla işbirliği içinde yenilikçi ve uygun maliyetli bir eğitim modelini üyelerimizin kullanımlarına sunduk.

Perakende Satış Okulu isimli eğitimler, İstanbul, Ankara, İzmir, Adana, Antalya, Kayseri ve Eskişehir'deki 13 alışveriş merkezinde yer alan sinema salonlarında aynı anda 3 bin kişiye verilmiştir. Söz konusu eğitimler, naklen yayın ile tüm salonlara ulaşmış, katılımcılar eğitim esnasında SMS aracılığı ile eğitime soru sorabilmişler ve kaçırdıkları dersleri kendilerine verilecek bir şifre ile internet üzerinden takip edebilmişlerdir.

Her biri ikişer saatlik 6 seanstan oluşan bu program, hafta içi saat 8:45-10:45 arasında 12 saatte satış danışmanlarına temel satış ve pazarlama eğitimi verilmesini ve sektörde minimum standartların oluşturulmasını amaçlamaktadır.

Eğitimler, önce 1,5 saat süreli ders ve ardından da sektörün önde gelen isimlerinin deneyimlerini aktardıkları 30 dakikalık sohbet bölümünden oluşmuştur. Derslerin konu başlıkları aşağı sunulmaktadır:

3 Adım Metodu ile Karakter Tespiti ve İletişim Tekniği

Satışın Bilinçaltı

Perakendede Gelişen Trendler ve Pazarlamanın Rolü

İtirazları Karşılama ve Giderme

Satışta Kurumsal ve Kişisel İmaj

Etkili Türkçe ile İletişim

Aktif Role Play ve Workshop

Perakende Satış Okulu eğitimi, mağazaların çalışma saatlerini etkilemeyen bir zaman diliminde çok sayıda satış danışmanının katılabileceği, çok uygun maliyetli yenilikçi bir projedir. Bu eğitimler sayesinde, satış danışmanlarının motivasyonlarının artması ve işlerine daha büyük bir istekle sarılmaları da sağlanmıştır.

Ticaret meslek liselerinde perakendecilik eğitimine ilişkin protokol çalışmaları

Derneğimiz, sektörün ihtiyacı olan eğitimli işgücünü sürekli hale getirmeyi amaçlayan proje kapsamında, Milli Eğitim Bakanlığı ve Alışveriş Merkezleri ve Perakendeciler Derneği ile birlikte yürüttüğü çalışmaları Ticaret ve Anadolu Ticaret Meslek Liseleri bünyesinde perakende yönetimi alan ve dallarının açılması konusunda 10 Ekim 2005 tarihinde imzalanan protokolle sonuçlandırmıştır. Milli Eğitim Bakanlığı, kayıtlı istihdamın yaklaşık yüzde 12'sini barındıran perakende sektörünün projesini olumlu bularak kısa sürede yaşama geçirme kararı vermiştir.

Protokol kapsamında, ilk aşamada İstanbul'da 4 (Bakırköy, Beşiktaş, Kadıköy), Ticaret Meslek Lisesi'nde perakende yönetimi alan ve dalları açılmıştır, bugün ise Türkiye çapında 200'den fazla okulda perakendecilik eğitimi verilmektedir.

Milli Eğitim Bakanlığı'yla BMD ve AMPD arasında 2005 yılında imzalan perakendecilik eğitimi protokolünün yenilenmesi için 2010 yılı içinde çeşitli sürdürülen görüşmeler ve çalışmalar yürütülmüştür.

Protokol kapsamında, öğretmenlere BMD ve AMPD tarafından eğitimcinin eğitimi programları uygulanmakta, öğrencilere son sınıfta staj olanağı sağlanmakta, öğrenci ve öğretmenlere sektörel kurs ve seminerleri izleme fırsatı yaratılmakta, mezunlara istihdam konusunda rehberlik sağlanmaktadır. Ayrıca, AVM ve firma ziyaretleri de gerçekleştirilmektedir. Müfredat çalışmaları, BMD ve AMPD'nin görüş ve önerileri çerçevesinde yürütülmektedir.

KOMİTELERİN ETKİNLİKLERİ

Eğitim Komitesi

KOMİTE ÜYELERİ: Burak ÇELET – DESA, Ahmet DALYANCIGİL – DEMSA, Sami KARİYO – PENTİ, Ali Gökhan ER – BÜCÜRÜK, Cüneyt YAVUZ – MAVİ

İnsan Kaynakları Yöneticileri toplantısı – 12.01.2010 / BMD

Toplantıda görüşülen konular:

Üye firmalarımızın 2010 yılı ücret artışı konusunda izledikleri yöntemler ve uyguladıkları oranlar, Özellikle Anadolu'da yeni açılacak olan AVM'lerdeki mağaza personelinin eğitimi, BMD web sitesinin, özellikle iş başvurularında daha etkin kullanımı.

İnsan Kaynakları Yöneticileri toplantısı – 19.02.2010 / BMD

Toplantıda, Demek hukuk danışmanımız Av. Hatip MERCAN, katılımcıların İş Kanunu'nun bazı maddelerine ve iş sözleşmelerine ilişkin sorularını yanıtlamıştır.

İnsan Kaynakları Yöneticileri toplantısı – 19.03.2010 / BMD

Toplantıda görüşülen konular:

2010-2012 dönemi proje önerileri,

Üye firmalarımızın İK departmanları kullandıkları bilgisayar programı konusunda görüş alış veriş.

Eğitim Komitesi toplantısı – 26.03.2010 / BMD

Toplantıda görüşülen konular:

Ticaret meslek liseleri konusunda değerlendirme,

Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi bünyesinde 2006 yılında BMD'nin girişimleriyle açtınlan Perakendecilik Programı hakkında değerlendirme

İstanbul Moda Akademisi'yle olası işbirliği projelerinin değerlendirilmesi

Eğitim Komitesi toplantısı – 08.04.2010 / BMD

Toplantıda görüşülen konular:

Ticaret meslek liseleri konusunda değerlendirme,

Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi bünyesinde 2006 yılında BMD'nin girişimleriyle açtınlan Perakendecilik Programı hakkında değerlendirme,

İstanbul Moda Akademisi'yle olası işbirliği projelerinin değerlendirilmesi,

Üniversite düzeyinde perakende dersleri oluşturmak,

Üniversitelerdeki kariyer günlerine BMD'nin organizatörlüğünde markalarımızın katılımı.

İnsan Kaynakları Yöneticileri toplantısı – 19.04.2010 / BMD

Toplantıda görüşülen konular:

Türkiye çapındaki ticaret meslek liselerinde açılan Perakende ve Pazarlama Alanı Satış Danışmanlığı Dalı'yla ilgili konular,

Anadolu Üniversitesi AÖF Perakende Satış ve Mağazacılık Bölümü'yle ilgili konular,
İTÜ Tekstil Teknolojileri ve Tasarımı Fakültesi'yle yürütülebilecek işbirliği olanakları,
İstanbul Moda Akademisi'yle yürütülebilecek işbirliği olanakları,

İTÜ Tekstil Teknolojileri ve Tasarımı Fakültesi Dekanı Emel ÖNDER KARAOĞLU'nu ziyaret – 21.04.2010 / İTÜ

BMD Başkanı Yılmaz Yılmaz, Başkan Yardımcısı Burak ÇELET, Genel Sekreter Ekrem UTKU ve Eğitim Komitesi üyelerinin ziyaretinde, İTÜ'de çalışmalarını sürdüren Perakende Mühendisliği konusu görüşülmüştür.

Eğitim Komitesi toplantısı – 29.04.2010 / BMD

Toplantıda görüşülen konular:

Üniversite seviyesinde perakende eğitimi,
Meslek lisesi seviyesinde perakende eğitimi,
Satış danışmanı yetiştirme kursları,
İK ve CV bilgi bankası.

İTÜ Rektörü Prof. Dr. Muhammed ŞAHİN'i ziyaret – 02.06.2010 / İTÜ

İstanbul Teknik Üniversitesi Rektörü Prof. Muhammed ŞAHİN ve İTÜ Tekstil Teknolojileri ve Tasarımı Fakültesi Dekanı Prof. Emel ÖNDER KARAOĞLU'nun, üniversite - sanayi işbirliği kapsamında "Eğitim ve Ar-Ge Proje Ortaklığı", "Etkinlik ve Tanıtım Faaliyetleri" konularında görüş paylaşmak üzere düzenledikleri öğle yemeğine BMD Başkanı Yılmaz YILMAZ, Başkan Yardımcıları Burak ÇELET, Semih ŞEFTALİ ve Jaklin GÜNER, BMD Genel Sekreteri Ekrem UTKU katılmışlardır.

Eğitim Komitesi toplantısı – 05.06.2010

Toplantıda güncel konular görüşülmüştür.

Üsküdar Ticaret Meslek Lisesi ziyareti – 09.06.2010

BMD Eğitim Komitesi üyesi Ali Gökhan ER, beraberindeki İK yöneticileriyle Üsküdar Ticaret Meslek Lisesi'ni ziyaret ederek, perakendecilik eğitiminde yaşanan sıkıntıları dinleyerek görüş ve önerileri almıştır.

İTÜ İşletme Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Öner GÜNÇAVDI'yı ziyaret – 06.07.2010 / İTÜ

Perakendecilik alanında yürürlüğe konulması hedeflenen lisansüstü eğitim konusunda ve diğer eğitsel konularda görüşmek üzere, BMD Başkan Yardımcısı Burak ÇELET ve Genel Sekreter Ekrem UTKU, İstanbul Teknik Üniversitesi İşletme Fakültesi Dekanı Prof. Öner GÜNÇAVDI ile görüşmüşlerdir.

Toplantıya, İTÜ Tekstil Teknolojileri ve Tasarımı Fak. Dekanı Prof.Dr. Emel Önder Karaoğlu, Prof.Dr. Suat Küçükçifçi ve Prof.Dr. Fatma Kalaoğlu da katılmışlardır.

İnsan Kaynakları Yöneticileri toplantısı – 02.08.2010 / BMD

Toplantıda görüşülen konular:

BMD'nin çeşitli kurumlarla yürüttüğü eğitim programlarına ilişkin bilgilendirme,
Hazırlıkları yürütülen BMD İK web sitesi projesinin son durumuna ilişkin bilgi aktarımı,
Ticaret meslek liseleriyle ilgili olarak yapılan çalışmaların aktarılması, bu konuda oluşturulan çalışma grubunun yaptığı hazırlıkların değerlendirilmesi,
BMD'nin perakendecilik yüksek lisansı projesinin son durumuna ilişkin bilgi aktarımı.

Eğitim Komitesi toplantısı – 07.08.2010

Toplantıda gündel konular görüşölmüştür.

Mehmet Ali Büyökhanlı Ticaret Meslek Lisesi ziyareti – 23.09.2010

BMD Eğitim Komitesi üyesi Ali Gökhan ER ve BMD Genel Sekreteri Ekrem UTKU, Mehmet Ali Büyökhanlı Ticaret Meslek Lisesi'ni ziyaret ederek, perakendecilik eğitiminde yaşanan sıkıntıları dinlemişler, görüş ve önerileri almışlardır.

İktisadi Faaliyetler Komitesi

KOMİTE ÜYELERİ: Jaklin GÜNER- YKM, Cüneyt YAVUZ- Mavi, Mete SÖNMEZ- Falk Sönmez, Önder ÖZTARHAN- Vepa Group, Ömer AKYİĞİT- Collezio, Ahmet Sald KAVURMACI – Aydınli Grup

Yıl içinde gerçekleşen toplantılar ve görüşölen konular:

Komite toplantısı – 23.03.2010 / BMD
Komite toplantısı – 26.03.2010 / YKM
Komite toplantısı – 02.04.2010 / BMD
Komite toplantısı – 09.04.2010 / YKM
Komite toplantısı – 27.04.2010 / YKM
Komite toplantısı – 29.04.2010 / BMD
Komite toplantısı – 07.05.2010 / YKM

Ortak satın alma,
Veri toplanması,
Derneğe gelir getirici faaliyetler.
GfK, Reldin ve IPSOS danışmanlık firmalarıyla görüşmeler.
BMD Üyelerinin kurumsallaşma sürecine destek proje



Basınla İlişkiler ve Tanıtım Komitesi

KOMİTE ÜYELERİ: Yılmaz YILMAZ – Koton, Sinan ÖNCEL – Twigy, Sedef ORMAN - Derimod, Rifat ELHADEF – Vakko

Zaman Gazetesi ziyareti – 08.04.2010

BMD Başkanı Yılmaz YILMAZ ve Yönetim Kurulu üyelerinden oluşan bir heyet, Zaman Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni Ekrem DUMANLI'yı ziyaret ederek Dernek faaliyetleri hakkında bilgilendirmişler, güncel konular üzerinde görüş alışverişinde bulunmuşlardır.

Milliyet Gazetesi ziyareti – 08.04.2010

BMD Başkanı Yılmaz YILMAZ, Yönetim Kurulu üyeleri ve bazı BMD üyeleri, Doğan Gazetecilik İcra Kurulu Başkanı Servet TOPALOĞLU'nun BMD üyeleri onuruna verdiği öğle yemeğine katılmışlardır.

Yemekte, güncel sektörel konular üzerinde görüş alışverişinde bulunulmuştur.

Komite toplantısı – 29.04.2010 / BMD

Gündemdeki konular görüşülmüştür.

Komite toplantısı – 07.05.2010 / BMD

Görüşülen konular:

Gazetelerle projeler,
Farkı Ne Yarattı projesi,
Gündemdeki konulara ilişkin basın toplantısı hazırlıkları.

Komite toplantısı – 13.05.2010 / BMD

Görüşülen konular:

LOOK ve ALL yayınlarıyla olan ortak projeler,
Gündemdeki konulara ilişkin çalışmalar.

