



Ticaretin kanunu değişiyor



14

Hal Kanunu
1 Ocak 2012'de
uygulanmaya
başlıyor



44

40 yıllık tecrübe,
geleneksel
lezzetler...



60

Yemek hazır,
haydi sofraya

*"Lezzetin Ustaları
Sofralarına Yakısanı
Seçti."*



*"Tüm Tüketiciler Konseyi (TKK)" tarafından yapılan araştırmada
"Mutlu-Makarna" en çok tercih edilen ve beğenilen markalardan birisi oldu.
Kendi sektöründe "Tüm Tüketiciler Konseyi (TKK)" logosunu almaya layık görüldü.
Bizlere bu gururu yaşatan siz değerli müşterilerimize ve tüketicilerimize
teşekkür ederiz.*



MUTLU MAKARNACILIK SAN. VE TİC. A.Ş.
Fabrika : 2. Organize Sanayi Bölgesi Başpınar / Gaziantep
Tel : (0 342) 337 18 84 - 86
Fax : (0 342) 337 18 88

İstanbul Depo : İSTİC Ticaret Sitesi No : 94 - 100 Bağcılar / İstanbul
Tel : (0 212) 659 88 80
Fax : (0 212) 659 88 82

www.mutlunalsama.com.tr

BOZCİCEK

Onlar balı çok sever ama... Bozçicek Bal'a bayılırlar!

Çünkü bal, *en doğal haliyle*
Metin Bozçicek'le sofralarda...
En sevdikleriniz ve
sizin için...



HELVA VE REÇELLERİ



Hayat tatlı olmalı!

www.metinhelva.com.tr



Selamet Aygün
TPF Başkanı

Değerli Dostlarım,

İfade ve düşünce özgürlüğü bireylerin en doğal hakkıdır. Bu hakkı yasalarla bireylerin elinden almak, onlara herhangi bir konuda, “Şu şekilde düşünemezsin, düşünceni şu şekilde ifade edemezsin” diyerek cezai yaptırım uygulamak kabul edilebilir bir davranış değildir. Bu gibi tutum ve davranışlar, demokratik rejimler ile medeni toplumlara aykırıdır. Tıpkı Fransa örneğinde olduğu gibi...

Bilindiği üzere kısa bir süre önce, 1915 olaylarıyla ilgili Ermeni iddialarının reddinin suç sayılmasını öngören yasa teklifi Fransız Meclisi'nde kabul edildi. Hiçbir hukuksal dayanağı olmayan bu kararla Fransa, uluslararası arenada hiç kuşkusuz itibar kaybına uğramıştır. Gerek ülkemizde gerek sınırlarımız dışında, söz konusu yasa haklı olarak büyük tepkilere neden olmuştur. Yaklaşık yüz yıl önce yaşanmış bir olaydan bahsediyoruz. Bu gibi tarihi olaylar, hukuki zeminlerde çözülmeli. Senatolar ya da meclislerde değil.

Perakende sektörünün önemli bir temsilcisi olarak bizler de, birtakım ekonomik yaptırım uygulayarak tepkimizi ortaya koymayı düşünüyoruz. Türkiye genelinde faaliyet gösteren binlerce mağazamızda Fransız mallarının satışını yeniden gözden geçirmemiz gerektiği kanaatindeyim. Tüketicilerimizin de bu yönde bir tepki ile karşılık vereceklerini öngörüyorum.

Van'a okul yapıyoruz

Aralık ayında gerçekleştirdiğimiz “Kartepe Perakende Zirvesi”, hem sektörümüz hem de üyelerimiz için verimli ve motive edici bir organizasyondur. Retail News'e ve sponsorlarımıza teşekkürlerimi sunuyorum. Bu organizasyonla yerli zincirler, mevcut durumunu ve beklentilerini bir kez daha ortaya koyma fırsatı buldu. Sektörü yakından takip eden, sektörün gelişimi için çalışmalar yapan, yasa teklifleri sunan milletvekillerimize görüşlerimizi aktararak, yerli perakendeciliğin ve perakendecilerin daha fazla desteklenmesi gerektiğini bu özel platformda paylaşmış olduk. Taleplerimizin en kısa sürede karşılık bulacağını umuyorum.

Kartepe Perakende Zirvesi, üzerinde uzun zamandır çalıştığımız bir konunun duyurulmasına vesile olduğu için de biziler için büyük önem arz ediyor. Van'da yaşanan depremin ardından, bölgeye ne şekilde bir katkıda bulunabileceğimiz konusunda çeşitli çalışmalar yaptık. Bölgeye ziyaretler gerçekleştirdik. Sonuç olarak, üyelerimizin katkılarıyla Van'da bir okul yaptırmaya karar verdik. Yapacağımız okula desteğiniz için şimdiden teşekkürler:

Perakendeciler Federasyonu

Albaraka-Kavacık Şubesi

IBAN: TR190020300001428410000001

2012 yılının sağlık, mutluluk, bolluk ve başarı getirmesini dilerim.

Yeni yılınız kutlu olsun.

Saygılarımla,



100 YILLIK LEZZETİMİZ TÜM SUCUKLARA ÖRNEK OLSUN!

100 yıldır Türkiye'de çok şey değişti,
Apikoğlu sucuklarının geleneksel lezzeti değişmedi.
Çünkü Apikoğlu, sucuklarını özenle seçilmiş etleri işleyerek,
özel baharat karışımı ve kıymadan üretir.
Doğal kılıfı içinde 6-8 gün süre ile kurumaya bırakarak
rüzgarla olgunlaştırır. Hava kurusu dediğimiz
bu geleneksel yöntemle olgunlaştırılan ve
Türk damak tadına sahip çıkan Apikoğlu,
gerçek sucuk lezzetinden asla vazgeçmez.

www.apikoglu.com.tr

Eşsiz Lezzetler
1 Asırdır
Korumamız Altında



100
YÜZ YIL

**Türkiye Perakendeciler Federasyonu
Adına İmtiyaz Sahibi**

Turan Özbahçeci
TEM Otoyolu Kavacık Kavşağı Ford
Plaza Kat: 5 Kavacık Beykoz/İstanbul

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü

Babur Akyol
Bahariye Caddesi No:43/10 Ceylan Apt.
Kadıköy / İstanbul

Genel Koordinatör

İhsan Biçen

Editör

Cennet Yavuzsoy Günel
cennetgunel@tpdf.org

Yazı İşleri

Emre Durdu

Yönetim Yeri

TEM Otoyolu Kavacık Kavşağı Ford
Plaza Kat: 5 Kavacık Beykoz/İstanbul
Tel: 0216 425 36 41 - 42
Faks: 0216 425 36 48
istanbulperder@tpdf.org

TPF PERDER dergisi yerel süreli yayındır.
2 ayda bir Türkçe yayınlanır.

Konusu: Marketler ve market tedarikçileri.

Baskı Tarihi

Aralık 2011

Baskı ve Cilt

Şan Ofset Matbaacılık San. ve Tic. td. Şti.
Cendere Yolu No:23 Ayazağa/İstanbul
Tel: (212) 289 24 24 Pbx Faks: 289 07 87
www.sanofset.com

Yapım:

Ortakalan Sektörel Yayıncılık
San. Tic. Ltd. Şti.
Bahariye Caddesi No: 43 / 10
Ceylan Apt. Kadıköy / İSTANBUL
Tel: 0216 418 00 99
www.ortakalan.com.tr

gündem

- 6 Zirvedeki perakendeciler
14 Hal Kanunu 1 Ocak 2012'de uygulanmaya başlıyor

perakende turu

- 16 Sunar Yağ'dan kapasite artırımı kararı
Üçge Elektronik'te yeni iş ortaklığı
18 Nestle Damak'a ambalaj tasarım ödülü
Yaşar Holding hedeflerini açıkladı
Tetra Pak'tan yeni yatırım
20 Aymaksan'a yeni fabrika
"Helal Olsun" ödülü
Fritos'a yeni üretim hattı
22 Arbella sporculara enerji verdi
Kristal Yağları Türk Mutfağı Zirvesi'nde
Tat Konserve ambalajlarını yeniledi

araştırma

- 24 Tüketici teknolojisi pazarı verileri
Mobil iletişimde pazarlama fırsatları
25 Perakendede kiralanabilir alan artışı
Ekonomi üçüncü çeyrekte de büyüdü
26 Perakende sektörü istihdamda lider
Perakende güven endeksi tekrar pozitif
28 Promosyon ve indirim tercih sebebi
İstihdamla ilgili beklentiler

dosya

- 34 Ticaretin kanunu değişiyor

röportaj

- 44 40 yıllık tecrübe, geleneksel lezzetler...

sosyal sorumluluk

- 48 ETİ Burçak doğru tarımı destekliyor
Falım ve Tema işbirliğini sürdürecektir
50 Fırçalar çantada dişler yolunda
Henkel, öğrencilere destek oluyor



istatistik

52 PERDER üyeleri Eylül - Ekim açılışları

pazar

60 Yemek hazır, haydi sofraya

haberler

- 62 “2011 yerel zincirlerin yılı oldu”
- 66 Ankara'daki Gıda Fuarı'nda da etteki KDV indirimi konuşuldu
- 68 Fayda A.Ş.'nin olağan genel kurulu gerçekleştirildi
- 70 Makro'dan Atatürk Sergisi
- 72 TPF, Fransa'ya tepkili
Güneydoğu PERDER'de yeni yönetim belirlendi
Sammur faaliyete başlıyor
- 73 Alkışlar Ege PERDER'e...
- 74 Perakendeci tedarikçi el ele...
Hâdim AVM'de eğitimler hız kesmiyor
Özhan'dan kan bağısı
- 75 Gürmar basketbolu destekliyor
- 76 Metropol 18 yaşında
Şehzade Market, Büyükaşahinler Center'i satın aldı
TPF'nin Van'a yardımı sürüyor
- 77 Federasyon fuara damga vurdu
- 78 PERDER üyeleri eğitimde
Mersin'de yeni güç birliği
Onur Market Denizli'li öğrencileri ağırladı
- 79 Özen Grup hedeflerini açıkladı
- 80 Kilpa'dan boyalı indirim
Kazanan Bursa Mopaş'tan
Sincap Marketler'den aşure ikramı
- 81 Groseri, İşkur işbirliği devam ediyor
- 82 Yılın girişimcilik ödülü Akyurt'a...
Biçen'de bayram kutlaması
Groseri ile sağlıklı günler



30 ekipman dünyası

59 yeni üyelerimiz

32 teknoloji

83 üyelerimiz

46 fuar

89 vitrin

56 serbest köşe

96 dernek bilgileri



Kartepe Perakende Zirvesi, Türkiye Perakendeciler Federasyonu'nun desteği, Retail News Dergisi'nin organizasyonu ve Hayat Kimya'nın ana sponsorluğunda 17-18 Aralık tarihlerinde Kartepe Green Park Otel'de gerçekleştirildi



Geleneksel hale getirilecek olan Kartepe Perakende Zirvesi'nin ilki 'Geleceğin İnşasına Tanık Olun' ana temasıyla toplandı. Gümrük ve Ticaret Bakanı Hayati Yazıcı ve Tarım, Gıda ve Hayvancılık Bakanlığı Müsteşarı Vedat Mirmahmutogulları katılımıyla gerçekleştirilen zirvede, perakende sektörü ile yakından ilgilenen milletvekilleri, sektörün önde gelenleri ve basın mensupları görüşlerini belirtti. Zirveye Ana Sponsor Hayat Kimya'nın yanı sıra Mercedes Benz, Kahvecizade, Altıparmak, Erpiliç, Eti, Mercan Et, Metin Helva, Eurometall, Parex, Kargem, PNR Cosmetics, Trakya Birlik, Moova sponsor olarak destek verdi.

“2023 hedefine hep birlikte ulaşacağız”

Gümrük ve Ticaret Bakanı Hayati Yazıcı, 'Kartepe Perakende Zirvesi'nde sektör temsilcileriyle buluştu. Bakan Yazıcı, perakende sektörü, tüm dünyada, gerek oluşturduğu ekonomik değerle, gerekse diğer sektörleri canlandırarak ekonomiye

sağladığı itici güçle iktisadî hayatı doğrudan etkileyen bir sektör olduğunu kaydetti.

TÜİK verilerine göre, perakende sektörünün 2003 yılında 49 milyar dolar olan cirosunun, 2008 yılında 3 kat artarak 159 milyar dolara yani 218 milyar liraya ulaştığına dikkat çeken Yazıcı, “Perakende alanında önemli danışmanlık firmalarının verilerine göre, Türk perakende sektörünün 2010 yılı cirosu 187 milyar dolardır. Bu rakamın 2014 yılında 250 milyar dolara ulaşacağı öngörülmektedir. Son 5 yılda perakende sektöründeki ciro artışı yüzde 54'tür. Aynı sürede Türkiye'nin milli gelirindeki artışın yüzde 40 olduğunu dikkate alırsak perakende sektörünün cirosu, Türkiye'nin gayrisafi hâsılasından 14 puan daha fazla artmıştır.” dedi. Avrupa'da ve gelişmekte olan ülkelerde yaşanan sıkıntılara rağmen Türkiye istikrarlı bir büyüme eğilimini sürdürdüğüne dikkat çeken Yazıcı, şöyle devam etti: “Dünyanın ekonomik krizle sarsıldığı bir dönemde, Türkiye yılın ilk yarısında yüzde 10,2 seviyesinde büyüme başarısı yakaladı. Son açıklanan verilere göre, ekonomimiz 2011 yılının ilk dokuz aylık döneminde reel olarak yüzde 9,6 oranında büyümüştür. Bu büyüme hızı ile Türkiye dünyanın en fazla büyüyen ekonomisi olmuştur. Artık OECD, Avrupa Birliği ve G20 ülkeleri arasında çok güçlü performans gösteren sayılı ülkelerden biri konumundayız. Türkiye ekonomisinin kaydettiği büyüme istihdamı artırıcı bir etki yapmıştır. Pek çok ülkede işsizlik oranlarının yüksek seviyede seyrettiği bir dönemde, ülkemiz bu yılın üçüncü çeyreği itibarıyla

geçen yılın aynı dönemine göre ilave 1 milyon 689 bin kişiye istihdam sağlanmıştır. 2009 yılının ikinci yarısından itibaren ülkemizde işsizlik, dünyadaki yükselme eğiliminin tersine, düşmektedir. 2010 yılında yüzde 11,9'a düşen işsizlik oranı bu yıl yüzde 8,8'e gerileyerek son 10 yılın en düşük seviyesine ulaşmıştır. Satın alma gücü paritesine göre milli gelir sıralamasında yaklaşık 1 trilyon dolarlık Gayri Safi Yurt İçi Hâsıla ile ülkemiz dünyanın en büyük ekonomileri arasında 16. sıradadır. 2003 yılından bu yana tavizsiz bir şekilde uyguladığımız mali disiplinin bir sonucu olarak kamu açıklarını da önemli oranda azalttık.”

Perakendenin sürdürülebilir ekonomik kalkınma için önemli bir sektör olduğunu kaydeden Yazıcı, şöyle devam etti: “Bu itibarla, perakende hizmetleri, binlerce ürün tedarikçisi ve tüketiciler arasında cereyan eden, modern ekonominin önemli bir aracı konumundadır. Türk perakende sektörü; yüzde 40'ı 2045 yaş aralığında olan ülkemiz genç nüfusu ile, ekonomik büyümesi ve tüketim potansiyeli ile özellikle yabancı yatırımcılar tarafından ilgiyle takip edilmektedir. Bu anlamda, daha iyi işleyen perakende sektörünün, büyüme ve istihdam açısından öncü bir sektör olacağı açıktır. Dolayısıyla perakende, ihmal edilemeyecek ve her fırsatta desteklenmesi gereken bir sektördür. Bizler, bir ülkenin en önemli zenginliğinin girişimciler olduğuna ve bir ülkenin girişimciler eliyle zenginleşeceğine inanıyoruz. Devlet olarak bizim görevimiz; sizlerin önünüzdeki engelleri kaldırmak, zorluklar karşısında size destek vermektir.”



Hayati Yazıcı

“Hep birlikte dünyaya açılalım”

Tarım, Gıda ve Hayvancılık Bakanlığı Müsteşarı Vedat Mirmahmutoğulları, Kartepe Zirvesi'nde bakanlığın gıda perakendesini yakından ilgilendiren çalışmalarını ve projelerini katılımcılara detaylarıyla aktardı. Uğraştığınız sektör dünyanın en stratejik sektörü diyerek sözlerine başlayan Mirmahmutoğulları, dünyada petrol arzı, su arzı ve gıda arzının en önemli üç konu olduğunu hatırlattı.

Mirmahmutoğulları sözlerine şöyle devam etti:

“Gıda arz ve yönetimindeki mücadelenin esasını da tohum arz ve yönetimindeki mücadele oluşturuyor. O yüzden Kissinger diyor ki: “Petrol arz ve yönetimini ele geçirirseniz ülkelerin yönetimini ele geçirirsiniz, gıdanın arz ve yönetimini ele geçirirseniz insanların yönetimini ele geçirirsiniz ve dünya havlu atar. Biliyorsunuz 2008- 2009 yıllarında kuraklık oldu ve dünyada bir gıda krizi baş gösterdi. 2008 yılında yılbaşı buğday stoku 123 milyon tondur. O zaman üretim 607 milyon tondur. Tabii fiyat yükseldi. Ama 2010 2011 döneminde, daha doğrusu geçen senenin hasadında yılbaşı stoğu tarihte benzeri görülmemiş bir miktarda; 192 milyon tondur. Üretim 677 milyon tondur. Üretim ve stoklar arttığı yerde fiyat arttı. Çünkü organize olamamış dünyayı çeşitli fonlar allak bullak etti. Eğer biz de organize olamazsak, kedinin fareyle oynadığı gibi bizimle oynarlar. Biz pazarı iyi yönettik. Bizde buğdayda artış yüzde 12’de kaldı, mısırdaki artış yüzde 23’te kaldı.”

Mirmahmutoğulları konuşmasında bakanlığın gıda güvenliğiyle ilgili çalışmalarının sektörün gelişimine katkısını da örneklerle aktardı:

“Gıda güvenliğiyle ilgili bir proje geliştirdik. Rusya’nın, Avrupa’nın, Amerika’nın Türk ürününü geri çevirdiğine son zamanlarda hiç şahit oldunuz mu? 2005’te çarşaf çarşaf Rusya’nın yemediği kanserojen ürünün Türkiye’de yendiği haberleri medyada yer buluyordu. Bugün bunu duyuyor musunuz? Neden? Çünkü multidisipliner, sistematik bir çözüm üretilmiş. Bir çalışma yaptık. 6000 ilaç bayisinin 2117’sinin ilkökul mezunu veya okul yazar olduğunu fark ettik. Bunlara üniversite mezunu olma



şartını getirdik. Yetmedi, zirai eczacılık sınavını kazanma şartını getirdik. Meslek odaları bizim topa tutsa da yaptık. Reçetesiz ilaç almanın ve satmanın önüne geçtik. Havadan ilaçlama gibi çevre katliamlarını yasakladık. Kendi tarlası için yandaki tarlayı mahveden bu uygulamanın sonunu getirdik. 169 aktif maddenin üretim ve ithalatını yasakladık. Serifikalı tarım danışmanlıkları oluşturduk. Sizin organize olmanız gerekiyor. Türkiye’nin sıkıntısı sermaye birikimidir. İşletmeleri küçük, organize olamadıkları için de büyüyemiyorlar. Sonra 5 tane yabancı şirket geliyor, pazarın yüzde 30’unu süpürüp gidiyor. Sermayeyi de transfer ediyor. Dünyaya açılmadığınız sürece iç piyasaya da ayak uyduramazsınız. Dünyaya açılmanız gerekir. Organize olun, bilimsel olun, gerisi gelecektir.”

"Geleceğin inşasına tanık olun "

Türkiye Perakendeciler Federasyonu Başkanı Selamet Aygün, Kartepe Perakende Zirvesi’nde hem katılımcılara hem de kamuoyuna çeşitli mesajlar verdi. "273 üyemiz, 2 bin 831 mağazamız ve 55 bin çalışanımızla bu yılın ilk 6 ayında yüzde 12 büyüdük. 2011 yılında uluslararası zincirlerin önüne geçmeyi başardık" diyen Aygün, yerel zincirlerin yıllık ortalama



yüzde 20 büyüme oranı, 12,5 Milyar TL ciro ve yüzde 30’u aşan pazar payı ile Türkiye’nin en büyük organize perakende aktörü olduğunun altını çizdi.

Aygün sözlerine şöyle devam etti:

"Bundan sonra daha da öne geçeceğiz, çünkü biz organize perakende işini öğrendik. Bugün, değerli üyelerimiz ve federasyonumuz adına bir gurur tablosuyla karşı karşıyayız. Çünkü bizler kendi bölgelerimizde, geleneksel usullerle küçük işletmeler olarak mütevazı faaliyetlerimizi sürdürürken, birlikten doğan gücümüzü fark ederek, yurtdışında da operasyonlar gerçekleştiren büyük bir yapıya dönüştük. Kalıcı rekabet üstünlüğüne giden yolda sürdürülebilir büyüme için çalışıyoruz. Bugün burada açıklamaktan onur duyduğum kalıcı bir eser bırakmak için kollarımızı sıvadık ve deprem bölgesinde bir okul yapmak üzere hazırlandık."

Selamet Aygün konuşmasında gündemde olan KDV indirimi düzenlemesi ve "Yasa Tasarısı" ile ilgili de açıklamalarda bulundu. Et ve tavukta KDV’nin yüzde 8’den yüzde 1’e indirildiğini, ancak bu indirimin perakendeye yansımadığını ifade eden Aygün, "Toptanda KDV yüzde 8’den yüzde 1’e indi. Ancak bu perakendeye yansımadı. Biz bununla ilgili bir düzenleme istiyoruz. Temel gıda maddeleri olan sebze ve meyvede de KDV oranının yüzde 1’e indirilmesi gerekiyor. Organize yerel perakende devlet tarafından desteklenmeli. Biz sektörde çok ciddi iş hacmi ve istihdam sağlıyoruz. Fakat KOBİ sıfatına uymamamız nedeniyle kredi ve hibelerden yeterli desteği alamıyoruz. Halbuki perakendede tek el oluşturan bu büyük şirketlerin arkasında banka ve hükümetler var. Sektörümüze kamu bankalarından destek bekliyoruz. Kredi konusunda bize destek çıkmalılar" dedi.

Gıda perakendesi sektörünün 100 milyar TL büyüklüğe sahip olduğuna işaret eden Aygün, "Bu büyüklükte bir sektör kendi başına bırakılmamalı. Bizim bir yasaya ihtiyacımız var" diye konuştu. 2010 yılında uluslararası perakende firmalarının yüzde 11 büyümesine karşın, yerel markaların yüzde 16 seviyesinde büyüdüğüne vurgu yapan Aygün, "2011 sonu itibarıyla ortalama yüzde 15 büyüyeceğiz. Eğer bu büyüme rakamını 2023 yılına kadar sürekli hale getirirsek Cumhuriyetin 100’üncü yılında ciromuz 70 milyar TL’ye ulaşacak" açıklamasında bulundu.

“Perakendede Risk ve Fırsatlar”

Kartepe Perakende Zirvesi'nde gerçekleştirilen iki çalıştaydan ilki “Perakendede Risk ve Fırsatlar” başlığıyla Hayat Kimya İş Geliştirme Direktörü Erdal Tüfekçi moderatörlüğünde yapıldı. Çalıştaya Eğitimci ve Danışman Tahsin Pamir, Zaman

ifade ederek, “Yasakçı değil regüle eden, önceki yatırımları koruyan yeni bir AVM yasasına ihtiyaç var” diye konuştu.

Levent Uğurses de deneyimlerini Perakende Zirvesi'nin katılımcılarıyla paylaştı. 18 mağazayla faaliyetlerine devam ettiklerini söyleyen Uğurses, tüketicinin çok duyarlı

organize oldu. Eski tip perakendecilikten modern perakendeciliğe geçişi kapsayan bu dönüşüm oldukça sancılı oldu. Bazı markalar bu süreci iyi değerlendiremediği için kayboldular. Bu arada uluslararası perakende firmaları Türkiye pazarına girdi. 2000'li yıllarda Türkiye'de perakendeciliğin düzensiz, gelişigüzel bir biçimde ilerlediğini gördük. Her semtte farklı uygulamalar ve belediyelerin farklı yaptırımları karşımıza çıktı. İstihdamda kayıt dışılıkla karşılaştık. Haksız rekabet ciddi bir şekilde karşımıza çıktı. 2006'da TPF'yi kurarken Türkiye'de yerli perakendeyi kayıtlı kuralı hale getirmeyi düşündük. İşe kendi evimizden başladık. 2006'da Ankara'da bunu ifade etmiştim. Türkiye'de teşebbüs, genç nüfus ve üretici var. Bu reel değerler perakendeyi ülkemiz ekonomisi için çok önemli bir kavşak haline getirdi. Bu büyüyen sektörün merkezi bir yapıya bağlanmasını istedik”.



Gazetesi Yazarı Turhan Bozkurt, Dünya Gazetesi Yazarı Rüştü Bozkurt, Groseri Yönetim Kurulu Üyesi Levent Uğurses ve sektörde uzun süre yöneticilik yapan Danışman Mustafa Kalkandelen konuşmacı olarak katıldı.

Bilinçli rekabet dönemine girildiğini söyleyen Tahsin Pamir, önümüzdeki 5 yıllık döneme ilişkin planı olmayanların ciddi sıkıntı yaşayacağını ifade etti. Perakendedeki market açma yarışına dikkat çeken Pamir, sektör temsilcilerine çalışanlara yatırım yapma çağrısında bulundu.

Rüştü Bozkurt da “dönüştürücü inavasyonun” önümüzdeki döneme damga vuracağını dile getirerek, “Her şeyi yeniden yapmamız gerekiyor” dedi. Perakende sektöründe artık Ar-Ge'den mağaza vitrinine kadar her şeyin etkili olduğunu kaydeden Rüştü Bozkurt, “Dünyada önümüzdeki 10 yılda 1,5 milyarlık yeni bir orta sınıf oluşacak. Bu kesim tüketime damgasını vuracak. Artık alimleri yerine akılları önem kazandı” dedi.

Turhan Bozkurt da, yabancı yatırımların olduğu ilk dönemde perakende sektöründe tedirginliklerin fazla olduğunu, ancak zamanla yerel perakendecilerin önce yola girdiğini, şimdi ise hızlanmaya başladıklarını söyledi. Dünyada ekonomik kriz yaşandığını anımsatan Turhan Bozkurt, yerel zincirlerin önemli fırsatlarla karşı karşıya olduğunu

olduğu taze ürünlerde uzmanlaşarak fark yarattıklarını söyledi.

Avrupa'da AVM'lerin ancak düzenlenmiş alanlarda inşaa edilebildiğini söyleyen Mustafa Kalkandelen, “Dünyada perakende de daha fazla teknoloji kullanılmaya başlandı. Artık çok kanallı satış yapılıyor. Online satışlar çok tartışılıyor. 2010'da MediaMarkt online satışlardan çok büyük darbe aldı. Müşteri mağazada baktı, e-ticaret sitelerinde satın aldı” dedi.

“Perakende sektöründe yenilikler ve açılımlar”

Kartepe Perakende Zirvesi'nde ikinci çalıştay Bugün Gazetesi Yazarı Celal Toprak yönetiminde CHP İzmir Milletvekili M. Ali Susam, Bağımsız İstanbul Milletvekili Levent Tüzel, Eski AK Parti Rize Milletvekili Ali Bayramoğlu, TPF Eski Başkanı Şeref Songör ve sektörün duayen isimlerinden Servet Topaloğlu sektörün geleceğini tartıştı.

“Yasayı beklemeyelim kendimizi geliştirelim”

Makro Market Yönetim Kurulu Başkanı Şefer Songör konuşmasına, “Bugünkü durumu daha net anlamamız için öncelikle Türkiye Perakendeciler Federasyonu'nun kuruluş hikayesini ve o dönemki şartları tekrar hatırlamak için anlatmam gerekiyor” diyerek başladı. Songör sözlerini şöyle sürdürdü: “Türkiye'de perakende sektörü 90'lı yıllarda

Songör yasa tasarısıyla ilgili düşüncelerini de dile getirdi:

“Haksız rekabet ve düzensizliği engellemek için perakende yasasına olan ihtiyaç böylece daha belirgin hale geldi. Sadece TPF üyelerinin değil, tüm perakendecilerin bu yasaya ihtiyacı var. Kendi mağazalarımızın marka değerini yitirmeden rekabete kurallar koymak ve istihdam ettiğimiz insanların haklarını gözetmek için böyle bir yasa gerekiyor. Eskiden uluslararası firmaların gücünden kaynaklanan haksız rekabet bugün terse dönmüş durumda. Discount zincirleri ve private label oldukça kuvvetli. Sektörün planlı bir şekilde gelişmesine duyduğumuz ihtiyaç bu haksız rekabetin de önünü alacak. Sistem değişiyor, yeni sorunları eski anlayışımızla çözümleyemeyiz. Hızlı karar verebilmek, amatör bir ruhla çalışmak yeterli gelmiyor. Sistemi dönüştürmemiz, profesyonelleştirmemiz gerekiyor. Ben yasayı bu hükümetin çıkaracağına inanmıyorum. Öncekiler de çıkarmadı. Bizim işimize yaramayacağı zaman, önümüzü kesecekken çıkar! Biz güçlenince kendileri yasa çıkarmak için bize gelecekler. Kendi içimizdeki enerjiyi ortaya çıkarmamız gerek. Teşebbüs etmeden beklemekle hiçbir şey olmaz”.

“Yasa eksikliği haksız rekabet yaratıyor”

CHP İzmir Milletvekili M. Ali Susam, bir milletvekili olarak partili partisiz tüm esnafın ve KOBİ'lerin sorunlarına çözüm sağlamayı birinci misyonum olarak

belirledim diyerek, Türkiye Perakendeciler Federasyonu'nun temsil ettiği değerleri çok önemseydiğini vurguladı. Susam düşüncelerini çalıştayda şu şekilde aktardı: 2250 milyon insana hitap eden bir pazardan bahsediyoruz. Dışarıdan gelen satılmacılar yerine siz bu pazarın egemen lokomotif olabilirsiniz. Bu noktada bulunuyorsunuz. Direksiyon sizin elinizde. Bu yüzden düzenlediğiniz organizasyonu çok önemsiyorum. Fakat bunu yapabilmek için ciddi desteklere ihtiyacınız var. Finansmanda devletin Ar-Ge desteğine ihtiyacı var. Bu destekler ise büyük Ar-Ge ve sanayi destekleri olarak belirlenmiştir. Daha az eleman çalıştıran Ar-Ge birimlerine de bu imkan tanınmalıdır. Perakende sektörünün inovasyon anlamında bu desteği alması gerekir. Şu an yasa eksikliğinden ötürü ciddi bir haksız rekabet söz konusudur. Sadece bir örnek vereyim: Rekabet Kurumu'nun son araştırmasına göre, Ulusal perakende zincirlerinin kestikleri faturalar sonucunda aldıkları toplam değer toplam ciro içinde yüzde 12,5'e tekabül ediyor. Yerelerde ise bu oran yüzde 5,5. Sadece faturalandırılmalar yüzünden üreticiden mal alırken yüzde 9'luk bir avantaj sağlıyorlar.”

“Yerli üreticinin yaşatılması gerekiyor”

İstanbul Bağımsız Milletvekili Levent Tüzel, örgütlü toplum olmanın önemine vurgu yaptığı konuşmasına, “Yıllardır işçi sınıfıyla ilgili siyaset yapmış biri olarak sektörün doğrudan takipçisi olmasam da 74 milyon tüketiciden biri olarak bu konuyu önemsiyorum. Bu konuda dersimi çalışarak geldim” diyerek başladı. Sektörde yabancılaşma ve tekelleşmenin giderek arttığı bir dönemden geçtiklerini söyleyen Tüzel, yasayla ilgili düşüncelerini de şu şekilde aktardı: “Mecliste yasalaşmayı bekleyen bir hipermarket kanunu var. Bakanın söylediklerinden kimseyi üzmeyecek bir yasa çıkarmak istediklerini anladım. Perakendenin yarısını oluşturan gıda ele alınırsa gıda sektörünün neredeyse yarısının yabancıların elinde olduğunu görüyoruz. Tesco, Metro, Carrefour gibi şirketleri küstürmek ne kadar mümkün? Ya da hükümet küçük esnafı küstürmemek için çok önem verdiği döviz girişini değiştirebilir mi? Bir yandan “ben seni ezdirmem” mesajı veren düzenlemeler yapılırken, diğer yandan büyük şirketlerin taleplerinin karşılanması için işleyişin değiştirilmemesinin yolları



aranacak. Bir yasa çıkarılması konusunda tüm sektör hemfikir. Fakat nasıl bir yasa? Büyük ve küçük aktörler arasında ortaklaşılacak bir talep merkezi oluşturmak gerekir. Diğer taraftan kentsel ve çevresel sorunlar, düzensiz çalışma saatleri, tekelleşmenin yarattığı sorunlar, yerel üretimin ve KOBİ'lerin ezilmesi gibi birçok sorun ortada duruyor. Yan yana AVM'ler açılmasın deyip, diğer yandan Pazar gününün tatil ilan edilmesine karşı çıkmak çelişki oluşturuyor. Ya da AVM'ler şehir dışına yapılsın demek doğrudan meseleye çözüm sağlamıyor. Yasanın bütünlüklü bir şekilde ele alınması lazım. Avrupa'da AVM kurmak için belediye ve küçük esnafın da temsil edildiği komisyonlardan izin almak gerekiyor. Fakat hükümetin hazırladığı taslakta nihai karar noktası olarak vali ve belediye başkanı görünüyor. Bu noktada karar insiyatifinin katılımcı bir yaklaşımla esnafın temsil edildiği bir birime bağlı olması gerektiğini düşünüyorum.”

“Hedeflerinizi net ortaya koyun”

AK Parti Eski Rize Milletvekili Ali Bayramoğlu çalıştay izleyenlere altı kelimeyi tekrar hatırlattı: “Geliştirmek, güçlendirmek, rekabet edebilmek, kaliteli hizmet, kalıcı rekabet, marka oluşturabilmek”. “Ben birey olarak bu kelimelerin neresindeyim?” sorusuna “Burada bulunan herkes kendi cevabını vermek zorunda” diyen Bayramoğlu, perakendecilerin hükümetten destek isterken yerli üreticiye destek vermeyi ihmal etmemesi gerektiğinin altını çizdi.

Bayramoğlu sözlerine şöyle devam etti:

“Nasıl perakendeciler uluslararası güçlü firmalar tarafından satın alınıyor veya yeniden inşa ediliyor ise, Türkiye'deki birçok sanayi kuruluşu da uluslararası sermaye tarafından satın alınıyor. Siz ticari hayatınızı sürdürürken tek taraflı baktığınızı unutmalısınız. Açıkçası yerli üretimin erişmediği alan kalmadığını düşünüyorum. Perakendecinin tek kıstası PR'dır. Diğer kıstaslarınız da var ama ürününüzü 1 kuruş

ucuza satmak her şeyin önünde. Bence rakibinden 1 kuruş ucuza satmak rekabet değildir. Sürekli ve iyi hizmet verebilmeniz asıl meseledir. Temel niyetiniz sistematik olarak mağaza sayısını artırarak pazar etkinliğini arttırmak mı, yoksa marketçilik nihai hedefiniz midir? Rakiplerinizi ne kadar takip ediyorsunuz? Kârlılık ya da fiyatlarını ne kadar takip ediyorsunuz? Avantaj ve dezavantajlarınızın farkında mısınız? Bunu hem dinleyicilere soruyorum, hem de TPF'ye kurumsal bazda soruyorum. Uluslararası bir market zinciri oluşturmak isteyip istemediğinizi öğrenmek istiyorum. Azerbaycan, İran, Irak, Suriye, Bulgaristan, Moldova, bir çok komşu pazar söz konusu. Bu konu üreticileri de ilgilendiriyor. Siz buralarda mağaza açarsanız yerli üreticiyi de tanıtmış olacaksınız.”

“Kooperatifçilik tekrar hatırlanmalı”

Perakende Uzmanı Servet Topaloğlu birleşme ve güç birlikleriyle ilgili değişik örnekler ve açılımları anlattığı konuşmasında şunları aktardı: “Bence perakende yasının çıkmayışının sebebi çok büyük alanları birden kapsamaması. Bahsedilen alanlardan biri çıkıp ben bu konuda mutabık değilim diyor. Bence sizin organizasyonunuzun, federasyonunuzun kendi içinde sağladığı başarı diğer kanatlarda başarılammış. Fakat çalışmalar yapılıyor. Tüm alanları kapsayan sert müdahalelerin çıkması zor. Nitekim çıkmadı da. Ben sektöre girdiğimden beri yasanın çıkmayışının sebebi budur. Bence kamuyu oyuna sokmak daha akılcı olabilir. Sektörün tamamını temsil eden bir grup mevcut değil. Sektörde iki tane sıkıntı görüyoruz. Bir tanesi yasa. Enerjimizi emiyor ve asıl konulara dönemiyoruz. Diğer de kooperatifçilik. Fikir itibarıyla harika olan kooperatifçilik Türkiye'de maalesef kan kaybı yaşadı. Oysa Avrupa ve ABD'de birleşmelerin önünü açan model budur. Her şeye rağmen bu modelin üzerinde durulması gerektiğini düşünüyorum”

Gala Gecesi'nde yeni gelişmeler duyuruldu

Kartepe Perakende Zirvesi'nin ilk gününün akşamı hep birlikte yenilen yemekle yorgunluk atıldı. Yemek esnasında Türkiye Perakendeciler Federasyonu Yönetim Kurulu Üyeleri, organizasyonu gerçekleştiren Retail News Dergisi ve organizasyona destek olan firmalara teşekkür plakketlerini takdim etti.

Plaket töreninin ardından TPF camiası açısından iki önemli haber yemeğe katılanlarla paylaşıldı. Gaziantep merkezli yerel zincirlerin bir araya gelerek



oluşturacakları Gaziantep PERDER'in kuruluş haberini Türkiye Perakendeciler Federasyonu Başkanı Selamet Aygün, İstanbul PERDER'e katılan Rammar ve Happy Center'in haberini ise İstanbul PERDER Başkanı Reşat Narman sahneye gelerek duyurdu. Gaziantep ve İstanbul'dan PERDER Ailesi'ne katılan yeni üyelerin rozetleri TPF Yönetim Kurulu tarafından takıldı. Yemek organizasyonu canlı müzik dinletisiyle son buldu.