Basınla öğle yemeği – 20.05.2010 / VOGUE RESTAURANT

BMD Basınla İlişkiler ve Tanıtım komitesi üyeleri, BMD Başkanı Yılmaz YILMAZ'ın da katılımıyla, perakende sektörünü izleyen basın mensuplarıyla öğle yemeğinde bir araya gelmiştir.

Yemeğe katılan basın mensupları:

Sabah	Pınar Çelik,
Milliyet	Beste Önkol
Haber Türk	Esen Evran
Vatan	Hale Tüzün
Posta	Sibel Eray

Referans	Sevgi Sayar
Zaman	Bayram Kaya
Akşam	Esin Gedik
Hürriyet	Demet Cengiz
Dünya	Leyla Ekinci

Yemekte, BMD'nin projeleri ve güncel konulara ilişkin değerlendirmeleri paylaşılmıştır.

Hürriyet Gazetesi ziyareti – 25.05.2010

BMD Başkanı Yılmaz YILMAZ ve Yönetim Kurulu üyelerinden oluşan bir heyet, Hürriyet Genel Yayın Yönetmeni Enis BERBEROĞLU'nu ziyaret ederek Dernek faaliyetleri hakkında bilgilendirmişlerdir.

Toplantıda ayrıca, güncel sektörel konular üzerinde görüş alışverişinde bulunulmuştur.

Komite toplantısı – 01.10.2010 / BMD

Görüşülen konular:

Gazetelerle projeler,
Farkı Ne Yarattı projesi.

Sabah Gazetesi ziyareti – 06.10.2010 / Çalık Holding

BMD Başkanı Yılmaz YILMAZ ve Basınla İlişkiler Komitesi üyelerinden oluşan bir heyet, Sabah Gazetesi'ni ziyaret ederek BMD-Sabah ve İstanbul Shopping Fest-Sabah ortak projeleri hakkında görüş alışverişinde bulunmuşlardır.

HaberTürk Gazetesi ziyareti – 07.10.2010

BMD Başkanı Yılmaz YILMAZ ve Basınla İlişkiler Komitesi üyelerinden oluşan bir heyet, HaberTürk Gazetesi'ni ziyaret ederek Genel Yayın Yönetmeni Fatih ALTAYLI ve gazete yazarlarıyla bir araya gelmişlerdir.

Toplantıda BMD-HT ve İstanbul Shopping Fest-HT ortak projeleri konusu da gündeme gelmiştir.

Komite toplantısı – 14.10.2010 / BMD

Görüşülen konular:

Gazetelerle projeler,
100 bin çocuk projesi.

Doğan-Burda ziyareti ve öğle yemeği – 20.12.2010

BMD Başkanı Yılmaz YILMAZ ve Basınla İlişkiler Komitesi üyelerinden oluşan bir heyet, Doğan-Burda Yayıncılık'ı ziyaret ederek, Mehmet Y. YILMAZ'ın ev sahipliğinde verilen öğle yemeğine katılmışlardır.

Yemekte, Doğan-Burda ile BM arasındaki işbirliği olanakları ve İstanbul Shopping Fest kapsamında yapılabilecekler değerlendirilmiştir.

Üyelerle İlişkiler Komitesi

KOMİTE ÜYELERİ: Semih ŞEFTALİ – Esse, Fatih AKBACAKOĞLU – Ayakkabı Dünyası, Ali Gökhan ER – Bücürük, Emil GÜZELİŞ – Zen, Ömer AKYİĞİT - Collezione, Mete SÖNMEZ – Faik Sönmez

Komite toplantısı – 12.04.2010 / KOTON

Toplantıda görüşülen konular:

Üye profili, üye kategorileri, yeni üyeler,
Üye toplantıları,
Sosyal etkinlikler,
Üye anketi
Yurtdışı ziyaretler

Komite toplantısı – 28.04.2010, BMD

Toplantıda görüşülen konular:

Üyelik aldatları,
Üye toplantıları,

Komite toplantısı – 19.05.2010, AYAKKABI DÜNYASI

Toplantıda görüşülen konular:

Üyelik kriterleri,
Üyelerle etkinlikler,

Komite toplantısı – 01.10. 2010, BMD

Toplantıda görüşülen konular:

Üyelik başvuruları,
Üye anketi
BMD Etik Değerler çalışması.

Yurtdışıyla İlişkiler Komitesi

KOMİTE ÜYELERİ: Vahap KÜÇÜK – LCW, Osman ARAR – Damat, Şahin EROĞLU – Collin's, Rifat ELHADEF – Vakko, Sami KARİYO – Penti

Komite toplantısı – 15.04.2010 / BMD

Toplantıda görüşülen konular:

Yurtdışı AVM projeleri,
Türkiye'deki yabancı yatırımcılarla ilişkiler,
E-newsletter ve katalog,
Ülke raporları,
MAPIC Fuarı,

Komite toplantısı – 25.05.2010 / BMD

Toplantıda görüşülen konular:
MAPIC Fuarı, SIEC Fuarı.

GÖRÜŞMELER, TOPLANTILAR

Han Çadırı AVM tanıtımı – 19.01.2010 / BMD

Han Çadırı AVM (KHAN SHATYR), Kazakistan'ın başkenti Astana'da yer alan, İngiliz mimar Norman Foster'ın tasarımıyla inşa edilmiş olan bir AVM'dir.

Proje, 200 bin m² arsa alanı üzerinde, 109 bin m² inşaat alanına sahiptir. Hipermarket ve eğlence merkezi dahil 60 bin m² kiralanabilir alan üzerinde 6 kat ve 180 mağaza alanı bulunan projede, 450 kişilik 6 sinema salonu ve 9 bin m² eğlence merkezi de mevcuttur.

Han Çadırı AVM'nin tanıtımı, EPM ASSETIS TÜRKİYE firması tarafından BMD'de gerçekleştirilmiştir.

İskenderun Prime Mall AVM açılışı – 24.08.2010

Prime Development yatırımı olan Prime Mall'un açılış törenine (Gala Gecesi) BMD'yi temsilen Genel Sekreter Ekrem UTKU katılmıştır. Törende Prime Development Yönetici Ortağı Philipp Von Wilmowsky, İskenderun Belediye Başkanı Yusuf Civelek, Hatay Valisi Celalettin Lekesiz birer konuşma yaptılar.

Genel Sekreter Ekrem UTKU ise konuşmasında BMD üyelerinin büyüklüklerine değinerek, BMD markalarının Türkiye'de ve dünyada önemli merkezlerde, ciddi ve güvenilir yatırımcıların projelerinde yer aldıklarını belirtti. İskenderun'un bölge ekonomisindeki önemine vurgu yaparak BMD markalarının bu AVM'de yer almalarının İskenderun'a gösterdikleri önemin işareti olduğunu, AVM yönetiminin ve yatırımcı firmanın her zaman markalarımızın yanında olacaklarına inandığını belirterek kiracı markalarımıza ve yönetime başarılar diledi.

Türkiye Perakendecilik Meclisi toplantısı – 15.09.2010 / TOBB-Ankara

Türkiye Perakendecilik Meclisi toplantısı İTO Başkanı ve TOBB Başkanvekili Murat YALÇINTAŞ'ın başkanlığında yapılmıştır. Türkiye Perakendecilik Meclisi toplantısında, Birleşmiş Markalar Derneği'ni Genel Sekreter Ekrem UTKU temsil etmiştir.

Sektörel derneklerin temsilcileriyle toplantı – 30.09.2010 / BORSA RESTAURANT

Sektörel bazı konularda görüş alışverişinde bulunmak, sektör sorunlarını tartışmak ve derneklerimiz arasındaki işbirliği olanaklarının güçlendirilmesi konusunda değerlendirmeler yapmak üzere LASİAD, METİAD VE OTİAD Başkan ve Genel Sekreterleri BMD'nin davetiyle öğle yemeğinde bir araya gelmişlerdir.

BMD Başkanı Yılmaz YILMAZ, Başkan Yardımcısı Hüseyin DOĞAN ve BMD Genel Sekreteri Ekrem UTKU'nun katıldığı yemekte, sektörü ilgilendiren çok önemli konular hakkında görüş alışverişinde bulunulmuştur.

EXIMBANK'ta toplantı – 22.10.2010 / Ankara

Eximbank'ın sektör temsilcilerinin talep, öneri ve görüşlerinin alınması amacıyla düzenlediği toplantıya BMD Genel Sekreteri Ekrem UTKU katılmıştır.

Toplantıda, yatırım tutarı, borç / özkaynak oranı, kredi tutarının yatırımın % 85'ini geçmemesi, teminat, kredinin döviz olarak kullanılması gibi konularda BMD'nin görüşleri katılımcılara iletilmiştir.

Türkiye Konfeksiyon ve Hazır Giyim Sanayi Meclisi toplantısı – 29.11.2010 / TOBB-Ankara

Türkiye Konfeksiyon ve Hazır Giyim Sanayi Meclisi toplantısı Gaziantep Sanayi Odası Başkanı ve TOBB YK Üyesi Nejat KOÇER'in başkanlığında yapılmıştır. Toplantıya, BMD'yi temsilen Genel Sekreter Ekrem UTKU katılmıştır.

İSTANBUL FASHION WEEK

İstanbul'u dünya moda merkezlerinden biri konumuna taşımayı, dünyada Türk modasından söz ettirmeyi hedefleyen çok boyutlu bir organizasyon olan İSTANBUL FASHION WEEK - IFW (İstanbul Moda Haftası) etkinliği, 25 – 28 Ağustos 2010 tarihleri arasında İTÜ Taşkışla Kampüsü'nde gerçekleştirilmiştir.

Derneğimizin de destekçisi olduğu ve Türk markaları için önemli bir fırsat olarak gördüğümüz bu etkinlikte markalarımız da yer almışlardır. Bazı üye firmalarımız, gerek stand kurarak gerekse etkinlikler kapsamında düzenledikleri defilelerle bu önemli moda etkinliklerinde yer almışlardır.

İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri organizasyonunda, Birleşmiş Markalar Derneği (BMD), Moda Tasarımcıları Derneği (MTD) ve İstanbul Moda Akademisi (İMA) işbirliğinde düzenlenen IFW'de, basın mensubu ve alıcılardan oluşan yabancı konuk grubu ile Türk tasarımcıları ve markaları bir araya gelmişlerdir. İSTANBUL FASHION WEEK ile eşzamanlı olarak, **COLLECTION PREMIERE İSTANBUL – CPI Fuarı** da düzenlenmiştir. Her iki etkinlik dolayısıyla, seçkin Türk ve yabancı moda markaları ve tasarımcıları, 2011 ilkbahar – yaz koleksiyonlarını sergilemişlerdir.

Yılda iki kez, yaz ve kış döneminde düzenlenen bu prestijli etkinliğin, uluslararası moda dünyası içinde "Made in Turkey"den "Türk Markaları"na giden süreçte, BMD üyelerine katkı sağlayacağına inanmaktayız.



YURTDIŞI PERAKENDE YATIRIMI

Yurtdışı Perakende Yatırım Koordinasyon Kurulu Protokolü ve imza töreni – 09.06.2010

Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM) Başkanı Mehmet Büyükekşi, Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) Başkanı Yılmaz Yılmaz, Alışveriş Merkezi Yatırımcıları Derneği (AYD) Başkanı Hakan Kodal ve Alışveriş Merkezleri ve Perakendeciler Derneği (AMPD) Başkanı Mehmet Nane, yurtdışında ağırlıklı olarak Türk markalarının yer alacağı alışveriş merkezi ve mağazalarının kurulması konusunda çalışmalar yürütecek “Yurtdışı Perakende Yatırım Koordinasyon Kurulu” protokolünü imzaladı.

İmza töreninde konuşan Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM) Başkanı Mehmet Büyükekşi, ihracatçılar, markalar, perakende zincirleri ve alışveriş merkezlerinin temsilcileri olarak çok anlamlı bir işbirliğine gittiklerini vurguladı. “Türkiye’de yakaladığımız dinamizmi, enerjiyi ve bereketi dışarıda da geliştirmek için bir araya geliyoruz” diye konuşan Büyükekşi, hedefin ihracatın katma değerini artırmak olduğunu söyledi.

Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) Başkanı Yılmaz Yılmaz da konuşmasında, 10 yıl içinde yurtdışında 20 bin mağaza hedeflediklerini açıkladı. Yılmaz, “Türkiye alışveriş merkezleri ile çevre ülkeler için bir alışveriş cenneti olabilir,” dedi.

TİM Yurtdışı Perakende Yatırım Koordinasyon Kurulu, TİM Başkanı’nın başkanlığında, TİM’den 2, BMD, AMPD, AYD Yönetim Kurulu Başkanlarıyla birlikte 2’şer temsilci olmak üzere toplam 9 kişiden oluşacak. Kurulun sekreteryası hizmetlerini TİM sağlayacak. Temel hedef, “Fırsatları değerlendirmek yeni yollar bulmak ve küresel seviyede lobby ve tanıtım faaliyetleri yapmak” olarak özetlendi. Kurul, hedef pazarlara yönelik perakende hedefli ticaret heyetleri düzenleyecek.

Markalaşma için dev adım

İhracatçılar, markalar ve alışveriş merkezleri yurtdışında Türk markalarının yer alacağı ortak alışveriş merkezi kurmak için işbirliği yaptı. Bu kapsamda belirlenen her ülkede aynı gün olmak üzere en az 10 mağaza ya da Türk markaların yer aldığı alışveriş merkezleri açılacak.



Protokolün imza törenine (soldan) Alışveriş Merkezleri ve Perakendeciler Derneği Başkanı Mehmet Nane, Birleşmiş Markalar Derneği Başkanı Yılmaz Yılmaz, Türkiye İhracatçıları Meclisi Başkanı Mehmet Büyükekşi ve Alışveriş Merkezi Yatırımcıları Derneği Başkanı Hakan Kodal katıldı.

▲ TİM’in önderliğinde kuruldu

Birleşmiş Markalar Derneği (BMD), Alışveriş Merkezi Yatırımcıları Derneği (AYD) ile Alışveriş Merkezleri ve Perakendeciler Derneği (AMPD), Türkiye İhracatçıları Meclisi’nin (TİM) önderliğinde Türk markalarının ismini yurtdışında duyurmak için işbirliği yaptı. Oluşturulan ‘Perakende Yatırım Koordinasyon Kurulu’, yurtdışında Türk markalarının ağırlıklı olarak alışveriş merkezi ve mağazalar kuracak.

▲ Hedef en az 10 mağaza

Protokolün dünki imza töreninde konuşan TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi, hedeflerinin ihracatın katma değerini artırmak olduğunu vurguladı. Mağazalar açıldıkça siparişler ve üretimin otomatikçe artacağını, her sezon ‘yapış gelcek mi’ endişesinin ortadan kalkacağını belirten Büyükekşi, “Amacımız, markalarımızın her ülkede bir mağaza açması değil, her ülkede en az 10 mağaza açması” diye konuştu.

▲ Fas’ın üç kentine gidecek

Mehmet Büyükekşi, kurulun ilk olarak Fas’ın 3 kentine yatırım için ziyaret düzenleyeceğini, daha sonra sırada Suriye’nin yer aldığını söyledi. Kurulun sekreteryası hizmetlerini TİM’in sağlayacağını belirten Büyükekşi, “Derneklere fırsatları değerlendirmek, yeni yollar bulmak ve küresel tanıtım faaliyetleri konusunda destek vereceğiz. Hedef pazarlara ticaret heyetleri göndereceğiz” dedi.

▲ Alışveriş cenneti olacak

Törende konuşan BMD Başkanı Yılmaz Yılmaz da Türkiye’nin çevre ülkeler için alışveriş cenneti olacağını söyledi. AYD Başkanı Hakan Kodal, markaların bireysel olarak yurtdışına açılma girişimlerinin stratejik bir platform ile koordine edileceğini belirtirken, AMPD Başkanı Mehmet Nane de Türk firmalarının yurtdışındaki fuarlara ücretsiz davet edildiğini, protokolün tarihi bir anlam taşıdığını kaydetti.

Yurtdışı Perakende Yatırım Çalıştayı – 25.06.2010 / VIAHOTEL - PENDİK

Çalıştay'ın ilk bölümünde BMD adına Hüseyin DOĞAN, AMPD adına Mehmet NANE, AYD adına Hakan KODAL, TİM adına Başkanvekili Ahmet AKBALIK ve Dış Ticaret Müsteşarlığı adına da Müsteşar Yardımcısı Ziya ALTUNYALDIZ birer konuşma yaptılar.

Son olarak Dış Ticaretten Sorumlu Devlet Bakanı Zafer ÇAĞLAYAN da bir konuşma yaptı.

Öğle yemeğinden sonra yapılan oturumda ise, DTM Müsteşar Yard. Ziya ALTUNYALDIZ'ın başkanlığında, diğer kurumların temsilcileri ve ilgili kişilerin de katılımıyla çalıştayın tartışma bölümüne geçildi.

DTM tarafından hazırlanan iki modül üzerinde tartışıldı.

Birinci modül: Devlet yardımları ve destekler

- a.AVM inşaatı öncesinde sağlanacak pazara giriş ve araştırma destekleri, Ticaret Müşavirliklerinin katkıları, siyasi destek
- b.AVM inşaatı aşamasında sağlanacak destekler, teminat prefinansman imkanları
- c.Mağaza ve Ofis açılmasında sağlanacak destekler, AVM'lerin Derecelendirilmesi
- d.Marka, bayilik ve franchising konusunda geliştirilecek destekler

İkinci modül: Hedef ülkeler

- a.DTM tarafından belirlenen hedef ülkeler başta olmak üzere, merkezler tespit edilerek lokasyon çalışmaları yapılacaktır.
Ülke → Merkez Şehir → Lokasyon
- b.Kuzey Afrika, Sahra Altı, Orta Asya, Balkanlar, Ortadoğu

Çalıştay'a sunulan BMD görüşleri:

A.Makro politikalar

İstanbul ve Türkiye'nin bir markalı alışveriş cenneti ve bölgesel moda merkezine dönüştürülmesine yönelik yol haritası çizilmelidir.

Tartışılacak konular:

- 1.Eğitim (lisansüstü, lisans ve ortaöğretim)

Perakende sektörünün ihtiyaçları tekrar tanımlanmalı ve hedefe uygun eğitim programı oluşturulmalıdır.

- 2.İstanbul'u bölgesel ticaretin ve modanın merkezi haline getirecek politikalar

- a.İstanbul Shopping Fest,
- b.İstanbul Fashion Week

Bu iki organizasyonun önemi nedir ve nasıl desteklenmelidir?

- c.Çevre ülkelerin toptancılarına yönelik olarak merkezde toptan ticaretle ilgili serbest bölge oluşturulması.

3.İstanbul'da turizmin ve otel yatak sayısının artırılmasına yönelik teşvikler Türk turizmini geliştirecek, artan turist sayısı dolayısıyla Türk perakendecilerine ve markalarına tanıtım işlevi ve cirosal destek sağlanacaktır. Tanıtım vurgusunda özellikle İstanbul'un öne çıkarılması gerekmektedir.

4.Türk markalarının (özellikle moda perakendecilerinin) yabancı markalara göre ürün maliyetlerini yükselten dış ticaret uygulamalarının kaldırılması

ÖRNEK:

Türk markalarının yabancı markalarla karşılaştırılması

TÜRK MARKALARI

- 1.İthalatta referans fiyat uygulaması birçok Türk markası için % 5-15 arasında ek maliyet yaratmaktadır;
- 2.İplik ve tekstilde, özellikle sentetik kumaşlardaki % 75'e varan anti-damping vergisi, % 5-10 arasında ek maliyet yaratmaktadır.

YABANCI MARKALAR

- 1.Avrupa'da gümrükleme yapıldığı için bu maliyet söz konusu değil;
- 2.Böyle bir maliyet yok

B.Mikro destekler

Tartışılacak konular:

- 1.Yalnızca Turquality içinde olan firmalar için değil, tasarım departmanı olan bütün firmalara sağlanabilecek tasarım odaklı destekler nelerdir?
- 2.Yurtdışına açılmak isteyen markalara ve AVM'lere orta-uzun vadeli finansman olanakları nasıl sağlanabilir?
- 3.Hedef ülke analizi neticesinde bazı ülkeler için daha avantajlı destekler (gerek Turquality kapsamında gerekse orta-uzun vadeli finansman olanakları kapsamında) sağlanmalı mıdır? (bazı ülkelerle yapılmış olan serbest ticaret anlaşmalarında, yıllar içinde azalan gümrük oranları paralelinde)
- 4.Perakendeciler ve AVM'ler için sağlanabilecek fuar destekleri nelerdir ve neleri kapsamalıdır?

C.Yurtdışı pazarlar hakkında bilginin toplanması, paylaşımı açılması ve faaliyetlerin koordinasyonu

BMD üyesi markaların yurtdışında 2000 civarında mağazası vardır. BMD, 4 ay sürecektir olan bir projeye aşağıdaki konularda bilgi toplamaya başlamıştır:

- a.Markalarımız hangi ülkelerde ne kadar başarılıdır?
- b.Ülke bazında pazara girişte fırsatlar ve engeller nelerdir?
- c.Gümrük mevzuatı ve hukuki süreçler,
- d.Ülkelerin makro ekonomik yapıları ve gelişme potansiyelleri,
- e.Ülke ülke pazar ve tüketici dinamikleri,
- f.Pazardaki yerli-yabancı oyuncular ve rekabette konumlandırılmaları,
- g.Perakende lokasyonlarının (cadde-AVM) analizi,
- h.İnsan kaynakları dinamikleri,

i.Girilen pazarlarda ortak hareket etme fırsatları (ortak satın alma, lojistik vb.)

j.Pazara giriş modellerinin irdelenmesi (direkt yatırım-bayilik vb.)

k.Ülke ülke pazarların ve kanalların analizi ve yönlendirme,

l.Bilgi teknolojileri konusunda ülke ülke analiz ve yönlendirme.

Çalışma sonunda, hedef pazarlar konusunda öneriler ve yaşayan bir bilgi bankası oluşturulması amaçlanmaktadır.

Tartışılacak konular:

1.Hedef pazarlar hangi mekanizma ile belirlenmelidir?

2.Derneklerin, TİM'in ve DTM'nin elindeki bilginin paylaşımı nasıl sağlanabilir? Tek bir software mümkün müdür?

3.Yurtdışında yatırımı teşvik edilecek bir AVM'nin içindeki Türk markalarının ve Türk yatırımcılarının yönettiği yabancı markaların hangi oranda ve hangi şartlarda bulunması gereklidir? Çalıştay'ın hedefine uygun pozitif ayrımcılık nasıl formüle edilebilir?

4.İstikrarlı ihracat olasılığını sağlamak açısından yurtdışında ülke imajı politikaları için hedef pazarlarda neler yapılabilir? (Türk dizilerinin desteklenmesi, dizilerde Türk markalarının reklamlarını yapabilmek amacıyla yasal zeminin hazırlanması vb.)

5.Markalı ihracatın önde gelen ülkesi olarak İtalya'ya ilişkin bir "case study" çalışması yapılması ve Türkiye'yle karşılaştırmalar yapılacak "benchmark"lar ortaya konulması çalışması nasıl desteklenebilir?

Gözden Geçirme toplantısı – 26.07.2010 / DTM

25 Haziran tarihinde Viaport Hotel'de yapılan Yurtdışı Perakende Yatırım Çalıştay'ının devamı niteliğinde bir gözden geçirme toplantısı, 26 Temmuz 2010 Pazartesi günü Ankara'da Dış Ticaret Müsteşarlığı'nda yapılmıştır.

Toplantıya BMD Başkanı Yılmaz YILMAZ, BMD Genel Sekreteri Ekrem UTKU ve BMD danışmanı Esel ÇEKİN katılmışlardır.

Gözden Geçirme toplantısı – 28.12.2010 / DTM

"Yurtdışı AVM yatırımları öncesinde ve yatırım aşamasında verilen devlet yardımları ve destekleri" konulu toplantıya DTM'den ilgili daire başkanları ve şube müdürleri, BMD'den Yönetim Kurulu üyesi Osman ARAR ve Genel Sekreter Ekrem UTKU, AMPD AYD temsilcileri katılmışlardır.

Toplantıda, mevzuattan kaynaklanan haksız rekabetin önlenmesi, Eximbank kaynaklarının verimli kullanımı ve teşvikler konusunda BMD'nin görüşleri katılımcılara aktarılmıştır.

Balkan Ülkeleri Çalışma Grubu

25 Haziran 2010'da yapılan Yurtdışı Perakende Yatırım Çalıştay'ı sonuçları kapsamında bir Balkan Ülkeleri Çalışma Grubu oluşturulmuştur.

Çalışma grubunun yıl içinde çeşitli toplantıları olmuştur.

Balkan Ülkeleri Çalışma Grubu toplantısı – 05.07.2010 / DIŞ TİCARET KOMPLEKSİ

Toplantıya Genel Sekreter Ekrem UTKU katılmış ve aşağıdaki görüşleri ifade etmiştir:

BMD görüşleri:

Coğrafi ve kültürel yakınlığımız bulunan Balkan ülkeleri, Türkiye ve markaları için günümüzde önemli bir konuma gelmiştir.

Bu önemli ifade etmek üzere, konu hakkındaki görüşlerimizi birkaç başlık altında sunabiliriz:

1.Balkan ülkelerinde Türkiye ve Türk markaları algısının güçlendirilmesi çalışmaları

Balkan ülkelerinde gerçekleştirilecek faaliyetlerden önce bu ülkelerde Türkiye'nin ve Türk markalarının bilinirliğinin ve tanınırlığının güçlendirilmesinde fayda bulunmaktadır.

Bu amaçla yapılabilecekler:

- a.İstanbul Shopping Fest,
- b.İstanbul Fashion Week,
- c.Balkan ülkeleri de dahil olmak üzere, çevre ülkelerin toptancılarına yönelik olarak merkezde toptan ticaretle ilgili serbest bölge oluşturulması, bu serbest bölgenin diğer serbest bölgelerden farklı olarak hem bilinen serbest bölge mantığında çalışması hem de "free shop" mantığında kurulacak mağazalardan Balkan ülkeleri tüccarlarının alışveriş yapabilmesi,
- d.İstanbul'da turizmin ve otel yatak sayısının arttırılmasına yönelik teşviklerin güçlendirilmesi, Balkan ülkelerinden daha fazla sayıda turistin çekilmesi,
- e.İstanbul'un bir alışveriş destinasyonu olarak Balkan ülkelerinde güçlü tanıtımı, tanıtım vurgusunda özellikle İstanbul'un öne çıkarılması,
- f.İstikrarlı ihracat olasılığını sağlamak açısından yurtdışında ülke imajı politikaları için hedef pazarlarda yapılabileceklerin belirlenmesi.

2.Balkan ülkeleri hakkında bilginin toplanması, paylaşımına açılması ve faaliyetlerin koordinasyonu

Gerek BMD tarafından yürütülmekte olan ve Ekim 2010 gibi tamamlanması hedeflenen "Hedef Pazarlar Bilgi Bankası projesi" gerekse DTM'nin ticaret müşavirlikleri aracılığıyla yürüttüğü "envanter çalışması" kapsamında Balkan ülkelerin ilişkin pazar bilgilerinin toplanması, bunların derlenmesi ve paylaşımına açılması önem taşımaktadır.