Ali Poyrazoğlu sahne aldı

Kartepe Perakende Zirvesi'nin ikinci gününde sahne, yılların Tiyatro Sanatçısı Ali Poyrazoğlu'nundu... Poyrazoğlu esprili dille kendisinin eczacılık serüvenini nasıl tutunamadığını ama bundan nasıl ders aldığını anlattı. Kendi deyişiyle "Hatalarının üniversitesine" nasıl giriş yaptığından bahsetti. "İçinizdeki sanatçıyı keşfedin" ona ihtiyacınız var sizi ancak onun kreatif yaratıcılığı ayakta tutar diyen Poyrazoğlu, katılımcıların arasında dolaşarak ve onlarla konuşarak interaktif bir sunum gerçekleştirdi.



Kartepe Sonuç Bildirgesi

Kartepe Perakende Zirvesi sonrasında aşağıdaki sonuç bildirgesi kamuoyu ile paylaşıldı

Hedef 74 milyonluk Türkiye değil, 250 milyonluk bölge coğrafyası olmalı. Yerel perakendeciler, sektörün egemen gücü olma iddiasını taşımalı. Ortadoğu'da başarılı olabilecek potansiyel bulunuyor.

Yerel perakendeciler, yola biraz gecikmeli çıktılar ancak önlerinde önemli fırsat ve riskler var. Küresel krizin yerellere sunduğu fırsatlar iyi görülmeli. Hızlı karar alabilmeleri ve amatör ruhla çalışıyor olmaları, yerel zincirler için önemli bir avantaj sunuyor. Bu fırsatları değerlendirip, "Türkler fırsat kaçırma fırsatını kaçırmazlar" sözünü boşa çıkarılmalı.

Haksız rekabet ve düzensizliği engellemek için perakende yasasına olan ihtiyaç böylece daha belirgin hale geldi. Sadece TPF üyelerinin değil, tüm perakendecilerin bu yasaya ihtiyacı var. Kendi mağazalarımızın marka değerini yitirmeden rekabete kurallar koymak ve istihdam ettiğimiz insanların haklarını gözetmek için böyle bir yasa gerekiyor.

Globalleşen ve uluslararası rekabetin yaygınlaştığı dünyada, uluslararası zincirler mutlaka Türkiye'ye gelecek. 2023'e göre 3 kat büyümekten bahsediyorsunuz. Hızlı artan bir nüfusunuz var. Avrupalı perakendeciler, tüketemeyen yaşlı nüfusuyla yetinmeyip mutlaka Türkiye'ye gelecektir. TPF bundan sonraki süreçte atacağı adımların kararını vermelidir.

Yerel perakendeciler, bir yabancı gelecek ve satın alacak düşüncesiyle yeni şube açma yoluna gitmemeli. Özellikle de üreticilere finanse ettirerek mağaza açma yoluna gidenler, yanıldıklarını er-geç anlarlar.

Yabancılar, arkalarında güçlü ülkeler ve büyük bankaların işbirliğiyle yeni açılımlara giriyor. Perakende sektörünün yabancıların ele geçirmesine izin verilmemeli. Böyle olursa, yerli üretimin anlamı da giderek azalmış olacak. Perakendenin en önemli sorunlarından biri olan KOBİ statüsünün kazandırılmaması, finansman sorununu da beraberinde getiriyor.

Eğilimleri planlamazsanız geleceği planlayamazsınız. Tüketici profili değişti daha da önemlisi hızla değişmeye devam ediyor. Önümüzdeki 10 yılda dünyada 1,5 milyarlık yeni bir orta sınıf oluşacak. Bu kitlenin

atlanılmaması gerek.

Perakendede satışlar daha çok internet altyapısı üzerinden oluşmaya başlıyor. Tüketiciler, internet üzerinden daha fazla alışveriş yapıyor oldular. İlk zamanlarda elektronik alanında başlayan bu alışverişler, giyim sektörüne ardından da günlük ihtiyaçlara yönelecek. İnsanlar mağazalardan bakıp gidip evinden internet üzerinden sipariş verme noktasına doğru gidiyor. Yerel perakendeciler, kendilerini bu geleceğe göre konumlandırmalı.

Avrupa Birliği ve Amerika 'yeni nesil kooperatifçiliği' destekliyor. Üretimden - satışa tüm zinciri kapsayan, üretici - perakendeci işbirliğini örgütleyen ve kamu desteği alan bu girişimler Türkiye'de de gerçekleştirilmeli.

Hükümet, göreve geldiği günlerde taahhüt ettiği AVM'lerin açılışını düzenleyen hükümlerin de bulunduğu yasayı çıkarmakta ayak sürüyor. Yasal düzenleme eksikliği, sektörde haksız rekabet ortamı oluşturuyor. Bu haksız rekabet ortamının giderilmesi için etkili lobi faaliyetleri yürütülmeli.

Yerli perakendecilerin desteklenmesi gerek. Yerli perakendeciler, en önemli ayaklarından biri olan yerli üreticileri destekleme konusunda daha istekli olmalı. Yerli üreticilerle yerli perakendeciler neler yapılabileceği konusunda işbirliği yapmalı.

Rekabet halinde olunan rakiplerin iş prensipleri iyi analiz edilmeli. Perakendecilikte tek odaklanılan fiyat rekabeti olmamalı. Personel ve hizmet kalitesinin artırılması, hizmet farklılaştırılması sağlanmalı.

Ulusal perakende zincirlerinin kestikleri faturalar sonucunda aldıkları toplam değer, toplam ciro içinde yüzde 12,5'e tekabül ediyor. Yerelerde ise bu oran yüzde 5,5. Sadece faturalandırılmalar yüzünden üreticiden mal alırken yüzde 9'luk bir avantaj sağlıyorlar.

Girişimde bulunulmadan beklemekle hiçbir şey olmaz. Yerel perakendeciler, içlerindeki enerjiyi ortaya çıkarmalıdır. Yerel perakendeciler, kendilerine daha çok ortak nokta geliştirip birlikteliğin gücünü yakalamalı.

KARTEPE PERAKENDE ZİRVESİ SONA ERDİ!

Teşekkürler;

Perakende liderlerini bir araya getiren **Kartepe Perakende Zirvesi** sona erdi. Bu zorlu maratonda desteklerini esirgemeyen başta **Gümrük ve Ticaret Bakanımız Sayın Hayati Yazıcı** Bey'e, **Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanımıza** ve **Sayın Müsteşar Vedat Mirmahmutoğlu**'na, **TPF camiası adına Sayın Selamet Aygün** Bey'e, kıymetli basın mensubu dostlarıma, değerli sponsorlarımıza, kıymetli panelistlerimize ve davetlilerimize, hazırlık aşamasında bütün kahrımı çeken değerli mesai arkadaşlarıma teşekkür ederim.

İkinci Kartepe Perakende Zirvesi'ne şimdiden aldığımız güçle ve büyük bir azimle hazırlanmaya başladığımızı duyurmak isterim. Perakendenin geleceğinde kalıcı bir sözünüz olsun istiyorsanız, gelin o cümleyi beraber kuralım.

Ali GÜLER

Retail News Genel Yayın Yönetmeni

Ana Sponsor
Perakendenin Hayatı



Altın Sponsor



Mercedes-Benz

Altın Sponsor



Lezzet Sponsorları



Destek Sponsorları



Hizmet Sponsorları



Basın Sponsorları - TV



Basın Sponsorları - Gazete



Basın Sponsorları - Haber Portalı



Organizatör



Düzenleyen



KARTEPE
PERAKENDE
ZİRVESİ

Hal Kanunu 1 Ocak 2012'de uygulanmaya başlıyor

Hal Kanunu olarak bilinen 5957 sayılı “Sebze ve Meyveler ile Yeterli Arz ve Talep Derinliği Bulunan Diğer Malların Ticaretinin Düzenlenmesi Hakkında Kanun” 1 Ocak 2012'de yürürlüğe giriyor

1 Ocak 2012 tarihinde yürürlüğe girecek olan bu Kanun ile sebze ve meyve ticaretindeki israf ve kayıt dışılığa çare olacak düzenlemeler hayata geçirilecek. Buna göre, sebze ve meyvelerin cinsine, miktarına, fiyatına, alıcı ve satıcısına ilişkin bilgileri elektronik ortamda tutan “Hal Kayıt Sistemi”, kanunun getirdiği en büyük yenilik olacak. Sebze ve meyve ticaretine ilişkin verilerin kayıt altına alındığı sistem sayesinde sebze ve meyvelerin fiyat ve miktar bilgilerine ulaşılabilir, meslek mensupları kayıt altına alınarak, toptancı halleri arasında ortak bilgi paylaşımı ve iletişim sağlanacak. Üreticiler ise mallarını satacakları tacirlerin irtibat bilgilerine erişerek onlar hakkında detaylı bilgi sahibi olabilecek, ürünlerini daha çok kâr elde edebilecekleri pazarlara yönlendirebilecek.

Ürün künyeleri zorunlu olacak

Kanunun tüketiciler açısından getirdiği en önemli yenilik ise, ürün künyeleri. Sebze ve meyvelerin kap veya ambalajlarının üzerinde bulunması zorunlu olacak olan ürün künyeleri sayesinde tüketiciler hal kayıt sistemini kullanarak tükettikleri ürünün nereden ne zaman üretildiğini bilme imkânına kavuşacak. Hallerde laboratuvar ve soğuk hava depolarının kurulması ve hallerde hizmet veren firmaların bu laboratuvarlara kayıt olmaları da zorunlu hale getiriliyor. Hallerin içinde laboratuvar kurulana kadar firmalar bağımsız kuruluşlardan destek alacak. Belediyelere, mevcut halleri bu standartlara getirmeleri için 4 yıl süre verildi.

Pazarlara denetim

Hal Kanunu ile aynı zamanda toptancı halleri ile pazar yerleri çağdaş bir altyapıya kavuşturulacak. Ülke genelindeki yaklaşık 330 bin pazarcı ve çalışanı eğitime tabi tutulacak ve sertifika alacak, sertifikası olmayanların pazarda tezgah açmasına ve tezgahta çalışmasına izin verilmeyecek. Pazarların hijyen şartları çok daha sıkı denetlenecek. Tezgahların yanı sıra pazarcıların el temizliği bile denetleme altına alınacak. Denetlemelerde tespit edilen olumsuzluklara 500 lira ceza kesilecek.

Lisanslı depoculuk sistemi de getiriliyor

“Lisanslı Depoculuk ve Ürün İhtisas Borsacılığı” ise, Türkiye’yi tarım ürünleri ticaretinin merkezi yapmayı hedefleyen bir proje. Lisanslı Depoculuk sistemi sayesinde tarım ürünleri, sınıf ve kalitelerinin yetkili sınıflandırıcı laboratuvarlarca belirlenmesinin ardından modern altyapıya sahip sağlıklı

ortamlarda depolanacak. Üreticiler; bu sayede, fiyatların düşük olduğu hasat döneminde ürünlerini elden çıkarmak yerine lisanslı depolara koyarak karşılığında aldıkları ürün senetleri sayesinde piyasanın daha elverişli olduğu dönemlerde ürünlerini satabilecek, ürün senetleri aynı zamanda teminat olarak gösterilerek uygun koşullarda kredi kullanabilecek. Sistem sayesinde, depolamaya uygun nitelikte olan tarım ürünlerinin ticareti ürün senetleri vasıtasıyla ürün ihtisas borsalarında gerçekleştirilecek. Böylelikle üreticiler ürünlerini daha kolay ve yüksek fiyata elden çıkarma imkânını elde edecek. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı tarafından bugüne kadar 6 lisanslı depo şirketine kuruluş izni verildi. Ürün senetlerinin işlem göreceği ürün ihtisas borsasının kurulması yönünde çalışmalar ise sürdürülüyor. Uluslararası düzeyde faaliyet gösterecek olan ürün ihtisas borsası ile ülkemizin bölgesindeki tarım ürünleri ticaretinin merkezi durumuna gelmesi hedefleniyor.



Geleneksel Afyon Sucuğu'nun adı Danet!

*Danet'in Afyonkarahisar'daki
modern tesislerine canlı olarak
giren büyükbaş hayvanlar
İslami usullere göre kesilir.
Sucuk için en kıymetli
etler seçilir.
Geleneksel Afyon sucuğu
lezzet ve kıvamıyla
% 100 dana etinden
imal edilir ve raflardaki
yerini alır.*



DOYUNUS ALIN KUTUPLE KOKETIN

444 1 339
www.danet.com.tr

Sunar Yağ'dan kapasite artırımı kararı

Sunar Grup şirketlerinden Elita Gıda, Sunar markalı ürünleriyle uluslararası fuarlarda gördüğü yoğun ilgi karşısında kapasite artırımına yönelik yatırım kararı aldı

20 milyon dolarlık yatırımla üretimini 2,5 kat artıracak olan Sunar Grup, yeni yatırımlarla bitkisel yağ alanındaki toplam yatırımı 40 milyon dolara ulaşacak. Sunar Grup, ayrıca yakaladığı başarısı ile Türkiye'nin dış ticaret açığının kapatılmasına da katkı sağlıyor. Türkiye'nin mısır yağı eksperleri olan ve ülkenin tarıma dayalı sanayisinin gelişmesine katkıda bulunan çiftçi dostu Sunar Grup şirketlerinden Elita Gıda, iç pazarda yüksek kalitesi ve sıra dışı ambalajı ile Türkiye bitkisel yağ pazarının en büyük oyuncularından biri haline gelmesinin yanı sıra ihracat pazarlarından gelen yoğun ilgi nedeniyle kapasitesini artırma kararı aldı. İç pazarda artan talebin yanında özellikle uluslararası fuarlarda yeni müşteriler kazanan Sunar Grup, yurtdışı siparişlerde yaşanan artışla birlikte günlük rafinasyon kapasitesini 400 tondan 1000 tona

taşıyacak. Sunar Grup sinerjisi ile 3 yılda başarı grafiğini yükselten ve Türkiye'nin en büyük 500 şirketinden biri olarak yerini alan Elita Gıda, yeni yatırımla birlikte Türkiye'nin en büyük rafine kapasitesine sahip 3 şirketinden biri konumuna ulaşacak. 20 milyon dolarlık yeni yatırımla bitkisel yağ alanındaki toplam yatırımı 40 milyon dolara ulaşacak ve üretimi 2,5 kat artıracak olan Sunar Grup, rafine kapasitesinin artırılmasıyla Türkiye'nin dış ticaret açığının kapatılması için yaptığı katkıyı daha da üst noktalara taşıyacak. Yönetim Kurulu Üyesi Hüseyin Çomu, yatırımın 2012 yılının son çeyreğinde



Hüseyin Çomu

devreye gireceğini ifade etti. Rafine kapasite artırımının ardından yeni yatırımların da gündeme geleceğine dikkat çeken Hüseyin Çomu, konuyla ilgili olarak şu bilgileri verdi: "Önümüzdeki dönemde tohum işleme kapasitesine yönelik yeni bir yatırımı devreye almayı planlıyoruz. Bu kapsamda tohum kırma

kapasitesini artıracacağız. Kapasite artırımına rafineri kapasitesini artırarak başladık, ancak yatırımlarımızı sürdüreceğiz. Türkiye'nin ithal ettiği ürünler arasında ilk 10 kalem içerisinde yer alan bitkisel ham yağda dışa bağımlılığı azaltmak adına bu yatırımı da çok önemsiyoruz" dedi.

Üçge Elektronik'te yeni iş ortaklığı

1960 yılında Almanya'nın Dornhan şehrinde kurulan MADO, et işleme makineleri üretiminde 50 yılı aşkın tecrübesini, Üçge Elektronik ile Türkiye'ye taşıyor

Gıda ve perakende sektöründe dünyanın lider makine üreticilerinin Türkiye temsilciliğini uzun yıllardır başarıyla yürüten Üçge Elektronik; özellikle et mamulleri üreticilerinin yakından tanıdığı, alanında haklı bir üne sahip Alman MADO GmbH'nin da Türkiye Temsilciliğini aldı. MADO GmbH Genel Müdürü Michael Mössmer konuyla ilgili şu bilgileri verdi: "Mado, Almanya Dornhan'da kurulu bir şirket. 1960 yılında kuruldu. Dolayısıyla şu an itibarıyla 51 yıllık bir şirket. Uzmanlık alanı et işleme makineleri ama bu makineler, uygulama alanları itibarıyla peynir üretiminde ve paketli ürünler sektöründe de kullanıyor. Şu an, 160 çalışanla 5400 metrekarede üretim yapıyoruz. Ürün yelpazemizde kıyma makineleri, kuterler, testereler, bıçak bileme makineleri bulunuyor. Avrupa'da sektördeki herkes bilir, konu et ise muhakkak bir Mado çözümü vardır. Halihazırda dünyanın 60 ülkesinde distribütörlerimizle faaliyet gösteriyoruz. Mado distribütörlerinin hepsi konularında

uzman, teknik yeterliliklere sahip bölgelerinde güçlü firmalardır. Yaptığımız piyasa, pazar araştırmalarında, Üçge Elektronik ile ilgili son derece olumlu bilgiler edindik. Üçge Elektronik yetkilileri ile yaptığımız görüşmeler neticesinde; Üçge'nin dinamizmiyle kurumsal ve organizasyonel yapısıyla pazarlama gücüyle ilgili çok güzel izlenimler edindik. Ve karşılıklı bir güç birliğinin, bir sinerjinin

yaratabileceğine inandık ve çerçevede Mado'nun tüm ürünlerinin Türkiye'de pazarlanması, satışı ve teknik servisinin verilmesi noktası Üçge Elektronik firmasıyla distribütörlük anlaşmamızı imzaladık. Ürünlerimize ve Türkiye Distribütörümüz Üçge Elektronik firmasına güvenimiz tam. Birlikte büyük başarıları imza atacağımıza inanıyoruz."



Dünya o kadar küçük ki!

Eurometall, online alışverişle
Dünya'nın her yerinde sizinle...
eurometall.com.tr



eurometall

DAMLACAN METAL SANAYİ VE TİCARET A.Ş.

Kestel Organize Sanayi Bölgesi Bursa Caddesi No: 7 Kestel/BURSA Tel : +90 224 331 88 16 Fax : +90 224 331 88 20

facebook.com/eurometall
twitter.com/eurometall

Nestle Damak'a ambalaj tasarım ödülü

Dünya çapında ambalaj tasarımı alanında en saygıdeğer ödüller arasında yer alan, ambalaj tasarımı alanında ilk ve tek uluslararası tasarım yarışması olan Pentawards'ın bu yılki yarışmasında Nestle Damak hediyeelik çikolata paketiyle yiyecek kategorisinde yarıştı

Tasarımı CB'a tarafından gerçekleştirilen paket sade ve şık tasarımıyla rakipleri arasından sıyrılarak yiyecek kategorisinin şekerleme ve tatlı atıştırmalıklar dalında bronz ödülün sahibi oldu. New York'ta gerçekleştirilen ödül töreninde kazanan tasarımların sahipleri

açıklandı. Nestle Damak hediyeelik çikolata paketi, sade beyaz konsept üzerine iştah açıcı akışkan çikolatasının fıstıkla buluşma anının resmedildiği tasarımıyla 3'üncü olarak yarışmada bronz ödülün sahibi oldu.



Yaşar Holding hedeflerini açıkladı

Yaşar Holding Gıda ve İçecek Grubu markalarından Pınar 38'inci yılını çeşitli etkinliklerle kutladı

Kutlama törenlerinde, grup şirketleri bünyesinde beş yılını dolduran 145, 10 yılını dolduran 42, 15 yılını dolduran 97, 20 yılını dolduran 27, 25 yılını dolduran 9 kişi olmak üzere toplam 320 çalışana sertifikaları verildi. Törende konuşma yapan Yaşar Holding İcra Başkanı Mehmet Aktaş tarımsal sanayi ve gıda ve içecek sektörlerinin Türkiye'nin önünü açacak, aynı zamanda ihracat fazlası yönüyle ülkenin cari açık sıkıntısına da olumlu etki sağlayacak stratejik sektörler olduğunu vurguladı.

Bu sektörleri oluşturan ve dönüştüren Pınar şirketleri olarak, bu sektörlerin geleceğinde de söz sahibi olacaklarına inandığını belirtti. Yaşar Topluluğu'nun 2010 yılında ülke

ekonomisinin üzerinde yüzde 15'lik bir büyüme gerçekleştirdiğini söyleyen Aktaş, "2011 yılında da yüzde 15'lik bir büyüme rakamını öngörüyoruz. Hedeflediğimiz ciro ise 3 milyar TL" dedi.

Önümüzdeki dönemde ana iş kolları olan gıda ve içecek ile boya iş kollarında büyümeye ağırlık vereceklerini, turizm ve endüstriyel kağıt faaliyetlerinin devam edeceğini de kaydeden Aktaş, gelecek dönemde de Yaşar Topluluğu'nun ülke büyümesinin üzerinde büyüme hedeflemeyi sürdüreceğini belirtti.



Tetra Pak'tan yeni yatırım

Gıda işleme ve paketleme çözümlerinde dünya lideri Tetra Pak, Çin'in Shanghai kentinde Tetra Pak Ürün Geliştirme Merkezi (ÜGM) açtı

Merkez, yerel süt ve içecek üretim şirketlerine gıda işleme ve paketleme konularında ekipman sağlayacak. Ayrıca yüksek kaliteli ürün geliştirme faaliyetleri de hızlı ve verimli şekilde yürütülecek. Tetra Pak Çin Teknoloji Geliştirme ve Üretim Merkezi bünyesinde faaliyet gösteren ÜGM, şirket müşterilerinin Çin'de meyve suyu ve süt ürünleri pazarının sürekli çeşitlenen ihtiyaçlarına cevap verecek. Tetra Pak yeni ürün geliştirme merkeziyle bilgi, deneyim ve uzmanlık birikimini müşterilerinin hizmetine sunacak. Sıvı gıda işlemleri için gelişmiş işleme ekipmanlarıyla donatılmış olan ÜGM müşterilere, formülde süt ve içecek

testlerine ve bitmiş ürünlerin kutulara doldurulmasına kadar baştan sona gıda işleme sistemleri sunuyor. Ayrıca ürün ve teknoloji geliştirme, ürün formülasyonları, konsept geliştirme, ürün işleme teknolojisi,

ekipman optimizasyonu, ürün paketlemede yenilikçilik, ürün tüketim araştırmaları ve pazar değerlendirmelerini içeren çok geniş bir yelpazede hizmetler de bu merkez üzerinden verilecek.

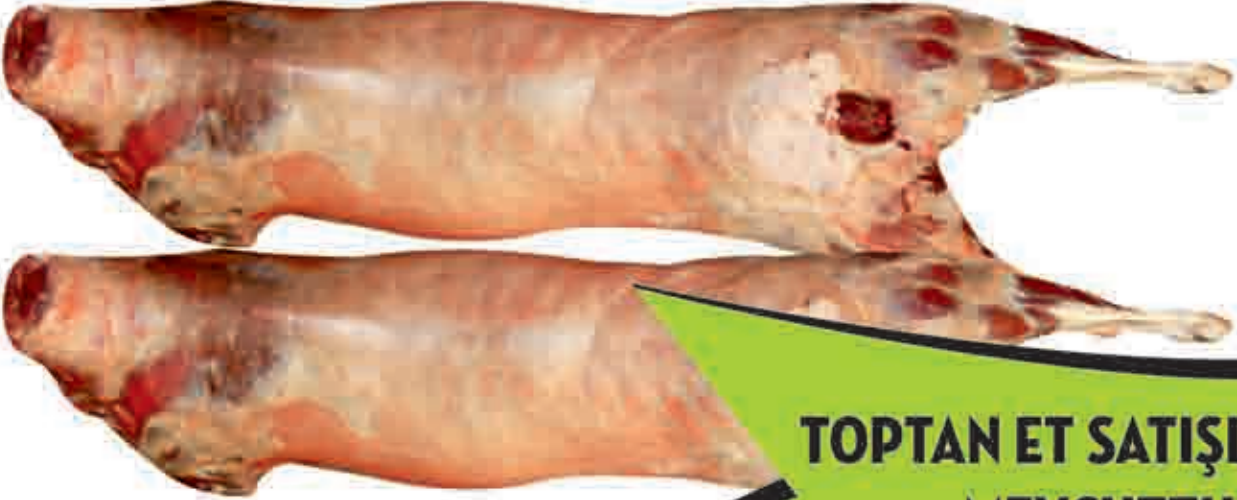




CERGİBOZANLAR

UCUZU HERKES SATAR KALİTEYİ UCUZA CERGİBOZANLAR SATAR

**KALİTE VE TECRÜBE
ET BİZİM İŞİMİZDİR**



**TOPTAN ET SATIŞLARIMIZ
MEVCUTTUR**

**ET SEKTÖRÜNDE TECRÜBELİ MARKA CERGİBOZANLAR A.Ş.
TOPTAN ET SATIŞLARIYLA YILLARDIR HİZMETİNİZDE**

TOPTAN ET SATIŞLARIMIZ İÇİN İRTİBAT TELEFONLARIMIZ

0.342 228 12 50 - 0.532 371 11 10

ÜÇOKLAR MAH. 46 NOLU SOK. NO: 2 ŞAHİNBEY/GAZİANTEP

Aymaksan'a yeni fabrika

Ekipman sektörünün köklü firmalarından Aymaksan, ISO standartlarında gerçekleştirdiği üretimini Çanakkale Biga'da gerçekleştirdiği fabrika yatırımıyla daha da güçlendirdi

Bugüne kadar 2 bin 500 metrekarelik üretim tesisinde kalite yönetim sistemleri çerçevesinde üretim gerçekleştiren Aymaksan, bu yıl sektör açısından çok önemli bir yatırıma daha imza attı. Çanakkale Biga Organize Sanayi Bölgesi'nde 19 bin metrekare açık, 5 bin metrakere kapalı alana kurulan yeni fabrikasını tamamlayan Aymaksan, gelecek günlerde gerçekleştireceği atılımlar için altyapısını daha da güçlü hale getirdi.



“Helal Olsun” ödülü

Avrupa Kalite Ödülleri kapsamında, Türk Standartları Enstitüsü tarafından verilen “Helal Et” belgesini Türkiye'de ilk alan gıda firması Aytaç için, WBR İstanbul Reklam Ajansı tarafından hazırlanan reklam kampanyasının “Yapana da yiyene de Helal Olsun” sloganı ödül aldı



Aytaç'ın 5 ayrı ürün grubu için farklı olarak hazırlanan ve içinde güldürü unsurlarının kullanıldığı reklamlarda usta sanatçı Hasan Kaçan “Yapana da Yiyene de Helal Olsun” diyerek, Aytaç'ın gıda üretimindeki tüm aşamalara verdiği önemin altını çiziyor. Aytaç'ın reklam kampanyası, kırmızı ve beyaz et üretimindeki hassasiyetleri içeriyor. Hijyen başta olmak üzere, müşterilerinin beklenti ve isteklerini dikkate alan Aytaç,

reklamlarında bunun önemini vurguluyor. Aytaç Gıda'nın, “A kalite” garantisi ile ürünlerinde, üretimden sofraya gelene kadar geçen süreçte gösterdiği özen, Ambalaj Sanayicileri Derneği tarafından ödüllendirildi. Aytaç Gıda'nın et ürünlerinin ambalajını gerçekleştiren Cryovac Ambalaj, Aytaç Darfresh ambalajı Crescents and Stars for Packaging ile “Ambalaj Ay Yıldızları 2011” ödülüne layık görüldü.

Fritos'a yeni üretim hattı

PepsiCo Yiyecek Türkiye, Doritos'un yeni ürünü Fritos için Suadiye Fabrikası'nda kurduğu yeni üretim hattının resmi açılışını geçtiğimiz günlerde törenle yaptı

Yeni üretim hattının resmi açılışına PepsiCo Yiyecek Türkiye Genel Müdürü Ece Aksel ve Kartepe Belediye Başkanı Şükrü Karabalık da katıldı. Açılış töreninde yaptığı konuşmasında; yeni Fritos hattının Suadiye Fabrikası'nda açılmasının fabrikaya verdikleri önemin bir göstergesi olduğunu belirten Ece Aksel, Suadiye fabrikasının çevre, insana saygı, kalite konularında uluslararası ve yerel pek çok ödülü layık görüldüğünü belirtti.

Aksel, “Yılda yaklaşık 1100 Ton extra tonaj üretmemize olanak sağlayacak yeni Fritos hattımız geçtiğimiz ay devreye girdi.

Ürününüz Fritos değişik şekli, eşsiz tadı ve televizyonlarda, internet sitelerinde gördüğünüz çok eğlenceli reklam filmleri ile kısa zamanda tüketicilerimizin beğenisi kazandı” dedi ve fabrikanın başarılarından ötürü çalışanlarına teşekkür etti.

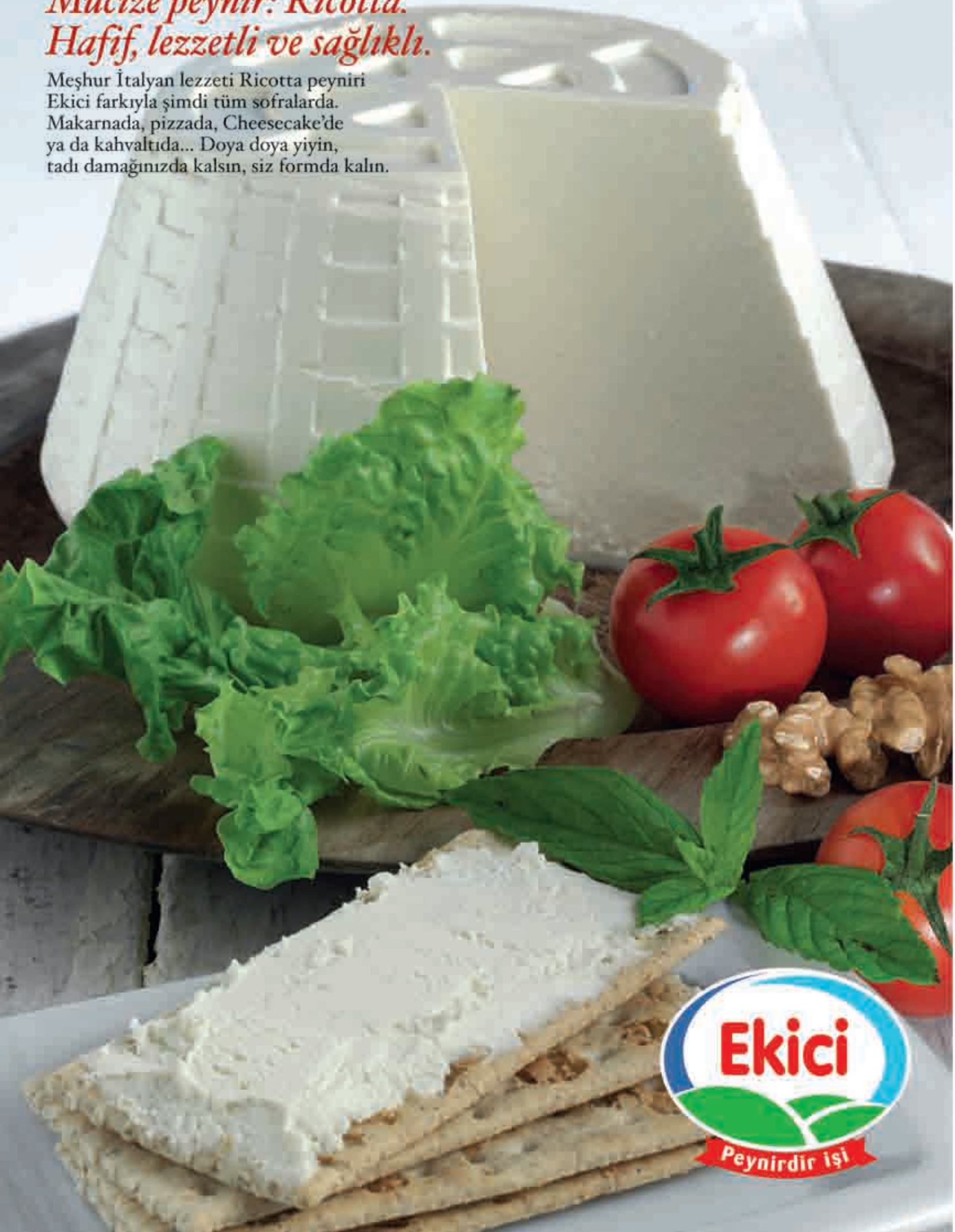
Pazarda başarılı olmak için markanın güvenilirliği, ürün kalitesi, performansı, ambalajın kalitesi, ürünlerin ve üretim tesislerinin hijyenik olması gibi kriterlerin de çok önemli

olduğunu söyleyen Birsal, “Yudum bu kriterleri her zaman yerine getirdiği için yıllardır ilk sırada yer almayı başardı” dedi.



Mucize peynir: Ricotta. Hafif, lezzetli ve sağlıklı.

Meşhur İtalyan lezzeti Ricotta peyniri
Ekici farkıyla şimdi tüm sofralarda.
Makarnada, pizzada, Cheesecake'de
ya da kahvaltıda... Doya doya yiyin,
tadı damağınızda kalsın, siz formda kalın.



Arbella sporculara enerji verdi

120 bin kişinin katıldığı 33'üncü Avrasya Maratonu ve Halk Yürüyüşü öncesi düzenlenen, her daldan sporcu, sektör profesyonelleri, doktor ve akademisyenler, sporla ilgililerin katıldığı fuarda Arbella Makarna tadım ve aktiviteleri ile sporculara destek oldu

Arbella Makarna Marathon Expo Sağlıklı Yaşam ve Spor Fuarı'nın sponsoru oldu. Türkiye'nin en fazla katılımcısına sahip sportif organizasyonu olma özelliği taşıyan Marathon Expo'da ziyaretçi ve katılımcılara makarna partisi düzenleyen Arbella Makarna, yaptığı 'en güzel makarna yemeği' ve 'çöz çözebilirsen' yarışmalarıyla da sporculara yarışma öncesi moral verdi. Makarnanın bir sporcu yiyeceği olduğunu ifade eden Arbella Makarna Genel Müdür Yardımcısı Levent Kavak ayrıca yerli ve yabancı katılımcıların olduğu bu tür

aktivitelerde makarnanın en doğru tercih olduğunu ifade etti. Kavak şunları söyledi; "Tüm dünyada tüketilen, herkesin bildiği bir ürün olan makarna farklı inaniş, yaşam biçimi ve beslenme alışkanlıklarına uygun bir ürün olarak öne çıkmaktadır. Türk markası olarak, ülkemize gelen sporcu misafirlerimizi damak tatlarına uygun, ihtiyaçları olan enerjiyi aldıkları makarnalarımızla ağırladık, Türk misafirperverliğini gösterdik."



Kristal Yağları Türk Mutfağı Zirvesi'nde

Kristal Yağları, Lokontacılar ve Pastacılar Federasyonu'nun Antalya'da düzenlemiş olduğu Türk Mutfağı Zirvesi'ne katıldı

Sektör sorunlarının tartışılarak çözüm arandığı zirvede, alınan kararların sektöre

olumlu katkılar sağlayacağını belirten Kristal Yağları Satış Müdürü Mehmet Birinciöğlü,

federasyona bağlı oda başkanları ve üyeleriyle birlikte, yapılan görüşmelerin çok olumlu geçtiğini bildirdi. Ak Parti Genel Başkan Yardımcısı Nüket Hotar, Türkiye Esnaf ve Sanatkarlar Konfederasyonu Genel Başkanı Bendevi Palandöken, Lokantacılar ve Pastacılar Federasyonu Başkanı Aykut Yenice, oda başkanları, üyeleri ve zirveye katılan gazetecilerle birlikte Kristal Yağları standını ziyaret ederek, Kristal Riviera zeytinyağı ile yapılmış zeytinyağlı baklavanın tadına baktı.



Tat Konserve ambalajlarını yeniledi

Koç Grubu şirketlerinden gıda sektöründe 1967 yılından bu yana faaliyet gösteren Türkiye'nin önde gelen kuruluşu Tat Konserve A.Ş., sebze konservelerinin ambalajlarını yeniledi

Ayşe Fasulye, Türlü, Bamyı Tombul, Bamyı Sultani ve Bezelye çeşitlerinden oluşan Tat Sebze Konserveleri, kendilerine has özellikleri korunarak; aynı lezzet, aynı kıvam ve kaliteyle, daha modern ve ürün kalitesini öne çıkaran yeni tasarımlarıyla tüketiciyle buluşuyor. Taze sebzelerden üretilmiş konserve ürünleri, doğal lezzetleriyle saklanabilip istenilen her an kullanabilmek için tüketiciye sunuluyor. Son teknoloji ile üretimi gerçekleştirilen

Tat Sebze Konserveleri, yeni tasarımlarıyla Türkiye'nin yanı sıra 20 ülkede tüketicilerin beğenisine sunuldu. Mevsiminde toplanan taze sebzelerden üretilen, ev yapımı kadar besleyici ve sağlık açısından hiç bir zararlı içerik bulundurmeyen doğal içerikli Tat Sebze Konserveleri, yenilenen modern yüzüyle fark yaratmaya devam ediyor.



DÜŞÜK ENERJİ YÜKSEK PERFORMANS

**%70'e
VARAN
ENERJİ
TASARRUFU**



CAM KAPI ve ÇERÇEVE SİSTEMLERİNİN AVANTAJLARI

- **%70'e Varan Enerji Tasarrufu**
Enerji tüketimini düşürerek, soğutma kabının performansını da artırmaktadır.
- **Reyon Soğutma Kalitesi**
Açık durumda öngörülen anıların neredeyse hiç yaşanmamasını sağlayacağından servis maliyetlerini büyük oranda azaltarak, reyon ömrünü de uzatmaktadır.
- **Maksimum Görşellik**
Kolay hareket kabiliyeti ve şık dizaynı sayesinde alışveriş çok daha rahat olmaktadır.
- **Sergilenen Ürün Ömrü**
Reyon kapaklarının kapalı tutulması ile mağaza içerisindeki tozun reyon içerisine girmesini engelleyerek hem hijyenik bir satış alanı oluşturmakta hem de ürünlerin raf ömrünün sağlıklı bir ortamda korunmasını sağlamaktadır.

teknodor
"GLASS DOOR AND FRAME SYSTEMS"

    
www.teknodor.com

Tüketici teknolojisi pazarı verileri

GfK Temax araştırma şirketinin raporladığı Tüketici Teknolojisi Ürünleri Pazarı verilerinde, üçüncü çeyreğin değerlendirilmesi yayınlandı

2011 üçüncü çeyrek dönemi Tüketici Teknolojisi Ürünleri pazarını canlı tutmaya yardımcı olan okul dönüşü gibi etkileri içinde barındırıyordu. Buna ek olarak genel seçimin beklenen sonuçları, Türkiye'nin ekonomik ve politik istikrarının sürekliliğini sağladı. Bu mevcut koşullar altında, Türk tüketicileri olumlu tutumlarını koruyarak tüketici teknolojisi ürünlerine para harcamaya devam ettiler ve pazar geçen seneye göre yüzde 29 büyümeye gerçekleştirerek 6.1 milyar TL değerine ulaştı.