Projelerin ve faaliyetlerin planlanması açısından aşağıdaki başlıklarda bilgi elde edilmektedir /edilmelidir:

- a.Markalarımız hangi Balkan ülkelerinde ne kadar başarılıdır?
- b.Hedef pazarlar hangi mekanizma ile belirlenmelidir?
- c.Ülke bazında pazara girişte fırsatlar ve engeller nelerdir?
- d.Gümrük mevzuatı ve hukuki süreçler,
- e.Ülkelerin makro ekonomik yapıları ve gelişme potansiyelleri,
- f.Ülke ülke pazar ve tüketici dinamikleri,
- g.Pazardaki yerli-yabancı oyuncular ve rekabette konumlandırılmaları,
- h.Perakende lokasyonlarının (cadde-AVM) analizi,
- i.İnsan kaynakları dinamikleri,
- j.Girilen pazarlarda ortak hareket etme fırsatları (ortak satın alma, lojistik vb.)
- k.Pazara giriş modellerinin irdelenmesi (direkt yatırım-bayilik vb.)
- l.Ülke ülke pazarların ve kanalların analizi ve yönlendirme,
- m.Bilgi teknolojileri konusunda ülke ülke analiz ve yönlendirme.
- n.Derneklerin, TİM'in ve DTM'nin elindeki bilginin paylaşımı nasıl sağlanabilir? Tek bir software mümkün müdür?

3.Balkan ÷lkelerine y÷nellik faaliyetlerde sağlanabilecek devlet yardımları ve destekleri

Markalarımızın Balkan ÷lkelerindeki faaliyetleri ve yatırımları öncesinde veya sırasında, bazı devlet yardımlarının sağlanması yararlı olacaktır:

- a.Yurtdışına açılmak isteyen markalara orta-uzun vadeli finansman olanaklarının sağlanması,
- b.Hedef ÷lke analizi neticesinde, bazı ÷lkelerle yapılmış olan serbest ticaret anlaşmalarında yıllar içinde azalan gümrük oranları paralelinde, bu ÷lkeler için daha avantajlı destekler (gerek Turquality kapsamında gerekse orta-uzun vadeli finansman olanakları kapsamında) sağlanması,
- c.Perakendeciler için fuar destekleri sağlanması ve bunları kapsamının belirlenmesi,
- d.Balkan ÷lkelerindeki Avrupa markalarıyla rekabet edebilmemiz ancak liberal bir platformda mümkündür. Bu amaçla, AB ithalat rejimi dışındaki bütün maddi ithalat engellerinin kaldırılması gerekmektedir. Ancak bu sayede Balkanların ve çevredeki ÷lkelerin bizden beklentisi olan makul maliyetli hızlı moda ürünlerini stoktan servis yapabilmemiz mümkün olacaktır

Balkan ÷lkeleri Çalışma Grubu toplantısı – 16.09.2010 / EDİRNE

Çalışma Grubunun üçüncü toplantısı 16 Eylül 2010 tarihinde Dış Ticaret Müsteşar Yardımcısı Sn. Ziya ALTUNYALDIZ başkanlığında ve Çalışma Grubu üyesi kamu ve özel sektör kurum ve kuruluş temsilcilerinin katılımıyla Edirne'de Edirne Ticaret ve Sanayi Odası ev sahipliğinde gerçekleştirilmiştir.

Toplantıda BMD'yi temsilen yer alan Genel Sekreter Ekrem UTKU, hedef ÷lkeler rapor hazırlıkları hakkında bilgi aktarmıştır.

YÜKSEK İSTİŞARE KURULU TOPLANTILARI

Birleşmiş Markalar Derneği Tüzüğü'nün 40. maddesi uyarınca oluşturulan Yüksek İstişare Kurulu (YİK), Derneğimizin en üst danışma organıdır. Kurul, Dernek tüzüğünde belirtilen amaç ve hedefler doğrultusunda, ihtiyaç duyulan konular üzerinde araştırma ve gözlem yaparak, bunları Yönetim Kurulu'yla paylaşır. Kurul üyeleri, perakende sektörünün geniş bilgi ve deneyim sahibi duayenleri arasından iki yıl için seçilir.

BMD Yüksek İstişare Kurulu'nun 2010 yılı boyunca gerçekleştirdiği toplantılar aşağıda sunulmaktadır:

İstişare Konseyi toplantısı – 11.02.2010

Kurul'un, 2010 yılında yapılan tüzük değişikliği öncesindeki yapısıyla gerçekleştirilen toplantıda güncel sektörel konular tartışılmıştır.

Yüksek İstişare Kurulu toplantısı – 19.04.2010

Yapılan bu ilk toplantıda, Yüksek İstişare Kurulu (YİK) Başkanlığı'na Abdullah KİĞİLİ, Eşbaşkanlığına ise BMD YK Başkanı Yılmaz YILMAZ seçilmişlerdir.

Toplantıda:

Büyük Mağazacılık Yasa Tasarısı, Turquality, markalarımız açısından haksız rekabeti oluşturan ve ticaret önünde engel olan unsurlar, Türk markalarının Türk ekonomisine ve Türkiye'ye sağladıkları katkı, İstanbul Shopping Fest, tanınmış marka statüsündeki markalarımızın yaşadıkları marka – patent sorunları, elektrik tarifelerindeki indirim konuları tartışılmıştır.

Yüksek İstişare Kurulu toplantısı – 08.07.2010

Toplantıda:

AC Nielsen Perakende Endeksi verileri, İstanbul Shopping Fest projesi, BMD sosyal sorumluluk projesi, ortak satın alma projesi, IT yazılımları, eğitim,

konuları tartışılmıştır.

Yüksek İstişare Kurulu toplantısı – 08.07.2010

Toplantıda:

AC Nielsen Perakende Endeksi verileri, İstanbul Shopping Fest projesi, "Farkı Ne Yarattı" toplantıları,

tartışılmıştır.

YÖNETİM KURULU TOPLANTILARI

Derneğimiz Yönetim Kurulu'nun 2010 yılı boyunca gerçekleştirdiği toplantıların tarihleri aşağıda sunulmaktadır:

12 Ocak 2010

09 Şubat 2010

05 Mart 2010

11 Mart 2010

08 Nisan 2010

29 Nisan 2010

13 Mayıs 2010

03 Haziran 2010

16 Haziran 2010

08 Temmuz 2010

29 Temmuz 2010

16 Eylül 2010

14 Ekim 2010

23 Kasım 2010

07 Aralık 2010

YAYINLAR

HÜRRİYET LOOK MODA EKİ



BMD, Hürriyet Gazetesi'yle Aralık 2002'den bu yana ortaklaşa hazırlanan ve ayda bir kez bu gazeteyle beraber dağıtımı yapılan LOOK isimli bir moda eki sayesinde geniş kitlelere ulaşabilmektedir. LOOK eki, hem perakende markalarını biraraya getiren bir yayın mecrası hem de modanın yoğun olarak işlendiği ilgi çekici bir gazete olarak yaklaşık 2003 yılından bu yana tüm Türkiye'de yayınlanmaktadır.

ALL ALIŞVERİŞ VE MODA DERGİSİ

Birleşmiş Markalar Derneği ve Om Medya işbirliğiyle hazırlanmakta olan ALL Aylık Alışveriş ve Moda Dergisi Nisan 2007 tarihinde yayın hayatına başlamıştır.

ALL Dergisi, fiyatı ve formatıyla piyasadaki dergilerden farklı özellikler taşımaktadır. Derginin en önemli özelliği, diğer dergilerden farklı olarak, birçok üye firmamızın mağazaları aracılığıyla satılıyor olmasıdır.



DENETLEME KURULU RAPORU

BİRLEŞMİŞ MARKALAR DERNEĞİ GENEL KURUL BAŞKANLIĞINA

DENETLEME KURULU RAPORU

Denetleme Kurulumuz toplanarak, Dernekler Kanunu'nun 9. ve Dernek tüzüğüümüzün 24. maddeleri uyarınca, 2010 yılı içinde yapılan aktivitelere ilişkin derneğin gelir – gider ve karar defterlerini, alındı belgelerini ve diğer evraklarını incelemiştir.

Bu incelemeler sonunda:

- 1.Yönetim Kurulu kararlarında genel kurul kararlarına aykırılık görülmemiştir,
- 2.Defter ve kayıtların düzgün tutulduğu, tüm belgelerin mevcut olduğu, yasa ve tüzük hükümlerine aykırı bir uygulama olmadığı görülmüştür,
- 3.Yapılan tüm aktiviteler, tüzükte belirtilen amaçlar yönünde gerçekleştirilmiştir.

Sonuç olarak, Denetleme Kurulu'nun tanzim ettiği işbu raporu Genel Kurul üyelerimizin bilgi ve onaylarına sunarız.

Saygılarımızla,

28 Şubat 2011

Denetçi
Feyzi ATABEK

Denetçi
Tekin ACAR

Denetçi
Selami SARI

BİRLEŞMİŞ MARKALAR DERNEĞİ ve BMD İKTİSADİ İŞLETMESİ
01.01.2010 - 31.12.2010 TARİHLERİ ARASI GELİR GİDER TABLOSU

	BİRLEŞMİŞ MARKALAR DERNEĞİ	BMD İKTİSADİ İŞLETMESİ	KONSOLİDE
I - GELİRLER	866.353,00	337.115,00	1.203.468,00
A - GİRİŞ ALDATI	180.000,00		180.000,00
B - YILLIK ALDAT	577.000,00		577.000,00
C - BANKA FAİZİ	11.468,00	9,00	11.477,00
D - YAYIN GELİRİ		60.758,00	60.758,00
E - DİĞER GELİRLER (Fuar, seminer, sponsorluk vb.)	97.885,00		97.885,00
F - SHOPPING FEST GELİRLERİ		276.348,00	276.348,00
II - GİDERLER	641.203,00	460.339,00	1.101.542,00
A - KİRA GİDERLERİ		25.200,00	25.200,00
B - PERSONEL GİDERLERİ	133.505,00	62.608,00	196.113,00
C - ORGANİZASYON VE SOSYAL ETKİNLİK GİDERLERİ	321.951,00	3.557,00	325.508,00
D - POSTA VE KURYE GİDERLERİ	3.506,00		3.506,00
E - KİRTASIYE GİDERLERİ	961,00	113,00	1.074,00
G - MUHASEBE GİDERLERİ	4.334,00	3.673,00	8.007,00
H - DANIŞMANLIK GİDERLERİ	140.277,00	26.939,00	167.216,00
I - NOTER GİDERLERİ	3.509,00	1.706,00	5.215,00
J - ELEKTRİK, SU, DOĞALGAZ, GÜVENLİK GİDERLERİ		3.690,00	3.690,00
K - TELEFON GİDERLERİ	8.789,00		8.789,00
L - MATBAA GİDERLERİ	3.735,00		3.735,00
M - ULAŞIM GİDERLERİ	11.809,00	15.299,00	27.108,00
N - TEMİZLİK-BAKIM-ONARIM GİDERLERİ	3.698,00		3.698,00
O - İNTERNET+BİLİŞİM GİDERLERİ	4.724,00	647,00	5.371,00
P - KANUNEN KABUL EDİLMİYENBİLİNMİYEN BEKLENMEYEN GİDERLERİ	405,00		405,00
R - SHOPPING FEST GİDERLERİ		316.907,00	316.907,00
III - GELİR-GİDER FARKI	225.150,00	-123.224,00	101.926,00
IV - 31.12.2010 İTİBARIYLA MEVCUDUMUZ	167.803,00	148.226,00	316.029,00
BANKA TL HESABI	166.871,00	33.609,00	200.480,00
KASA	932,00		932,00
SHOPPING FEST BANKA HESAPLARI		111.824,00	111.824,00
SHOPPING FEST KASA		2.793,00	2.793,00
V - 31.12.2010 İTİBARIYLA ALACAKLARIMIZ		70.133,00	70.133,00
ÇEŞİTLİ ALICILAR			
SHOPPING FEST - ÇEŞİTLİ ALICILAR		70.133,00	70.133,00
VI - 31.12.2010 İTİBARIYLA BORÇLARIMIZ	42.119,00	224.128,00	266.247,00
ÇEŞİTLİ SATICILAR	42.119,00		42.119,00
SHOPPING FEST - ÇEŞİTLİ SATICILAR		224.128,00	224.128,00

BİRLEŞMİŞ MARKALAR DERNEĞİ ve BMD İKTİSADİ İŞLETMESİ
01.01.2011 - 31.12.2011 TARİHLERİ ARASI TAHMİNİ BÜTÇESİ

	BİRLEŞMİŞ MARKALAR DERNEĞİ	BMD İKTİSADİ İŞLETMESİ	KONSOLİDE
I - GELİRLER	1.154.000,00	116.000,00	1.270.000,00
A - GİRİŞ AİDATI	300.000,00		300.000,00
B - YILLIK AİDAT	825.000,00		825.000,00
C - BANKA FAİZİ	14.000,00	1.000,00	15.000,00
D - YAYIN GELİRİ		100.000,00	100.000,00
E - DİĞER GELİRLER (Fuar, seminer, sponsorluk vb.)	15.000,00	15.000,00	30.000,00
II - GİDERLER	1.154.000,00	116.000,00	1.270.000,00
A - KİRA GİDERLERİ		30.000,00	30.000,00
B - PERSONEL GİDERLERİ	180.000,00	20.000,00	200.000,00
C - ORGANİZASYON VE SOSYAL ETKİNLİK GİDERLERİ	619.300,00	18.700,00	638.000,00
D - POSTA VE KURYE GİDERLERİ	13.000,00		13.000,00
F - KIRTASIYE GİDERLERİ	3.000,00	100,00	3.100,00
G - MUHASEBE GİDERLERİ	5.200,00	4.400,00	9.600,00
H - DANIŞMANLIK GİDERLERİ	285.000,00	15.000,00	300.000,00
I - NOTER GİDERLERİ	4.500,00	2.500,00	7.000,00
J - ELEKTRİK+SU+DOĞALGAZ+GÜVENLİK GİDERLERİ		5.000,00	5.000,00
K - TELEFON GİDERLERİ	11.000,00		11.000,00
L - MATBAA GİDERLERİ	7.000,00		7.000,00
M - ULAŞIM GİDERLERİ	14.000,00	18.000,00	32.000,00
N - TEMİZLİK-BAKIM ONARIM GİDERLERİ	5.000,00		5.000,00
O - İNTERNET+BİLGİSİM GİDERLERİ	6.000,00	2.000,00	8.000,00
P - KANUNEN KABUL EDİLMİYEN-BİLGİLENMEYEN-BİGİLENMEYEN GİDERLER	1.000,00	300,00	1.300,00

MEDYA YANSIMALARI

Perakendede Marka dönemi

'Made in Turkey' döneminin kapanarak, 'Türk Markaları' dönemine geçildiğini söyleyen Yılmaz Yılmaz, BMD üyelerinin 2023 yılında 50 milyar dolarlık ihracata ulaşacağına inanıyor.

Haber: Ali KAHNARCI

Bir zamanlar Türk mallarının global dünyaya entegre olma sürecinde duyulmaya başlanıyordu 'Made in Turkey' dönemi kapanıyor. Global dünyaya entegre olma sürecinde yaşanan hızlı gelişmeye paralel olarak 'Made in Turkey'den, 'Türk Markaları' dönemine geçildiğini söyleyen Birleşik Markalar Derneği (BMD) Başkanı Yılmaz Yılmaz, "Bundan en fazla 20 yıl önce yurt dışında mağazalara gittiğimizde 'Made in Turkey' etiketi görüp mutluluk duyuyorduk, gururlandık. Oysa şimdi dünyanın her yerinde bin 175 BMD mağazası bir karşılıyor. Türkiye perakendesinde bir devrin bitip yeni bir devrin açılına şahitlik ediyoruz" diyor. Türkiye'de markaların en büyük temsilcisi olan BMD'nin 400 üyesi bulunuyor. Derneğin üyelerinin toplam cirou 24 milyar dolar bulurken, toplam çalışan sayısı ise 170 bine ulaşıyor. Toplam 2 milyon 300 bin metrekare alanda faaliyet gösteren BMD üyelerinin yurt içinde 40 bin, yurt dışında ise 60 ülkede bin 175 mağazası bulunuyor. Bu noktada BMD'nin Türkiye ekonomisine önemli bir katkı sağladıklarını söylemek yanlış olmaz. BMD Başkanı, gelecek 10 ila 15 yıl içinde bu katkının artacağına inanıyor. Zira 'İstanbul Shopping Fest' (İstanbul Alışveriş Festivali) gibi önemli projelerin hayata geçirilmesi, çanta sarfadeseklerini listiren Yılmaz, 2023 yılına gelindiğinde markalı ihracatın da 50 milyar dolarlık dış satım hacmine ulaşabileceğini iddia ediyor.



"İstanbul ve çevresinde sektör açısından mükemmel bir ekosistem bulunuyor. Çok iyi organize olan perakendeciler ve mimari açıdan Avrupa'nın en güzel, en iyi yönetilen AVM'leri bu bölgede bulunuyor."

'Türk Markaları' devrine geçiş

BMD'yi, Türkiye'nin tüketici sektörü olan perakendecilerin en önemli kuruluşlarını aynı çatı altında buluşturan, gerçek bir yıldıza topluluğu olarak nitelleyen Yılmaz Yılmaz, bundan sonra 'Türk Markaları' vurgusunun 'Türk Markası' ifadesi ile yer değiştirdiğini açıklıyor. Yılmaz, bu değişikliği: "Bir nevi 'Made in Turkey'den, 'Türk Markaları' devrine geçiş" olarak tanımlıyor. BMD markalarının yurt dışındaki her bir mağazası ile Türkiye'ye çok büyük değer kattığını belirten Yılmaz, "Amerika'da Türk markası bir otomobil yok ama New York'ta Jean'in ana vatanını kullandı Little Big, Mavi bize hoş geldin diyor. Milano'da karşınıza çıkan Colini's çıkıyor. Ukrayna'da Pierre Cardin, Tifin'de Vestel, Moskova'da Goldax, Tokyo'da Çilek, Bakreş'te LC Waikiki, Yunanistan'da İpekyol, Kahire'de Kışık, İspanya'da Dama, Liverpool'da Ramsey, Kazakistan'da Roman, Belçika'da Zen,

Dubai'de Network, Erbil'de Collezione, Londra'da Denz, liste uzayıp gidiyor" diyor. Bugün BMD üyelerinin, önemli moda başkentleri başta olmak üzere, dünyanın birçok şehrinde bin 175 mağazası bulunduğuna dikkat çeken Yılmaz, "Bu moda ve marka ile yapılan itibarlı tanıtım deniz-göçer geçişinde turizm de dahil birçok sektör için sinerji yaratıyor. Yönetim döneminde yurt dışında Türk markası yaygınlaştırmak hedefimiz olacak" diyor.



TURKCELL'E BİRİNCİLİK ÖDÜLÜ

Pandemide sektöründeki 140 kurumsal markanın aynı çatı altında birleştiği yarıyıl Birleşik Markalar Derneği, 2019 İtalya Konsept Tasarım Yarışması'nda, Türkiye'nin en iyi gelen konsepti olarak Turkcell ve geçtiğimiz yıl açılan Forum İstanbul AVM birinci oldu.



İTALYA'DA BİRİNCİLİK
Birleşik Markalar Derneği (BMD) tarafından düzenlenen 2019 İtalya Konsept Tasarım Yarışması'nda, Türkiye'nin en iyi gelen konsepti olarak Turkcell ve geçtiğimiz yıl açılan Forum İstanbul AVM birinci oldu. Yarışmada, 140 kurumsal markanın aynı çatı altında birleştiği yarıyıl Birleşik Markalar Derneği, 2019 İtalya Konsept Tasarım Yarışması'nda, Türkiye'nin en iyi gelen konsepti olarak Turkcell ve geçtiğimiz yıl açılan Forum İstanbul AVM birinci oldu.



Kişisi başı
maliyet 75 TL

AMPO Başkanı Mehmet Hacıoğlu, "2023 yılı için toplam 245 alışveriş merkezi (AVM) 490 bin kişiye ulaşarak, sektördeki en büyük pazar haline gelecektir" dedi. Türkiye'deki toplam AVM sayısı 400'tür. Toplam organizasyon perakende sektörüne katkılarının da 500 bin kişiye ulaşacağına inanıyor. "BMD İtalya Konsepti Başlangıç Burak Çelen bir eğitimci ve kurucu ortağıdır. 75 kişiye eğitim vermiştir."

Perakendeciler eğitim için sinema salonlarını seçti

BMD ve AMPO öncülüğünde başlayan projeye, İstanbul'daki perakende eğitimi, sinema salonlarından 3 bin kişiye ulaştı. Hedef iPhone ve Blackberry araçlarıyla 100 binlere ulaşmak.

PERAKENDE sektöründeki eğitim seviyesini yükseltmek için işbirliği yapan sektör dernekleri "sinemada eğitime" başlattı. Birleşik Markalar Derneği (BMD), Alışveriş Merkezleri ve Perakendeciler Derneği'nin (AMPO) öncülüğünde başlayan "Perakende Sektör Okulu"nun ilk konuşuğu Perakende Pazarı Yönetimi Başkanı Ali Şahin'in oldu. Akademi Eğitim ve Danışmanlık sektörüne getirdiği konseptler, konseptler, farklı se-

17 SALON

Eğitimler dört yerle başladı. Ankara, İzmir, Antalya, Adana, Konya, Bursa ve İzmir'de yer alan 17 sinema salonuna atıldı.

İstanbul'daki sinema salonlarından başlanarak eğitim verildi. Dinleyiciler derneklerin klavye sesleri eşliğinde, sinema izlerken bir ortam yarandı. İlk eğitim verildiği Kanyon Alışveriş Merkezi'nde düzenlenen basın toplantısında konuşan BMD Başkanı Yılmaz Yılmaz, dünyada ilk kez aynı anda 3 bin kişiye sinemada eğitim verildiğini belirterek, sinemadaki geniş alanla sadece iPhone ve Blackberry üzerinden de eğitime katılma imkanı sunduklarını söyledi.

BMD'den Yılbaşı Konsept Tasarım yarışması

İSTANBUL- Birleşik Markalar Derneği (BMD) 2004 yılından bu yana düzenlenen "Yılbaşı Konsept Tasarım Yarışması" sonuçlandı. Alışveriş merkezleri ve mağazaların yılbaşı vitrin, iç ve dış mekan tasarımlarında bazı kriterlere göre yapılan değerlendirme sonucunda, yarışmada dereceye giren tasarımcılar ile mağaza ve alışveriş merkezi yönetimleri "BMD Tasarım Yarışması Heykelciği" kazandı. Yarışmada, dereceye giren firmalar ve tasarımcıları sırasıyla şöyle: "AVM birincilik ödülü Forum İstanbul ve Serhan Gürkan, AnkaMall ve Serhan Gürkan, Capacity ve Mehmet Ünal. Mağaza birincilik ödülü, Turkcell ve Kubilay Özvardar, Tefal ve Murat Tamgüç, Beta ve Şebnem Küçük, Jüri özel ödülü de Vestel ile tasarımcı Yeşim Memişyazıcı'ya verildi.

İSTANBUL- Birleşik Markalar Derneği (BMD) 2004 yılından bu yana düzenlenen "Yılbaşı Konsept Tasarım Yarışması" sonuçlandı. Alışveriş merkezleri ve mağazaların yılbaşı vitrin, iç ve dış mekan tasarımlarında bazı kriterlere göre yapılan değerlendirme sonucunda, yarışmada dereceye giren tasarımcılar ile mağaza ve alışveriş merkezi yönetimleri "BMD Tasarım Yarışması Heykelciği" kazandı. Yarışmada, dereceye giren firmalar ve tasarımcıları sırasıyla şöyle: "AVM birincilik ödülü Forum İstanbul ve Serhan Gürkan, AnkaMall ve Serhan Gürkan, Capacity ve Mehmet Ünal. Mağaza birincilik ödülü, Turkcell ve Kubilay Özvardar, Tefal ve Murat Tamgüç, Beta ve Şebnem Küçük, Jüri özel ödülü de Vestel ile tasarımcı Yeşim Memişyazıcı'ya verildi.



Türkiye'nin markaları çocukları giydiriyor

Birleşmiş Markalar Derneği (BMD), Türkiye'de şimdiye kadar gerçekleştirilen en büyük ölçekli sosyal sorumluluk projelerinden birini hayata geçirerek tam 100 bin çocuğu giydirdi. Kıyafetlerin dağıtımı Kurban Bayramı öncesi tamamlanmış olacak.

MARKA Derneği (BMD), Türkiye'de şimdiye kadar gerçekleştirilen en büyük ölçekli sosyal sorumluluk projelerinden birini hayata geçirerek tam 100 bin çocuğu giydirdi. Kıyafetlerin dağıtımı Kurban Bayramı öncesi tamamlanmış olacak. Birleşmiş Markalar Derneği (BMD), Türkiye'nin markaları Türkiye'nin en zengin ve en gelişmiş ülkesi olarak kabul edilir. Bu sosyal sorumluluk kampanyası, Türkiye'nin en zengin ve en gelişmiş ülkesi olarak kabul edilir. Bu sosyal sorumluluk kampanyası, Türkiye'nin en zengin ve en gelişmiş ülkesi olarak kabul edilir. Bu sosyal sorumluluk kampanyası, Türkiye'nin en zengin ve en gelişmiş ülkesi olarak kabul edilir.

Türkiye'nin en zengin ve en gelişmiş ülkesi olarak kabul edilir. Bu sosyal sorumluluk kampanyası, Türkiye'nin en zengin ve en gelişmiş ülkesi olarak kabul edilir. Bu sosyal sorumluluk kampanyası, Türkiye'nin en zengin ve en gelişmiş ülkesi olarak kabul edilir. Bu sosyal sorumluluk kampanyası, Türkiye'nin en zengin ve en gelişmiş ülkesi olarak kabul edilir.

Hükümetten yurtdışında AVM yapanlara kredi

HÜKÜMET, 2023 yılında krediye ihtiyacı bulunan yurtdışında AVM yapanlara kredi...

HÜKÜMET, 2023 yılında krediye ihtiyacı bulunan yurtdışında AVM yapanlara kredi... HÜKÜMET, 2023 yılında krediye ihtiyacı bulunan yurtdışında AVM yapanlara kredi... HÜKÜMET, 2023 yılında krediye ihtiyacı bulunan yurtdışında AVM yapanlara kredi...

HÜKÜMET, 2023 yılında krediye ihtiyacı bulunan yurtdışında AVM yapanlara kredi... HÜKÜMET, 2023 yılında krediye ihtiyacı bulunan yurtdışında AVM yapanlara kredi...

HÜKÜMET, 2023 yılında krediye ihtiyacı bulunan yurtdışında AVM yapanlara kredi... HÜKÜMET, 2023 yılında krediye ihtiyacı bulunan yurtdışında AVM yapanlara kredi...