GfK Temax'ın takip ettiği toplam tüketici teknolojisi ürünleri pazarı bu yılın üçüncü çeyreğinde, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 29 büyüyerek yaklaşık 6.1 milyar TL değerini elde etti. Bu çeyrekte, tüketici teknolojisi ürünleri pazarının ulaştığı bu değer, 2007'nin ilk çeyreğinden bu zamana en yüksek değeri göstermektedir. TEMAX®'ın tüm sektörleri 2010 yılının üçüncü çeyreğine göre çift haneli büyümeler gösterdiler. Pazar, ilk dokuz ay toplamında,

geçen seneye göre yüzde 26.4'lük dikkat çekici bir artışla 16.6 milyar TL değerine ulaştı.

2011 yılının üçüncü çeyreğinin 2010 yılının üçüncü çeyreğine göre sektörel büyümeleri incelendiğinde, geçen yılın aynı çeyreğine göre en fazla büyüyen sektör yüzde 47.4 büyümeye oranı ile Tüketici Elektronik sektörü oldu. Tüketici Elektronik sektörünü geçen yılın aynı çeyreğine göre yüzde 39.3 büyümeye ile

Telekom sektörü izledi. Üçüncü en iyi büyüme ise yüzde 27.1 ile TEMAX®'ın en büyük sektörü olan Büyük Beyaz Eşya sektöründen geldi. Küçük Ev Aletleri sektörü (SDA) yüzde 17.8 oranında büyüdü. Yaz tatili sezonunun da etkisiyle Görüntüleme sektörünün büyümesi yüzde 15.4 olarak gerçekleşti. Tüketicilerin genel olumlu harcama eğilimlerinden etkilenen Bilgi Teknolojileri ve Ofis Ekipmanları sektörleri de sırayla yüzde 14.1 ve yüzde 14.9 oranında büyüdüler.

	Q4 2010	Q1 2011	Q2 2011	Q3 2011	Q3 11 / Q3 10	Q1-3 2011	Q1-3 11 / Q1-3 10
	Milyon TL	Milyon TL	Milyon TL	Milyon TL	%	Milyon TL	%
Tüketici Elektronik (TE)	747	813	855	856	+17.4%	2,504	+17.3%
Görüntüleme (PH)	78	88	112	104	+33.4%	309	+34.7%
Büyük Beyaz Eşya (BDE)	1,391	1,172	1,327	1,357	+11.1%	4,797	+10.5%
Küçük Ev Aletleri ve Aletleri (SDA)	481	482	533	498	+13.5%	1,914	+13.5%
Bilgi Teknolojileri (BT)	1,058	1,081	985	938	+14.1%	2,953	+14.2%
Telekom (TC)	1,103	1,324	1,433	1,538	+36.1%	4,273	+35.3%
Ofis Ekipmanları (OE)	110	110	99	91	+14.9%	301	+14.9%
GfK TEMAX® Türkiye	5,045	5,072	5,491	5,012	+29.3%	16,626	+29.3%

Mobil iletişimde pazarlama fırsatları

Deloitte, "Global mobil tüketici araştırması 2011: Mobil iletişimde fırsatlar" raporunu yayımladı

Rapora göre günlük yaşamda kullanılan mobil cihazların sayısı ve çeşitliliği giderek artıyor. Kullanıcıların en önemli talebi ise uygun fiyatlandırma olarak ortaya çıkıyor. Türkiye'nin mobil iletişim yoluyla yapılan reklamlar üzerinden ürün veya hizmet satın alma açısından ilk

sırada olduğu ve mobil pazarlamanın önemli fırsatlar içerdiği belirtiliyor. Katılımcılara cep telefonlarında gördükleri reklamlara nasıl tepki verdiklerinin sorulduğu araştırmada, İngiltere'deki kullanıcıların en az tepki veren grup olduğu görülüyor. Türkiye ve Brezilya ise

reklamı yapılan ürün veya hizmeti satın alma açısından tüm ülkeler arasında ilk sırada yer alıyor. Her gün ortalama bir reklam kısa mesajı alan mobil kullanıcı oranı Türkiye'de yüzde 31 iken, bu oranın ABD'de yüzde 13, İngiltere'de ise yüzde 5 olduğu görülüyor. Araştırmada katılımcılara, cep telefonlarında gördükleri reklamlara nasıl tepki verdikleri sorulmuş ve İngiltere'deki kullanıcıların mobil reklamlara en az tepki veren grup olduğu gözlemlenmiştir. Reklamı yapılan ürün/hizmeti satın alma bakımından Türkiye ve Brezilya, yüzde 25'lik bir oranla tüm ülkeler arasında birinci sırada yer almaktadırlar. Türkiye'de reklam verenlerin de bu ilgiye kayıtsız kalmadıklarını, her gün ortalama bir reklam kısa mesajı aldığını söyleyen yüzde 31 oranındaki mobil kullanıcıya bakarak teyit edebiliriz. Bu oran ABD'de yüzde 13, İngiltere'de ise sadece yüzde 5'tir.



Perakendede kiralanabilir alan artışı

'Türkiye Gayrimenkul Piyasası Görünümü 2011 3'üncü Çeyrek Raporu'na göre, perakende pazarına giren kiralanabilir alan geçen yıla göre artış gösterdi

Jones Lang LaSalle tarafından hazırlanan rapora göre, perakende pazarının güçlü performansı, 2011 3. çeyrekte de devam etti. 3'üncü çeyrekte hem uluslararası hem de yerel markalardan gelen perakendeci talebi yüksek oldu.

Perakendede kira görünümü

Perakende pazarında kira görünümüne bakıldığında ise artan perakendeci talebi ile birlikte 1. çeyrekte metrekare başına aylık 75 avrodan 80 avroya yükselen birincil kira rakamı, 3. çeyrekte 80 avroda sabit kaldı. Jones Lang LaSalle piyasa bilgisi doğrultusunda, 2012 sonu itibarıyla birincil kiranın 5 avro artış göstermesi bekleniyor.

Pazar yoğunluğuna bakıldığında, İstanbul ve Ankara 1000 kişi başına düşen kiralanabilir alan bazında en yoğun pazarlar

olarak öne çıkarken, bu illeri Karabük, Bolu ve Trabzon takip ediyor.

Rapora göre, perakende yatırım pazarı, 3. çeyrekte de uluslararası yatırımcıların ilgisini yoğun bir şekilde çekmeye devam etti. Ekonomideki ve perakende pazarındaki olumlu gelişim ve orta vadede Türkiye'nin kredi notunun yükseltilmesine yönelik beklentiler ile birlikte perakende yatırım pazarında artış bekleniyor.

Ofis pazarına bakıldığında ise İstanbul ofis pazarında ilk 3 çeyrek boyunca faaliyete geçen toplam A sınıfı ofis arzı 227 bin metrekareye ulaştı ve böylelikle 2010 yılının aynı dönemine göre yaklaşık dört kat büyümeye gerçekleşti. 2013 yılına kadar pazara girmesi beklenen yaklaşık ofis arzı



ise 793 bin metrekare. Rapora göre, lojistik pazarında en fazla hareket ise İstanbul ve batı-doğu aksında yer alan İzmit-Tekirdağ gibi yakın çevredeki bölgelerde oldu. Yatırım piyasalarına bakıldığında, yüksek arsa fiyatları, lojistik gelişiminin önündeki en önemli engellerden biri olmaya devam ediyor.

Ekonomi üçüncü çeyrekte de büyüdü

Türkiye İstatistik Enstitüsü (TÜİK) 3'üncü çeyrekte Gayrisafi Yurtiçi Hasılanın (GSYİH) yüzde 8.2 büyüdüğünü açıkladı

Beklenti büyümenin yüzde 6.5 ile yüzde 7 arasında olması yönündeydi. Türkiye bu dönemdeki büyümesiyle küresel çapta

ikinci sırada yer aldı. Son gelen verilerle son 9 aydaki büyüme oranı yüzde 9.6 olarak gerçekleşti. Buna göre, üretim

yöntemiyle hesaplanan gayri safi yurtiçi hasıla tahmininde, 2011 yılı üçüncü üç aylık döneminde bir önceki yılın aynı dönemine göre cari fiyatlarla GSYİH yüzde 17.4'lük artışla 348.8 milyar TL oldu. Sabit fiyatlarla ise bu dönemde ekonomi, yüzde 8.2'lik büyümeyle 311.3 milyar TL oldu. Takvim etkisinden arındırılmış sabit fiyatlarla GSYİH 2011 yılı üçüncü üç aylık döneminde bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 7.7'lik artış gösterirken, mevsim ve takvim etkilerinden arındırılmış GSYİH değeri bir önceki döneme göre yüzde 1.7 arttı. Türkiye'nin GSYİH'sı bu yılın ilk çeyreğinde yüzde 11.6, ikinci çeyrekte ise yüzde 8.8 oranında bir büyüme performansı sergilemişti. TÜİK bugün ayrıca ilk çeyrekteki büyüme verisini de yüzde 12 olarak yukarı yönlü revize etti. Türkiye'nin cari işlemler hesabı açığı, bu yılın Ocak-Ekim döneminde, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 94 artarak, 65 milyar 57 milyon dolar oldu.



Perakende sektörü istihdamda lider

Ekim ayının istihdam oranlarını değerlendiren Secretcv'nin elde ettiği bilgiye göre; ilan sayılarında perakende sektörü ilk sıradaki yerini korudu

Perakende sektörü, hızla büyüyen ve ekonomik çarkları döndüren lokomotif bir sektör olmasından dolayı her çeyrekte yükselen sektörlerde önde geliyor. Nitekim, üçüncü çeyreği yüzde 30'luk istihdam büyümesiyle kapatan Secretcv'de, perakendecilik/mağazacılık sektörü

yükselişini yılın ilk yarısında olduğu gibi, üçüncü çeyrekte de sürdürdü yüzde 13 ve ekim ayında yüzde 11'lik oranla yine en çok eleman arayan sektör oldu. Yıl boyunca "en çok eleman arayan sektörler" listesinde yer alan perakendecilik, tekstil ve gıda sektörleri dışında Ekim ayında İnşaat yüzde

8, Sağlık yüzde 7,5 ve Hizmet yüzde 7 ile adayların en çok başvurduğu sektörler arasında oldu. Ekim ayında satış temsilciliği yüzde 13 yine en çok aranan pozisyon olurken, insan kaynakları yüzde 10 ve müşteri hizmetleri yüzde 8,5 Ekim ayında öne çıkan pozisyonlar oldu.

2010				
Pozisyon	İlanların Pozisyon Dağılımı		Pozisyon	Başvuruların Pozisyon Dağılımı
Satış Temsilcisi	29%		Satış Temsilcisi	29%
Danışman	11%		Müdür	10%
Müdür	9%		Danışman	9%
Sorumlu	8%		Kasiyer	8,5%
Kasiyer	8%		Sorumlu	8%
Görevli	7,50%		Müdür Yrd	7,50%
Müdür Yrd	7%		Uzman	7%
Uzman	6%		Görevli	6%
Müşteri Temsilcisi	4%		Müşteri Temsilcisi	4%
2011				
Pozisyon	İlanların Pozisyon Dağılımı		Pozisyon	Başvuruların Pozisyon Dağılımı
Satış Temsilcisi	28%		Satış Temsilcisi	28%
Danışman	11%		Müdür	10%
Müdür	9%		Danışman	9%
Sorumlu	8,50%		Sorumlu	8%
Görevli	8%		Müdür Yrd	7,50%
Kasiyer	7%		Kasiyer	7%
Müdür Yrd	6,50%		Görevli	6,50%
Uzman	6%		Uzman	6%
Müşteri Temsilcisi	5%		Yönetici	5%

Perakende güven endeksi tekrar pozitif

Ağustos ve Eylül'de negatif seyreden TEPE, Ekim'de 0,2 değerini alarak yeniden sıfırın üzerine çıktı. TEPE, böylelikle geçen yılın aynı dönemiyle benzer bir değer almış oldu

Önümüzdeki 3 aylık dönemde ise TEPE'de satış hacminde ve satış fiyatlarında artış beklentisi görülüyor. Türkiye ile AB arasındaki fark da TEPE lehine yeni bir rekor kırdı. Eylül 2010'dan bu yana ilk kez Ağustos ve Eylül 2011'de negatif değer alan TEPE, Ekim 2011'de sıfırın üzerine çıkarak 0,2 oldu. TEPE, bir önceki aya göre 1,1 puan yükselirken, geçen yılın aynı dönemine göre ise 0,2 puan düştü. Önümüzdeki 3 aya ilişkin beklentilerin denge değeri Ekim 2011'de 12,9 oldu. Ekim 2011'de TEPE anketi katılımcılarının

yüzde 35,1'i önümüzdeki 3 ayda işlerinde iyileşme beklerken, işlerinde kötüleşme bekleyenlerin oranı yüzde 30,7 düzeyinde. Beklentilerde Ekim 2010'a göre 6,2 puanlık, Eylül 2011'e göre ise 6,5 puanlık bir artış gerçekleşti. Anket katılımcıları arasında işlerinin geçen yılın aynı dönemine göre arttığını belirtenlerle azaldığını belirtenler arasındaki fark, Ekim 2010'a göre 0,3 puanlık bir artış, Eylül 2011'e göre ise 5,8 puanlık bir düşüş gösterdi.

TEPE anketine soru bazında bakıldığında, Ekim 2010'a göre önümüzdeki 3 ayda satış hacminde ve satış fiyatlarındaki beklentiler ile mevcut stok düzeyinde artış yaşandı. Gelecek 3 aydaki istihdam beklentilerinde ise geçen yıla göre bir düşüş oldu. Eylül 2011'e göre geçtiğimiz 3 aya kıyasla işlerin durumunda, gelecek 3 ayda tedarikçilerden sipariş beklentilerinde ve işlerin geçen yıla göre durumunda düşüş görüldü. Önümüzdeki 3 ayda satış fiyatlarındaki artış beklentisinin enflasyona bir etkisi olabilir.



Reis Kalite Güvencesiyle
30 yıl

Reis'ten Geleneksel Lezzet Tarifi;

ANNE FASULYESİ

**En Lezzetli Fasulyenin Tarifi Annelerde!
Annelerin Sırrı ise Kaliteli Reis Ürünlerinde!**

Reis, aynı boyda, kırık ve yabancı maddelerden arındırılmış, Anadolu'nun çeşitli yörelerine özgü yeni sezon ürünleri ambalajlayarak size sunar.

Böylece Reis ürünleri kolay pişer ve lezzetlidir.

Üstelik ideal nem oranına sahip olduğu için çok su çeker ve bereketli olur.

İşte bu yüzden anneler, Reis'i tercih eder.

Yerli
Battal Fasulye



Reis Tarımsal Ürünler San. ve Tic. A.Ş.
GGD - Gıda Güvenliği Derneği Üyesidir.

www.reisgida.com.tr • reis@reisgida.com.tr
(0212) 671 97 00



Promosyon ve indirim tercih sebebi

Nielsen'in 51 ülkede 25 binden fazla internet kullanıcısı ile gerçekleştirdiği 'Global Online Alışveriş ve Tasarruf Stratejileri Araştırması'nı yayınladı

"Nielsen, hızlı tüketim ürünleri için farklı tasarruf ve alışveriş stratejileri kullanan tüketicileri anlatan bir rapor yayınladı. Nielsen'in 51 ülkede 25 binden fazla internet kullanıcısı ile gerçekleştirdiği 'Global Online Alışveriş ve Tasarruf Stratejileri Araştırması' tüketicilerin yüzde 61'inin hızlı tüketim ürünü satan herhangi bir perakendecide alışveriş yapmak için en etkili sebep olarak "iyi değeri" "düşük fiyata" göre daha fazla tercih ediyor. Bu durum Asya Pasifik, Avrupa, Latin ve Kuzey Amerika'da geçerli; Orta Doğu/Afrika tüketicileri düşük fiyatı iyi kaliteye tercih ediyor. Türk tüketicisinin kararını da en çok "en düşük fiyat" ve "indirim ve promosyonlar" etkiliyor. Ürün ve hammadde maliyetleri yükselmeye devam ettikçe, dünyadaki tüketiciler hızlı tüketim ürünleri için üreticilerin daha büyük, ekonomik boy ve paket

başına daha düşük fiyatlı ürün sunmalarını tercih ediyor.

Araştırma, global online tüketicilerin hane halkı masraflarından tasarruf etmek için ürünler indirimdeyken satın alma stratejisinden sonra en popüler ikinci stratejinin indirim kuponları kullanmak olduğunu gösterirken, indirim kuponunun yaygın şekilde kullanıldığı yerler Kuzey Amerika ve Asya Pasifik ile birlikte ABD,

Çin ve Hong Kong oldu. Birçok tüketicinin para biriktirme yolu olarak bakkaliye ürünlerini ve diğer hızlı tüketim ürünlerini stokladığı rapor edilirken, buna rağmen, bir mağazaya gitmek için temel nedenin stoklama olması dünyada eşit oranda yaygınlık göstermiyor. Avrupa'da online tüketicilerin yüzde 37'si bakkaliye alışverişlerinde stok yaptıklarını belirtirken, tüketicilerin yüzde 21'i birkaç gerekli ihtiyaç için alışveriş yapıyor.



Araştırmada, bakkaliye ziyaretleri için yeni ve esnek perakende formatları düşünülürken, çevrim içi teslimat seçenekleri konusunda tüketici tercihleri de ortaya çıkarıldı. Global online tüketicilerin yarısından fazlası eğer eve teslim edilirse internet üzerinden bakkaliye siparişi vermeyi tercih ederken, Türkiye'de esnek perakende seçeneklerinden en olumlu karşılanana ise "online sipariş verip evde teslim almak".

İstihdamla ilgili beklentiler

Manpower İstihdama Genel Bakış Araştırması 2012 1. çeyrek sonuçlarına göre, Türkiye'deki her 10 işverenin yaklaşık olarak 3'ünden fazlası işgücü sayılarını artırmayı planlıyor

ManpowerGroup tarafından bugün yayınlanan 2012 yılı 1. çeyrek Manpower İstihdama Genel Bakış Araştırması'na göre Türkiye'deki işverenler sağlıklı bir işe alım beklentisi ile yeni yılı karşılıyor. Bu görünüm, iş arayanlar için fırsatlar sunmaya devam ederken, Türkiye aynı zamanda dünya genelinde istihdam beklentileri açısından da en iyimser öngörülere sahip ülkeler arasında olmasıyla dikkat çekiyor. Türkiye'deki +%22 oranındaki Net İstihdam Görünümünün, geçen çeyreğe oranla yüzde 2 artarken geçen yılın aynı çeyreğine göre yüzde 5 puan geride olduğu görülüyor.

Türk işverenler yılın ilk üç ayı için dünyanın en iyimser öngörülerini ifade ediyor. İlk çeyrek işe alım beklentileri 41 ülke ve bölgenin 31'inde olumlu bir çizgi izlerken, Net İstihdam Görünümünün 30 ülke ve bölgede üç ay öncesine oranla düşüş trendinde olduğunu görülüyor. 23 ülke ve bölgede Görünümün geçen yılın bu dönemine göre biraz daha yumuşadığı göze çarpsa da 16 ülkede istikrar ya da iyileşme olduğu gözleniyor.

Yeni yılın ilk üç ayı için işe alım planlarının en yüksek olduğu ülkeler Hindistan, Brezilya, Tayvan, Panama ve Türkiye olarak ön plana çıkıyor: en düşük işe alım planlarının olduğu ülkelerin ise

Yunanistan, Macaristan ve İtalya olduğu görülüyor. Bu üç ülkedeki işverenler arasında iş alımdan ziyade maaş kesintisi olacağını öngörenlerin yüzdesinin daha yüksek olduğu göze çarpıyor.

Avrupa ve Ortadoğu'daki 22 ülkenin 13'ünde olumlu bir işe alım beklentisi mevcutsa da, Net İstihdam Görünümü, geçen yılın bu dönemine oranla 11, üç ay öncesine kıyasla ise 17 ülkede hız kesiyor. Bölgesel işe alım planlarının en güçlü olduğu ülkeler Türkiye, İsrail ve Almanya iken, işe alım güvenleri zayıflayan Yunanistan ve Macaristan ise bu konudaki en zayıf beklentileri ifade eden ülkeler olarak listede yerlerini alıyor.



UMURSAN UN MAM. GIDA SAN. TİC. LTD. ŞTİ.

FABRİKA: Yıldırım Beyazıt Cad. No: 183 Yenibosna - Bahçelievler / İSTANBUL Tel: (0212) 552 29 34 - 35 Pbx Fax: (0212) 552 29 95

FABRİKA: Çerkezköy O.S.B. Ulusoy Cad. No: 12 Çerkezköy / TEKİRDAĞ Tel: (0282) 726 83 94 - 95 Fax: (0282) 726 83 50

MERKEZ: İstasyon Cad. Yakut Sk. No: 32 Bakırköy / İSTANBUL Tel: (0212) 583 19 60 Fax: (0212) 570 57 89

web: www.undano.com.tr e-mail: umursan@umursan.com.tr



Aydınlatmada yeni trendler

Ekipman sektörünün tecrübeli firmalarından Pamir Elektrik'in Genel Müdürü Nuri Pamir, market zincirlerinin aydınlatma alanındaki tercihlerinin enerji tasarrufu sağlayan ve mağazalara estetik değer katan ürünler olduğunu söyledi

Pamir Elektrik, aydınlatma sektöründe yaklaşık 40 yıldır faaliyet gösteriyor. Konya merkezli bir aile şirketi olan Pamir Elektrik'te şu anda ikinci kuşak görevde... Kurulduktan sonra 20 yıl toptancı olarak hizmet veren firma, sonrasında üretici olarak yoluna devam etti. Büyük metrekareli her mekanın armatür ihtiyacını karşılayan Pamir Elektrik, konut, hastane, otel, AVM gibi mekanlarla uzun süredir çalışıyor. Özellikle son yıllarda ise gıda perakendesine ve marketlere enerji tasarrufu sağlayan ürünleriyle farklılık yaratan Pamir Elektrik'in Genel Müdürü Nuri Pamir ile sohbet ettik



Nuri Pamir

armatürlerinde yeni sayılırız. Buna karşın önemli firmalarla çalışmaya başladık. Bundan sonra daha da iyi olacağına inanıyoruz.

Üretimle ilgili ayrıntıları bizimle paylaşır mısınız?

5 bin metrekare kapalı alana sahip üretim tesisimiz bulunuyor. 70 kişi istihdam ediyoruz. Bu alandaki gerekli tüm sertifikalara sahibiz. Türkiye'nin en ince T5 armatürlerini üretiyoruz. T5, LED'e alternatif bir floresandır. Diğer floresanlara göre daha az enerji harcar ama daha fazla ışık verir. Ürünün çok ince olması sayesinde çok ince tasarımlar yapabiliyoruz. Bu da ürünlerin görüntü olarak çok güzel durmasını sağlıyor.

Gıda perakendecileriyle olan çalışmaların hız kazanmasında neler etkili oldu?

Bu alanda bir boşluk olduğunu düşündük. Ürün yapımızı değiştirdik, sac veya metal gövdeli ürünlere ağırlık verdik. Bu ürünler

marketler tarafından yoğun ilgi gördü. Çünkü hem görüntü olarak oldukça şık hem de fiyatları uygun. Marketlerle çalışmamızda ihtiyaçlara uygun şekilde hizmet veriyoruz. Öncelikle firmanın mağazasının metrekare, mimari yapısı gibi özelliklerine göre projesini çiziyoruz. Daha sonra buna uygun şekilde ekipmanlarını sağlıyoruz.

Konya merkezli bir firmasınız ama Türkiye'nin değişik noktalarında müşterileriniz var. Bununla ilgili bilgi verir misiniz?

Ekipmanda tavsiyeler ve referanslar önemlidir. Market zinciri müşterilerimiz bizim çalışmamızdan memnun kaldıkça diğer dostlarına tavsiye ediyorlar. Bunun sonucunda değişik bölgelerde müşterilerimiz oluyor. Son olarak Makro'nun İstanbul'da açtığı mağazalarda bir çalışma yaptık. Konya'da Çelikkaya ve Sincap ile çalışıyoruz. Biz bu sektörde çok eski ve tecrübeli bir firma olmamıza karşın market

Verimlilik oranı ne düzeyde bu ürünlerin?

Mağazalarda, özellikle de gıda perakendesinde yaygın olarak kullanılan klasik 18 Watt T8 floresanlara göre 14 Watt T5 floresan yüzde 27 daha az enerji harcar. Buna rağmen yüzde 20 daha fazla ışık verir. Yani hem daha iyi aydınlık hem daha az enerji hem de daha ince ve görsel estetiği yüksek bir üründür.

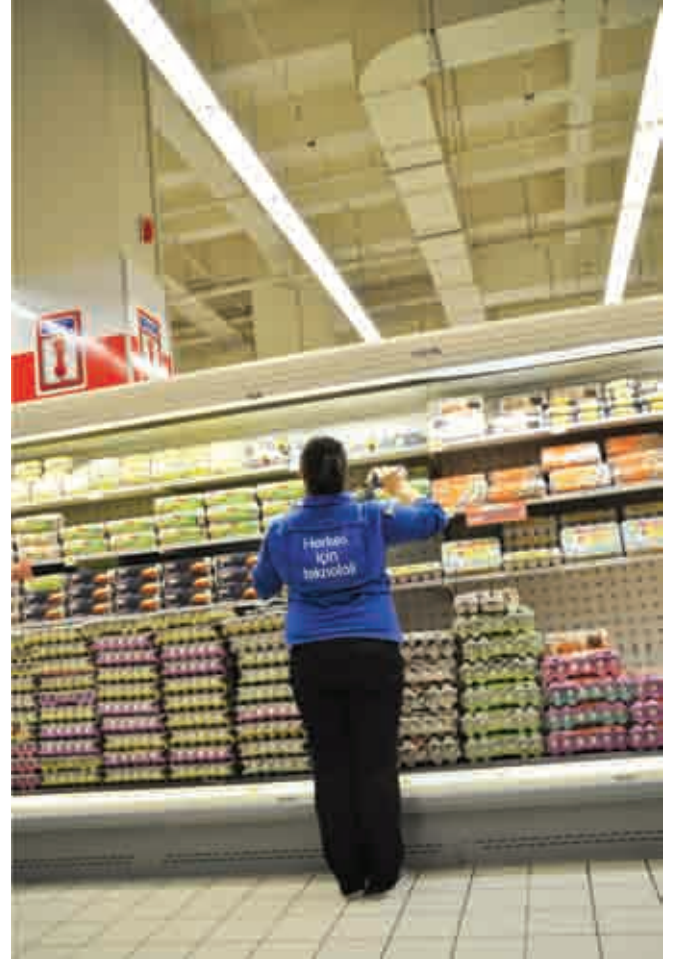
Geri dönüşü olan bir yatırım da diyebiliriz aslında...

Evet, öyle... Bir buçuk yıllık zaman zarfında, klasik bir floresana göre kazandırdığı elektrik tasarrufu sayesinde ürün kendi parasını çıkarıyor. Yani bu kendi parasını amorti eden bir ekipmandır.

Satış sonrası hizmetlerle ilgili bilgi verir misiniz?

Ürünlerimize 3 yıl garanti veriyoruz. Bunun dışında biz armatür üreticisiyiz ancak ampülleri Osram'dan temin ediyoruz. Osram'ın yetkili bayisiyiz. Osram bu alanda en uzun süre garanti veren firmalardan birisi. En az 3 yıllık bir garantisi var. Bunun böyle olmasının nedeni ürüne çok





güvenilmesi
dir. Bu ürün
çabuk
bozulan
bir ürün
değil.
Taktığın
zaman
unutuyorsu
n, kolay kolay
bozulmuyor.
Yansıtıcı grubunda
ise İtalyan Almeco firması
ile çalışıyoruz. Ürünün özelliği hava
şartlarından etkilenmemesi ve %99,9
saflıkta, ayna yüzeyi parlaklığında yüksek
yansıtma performansına sahip ışığın verimli
bir şekilde dağılımını sağlayan zarif
tasarımlı eloksall kaplamalı alüminyum
olmasıdır. Bu yüzden bu ürünü tercih
ediyoruz.
Elektronik balastta ise tercihe göre Osram
veya Tridonic kullanıyoruz.

**Özellikle marketlerde bu ürünün
yıpranması açısından önemli bir**



etken değil mi?
Evet kesinlikle...
Çünkü marketler,
tekstil mağazaları
gibi değil. İçinde gıda
ürünleri var ve onların
tazelikliğini korumak için
çalıştırılan aletler var.
Dolayısıyla mekanın içinde
hava dengesi ve şartları da
değişkenlik gösteriyor. Bu yüzden
hava şartlarına dayanıksız bir yansıtıcı
kullanıldığında ürün bir süre sonra
parlaklığını kaybediyor ve soluklaşıyor.
Almeco markalı yansıtıcılar kullandığımız
için bizim ürünlerimizde bu sorun
yaşanmıyor. Bizim konuya bakış açımız
genel olarak bu şekilde. Ununuz, şekeriniz
kaliteli olmadan kaliteli bir helva
yapamazsınız. Biz öncelikle kullandığımız
malzemeyi kaliteli temin edip ortaya iyi bir
ürün çıkarıyoruz.

**İhracatla ilgili çalışmalarınız
var mı?**

15 ülkeye ihracat yapıyoruz. Almanya,

Orta Doğu Ülkeleri, Afrika Ülkeleri, Türkiye Cumhuriyetleri'ne ihracat yapıyoruz.
Üretimimizin yüzde 25'ini yurt dışına
gönderiyoruz.

**Finalde yerel zincirlerin gelişimi
ve geleceğine dair sizin
fikirlerinizi öğrenmek isteriz...**

Yerel zincirler, perakende sektörü içinde
parlayan bir yıldız konumunda. Çok önemli
bir büyüme performansı gösteriyorlar ve
onların başarısı yerli bir firma olarak bizleri
de gururlandırıyor. Yerel zincirlerin son
yıllarda verimlilikle ilgili önemli adımlar
attığını da görüyoruz. Ekipman tarafında
birçok alanda verimlilikle ilgili yatırımlar
gerçekleştirdiler. Bizim dileğimiz
aydınlatmada da bu konulara dikkat
etmeleridir. Firmamızın sunduğu ürünler
verimli, uzun ömürlü ve enerji tasarruflu
ürünler. Ayrıca görüntü olarak marketlere
önemli bir estetik katıyor. Bunların dikkate
alınmasını istiyoruz çünkü aydınlatma
diyip geçmemek gerekli diye düşünüyoruz.
Bunun önemli bir konu olduğuna
inanıyoruz.



Bilkur'dan Unitech PA690

Farklı ihtiyaçlara yönelik Unitech el terminallerinden PA-600 hafif ama güçlü yapısıyla dikkat çekiyor

Sınıfının en hafif el terminali PA-600, GPRS haberleşme özelliği ile sıcak satışta en çok tercih edilen Unitech el terminali. GPRS, Bluetooth ve Wi-fi haberleşme seçenekleri olan PA-600 her türlü saha uygulamalarında, stok sayımda, sevkiyat takibinde, antibakteriyel seçeneğiyle hastanelerde mükemmel çözümler sunuyor. 3.8 inç geniş dokunmatik ekranı ve en son kablosuz teknolojisiyle yeni Unitech PA-690 şimdiden teknolojiyi yakında takip edenlerin beğenisini kazandı. 3.5G modem, Wi-Fi ve Bluetooth Haberleşme, RFID teknolojisi, 5 megapiksel kamera özellikleri olan PA-690 1D ve 2D (karekod) barkodları okuyabilen dahili barkod okuyuculu seçeneklere sahip. Bu serinin diğer bir ürünü Unitech PA-968II ise özellikle ağır çevresel koşullar için geliştirilmiş. Hafif alüminyum magnezyum alaşımli tasarımıyla sınıfının en sağlam el terminali olan Unitech PA-968II özellikle saha uygulamalarında kullanıcılara mükemmel çözümler sunuyor. PA-968II'nin indoor ve outdoor uygulamalar için geniş aksesuar seçenekleri mevcut.

Bidonss'tan pleksi ürün serisi

Kristal parlaklığındaki yüzeyi ve ışıltı parlamaıyla sade dekorasyonun vazgeçilmezi olan pleksi, artık günlük hayatta sıklıkla kullanılan diğer ürünlere de sıçradı

Bidonss'un Pleksiss markası, günlük hayatta çok sık kullandığımız tv sehpa, tepsi ve shot bardakları, kalemlik, parfüm şişesi ve hatta düğün davetiyesini bile pleksiden üretiyor... Pleksi tasarımların cama göre yüzden 90 ışık geçirgenliği fazla olmasına rağmen kendi kalınlığındaki camdan 6,5 kat dayanıklı olduğu kanıtlandı. Basınç ve vakum ile şekillenen ürün sert olduğundan bıçak, çivi, fırça ve buna benzer cisimlerle çizilebiliyor, hafif nemli pamuklu bez kullanılarak silinebiliyor.



Boer'den Psion EP10

Psion EP10'un farklı fonksiyonları ile en zor işler bile rahatlıkla çözülebiliyor

Psion EP10 sayesinde kullanıcıların verimliliği en üst düzeye çıkar, zaman kaybı ve veri kaybı düşer, daha akıcı bir iş yapısı sağlanıyor. Psion EP10 endüstriyel uygulamalar için ideal, günümüz teknolojisinin bütün yeniliklerini tek bir

cihazda toplayan Psion EP10 bütün işlerde rahatlıkla kullanılabilir. En son teknoloji Texas Instruments AM3715 SitaraARM 800Mhz'lik mikro işlemciye sahip olan Psion EP10 ultra yüksek performansa sahip. 256 MB RAM / 2 GB Flash hafızası ile aynı anda birden fazla programın rahatlıkla çalışabilmesine imkan sağlıyor. Boyutu, ergonomisi ve kompakt yapısı EP10'u rakiplerinden ayıran güçlü özelliklerinden. Dayanıklı bir kasaya sahip olmasına rağmen sadece 345g

ağırlığında olan Psion EP10 hafif ve dengeli yapısı ile tek elle rahatlıkla kullanım için tasarlanmıştır. EP10 boyut olarak küçük olsa da özellikler açısından büyük. Tüm telefon özelliklerine sahip olan EP10 entegre 3.2 MP kameraya sahip. Veri toplama uygulamalarından kullanılması için tasarlanmış olan yüksek performanslı 2D imager barkod okuyucuya sahip olan EP10 yüksek kapasiteli Li-ion pile sahip. Gün ışığı altında parlamayı önleyen yapıya sahip olan EP10 karanlık ortamlarda kullanımı kolaylaştırmak için arkadan aydınlatmaya sahip.



Hava perdesinde enerji tasarrufu

Akcor Havalandırma Sistemleri enerji tasarrufu ile öne çıkan yeni ürünü 2VComtese Design'ı pazara sundu

2VV Comtese Design hava perdesi, iç mekânlarda solunan havanın kalitesini artırıyor ve şık dizaynı ile fark yaratıyor. Comtese hava perdeleri, özel bir üfleme sistemiyle kış aylarında dış ortamdan gelen toz, kir ve soğuk havanın içeriye girmesini önleyip, içeride bulunan sıcak havanın da dışarı çıkmamasını sağlıyor. Yeni tip kablolu ısıtma özelliği ile kullanıcıya yüzde 20'ye varan enerji tasarrufu sağlayan 2VV Comtese hava perdesi, enerji saving özelliği ile de kullanıcılarından tam not alıyor.

Comtese Hava perdesinin gövdesi üzerine yerleştirilmiş olan floresan tüp, cihazın hoş tasarımını vurguluyor. Ayrıca düşük ses seviyesi ile de kulakları rahatsız etmiyor. Ürünün özellikleri arasında ön plana çıkan detaylar ise; otomatik yapısı ve kumanda ile kontrol edilebilmesi. Kumandada yer alan kontrol sistemi, kullanıcı için maksimum düzeyde rahatlık ve kullanım kolaylığı sağlıyor. Standart olarak gümüş renkte bulunan Comtese, talebe göre istenilen bir RAL rengiyle temin edilebiliyor. 1, 1,5 ve 2 metre uzunluktaki perdeler 6 metre yüksekliğe varan kapılar için de tek kapasite imkânı sunuyor.



Perkon'dan Ishida WM-Nano

Üretim tesisleri olan perakendeciler ve üretici firmalara üstün özellikleriyle çözüm getiren Ishida'nın Paketleme Makinesi WM-Nano, firmanın Türkiye distribütörü Perkon tarafından sunuluyor

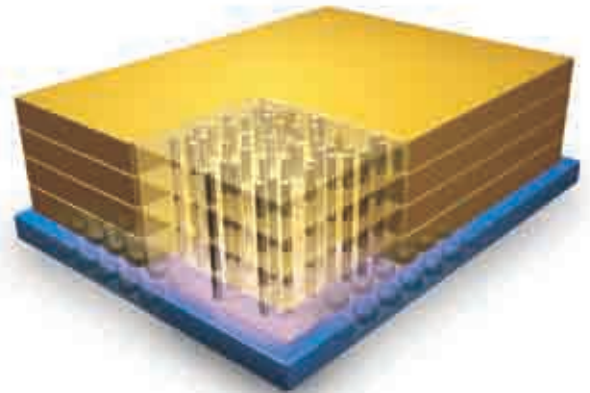


Cihaz orta ölçekli işletmelerde, tartım ve paketleme olanağı sağlıyor. Hassas ve hızlı ölçüm sonrasında tartılan ürünler aynı hızda streç filmle sarar. Ürün bu özelliğiyle mağaza içinde de kullanılıyor ve kasalarda bekleme yapmadan, güvenli ödeme ve çıkış kolaylığı sağlıyor. 20 gramdan, 3,5 kiloya kadar ürünleri rahatlıkla paketeleyebilen cihaz 4 gramdan 15 kiloya kadar tartıyor. Cihazda 40 cm'lik poly ya da PVC streç film kullanılabiliyor. Toplam ağırlığı 85 kg olan cihaz sessiz çalışıyor ve temizliği kolay.