HÜKÜMET, 2023 yılında krediye ihtiyacı bulunan yurtdışında AVM yapanlara kredi... HÜKÜMET, 2023 yılında krediye ihtiyacı bulunan yurtdışında AVM yapanlara kredi...

HÜKÜMET, 2023 yılında krediye ihtiyacı bulunan yurtdışında AVM yapanlara kredi... HÜKÜMET, 2023 yılında krediye ihtiyacı bulunan yurtdışında AVM yapanlara kredi...

HÜKÜMET, 2023 yılında krediye ihtiyacı bulunan yurtdışında AVM yapanlara kredi... HÜKÜMET, 2023 yılında krediye ihtiyacı bulunan yurtdışında AVM yapanlara kredi...

HÜKÜMET, 2023 yılında krediye ihtiyacı bulunan yurtdışında AVM yapanlara kredi... HÜKÜMET, 2023 yılında krediye ihtiyacı bulunan yurtdışında AVM yapanlara kredi...

HÜKÜMET, 2023 yılında krediye ihtiyacı bulunan yurtdışında AVM yapanlara kredi... HÜKÜMET, 2023 yılında krediye ihtiyacı bulunan yurtdışında AVM yapanlara kredi...

HÜKÜMET, 2023 yılında krediye ihtiyacı bulunan yurtdışında AVM yapanlara kredi... HÜKÜMET, 2023 yılında krediye ihtiyacı bulunan yurtdışında AVM yapanlara kredi...

HÜKÜMET, 2023 yılında krediye ihtiyacı bulunan yurtdışında AVM yapanlara kredi... HÜKÜMET, 2023 yılında krediye ihtiyacı bulunan yurtdışında AVM yapanlara kredi...



Kocabıyık: Yapmam gerekeni yaptım

BORUSAN Holding Şeref Başkanı Asım Kocabıyık, iş yaşamındaki başarısını "Üstün zekalı biri değilim, sadece yapılması gerekenleri yaptım" sözleriyle özetledi. Kocabıyık, Birleşmiş Markalar Derneği, Capital ve Ekonomist Dergisi öncülüğünde Vodafone sponsorluğunda düzenlenen toplantıda yaptığı konuşmada "Ben alelade bir köyde doğmuş, tahsil imkânı bulmuş bir insanım. Aklıma gelen şeyleri yaptım. Şekerin kilosu 1 lirayken 5 liraya çıktığında pekmez fabrikası kurdum" dedi. Kocabıyık sözlerini şöyle sürdürdü: Harp içindeyiz, memlekete bir şey gelmiyor. Kundura imal edenlere kundura çivisi lazım, tel lazım. Biz çelik halatları aldık, çivi yaptık. Bu herkesin görmediği birşey ama yettiğimiz ortam itibarıyla bildiğimiz birşey."

POLİTİKAYA GİRMEDİM

Türkiye'nin 50 yıl öncesine göre çok değiştiğini iş hayatına başladığı günlerde İngilizce bilen eleman bulamazken şimdi manzaranın çok farklı olduğunu anlatan Kocabıyık, 1954 yılında Demokrat Parti'den siyasete girme teklifi aldığını ama kabul etmediğini de kaydetti.



YÖNETİM KURULU 24 KİŞİYE ÇIKTI

BMD'nin 22'den 24 üyeye çıkan yeni yönetim kurulunda bulunan isimler şöyle: Vahap Küçük (LC Waikiki), Jakin Güner (YKM), Hüseyin Doğan (Ramsey), Semih Şeftali (Esse), Burak Çelet, (Desa), Rifat Elhadef (Vakko), Mehmet Zıylan (Zıylan), Osman Arar (Damat), Ahmet Said Kavurmacı (Aydın Grup), Şahin Eroğlu (Colin's), Hilal Suendam (Kıgılı), Sedat Orman (Derimod), Cüneyt Tavuz (Mavi), Sinan Öncel (Twigy), Sami Kariyo (Penti), Ömer Akyığı (Collezione), Fatih Akbacaçoğlu (Ayakkabı Dünyası), Önder Öztarhan (Vepa), Emin Güzelis (Zen), Ahmet Dalyancı (Dermis), Semih Saraçoğlu (Öpmar), Mete Sonmez (Faik Sonmez), Ali Gökhan Er (Büyük).

**TÜRKİYE MODA
ÜLKESİ OLACAK**

Wine & party: Woodman (bottom) at a Southern Wine & Spirits trade show in 2007, attended by more than 1,000 people. Photo courtesy of Southern Wine & Spirits.

[illegible]

BRADYPTILUS RAPTORUM

Journal of Management Inquiry, 17(4), 409-420.
DOI: 10.1177/1056492608315511

www.merck.com

Sampling Evidence, World Science, and Scientific Inquiry (Chomsky, 1970) are some distinctive scientific practices and methods that have been developed in the field of linguistics. These practices and methods are not only used in the field of linguistics but also in other fields of science.

Alışveriş Merkezleri (AVM) ile mağazaların yılbasi tasarımlarının ödüllendirildiği "Yılbasi Konsept Tasarım Yarışması"nda ANKAmall Alışveriş Merkezi 2.lik Ödülünü Ankara'ya taşıdı.

[illegible]

ye'den bir daha meclis çıkarsa'

diye.

Faptıkları kapari tasarımları ile artık moda dünyasına yön vermeye başlayan Türk perakenderleri, yurtdışında hâlen faaliyet gösterdikleri 31 bin mağazaya yenilerini eklemek için harekete geçti. Birleşmiş Markalar Derneği Başkanı Yılmaz Yılmaz, 10 yıl içinde 10 bin mağazaya ulaşmayı hedeflediklerini dile getirdi.

Özetim yapmamasına rağmen
82 milyar dolarlık markalı
ihracat yapan İtalya'yı
Türkiye'ye örnek aldıklarını
dile getiren Yılmaz,
"Türkiye'den bir İtalya modeli
çıkaracağız" diyor.

Large Navy
Manufactured at the Navy

[illegible][illegible]

Bölgesin Markalar Derneği Başkanı Yılmaz Yılmaz, tekniği ilerleten olundığı halde dışarıya marka satan fiilen derneğini kurulduğunu hedef olarak be iradiklerini dile getirerek, "Türk

Caption in Russian: *«Восхождение на Эльбрус»* (1930). *«Тысяча и одна ночь»* (1930).[illegible]

Birleşmiş Markalar Derneği Başkanı Yıl-

maz Yılmaz, DTM ve TIM'in çabasıyla, yurtdışında alışveriş merkezi ve mağaza açılanları Eximbank tarafından destekleneceğini açıkladı. Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) Başkanı Yılmaz Yılmaz, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TIM) ve Dış Ticaret Müsteşarlığı'nın (DTM) ortak stratejisiyle yurtdışında mağaza açacak ve alışveriş merkezi (AVM) kuracak şirketlerin destekleneceğini söyledi.



Cənubda isə Azərbaycanın 1990-cı illərdə keçirdiyi iqtisadi islahatların nəticəsi kimi, ölkənin iqtisadiyyatının strukturunda dəyişikliklər baş vermişdir. İqtisadiyyatın strukturunda ən əhəmiyyətli dəyişikliklər enerji sektorunda baş vermişdir. Enerji sektorunun iqtisadiyyatdakı payı 1990-cı illərdə 10 faizdən 20 faizə qədər artmışdır. Enerji sektorunun iqtisadiyyatdakı payının artması enerji sektorunun iqtisadiyyatdakı rolunun artırılması ilə əlaqədardır. Enerji sektorunun iqtisadiyyatdakı rolunun artırılması enerji sektorunun iqtisadiyyatdakı payının artırılması ilə əlaqədardır. Enerji sektorunun iqtisadiyyatdakı payının artırılması enerji sektorunun iqtisadiyyatdakı rolunun artırılması ilə əlaqədardır.

[illegible]

DOI: 10.1002/for

[illegible]

100

[illegible]



29 parakende firmasının giyim yardımıyla 100 bin 4 Ekin'de yola çıkacak. Kampanya, 20 milyon TL'ye mal olacak.

BMD bayramda 100 bin çocuğu giydirecek

BMD, Türkiye çapında 5 il ve İstanbul'un beş semtindeki toplam 100 bin çocuğu bayramda baştan aşağı giydirecek.

BİRLEŞMİŞ Markalar Derneği (BMD) ila 29 parakende firmasının Diyarbakır, Van, Mardin, Çankırı, Gümüşhane, Iğdır, İstanbul'un Pendik, Şile, Beşiktaş, Beşiktaş, Zeytinburnu ve Şile'deki ilçelerindeki 100 bin çocuğu bayram öncesi giydirecek kampanya başlattı. 4 Ekin'de yola çıkacak yardım TIR'ı kışa özel kışa bayram öncesi satışlarına başlayacak.

GIYİMLER STOK FAZLASI DEĞİL
Kampanyanın 20 milyon TL'ye mal olacağını belirten Birleşmiş Markalar Derneği Başkanı Yılmaz,

"Türkiye'yi yitirmişlik yaratan bir durum değil, de-ğış ve bu anlamda değişim gerektiren bir durum olduğunu düşünüyorum. Çoğumuz yitirdiğimiz için gülmeyi biliyoruz" dedi. Kampanyaya katılacak 100 bin çocuğu bayram öncesi giydirecek kampanya başlattı. 4 Ekin'de yola çıkacak yardım TIR'ı kışa özel kışa bayram öncesi satışlarına başlayacak.

"Türkiye'nin markaları, Türkiye'nin çocuklarını giydirecek" sloganıyla başlatılan kampanya kapsamında kışa özel kışa bayram öncesi satışlarına başlayacak. 1 adet, 1 giysi, 1 pantolon, 1 çift ayakkabı ve 2 çift çorap hediye olacak.



Fark nasıl yaratılır?

Birleşmiş Markalar Derneği tarafından düzenlenen "Fark Ne Yaratır?" toplantılarının bu ayki konuşu Orjin Grupla Başlangıç İçişleri Park ile ziyareti olan bir ortaklığın mimarı olan **Zafer Kargın** ve **Zafer Yıldırım** oldu. Çaylak International CEO'su yapılan toplantıda BMD Başkanı Yılmaz Yılmaz'ın açılı konuşmasını ardından, söyleşinin moderatörlüğünü Doç. Dr. Fatih Karahanlı, Kargın ve Yıldırım'ın baştan sonuna bir sunumla katılımcılara anlattı.

Türk parakende sektörünün içinde gelen markaların kurucusu ve önde gelen yöneticilerinin katıldığı "Fark Ne Yaratır?" etkinliğinde Zafer Kargın ve Zafer Yıldırım'ın 30 yıl ajan destekleri bağlamında Türk Tekstil Sanayisi'nin gelişimi de konuşuldu.

2002'de Almanya'daki ilk Türk girişimi kurma cesaretiyle girişimci Zafer Kargın ve Zafer Yıldırım, zor yoldan ve deneyerek başarılarını elde ettiler. Japon'ın Türkiye ambargosunu kıran ve ardından Japon'ya büyük miktarlarda satış gerçekleştiren başarıları Türk tekstilinde büyük rol oynayan iki girişimci arasında da fark yaratmaya devam ediyor.

İstanbul Park'ın açılışında Amerika'da ve Türkiye'deki en üst düzey yöneticileri

Markalaşma için dev adım

İhracatçılar, markalar ve alışveriş merkezleri yurtdışında Türk markalarının yer alacağı ortak alışveriş merkezi kurmak için işbirliği yaptı. Bu kapsamda belirlenen her ülkede aynı gün olmak üzere en az 10 mağaza ya da Türk markaların yer aldığı alışveriş merkezi açılacak.



Protokolün imza töreninde (sağdan) Alışveriş Markaları ve Parakendeciler Derneği Başkanı Mehmet Nure, Birleşmiş Markalar Derneği Başkanı Yılmaz Yılmaz, Türkiye Cumhuriyeti Ekonomi Bakanlığı Başkanı Mehmet Zeynepoğlu.

▲ TIM'in önderliğinde kuruldu

Birleşmiş Markalar Derneği (BMD), Alışveriş Markaları Yürütme Derneği (AYTD) ile Alışveriş Markaları ve Parakendeciler Derneği (AMPD), Türkiye Dış Ticaret Bakanlığı'nın (TİM) önderliğinde Türk markalarının yurtdışında ihracatını desteklemek için işbirliği yaptı. Çatışmaların "Perekende Yatırım Koordinasyon Kurulu", yurtdışında Türk markalarının ihracatı amaçlı alışveriş merkezleri ve mağazalar kurulacak.

▲ Hedef en az 10 mağaza

Protokolün imza töreninde konuşan TİM Başkanı Mehmet Zeynepoğlu, hedeflerinin ihracatı artırma, ihracatı desteklemek olduğunu vurguladı. Mağazaların açılışına eşlik eden ve ihracatı desteklemek amacıyla her hafta "İhracat Gecesi"ni düzenleyeceklerini belirtti. "Amacımız, markaların her ülkede bir mağaza açması değil, her ülkede en az 10 mağaza açması" diye konuştu.

▲ Fas'ın üç kentine gidecek

Mehmet Zeynepoğlu, kurulan ilk olarak Fas'ın 3 kentine yatırım için ziyaret edileceğini, daha sonra başka ülkelere de ziyaretler yapılacağını söyledi. Kurulan koordinasyon komitesi TİM'in satışları desteklemek için çalışacak. "Derneklerle faaliyetler düzenleyeceğiz, yeni yollar bulacağız ve küresel pazarın faaliyetleri konusunda destek vereceğiz. Hedef pazarlara ihracat faaliyetleri düzenleyeceğiz" dedi.