IBM'den yeni Micron

IBM enerji verimliliğini arttırırken, bant genişliğini yükselten, pazarda satılabilen ilk 3D yonga ile en yetenekli bellek ürününü sunmaya hazırlanıyor

Sektörün 3 boyutlu, yarıiletken üretimine geçişinde bir dönüm noktası olarak görülen bu gelişmenin diğer alanları da etkilemesi ve önümüzdeki birkaç yıl içinde 3D yonga teknolojisinin gelişerek etkisini tüketici pazarına da yansıtması ve pil ömründe ve cihazların işlevselliğinde ciddi iyileşmelerin önünün açacağı öngörülüyor. Geçtiğimiz haftalarda dünyanın önde gelen gelişmiş yarı iletken çözümleri sağlayıcılarından olan Micron Technology şirketi ve IBM, Micron'un, yeni nesil bir bellek cihazı üretimine başlayacaklarını duyurdular. IBM'in Through-silicon vias (TSV) adı verilen dikey kablo boruları kullanılarak gerçekleştirilecek yonga üretim süreci, Micron'un Hibrit Bellek Küpü için (Hybrid Memory Cube (HMC)) ürününün hızının mevcut teknolojiye kıyasla 10 kat artmasını sağlayacak. IBM'in New York'un East Fishkill kentinde bulunan gelişmiş yarıiletken fabrikasında üretilecek yonga, 32nm'lik high-k metal geçit sürecinden geçerek hazırlanacak. TSV'lerle bir araya getirilerek ve Micron'un en yeni teknolojilerle donatılmış DRAM flaş bellek ürününün katmanlarından oluşacak olan HMC bellekleri, enerji gereksinimi yüzde 70 oranında düşürecek. HMC bellekleri aynı zamanda mevcut cihazların kapasitelerinden daha üstün bant genişliği ve verimlilik düzeyleri sunacak; 128GB/sn. Bu, şu anda 12.8GB/sn üst sınıra sahip klasik belleklerin tam 10 katı bir hız anlamına geliyor. 3D Hibrit Küp Bellekler, ayrıca mevcut belleklerin kapladığı alanın yaklaşık onda biri kadar yer kaplayacak.



Ticaretin kanunu değişiyor

Yeni Türk Ticaret Kanunu, şirketlerin kurum ve kuruluşlarla olan ilişkilerini, pay sahipleri ile olan ilişkileri, muhasebe ve raporlama sistemini, organizasyon yapısını ve insan kaynaklarını etkileyecek düzenlemeler içeriyor

Yeni TTK 1 Temmuz 2012 tarihinde yürürlüğe girecek. Söz konusu yürürlük tarihinin iki istisnası bulunuyor; "Yeni TTK uyarınca 1 Ocak 2013 tarihi itibarıyla Türkiye Muhasebe Standartları'na (TMS) uygun olarak defter tutmak ve raporlama yapmak ve 01 Temmuz 2013 tarihi itibarıyla internet sitesi kurmak zorunlu olacak.

Yürürlükte olan 6762 sayılı Türk Ticaret Kanunu yerine 13 Ocak 2011 tarihinde Türkiye Büyük Millet Meclisi'nde 6102 sayılı yeni Türk Ticaret Kanunu kabul edildi. Yeni TTK 14.02.2011 tarih ve 27846 sayılı resmi gazetede yayınlandı. Bununla birlikte, 6103 sayılı Türk Ticaret Kanununun Yürürlüğü ve Uygulama Şekli Hakkında Kanun da aynı resmi gazetede yayımlandı.

Yeni TTK, ticari işletmelerin ve şirketlerin şeffaflaşmasına ve kurumsallaşmasına ağırlık veriyor. Ayrıca, mevcut kurallara ilişkin yenilikleriyle ve ilk kez düzenlediği kurumlarla kapsamlı bir dönüşümü getiriyor. Türk Hukuku'nun mevcut birikimleri ile birlikte Türk Ticaret Kanunu'nu gerçek anlamda Evrensel Ticaret Hukuku'nun bir parçası haline getiriyor.

Yeni TTK tüm sermaye şirketlerine ciddi yükümlülükler getiriyor. Bununla birlikte, Yeni TTK önemli imkânlar da sunuyor. Söz konusu imkânları değerlendirmek suretiyle önemli kazançlar sağlanabilir.

Yeni TTK ile getirilen yenilikler ve değişikliklerin sektörü ilgilendiren en önemli bölümlerini aşağıda ele aldık. İlk bölümde Anonim Şirketler ile ilgili yeni düzenlemeleri ikinci bölümde ise hem Anonim hem Limited şirketleri bir arada ilgilendiren yeni düzenlemeleri okuyabilirsiniz.

Yeni A.Ş. kuruluşu

Yeni TTK'da Anonim Şirket kuruluşu, "kurulma" ve "tüzel kişilik kazanma" olarak iki ayrı aşamada ele alındı. Buna göre şirket, kurucuların kanuna uygun olarak düzenlenmiş bulunan, sermayenin tamamını ödemeyi, şartsız taahhüt ettikleri,

imzalarının noterce onaylandığı ana sözleşmede, AŞ kurma iradelerini açıklamalarıyla kurulur ve şirketler ticaret siciline tescil ile tüzel kişilik kazanır.

AŞ'nin tek pay sahibi ile kurulmasına imkân tanınıyor. Ayrıca, birden fazla sayıda ortağı olan şirketler sonradan tek kişilik ortaklığa dönüşebilecekler. Pay sahibinin adı, yerleşim yeri ve vatandaşlığı tescil ve ilan ediliyor.

Yeni TTK'da şirket kurma süreci daha ayrıntılı hale getiriliyor. Sermayenin korunması fikri ön plana çıkıyor. Ana sözleşme ile birlikte "kurucular beyanı"nın hazırlanması gerekiyor. Kurucular beyanı, vaz edilen sermayenin türünü, sermaye taahhütlerini, devralınan bir işletme varsa ona ilişkin raporları, satın alınan malvarlığı unsurlarının fiyat ve maliyetini, şirket taahhütlerini içermeli. Kuruculara beyanın gerçeğe aykırı bilgiler içermesi durumunda, adli para cezası öngörülüyor.

AŞ'ye sermaye olarak vaz edilebilecekler; nakdi sermaye, üzerinde sınırlı aynı bir hak, haciz veya tedbir bulunmayan nakden

değerlendirilebilen ve devrolunabilen aynı haklar (bunlara fikri mülkiyet hakları ile sanal ortamlar da dahil).

Nakdi sermaye söz konusu ise dörtte birinin tescilden önce şirket adına bankaya bloke edilmesi ve bankadan ödemeye dair mektup alınması gerekiyor. Şirketin tescilinden sonra para şirkete ödeniyor. Primli pay söz konusu ise primli kısmın tamamının tescilden önce ödenmesi gerekiyor. Aynı sermaye olarak taahhüt edilen sicile tabi değerler hakkında sicile şerh düşülüyor. Diğer kuruluş belgeleri ise, aynı sermaye varsa mahkeme bilirkişi raporu, payların tamamının kurucular tarafından taahhüt edildiğine ilişkin noter şerhi, şirket ile kurucular ve/veya üçüncü kişilerle yapılan kuruluşla ilgili sözleşmeler, işlem denetçisi Raporu şeklinde sıralanıyor.

Kuruluş sürecinin eksiksiz yürütülmesi için, "işlem denetimi" devreye giriyor. Yeni TTK'nın yürürlük tarihi olan 1 Temmuz 2012 tarihinden itibaren kurulacak bir şirket, otuz gün içinde şirketin merkezinin bulunduğu yer ticaret siciline tescil edilmeli ve Türkiye Ticaret Sicili Gazetesinde ilan edilmeli.



Kuruluştaki halka arz

Yeni TTK ile kuruluşta halka arz imkânı tanınıyor. Ana sözleşmede taahhüt edilmiş olup da taahhüt sahiplerince, şirketin tescilinden itibaren en geç iki ay içinde halka arz edileceği ana sözleşmede belirtilmek zorunda. Ayrıca garanti edilmiş bulunan nakdî payların karşılıkları satıştan elde edilen gelirden ödeniyor. Pay senetlerinin halka arz edilmesi sermaye piyasası mevzuatına göre yapılıyor. Satış süresinin sonunda, payların itibarı değerlerinin, varsa çıkarma priminin karşılığı şirkete, giderler düştükten sonra kalan tutar ise, pay senetlerini halka arz eden pay sahiplerine ödeniyor.

Halka arz edilip de süresinde satılmayan payların bedellerinin tamamı, süresinde halka arz edilmeyen payların bedellerinin ise, yüzde yirmi beş iki aylık süreyi izleyen üç gün içinde ödeniyor.

Ticari muhasebe düzeni ve ticari defterler Yeni TTK uyarınca, ticari işletmenin muhasebe düzeninde ve ticari defterlerinde yapılan yenilikler çerçevesinde, işletmelerin muhasebe düzeni, 1 Ocak 2013 tarihinden itibaren Türkiye Muhasebe Standartlarına uygun olarak tutulacak.

Bu zorunluluk, tüm sermaye şirketlerinin muhasebe altyapısının değişmesini gerekli kılıyor. Finansal durum tablosu ve kâr/zarar tabloları, Türkiye bağımsız denetim standartlarına göre bağımsız denetçi tarafından denetlenecek. Yeni TTK şirketin ticari evrak kayıt sistemini elektronik ortamda tutmasına imkân tanıyor.

Yeni TTK uyarınca, anonim şirkette nakit sermaye konulabileceği gibi üzerlerinde sınırlı aynı bir hak, haciz ve tedbir bulunmayan, nakden değerlendirilebilen ve devrolunabilen, fikrî mülkiyet hakları ile sanal ortamlar da dâhil, malvarlığı unsurları aynı sermaye olarak konulabiliyor.

Yeni TTK'da hizmet edimleri, kişisel emek, ticari itibar ve vadesi gelmemiş alacaklar sermaye olarak gösterilemiyor. Yeni TTK'ya göre nakden taahhüt edilen payların itibarı değerlerinin en az yüzde yirmi beş tescilden önce, gerisi de şirketin tescilini izleyen yirmi dört ay içinde ödenmesi gerekiyor.

Yeni TTK ile sermayenin artırılmasında

yönetim kuruluna tanınmış yetki tavanını gösteren kayıtlı sermaye sistemi kabul ediliyor. Halka açık olmayan anonim şirketlerde kabul edilen bu sisteme göre, şirketin sermayesi 100 000 TL'den aşağı olamaz. Halka açık olmayan anonim şirketlerin kayıtlı sermaye sistemini kabul etmelerine, sermayelerini artırmalarına, kayıtlı sermaye tavanını yükseltmelerine, sistemden çıkmalarına veya çıkarılmalarına ilişkin usul ve esaslar Gümrük ve Ticaret Bakanlığı tarafından çıkarılacak tebliğ ile düzenlenecek.

Şirketlerin yönetim organlarının yapısı Yeni TTK, temsile yetkili en az bir yönetim kurulu üyesinin Türk vatandaşı olması ve yerleşim yerinin Türkiye'de bulunması gerekliliğini getiriyor. Yeni TTK'nın getirdiği en çarpıcı yeniliklerden biri ise yönetim kurulu üyelerinin en az dörtte birinin yükseköğrenim görmüş olması gerekliliği.

Ayrıca yeni kanunda yönetim kurulu üyesinin şirkette pay sahibi olma zorunluluğu kaldırılıyor. Sadece tek üyesi olan bir yönetim organı oluşturulmasına imkân tanınıyor. Tek üye için yükseköğrenim görmüş olma koşulu aranmıyor. Bu yönetici, tüzel kişi veya gerçek kişi olabilir. Pay sahibi olması da zorunlu değildir. Bu yönetici, yönetim yetkilerini, yönetim kurulu üyesi olmayan icra kurulu üyelerine devredebilir. Tüzel kişi, bir anonim ortaklıkta bizzat yönetim kurulu üyesi olabilecek. Bu olasılıkta, bir gerçek kişi, temsilci sıfatıyla ticaret siciline tescil edilecek.

Yeni TTK'da tüzel kişi pay sahibi, mevcut TTK'da olduğu gibi, kendisi yönetim kurulu üyesi olmadan yine gerçek kişileri yönetim kuruluna seçtirebiliyor. Yeni TTK uyarınca ana sözleşmede öngörülmesi şartı ile belli gruplara şirketin yönetim kurulunda temsil edilmesine hakkı tanınabiliyor. Yönetim kurulu, tüm yönetim yetkilerini, bazı yönetim kurulu üyelerine veya yönetim kurulu üyesi olmayan bir icra kuruluna (veya tek bir murahhas müdüre) devredebiliyor. Bu durumda yönetim kurulu üyelerinin gözetim sorumluluğu, yetkiyi devralanların ise asli sorumluluğu söz konusu olacak.

Yönetim Kurulu'nda toplantı yetersayısı "Ana sözleşmede aksine ağırlaştırıcı bir hüküm bulunmadığı takdirde yönetim kurulu üye tam sayısının çoğunluğu ile toplanır" denilmek suretiyle hafifletildi. Buna göre, karar yetersayısı kadar olumlu

oy yeterli olacak. Tüm üyelere karar taslağının gönderilmesi gerekiyor. Toplantı talep edilmez ise, toplantı yapılmadan karar alınabilecek.

Yeni TTK'da yönetim kuruluna elektronik ortamda toplanabilme imkânı tanındı. Üyeler, güvenli elektronik imzalarıyla oy kullanabilecekler. Buna ilişkin düzenleme ikincil mevzuat ile Gümrük ve Ticaret Bakanlığı tarafından çıkarılacak yönetmelik ile düzenlenecek.

Yeni TTK'da yönetim kurulu ana sözleşmeye konulacak bir hükümle, düzenleyeceği bir iç yönergeye göre, yönetimi, kısmen veya tamamen bir veya birkaç yönetim kurulu üyesine veya üçüncü kişiye devretmeye yetkili kılınıyor. Bu iç yönerge şirketin yönetimini düzenler; bunun için gerekli olan görevleri, tanımlar, yerlerini gösterir, özellikle kimin kime bağlı ve bilgi sunmakla yükümlü olduğunu belirler. Yönetim kurulu, istem üzerine pay sahiplerini ve korunmaya değer menfaatlerini ikna edici bir biçimde ortaya koyan alacaklıları, bu iç yönerge hakkında, yazılı olarak bilgilendirmek zorunda.

Yönetim kurulunun görev ve yetkileri Yeni TTK'da genel kurul ve yönetim kurulu arasındaki yetki ayrımı net şekilde belirlendi. Yeni TTK'nın 375'inci Maddesi'nde yönetim kurulunun devredilemez ve vazgeçilemez görev ve yetkileri şunlar:

- Şirketin üst düzeyde yönetimi ve bunlarla ilgili talimatların verilmesi.
- Şirketin yönetim teşkilatının belirlenmesi.
- Muhasebe, finans denetimi ve şirketin yönetiminin gerektirdiği ölçüde, finansal planlama için gerekli düzenin kurulması.
- Müdürlerin ve aynı işleve sahip kişiler ile imza yetkisini haiz bulunanların atanmaları ve görevden alınmaları.
- Yönetimle görevli kişilerin, özellikle kanunlara, ana sözleşmeye, iç yönergelere ve yönetim kurulunun yazılı talimatlarına uygun hareket edip etmediklerinin üst gözetimi.
- Pay, yönetim kurulu karar ve genel kurul toplantı ve müzakere defterlerinin tutulması, yıllık faaliyet raporunun ve kurumsal yönetim açıklamasının düzenlenmesi ve genel kurula sunulması, genel kurul toplantılarının hazırlanması ve genel kurul kararlarının yürütülmesi.
- Borca batıklık durumunun varlığında mahkemeye bildirimde bulunulması.

Komiteler ve komisyonların görevleri

Yeni TTK uyarınca, yönetim kurulu, işlerin gidişini izlemek, kendisine sunulacak konularda rapor hazırlamak, kararlarını uygulamak veya iç denetim amacıyla işlerinde yönetim kurulu üyelerinin de bulunabileceği komiteler ve komisyonlar kurulabilir.

Yeni TTK'da yer alan "iç denetim amacıyla" ibaresi, kurumsal yönetim ilkeleri kapsamında iç kontrol ve iç denetim sistemi çerçevesinde komitelerin kurulmasına olanak veriyor. Risklerin erken teşhisi komitesi de bunun bir örneği. Pay senetleri borsada işlem gören şirketlerde, yönetim kurulu, şirketin varlığını, gelişmesini ve devamını tehlikeye düşüren sebeplerin erken teşhisi, bunun için gerekli önlemler ile çarelerin uygulanması ve riskin yönetilmesi amacıyla, uzman bir komite kurmak, sistemi çalıştırmak ve geliştirmekle yükümlü.

Diğer şirketlerde bu komite denetçinin gerekli görüp bunu yönetim kuruluna yazılı olarak bildirmesi hâlinde derhâl kurulur ve ilk raporunu kurulmasını izleyen bir ayın sonunda veriyor. Komite, yönetim kuruluna her iki ayda bir vereceği raporda durumu değerlendirip, varsa tehlikelere işaret edip, çareleri gösteriyor. Rapor denetçiye de yollanıyor.

Yönetim kurulunun sorumluluğu

Yeni TTK uyarınca yönetim kurulunun özel sorumluluk sebepleri olarak belgelerin ve beyanların kanuna aykırı olması, sermaye hakkında yanlış beyanlar ve ödeme yetersizliğinin bilinmesi, değer biçilmesinde yolsuzluk ve halktan para toplamak olarak sayılacak.

Yönetim kurulu üyeleri kanuna ve ana sözleşmeye aykırı fiilleri sebebiyle şirkete verdikleri zararlardan genel sorumluluk kuralları çerçevesinde sorumlu olacaklar. Eski TTK'da mutlak müteselsil sorumluluk ilkesi kabul edilmişken, Yeni TTK'da "farklılaştırılmış müteselsil sorumluluk ilkesi" benimseniyor. Bu ilke uyarınca, yetki ve sorumluluk arasında paralellik kuruluyor.

Yeni TTK uyarınca, yönetim kurulu üyeleri kanundan ve ana sözleşmeden doğan yükümlülüklerini ihlal ettikleri takdirde, kusurlarının bulunmadığını ispat etmedikçe hem şirkete hem pay sahiplerine hem de

şirket alacaklılarına karşı verdikleri zarardan sorumlu olacak.

Yeni TTK'da yönetim kurulu üyelerinin kanundan veya ana sözleşmeden doğan görev ve yetkilerini başkalarına devretmeleri halinde bu kişilerin fiil ve kararlarından sorumlu olmayacakları ve kontrolleri dışında kalan, kanun ve ana mukaveleye aykırılıklar veya yolsuzluklar sebebiyle sorumlu tutulamayacakları düzenlendi.

Yeni TTK'nın 553/3. madde hükmü devamında gözetim ve özen yükümü gerekçe gösterilerek bu sorumlu olmama durumu geçersiz kılınmayacak. Bununla birlikte, Yeni TTK 375. maddesinde yönetim kurulu üyelerinin devredilmez ve vazgeçilemez görev ve yetkilerini sayılmış olup bu konularda yönetim kurulu 553/2 ve 553/3 hükümlerine dayanamayacak.

Hâkim, yönetim kurulu üyelerinden hangilerinin sorumlu olduğunu tespit ederken ana sözleşmeyi ve teşkilat yönergesini esas alacak.

Genel kurulun işleyişi

Yeni TTK'de pay sahipleri şirket işlerine ilişkin haklarını genel kurulda kullanacak. Yeni TTK ile AŞ genel kurul toplantılarının elektronik ortamda yapılması imkânı getirildi. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı tarafından çıkarılacak Elektronik Ortamda Genel Kurul ve Yönetim Kurulu Yönetmeliği ile bu konuda düzenleme yapılacak.

Genel kurul toplantısında murahasların, yönetim kurulu üyelerinden birinin, bağımsız denetçinin ve işlem denetçisinin hazır bulunması gerekiyor. Genel kurul toplantısına çağrı yönetim kurulu tarafından yapılacak. Çağrı internet sitesinde yayınlanacak. Yönetim kurulunun görev süresi dolmuş olsa da genel kurulu çağırabilecek. Denetçinin genel kurulu çağırması söz konusu değil. Azlık hakkı sahiplerinin de genel kurulu toplantıya çağırabilir. Azlık hakkı sahipleri, yönetim kuruluna noter aracılığıyla talepte bulunabilecek. Yönetim kurulu talebi kabul ederse 45 gün içinde çağrıyı yapacak. Reddederse veya yedi gün içinde olumlu cevap vermezse kararı mahkeme verebilecek. Mahkemenin karar vermesi halinde çağrıyı kayyım yapacak.

Yeni TTK ile getirilen cezai yaptırımlar

- 64 üncü maddesinin birinci fıkrasındaki defter tutma yükümünü yerine getirmeyenler, 64 üncü maddesinin ikinci fıkrası uyarınca belgelerin kopyasını sağlamayanlar, 64 üncü maddesinin üçüncü fıkrası uyarınca gerekli onayları yaptırmayanlar, 65 inci maddesine uygun olarak defterlerini tutmayanlar, 66 ncı maddesine aykırı hileli envanter çıkaranlar, 86 ncı maddesine göre belgeleri ibraz etmeyenler, iki yüz günden az olmamak üzere adli para cezasıyla cezalandırılırlar. (Madde 562-563)
- Bu Kanun hükümlerine göre tutulmakla veya muhafaza edilmekle yükümlü olunan defter, kayıt ve belgeler ile bunlara ilişkin bilgileri, denetime tabi tutulan gerçek veya tüzel kişiye ait olup olmadığına bakılmaksızın, 210 uncu maddenin birinci fıkrasına göre denetime yetkili olanlarca istenmesine rağmen vermeyenler veya eksik verenler ya da bu denetim elemanlarının görevlerini yapmalarını engelleyenler, fiilleri daha ağır cezayı gerektiren başka bir suç oluşturmadığı takdirde, üç aydan iki yıla kadar hapis cezası ile cezalandırılırlar. (Madde 562/4) Bu suç re'sen takip edilir. (Madde 563)
- Sicil müdürünce verilen süre içinde tescil isteminde bulunmayan ve kaçınma sebeplerini de bildirmeyen kişi, sicil müdürü tarafından 200 Türk Lirasından 4.000 Türk Lirasına kadar idari para cezasıyla cezalandırılır. (Madde 33/2) Tescil ve kayıt için bilerek gerçeğe aykırı beyanda bulunanlar, üç aydan iki yıla kadar hapis veya adli para cezasıyla cezalandırılır. Gerçeğe aykırı tescilden dolayı zarar görenlerin tazminat hakları saklıdır. (Madde 38/1)
- Bu Kanunun 1524. maddesinde öngörülen internet sitesini bu Kanunun yürürlüğe girmesinden itibaren üç ay içinde (01.10.2013 tarihine kadar) oluşturmayan veya internet sitesi mevcut ise aynı süre içinde internet sitesinin bir bölümünü bilgi toplumu hizmetlerine özgelemeyen anonim şirket yönetim kurulu üyeleri, limited şirket müdürleri ve sermayesi paylara bölünmüş komandit şirkette yönetici olan komandite ortaklar altı aya kadar hapis ve yüz günden üç yüz güne kadar adli para cezasıyla ve aynı madde uyarınca internet sitesine konulması gereken içeriği usulüne uygun bir şekilde koymayan bu bente sayılan failler üç aya kadar hapis ve yüz güne kadar adli para cezasıyla cezalandırılırlar. (Madde 562/12) Bu suç resen takip olunur. (Madde 563/1)
- Bu Kanunun 88. maddesine (TMSye göre defter tutulmaması) aykırı hareket edenler yüz günden üçyüz güne kadar adli para cezasıyla cezalandırılırlar. (Madde 562/2)
- Bu Kanunun 199. maddesinin birinci ve dördüncü fıkralarına (bağlı ve hakim şirketin raporları) aykırı hareket edenler iki yıla kadar hapis ve adli para cezasıyla cezalandırılırlar. (Madde 562/3)
- Bu Kanun hükümlerine göre tutulmakla veya muhafaza edilmekle yükümlü olunan defter, kayıt ve belgeler ile bunlara ilişkin bilgileri, denetime tabi

Genel kurul yetkileri şu şekilde:

- Ana sözleşmenin değiştirilmesi.
- Yönetim kurulu üyelerinin seçimi, süreleri, ücretleri ile huzur hakkı, ikramiye ve prim gibi haklarının belirlenmesi, ibraları hakkında karar verilmesi ve görevden alınmaları.
- Kanunda öngörülen istisnalar dışında denetçinin ve işlem denetçilerinin seçimi ile görevden alınmaları.
- Finansal tablolara, yönetim kurulunun yıllık raporuna, yıllık kâr üzerinde tasarrufa, kâr payları ile kazanç paylarının belirlenmesine, yedek akçenin sermayeye veya dağıtılacak kâra katılması dâhil, kullanılmasına dair kararların alınması.
- Kanunda öngörülen istisnalar dışında şirketin feshi.
- Önemli miktarda şirket varlığının toptan satışı. Tek pay sahipli anonim şirketlerde bu pay sahibi genel kurulun tüm yetkilerine sahiptir. Tek pay sahibinin genel kurul sıfatıyla alacağı kararların geçerlilik kazanabilmeleri için yazılı olmaları şarttır.

Yeni TTK'da hem Limited hem Anonim şirketleri ilgilendiren yeni düzenlemeler

Yeni TTK'da "Tek Ortaklı Limited Şirket" kurma hakkı ve Limited Şirketler de dahil olmak üzere her sermaye şirketinin ayrıntılı finansal verilerini yayınlamak zorunda olduğu web sitesi yayınlama zorunluluğu getiriliyor.

Asıl can alıcı nokta ise yeni TTK uyarınca 1 Ocak 2013 tarihinden itibaren tüm şirketler artık finansal tablolarını TMS'ye (UFRS) göre hazırlamak zorunda olacak.

Bu üç önemli konuyu ayrı başlıklar halinde ele alalım.**Tek ortakla Limited Şirket kurulması**

Hali hazırda yürürlükte bulunan 6762 sayılı Türk Ticaret Kanunu, limited şirket kuruluşu için en az iki kurucunun bulunmasını şart koşturmakta. 6102 sayılı yeni Türk Ticaret Kanunu'nda ise limited şirket kurucuları için asgari bir sayı öngörülüyor. Dolayısıyla, yeni TTK'ya göre, limited şirketler, tek kişi -gerçek veya tüzel- tarafından da kurulabilecek. Bir başka deyişle, yeni TTK tek ortaklı limited şirkete izin veriyor. Ancak, limited şirketin tek kişi tarafından kurulması halinde, limited şirket müdürleri, şirketin tek ortaklı bir limited şirket olduğunu, tek ortağın

adını, vatandaşlığını ve yerleşim yerini tescil ve ilan ettirmek zorunda.

Ayrıca, yeni TTK'ya göre, eğer limited şirket birden fazla kişi tarafından kurulur, ancak sonradan ortak sayısı bire düşer ise, durumun, bu sonucu doğuran işlemin, gerçekleştiği tarihten itibaren yedi gün içinde şirket müdürlerine yazılı olarak bildirilmesi gerekecek.

Limited şirket müdürleri ise, bildirim alınıması tarihinden başlayarak yedinci günün sonuna kadar, şirketin tek ortaklı bir limited şirket olduğunu, tek ortağın adını, vatandaşlığını ve yerleşim yerini tescil ve ilan ettirecekler.

Öte yandan, yeni TTK, 6762 sayılı TTK'da olduğu gibi, limited şirketlerde ortak sayısını sınırlandırıyor ve ortak sayısının elliden fazla olamayacağını öngörüyor. Yani, yeni TTK'ya göre limited şirketin tek ortaklı olması mümkün olmakla birlikte, ortak sayısı elliyi geçemeyecek. Ayrıca, yeni TTK, tek ortaklı limited şirkete izin vermekle birlikte, şirketin tek ortağı kendisi olacak bir şirkete dönüşmesi sonucunu doğuracak şekilde kendi paylarını iktisap etmesine yasak getiriyor.

Buna karşılık, tek ortaklı anonim şirkette olduğu gibi, tek ortaklı limited şirket kuruluşu da, 1 Temmuz 2012 tarihine kadar mümkün olamayacak. Zira, yeni TTK'nın konuya ilişkin düzenlemeleri 1 Temmuz 2012 tarihinde yürürlüğe girecek.

Finansal bilgilerin şeffaf şekilde yayımlandığı web sitesi

Yeni Kanun'da her sermaye şirketi bir internet sitesi açmaya, böyle bir site mevcutsa bir bölümünü bilgi toplumu hizmetlerine özgülemeye mecbur tutuluyor. Bu uygulama Anonim, Limited ve Komandit şirketleri kapsıyor. Konuyla ilgili cezalar, yöneticilere 3 ay hapis istemiyle yargılanma yolu açıyor bu yüzden oldukça ciddiye alınması gereken bir değişiklik olarak öne çıkıyor. Yeni TTK'da web sitesinde aşağıdaki bilgilerin yayınlanması zorunlu.

- Şirketle ilgili olup, pay sahibini, küçük yatırımcıyı, alacaklıyı ve şirkette menfaati
- Genel kurul toplantısı belgeleri ve

tutulan gerçek veya tüzel kişiye ait olup olmadığına bakılmaksızın, 210. maddenin birinci fıkrasına göre denetime yetkili olanlarca istenmesine rağmen vermeyenler veya eksik verenler ya da bu denetim elemanlarının görevlerini yapmalarını engelleyenler, fiilleri daha ağır cezayı gerektiren başka bir suç oluşturmadığı takdirde, üç aydan iki yıla kadar hapis cezası ile cezalandırılırlar. (Madde 562/4)

- Bu Kanunun; (Madde 562/5) 349. maddesine (kurucular beyanı) aykırı beyanda bulunan kurucular, 351. maddesine (işlem denetçisi raporu) aykırı rapor veren kurum denetçisi, 358. maddesine (pay sahiplerinin şirkete borçlanma yasağı) aykırı olarak şirkete borçlananlar, 395. maddesine (yönetim kurulu üyesinin şirketle işlem yapma, şirkete borçlanma yasağı) aykırı olarak şirkete borçlananlar, üç yüz günden az olmamak üzere adli para cezasıyla cezalandırılırlar.

- Bu Kanunun 524. maddesindeki (Anonim şirketin ve topluluğun finansal tablolarını düzenlemekle yükümlü ana şirketin yönetim kurulu, bilanço gününden itibaren altı ay içinde; finansal tabloları, yönetim kurulunun yıllık faaliyet raporunu, kâr dağıtımına ilişkin genel kurul kararını, denetçinin 403. madde uyarınca verdiği görüşü ve genel kurulun buna ilişkin kararını, Türkiye Ticaret Sicili Gazetesinde ilan ettirir ve şirketin internet sitesine koyar. Bu belgelerin Sanayi ve Ticaret Bakanlığına verilmesine ilişkin hükümler saklıdır.) ilanı yaptırmayanlar ikiyüz günden az olmamak üzere adli para cezasıyla cezalandırılırlar. (Madde 562/6)

- Bu Kanunun 527. maddesine aykırı hareket edenler, (404. madde hükmü saklı kalmak üzere, görevi dolayısıyla incelemesine sunulan defter ve belgeleri inceleyenlerin, elde ettikleri veya verilen bilgilerden öğrendikleri iş ve işletme sırlarını açıklamaları yasaktır. Aksi hâlde şirketin maddi ve manevi zararını tazmin ederler.) Türk Ceza Kanununun 239. maddesi hükümlerine göre cezalandırılırlar. (Madde 562/7)

- Bu Kanunun 550. maddesine (Sermaye tamamıyla taahhüt olunmamış veya karşılığı kanun veya esas sözleşme hükümleri gereğince ödenmemişken, taahhüt edilmiş veya ödenmiş gibi gösterenler ile kusurlu olmaları şartıyla, şirket yetkilileri, bu payları üstlenmiş kabul edilirler ve payların karşılıkları ile zararı faiziyle birlikte müteselsilen öderler. Sermaye taahhüdünde bulunanların ödeme yeterliliğinin bulunmadığını bilen ve buna onay verenler, söz konusu borcun ödenmemesinden doğan zarardan sorumludurlar.) aykırı hareket edenler üç aydan iki yıla kadar hapis veya adli para cezasıyla cezalandırılırlar. (Madde 562/9)

- Bu Kanunun 551. maddesine (Aynı sermayenin veya devralınacak işletme ile ayınların değerlemesinde emsiline oranla yüksek fiyat biçenler, işletme ve ayının niteliğini veya durumunu farklı gösterenler ya da başka bir şekilde yolsuzluk yapanlar, bundan doğan zarardan sorumludur.) aykırı hareket edenler üç aydan iki yıla kadar hapis cezasıyla cezalandırılırlar. (Madde 562/10)

çağrılar.

- Yılsonu ve ara dönem finansal tabloları
- Birleşme, bölünme bilançoları.
- Finansal tabloların UFRS standartlarına uygunluğunu denetleyen denetçinin ismi ve iletişim bilgileri.
- Denetleme raporlarının ayrıntılı şekilde tamamı.
- Değerleme raporları.
- Rüçhan hakkı kullanma çağrıları.
- Tasfiyeye ilişkin ilanlar.
- İptal davası ilanları, ve benzeri bilgiler.

İnternet sitesine erişim açık ve engelsiz olacak. İnternet sitesine konulan içerik, üzerinde bulunan tarihten itibaren en az altı ay süreyle internet sitesinde kalmak zorunda, aksi halde konulmamış sayılacak ve ona göre işlem yapılacaktır. Finansal tablolar için bu süre beş yıl olacaktır.

Yeni Kanun 1 Temmuz 2012 tarihinden itibaren yürürlüğe girmekle birlikte, internet sitesine ilişkin hükümleri içeren 1524 üncü madde 1 Temmuz 2013 tarihinden itibaren yürürlüğe girecektir.

Kanunun yürürlüğe girmesinden itibaren üç ay içinde web sitesi oluşturmayan veya internet sitesi mevcut ise aynı süre içinde gerekli bilgileri yayınlamayan anonim şirket yönetim kurulu üyeleri, limited şirket müdürleri, sermayesi paylara bölünmüş komandit şirkette yönetici olan ortaklar, altı aya kadar hapis ve üçyüz güne kadar adli para cezasıyla cezalandırılacaktır.

Sitesi olup siteye bilgileri de koymuş olsa bile bu bilgilerin yanlış olduğu saptandığı takdirde ise anonim şirket yönetim kurulu üyeleri, limited şirket müdürleri, sermayesi paylara bölünmüş komandit şirkette yönetici olan komandite ortaklar üç aya kadar hapis ve yüz güne kadar adli para cezasıyla cezalandırılacaktır.

Tüm şirketlere UFRS standartları için denetim zorunluluğu

Yeni Türk Ticaret Kanunu, halka açık ve halka açık olmayan tüm işletmelerin muhasebe ve finansal raporlama konularında TMSK tarafından yayınlanan Uluslararası Muhasebe Standartları ve Uluslararası Finansal Raporlama Standartları'na (UFRS) uyumlu Türkiye Muhasebe Standartları ve Türkiye Finansal Raporlama Standartları'na uyma zorunluluğunu getiriyor.

Yeni TTK ile denetim konusunda radikal

değişiklikler yapıyor. Kanunda denetçiler anonim şirketin organı olmaktan çıkarıldı. Limited Şirketler de dahil olmak üzere her ölçekteki şirket, bağımsız denetim kuruluşlarına veya küçük anonim şirketlerde en az iki serbest yeminli müşavire veya yeminli serbest muhasebeciye denetim yaptırmak, bu denetimi yapan kişi veya kurumu web sitesinde bildirmek ayrıca denetim raporlarını da web sitesinde yayınlamak zorunda.

Yönetim kurulunun yıllık faaliyet raporu içinde yer alan finansal bilgilerin, denetlenen finansal tablolar ile tutarlı olup olmadığı ve gerçeği yansıtır yansıtmadığı da denetim kapsamı içinde yer alıyor. Yapılacak olan denetim, şirketin varlığını ve geleceğini tehdit eden tehlikeleri teşhis sistemlerinin şirkette bulunup bulunmadıklarını ve gerekli önlemlerin alınıp alınmadığını da (risk denetimi) kapsayacaktır.

Denetçinin denetiminden geçmemiş finansal tablolar ile yönetim kurulunun yıllık faaliyet raporu düzenlenmemiş olarak sayılacak, yani bu finansal tablolar üzerinden kar dağıtımı yapılamayacaktır.

Denetimi kim yapacak, nasıl yapacak?

Şirketler, genel kurul kararı ile bağımsız denetçilerini belirlemek, seçilen denetçiyi ticaret siciline tescil ettirmek, Türkiye Ticaret Sicil Gazetesi ile internet sitesinde ilan ettirmek zorunda. Denetçiler şirket genel kurulu ile topluluk (grup şirketi) denetçileri ise ana şirketin genel kurulunca atanacaktır. Denetçi bir kez atandıktan sonra ancak yerel asliye ticaret mahkemesi tarafından haklı bir sebep var ise denetçi değişikliği yapılabilir.

Denetçi faaliyet döneminin 4'üncü ayına kadar atanmalı... Denetçi seçilememişse, denetçi, yönetim kurulunun, her yönetim kurulu üyesinin veya herhangi bir pay



sahibinin istemi üzerine, yerel asliye ticaret mahkemesi tarafından atanacaktır.

Şirketin yönetim kurulunun, finansal tabloları ve yönetim kurulunun yıllık faaliyet raporunu düzenlettirip onaylayarak, gecikmeksizin, denetçiye verme yükümlülüğü var. Aksi halde 3 ay ile 2 yıl arasında hapis cezası uygulanacaktır.

Yönetim kurulu, şirketin defterlerinin, yazışmalarının, belgelerinin, varlıklarının, borçlarının, kasasının, kıymetli evrakının, envanterinin incelenerek denetlenebilmesi için denetçiye gerekli imkânları sağlamak zorunda.

Denetçi tarafından hazırlanan raporda olumsuz görüş yazılan veya görüş verilmesinden kaçınılan durumlarda genel kurul, söz konusu finansal tablolara dayanarak, özellikle açıklanan kâr veya zarar ile doğrudan veya dolaylı bir şekilde ilgili olan bir karar alamaz. Bu hâllerde yönetim kurulu, görüş yazısının kendisine teslimi tarihinden itibaren dört iş günü içinde, genel kurul toplantıya çağırır ve görevinden toplantı gününde geçerli olacak şekilde istifa eder. Genel kurul yeni bir yönetim kurulu seçer. Yeni yönetim kurulu altı ay içinde, kanuna, esas sözleşmeye ve standartlara uygun finansal tablolar hazırlar ve bunları denetleme raporu ile birlikte genel kurula sunar. Sınırlı olumlu görüş verilen hâllerde genel kurul, gerekli önlemleri ve düzeltmeleri de karara bağlar.

Şirket ile denetçi arasında görüş ayrılıkları doğarsa şirketin merkezinin bulunduğu yerdeki asliye ticaret mahkemesi yetkili olacaktır. Dava giderleri de şirkete ait olacaktır.

Tedarikçi ödemelerini ilgilendiren önemli bir düzenleme var

Yeni TTK'nın buraya kadar üzerinde durduğumuz maddeleri özellikle yönetim yapısının şeffaflaştırılması, yönetim kararlarının hem profesyonel yöneticilerin hem denetçilerin denetimine açılması açısından önemli. Ayrıca özellikle finansal bölümde şirketleri yoğun bir mesai bekliyor.

Buraya kadar ayrıntılarını verdiklerimizin dışında bir diğer çok önemli düzenleme de Yeni Kanunun 1530'uncu Maddesi'nin 2 ila 7'nci fıkralarında yer alıyor. Yeni TTK işletmelere mal tedarik edenlerin ve hizmet sunanların faturalarının veya eş değerli ödeme taleplerinin karşılığı olan alacaklarının, borçlu tarafından zamanında ödenmesini sağlayan hükümlere yer veriyor.

Tedarikçilerin (her çeşitte, her ölçekte, her dalda üreticiler) ve hizmet sunanların faturaları veya eş değerli ödeme talepleri (hak edişler, cari hesap bakiyeleri vs.) eğer aksi bir anlaşma hükmü yok ise malın alındığı tarihten itibaren en geç 30 gün içinde ödenmek zorunda. Aksi halde borçlu;

- İhtarsız temerrüde düşer.
- Gecikme faizi öder.
- Gecikme tazminatını yüklenir.
- Varsa cezai şartlar gerçekleşir.

Bununla beraber ödeme süresi sözleşme ile daha uzun bir anlaşma yapılmış olsa dahi bile altmış günü aşamayacak. Temerrüt faizini Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası belirleyecek. Oran 3095 sayılı kanunda öngörülen gecikme faizinden yüzde 8 fazla olmayacak.

Sermaye yapısı ve patronların şirkete borçlanmasıyla ilgili düzenleme

Yeni TTK'da Anonim ve Limited Şirketler 14 Şubat 2014 tarihine kadar sermayelerini Kanunun 332 ve 580. maddelerinde öngörülen tutara yükseltmek zorunda olup, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı bu süreyi birer yıl olarak en çok iki defa uzatabilecek. Anonim ve Limited Şirketler, sermayelerini, anılan Kanunun 332 ve 580'inci maddelerinde öngörülen tutarlara yükseltmez ise mezkûr sürenin sonunda infisah etmiş sayılacaklar.

Yeni Türk Ticaret Kanunu'nun bir diğer önemli düzenlemesi de firma sahipleri ve ortaklarının şirkete borçlanmasıyla ilgili getirilen düzenleme olacak. Kanunun 358'inci maddesi olan "İştirak taahhüdünden doğan borç hariç, pay sahipleri şirkete borçlanamaz. Meğerki, borç, şirketle, şirketin işletme konusu ve pay sahibinin işletmesi gereği olarak yapılmış bulunan bir işlemten doğmuş olsun ve emsalleriyle aynı veya benzer şartlara tabi tutulsun" şeklindeki ibarelere aykırı şekilde, anonim veya limited şirkete borçlu olan pay sahipleri ve ortaklar, borçlarını, anılan Kanunun yürürlüğe girdiği tarihten itibaren üç yıl içinde yani 1 Temmuz 2015 tarihine kadar, nakdî ödeme yaparak tamamen tasfiye etmek zorunda.

Yeni Türk Ticaret Kanunu'na uyum için yol haritası

- Türkiye'de bu gün faaliyet gösteren tüm şirketlerin öncelikli olarak, şirket ana sözleşmelerini profesyonel uzman bir kurumdan destek alarak yeni yasaya uygun hale getirmeleri gerekiyor.
- Ortaklık yapıları gözden geçirilerek 01.07.2012 tarihinden itibaren ana ortaklar, gerçek olmayan sadece sayıyı tamamlamak üzere hazır bulunan ortakların hisselerini devralarak tasfiye etmeli.
- Ortaklar cari hesabında şirketlere borçlu görünen ortakların bu borçları Temmuz 2015 tarihine kadar nakit olarak kapatmalarına yönelik bir plan geliştirilmeli.
- Ortaklar, 01.07.2012 tarihinden itibaren şirketlerden para çekemeyecekleri için ortaklara bir maaş bağlanmalı veya geçmiş yıllar da birikmiş kar alacakları var ise bu karın dağıtım yapılarak ortakların şirketten alacaklı duruma geçmeleri sağlanmalı.
- 2012 yılı sonunda mali tabloların UFRS kurallarına uygun TMS standartlarında hazırlanmasında bir zorluk yaşanmaması adına şirketlerin muhasebe kadrolarının TMS eğitimleri alması sağlanmalıdır.
- 01.03.2013 tarihi bağımsız denetçi seçilmesi için son tarih olup, anonim, limited ve sermayesi paylara bölünmüş komandit şirketin yetkili organı tarafından en geç 01.03.2013 tarihine kadar bağımsız denetçinin seçilmesi gerekiyor.
- Diğer taraftan 01.07.2013 tarihine kadar her sermaye şirketinin bir internet sitesi açması veya internet sitesi zaten mevcutsa, internet sitesinde yayımlanması zorunlu evrakları yayınlaması gerektiğinden, bu konuda uzman bir IT (Information Technology) ile çalışılmasının firmaların yararına olacağı düşünülmektedir.

Kaynak: Moore Stephens Türkiye



“Yeni Kanun bir fırsat olarak görülmeli”

Yeni Türk Ticaret Kanunu'nun özellikle aile şirketlerine kurumsallaşma yolunda önemli bir fırsat yarattığını söyleyen Deloitte TTK İş Geliştirme Lideri Ali Çiçekli, birkaç yıl sonra kanunlara uyum sağlayan birçok firmanın halka arz olabilecek seviyeye geleceğini söyledi

Deloitte Türk Ticaret Kanunu İş Geliştirme Lideri ve Ortak Ali Çiçekli, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği ile Deloitte'un ortak projesi çerçevesinde Türkiye'nin her yerini karış karış dolaşıp TOBB üyelerine ve özellikle de KOBİ'lere yeni kanunu anlatıyor. Konu hakkında şu anda en yetkin isimlerden biri olan Çiçekli ile ofisinde bir araya geldik ve sohbet ettik

Türk Ticaret Kanunu'nda neden değişiklik yapıyor?

Mevcut Türk Ticaret Kanunu 1956 yılından beri yürürlükte... Arada geçen yaklaşık 55 yıllık sürede hemen hiç değişmedi. Dolayısıyla dünyadaki genel ekonomik dinamiklerin ihtiyaçlarını karşılamakta güçlük çeken bir kanunla karşı karşıyayız. Örneğin, Almanya'da benzer zaman diliminde, ticaret kanunu 50 küsur kez değişmiş. Kanunların piyasanın ihtiyaçlarına cevap verecek şekilde kendisini yenilemesi gerekiyor. Türk Ticaret Kanunu'nun (TTK) değişmesini sağlayan temel etken mevcut kanunun zaman içinde değişen dünya piyasa dinamiklerinin gereklerini karşılayamayacak hale gelmesi. Ayrıca Avrupa Birliği hedefi ve Avrupa Birliği'ne uyum sürecinin başlamış olması yeni bir kanuna duyulan ihtiyacı daha da artırdı.

Yeni Türk Ticaret Kanunu'nun ayrıntılarını sormadan önce genel bir çerçevede amacını ve bu kanun sonrasında ulaşılmak istenen hedefi bize anlatır mısınız?

Yeni TTK, Türk ticaret hayatında, adillik, şeffaflık, sorumluluk, hesap verilebilirlikten oluşan kurumsal yönetim ilkelerinin tüm ticaret hayatında bir yönetim felsefesi davranış biçimi olarak benimsenmesini hedefliyor. Kanunda karşımıza çıkan en önemli iki değişiklik alanı Uluslararası Finansal

Raporlama Standartları'na geçiş ve kurumsal yönetim. Yeni TTK dünyada kabul edilen iyi yönetim mekanizmalarının tüm sermaye şirketleri tarafından kurularak, şirketlerin hisse değerlerinin ve şirket paydaşlarına ve topluma daha fazla değer üretmeyi hedefliyor.

Türkiye'de profesyonel düzeyde ciddi ölçekte şirketler var ancak ekonominin asıl dinamiği büyük çoğunluğu aile şirketi olan KOBİ'ler. Yeni kanun onları nasıl etkileyecek?

Dünyanın her yerinde şirketlerin sürdürülebilirliği anlamında sıkıntılar yaşıyor. Örneğin bir 1900 yılında ABD Dow&Jones borsasında halka açık olan firmalarla, 2000 yılında halka açık olan firmaları karşılaştırdığınızda sadece bir tane firmanın ayakta kaldığı görüyorsunuz buda General Electric. Güçlü ve kurumsal yönetim anlamında olguluk seviyesi daha yüksek bir ekonomi olan ABD'de bile önemli sürdürülebilirlik sorunları yaşıyor. Sürdürülebilirlik aile şirketleri açısından daha da vahim. Dördüncü jenerasyondan sonra hayatını sürdürebilen aile şirketi sayısı çok daha az. Aile şirketlerinin kalıcı olabilmesi için mutlaka kurumsallaşmaları gerekiyor. KOBİ'lerin işlerini geleceğe taşıyabilmeleri ancak Yeni TTK 'da bahsedilen iç kontrol, iç denetim, risk

yönetimi, UFRS ile uyumlu mali yapı ve finansal planlama mekanizmalarının kurulması ile mümkün olacak, kanımca Yeni TTK'nın getirdiği bu değişim sürecini başarı ile tamamlayamayan firmaların ayakta kalması mümkün olmayacak. Bugüne kadar KOBİ'leri ileriye taşımak adına sürekli adımlar atıldı. Ancak bunlar hep anlık ihtiyaçlar sonucu oldu. Yeni Türk Ticaret Kanunu işe şirketlerin baştan aşağı yeniden yapılandırılmasını öngörüyor.

Birçok önemli madde var ancak en can alıcı olanından başlayalım. Yeni kanun, şirketlerin finansal işleyişini nasıl değiştirecek?

Bütün anonim ve limited şirketlere 1 Ocak 2013 tarihinden itibaren Uluslararası Finansal Raporlama Standartları (UFRS) ile uyumlu defter tutma ve finansal tablo düzenleme yükümlülüğü getiriliyor. Bu devrim niteliğinde bir değişiklik. Ayrıca firmaların UFRS ile uyumlu olarak hazırladıkları finansal tablolarının bağımsız denetimi zorunlu hale geliyor. Ayrıca bu denetim sonuçlarını web sitelerinden ayrıntılı ve şeffaf şekilde herkesle paylaşmaları çok önemli bir yenilik. İnternet sitesi uygulaması bir anlamda tüm sermaye şirketlerini halka açık bir firma haline getiriyor. Bu anlamda şirketlerinin finansal raporlama sisteminin baştan aşağı yeniden yapılandırılması gerekiyor.

Neden UFRS standartları kabul ediliyor?

İnsanlar için İngilizce ne ise, firmalar içinde UFRS odur. UFRS dünyada en çok konuşulan finansal raporlama dilidir. Dolayısıyla nasıl iyi İngilizce konuşan insanlar dünyada daha rahat seyahat ediyorlarsa firmalarda uluslararası geçerliliği olan bir muhasebe dili konuşabilen finansal tablolarla dünyada çok daha hızlı seyahat ederler. UFRS finansal tablo hazırlama ve güçlü mali yapı firmalara ucuz finansman



Ali Çiçekli

kaynaklarına ulaşma, yabancı yatırımcı için çekim merkezi olma, halka arz süreçlerinde hisse değerinin yükselmesi gibi birçok avantaj sağlar. Türkiye Avrupa Birliği'ni hedef olarak önüne koyan ve kendi bölgesinde önemli bir ekonomik güç haline gelen bir ülke olarak uluslararası geçerliliği olmayan finansal bir dili konuşmaya devam edemez.

Nasıl olacak bu geçiş süreci?

UFRS'ye geçiş sürecinde birkaç günlük eğitimlerle sadece bir farkındalık yaratabilirsiniz. Mutlaka bu firmanın kendi bünyesinde konuyla ilgili bir ya da birkaç kişiyi istihdam etmesi ya da kendi içinden bir ekibi UFRS mali raporlama konusunda yetiştirmesi gerekiyor. Ayrıca muhasebe sistem altyapısının yenilenmesi gerekiyorsa değiştirilmesi gerekiyor. Bu kapsamda son tarihleri beklemeden 2012 yılının başında şirketlerin UFRS'ye geçmek üzere bir muhasebe programı seçmesini veya mevcut muhasebesistemini geliştirmeye başlamasını tavsiye ediyoruz. Aynı şekilde şirket çalışanlarının da UFRS konusunda eğitimler almaya başlaması için 2012 yılının başında harekete geçilmesi gerektiği görüşündeyiz. Daha önceki tecrübelerimiz UFRS geçiş projelerinin altı ay gibi bir sürede tamamlandığını gösteriyor dolayısıyla vakit kaybetmeden UFRS ye geçişi bir değişim projesi olarak ele alıp hazırlıklara başlamak gerekiyor.

Gıda perakendesi sektörünün büyük bölümünü aile şirketlerinin oluşturduğunu da düşünerek bu konuda bizi biraz daha aydınlatmanızı istiyoruz...

Öncelikle yeni TTK'nın bir külfet olarak değil bir fırsat olarak görülmesi gerektiğini hatırlatmakta fayda var. Nedeni Türk Ticaret Kanunu'nun getirdiği bu zorunlu kurumsallaşma aslında aile şirketlerinin sürdürülebilirlik anlamında yaşadığı problemlerin önüne geçmesi için bir fırsat... Örneğin bir aile şirketi bize gelip, "Firmamı daha iyi bir firma haline getirmek için ne yapmanız gerekiyor?" diye sorduğunda, biz zaten yeni kanunun söylediklerini yapın diyoruz. Birkaç örnek verelim... Yeni TTK'da yönetim kurulunun yapısı baştan aşağı değişiyor. Yönetim kurullarında en az dörtte bir oranında üniversite mezunu olması zorunlu hale geliyor. Şirket hissedarı olmamasına rağmen profesyonel yöneticilerin yönetim

kurullarında oturabilmesinin önü açılıyor. Bu yöneticilerin istedikleri her konuda şeffaf şekilde bilgi alabilmesinin, gerekirse hesap sorabilmesinin önü açılıyor. Bunlarla birlikte tabi ki Yeni TTK, finans, bilgi işlem, kurumsal iletişim, hukuk gibi departmanlarda şirketlerde profesyonel ve uzman kadro çalıştırmayı veya düzenli şekilde profesyonel danışman desteği almayı teşvik ediyor.

Diğer bir önemli konu da yöneticilerin sorumluluklarının net şekilde belli olması... Bu konuda neler var yeni kanunda?

Yeni kanunda firmalar, yönetimde kimin kime karşı sorumlu olduğunun görev ve sorumluluklarının nerede başlayıp nerede bittiğini mutlaka bir iç yönerge hazırlayarak belgelemek zorundalar. Örneğin bir perakende deposunu düşünelim. Depoda bir yangın çıktı ve bir işçi hayatını kaybetti. Firmaya dava açıldı. Bu fiilden kim sorumlu? Yönetim kurulu üyelerinin tamamını sorumlu yoksa iş güvenliğinden sorumlu yönetim kurulu üyesini sorumlu? Yeni TTK'da farklılaştırılmış bir müteselsil sorumluluk mekanizması geliyor, ve yönetim kurulu üyelerinin kontrolleri dışında olan olaylardan sorumlu olmama durumu ortaya çıkıyor. Bu örnekte firma sözkonusu farklılaştırılmış müteselsil sorumluluk rejimi içerisinde iş güvenliğinden sorumlu komisyona yada YK üyesine hesap sorabiliyor. Dolayısıyla sorumlulukların çok daha akılcı biçimde yönetildiği yeni bir yapıdan bahsediyoruz. 1 Temmuz 2012'ye kadar tüm sermaye şirketleri bu iç yönergeleri hazırlamakla yükümlüdür.

En fazla öne çıkan konulardan biri de web sitesinde tüm mali bilgilerin şeffaf şekilde aktarılması. Neler değiştirecek bu uygulama?

Kanun, 1 Temmuz 2013 tarihinden itibaren yani kanun yürürlüğe girdikten bir yıl sonra bütün anonim ve limitet şirketlerin web sitesinde denetimden geçmiş finansal tablolarını yayınlamasını zorunlu hale getiriyor. Sadece finansal raporlar değil, websitesinde yayımlanması gereken bilgiler toplam 12 maddede özetlenen bir çok bilgi kanunda tanımlanmış. Faaliyet raporları, işlem denetçisi raporları, bağımsız denetim raporları ve daha birçok bilgi. Tüm sermaye şirketleri için çok ciddi, derinlemesine bir şeffaflaşmadan bahsediyoruz

Bu uygulamayla halka açık şirketlerde görülen şeffaflığın tüm şirketlere yayılması mı hedefleniyor?

Kesinlikle öyle. Bağımsız denetimden geçmiş UFRS ile uyumlu finansal tablolarını ve kanunda bahsedilen birçok bilgiyi şeffaf bir şekilde internet aracılığı ile yayımlayan bir firmanın halka açılmaması için herhangi bir engel yok. Dolayısıyla bu kanunu layıkıyla uygulayan tüm şirketler halka arz hazırlık hale geliyor.

Bu yayınlanan bilgilerin doğruluğu nasıl denetlenecek ve yayınlamayanlara nasıl ceza uygulanacak?

Web sitesini oluşturmama veya bilgileri yayınlamama ile ilgili hapis cezasına kadar giden bir takım cezalar öngörülüyor. 3 aydan 6 aya kadar uzayan hapis cezaları mevcut. Websitesinde açıklanan finansal bilgiler bağımsız denetçiler tarafından denetlenmiş bilgilerden oluşmak zorunda. Bağımsız denetçiye gerekli bilgileri sunmayan, bağımsız denetim sürecini sağlıklı bir biçimde ilerlemesini engelleyen yönetimlere 2 yıla kadar uzayan bir hapis cezası öngörülüyor.

Cezalar korkutucu olacak mı? Siz nasıl bir geçiş süreci ve ne oranda bir uyum bekliyorsunuz?

Sayın Ünal Tekinalp'in deyimiyle Yeni TTK bir eğitim kanunu bir ceza kanunu değil. Kanunda öngörülen adli ve para cezalarından çok biz firmayı bekleyen ticari risklere dikkat çekmek istiyoruz. Yeni TTK'nın öngördüğü iyi yönetim mekanizmalarını kurmayan firmaların, her gün zorlaşan piyasa rekabet koşulları ile başatması mümkün değil. Diğer taraftan Yeni TTK ile uyum sürecini başarı ile yöneten firmalar daha tercih edilir ve güvenilir firmalar haline gelirken, finansal şeffaflaşma, kurumsal yönetim konularında geride kalan firmaların ayakta kalması güçleşecek. Siz olsanız finansal tabloları UFRS ile uyumlu, bağımsız denetimden geçmiş finansal tablolarını websitesinde yayımlayabilen, iç kontrol, iç denetim fonksiyonlarını kurmuş, risk yönetimi mekanizmaları olan kurumsal bir şirket ile mi çalışmayı tercih edersiniz, yoksa bu sistemlerin hiçbirini kurmamış bir firmayla mı? Yada hangi firmaya borç verirsiniz, hisselerini satın alırsınız, yada stratejik ortaklık yapmak istersiniz?

“Şeffaflık ve hesap verilebilirlik amaçlandı”

Kenan Avcı

Moore Stephens Türkiye Şirket Ortağı

Yeni TTK özellikle iş ve ekonomi dünyasına radikal değişiklikler getirerek firmalar için şeffaflaşma, kamunun aydınlatılması ve kurumsallaşma adına bir dizi uygulamayı öngörüyor. Bu yeni yasanın muhasebe uygulamaları 01.01.2012 tarihinde, diğer genel hükümleri 01.07.2012 tarihinde, denetim hükümleri ise 01.01.2013 tarihinde yürürlüğe girecektir. Hazırlanan bu yeni yasa ile Türkiye’de ticaretin kuralları yeniden yazılmış ve çağın

gerektirdiği birçok yeni unsuru içermesi sağlandı. Yeni yasanın hazırlanmasındaki en önemli gerekçe 1957 yılında yürürlüğe girmiş olan mevcut mevzuatımızın şirketlerimizin uluslararası alanda rekabete ayak uydurabilmesi için gerekli olan unsurları içermemesi... Bu gün dünyada yatırımcılar ve devletler, şirketlerin; şeffaf, ulaşılabilir, mali tabloların anlaşılabilir, denetlenmiş ve dünyayla mukayese edilebilir, olmasını istemektedir. Öte yandan, çağımızda artık reel yaşama her alanda entegre olmuş bir sanal alem mevcut. Dolayısıyla yeni yasada, bu olguda göz ardı edilmemiş ve iş

dünyasında şirketlere, mecburi internet sitesi, elektronik imza, online genel kurul gibi birçok yeniliği getirdi.

Yeni TTK ile birlikte aile şirketlerinin dahi kurumsallaşması ve profesyonel yapıya kavuşması bir gereklilik olarak ortaya çıkacak. Ayrıca getirilen yenilikler ile şeffaflık ve hesap verilebilirlikte artacak. Yeni TTK ile sermaye şirketlerine getirilen yükümlülüklerin, Kanun’da öngörülen süreler içerisinde yerine getirilmesi gerekiyordur. Aksi durumda şirket ortakları hapis cezasına kadar gidebilecek oldukça ağır yaptırımlar ile karşılaşabilecekler.

“Gerçek ölçülebilir ekonomi şimdi başlıyor”

Prof. Dr. Ünal Tekinalp
Türk Ticaret Kanunu (TTK)
Hazırlık Bilim Komisyonu
Başkanı

Yeni Türk Ticaret Kanunu’nun babası, kanunun mimarı Prof. Dr. Ünal Tekinalp son olarak Manisa Ticaret ve Sanayi Odası’nın davetlisi olarak katıldığı konferansta yeni TTK hakkında bilgiler aktardı. Tekinalp’in yaptığı sunumun çarpıcı ve öne çıkan bölümleri aşağıdaki gibidir:



bir konu. Yeni TTK’da bunu da düşündük. Vergi usul kanunları 1946 tarihli bir Alman Kanun’dan geliyor. Bu bilançoyla dünya piyasalarından ucuz kredi bulmaları çok zor. Türk şirketleri

yüzde 5-6 faiz oranlarıyla kredi alıyor. Ama Avrupa Birliği’ne üye olan ülkelerdeki şirketlerin kredi maliyetleri çok daha düşük oranda... Yeni yasal düzenlemeler sayesinde firmalarımız çok daha ucuza finansman bulabilecekler.

Kanunun en önemli yanı ise yöneticilerin ve özellikle firma sahiplerinin faaliyetlerini bundan sonra kendi faydalarına değil toplumun ve şirketlerinin faydalarına sürdürmelerinin garanti altına alınmasıdır. Mevcut 'ortaklar cari hesabı' uygulamasıyla şirket kasasından çıkan paralar ortak borcu gibi eklenmekte ve bu hesap süresiz olduğu için hiç kapatılmamaktadır. Vergi uygulamasından dolayı ortaya çıkan bu hesap anonim ve limited şirket hukukuna, bilanço ilkelerine açıkça aykırıdır. Yeni Ticaret Kanunu bu hesabı yasaklarken, tasfiyesi için üç yıl verdi. Bu sürede tasfiye edilmezse şirket alacaklılarının şirketin borçları için borçlu ortağa takip yapabileceğini belirtti ve cezai yaptırım öngördü.

Bu söylediklerime artık böyle bir hesap yok diye itiraz edenler olabilir. Oysaki bu hesap halen bütün haşmetiyle yaşıyor. 17 yıl önce sadece adı değişti. Bugün Hesap

Planında 'ortaklar cari hesabı' diye bir hesap yok. Bugün var olan hesabın adı '131-231 Ortaklardan Alacaklar'dır. Yani hesabın adı 'Ali'nin borçları hesabı' iken, 'Şirketin Ali'den Alacakları' hesabı oldu. TOBB ile Deloitte’in TTKmetre anketinde Türkiye’deki şirketlerin yüzde 40’ında bu hesabın mevcudiyeti tespit edildi. Bu hesap dolayısıyla yeni TTK’nın bazı taşıyıcı kolonları kesilmek isteniyor. Biz yasayı hazırlarken bunun önüne geçmek için elimizden geleni yaptık.

Sayısı 400 bin civarında olan gayrifaal şirketler ve bunların kapsamında olan hayat standardı için yıllar önce kurulmuş şirketler halen yaşamaktadır. İlgili bakanlıklar ve birçok mali müşavir bunu büyük bir sorun olarak görüyor. Nerede konferansa gitsem mali müşavirler bu şirketleri soruyor. Anlıyorum ki, kuruluş amacı ortadan kalkmış olsa bile, bu şirketler bugün faaliyet göstermeden yaşıyor. Bu şirketler yeni TTK’nın getirdiği bağımsız denetime ve Türk Raporlama ve Denetim Standardına tabi olmak ve internet sitesinde şeffaflaşmak istemiyor. Bunlardan istisna edilmeleri için direnç göstermektedirler. Adresinde bulunamayan, organlarının seçimleri yenilenmeyen, münfesi hale gelmiş ancak kaydı silinmemiş şirketleri ekonominin içindeymiş gibi göstermenin hiçbir yararı olmadığı gibi, ölçülebilir ve şeffaf bir ekonomi için bu durumun büyük zararları vardır. Bu kanun ile bunun önüne geçeceğiz. Küçük sermayeli, çoğunluğu limited olan, hayat standardı denetiminden kaçınan, araba, tekne, evde kullanılan personel giderlerini sırtında taşıyan şirketlerin de bu kanun ile önüne geçeceğiz.



KANTARCI ÇELİK RAF SAN. ve TİC. A.Ş.

www.kantarci.com.tr

Merkez Fabrika

OSMAN KAVUNCU CAD. 7. Km. 38070 KAYSERİ - TÜRKİYE
Tel: +90 (352) 327 0352 +90 (352) 327 0353
Fax: +90 (352) 326 2979 kantarci@kantarci.com.tr

Marmara Bölge Müdürlüğü

Oruç Reis M. Tekstil Kent Cad. Galeria G1 Blok No.376
DK:10AB Esenler - İSTANBUL
Tel: +90 (212) 438 5733 0 (545) 331 7233
Fax: +90 212 438 6763 mustafa@kantarci.com.tr

İç Anadolu Bölge Temsilciliği

0 (533) 472 6850 t.dagli@kantarci.com.tr

Güneydoğu Anadolu Bölge Temsilciliği

0 (342) 321 0567 m.gozacan@kantarci.com.tr

Ege ve Akdeniz Bölge Temsilciliği

0 (533) 471 5263 bayramaktunc@kantarci.com.tr

Irak Office

0 (545) 331 7033 00 964 770 760 9961 erdogan.turgut@kantarci.com.tr

Azerbaycan Office

0 (533) 472 1653 +99 450 71899 goksel@kantarci.com.tr

Almanya Office

KANTARCI GmbH Am Alten Kaninsberg 12 52146 Würselen - DEUTSCHLAND
Tel: 00 49 24 05 140 67 65 66 Fax: 00 49 24 05 140 67 65 67
mahir@kantarci.com.tr

40 yıllık tecrübe, geleneksel lezzetler...

Türk damak tadının geleneksel lezzetlerini raflara sunan Boztoprak Genel Müdürü Hakkı Boztoprak, 2012 yılında yenilikçi ürünlerle 'hayatı tatlandırmaya' devam edeceklerini söyledi



Hakkı Boztoprak

Afyonkarahisar Organize Sanayi Bölgesinde bulunan Boztoprak Gıda A.Ş., 1970 yılında bir aile şirketi olarak kuruldu. Dedesinin özel helva tarifini değerlendirmek isteyen Yönetim Kurulu Başkanı Baba Metin Boztoprak 90 metrekairelik üretim tesisi ve kapasitesi ile işe başlamış ancak şu an dünyanın bir çok yerine ihracat yapan 120'den fazla ürün çeşidine sahip şekilde üretimine devam ediyor.

Geleneksel ürünleri, modern üretim tesisleri ile geleceğe taşıma misyonuna sahip firma, HACCP ve ISO9001 sertifikaları yanında TSE uygunluk belgesi ile üretim kalitesini üst düzeye taşımış durumda. Boztoprak Genel Müdürü Hakkı Boztoprak ile firmanın ana markası Metin Helva'nın 2011'i nasıl geçirdiğini ve gelecekte neler yapacağını konuştuk.

Metin Helva'nın portföyündeki ürün grupları ve üretim süreciyle ilgili bilgi verir misiniz?

Metin Helva ürün gruplarını helva, reçel, tahin, pekmez, bal, fındık kreması, pişmaniye olarak sıralayabiliriz. 15 bin metrekaire açık, 8 bin metrekaire kapalı alana sahip tesislerimizde, günlük 30 ton helva, 33 ton tahin, 27 ton reçel, 35 ton fındık kreması olmak üzere toplamda 125 ton günlük üretimi kapasitemiz bulunmaktadır. Üretimimizi 210 çalışmamız ile beraber yapmaktayız. 90 metrekairelik üretim tesisimizi 8 bin metrekaireye taşımak bizleri gururlandıran büyük başarıdır. Her şeyden önce işimizi seviyoruz ve bizim heyecanımızı paylaşacak kendini geliştirmeye istekli çalışma arkadaşları ile beraber çalışıyoruz. Fabrikamızın bulunduğu yer itibarı ile hammadde kalitesini, tazesini alabilme fırsatımız mevcut, bu opsiyonumuzu sonuna kadar en iyi şekilde değerlendirip modern ve hijyenik koşullar altında üretilmesini sağlayıp tüketiciye ulaştırıyoruz. Ayrıca ürünlerimiz "Tüm Tüketiciler Derneği"nin tavsiye ettiği ve desteklediği

ürünler arasında yer almaktadır. Boztoprak Gıda AŞ olarak üretimimizi kalite ve hijyenden ödün vermeyen bir anlayışla gerçekleştirmekteyiz. Firma güvenilirliği, ürün güvenirliliği, ürünün devamlılığı, ihtiyaca uygunluk, ürün ile hizmetin en iyi şekilde sağlanması temel kriterlerimizi oluşturmaktadır. Bunun bilinci içerisinde üretmiş olduğumuz ürünler perakende sektöründe aranır duruma gelmiştir.

2011 yılı firmanız açısından nasıl geçti?

2011 yılının başlamasıyla, hedeflerimizin gerçekleştirmek adına yola çıktık. Hedefimiz sürekli büyüyen şirketimizin sektörde önemli oyuncular arasında olmasını sağlamak ve marka değerimizin artması için gerekli çalışmaları yapmak. Şirketimiz Türkiye de bayilik yapılanmasını yıllar önce tamamladığı için asıl hedefi perakende pazarında yerimizi sağlamlaştırmak. Bu hedeflerinin dışında ihracatta sürekli yeni pazarlar açarak, şirket büyümesini maksimum seviyeye çıkarmak istiyoruz. Bu bağlamda bütün hedeflerimizi gerçeğe dönüştürdük. Sürekli büyüyen kadro yapımızı daha etkin kılmak ve güçlü bayi ağımızı daha da ileriye taşımak bizim 2011 yılı hedeflerimiz arasındaydı. Bunu da gerçekleştirdiğimizi söyleyebiliriz.

Genel olarak bu yılı gıda sektörünün sizin bulunduğunuz alanı açısından değerlendirir misiniz?

2011'in ilk 6 ayı sektör açısından hızlı ve sorunsuz büyüyen bir şekilde geçti. Yılın ikinci yarısında ise şeker, hammadde ve meyvede maliyet artışları sektörü olumsuz yönde etkiledi. Bu da ürünün raf fiyatlarına artış olarak yansır. Sektörün kendi içersin deki rekabetten dolayı, tüketici satın alma gücünün ucuz ürünlere ve discount noktalara doğru yönlendirdi. Bunun sonucunda üretici olup, ürününü bu

noktalarda bulundurmaman sektörümüzdeki çoğu meslektaşımız ciro kaybı yaşadı.

Yerel zincirlerle çalışmalarınız hangi noktada bulunuyor?

Türkiye genelinde çalıştığımız yaklaşık 60 bayimiz ve direkt çalıştığımız çok önemli yerel zincirler bulunmaktadır. Yerel marketler bizim için hem vitrin hem de çok önemli ve değerli satış kanallarıdır. Bu noktaların birçoğu ile uzun yıllardır iş birliğimiz var. Bu iş birliğini de her zaman nasıl ileri taşıyız ve geliştiririz diye çalışmalar yapıyoruz. Yerel marketler bizim marka değerimize çok katkı sağlamaktadır. Yerel zincirlerde her zaman satış artırıcı market içi çalışmalar ve market dışında da bölgesel aktiviteler ile bağımızı hep güçlü tutmaya çalışıyoruz.

Yurt dışında hangi çalışmaları gerçekleştiriyorsunuz? İhracatla ilgili bilgi verir misiniz?

Firmamızın ihracat geçmişimiz uzun zaman öncesine dayanır. 20 yıllık ihracattaki deneyimimiz ve bugüne kadar 31 ülkeye markamızı ulaştırmanın gururunu yaşıyoruz. Sadece ihracat yapan bir firma olmayarak, gerektiğinde ham madde, makine ithalatı da yapan aktif bir dış ticaret ekibi ile çalışıyoruz. Globalleşen dünyada iletişimin kolaylaşması ihracatların büyük kısmının bilgisayar ortamında yapılmasına izin verir hale geldi. Teknolojinin getirdiği kolaylıkları takip ederek e-ticaret siteleri aracılığı ile internet üzerinden gelen taleplere karşılık veriyoruz. Bunun yanında yurt dışında dünyanın önde gelen gıda fuarlarını takip ederek, katılımcı olarak stantlarımız aracılığı ile ithalatçı firmalar ile birebir görüşüyoruz. Bu sayede yurt dışındaki pazarımızı genişletip yer edinerek markamızı uluslararası boyuta taşıyoruz. Mesela bu yıl Güney Afrika'nın en büyük süpermarketlerinden biri ile anlaşma imzaladık ve fındık kreması ürünümüz raflarda yerini aldı. Ürünlerimizin dünyanın dört bir yanından ilgi görmesi ile ülkemizin milli gelirinde artış sağladığımızı bilmek bizler için çok anlamlı. Özellikle Ortadoğu ve Arap ülkelerinde Türk ürünlerine gösterilen ilgiden son derece memnunuz, bu güven

duygusunu korumak için uluslararası geçerliliği olan sertifikalar ile kalitemizi daha üst standartlara çıkardık. Türkiye'nin dünya coğrafyasında etkinliğini arttırdığı ortamda bizler de 2012 yılı için yurt dışında pazar payımızı arttırarak büyüme hedefi koyuyoruz.

2012 yılına dair ürün bazında yenilikleriniz olacak mı?

2012 yılında değişen ve gelişen dünyada geleneksel ürünlerimizin geri kalmaması için ambalajlarımızın yenilenmesi ve yeni ürünlerin piyasaya sürülmesi konularında çalışmalarımız olacak. Özellikle Saray Helvası olarak bilinen



Türkiye perakende sektörünün ve yerel zincirlerin geleceğine dair öngörü ve beklentilerinizi öğrenebilir miyiz?

Gelişmekte olan ülkemize baktığımızda perakende sektörü bir yapılanma ve kabuk değişimi içinde... Türkiye'de ulusal marketlerin ve özellikle Discount marketlerin her bölge de açması ve önlenemez büyümesi pazarı etkiliyor. Türkiye halen yerel zincir marketlerin kendilerini koruması ve pazara ayak uydurması açısından Avrupa'ya nazaran bir değişim gösteriyor. Yerel zincirlerin kendi içlerini de birbirlerini satın alması, kurumsallaşma adına yaptığı yatırımlar ve kendi marka değerlerini artırma çalışması bu farklılığın bir parçası. Önümüzdeki günlere baktığımızda ise yerel marketlerin hızlı fiziki büyümelerini sürdüreceği görülüyor. Ancak yanlış büyümenin ilerleyen dönemde bazı marketler için sorun olabileceği kanaatindeyim. Sıkıntıya düşenler olsa bile birçok yerel zincir, değişik bölgelere yayılarak ulusal pazara doğru büyüyecektir. Bizler de konumumuzu yerel marketlerin büyümesine bağlı olarak yenileyip kendimizi büyüteceğiz.



efsanevi tatlımız pişmaniye'nin farklı kıvamı ve lezzeti ile tüketiciye "Metin" markasında sunacağız. Bunun yanında yurt dışı yabancı ortaklar ile beraber lokum sektöründe yeni bir devir açabileceğini düşündüğümüz fikirlerimiz ile projelerimiz devam ediyor. Bizler "Hayat tatlı olmalı" diyerek işe başladık ve ürünlerimiz ile en doğal lezzetleri tüketicilerin evlerine getirmeyi hedefledik. Bu doğrultuda tüketicilerden veya iş ortaklarımızdan gelen her türlü talebi Ar - Ge ekibimiz ile beraber değerlendiriyoruz. 2012'de de hedefimiz pazarda lider firma olma yönünde ilerlemek.