▲ Alışveriş cenneti olacak

Türkiye konuşan BMD Başkanı Yılmaz da Türkiye'nin çevre ülkeler için alışveriş merkezi oluşturulmasını istedi. AYTD Başkanı Hakan Koculu, markaların ihracatı için yurtdışında açılacak mağazaların stratejik bir platform ile koordinasyon sağlanacağını belirtti. AMPD Başkanı Mehmet Nure de Türk firmalarının yurtdışında faaliyetleri artırma hedefini belirtti, bunun için bir anlama çağrısında bulundu.

BMD planning to employ 40,000 people this year

Renowned textile firms under the umbrella of the United Brands Association (BMD) plan to make an investment of up to \$250 million this year, which will raise the size of the association's total area of stores from the current 2.3 million square meters to 2.8 million while also creating employment for 30,000 to 40,000 people, BMD Chairman Yılmaz Yılmaz has said.

Yılmaz, speaking at a press conference on Monday, unveiled the BMD's 2010 targets. He predicted a \$4-5 billion growth in turnover of the member companies of BMD this year, with an anticipated \$250 million to be allocated for investments to be made throughout the year. In an assessment of last year's performance of the association, which gathers 400 brands together, Yılmaz stressed that the BMD's total earnings were about \$24 billion in 2009. Underlining that member firms, employing some 170,000 people, make an important contribution to the Turkish economy, he said, "The BMD has 40,000 stores in Turkey and 1,175 more in 69 countries."

He explained that the goal in common of BMD members was to turn Istanbul into an important fashion center, an ambition that could be achieved if the necessary support were to be extended. He added that they intend to launch an event named the Istanbul Shopping Fest as quickly as possible. **İstanbul Today's Zaman**



Ünlü markalar Nevruz'u kutlayıp komşu ülkeye para harcatacak

HAFTA içinde Başbakan Yardımcısı Ali Babacan ve Maliye Bakanı Mehmet Şimşek'i ziyaret eden Birleşmiş Markalar Derneği yönetimi kürsüde ilçeleri ile birleşen Parakende Yatırım Koordinasyon Kurulu'nda "yeni" ve "güven" parakendecileri aynı gün açılacak ve en az 10 mağaza açılacak. Çaylak'ın aldığı diğer bir destek ise önde Nevruz Bayramı'nı kutlayan İran, Irak, Suriye gibi ülkelerin misafiri olarak Nevruz adını taşıyan parakende yatırımları. 2011 yılının mart ve nisan aylarında açılacak ve Parakende Yatırım Koordinasyon Kurulu'nda Nevruz Bayramı için markaların da içinde bulunduğu ve önde Nevruz Bayramı'nı kutlayan İran, Irak, Suriye gibi ülkelerin misafiri olarak Nevruz adını taşıyan parakende yatırımları.

Yılmaz, "Türkiye'nin markaları, Türkiye'nin çocuklarını giydirecek" sloganıyla başlatılan kampanya kapsamında kışa özel kışa bayram öncesi satışlarına başlayacak. 1 adet, 1 giysi, 1 pantolon, 1 çift ayakkabı ve 2 çift çorap hediye olacak.

Güvenle gelen 30 yıllık başarı

Birleşmiş Markalar Derneği'nin 30. Yılı Tarihinde İstanbul'da düzenlenen toplantıda, BMD Başkanı Yılmaz Yılmaz, 30 yıllık başarılarını anlattı. Yılmaz, "30 yıldır Türkiye'de faaliyet gösteren BMD, Türkiye'nin markalarını yurtdışında tanıtmak ve ihracatı desteklemek için çalışmaktadır. 30 yıllık başarılarımızın temelinde güven ve dürüstlük yatmaktadır. BMD, Türkiye'nin markalarını yurtdışında tanıtmak ve ihracatı desteklemek için çalışmaktadır. 30 yıllık başarılarımızın temelinde güven ve dürüstlük yatmaktadır."



Markayı ortaya koymak önemli

Türkiye'nin markalarını yurtdışında tanıtmak ve ihracatı desteklemek için çalışmaktadır. 30 yıllık başarılarımızın temelinde güven ve dürüstlük yatmaktadır. BMD, Türkiye'nin markalarını yurtdışında tanıtmak ve ihracatı desteklemek için çalışmaktadır. 30 yıllık başarılarımızın temelinde güven ve dürüstlük yatmaktadır."

BMD, 250 milyon dolar yatırımla 40 bin kişiye istihdam sağlayacak

BMD'nin yeni başkanı Yılmaz, dernek başkanlığına 2009 yılında 100 bin markalı ve 250 milyon dolar yatırım planı yaparak hedeflediği büyüme, Yılmaz, uluslararası faaliyetlerini de artırmaya çalışacak.

YAKARAK ERİBİL'DEN MEHMETİN
Yılmaz, "Türkiye'nin markalarını yurtdışında tanıtmak ve ihracatı desteklemek için çalışmaktadır. 30 yıllık başarılarımızın temelinde güven ve dürüstlük yatmaktadır. BMD, Türkiye'nin markalarını yurtdışında tanıtmak ve ihracatı desteklemek için çalışmaktadır. 30 yıllık başarılarımızın temelinde güven ve dürüstlük yatmaktadır."

LC MARKA'DAN HER AY BİR MAĞAZA
Türkiye'nin markalarını yurtdışında tanıtmak ve ihracatı desteklemek için çalışmaktadır. 30 yıllık başarılarımızın temelinde güven ve dürüstlük yatmaktadır. BMD, Türkiye'nin markalarını yurtdışında tanıtmak ve ihracatı desteklemek için çalışmaktadır. 30 yıllık başarılarımızın temelinde güven ve dürüstlük yatmaktadır."

ÇOLIK OTEL YATIRIMINA BAYINDIR
Türkiye'nin markalarını yurtdışında tanıtmak ve ihracatı desteklemek için çalışmaktadır. 30 yıllık başarılarımızın temelinde güven ve dürüstlük yatmaktadır. BMD, Türkiye'nin markalarını yurtdışında tanıtmak ve ihracatı desteklemek için çalışmaktadır. 30 yıllık başarılarımızın temelinde güven ve dürüstlük yatmaktadır."

TOZ DUMAN DAĞILDI, BİZ HASARSIZ ATLATTIK
Türkiye'nin markalarını yurtdışında tanıtmak ve ihracatı desteklemek için çalışmaktadır. 30 yıllık başarılarımızın temelinde güven ve dürüstlük yatmaktadır. BMD, Türkiye'nin markalarını yurtdışında tanıtmak ve ihracatı desteklemek için çalışmaktadır. 30 yıllık başarılarımızın temelinde güven ve dürüstlük yatmaktadır."





Zengin muhitler indirimi çok sevdi seneye alışverişte çifte parti var

Hayatın, hayatın Park ve büyük indirimler... Zengin muhitler indirimi çok sevdi seneye alışverişte çifte parti var

Hayatın, hayatın Park ve büyük indirimler... Zengin muhitler indirimi çok sevdi seneye alışverişte çifte parti var



İNDİRİM BEKESİNDE NERLER YAŞANDI

Hayatın, hayatın Park ve büyük indirimler... Zengin muhitler indirimi çok sevdi seneye alışverişte çifte parti var

SATILAN YİTİSİ 5 DAKİKADA ARTTI

Hayatın, hayatın Park ve büyük indirimler... Zengin muhitler indirimi çok sevdi seneye alışverişte çifte parti var

Mardin'de, 100 bin çocuğu mutlu eden kolilerin izinde



Hayatın, hayatın Park ve büyük indirimler... Zengin muhitler indirimi çok sevdi seneye alışverişte çifte parti var

Hayatın, hayatın Park ve büyük indirimler... Zengin muhitler indirimi çok sevdi seneye alışverişte çifte parti var

Hayatın, hayatın Park ve büyük indirimler... Zengin muhitler indirimi çok sevdi seneye alışverişte çifte parti var

Hayatın, hayatın Park ve büyük indirimler... Zengin muhitler indirimi çok sevdi seneye alışverişte çifte parti var

Hayatın, hayatın Park ve büyük indirimler... Zengin muhitler indirimi çok sevdi seneye alışverişte çifte parti var

Resepsiyona dair



Hayatın, hayatın Park ve büyük indirimler... Zengin muhitler indirimi çok sevdi seneye alışverişte çifte parti var

Hayatın, hayatın Park ve büyük indirimler... Zengin muhitler indirimi çok sevdi seneye alışverişte çifte parti var

Hayatın, hayatın Park ve büyük indirimler... Zengin muhitler indirimi çok sevdi seneye alışverişte çifte parti var

Hayatın, hayatın Park ve büyük indirimler... Zengin muhitler indirimi çok sevdi seneye alışverişte çifte parti var

Hayatın, hayatın Park ve büyük indirimler... Zengin muhitler indirimi çok sevdi seneye alışverişte çifte parti var

Markalar 'yatırıma devam' dedi

Birleşik Markalar Derneği, bu yıl 250 milyon dolar yatırım yapacak. Dernek Başkanı Yılmaz, Avrupa ve bölge ülkeleri için İstanbul'da moda merkez yapacaklarını söyledi.



Hayatın, hayatın Park ve büyük indirimler... Zengin muhitler indirimi çok sevdi seneye alışverişte çifte parti var

Hayatın, hayatın Park ve büyük indirimler... Zengin muhitler indirimi çok sevdi seneye alışverişte çifte parti var

Hayatın, hayatın Park ve büyük indirimler... Zengin muhitler indirimi çok sevdi seneye alışverişte çifte parti var

Hayatın, hayatın Park ve büyük indirimler... Zengin muhitler indirimi çok sevdi seneye alışverişte çifte parti var

BMD 30 bin kişi alacak 200 bin kişiyi eğitecek



Hayatın, hayatın Park ve büyük indirimler... Zengin muhitler indirimi çok sevdi seneye alışverişte çifte parti var

Hayatın, hayatın Park ve büyük indirimler... Zengin muhitler indirimi çok sevdi seneye alışverişte çifte parti var

Hayatın, hayatın Park ve büyük indirimler... Zengin muhitler indirimi çok sevdi seneye alışverişte çifte parti var

Perakendeci, çalışanlarına çakı gibi eğitim verecek

Birleşik Markalar Derneği (BMD) satış danışmanlarına canlı yayınla eğitim verecek. Markaların 170 bin kişiye sağladığı eğitim, BMD Başkanı Yılmaz, "Rakamı yıl sonuna kadar 200 bine çıkaracağız ve bu 200 bin kişiye eğitim vereceğiz" dedi.



Hayatın, hayatın Park ve büyük indirimler... Zengin muhitler indirimi çok sevdi seneye alışverişte çifte parti var

Hayatın, hayatın Park ve büyük indirimler... Zengin muhitler indirimi çok sevdi seneye alışverişte çifte parti var

Sabancı birikimlerini anlattı

Birleşik Markalar Derneği (BMD) Başkanı Yılmaz, "Rakamı yıl sonuna kadar 200 bine çıkaracağız ve bu 200 bin kişiye eğitim vereceğiz" dedi.

Perakendeci, çalışanlarına çakı gibi eğitim verecek

Birleşik Markalar Derneği (BMD) Başkanı Yılmaz, "Rakamı yıl sonuna kadar 200 bine çıkaracağız ve bu 200 bin kişiye eğitim vereceğiz" dedi.



AVM'ler bayram öncesi 24.00'e kadar açık

Bu yıl Ramazan'ın geç saatlere denk gelmesi nedeniyle alışverişleri de yapabilecek olan AVM'leri engellemek için alışveriş merkezlerinde kapanış saatleri 23.00'e kadar uzatılacak. Perakendeciler bayram öncesi için de saatin 24.00'e çekilmesi konusunda harekete geçti. Alışveriş Merkezleri ve Perakendeciler Derneği (AMPD) ile Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) öncülüğündeki perakendeciler, bir yazıyla alışveriş merkezlerine Şeker Bayramı'na kadar kapılarını 24.00'e kadar açık tutmaları çağrısında bulundu. İstanbul'dan Erzurum'a kadar Türkiye genelindeki yaklaşık 140 AVM'ye bu yazı giderken Pazartesi gününden itibaren

8 Eylül'e kadar alışverişler 24.00'e kadar yapılabilecek. AMPD Başkanı Mehmet Nane, Ramazan başlarken AVM'lerin 23.00'te kapanmasına yönelik çağrının olumlu karşılandığına dikkat çekerek, saatin 24.00'e alınmasında da aynı olumlu karşılığı alacaklarına inandığını belirtti. İftarın geç saate denk gelmesi nedeniyle iftar sonrası bir talep yaratmak için böyle bir uygulamanın gerekli olduğunu da aktaran Nane, 1 saatlik geç kapanmanın AVM'ler için artı bir maliyet olduğunu ve çalışanların çalışma saatlerini de etkilediğini belirtti. Nane, bu yüzden AVM'lerin gelen çağrılarına iç düzenlerine göre uygulamaya alacaklarını ifade etti.

Perakendeciler 2010'da 40 bin kişiye iş yaratacak

✓ 2010 yılı için Türkiye'de perakende sektörü 400 bin kişiye iş yaratacak. 35-40 bin kişiye iş yaratacak perakendeciler, 2010'da toplamda 40 bin kişiye iş yaratacak. 2010'da toplamda 40 bin kişiye iş yaratacak.