Foodproduct Şubat'ta Antalya'da

Anfaş Foodproduct 19'uncu Uluslararası Gıda Ürünleri İhtisas Fuarı 15 - 18 Şubat 2012 de katılımcılarının ve ziyaretçilerini Antalya'da bekliyor

Foodproduct'ın 2012 yılında brüt 30 bin metrekare kapalı alanda 375 katılımcı ve 55 bin profesyonel ziyaretçiyi ağırlaması bekleniyor. Şimdiye kadar yapılmış olan anlaşmalar dâhilinde alt katılımcılar ile birlikte 255 firma ile brüt 22 bin metrekarelik bir alana ulaşan fuar,

Türkiye'de İstanbul dışında gerçekleştirilen sektörün en büyük organizasyonu olma özelliğini taşıyor.

KOSGEB 'in katılımcılara destek vereceği fuarda Türkiye Aşçılar Federasyonu ve Şefler Birliği'nin değerli ustaları, artık geleneksel

hale gelen VIP Gurme restoranda Türk ve Dünya Mutfağı'ndan örnekler sunacak. Fuarda market ve otel tedarikçi kuruluşlarının yanı sıra yüksek teknoloji, ambalajlama, uygun koruma, dağıtım ve depolama sistemi alanlarında çalışan firmalar da yeniliklerini sergileyecek.

EuroCIS 28 Şubat'ta Düsseldorf'ta

Dünyanın perakende teknolojileri alanındaki en büyük fuarı EuroCIS, 28 Şubat-1 Mart 2012 tarihleri arasında Almanya Düsseldorf'ta gerçekleştirilecek

EuroCIS, 20 ülkeden 200'ün üzerinde katılımcıyla perakende sektörüne yönelik en son çözümleri sergileyecek. Fuarla yaklaşık 50 ülkeden 5 binin üzerinde ziyaretçi bekleniyor.

EuroCIS'te her yıl perakende sektörüne yönelik tedarikçiler ve perakende profesyonelleri bir araya geliyor. EuroCIS'te perakendecilere, endüstriyel yaygın ürünlerin yanı sıra firmaların ihtiyaçlarına uygun kişiye özel çözümler de sunuluyor. Sunulan ürünler arasında, ödeme sistemleri, mobil çözümler, yenilikçi kontrol sistemleri, POS teknolojileri, tartı sistemleri, CRM ve mağaza içi dijital çözümler'in yanı sıra, nakit yönetimi, ticari güvenlik ve kayıp önleme gibi çözümler de yer alıyor.

E-ticaret bu yıl mercek altında

Tüketiciler özellikle son dönemde istedikleri bilgiye, cep telefonu veya kiosklar gibi araçlarla istedikleri zamanda ulaşmayı talep eden "çok-kanallı müşteriler" haline geliyor. Bu nedenle, bütün satış kanallarını kullanarak dijital ortamda dahil müşterilerine kişiye özel çözümler sunabilen perakendeciler, yoğun rekabet ortamında müşterilerin dikkatini çekebiliyor. Bu doğrultuda EuroCIS, 2012 itibarıyla çözüm yelpazesini çok-kanallı ve e-ticaret çözümlerini içine alacak şekilde genişletiyor.

Yönetim Kurulu Üyesi Ulrich Spaan, bu yeniliği, "Perakendeciler için web ve akıllı telefonlar gibi satış kanallarını kullanan optimal bir müşteri yaklaşımı son derece önemli bir strateji. Kapsamlı bir çok-kanallı strateji için gereken teknoloji ise perakendeciler için ciddi bir konu. Bu nedenle, e-ticaret segmenti, EuroCIS için önemli bir adım. Ziyaretçilerimize şimdi ve gelecekte, geniş kapsamlı yenilikçi teknoloji çözümleri sunmamıza imkan veriyor" şeklinde aktarıyor.

Forumlarla zenginleştirilmiş içerik EuroCIS'te üç gün boyunca perakende

sektörüne yönelik sunumların yapılacağı forumlar da yer alacak. Bu forumlarda odaklanılan konu başlıkları arasında da çok-kanallı perakende yer alacak. Bu forumlara katılım ücretsiz ve tüm ziyaretçilere açık olacak.

Şubat 2011'de gerçekleştirilen son EuroCIS fuarı, perakende sektöründe dünyanın en büyük sermaye teçhizatı fuarı konumundaki EuroShop'un içine entegre edilmiş bir formattaydı. Üç yılda bir düzenlenen EuroShop'un yapılmadığı yıllarda ise, EuroCIS bağımsız yıllık bir fuar olarak 15 yıldır düzenleniyor. Fuarla ilgili daha geniş bilgi için www.eurocis.com



Parex®

Temizlik bize fıssss gelir!

Parex temizlik yardımcıları, en zor kirlerin, tozların, bulaşıkların ve lekelerin temizliğinde en etkin yardımcınız olmaya devam ediyor. Parex paspaslar, eldivenler, süngerler, bezler, fırçalar, süpürgeler, toz ve tüy toplayıcılarla eviniz ışıdarken, size de sevdiklerinizle birlikte geçirebileceğiniz keyifli saatler kalıyor...



ETİ Burçak doğru tarımı destekliyor

ETİ Burçak ve Doğal Hayatı Koruma Vakfı (WWF-Türkiye), Konya Havzası'nda başlattıkları "İklim Uyum Seferberliği" projesinin sonuçlarını açıkladı



ETİ Burçak ve Doğal Hayatı Koruma Vakfı (WWF-Türkiye) işbirliği, 2011 yılında da "İklim Uyum Seferberliği Projesi" kapsamında, çiftçilerin iklim değişikliğine uyum konusunda farkındalığını geliştirecek pilot uygulamalarla devam etti. Bu proje ile iklimle uyumlu tarımsal üretimin yaygınlaştırılması ve modern sulamaya geçişin hızlandırılması amaçlandı. Proje kapsamında çiftçiler, verilen eğitim ve destekle doğru sulama yöntemleri hakkında bilgilendirildi ve belirlenen pilot bölgelerde doğru tarım uygulamaları hayata geçirildi. Altınekin ilçesinde iki farklı pilot bölgede buğdayda, Çumra ilçesinde ise arpada yağmurlama sulama uygulaması ve Karapınar'da ayçiçeğinde damla sulama uygulaması yapıldı. İklim Uyum Seferberliği Projesi ile gerçekleştirilen bu pilot uygulamalarda, su ve enerji kullanımında yüzde 47 tasarruf, verimde yüzde 36 artış sağlandı. Toplam tasarrufta ise gözle görülür olumlu sonuçlara ulaşıldı. Pilot bölgelerde gerçekleştirilen doğru tarım uygulamalarıyla toplamda 10 bin 470 KWH enerji tasarrufu ve 20 bin 640 metreküp su tasarrufu sağlandı.

Falım ve Tema işbirliğini sürdürecektir

Falım ve TEMA Vakfı, 3 yıldır birlikte yürüttüğü Sakız Ağaçlarına Sevgi Aşılıyor projesini 2016 yılına kadar sürdürmek üzere işbirliklerini tazeledi

Falım ve TEMA Vakfı işbirliğiyle, Türkiye'nin yerel ve ekonomik değerlerinden biri olan Sakız Ağacını bölgeye ve Türkiye ekonomisine yeniden kazandırmak amacıyla Ekim 2008'de başlatılan "Sakız Ağaçlarına Sevgi Aşılıyor" Projesi, yeni bir döneme başlıyor.

Bugüne dek 3 bine yakın fidan dikiminin yanı sıra çok sayıda canlandırma ve aşılanmanın gerçekleştirildiği projenin 2016 yılına kadar sürdürülmesi kararını alan Falım ve TEMA Vakfı, önümüzdeki 4 yılda uygulayacağı klonlama yöntemiyle sakız ağaçlarını yok olma tehlikesine karşı güvence altına alarak, verimliliklerini artıracak.

"Sakız Ağaçlarına Sevgi Aşılıyor" Türkiye'nin projesi

Düzenlenen basın toplantısında yeni dönem çalışma

stratejilerine değinen Kraft Türkiye Genel Müdürü Kostas Vlachos, "Biz ne sakız ağacını sadece bir ağaç, ne de bu projeyi basit bir ağaçlandırma projesi olarak görüyoruz. Sakız ağacı, binlerce yıllık bir geleneği peşinden sürükleyen özel bir



tür. Ekonomik değeri, doğaya katkıları, sakızı ve insanlarla arasındaki gönül bağıyla, sakız ağacını bu toprakların ve bu kültürün bir mirası olarak değerlendiriyoruz. Bu proje yalnızca Çeşme Yarımadası'nın değil, Türkiye'nin bir projesi. Bu nedenle önümüzdeki yıllarda projemize yeni yöntemlerle devam etmek üzere TEMA ile işbirliğimizi 2016'ya kadar sürdürme kararı aldık" dedi.



çözüm
odaklıyız

1969'dan beri
keyifli alışveriş ortamları yaratıyoruz.

Kurulduğumuz 1969 yılından günümüze, gelişen Türkiye'nin aynası olan perakende sektörü ile büyümeye devam ettik. 40 yılı aşan birikim ve tecrübemizi, çağdaş tasarım ürünü raf sistemleri ve perakende ekipmanlarına dönüştürdük.

HMY Group'un Doğu Avrupa, Rusya, Türk Cumhuriyetler ve Ortadoğu üretim üssü olarak, 20.000 metrekareyi aşan modern üretim tesislerimizde Türkiye ihracatına ve istihdamına katkı sağlamaya devam ediyoruz.



Fırçalar çantada dişler yolunda

Banat, “Fırçalar Çantada Dişler Yolunda Projesi” için gerçekleştirilen etkinliğe 2 bin 500 çocuğa diş fırçası vererek destek oldu

Türkiye'nin en kapsamlı koruyucu diş hekimliği çalışmalarından biri olan projenin basın toplantısı 8 Aralık 2011 Perşembe günü Kasımpaşa Orbay İlköğretim Okulu'nda yapıldı. Toplantının yapıldığı okulun spor salonunu Beyoğlu'ndaki Ahmet Emin Yalman, Cezayirli Hasan Paşa, Kaptanpaşa ve Orbay İlköğretim Okullarından katılan binlerce öğrenci doldurdu. Eğlenceli bir şekilde dişlerini fırçalayan ilköğretim öğrencileri ağız ve diş bakımının küçük yaşlarda kazanılması gereken bir alışkanlık olduğuna dikkat çekti. Projeye katılan çocukların diş fırçaları ülkemizin ilk diş fırçası üreticisi Banat tarafından hediye edildi. Etkinliğe diş fırçası vererek destek olan Banat adına toplantıya katılan Banat Ağız ve Kişisel Bakım Müdürü Berna Şenyuva yaptığı konuşma ile ülkemizde konuyla ilgili bilinç düzeyinin düşüklüğüne dikkat çekti. Şenyuva; “Türkiye’de ağız ve diş sağlığı konusunda farkındalık düzeyi çok düşük. Rakamlarla konuşmak gerekirse, Türkiye’deki 72 milyon kişilik nüfusun 40 milyonu dişlerini hiç fırçalamıyor. Gelişmiş ülkelerin diş fırçası ve macunu kullanım oranlarına göre çok düşük olan ülkemizde ağız sağlığı verilerinin bilinçli bireyler sayesinde artacağına inanıyoruz” dedi.



Henkel, öğrencilere destek oluyor

Türk Henkel’in burs ve mentorluk desteği verdiği kız öğrenciler, Türk Henkel çalışanlarının Kars’a düzenlediği gezide başarılı bir fotoğrafçılık deneyimi yaşadılar

Kars’ta eğitimlerini “Henkel’in Kızları İşbaşında” projesi kapsamında burs ve mentorluk desteği alarak sürdüren kız öğrenciler, Türk Henkel çalışanlarının kente düzenledikleri gezide unutamayacakları iki gün yaşadı. Türk Henkel’in, sosyal sorumluluk projesi çerçevesinde desteklediği öğrencileri, Türk Henkel

çalışanları ile birlikte hem Kars’ın tarihi ve doğal güzelliklerini görme, hem de başarılı bir fotoğrafçılık deneyimi yaşama fırsatı elde etti. Kars gezisinde Ani Harabeleri, Arkeoloji Müzesi ve Kars Kalesi’ni gezen grup, bu tarihi mekanlarda fotoğraflar çekerek hoş vakit geçirdi. Geziye katılan Türk Henkel

Fotoğraf Kulübü üyeleri de kız öğrencilere fotoğrafçılık konusunda bilgilerini aktardılar. 2008 yılından bu yana sürdürdükleri Henkel’in Kızları İşbaşında projesi kapsamında destek verilen öğrencilerle bir araya gelerek güzel bir deneyim yaşamaktan mutluluk duyduklarını belirten Henkel Kurumsal İletişim Müdürü Hande

Årdane şunları söyledi:

“Kız öğrencilere, kendi geleceklerini karmaları için bir fırsat verebilmek amacıyla Henkel’in Kızları İşbaşında projesini sürdürüyoruz. Henkel’in tüm dünyada öncelikli değerleri arasında yer alan kurumsal vatandaş kimliği ile hayata geçen projede destek verdiğimiz kız öğrencilerimizle güzel ve verimli bir gezide bir araya gelmenin mutluluğunu yaşadık. Şimdiden, bu öğrencilerin aldıkları eğitimle kendi geleceğine sahip çıkan, ayakları üzerinde duran güçlü bireyler olacaklarını görebiliyoruz.”



**YENİ
AMBALAJINDA**



Barilla Lezzetleri Yeni Ambalajında

Yenilikçi ve farklı ürünleri ile Türkiye’de makarna algısını değiştiren Barilla yepyeni kutuları ile raflardaki yerini aldı. Sürdürülebilir bir gelecek için geliştirilen çevreci yeni kutular aynı zamanda makarnaseverlere kullanım kolaylığı sağlayacak şekilde tasarlandı.

Lider makarna markası Barilla, Dünya’nın sürdürülebilirliği için attığı adımlara bir yenisini ekleyerek “geri dönüşümde verimliliği yüksek” yeni kutularının kullanımına başladı. Bu çerçevede ön yüzdeki pencere kaldırılırken özel olarak tasarlanan yeni kutuların açma-kapama kilidi makarnaseverlerin rahat ve kolay kullanımına elverişli hale getirildi.

Yine bildiğimiz ve güvendiğimiz Barilla lezzetleri bizlerle...

PERDER üyeleri Eylül - Ekim açılışları

Ortakalan Araştırma Grubu tarafından hazırlanan listemizde 10 şube ve üstüne sahip 72 PERDER üyesi zincir marketin Eylül - Ekim 2011 dönemindeki açılış performansını görebilirsiniz

Ortakalan Araştırma Grubu tarafından hazırlanan araştırmamızda 10 ve daha üzeri şube sayısına PERDER üyesi marketlerin geride bıraktığımız iki aylık dönemdeki performanslarını değerlendiriyoruz. Aşağıdaki tablodan 72 zincirin "Eylül - Ekim 2011" dönemindeki performanslarını ve hemen ardından da bunların toplu

değerlendirmelerini görebilirsiniz.

"Market" kelimesini "içerisinde gıda satışı da olan perakende satış noktaları" olarak tanımladığımız ve satış kalemleri içerisinde gıda olmayan; "elektronik market", "yapı market", "tekstil market" gibi isimlere sahip olan perakende noktalarını listemizin dışında tuttuğumuzu tekrar belirtiriz.

Dergimizdeki listeye 10 şube ve üzeri marketleri dahil etme nedenimiz bütün PERDER üyelerinin fiziki büyüme rakamlarının dergi sayfaları dahilinde verilmesinin mümkün olmayışıdır. Dergi ölçeğine sığabilecek ve PERDER üyelerinin istikrarlı büyümesi hakkında sektörde fikir oluşturabilecek bir veri oluşturmak adına bu kriter uygulanmıştır.

Ortakalan Araştırma Grubu		www.ortakalan.com.tr/PERDER/haberler					
SIRA	ZİNCİR MARKET	1 KASIM 2011	1 EYLÜL 2011	FARK 1	1 KASIM 2010	FARK 2	
1	Hakmar Express (İstanbul)	230	210	20	107	123	
2	Makromarket (Ulusal)	152	150	2	121	31	
3	Bizim Toptan Satış (Ulusal)	116	113	3	104	12	
4	Onurex (İstanbul)	92	91	1	59	33	
5	Genpa (Antalya)	91	89	2	85	6	
6	Mopaş (İstanbul)	83	83	0	77	6	
7	Çağdaş (Ankara)	66	65	1	57	9	
8	Altunbilekler (Ankara)	59	56	3	49	10	
9	Happy Center / Gross (İstanbul)	55	55	0	49	6	
10	Yunus (Ankara)	45	44	1	36	9	
11	Onur (İstanbul)	44	42	2	32	12	
12	Uyum (İstanbul)	44	42	2	32	12	
13	Pekdemir (Denizli)	42	42	0	37	5	
14	Soykan (Ankara)	41	41	0	41	0	
15	Akyurt (Ankara)	40	40	0	37	3	
16	Ardaş (İstanbul)	38	38	0	32	6	
17	Bağgimpa (Ankara)	38	37	1	27	11	
18	Hadim (Bursa)	36	34	2	27	9	
19	Peynirci Baba (Kocaeli)	33	32	1	30	3	
20	Gümüş AVM (İçel)	32	32	0	15	17	
21	Marka AVM (Sivas)	31	31	0	26	5	
22	Birebir (Antalya)	31	31	0	24	7	
23	Grup Hatipoğlu (İstanbul)	30	30	0	26	4	
24	Kıbaroğlu (İzmir)	30	30	0	23	7	
25	Kiler Kilpa (Trabzon)	27	27	0	23	4	
26	Öncü (Sivas)	27	27	0	17	10	
27	Özhan (Bursa)	25	25	0	23	2	
28	Merhamet Pazarı (Bursa)	25	25	0	23	2	
29	Tema (Erzurum)	25	25	0	25	0	
30	Çağrı (İstanbul)	24	24	0	21	3	
31	Sincap (Konya)	24	23	1	23	1	

SIRA	ZİNCİR MARKET	1 KASIM 2011	1 EYLÜL 2011	FARK 1	1 KASIM 2010	FARK 2
32	Çelikler (Ankara)	24	24	0	19	5
33	Seyhanlar (Bursa)	23	23	0	17	6
34	Reyon (İstanbul)	23	22	1	19	4
35	Öztürk (Ankara)	22	22	0	21	1
36	Onur Beylikdüzü (İstanbul)	21	18	3	14	7
37	Barış Gross (İzmir)	20	20	0	20	0
38	Biçen (İstanbul)	20	20	0	14	6
39	Halk (Aydın)	20	18	2	18	2
40	Tahtakale Spot (Antalya)	19	19	0	17	2
41	Hakmar (İstanbul)	18	18	0	16	2
42	Fiskomar (Giresun)	18	18	0	18	0
43	Groseri (Adana)	18	18	0	17	1
44	Gün (Denizli)	17	17	0	16	1
45	Oruç (İstanbul)	17	17	0	16	1
46	Özkuruşlar (İstanbul)	17	17	0	14	3
47	Bildirici (Ankara)	17	17	0	16	1
48	Efor (İstanbul)	17	17	0	12	5
49	Gürmar (İzmir)	16	16	0	14	2
50	Furpa (Bursa)	16	15	1	11	5
51	Gökkuşluğu (İstanbul)	15	16	-1	15	0
52	Çetinkaya AVM (Mersin)	15	15	0	14	1
53	Show (İstanbul)	14	13	1	10	4
54	Şenmar (Mersin)	14	10	4	9	5
55	Metropol (Çorum)	13	13	0	10	3
56	Erdemler (Ankara)	13	12	1	10	3
57	Ardaş Ekspres (İstanbul)	13	11	2	10	3
58	Jestpa (Aksaray)	12	12	0	10	2
59	Büyük Pastırmacı (Kırşehir)	12	12	0	10	2
60	Karadeniz İsmar (Trabzon)	11	11	0	11	0
61	Şanmar (Şanlıurfa)	11	11	0	11	0
62	Snowy (İstanbul)	11	11	0	8	3
63	Mevlana (İstanbul)	11	11	0	9	2
64	Emin (İstanbul)	11	11	0	9	2
65	Aymar (Trabzon)	10	10	0	8	2
66	Üçler (İstanbul)	10	10	0	9	1
67	Ravza (Bursa)	10	10	0	8	2
68	İsra (Bursa)	10	10	0	8	2
69	Akyüz (Samsun)	10	10	0	9	1
70	Sarıyer Market (İstanbul)	10	10	0	8	2
71	Akgüller (Düzce)	10	9	1	8	2
72	Şehzade (Kayseri)	10	10	0	7	3
Toplam		2295	2238	57	1828	467

Değerlendirmeler

1 Eylül 2011 - 1 Kasım 2011 döneminde 10 ve üzeri mağaza sayına sahip olan 72 PERDER üyesi zincirinin, sahip oldukları toplam şube sayılarına göre sıralanışları yukarıdaki gibidir. Eylül - Ekim 2011 döneminde Türkiye'deki 10 market ve üzeri PERDER üyesi firmanın toplam mağaza sayısı 2295'e ulaştı.

Dergi sayfalarına sığabilecek ölçekte bir veri grubu toplamak adına liste en az 10 şube kriteriyle ele alınmıştır. Bu tablodaki rakamlar ışığında Türkiye Perakendeciler Federasyonu çatısı altında büyüyen PERDER üyelerinin gösterdiği müthiş büyüme performansını görmek mümkün.

Listede yer alan 72 firma, sadece iki aylık

bir dönemde 57 yeni mağazayı bünyelerine katmış durumda. Buradan görülebileceği gibi mağaza sayısı açısından en yaygın ilk 72 PERDER üyesi, her iki aylık dönemde kendi içinden güçlü bir perakende zinciri daha çıkarıyor. Üstelik bu performans belirli coğrafi bölgelerle sınırlı değil, PERDER üyeleri Türkiye'nin her yerinde büyümeye devam ediyor.

10 şube ve üzeri ilk 72 firmanın yıllık açılış rakamlarına baktığımızda ise toplamda 467 yeni mağaza görmekteyiz. Bu rakam ise her sene ulusal ölçekte liderliğe oynayacak yeni bir market zincirinin oluşmasına eşdeğer.

İlk 12 market zincirinin payı

Ortakalan Araştırma Grubu		www.ortakalan.com.tr/PERDER/haberler				
SIRA	ZİNCİR MARKET	1 KASIM 2011	1 EYLÜL 2011	FARK	FARK ORANI (%)	
1	Hakmar Express (İstanbul)	230	210	20	35,08	
2	Makromarket (Ulusal)	152	150	2	3,5	
3	Bizim Toptan Satış (Ulusal)	116	113	3	5,26	
4	Onurex (İstanbul)	92	91	1	1,75	
5	Genpa (Antalya)	91	89	2	3,5	
6	Mopaş (İstanbul)	83	83	0	0	
7	Çağdaş (Ankara)	66	65	1	1,75	
8	Altunbilekler (Ankara)	59	56	3	5,26	
9	Happy Center / Gross (İstanbul)	55	55	0	0	
10	Yunus (Ankara)	45	44	1	1,75	
11	Onur (İstanbul)	44	42	2	3,5	
12	Uyum (İstanbul)	44	42	2	3,5	
12 zincir toplam		1077	1040	37	64,91	
Diğer 60 zincir toplam		1218	1198	14	35,09	
Genel toplam		2295	2238	57	100	

Bu listede PERDER üyesi zincir marketlerin içinde en fazla şube sayısına sahip 12 firmaya ayrı mercek tuttuk... Tabloda ilk 12'yi almamızın nedeni bu marketlerin ana listedeki toplam şube sayısının yarısına yakınına sahip olmaları... Bu listedeki 12 market zincirinin toplam şube rakamı olan 1077, ana listemizdeki toplam şube rakamı

olan 2295'in yaklaşık yüzde 47'sini karşılıyor.

72 firmalık listenin en üst sırasında yer alan ilk 12 firma yeni açılış rakamında da önemli bir performans sergilemiş durumda. Görüldüğü gibi ana tablodaki 57 yeni açılışın 37'si, ilk 12 firma tarafından

gerçekleştirilmiş durumda. Bu yüzde 64,91'lik bir oran anlamına geliyor. Yeni açılan mağaza sayısında Hakmar'ın 20 mağaza ile yeni açılış oranında yüzde 35,08'lik bir paya sahip olduğunu görüyoruz. Onun ardından 5'er yeni mağaza ile Bizim Toptan Satış ve Altunbilekler geliyor.

Eylül - Ekim 2011 döneminde 1'den fazla mağaza açanlar

Ortakalan Araştırma Grubu		www.ortakalan.com.tr/PERDER/haberler		
SIRA	ZİNCİR MARKET	AÇILIŞ		
1	Hakmar Express (İstanbul)	20		
2	Şenmar (Mersin)	4		
3	Bizim Toptan Satış (Ulusal)	3		
4	Altunbilekler (Ankara)	3		
5	Onur Beylikdüzü (İstanbul)	3		
6	Makromarket (Ulusal)	2		
7	Genpa (Antalya)	2		
8	Onur (İstanbul)	2		
9	Uyum (İstanbul)	2		
10	Hadim (Bursa)	2		
11	Halk (Aydın)	2		
12	Ardaş Ekspres (İstanbul)	2		
Toplam		47		

Bu listede yer alan 16 market, toplam açılış rakamı olan 57'nin 47'sini gerçekleştirmiş durumda. Listeyi iller bazında incelediğimizde İstanbul'un 5 firma ile belli bir ağırlığı olduğunu görmekteyiz. Ankara, Antalya, Aydın, Bursa ve Mersin ise birer üye ile bu listede yer alıyor. Ayrıca değişik coğrafi bölgelerde şubeleri olan ulusal kategorideki Makromarket ve BTT'nin de listede yer aldığını görüyoruz.

Son bir yıl en çok mağaza açan 10 PERDER üyesi

Ortakalan Araştırma Grubu

www.ortakalan.com.tr/PERDER/haberler

©

SIRA	ZİNCİR MARKET	ARTIŞ
1	Hakmar Express (İstanbul)	123
2	Onurex (İstanbul)	33
3	Makromarket (Ulusal)	31
4	Gümüş AVM (İçel)	17
5	Bizim Toptan Satış (Ulusal)	12
6	Onur (İstanbul)	12
7	Uyum (İstanbul)	12
8	Başgimpa (Ankara)	11
9	Altunbilekler (Ankara)	10
10	Öncü (Sivas)	10
Toplam		271

2010 yılının 1 Kasım'ı ile 2011 yılının 1 Kasım günü karşılaştırıldığında bir yılda en çok açılış yapan 10 PERDER üyesi yukarıdaki listede yer alıyor. Mağaza sayısı açısından 10 şube üzerindeki 72 firmayı kapsayan listemizdeki firmalar yıllık bazda toplamda 467 açılış gerçekleştirmişti. Bu

listede yer alan 10 firmanın ise bir sene içinde 271 yeni mağaza açtığını görmekteyiz.

Yıllık açılış performansı açısından ilk 10 üyenin iller bazında dağılımında 4 İstanbul, 2 Ankara, 1 Mersin, 1 Sivas firmasının

olduğunu görmekteyiz.

Ayrıca şubeleri birden fazla coğrafi bölgeye yayılmış durumda olan ulusal kategorideki Makromarket ve Bizim Toptan Satış'ın da yıllık performans bazında en çok açılış yapan ilk 10'a girmiş durumda.



İnternet perakendeciliği işimizin bir parçası



Ercüment TUNÇALP
Danışman

Bu günkü konumuz, perakendeci ile müşterinin elektronik ağda birbirleriyle iletişime geçtikleri formattır.

Yeni şube açmanın yüksek maliyeti yanında, internet üzerinden ciro artışı sağlamak ihmal edilecek çalışmalar değildir. Elbette fiziki mağazacılık yapmadan, e-ticareti bağımsız bir iş kolu gibi uygulayan yatırımcılar da vardır. Ancak öncelikle geleneksel perakendecinin internet üzerinden satışı işinin bir parçası olarak görme zorunluluğu vardır. Bu gün ülkemizde bu kanaldan müşterisine ulaşan bakkal meslektaşlarımız dahi vardır. Uygulama çok sadedir. İşini bilen bakkal e-posta adresini kartvizitine yazarak çevre evlere dağıtmakta, gelen siparişleri de hatasız yerine ulaştırmaktadır. Elbette teknolojiye yatırım yapan çok şubeli zincirlerden beklenen daha fazlasıdır.

“Business To Costumer”
Günümüzde en hızlı gelişen e-ticaret modeli B2C'dir. “Business To Costumer” kavramının kısaltması olan B2C daha fazla müşteriye ulaşma imkanı sunduğundan ve başlangıç maliyetlerinin uygun olması sebebiyle küçük işletmeler tarafından tercih

nedenidir. Yıllık sürdürme maliyetleri de normal mağaza yatırımları yanında çok düşüktür. O zaman bu kanalı ihmal etmenin mantıklı izahı olabilir mi? Müşteri sayısını, yeni şubelere yapılacak yatırımlarla artırmak yerine sanal ortamda artırmak daha tüccarca değil mi? Alışverişi sevmeyen ama kısa yoldan ihtiyaçlarını gidermeye çalışan müşteriye çekici görseller içinden seçme zevki verilebilmelidir. Mağaza içindeki kısıtlı ürün portföyünün dışına çıkarak daha geniş seçenekler sunmak da mümkündür. Teknolojik gelişmelerin her adımında az parayla çok kazanç sağlamak mümkün hale gelmektedir. İşte dünya lideri Walmart “My Lokal Walmart” Facebook uygulaması ile 4000'e yakın her şubesi için ayrı Facebook sayfası oluşturmuştur. Böylelikle müşteriler kendilerine en yakın Walmart şubesinden ne hizmet alabileceklerini, yeni ürünleri, kampanyaları, mağaza içi aktiviteleri biliyorlar ve mağazaya girmeden izleme imkanı buluyorlar. Dolayısıyla sadece internet üzerinden alışverişte bile gözden kaçırılan bir avantaj söz konusu olmuyor.

Perakendeciliğin değişik formatı

Aynı bünyede ne kadar değişik format uygulanırsa o kadar geniş çevreye ulaşılması kolay olur. Bu günkü konumuz, perakendeci ile müşterinin elektronik ağda birbirleriyle iletişime geçtikleri formattır. Ve özenle uygulanması gereken çalışmalardır. Üzülerek belirtmeliyimki; birçok perakendecimiz bu iletişimin başlangıcı olan web sayfalarına bile yeterli önemi vermiyorlar. Oysa göstermelik web yerine, yaşayan web sayfalarını her gün binlerce tüketiciye izletme imkanı vardır. Şubelerimizin sadece adresleri yerine varış kroki ve haritaları konmalıdır. Sadece 15 günlük insertler yerine günlük yapılan indirim ve promosyonlar bile orada yer almalıdır. E-perakendecilikte satılacak ürünlerin iyi seçilmesi gerekir. Zira yakından görmek, tatmak, dokunarak almak için müşteri çoğu zaman ürünleri bizzat mağazadan almak istiyor. Sadece tanıdığı markayı, ambalajında

kolaylıkla internet üzerinden alabiliyor. İşte o resmi sanki ürün raftaymış gibi kendisine göstermek gereklidir. Şimdi teknolojinin geldiği son noktada, oturduğunuz yerden üç boyutlu tasarlanmış sanal marketten, aradığınız ürüne yorulmadan ulaşmak, 360 derece döndürerek incelemek mümkündür. Mağazada ziyaret günü bulunamayan ürüne internet üzerinden ulaşılabilir. Veya mağazaya gitmeden önce web'den ürünleri inceleme imkanı olmalıdır. Anadolu'da bu kanalı en azından bu gün için önemsemeyen meslektaşlarımız olabilir. Ancak unutulmamalıdır ki; artık genç nüfusumuzun teknoloji merakı hayli yüksektir ve her evde en az bir kişi bilgisayar kullanmaktadır. İnternet kullanımı da her gün istikrarlı şekilde artmaktadır. İşte en yetkili ağızdan bu formatın geldiği son nokta: Bankalararası Kart Merkezi Genel Müdürü Soner Canko, Türkiye'de her 5 kişiden birinin internet üzerinden alışveriş yaptığına dikkat çekiyor. 2011'in ilk 9 ayında yüzde 52 ciro artışı ile dünyanın en hızlı büyüyen pazarı olduğumuzu belirtiyor. Üstelik zamanı kısıtlı olanların ve alışverişi sevmeyenlerin sayısı hiç de az değildir. Ayrıca yukarda belirttiğim gibi sanal satış şimdilik bünyemizde düşük kalsa bile mağazayı takviye eden bilgilerin verilmesi, reklam yapılması, müşteri şikayetlerinin alınması ve geri dönüşün sağlanması için bile vazgeçilmez araçtır. Bu gün için bütün gıda dışı ürünleri, özellikle de teknolojik ürünleri internette gezmeden mağazaya girene rastlamak pek mümkün değildir. Çünkü hiç yorulmadan birçok alternatif ürünü ve alternatif mağazayı karşınızda buluyorsunuz, hemde son fiyatlarıyla... İnternet kullanımının artması, mağaza perakendeciliğinden internet perakendeciliğine geçişi hızlandıracaktır. Tedbir şimdiden alınır, her iki format arasındaki payın değil, toplam ciro ve karın önemi olur. Sektörde net karın yüzde 2-3 olduğunu, hırsızlık ve hatalar toplamının da asgari yüzde 2 çıktığını düşünürsek; internet üzerinden satışta hırsızlık riski olmadığından karlılığı artırıcı özelliğide daha açık görülebilir.

Her iki açıdan: Ürün güvenliği!



Yılmaz PEKMEZCAN
Akademiye
ypekmezcan@gmail.com

Tüketiciler için sağlık ve güvenliklerine olumsuz etki edecek ürünlerin piyasada yer almaması önem arz ederken, üreticiler de kazançlarını ve ürünlerinin piyasadaki imajını göz önünde bulundurmaktadırlar.

Ekonomik verilere göre ülkemizin istihdama katkı sağlayan en dinamik sektörü hiç kuşkusuz "perakende sektörü". Sektörün gelişimiyle birlikte aslında sorunları ve bu sorunların çözümleri de beraberinde büyümekte. Özellikle nihai tüketicilerin doğrudan tüketime yönelik alış-veriş davranışları sergilemesi bu alanda faaliyet gösteren firmalar açısından son derece dikkat edilmesi gereken konuların başında "Ürün Güvenliği" gelmeli. Bu kavram aslında iki farklı anlam içermesi bakımından başlıkta her iki yönde ele alınması bakımından vermek istediğim mesaja uygun olarak belirlendi. Ürün güvenliği denildiğinde ilk aklımıza gelen Dış Ticaret Müsteşarlığı kaynaklarına göre : Piyasaya arz edilecek her ürünün, insan sağlığı, can ve mal güvenliği, hayvan ve bitki yaşam ve sağlığı, çevre ve tüketicinin korunması açısından asgari güvenlik koşullarını sağlaması gerekmektedir. (Mağazalardaki ürün hırsızlığı ile kastedilen güvenlik konusu bir sonraki aşamada ele

alınacaktır). Güvenli ürün, normal kullanım koşullarında risk taşımayan veya kabul edilebilir ölçülerde risk taşıyan ve yukarıda bahsedilen temel gerekler bakımından azami ölçüde koruma sağlayan ürünler ifade eder ve ilgili mevzuatına uygun ürünler güvenli olarak kabul edilirler. Piyasaya güvenli ürün sunulmasını sağlamak ve ürün güvenliğine ilişkin tedbirleri almak amacıyla Avrupa Birliği'nin "Genel Ürün Güvenliği"ne ilişkin mevzuatı temel alınarak "4703 sayılı Ürünlere İlişkin Teknik Mevzuatın Hazırlanması ve Uygulanmasına Dair Kanun" hazırlanmış ve 2002 yılı itibari ile yürürlüğe girmiştir. Bu kapsamda, kendi görev alanlarına giren ürünlerin mevzuatının hazırlanması ve uygulanmasından yetkili kuruluşlar sorumludur. Diğer taraftan, üretici piyasaya güvenli ürün arz etmek zorundadır. Bununla birlikte, ürüne ilişkin tüketiciye bilgi sağlamak, özelliklerini belirtecek şekilde ürünü işaretlemek; gerektiğinde piyasaya arz edilmiş ürünlerden numuneler alarak test etmek, şikayetleri soruşturmak ve yapılan denetim sonuçlarından dağıtıcıları haberdar etmek, riskleri önlemek amacıyla ürünlerin toplatılması ve bertarafı da dahil olmak üzere gerekli önlemleri almakla yükümlüdür. Dağıtıcı ise, sahip olduğu bilgiler çerçevesinde, güvenli olmayan ürünleri piyasaya arz edemez ve faaliyet alanı çerçevesinde ürünlerin taşıdığı riskler ve bu risklerden korunmak için alınması gereken önlemler hakkında ilgililere bilgi verir. Üreticinin tespit edilemediği durumlarda, üreticinin veya ürünün tedarik ettiği kişinin kimliğini bildirmeyen satıcı üretici olarak kabul edilir ve ürüne ilişkin tüm sorumluluğu üstlenir. İlgili mevzuatına uygunluğu belgelenmiş olsa dahi, bir ürünün güvenli olmadığına dair kesin belirtilerin bulunması halinde, bu ürünün piyasaya arzı, kontrol yapıncaya kadar yetkili kuruluşça geçici olarak durdurulur. Yapılan kontrol sonucunda ürünün güvenli olmadığına tespit edilmesi halinde, yetkili kuruluş, ürünün piyasaya arzını yasaklar ve/veya piyasaya arz edilmiş ürünleri toplatır ve/veya ürünlerin kısmen veya tamamen bertaraf edilmesini sağlar. Piyasadaki ürünlerin güvenli olup olmadığına yönelik denetimler ve bu denetimler neticesinde alınan önlemler ekonominin iki büyük aktörü olan üretici ve tüketici kesimini doğrudan etkilemektedir. Tüketiciler için sağlık ve güvenliklerine

olumsuz etki edecek ürünlerin piyasada yer almaması önem arz ederken, üreticiler de kazançlarını ve ürünlerinin piyasadaki imajını göz önünde bulundurmaktadırlar. Ekonomi bakanlığının yaptığı çalışmalara göre; PGD (Piyasa gözetimi ve denetimi)'nin insan sağlığını, can güvenliğini ve çevreyi koruyarak toplumun hayat kalitesini yükseltmenin yanı sıra, topluma, özellikle ekonomik anlamda sağladığı başka yararlar da vardır. Bunları özetlemek gerekirse:

- PGD, ürününü piyasaya güvenli arz etmek için gereken maliyete katlanmamış üreticilerin piyasadaki dışlanmasını sağlayarak, mevzuata uygun ürün arz eden üreticinin karşılaştığı haksız rekabetin önüne geçer.
- Ülkemizin artan ithalat hacmi göz önünde bulundurulduğunda gümrüklerde bütün ürünlerin denetlenmesi imkanı bulunmamaktadır. PGD bu anlamda, ithalat denetimlerini tamamlayan ve ithal ve yerli bütün ürünlerin iç piyasada denetlenmesini sağlayan önemli bir araç olarak karşımıza çıkmaktadır.
- PGD, piyasanın disipline edilmesine ve üretimin ileri standartlara kavuşmasına hizmet ederek, ihracatın rekabet gücünün artırılmasına da dolaylı olarak katkıda bulunmaktadır.

Devlet, PGD faaliyetlerini gerçekleştirirken tüketici ve üretici faydaları arasındaki dengeyi gözetmek durumundadır. Özellikle küçük ve orta ölçekli üreticilere, yeni mevzuatın getirdiği yükümlülükleri yerine getirmelerine yönelik gerekli desteğin verilmesi ihmal edilmemelidir. Ancak, şüphesiz ki konu insan sağlığı olduğunda bu dengenin tüketici lehine gözetilmesi esas olmalıdır. Bunun yanı sıra Üreticiler piyasaya sadece teknik düzenlemesine uygun ve güvenli olan ürünleri arz etmek zorundadırlar. Üreticinin ülkede yerleşik olmaması halinde yetkili temsilcisi ya da ithalatçısı veya ürünün güvenliğini etkileyecek işlemde bulunan diğer gerçek ve tüzel kişiler ürün güvenliğinden sorumludur. Dağıtıcı ise, güvenli olduğunu bildiği ürünü piyasaya arz edemez. Ayrıca malı tedarik ettiği kişinin kimliğini bildirmez ise üretici olarak kabul edilir ve üreticinin sahip olduğu tüm sorumlulukları yüklenir.

"Dün yaptığımız şey size hala çok iyi görünüyorsa, bugün yeterli değilsiniz demektir"

Earle Wilson

Perakendecilik bir meslektir!!!



Gurbet ALTAY
TPF Genel Koordinatörü
gurbetaltay@tpdf.org

Hangi perakendeciye dokunsanız en önemli sorunuz nedir diye ilk cevap “nitelikli personelin olmaması” diye yanıt veriyor.

Yıllardır ayakta kalan ve gelişimini sürekli sürdüren bir meslek ama meslek değil. Herkesin ihtiyaç duyduğu olmazsa olmaz dediği fakat konusu geldiğinde Çanakkaledeki şehirlerin sayısı misali göz ardı ettiği bir unsur. Yüzbinlerce çalışanı olan fakat meslek olarak görmediğimiz perakendecilik birçok çalışan ve meslek aşığı da yetiştirmiştir. Bizler genel de Avrupa'dan alırsız ya çoğu şeylerimizi işte perakendeciliğin bir meslek olduğunu ve artık üniversitelerin de olması gerektiğini sanırım Avrupa'dan alacağız. Türk perakendeciliğin gelişim seyrine bakıldığında patronundan çalışanına, üreticisinden tedarikçisine kadar çok özveriyle çalışmışlardır. Ve hala dünyadaki bu gelişim ve değişime ayak uydurmak için de çabalamaktadırlar. Bu unsurların hepsi dosya konusutez konusu olabilir ama bizler bu yazı da insan kaynakları ve perakendecilik meslek dalına değinmek istiyoruz. Başlangıçta tüm mesleklerde olduğu gibi perakendeciliği de meslek olarak görmek zor ama derler ya atalar artık zamanı geldi.

Gerek çalışanların fazlalığı gerekse herşeyin bir sistem içinde yapılması, gerekse de gün geçtikçe gelişmesi bunu doğrulayan sebeplerdir. Hangi perakendeciye dokunsanız en önemli sorunuz nedir diye ilk cevap “nitelikli personelin olmaması” diye yanıt veriyor. Şunu da unutmamak gerekir ki her meslekte vardır mutlaka ama sanırım en önemli nokta işin sevilmesi sanırım. Yıllar önce bir arkadaşım ben perakende sektöründe çalıştım için kendisinin de girmek istediğini belirtmişti. Eşi öğretmen ve bir tane de kızı vardı ilkokula giden. Ben de kendisine öncelikle eşinden ve kızında izin almasını belirtmiştim. İlk intibası şaşkınlık oldu neden diye sorduğunda;

- Tatilinin az olması
- Özveri istenen meslek olması
- Mesai saatlerinin esnek olması
- Henüz daha üniversitelerde lisans programının olmaması

Söylemiştim. O zaman eşinin Pazar izinli olması arkadaşımın Pazar çalışması gerektiğini belirttiğimde biraz düşünde ve eşiyile konuşarak perakendecilik mesleğine girdi. Şimdi beraber olduğumuzda ilk söylediği söz “iyi ki girdim bu mesleğe” yanıtı oluyor.

Yukarıda saydığım maddeler hangi meslekte yok ki. Günümüze ayat uydurmak ve geleceğe güvenle bakacak her meslekte mevcut. Yine yıllardır gündemde olan perakende yasasının maddelerinden bir tanesi Pazar günü marketlerin tatil edilmesidir. Bu kadar büyük bir sektörün mutlaka bir yasası olacak elbet ama bizler federasyon olarak takiplerimize her zaman devam edeceğiz.

2011 yılı insan kaynakları sitelerine bakıldığında en çok personel arayan ve en çok iş arayan sektör %15 ile perakendecilik gelmekte. Tabii ki burada sektörün üniversitelerde lisans programının olması nitelikli personel ihtiyacını da karşılayacaktır. Mevcut yapıda meslek yüksek okullarında “perakende satış ve mağaza yönetimi” bölümlerinin olması önemli bir gelişme fakat bilinmesi ve tercih edilmesi konusunda eksiklik vardır. Bizler federasyon olarak ilk adımlarını attığımız lisans programı ile ilgili olarak yakın bir zaman da sektöre bunun müjesini vermiş olacağız.

Aynı zaman da meslek yüksek okullarıyla da iletişime geçerek daha verimli nasıl çalışabiliriz projelerini oluşturmaktayız. Belki geç kalındı ama başlamak bitirmenin

yarısı olduğunu biliyoruz. Tabii ki burada tüm sektöre seslenmek isteriz.

Perakendecilik;

- Müşteri ilişkileriyle
- Personel yönetimiyle
- Mağaza görsel yönetimiyle
- Tedarik-üretici zinciriyle

Bir bilim dalı haline gelmiştir. O sebepten gerek duyurum gerek se üniversitelerin desteklesi bu sektörü olması gereken yere götürecektir.

Bilim dalı dedik ama nereden başlayarak bilim dalı diye sorulduğunda perakendeciler şu yanıtı vermektedirler. Mağazalara müşterinin gelmesinden, içeride dolaşmasından, alışverişin bitiminden sonrasına kadar takibi, çalışması yapılması gerekmektedir.

Müşterilerin mağazalara gelmesini sağlamak için yapılan bilimsel çalışmalar onların bilinçaltına girilerek gelme dürtüsünü uyarmak başlı başına bir projedir. Onun yanı sıra müşterinin perakende noktalarında alışverişi sırasında ışığın şiddeti, müziğin ahengi, ortamın sıcaklığı, personelin veya ortamın elektiriği etkili olmaktadır. O halde bunların hepsini yapmak sanırım çok kolay olmasa gerek. Aynı şekilde perakende noktalarına gelenli alışverişin bitiminde mağazaları terk eden müşterilerin tekrar gelmelerini sağlayacak kapsamlı bir çalışmanın yapılması da başlı başına bir tecrübe ve meziyet gerektirmektedir. Tüm bu veriler eşliğinde müşteriyi tanımak, takip etmek, samimiyetini kazanabilmek için beden dilinden, iletişim uzmanlığına ve perakende bilgisinin çok güncel olamsından geçmektedir.

Hergün değişen müşteri davranışlarını takip etmek, eğitimden geçtiğini ve bunun bilimsel bir kanallarda yani üniversitelerde yapılmasının daha verimli olacağını düşünmekteyim.

2011 verilerine bakılığında sadece yerel zincirlerin %21 artması bu sektörde daha çok kalifiye, verimli personellere ihtiyaç olduğu anlamına gelmektedir. O halde perakende sektöründe görev alacak arkadaşların daha verimli olabilmeleri için birden çok görevleri olması gerektiğini de unutmamalıdır.

Herşey sevmekle başlar, perakendecilik sektöründe olan arkadaşlarımız bu sevgiyi yüreklerinin derinliklerinde hissettiklerine eminim.

ÖNERLER MÄRKET

FİRMA İSMİ: ÖNERLER MÄRKET
TİCARİ ÜNVAN: ESNUR TARIM ÜRÜN
SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.
ŞUBE SAYISI: 2
İLGİLİ KİŞİ: ERSİN ÇAY
DERNEK: BURSA PERDER



EMY MÄRKET

FİRMA İSMİ: EMY MÄRKET
TİCARİ ÜNVAN: EMY ÖZEL EĞİTİM SOS. HİZ.
GIDA OT. TAŞ. İNŞ. TUR. İİL. DEN. TİC. LTD. ŞTİ.
ŞUBE SAYISI: 1
İLGİLİ KİŞİ: MEHMET KOCA
DERNEK: BURSA PERDER



ZÜMRÜT MÄRKET

FİRMA ADI: ZÜMRÜT MÄRKET
ŞUBE SAYISI: 4
İLGİLİ KİŞİ: NAİM MURATOĞULLARI
DERNEK: BURSA PERDER



Üye

274

Şube

2.998

Personel

57.877

m²

2.070.559

HER GEÇEN GÜN
BÜYÜYÖRÜZ!

Yemek hazır, haydi sofraya

Sanayileşme ve teknoloji, insan hayatını karmaşık ve yorucu hale getirirken bir yandan da çözümünü kendi içinde üretiyor. Yoğun iş gününün ardından kendini eve zor atan tüketiciler, iki dakkada ısıtılıp 5 dakikada sofrada hazır olan ürünler sayesinde evde yemek yiyebilme fırsatını yakalıyor

Euromonitor tarafından geçtiğimiz yılın Ekim ayında yayınlanan Türkiye'de Hazır Yemek Sektörü raporuna göre, 2010 yılında yüzde 2 büyüme hızıyla 65 milyon TL değerinde bir sektör hazır yemek... Bu artışta en kilit sebep olarak hızlı şehirleşme gösterilmekte. Buna ek olarak, kadının iş hayatı içinde daha çok yer almaya başlaması ve her geçen gün yemek yapmaya daha az vakit ayırması bu pazarın genişlemesine neden oluyor. Özellikle, yalnız yaşayan üniversite öğrenciler zaman ve parayı yemek pişirmeye ayırmak istemiyor. Bu da hazır yemek tüketimini uygun bir alternatif olarak ortaya çıkarıyor.

2010 yılı verilerine göre, hazır yemek sektöründe yüzde 85 oranında dağıtım kanalı olarak süpermarket ve zincir marketler gösteriliyor. Burada her an her yerde ulaşılabilir olan ulusal zincirlerin yanında yerel zincirlerinde son yıllarda hızla büyümesi de büyük bir etken. Bu da özellikle tüketicinin hazır yemek ile ilgili algısının pekişmesinde yardımcı olan bir unsur.

AC Nielsen verilerine göre hazır yemek sektörü içinde bir kategori olan dondurulmuş gıda pazarı 2010'un ilk 3 ayında geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre miktarsal olarak yüzde 19, ciro olarak da yüzde 27 büyüme kaydetti. Özellikle su ürünleri pazarının toplam pazardan daha hızlı büyüdüğü gözlemleniyor. Burada pazara sunulan yeni ve yenilikçi ürünlerin payı önemli bir yer tutuyor.

Penguenden yenilikçi ürünler

Sebze konserveleri, hazır yemekler, salça, turşu, az şekerli reçel, meyve preparatları, bisküvi ve dondurma sosları, kurutulmuş meyve şekerlemeleri, dondurulmuş gıda gibi yüzde 100 yerli

üretimden elde ettiği ürün çeşidini her geçen gün zenginleştiren Penguen, bugün sekiz bölge müdürlüğü ve 40 bayiden oluşan yaygın dağıtım kanalı ile tüm ürünlerini Türkiye'nin her köşesine ulaştırıyor. Penguen, geleneksel reçel ve turşu ürünlerinin yanı sıra market raflarına kavrulmuş ıspanak, haşlanmış bakliyat gibi lezzetler sunuyor.

Penguen Gıda, yüzde 70'i sözleşmeli olmak üzere yaklaşık 10 bin çiftçiden oluşan ve 40 bin dekar alanı kaplayan ekim alanı ile Türkiye'nin en büyük zirai hammadde alıcılarından biri konumunda... Teknoloji ve AR-GE yatırımlarına kurulduğu günden bu yana büyük önem veren, sektöründe birçok ilke imza atmayı başaran ve 10 bine e yakın çiftçisi ile sözleşmeli tarımın öncülerinden olan Penguen Gıda, verimliliği arttırabilmek amacıyla ikinci bezelye hasat makinesini ve fasulye ile ıspanak hasat makinesi aldı. Toplam değeri 2 milyon doların üstünde olan bu makineler sayesinde geçen yılın tam



Aykan Sözüçetin



4 katı bezelye tonajına ulaştıklarını ve bu sayede bezelye ürünü cirolarını 10 milyon TL seviyesine çıkardıklarını kaydeden Penguen Gıda Genel Müdürü Aykan Sözüçetin, tarım işçisi bulunamadığı için malı kuruyan çiftçilerimize de bu sayede can simidi olduklarını sözlerine ekledi. Türkiye'nin bir tarım ülkesi olduğunu ancak bu potansiyelin verimli kullanılmadığını belirten Sözüçetin, geniş alanlarda yapılan makineli tarım ile Türk tarımının gelişeceğini, Penguen Gıda'nın da bu konuda sektörüne liderlik ettiğini ifade etti.

Geleneksel tatlar market dolaplarında

Gaziantep'te Sahan Restoranlar Zinciri, 2009 yılında girdiği hazır gıda sektöründe sadece kebab, içli köfte, lahmacun değil etli bamya, türlü, İzmir köfte gibi ürünleri de paketleyerek önemli bir başarı yakaladı. Yenisahra'da yaklaşık 2 bin metrekare alan üzerinde dondurulmuş gıda ve meze üretimi yapan firma, toplamda 10 milyon dolarlık yatırım gerçekleştirdi. Sahan Restoranları Yönetim Kurulu Başkanı Tahir Tekin Öztan, 12 çeşit ev yemeğini dondurarak piyasaya sürdüklerini belirterek, 'Topraklarımıza ait yöresel yiyecekleri tüm dünyaya tanıtmayı hedefliyoruz' dedi. Tüm dünyayı sarsan ekonomik krizde işçi çıkarmak yerine krizi yeni yatırım fırsatı olarak değerlendirdiklerini belirten Öztan, herkes tarafından beğenilen ve Türk damak zevkine uygun tek tek el ile hazırlanıp paketlere konulan 12 çeşit gıdayı yüzde 100 doğal olarak dondurarak marketlerde satışa sunduklarını söyledi.

Lyra Gıda, Easyfood markası ile pazarı büyötmeyi hedefliyor

Easyfood ürünleri 3 grup ve 16 üründen oluşuyor. Hazır yemekler, yemeğe yardımcı ürünler ve hazır tatlılar. Hazır yemekler ısıtmaya hazır, pişmiş etli kuru fasulyeden, arpa şehriyeli pirinç pilavına, etli yaprak sarmadan, levrek buğulamaya kadar birçok üründen oluşuyor. Üstelik sadece 2 dakikada ısıtıp, yenilebiliyor. Yemeğe yardımcı ürünler dediğimiz grupta yer alan domatesli sarımsaklı sos ürünleri ise doğrama ve pişirme gibi zahmetli süreçlerden sizi kurtararak, birbirinden lezzetli yemekleri birkaç dakikada yapabilmek imkânı veriyor. Kabak tatlısı ve ekme kadayıfı gibi hazır tatlılar da Easyfood'un sofralara getirdiği bir diğer kolaylık. Lyra Gıda Kurumsal İletişim Yöneticisi Sarp Tunçay konuyla ilgili şu bilgileri aktardı: "LYRA, 13 yıl önce bir restaurant işletmecisi ve catering firması olarak kuruldu. Catering sektörünün, sanayi boyutunda yemek üretilebilen yenilikçi bir projeye ihtiyacı olduğu tespiti ile 2007 yılının başında İ.T.Ü. Arı Teknokent'te başlatılan Ar - Ge çalışmasına paralel olarak, faaliyet alanını değiştirmeye kararı aldı. 2009 yılında bu Ar - Ge çalışmasının sonucunda, endüstriyel yemek üretimi konusunda Kimya Sanayicileri Organize Sanayi Bölgesi (KOSB) içinde 2 bin 400 metrekaare alan üzerine

inşa edilen yeni tesisinde "Easyfood" markası ile hayata geçti.2009 yılında, perakende sektörünün tüketime hazır yemeklere olan talebi ile birçok zincir markette yerini aldı. Şu anda tüm zincir marketlerde farklı boyutta ambalajlar ile Easyfood ürünlerinin satışı devam etmekte.Easyfood, oda sıcaklığında saklanabilen bir hazır yemek markası. Bu sebeple, dondurulmuş ürünlerde bu bağlamda ayrılıyor. Bir başka deyişle buzdolabında saklamak zorunda değilsiniz. Evinizde serin bir yerde mesela mutfağınızın kiler bölümünde saklayabilir ve istediğinizde açıp tüketebilirsiniz. Ürünler açıldığı anda 2-3 gün içinde tüketilmesi gerekiyor. Açıldıktan sonra normal yemek gibi buzdolabında muhafaza edilebiliyor."

Pişirmesi kolay ve pratik

Ürünler pişmiş olduğu için mikrodalgada 2-4 dakika, tencerede kısık ateşte 5-7 dakika ısıtmanın yeterli olduğunu aktaran Tunçay, zeytinyağı ve tatlı ürünlerinin ise sadece servis edilip, yenilebildiğini söyledi. Tunçay ürünlerin üretim aşamalarıyla ilgili de şunları aktardı: "Üretim ilgili ara noktalarda dünyada ilk olan pişirme metotları olduğu gibi, bilinen metotların bir araya getirilmesi ile de



Sarp Tunçay

yepyeni bir proses oluşturuldu. Projenin aşamaları olan; proses tasarımı, piyasa araştırması, makine tasarımları Güliz Kanuni Tunçay tarafından kurulan bir ekip ile yürütüldü. Projenin danışmanlığını yürüten Prof. Dr. Onur Devres ile birlikte dünyada henüz laboratuvar aşamasında bile olmayan ve yürütülen Ar - Ge çalışmaları sonucu et ve bakliyat gibi "yarı mamul" ürünlerin 5 ile 7 dakika arasında pişirilmesini sağlayan bir makinenin hayata geçirilmesi sağlandı. Yine bu Ar - Ge çalışması ile pişirilen "yarı mamul" ürünler, uzun ömürlü ve oda sıcaklığında saklanabilecek hale getirildi".

Kerevitaş yeni yapılanma sonrası ürün yelpazesini büyüttü

Kerevitaş Gıda Sanayi ve Ticaret A. Ş. 1970 yılında Bursa'nın Akçalar ilçesinde kuruldu. Öncelikli faaliyeti İskandinav ülkelerine canlı kerevit ihracatı olan Kerevitaş, ihracat yaptığı ülkelerden gelen istekler doğrultusunda 1980 yılında dondurulmuş meyve ve sebze üretimine başladı. 1990 senesinde SuperFresh markası ile meyve&sebze, su ürünleri ve pizza çeşitleriyle perakende pazarına giren ilk firma olan Kerevitaş, 1993 yılında ürün gamını genişleterek ton balığı konservesini pazara sundu. Yıldız Holding çatısı altında Kasım 2008'den itibaren faaliyet göstermeye başlayan Kerevitaş, yeniden yapılanma çalışmalarının meyvelerini toplamaya başladı. SuperFresh Genel Müdürü Ergün Akkaya, "Şirketin her birimini yeniden ele aldık ve önemli değişiklikler yaptık. Yeni dönemde 15 yeni ürünü daha tüketicilerimizin beğenisine sunduk. Yurtdışı pazarlarda da kayda değer artışlar gerçekleştirdik" dedi.



Ergün Akkaya

Bu alanda yeni yatırımlara soyunduklarını belirten SuperFresh Genel Müdürü Ergün Akkaya, "Türk tüketicisine balığı sevdirmek için yeniden ele aldık. Bir ilke imza atarak ton balığını Türk usulü soslarla zenginleştirip balık şiş ve balık biftek olarak ürettik. Nohutlu, kuru fasulyeli, sebzeli ve meksika fasulyeli çeşitler de ürettik. En büyük atılımımız ise önümüzdeki günlerde

piyasaya sunacağımız kuşbaşı balık eti olacak. Kuşbaşı balık eti, tıpkı kırmızı ve beyaz et gibi marketlerde satılacak" dedi.

Hedeflerinin ete rakip olmak olmadığını dile getiren Akkaya, şöyle devam etti: "Ton balığı Türkiye'de salataya, makarnaya konan, ana yemeğin yanında servis edilen bir ürün olarak tüketiliyor. Garnitür gibi bir ürün gelişimi sergiliyor. Aslında ton balığı da balık eti olarak tavuk ve et gibi bir et türü."

Balık konusunda tüketicinin yeni fikirlerle açık olduğuna dikkat çeken Akkaya, "Mart ayında çocuklar için pazara sunduğumuz Altın Balık ürünü ile pazar payı yüzde 11 arttı. Temmuz ayında bu ürünle ulaştığımız pazar payı yüzde 64'tü." Türk tüketicisinin ton balığını balık olarak algılamadığını belirten Akkaya ilginç bir tespitte bulunuyor: "Bir çocuğa 'ton balığı resmini çiz' desek çizemeyecektir, muhtemelen kutu çizecektir. Bu algıyı kırarak bir çalışma yapıyoruz."

“2011 yerel zincirlerin yılı oldu”

Türkiye Perakendeciler Federasyonu Başkanı Selamet Aygün ve TPF çatısı altındaki PERDER'lerin başkanlarının ortak görüşü 2011 yılının yerel zincirler açısından çok başarılı bir performansla geride bırakıldığı ve büyümenin 2012'de de süreceği şeklinde

“Rakamlar yalan söylemez”

Selamet Aygün

**Türkiye Perakendeciler
Federasyonu Başkanı**



2011'deki büyüme rakamlarında bu yılın başında söylediğimiz yüzde 20 hedefine ulaşacağız. İlk altı ayda yüzde 12 büyüdük. İkinci yarıda da hız kesilmedi. En son ilk 9 ayın verileriyle ilgili çalışmamızda yüzde 21'lik bir rakam görülüyor. Son üç ayda biraz yavaşlama olsa bile sonuç yaklaşık yüzde 20 olacak. Ulusallara baktığımızda ise büyümenin yüzde 9'da kaldığını görüyoruz. Üstelik bu yüzde 9'un önemli bir bölümünü de yerli ulusal zincirler gerçekleştirdi. Onları da çıkarırsanız ve sadece uluslararası firmaları alırsanız büyüme hızının bize göre çok yavaş olduğu net şekilde ortaya çıkıyor.

Bu noktada bazı eleştirilere de açıklık getirmek gerekli. Deniyor ki “Sadece fiziki büyüme hızı bir şey ifade etmez, verimlilik önemli”. Bu konuda da kesinlikle TPF üyelerinin önde olduğunu görmekteyiz. Ciro verimliliğinde rakamlara göre TPF

üyeleri yüzde 6 büyüdü. Diğerleri yüzde 2 büyüdü.

Ayrıca metrekare başına verimlilikte çok önemli bir fark var. Ulusallar metrekare başına verimlilikte eksi değerdeler. TPF üyeleri ise yüzde 2 artı değerde. TPF üyeleri fiziki olarak büyürken sepet ortalamasında da büyüdü. Dolayısıyla bu gelişimi sadece fiziki büyüme ile izah edemezsiniz. Çok açık şekilde görülüyor ki tüketicilerde 2010 yılıyla başlayan ve 2011'de zirve noktaya ulaşan bir “yerel zincirleri tercih etme” eğilimi var. Rakamlar yalan söylemez. Bu başarının temelinde üyelerimizin gösterdiği özverili çalışma bulunmaktadır. Üyelerimiz sadece mağaza açmakla kalmayıp, altyapı yatırımlarına önem verdi. Yazılım, donanım, lojistik, çalışanların kalitesini artırmak için eğitimler, maliyet düşürücü tedbirler gibi birçok önemli detaya herkes azami şekilde dikkat etmeye başladı. Bununla birlikte rekabet gücümüz arttı ve sektörde şartların giderek zorlaşmasına rağmen büyümemizi sürdürdük. Ulusallar gibi sermaye güçleri olmamasına rağmen bu performansı gösteren üyelerimizin hepsini tek tek kutluyorum.

2012 yılında dördüncüsünü gerçekleştireceğimiz Yerel Zincirler Buluşuyor'un ana teması “Hedef 2023” olacak. Kurumsallaşma, markalaşma ve ortaklık kültürünün gelişmesi alt başlıklarımız olacak. İsteğimiz ve hedefimiz bugün 12,5 milyar olan cironuza 2023 yılında yani Cumhuriyetimizin 100'üncü yılında 70 milyara ulaştırmak.

Yerel zincirlerin Türkiye'deki başarısı tesadüfi değil. Genel olarak dünya perakendesine ve hatta dünyadaki tüm şirketlere baktığınızda daha hızlı, daha esnek, daha samimi, daha yaratıcı olan firmaların öne çıktığını görüyoruz. Yine

başka bir örnek; Unilever gibi dünya devi bir şirket 2011 yılını dünya çapında yerel pazarları destekleme yılı ilan etti. Bu da bir tesadüf değil. Onlarla konuşmalarımızda bu kararı almalarında Türkiye'deki tablonun çok etkili olduğunu, benzer gelişmeleri Singapur gibi ülkelerde de tespit ettiklerini söylediler. Yani Türkiye Perakendeciler Federasyonu üyelerinin gösterdiği başarının yanı sıra dünyada perakendesinde de yerellerin öne çıktığı bir dönemdeyiz.

Peki ekonomi açısından hangisi doğrudur? diye sordüğümüzda ise eskiden bugüne önümüze getirilen Kuzey Avrupa örneklerine bakmakta fayda vardır. Örneğin İsviçre'deki pazara baktığımızda burada yüzde 90'ların üstünde bir payla üç perakendecinin hakim olduğunu görmekteyiz. Türkiye'de gerçekten 2000'li yılların ortalarında söylenildiği gibi durum bu şekilde gelişseydi, eğer İsviçre'ye benzeseydik, bu yıl YZB organizasyonumuzun fuar alanında boy gösteren üretici firmalarımızın en az yarısından fazlası orada olmayacaktı.

Türkiye Perakendeciler Federasyonu'nun varlığı işte bu vahim sonucun önüne geçmiş, bunun olmasını engellemiştir. Yerel zincirlerin varlığı sayesinde ürünlerini rafa çıkarabilen pek çok üretici, her geçen yıl kendini biraz daha geliştirerek, üzerine biraz daha koyarak artık ihracatçı sıfatı kazandılar. Firmalarımızın Orta Doğu ve Türki Cumhuriyetler başta olmak üzere dünyanın dört bir yanına yaptığı ihracatlar bizleri de gururlandırıyor. Onlara bu fırsatı tanıyan yerel zincirlerin varlığı olmuştur. Sevindirici olan ise bu gerçeğin farkına üretici firmalarımızın da varmış olduğunu görmemiz.

Üretici firmaların gördüğü bu gerçeği devletimizin de daha net şekilde görmesini istiyor ve bunun için çalışıyoruz. Kartepe

Zirvesi'nde söylediğimiz bir söz var; "Biz Türkiye Ekonomisi'nin emniyet sübabıyız" diyoruz. Bunu boşuna söylemiyoruz, altı çok dolu bir sözdür. Devlet, enflasyonun dengede gittiği, rekabetin olduğu, kalitenin arttığı bir sektör bekliorsa burada en önemli unsur yerel zincirlerdir. Gerek Kartepe Zirvesi'nde Gümrük ve Ticaret Bakanı Sayın Hayati Yazıcı'nın gerek bir araya geldiğimizde diğer yetkililerin söylediklerine baktığımızda bu gerçeklerin devletimiz tarafından da bilindiğini görüyoruz. Bu doğrultuda adımları bekliyoruz.

2012 yılında Yerel Zincirler Buluşuyor'u uluslararası bir kimliğe kavuşturuyoruz. Yurt dışından hem yerel perakendecileri hem de o bölgelerdeki yerel üreticileri organizasyonumuzda ağırlayacağız. Ayrıca YZB 2012'nin diğer bir farklılığı da Türkiye Perakendeciler Federasyonu Ödülleri olacak. Bu ödül ile Türkiye çapında raflarımızda ürünleri bulunan üreticilerden o yıl en başarılı yaratıcı yenilikleri yapanları, son derece objektif bir çerçevede değerlendirip ödüllendireceğiz. Bu şekilde üreticilerimizin de işlerine daha iyi motive olmalarına bir katkı yapacağız. Üreticilerle ilgili bu ödülün yanı sıra üyemiz olan perakendecilerin yarıştığı Perakendenin En Başarılı Fikirleri Yarışması da devam edecek. 2012 yılının başarılı ve hepimiz adına kazançlı geçmesi dileklerini tüm üyelerimize iletirim.

"Kazandığımızı işimize yatırıyoruz"

Mustafa Altunbilek
Ankara PERDER Başkanı

2011 yılı yerel perakendeciler için oldukça başarılı geçmiştir. Özellikle Ankara için konuşacak olursak, Ankara'da yerel perakendeciler çok göz önündeler. Bunda diğer illere göre Ankara'nın daha düzenli bir şehir olmasının payı büyük. Bölgemizde yerel perakendeciler işlerini oldukça başarıyla, profesyonelce ve kurallı



yapıyorlar. Çoğu üyemizin 40'ın üzerinde şubesi var. Teknoloji ve hizmeti bir arada güzel bir şekilde sunuyoruz müşterilerimize.

Genele bakarsak da geride bıraktığımız yıl perakende sektörü yaklaşık 3 milyon kişiye istihdam sağlayan ve hızla büyümesini sürdüren bir sektör oldu. Neredeyse büyüme hızına paralel, nitelikli çalışan bulamıyoruz. Yereller de ulusal firmalar da sürekli yeni yatırımlar yaptılar. Bu haliyle de sektörümüz ülkemizin önde gelen sektörlerinden olmayı sürdürüyor. 2012 yılının nasıl geçeceğine bakarken, işimizin en başta ekonomiye bağlı olduğunu söylemek istiyorum. Yönetim doğru olur, insanlar mutlu olursa bizim işlerimiz de iyi gidecektir. Yönetimden özellikle son birkaç yıldır memnunuz. Ekonomimiz sürekli gelişen bir ekonomi ve bütçe de dengeli gidiyor. En başta yatırım yapmaktan korkmuyoruz. Çalışanlarımıza ve tedarikçilerimize karşı sorumluluklarımızı biliyor ve kazandıklarımızı yine işimize yatırıyoruz. Risk alıyoruz. Perakende sektöründe en yüksek istihdamı bizler yaratıyoruz. Böyle devam ederse perakende sektörü de hızlı bir biçimde yoluna devam edecektir. Yatırımlarımız daha da hızlanacaktır. Ancak burada tekrar belirtmek isterim ki böylesine hızlı büyüyen ve gelişen bir sektörün artık geniş kitlelere hitap eden bir yasaya ihtiyacı bulunmaktadır. Uzun zamandır dile getirdiğimiz bu konunun, 2012 yılında sonuca ulaşmasını istiyoruz.

"Yerel zincirler sağlam adımlarla büyüyor"

Doğan Seyhan
Bursa PERDER Başkanı

Son yıllarda perakende sektörü oldukça hızlı bir gelişim göstermiştir. Özellikle yerel zincirlerin bu gelişimdeki rolü göz ardı etmemek gerekir. Baktığımızda yereller, ulusallar ve uluslararası zincirler hız kesmeden yatırımlarına devam etmektedir. Farklı noktalara büyük projelerle yatırım yapıyor ve sürekli kendilerini geliştiriyorlar. Bizler de bu sürece dahil olarak 2010 yılında 17 olan mağaza sayımızı 2011'de 23'e çıkardık. Yeni nesil mağazacılık konseptimiz ile müşterilerin alışveriş alışkanlıklarına farklı bir soluk getirmeyi amaçladık. Bu yatırımlarımıza gelen olumlu tepkilerin sonucunda yeni nesil mağazalarımızın sayılarını arttırmaya karar verdik. İlerleyen günlerde sektöre farklı bir soluk getirecek bu konseptimizin Bursa'nın



vazgeçilmez mağazalarından olma özelliğine sahip olacağına inanıyorum. 2011 yılı hem şirketimiz adına hem de perakende sektörü adına büyümeye devam ederek geçti diyebiliriz. Perakende sahnesinde olan oyuncular; oyunu kuralına göre oynayarak yatırımlarına hız kesmeden devam ettiler. Yabancı sermayeler sürekli pazara hakim olabilmek için yatırımlar yapıyorlar. Fakat şunu hiçbir zaman unutmamalıdır ki yerel sermayenin gücü de hiçbir zaman yabana atılamaz. Yabancı oyuncular yatırım yaparken, yerel zincirler de bunun yanında seyirci kalmadan yatırımlarını ve hizmet ağını genişletmektedir. 2012 yılında da bu gelişimin ve azmin kat ve kat artacağına inancım tamdır. Yerelin gücü her geçen gün artmakta ve yapılan farklı dizayn yatırımlar ile tüketicinin gözünde devleşmektedir. 2012 ve ilerleyen yıllarda bu büyük yerel kuruluşlar emeklerinin karşılığını alarak büyümelerini hızla sürdürecektir diye düşünüyorum.

Bir türlü çözümlenemeyen ve artık sektörde kangren haline gelmiş perakende yasasının çıkması en büyük temennimizdir. Haksız rekabetin hat safhada olduğu, karşı karşıya mağazaların açıldığı bu dönemlerde yasal düzenlemelerin gereksinimi artık vazgeçilmez bir hal almıştır. Umarız 2012 yılında bu konular meclise taşınır ve olması gereken bir yasanın çıkarılmasına dair adımlar atılır. 2012 yılında hedeflerimiz arasında mağaza sayımızı 30'a çıkarmak yer alıyor. Tabi bunun yanında mevcut mağazalarımızda konsept anlamında genişletilebilecek alanları da tespit ederek, müşterilerimize sunduğumuz çeşitliliği arttıracaktır. Adımlarımızı sağlam atarak büyüme yolunda hızla ilerleyeceğiz. Temennim sektörde var olan tüm oyuncuların haklı rekabet ederek büyümelerini gerçekleştirmesi ve sektörümüzün olduğundan daha da iyi konumlara elbirliği ile taşınmasıdır.

“Yerel perakendeciliğin krizdeki gücü”

Cahit Kaplaner

Çukurova PERDER Başkanı



2008 yılında gerçekleşen dünya krizinin ardından devam eden ekonomik durgunluk hem ülkemizde hem de dünyada ciddi derecede sıkıntılara yol açtı. 2011 yılı itibarıyla iktisadi koşullar düzelmeye başladı. Tüketim ve üretim hacmi yükseldi. Perakende sektörü 2011 yılını önceki seneye göre çok daha iyi bir noktada tamamladı. Ülkemizde yaşadığımız ekonomik krizin 2011 de etkisinin yavaş yavaş azaldığını söyleyebiliriz. 2011 yılı için ise yüzde 20 ile yüzde 25 bir büyüme oranı görmekteyiz. Genel olarak değerlendirme yaptığımızda devamlı büyüyen perakende sektörü ülkemiz için büyük bir pazar payı olmaya devam etmektedir. Bunun yanı sıra sahip olduğumuz piyasa hakimiyeti ile marketlerimizde tüketilen bazı ürünlerimizin üreticiliğini de yaparak büyük ölçüde istihdam yaratmaktayız. Nihai tüketicilerimizin devamlı gelişen teknolojiyle arz ve taleplerine uymak durumundayız. Bu açıklamalar doğrultusunda; “perakendecilik mal ve hizmetlerin direk olarak nihai tüketiciye arz edilmesidir diyebiliriz. Her ne kadar perakende sektöründe önemli değişimler oluyor ve rekabet giderek kızışıyor ise de sektör ülkemizde adeta bilinçli tüketicilerin arz ve taleplerine göre kendini yeniliyor buda perakende pazarının da büyümesine sebep oluyor, zira tüketicilerin isteklerine cevap vermeyen işletmeler pazarda yok oluyor. Büyümeyi ve ekonomik gelişmeyi, 2012’de ülke olarak daha belirgin bir şekilde yaşayacağımızın kanaati içerisindeyim. Ülkemiz birçok ülkeden hem büyüme olarak hem de enflasyon olarak 2012 yılında daha verimli daha iletken bir pazara sahip olacaktır. Hedefimiz 2012 yılında

perakendecilik 2011 yılında yakalamış olduğumuz artışların devam etmesini yerel perakende sektörümüzün ulusal mağazaların karşısında dayanabilmesi için sürekli kendisini yenilemeli teknolojiyle beraber personel eğitimine çok önem vermeli. Tüketicilere daha iyi hizmet vermemiz açısından sloganımız olan hizmette sınır yoktur ilke edinerek yolumuza devam edip 2012 yılının tüm perakende sektörüne bol kazançlı bir yıl olmasını ve bu arada tüm yerel perakendecinin TPF gibi büyük gücün çatısı altında birleşip daha güçlü pazar payına sahip olacağımızı temenni ederim.