K

Ertil 3-4 ilde mağazaları yoluna açtı

Ertil 3-4 ilde mağazaları yoluna açtı

Ertil 3-4 ilde mağazaları yoluna açtı

Ertil 3-4 ilde mağazaları yoluna açtı

Ertil 3-4 ilde mağazaları yoluna açtı

Ertil 3-4 ilde mağazaları yoluna açtı

Ertil 3-4 ilde mağazaları yoluna açtı

Ertil 3-4 ilde mağazaları yoluna açtı

Ertil 3-4 ilde mağazaları yoluna açtı

Ertil 3-4 ilde mağazaları yoluna açtı

Ertil 3-4 ilde mağazaları yoluna açtı

Ertil 3-4 ilde mağazaları yoluna açtı

Ertil 3-4 ilde mağazaları yoluna açtı

Ertil 3-4 ilde mağazaları yoluna açtı

Ertil 3-4 ilde mağazaları yoluna açtı

Ertil 3-4 ilde mağazaları yoluna açtı

Ertil 3-4 ilde mağazaları yoluna açtı

Ertil 3-4 ilde mağazaları yoluna açtı

Ertil 3-4 ilde mağazaları yoluna açtı

Ertil 3-4 ilde mağazaları yoluna açtı

Ertil 3-4 ilde mağazaları yoluna açtı

Ertil 3-4 ilde mağazaları yoluna açtı

Ertil 3-4 ilde mağazaları yoluna açtı

Ertil 3-4 ilde mağazaları yoluna açtı

Ertil 3-4 ilde mağazaları yoluna açtı

Ertil 3-4 ilde mağazaları yoluna açtı

Ertil 3-4 ilde mağazaları yoluna açtı

Ertil 3-4 ilde mağazaları yoluna açtı

Ertil 3-4 ilde mağazaları yoluna açtı

Ertil 3-4 ilde mağazaları yoluna açtı

Ertil 3-4 ilde mağazaları yoluna açtı

Ertil 3-4 ilde mağazaları yoluna açtı



Perakende sektörü iftarda buluştu

Alışveriş Merkezleri ve Perakendeciler Derneği (AMPD), Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) ve Tescilli Markalar Derneği (TMD) nin ortaklığıyla düzenlenen iftar yemeği 12 Ağustos Perşembe günü Çarşı'da gerçekleşti. Perakende sektörünün bir araya geldiği iftar yemeğinde

İstanbul'da düzenlenen iftar yemeğinde, AMPD Başkanı Mehmet Nane, BMD Başkanı Yılmaz Yılmaz ve TMD Başkanı Mehmet T. Nane sektörün iftarda bir araya gelmesinden duyulan memnuniyetini dile getirdi. Genç katılımcıların, sektörün içinde geçen sorunları da söz ederek birlik ve beraberlik mesajları verdiler.



Sınırlar açıldı, vize kalktı yatırım ve ticaret canlandı

S

Çevre ülkelerle 'sıfır sorun' politikası çerçevesinde vizeler kaldırılınca, önce ihracat ve turizm canlandı. Ardından hazır giyimden finansa, AVM'den mobilyaya kadar birçok sektöre ataka kalktı

Ülke	2008 son.	2009 son.	Ortalama artış (%)
İtalya	7004	14125	50
Batıya	1119	1426	27
Çin	1112	1122	42
Litvanya	4074	1786	83
Yeni Zelanda	1425	2815	12
Bahama	254	243	4
Tayvan	852	944	10
Lüksemburg	895	898	4

Yılmaz: Bölgeye mağaza açıyoruz

■ Bölgeye yatırım yapmak, sadece perakende sektöründe değil, diğer sektörlerde de mümkün. Bölgeye yatırım yapmak, sadece perakende sektöründe değil, diğer sektörlerde de mümkün. Bölgeye yatırım yapmak, sadece perakende sektöründe değil, diğer sektörlerde de mümkün.

Bektas: Komsular sınırlardan aktı

■ Sınırların açılması ve vizelerin kaldırılması, sadece perakende sektöründe değil, diğer sektörlerde de mümkün. Sınırların açılması ve vizelerin kaldırılması, sadece perakende sektöründe değil, diğer sektörlerde de mümkün.

İstanbul ShoppingFest hazırlıkları sürüyor

İstanbul'u bir alışveriş ve eğlence şehri olarak dünyaya tanıtmayı amaçlayan İstanbul Shopping Fest'in hazırlıkları hızla ilerliyor. Etkinlik süresince şehrin festival havasına bürünmesini planlandığı projede, iğneleri yapılacak kurum ve kuruluşlara bioneri kıl dönüyor. AMPD, AYD, BMD ve TMD Başkanlarından oluşan İstanbul Shopping Fest platformu, bu doğrultuda iğneleri yapılacak kurumlara görüşmelerini sürdürüyor. Bu amaçla, Platform üyeleri 25 Temmuz 2010 Perşembe günü İstanbul Valisi Sayın Hüseyin Ayın Mutlu'yu ziyaret ettiler. Önemli geçen görüşmenin ardından yine

aynı gün İstanbul Büyükşehir Belediye (İBB) Başkanı Sayın Kadir Topbaş ile toplantı yapıldı. Toplantıda, etkinliğin tanıtımı ve festival havasının hissedilmesi için büyük önem taşıyan belediyeye iğneleri konusunda olumlu görüşler alındı. Topbaş, İstanbul'un festival alanına dönmesini için İBB'nin tüm olanaklarını kullanabileceğini ifade etti. 25 Mart - 24 Nisan 2011 tarihleri arasında düzenlenmesi planlanan İstanbul Shopping Fest etkinliğinde AVM'ler düzenleyecekleri etkinlikler ve yapacakları kampanyalar, perakendeciler de sağlayacakları indirim fırsatlarıyla tüketicilere alışveriş ve eğlenciyi birlikte sunacaklar.

SAĞLIK TURİZMİ BÜYÜYOR

Sınırların açılması, vizelerin kaldırılması, önce ihracat ve turizm canlandı. Ardından hazır giyimden finansa, AVM'den mobilyaya kadar birçok sektöre ataka kalktı

Ertil 3-4 ilde mağazaları yoluna açtı



69 ülkede 1175 noktaya TÜRK BAYRAĞI diktiler

Mustafa Sencer İSTANBUL

Birleşmiş Milletler Derneği (BMD) Yürütmen Kurulu Başkanı Yılmaz Yılmaz, BMD markalarının 2010'ya hedefleri "4-5 milyar dolarlık ciro artış, 30-40 bin kadık yeni istihdam, 2,5 milyon metrekare faaliyet alanı ve 250 milyon dolarlık yatırım" olarak açıkladı. Yılmaz, BMD'nin yeni yönetim kurulanından bir arada olduğu toplantıda yaptığı konuşmada, şu anda 400 markadan oluşan işletmelerin yurt dışı mağaza sayısının 80 ülkede 1175'e ulaştığını anlatarak önümüzdeki dönemde hedeflerini yurt dışında Türk markası hayranı yapmak olduğunu söyledi. Yılmaz, derneğin toplam cironun 24 milyar dolar olduğunu, 70 bin çalışan ve yurt içinde de 40 bin mağazası olduğunu da ifade etti.

Hedef 50 milyar dolar ihracat

Sektör için önem taşıyan ihracat ve çevresinde organizasyon olanağı bir etkinlikte ve potansiyel sahip bulunduklarını belirttikten sonra Yılmaz, bu potansiyelin harekete geçirilmesini için de ticaret katalizör faaliyetleri açıklaması ve "İstanbul Akademi Festivali'nin" hayata geçirilmesi gerektiğini söyledi. Yılmaz, bunun için çaba sarf edileceğini belirterek "Büyük yapıldığında İstanbul, Dubai gibi çevre ülkeler ve Avrupa için bir albeni olmalı, aynı zamanda bölgesel moda merkezi olmalı" dedi. Yılmaz, sektörün 10-15 yıl içinde bu tip bir yönelimle ille markalı ihracat başta olmak üzere 50 milyar dolarlık ihracata ulaşabileceğini bildirdi. Moda perakendecilerinin, Türkiye'nin dünya liginde yarışabilmesi için aydınlatıcı sektörlerin bundan geçtiklerini belirtti. Yılmaz, bunun da bu gelişimi için yönetimin olumlu etkilerinin etkili olduğunu da belirtti.

Yurt dışında 1175 mağazaya ulaşan Türk perakendecileri, bu yıl 250 milyon dolar yatırım yaparak 30-40 bin kişiye istihdam sağlamayı hedefliyor



Perakende mühendisliği kurulmalı

BMD yeni yönetimi ile beşen toplantıları yaparken başkan Yılmaz hedeflerine ulaşmak için kurultay bir yönetim kurulu oluşturduklarını açıkladı. Yılmaz, bütün sektör temsilcileri ile birlikte geliştirilecek moda, moda, perakende konularında birleşik bir yapıyı oluşturmak, yönetimini oluşturmaya da çalıştıklarını söyledi. Yılmaz, yeni yönetim kurulu sayısının 24'e çıkarıldığını, önümüzdeki yıl eğitim programıyla insan

Kaynakları Hızlıca oluşturulacak. Markalar gücünde ve kurumsal yapılar olarak yurt dışında çalışma imkanı oluşturmaktadır. Bu durum kayıplar yapmaması için genç insanları için alınacak birer adım" dedi. Yılmaz, üniversitelerle birlikte mühendislik okullarının da oluşturulması için de çalışmalar yürüttüklerini vurguladı. Yılmaz bu dönemde markaların yurt dışına açılmasını için desteklerini sözcüğü de belirtti.

Patronlar 100 bin çocuğa 'bayramlık' dikti



İLK TIRI PATRONLAR YÜRÜLDÜ

BMD üyesi 30 markanın dahil olduğu Türkiye'nin çocuklarını giydirecek projeye 100 bin çocuk Kurban Bayramı'ndan önce borsadan asoğu giydirilecek. Paketler 5 şehir ve 5 ilçedeki çocukların isimlerine özel hazırlandı

Perakende sektörünün duyurduğu Türkiye'deki ekonomik şartların yarattığı zorlukların ortadan kaldırılması için kurulan Kurban Bayramı'ndan önce 100 bin çocuk borsadan asoğu giydirecek. LC Waikiki'nin patronu Yılmaz Yılmaz, BMD'nin patronu Mehmet Zeylan, Ramay'ın patronu Huseyin Dogan, Kigil'in sahibi Abdullah Kigil ve Kurban'ın patronu Yılmaz Yılmaz'ın bir yemekte karar verdikleri projeye, Diyarbakır, Van, Mardin, Çarşın ve Gaziantep ile birlikte İstanbul'un Fındıklı, Sultanbeyli, Erenköy, Zeytinburnu ve Şile ilçelerinde toplam 100 bin çocuk isimlerine özel olarak hazırlanan kıyafetlerle bayramı kutlayacak. Biletiye Markalar Derneği (BMD) tarafından hayata geçirilen Türkiye'nin markaları Türkiye'nin çocuklarına giydirecek" projesi kapsamında ilk TIR'ın yüklenmesi patronlar yaparken 4

Ekim'den itibaren dağıtım yapılmaya başlanacak. Toplam 25 bin kılıf hazırlanarak toplam 100 bin değerli TL'ye ulaşacak.

Şehir nüfusu kadar

Proje BMD üyesi 30 marka destek verirken en büyük katkı ise Yılmaz Yılmaz'ın sahibi olduğu Kurban ve Yılmaz Kigil'in sahibi LC Waikiki'den geldi. Ayakkabılarından, çorakları, aksesuarlarından kadar her şeyiyle bir şehrin nüfusu kadar çocuk giydirmekle ilgili olarak BMD Başkanı Yılmaz Yılmaz, "Türkiye'de çocuklar ekonomik şartlar var. Bu zorlukların ortadan kaldırılması için desteklenmeye çalışarak umudunuzu" dedi. Projesin sektörün duyurduğu Mehmet Zeylan, Abdullah Kigil, Yılmaz Kigil, Huseyin Dogan'ın olduğu bir yemek masasında gerçekleştirildiği hatırlanan Yılmaz, tüm sektörün aynı şekilde hareketlendiğini ifade etti.



18.00'de kapanan alışveriş merkezi hayalet kente döner, 45 milyar dolar yatırım riske girer

AKIŞIYOR! merkezindeki mağazaların çoğu kapandı. 18.00'ye kadar kapandı. 18.00'de kapanan alışveriş merkezi hayalet kente döner, 45 milyar dolar yatırım riske girer

Pazar erken kapanış yüzünde 30 ciro ve 80 bin iş kaybı demek

AKIŞIYOR! alışveriş merkezi, 18.00'de kapanışa geçti. Pazarın erken kapanışının, 30 ciro ve 80 bin iş kaybı demek olduğunu ifade etti. Pazarın erken kapanışının, 30 ciro ve 80 bin iş kaybı demek olduğunu ifade etti.

Yazda 17'a düşen ciro

AKIŞIYOR! alışveriş merkezi, yaz aylarında ciro düşüşü yaşar. Yaz aylarında ciro düşüşü yaşar. Yaz aylarında ciro düşüşü yaşar.

İstanbul'da AKIŞIYOR

AKIŞIYOR! alışveriş merkezi, İstanbul'da ciro düşüşü yaşar. İstanbul'da ciro düşüşü yaşar. İstanbul'da ciro düşüşü yaşar.

2011'de sayı artacak

PROJE için en çok mesul harcayan isim olarak gösterilen Huseyin Dogan, 2011'de bu yıl projeye olmayan markaların da katılımı ile ciro artışını belirterek, bu sayede daha fazla çocuğa ulaşmayı planladıklarını ifade etti.

PROJEYE KİMLER DESTEK VERDİ?

LCW, Kurban, Huseyin Dogan, Ramay, Kigil, Aydin, Coker, Atay, Wem, Atila, Cankaya, Maya, Baskin, Demirel, Tugay, Ayakkabı, Dogan, Demirel, Aydin, Coker, Dem, Mavi, İzzet, Pinar, Sait, Sait.



Darülaceze Caddesi Nadide Sokak SESA Plaza 30 K 3 34381 Şişli / İstanbul TÜRKİYE

T 0 212 320 82 00-01-02 F 0 212 320 82 03

info@birlesmismarkalar.org.tr www.birlesmismarkalar.org.tr