“Yerel perakende gücünü ispatladı”

Veli Gürler

Ege PERDER Başkanı



Perakende sektörü dünya ekonomisi içerisinde en dinamik sektörlerden biri olarak ülke ekonomilerine yön vermektedir. Perakendecilik, toplumun kişisel tüketimin şekillenmesine yaptığı katkının yanında bu katkının ortaya çıkardığı katma değerle, ekonominin de en büyük çarklarından biri olmaktadır. Kayıtdışılığın azalması, vergi gelirlerinin ve istihdamın artması yönünden son derece önemlidir. Bunun yanında tüketicilere kişisel gereksinimlerini etkin hızlı ve yerinde karşılama olanağı sunmaktadır. Üstlendiği bu sosyal görev yarattığı istihdam ve işgücü oranı ele alındığında çok daha kolay anlaşılabilir. Artan teknoloji kullanımı her sektörde olduğu gibi perakende de bir değişim ve dönüşüm yaratmaktadır. Bu oluşum sektörün sosyal yönünü daha fazla ortaya çıkararak toplumların yaşam tarzını doğrudan etkilemekte çağdaşlaşma açısından katkı sağlamaktadır. Bugün organize perakende sektörü AB’de

7’nci dünyada 10’uncu büyüklüğe ulaşmıştır. Ekonomik büyüme verileri açısından değerlendirildiğinde oldukça yüksek sıralarda olan ülkemiz bu dinamik gücünün bir miktarını perakende sektöründen almaktadır. Günümüz ülke ekonomisine baktığımızda belirli hedefe ve misyona sahip olmayan o misyona ulaşmak için her hangi stratejisi bulunmayan işletmelerin aynı pusulasız gemiler gibi sektörde kaybolup gittiğini görmekteyiz. Karlılık, verimlilik, sermaye yapısı, finans gücü, yeterli sayıda yetişmiş kalifiye personel gibi hususları dikkate almadan, denetim mekanizmalarını geliştirmeden, teknolojiye gereken yatırımı yapmadan sadece şube sayısını arttırmak veya büyümüş olmak için büyümemeliyiz. Zaten bu geçici ve içi boş bir büyüme olacaktır. Sağlam, alt yapısı tam, geleceğe dönük adımlarla yol almak gerekmektedir. Bu gerçekleri özümsemiş yerel zincirlerle aynı değerler çerçevesinde bir araya gelerek büyük bir oluşuma imza attık. 2011 yılı sektör verilerine baktığımızda gerek mağaza artışları gerek ciro artışları ile yerel perakende kendini, sektördeki gücü ile ispatlamıştır. Yeni şubelerle yeni yatırımlarla sektör için güzel kazançlı bir yılı geride bıraktık Türkiye ekonomisi, Avrupa’nın borç krizinden etkilense de 2012 yılında ekonomik büyümenin ağır adımlarla da olsa devam edeceği kanısındayız. Bunun yerel perakendeye yansımaları da aynı yönde olacaktır.

“Organize pazar yerellerin lehine büyüyor”

Reşat Narman

İstanbul PERDER Başkanı

Türkiye Cumhuriyeti’ne hem ülke olarak hem sektör bazında baktığımızda perakende olarak önemli başarılarla dolu bir yıl geçirildiği söylenebilir. Ülkemiz birinci ve ikinci çeyrekte dünyanın en çok büyüyen birinci ve ikinci ülkesi olmuştur. Üçüncü ve



dördüncü çeyrekte bu kadar olmasa da göstergeler önemli bir büyüme ile 2011 yılını tamamlayacaktır.

Global krizin tam olarak düzelmediği bir dönemde ayrıca Euro bölgesindeki krizde ülkemize önemli ölçüde olumsuz etkilemesine rağmen bu kadar güzel sonuç elde edilmiştir. Komşumuz Yunanistan ve bölge ülkeleri İtalya İspanya krizle ve () büyümelerle yaşarken ülkemizin istihdam da dahi gerileme sağlaması piyasa hareketi için önemli bir olgudur.

Bu ticari gelişim perakende sektörüne de yansımış olup, hatta rakamsal olarak bütün göstergeler göre perakende sektörünün özellikle kurumumuz İstanbul PERDER'in ülke ortalamalarının üzerinde bir başarı göstermiştir.

Türkiye perakendesinde son birkaç yıldır süre gelen lokal zincir büyümesi 2011 yılında da devam etmektedir. Bu verilere rakamsal olarak baktığımızda Türkiye perakende sektörü organize perakende de 2011 yılında yüzde 12'nin üzerinde büyüme gerçekleştirmiştir. Bu büyüme lokal zincirlerde yüzde 21'in üzerindedir. İstanbul PERDER olarak cirosal büyümemizde bu baretinin üzerinde gerçekleştirilmiştir.

Türkiye yerel perakendesinde son 3 yılla birlikte her yıl ki büyümesi yüzde 20 ler üzerinde olduğu düşünüldüğünde 2012 yılının aynı trend olacağını düşünerek yüzde 100 büyüme sağlayacağını ön görmekteyiz. İstanbul PERDER olarak 2008 yılında sonraki büyüme tablomuz aşağıdaki gibidir.

YIL	ŞUBE	PERSONEL	SATIŞ ALANI
2008	539	12.804	374.605
2009	644	13.711	448.868
2010	787	16.300	558.500
2011	1025	18.550	725.589

3 yıllık şube büyümesi yüzde 72 sadece 2011 yılı yüzde 30,02 olarak gerçekleşmiştir. Personel artışı 3 yıllık ortalamada yüzde 14, satış alanında ise yüzde 24,76 büyüme ile önemli bir başarı ve örnek bir çalışma oluşturduğumuz aşikar. Türkiye perakendeciler Federasyonu oluşumuna baktığımızda yüzde 45,33 ünü Marmara Bölgesi'nde oluşturduğunu görmekteyiz. Nielsen verilerine bakıldığında organize perakende cirosunun (2011 9 aylık) yüzde 43,9 u da Marmara bölgesinden gelmektedir. Bu süreç organize perakende Anadolu da yaygınlaştıkça değişiklik göstereceğini düşünmekteyim.

Yerel perakende de bu çalışmanın olumlu yansımalarını görmekteyiz. Yerel perakende ye baktığımızda belli hacme gelmiş birçok firma ticari faaliyet gösterdiği vilayet dışında yakın komşu illerde yeni yatırımlar ve yeni lokasyon oluşturmaktadır. Bu konuda birçok örnek vardır. Bu farklılık 2012 yılı ve gelecek için yerel perakendenin yeni bir gelişimi ve farklı yapılanması olarak görülmelidir. 2012 yılından beklentilerimiz ise hem Türkiye hem de perakende sektörü önemli büyümeler gerçekleştirmesi yönündedir. Pazarda organize payı daha çok artacak bu artış yerellerin lehine kazanç sağlayacağı düşüncesindeyiz. Özellikle önümüzdeki süreçte birçok firmanın ulusal oyuncu olma konusunda önemli yatırımlar yapacağını şimdiden gözlemlemekteyiz. Perakende sektörü hızlı ve dinamik bir yapı olduğundan tüketiciler kendileri için sağlanan en iyi şartlarda alışveriş yapmaları en doğal haklarıdır. Bu bağlamda üyelerimizle birlikte, tedarikçiler, resmi kurumlar ve müşterinin birlikte hareketi ile pazarın gelişeceğini düşünmekteyiz. Güncel olan bir konuda bütün tarafların ayrışması sektör için de müşteri içinde sorun oluşturmaktadır. Örneğin ette toptan satış KDV oranı yüzde 1 düşürüldü. Bakanlık bunu ette ucuzlama diye lanse etmektedir. Tedarikçiler aynı görüntüyü verdiklerinde müşteride beklenti oluşmakta ve yüzde 8 KDV'li sattığımız için bir avantaj sağlanmadığını müşteriye anlatmak bizler için sorun teşkil etmektedir. Bu ve benzeri çalışmalar perakende sektörünü direncini zorlamaktadır. Bu vesile ile 2012 yılının ülkemiz, halkımız ve tüm perakende sektörü için iyi bir yıl olmasını temenni ederim.

“İnsan kaynağı öncelikli konumuz olmalı”

Ali Kaya

Konya PERDER Başkanı

Avrupa ve özellikle Amerika'da her sektörde ekonomik alanda sıkıntı yaşanırken ülkemizde de ciddi boyutlarda olmasa da sıkıntılar yaşandı. Fakat gerek hükümetin gerekse derneğimize bağlı firmaların almış olduğu doğru kararlar bizlerin 2011



yılında önümüzü görmemize yardımcı oldu. Eğer profesyonel ekiple çalışıyorsanız, yanlış karar alma olasılığınız ortadan kalkıyor aslında. Doğru karar almamızın en büyük etkenlerinde biri de bu oluyor. Bunu yapan firmaların ayakta kaldığını ve geleceğe güvenle baktığını görmekteyiz. Ekonomik sorun yaşamayan KOBİ'lerin bile insan kaynağının yeterli düzeyde olduğunu görmekteyiz. Bu bağlamda bizler için insan kaynağı ve müşteri sadakati çok önemli olmaktadır. 2012 yılının 2011 yılına göre daha zor olacağını düşünüyorum. Sektörümüzde market sayısı çok fazla ve rekabet giderek artıyor. Bankaların faiz oranlarının yükselmesi ekonomimizin 2012 yılında 2011'den daha fazla zorlanacağına işaret olabilir.

“Birleşme ve satınalmalar aratacaktır”

Selahattin Kılıç

Kayseri PERDER Başkanı

Büyümesini her geçen gün sürdüren yerel perakendecilik bir önceki yılda olduğu gibi 2011'de de ivme kazanmıştır. Tüm dış piyasa tehditlere rağmen büyümesini sürdüren yerel perakendeciliğin asıl lokomotif etkeni ise Türkiye Perakendeciler Federasyonu'nun başarılı çalışmaları olmuştur. 2011 yılı, 2008'de tüm dünyayı saran krizin etkisinin azaldığı ve sektörümüzde normalleşmenin yaşandığı bir yıl olmuştur. Ancak, rekabet hızlanmıştır. Bununla birlikte karlılık düşmüştür. Verimli çalışma ihtiyacı doğmuştur. 2012 yılının da benzer şekilde geçeceğini, rekabetin daha da artacağını sektörümüzde birleşme satın almaların artacağını düşünüyorum.

Kayseri PERDER olarak 20 üye, 66 şube ve 60 bin metrekare civarında hizmet alanında ortalama bin 400 kişiyle hizmet vermeye çalışan bir yapıya sahip. Kuruluşumuzdan bugüne kadar ki süreçte ticari hayatlarına son veren üyelerimiz de oldu derneğimize yeni kayıt yaptıran üyelerimiz de oldu. Bu durum sektörümüzün adeta vazgeçilmez bir değişkeni olacak gibi görünüyor. 2010 yılına göre bu yıl büyüme sağlayan yerel perakendecilik 2012 yılında kendi içerisinde bir takım değişiklik olsa da büyümesini sürdürecektir.



Ankara'daki Gıda Fuarı'nda da etteki KDV indirimi konuşuldu

Ankara PERDER'in desteğiyle İfo Fuarcılık tarafından düzenlenen 6'ncı Uluslararası Gıda ve Gıda Teknolojileri Fuarı'nın ana gündem maddesi 'etteki KDV indirimi' oldu

Türkiye Perakendeciler Federasyonu (TPF), 24-27 Kasım tarihlerinde Ankara Altınpark Expo Center'da düzenlenen 6. Uluslararası Gıda ve Gıda Teknolojileri Fuarı'na katıldı. Ankara PERDER'in desteklediği ve İfo Fuarcılık tarafından düzenlenen 6. Uluslararası Gıda ve Gıda Teknolojileri Fuarı ile yeni iş ilişkileri geliştirilirken, gündemdeki konuları tartışma fırsatı yakalandı.

Her yıl düzenlenen fuarda bu sene, TPF üyesi 12 bölge derneklerinden gelen market sahipleri ve satın alma yöneticileri ile Ankara PERDER Başkanı Mustafa Altunbilek, Ankara Ticaret Odası Başkanı Salih Bezci ve Ankara Vali Yardımcısı Ahmet Şahin Özcan hazır bulundu. Fuarın ikinci gününde Pamir Danışmanlık Genel Müdürü Tahsin Pamir "Dünya Perakendeciliği ve Türkiye'ye Etkileri" konulu bir seminer verdi.

Fuarın açılışında konuşan Türkiye Perakendeciler Federasyonu Yönetim Kurulu Başkanı Selamet Aygün, daha düşük fiyatlı ete, herkesin ulaşabilmesinin önem taşıdığını kaydetti. Aygün, "Etteki KDV'nin



yüzde 8'den yüzde 1'e indirilmesi olumlu bir yaklaşım. Ama biz bunun tüketicilere fiyat olarak yansımayaacağı kanaatindeyiz. Toptancıdan eti yüzde 1 KDV ile alıp, yüzde 8 ile çıkış yaparsak, yüzde 7 KDV'yi cebimizden ödemeyiz. Bu farkı fiyata ilave ederiz ve tüketicilerden yüzde 8 olarak almak mecburiyetinde kalırız. KDV indiriminin perakende satışı da içine alması gerekiyor. Halk ancak o zaman düşük fiyatlı ete ulaşabilir. Bu uygulamaların sadece ette değil kuru gıda, sebze, meyve gibi diğer ürünlerde de olmasını TPF olarak önerdik" diye konuştu.

'Dileğimiz bu düzenlemenin genele yayılmasından yana'

Fuara katılan Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı Müsteşar Yardımcısı Dr. Nihat Pakdil ise yaptığı konuşmada düşüncelerinin KDV indiriminin bütün zincirde olmasından yana olduğunu ama Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı'nın tek karar verici olmadığını kaydetti. Tüm gıda ürünlerinde KDV'nin ne olması gerektiğine yönelik şu anda bir çalışma yaptıklarını belirten Pakdil, Maliye Bakanlığı'nın da konu üzerinde çalıştığını bildirdi. Pakdil, "KDV'nin yüksek olması kayıt dışılığı artırıyor. Bunu önlemek için KDV oranlarının düşmesi lazım. Etin toptan satışında yapılan KDV indirimi ilk adım. Lütfen siz de kayıt dışı için gereğini yapın. Bütün ürünleriniz kayıt altına girsin ki, bundan sonra yapacağımız çalışmalarda sektörümüz bunun gereğini yerine getirdi diyebilelim" dedi.



ÖZDEN

1971

ET ÜRÜNLERİ

%100

ET

www.ozdenet.com.tr

Tel: 0216 595 40 07 -08 -09 Faks: 0216 595 11 09

Kurtköy San. Mah. Çetin Sk No:7 Pendik / İSTANBUL

Fayda A.Ş.'nin olağan genel kurulu gerçekleştirildi

Fayda A.Ş. 2010 yılı Olağan Genel Kurulu'nda Turan Özbahçeci başkanlığında bir yönetim oluştu

Yerel perakendeciler için projeler üreterek rekabet avantajı sağlayan Fayda A.Ş.'nin 2010 yılı Olağan Genel Kurulu gerçekleştirildi. Courtyard by Marriott Otel'de geniş katılımı yapılan genel kurul, Turan Özbahçeci'nin yeniden Yönetim Kurulu Başkanı seçilmesiyle son buldu. Uzun yıllar yerel perakende sektörüne hizmet verme amacıyla çalışmayı hedefleyen ve yeni bir döneme merhaba diyen Fayda A.Ş.'nin başkanlık görevine bir kez daha seçilen Turan Özbahçeci, oybirliğiyle göreve getirilmenin mutluluğunu yaşadığını vurguladı. Ortaklarına, üreticilerine, çözüm ortaklarına, çalışanlarına ve desteklerini esirgemeyen tüm sektör üyelerine teşekkür ile konuşmasına başlayan Özbahçeci, sektöre daha faydalı olmak için çalışacaklarını belirtti.

Özbahçeci; daha çok çalışacağız

Özbahçeci "Fayda A.Ş.'nin ilk üç yıllık dönemini geride bıraktık. Bu dönem, Fayda AŞ adına altyapıyı oluşturmak ve şirketi geleceğe taşıyacak adımları atmakla geride kaldı. Birçok yeni marka yarattık, bunların teknik çalışmalarını gerçekleştirdik. Üretici iş ortaklarımızla anlaşmalar yapıp, ürün tedariki ve lojistik operasyonu ile ilgili sistem oluşturduk. Bilgi işlem altyapısı sağlam temellerle oluşturuldu. Bu dönemde çok acele etmeden, Fayda AŞ'nin önemli atılımlar yapmasını sağlayacak zemini inşa ettik" dedi. Gelecek hedeflerinden de bahseden



Özbahçeci, "Şimdi ikinci üç yıllık döneme giriyoruz. Yönetim Kurulu'na yeni arkadaşlarımız katıldı. Bu hafta içinde bir toplantı yaparak iş planımızı oluşturacağız. Önemli ve ses getirecek projelerimiz var. Yönetim kurulu toplantısından sonra bu projeleri bir basın toplantısıyla kamuoyuna duyuracağız. Fayda AŞ'nin ilk üç yılını geride bırakmış olması sektörümüz açısından çok önemli... Fayda AŞ, yerli ve yerel organize perakendecilerin önümüzdeki yıllarda güçlü bir şekilde gelişimlerini sürdürmeleri açısından kilit rol oynayan bir şirket. Bizim amacımız yeni dönemde Fayda'yı Türkiye Perakendeciler Federasyonu üyesi bütün zincirlerin ürün tedarik edebileceği, daha etkin bir konuma ulaştırmak. Bu hedefe ulaşmak adına tekrar bize görev veren hissedarlarımıza teşekkür ediyorum, yönetimdeki arkadaşlarımıza başarılar diliyorum" dedi.



Mühendislikten perakende sektörüne

Özbahçeci, 1970 yılında Şanlıurfa'nın Siverek ilçesinde doğdu. 1994 yılında, İstanbul Yıldız Teknik Üniversitesi Elektronik Mühendisliği bölümünde okurken perakende sektörüne adım attı. 1994 yılında mini market ile başlayan serüveni, 1999 yılında Ardaş isimli ilk hipermarketiyle devam etti. Perakende, üretim, inşaat gibi sektörlerde, traktör satışı, işletmecilik ve gayrimenkul yönetimi gibi pek çok hizmeti bünyesinde barındıran 8 şirketini ARgrup çatısı altında toplayan Özbahçeci, halen Türkiye Perakendeciler Federasyonu Yönetim Kurulu Başkan Yardımcılığı görevini yürütüyor.

■ ...Bizerba dünyası

ÜÇGE
ELEKTRONİK A.Ş.



Profesyonel Çözümler



ÜÇGE
ELEKTRONİK A.Ş.

+90 216 575 42 00 (pbx)

www.ucgeelektronik.com.tr

BIZERBA

Makro'dan Atatürk Sergisi

Makro, 10 Kasım'ın anlam ve önemini mağazalarında sergilediği fotoğraflarla tekrar hatırlattı

Makro, 10 Kasım ve o tarihe yakın günlerin gazete ve fotoğraflarından oluşan bir sergiyi ve kataloğu tüm Türk ulusuyla paylaştı ve Atamızın uğurlanışında yaşananları gözler önüne seriyor. "Türkiye'nin Hüzün Günleri/10-22 Kasım 1938" adlı sergi ve aynı adlı katalog, Makro'nun katkılarıyla Türk halkının beğenisine sunuldu. Makro Nonfood Grup Müdürü olarak görev yapan koleksiyoner İdris Songör tarafından toplanan koleksiyonun en nadide parçaları olan Atatürk'ün vefatıyla ilgili gazeteleri ve fotoğrafları, hem bir sergi formatında hem de kalıcı olması için katalog olarak Makro müşterilerinin beğenisine sunuldu. 10 Kasım 2011 tarihinde, Makro Çayyolu mağazasında start alan olan sergi, daha sonra Samsunlu Makro müşterileriyle buluştu.

100 Bin Makro müşterisine aşure...

Aşure ayının bereketinin paylaşmaktan geldiğine inanan Makro Market, Aşure geleneğini müşterileriyle birlikte yaşamak ve bu geleneği yaşatmak için 5-6-7-8 Aralık tarihlerinde Ankara, Antalya, Konya, Karaman, Kayseri, Kırıkkale, Malatya, Mersin, Bolu, İstanbul, Yozgat, Amasya



Merzifon ve Samsun illerindeki birçok mağazasında toplam 100 bin kişiye aşure dağıttı.

Makro Market müşterilerine, Aşure Günü hakkında tarihi bilgilerin, aşurenin tarifi ve kullanılan malzemelerin de bulunduğu broşürler de dağıtıldı.

Makro, engelli istihdamında da başı çekiyor

Keçiören Belediyesi tarafından düzenlenen Dünya Engelliler Günü etkinliklerinde Makro, engelli istihdamına gösterdiği

katkılarından dolayı ödül aldı. Engelli istihdamı konusunda başı çeken perakendecilerden bir olan Makro, engelli vatandaşların yaşamındaki en önemli engel olan işsizliği ortadan kaldırarak onların hem sosyalleşmelerine hem de kendi ayakları üzerinde durmalarına olanak sağlıyor. Keçiören Belediyesi Sosyal Yardım İşleri Müdürlüğü'nün hazırladığı Engelliler Günü programına da katkıda bulunan Makro, bu kapsamda engelli çocuğu olan beş aileye Makro alışveriş çeki hediye etti. Ayrıca Makro tarafından 200 engelli çocuk da sürpriz hediye paketleriyle sevindirildi.



Maggi®

yok mu
bi' tabak daha?



Nestlé®

TPF, Fransa'ya tepkili

Türkiye Perakendeciler Federasyonu Başkanı Selamet Aygün, “Fransız Meclisi'nde kabul edilen sözde Ermeni Soykırımı'nı inkar edenlere ceza verilmesi” konulu yasayla ilgili açıklama yaptı

Aygün konu ile ilgili yaptığı açıklamada, “Sözde Ermeni soykırımını inkar edene 45 bin Euro ceza öngören yasa tasarısı ifade ve düşünce özgürlüğüne açıkça aykırı. Türkiye ve Fransa arasındaki problem hukuki zeminde çözülmeli, fakat Türkiye'nin potansiyelinin farkına varılması için ekonomik bir yaptırım da uygulanmalı. Türkiye geneline yayılan 2 bin 831 mağazamız ile Fransız mallarını boykot edebiliriz. Mağazalarımızda bundan sonra birçok kalem ürünü teşkil eden Fransız mallarını satmayı yeniden düşüneceğiz” dedi. Aygün Fransız ürünlerine tepkinin perakende sektörü dışında tüm sektörlerle yayılması gerektiğinin önemine de işaret etti.



Selamet Aygün

Güneydoğu PERDER'de yeni yönetim belirlendi



Güneydoğu PERDER'de 27 Aralık tarihiyle birlikte yeni yönetim kurulu ve başkan görevine başladı

Güneydoğu PERDER'in yeni başkanı Derviş Sevgi oldu. 1971 Diyarbakır'da doğumlu Sevgi, ilk ve orta öğretimini Diyarbakır'da tamamladı. Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesi 3'üncü sınıftan itibaren 2 yıl İngiltere'de yaşadı. 1990 yılında aktif ticarete yönelerek, aile şirketi olan AKSEV Tüketim'de 2003 yılına kadar yöneticilik yaptı. 2003 yılından sonra perakende sektörüne katılan Sevgi, 2010 yılında TODEM toptan satış mağazasını açtı. Şu anda, Güneydoğu PERDER Yönetim Kurulu Başkanlığı görevini yürütüyor. Güneydoğu PERDER'in yeni yönetim kurulunda ise Ramazan Turmak Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı, Nihat Salmış Genel Sekreter, Murat Korkmaz Sayman, Sait Karaarslan asil üye olarak görev aldı.

Sammar faaliyete başlıyor

Samsun'da 6 PERDER üyesinin kurmuş olduğu yerel market ve bakkalların ucuza toptan ve perakende mal alacağı SAMMAR A.Ş.'ye ürünler gelmeye başladı

Samsun'da 6 PERDER üyesinin "İşbirliği, güç birliği" sloganı ile kısa bir süre önce Samsun Grup Marketçilik A.Ş.yi (SAMMAR) kurmasının ardından toptan olarak firmalardan alınan ürünler, oluşturulan fiziki binaya gelmeye başladı. SAMMAR A.Ş. Başkanı Bayram Akyüz, bugüne kadar hayal olan bir oluşumu gerçekleştirdiklerini, bundan sonra yerel market ve bakkalların daha ucuza ürün alabileceğini söyledi. Firmalarla yaptıkları görüşmeler ve toplantıların ardından toptan ürün satın aldıklarını ifade eden Bayram Akyüz:

"Bir marketin alacağı tutarın daha aşağısında ürün pazarlığı yaptık. Önümüzdeki hafta içerisinde piyasaya mal vermeye başlayacağız. Vergi levhası Samsun'da olan tüm market ve bakkalları buraya davet ediyoruz. Daha ucuza buradan ürün alıp satabilecekleri bir imkânları var. Bu oluşturduğumuz yapı, bir zamanlar hayaldi. PERDER üyeleri bizler birleşerek bu hayali gerçekleştirdik. Şimdi sıra bunu yaşatmaya geldi. Birbirimizin omzuna basarak değil, hep birlikte el ele yükselmek istiyoruz" dedi.



Alkışlar Ege PERDER'e...

Ege PERDER, “Küçük Yüreklar Büyük Adımlar Atıyor Hayat Kurtarıyor” projesi kapsamında çocuklara 108 bisiklet hediye etti

Türk Kızılayı Ege Bölge Müdürlüğü'nün, 'Küçük Yüreklar Büyük Adımlar Atıyor Hayat Kurtarıyor' projesi kapsamında geçtiğimiz yıl ilköğretim öğrencilerine 35 bisiklet bağışlayan Ege PERDER, bu yıl 108 bisiklet hediye ederek desteğini sürdürüyor. Projenin yaklaşık 40.000 TL'lik maliyeti Ege PERDER üyeleri tarafından karşılanacak.

Ege PERDER Yönetim Kurulu Başkanı Veli Gürler, “Ege PERDER'in kuruluşunda öncelikli hedef, perakende sektörüne destek ve dayanışma olarak belirlenmişti. Ancak dernek faaliyetleri sadece bu kapsamla sınırlı kalmadı. Kurulduğu yıldan bu güne sektörünü güçlendirip, bu gücü topluma faydalı sosyal sorumluluk projelerine dönüştürdü. Sosyal sorumluluk projelerini değerlendirirken öncelikle, çocuklarımızın sağlıklı ve toplum sorunlarına duyarlı nesiller olarak yetişmesine katkı koyabilecek projeler olmasına dikkat ediyoruz. Üç yıldır devam ettirdiğimiz “Mutlu Çocuk Projeleri” kapsamında yürütülen çalışmalarda da amacımız, çocuklarımıza artı değer katmak. Kızılay ile ikincisine başlayacağımız bu projeyi de biz 'Mutlu Çocuk' projeleri kapsamında destekliyoruz.

Proje hakkında açıklamalarda bulunan Türk Kızılayı Ege Bölge Müdürü Dr. Gökay Gök, iki yıl üst üste projeye sponsoru olan Ege PERDER üyelerine teşekkür etti.



Kasım - Aralık 73



Güzelliğin ölçüsü olmaz



For Women



For Men

pnr cosmetics
Dağıtım Pazarlama Tic. A.Ş.

www.pnrcosmetics.com.tr

Perakendeci tedarikçi el ele...

Bursa PERDER üyeleri ve Bursa'da faaliyet gösteren tedarikçiler Ekim ayında bir araya geldiler

Perakende sektörüne ilişkin sorunları tartışmak, çözüm önerileri geliştirmek amacıyla bir araya gelen perakendeciler ve tedarikçiler verimli bir toplantı gerçekleştirdiler.

Bursa PERDER Başkanı Doğan Seyhan, katılımcılara PERDER'in faaliyetleri hakkında ayrıntılı bilgi verdi. Ardından taraflar, sektör sorunlarını enine boyuna tartıştılar. Çözüm önerileri ve alternatifler üzerinde görüş alışverişinde bulundular. Tedarikçi firmalarla mevcut sıkıntıların giderilmesi noktasında mutabakata varıldı. Tedarikçi firmalar, Bursa PERDER'in perakende sektöründeki rolünü ve önemini önemsediklerini vurguladılar.



Toplantının sonunda, sektör sorunlarına el birliği ile çözüm bulmak için bu tür toplantıların belirli aralıklarla tekrarlanması gerektiği konusunda fikir birliği varıldı.

Hâdim AVM'de eğitimler hız kesmiyor

Hâdim AVM İnsan Kaynakları alanında da çalışmalarına aralıksız sürdürüyor.



Sektörün tecrübeli eğitimcilerinden Sinan Asilyazıcı tarafından sürdürülen, kategori yönetimi, raf yönetimi ve satış teknikleri konusunda periyodik olarak düzenlenen eğitimlerin yanında, kişisel gelişim alanında da devam eden eğitimlerde, Hâdim AVM İnsan Kaynakları koordinatörü, Psikolog Yılmaz Gürkan ile devam ediyor. Eğitim ve iş süreçlerinde başarı gösteren çalışanlar için uygulanan, yönetici adayı eğitim programları ile, kendi yöneticilerini yetiştiren Hâdim, yeni yatırımlara, kalifiye personel ile adım atıyor. Dört yıldır kapsamlı eğitim programlarını sürdürdüklerini belirten Hâdim AVM İ.K Koordinatörü Psk. Yılmaz Gürkan; eğitimler ile çalışanların yaptıkları işi meslek olarak algılamalarını sağladıklarını ve bu algının, sektör içinde bir gereksinim olduğunu belirtti.

Özhan'dan kan bağıışı

Özhan Marketler Zinciri, sosyal sorumluluk çalışmaları kapsamında Bursa Kızılay Kan Merkezi işbirliğiyle kan bağıışında bulundu

Özhan Merkez Binası'nda gerçekleştirilen organizasyona tüm şubelerden gönüllü çalışanlar katılarak, bağıış sayısının artmasına katkı koydular. Kızılay Kan Merkezi tarafından gerekli tetkikler yapıldıktan sonra kan vermeye uygun çalışanlar kan bağıışında bulundular. Özhan Marketler Zinciri Reklam ve Halkla İlişkiler Sorumlusu Ayşen Yılmaz, "Çalışanlarımız bir ünite kanın bir hayat kurtarmak demek olduğunu bilincinde olarak kan veriyorlar. Birçok kan bağıışıyla insanlar tekrar hayat buluyor. Biz bu konuda üzerimize düşen görevi yerine getiriyoruz. Kan bağıışı konusunda herkes duyarlı olmalı" dedi. Bursa Kızılay Kan Merkezi yetkilileri, kan vermenin hayat kurtarıcı özelliğinin yanı sıra insan sağlığına da büyük fayda sağladığını belirttiler. Yetkililer, Özhan personelinin kan bağıışı için göstermiş olduğu yoğun ilginin tüm kurumlara örnek olması gerektiğini ifade ettiler.



Gürmar basketbolu destekliyor

Gürmar, Denizspor Kulübü'nün basketbol altyapı takımlarına sponsor oldu



İzmir'de faaliyet gösteren Gürmar, basketbol sporuna verdiği destekle işletmelere örnek oluyor. Denizspor Kulübü'nün basketbol altyapı takımlarına sponsor olan Gürmar, genel müdürlük binasında düzenlenen törende anlaşmaya imza attı. İmza törenine Gürmar Kurumsal İletişim Yönetmeni İsmail Tepedelenler, Gürmar Kurumsal İletişim Uzmanı Gökçen Savran ve Denizspor Basketboldan Sorumlu Yönetim Kurulu Üyesi H. Serkan Sadıkoğlu katıldı.

Denizspor Basketboldan Sorumlu Yönetim Kurulu Üyesi H. Serkan Sadıkoğlu Gürmar gibi büyük ve ciddi bir firmanın altyapılara destek vermesinin sadece Denizspor açısından değil İzmir basketbolunun gelişmesi açısından önemini vurguladı. "Biz bu anlaşmayı sadece sponsorluk olarak değil, bir birliklilik olarak görüyoruz" diyen Sadıkoğlu sözlerine şöyle devam etti: "Üreteceğimiz projelerle İzmir'de daha fazla gencimizin spor yapmasını sağlama düşüncesindeyiz. Önümüzdeki dönemlerde altyapılarla ilgili organizasyonlara imza atacağız. Basketbola ve gençlerimize verdiği destekten ötürü Gürmar ailesine teşekkürü bir borç bilirim."

Gürmar yetkilileri ise, şu açıklamayı yaptı: "Kurumsal gelişimi ilke edinmiş bir firma olarak, üzerimize düşenleri yapmaya devam ediyoruz. Açılan her mağazamız ile birlikte müşterilerimize hizmet vermenin yanı sıra gerçekleştirdiğimiz birçok sosyal sorumluluk projesinin ardından şimdi de genç basketbolcularımızın yanındayız. Daha önce desteklediğimiz futbol takımımız, güreş şampiyonumuz, taekwondo şampiyonlarımızın ardından Denizspor basketbol altyapı takımlarının yanında olmaktan mutluluk duyuyoruz. Geleceğimizi emanet edeceğimiz çocuklarımızın yeteneklerinin desteklenmesi konusunda yanlarında olduğumuzu ve daima olacağımızı bir kez daha belirtmek isteriz."

Kasım - Aralık 75

Punto[®]
cotton

Özel Kesimli (PRECUT) Hidrofil Pamuk
Türkiye'de
TEK

Punto deluxia
Punto deluxia
Punto deluxia

Punto classic
Punto classic
Punto classic

pnr cosmetics
Dağıtım Pazarlama Tic. A.Ş.

www.pnrcosmetics.com.tr

Metropol 18 yaşında

Metropol AVM, 18'inci kuruluş yıldönümünü kutladı

Çorum 'da 5 Kasım 1993 tarihinde kurulan Metropol AVM, şu anda 13 şubeye faaliyetlerine devam ediyor. Firma, 18'inci kuruluş yıldönümü dolayısıyla çeşitli kampanyalar düzenliyor. Metropol AVM Genel Müdürü Celal Gönül, sayısı 60 bini geçen Metropol kart sahiplerine yönelik bundan sonra da özel kampanyalar yapmaya devam edeceklerini ifade etti.



Şehzade Market, Büyükkşahinler Center'ı satın aldı



Büyükkşahinler Center'ı satın alan Şehzade, 11 şubeye ulaştı

İldem semtinde bulunan yeni şubenin toplam hizmet alanı 2000 metrekare. Şehzade Market sahibi Selahattin Kılıç, 'Büyümemizle ilgili araştırmalarımız devam ediyordu. Kısmet burasıymış. Satın alabileceğimiz ve görüştüğümüz bir iki yer daha var. İstikrarlı büyümemiz devam edecek.' diye konuştu. Bu satın almayla birlikte Şehzade Market, 10 bin 500 metrekare hizmet alanı ve 225 personele ulaştı.

TPF'nin Van'a yardımı sürüyor

Van'da meydana gelen depremin ardından bölgeye yardımlarını sürdüren Türkiye Perakendeciler Federasyonu bir de okul yaptıracak

TPF Başkanı Selamet Aygün, Van'da meydana gelen deprem felaketinin yaralarının elbirliğiyle sarılmaya devam edeceğini kaydetti. Aygün, "Gün destek olma, birlik olma günüdür. Bölgede acil ihtiyaç maddelerinin başında su ve çocukların ihtiyacı olan malzemeler geliyor. Bu nedenle bölgeye toplamda iki kamyon su, bir kamyon bebek bezi ve bir kamyon bebe bisküvisi gönderdik. Yardımlarımız devam edecek" dedi. Aygün, Güneydoğu PERDER aracılığıyla ulaştırılan bir kamyon suyun ardından bir kamyon bebek bezi ve bir kamyon bebe bisküvisinin Ankara PERDER tarafından, 1 kamyon suyun ise Çukurova PERDER tarafından bölgeye gönderildiğini söyledi. Türkiye Perakendeciler Federasyonu gıda ve ihtiyaç maddeleri yardımlarının dışında ayrıca Van'da bir de okul yaptıracak. Banka hesap bilgileri "Perakendeciler Federasyonu Albaraka-Kavacık Şubesi, IBAN: TR190020300001428410000001" şeklinde olan hesapta toplanacak paralarla okulun yapımına en yakın tarihte başlanacak.



Federasyon fuara damga vurdu

Türkiye Perakendeciler Federasyonu, faaliyet alanına giren fuarlara da katılarak en son gelişmeleri takip ediyor ve gücüne güç katıyor



Türkiye Perakendeciler Federasyonu, 17-19 Kasım tarihleri arasında İstanbul Fuar Merkezi'nde düzenlenen sert kabuklu yemişler ve kuru meyvelere özel ihtisas fuarında boy gösterdi. Fuarı ayrıca, Anadolu'da bulunan PERDER üyesi market zinciri sahipleri ve satın alma yetkilileri de katıldı. PERDER'ler üretici firmalarla ikili görüşme yapma fırsatına sahip oldu. İstanbul Fuar Merkezi'nde 5. Uluslararası Sert Kabuklu Yemişler, Meyve ve Sebzeler, Lojistik ve Teknolojileri adıyla gerçekleşen fuar, sektöre tam hizmet vermek amacıyla her yıl düzenleniyor.

Günümüze dek 12 ülkeden 250 katılımcı firma ile 55 ülkeden ihracatçı, üretici, ithalatçı, tüccar, akademisyen, bürokrat, servis sağlayıcı ve medya temsilcilerinden oluşan binlerce sektör profesyonelinin biraraya getiren fuarda, Türkiye Perakendeciler Federasyonu da faaliyetlerini anlattı.

TPF, önümüzdeki dönemde çok sayıda fuara katılmayı planlıyor.



"Bizde onların yeri başka"



PERDER üyeleri eğitimde

İstanbul PERDER üyeleri “Çapraz Satış Teknikleri” konulu seminere katıldı

İstanbul PERDER tarafından düzenlenen ve MLNinsan Eğitmeni Hasan Ümit Uysal'ın yönetiminde “Çapraz Satış Teknikleri” konulu eğitim düzenlendi. 17 Kasım 2011 tarihinde dernek merkezinde düzenlenen seminere, mağaza ve bölge müdürleri katıldı. Mağaza yönetimi, çalışanların yönetime dahil edilmesi, fikirlerinin önemi, cesaretlendirmenin önemi gibi konularla birlikte müşteri şikayetlerinin nasıl memnuniyete dönüştürülebileceği konularından bahsedildi. Bunun yanı sıra “iletişimde cinsiyetsiz” düşünme kavramları aktararak, müşteri sadakati konularına da geniş yer verildi.



Mersin’de yeni güç birliği

Mersin'in ekonomi alanındaki sivil toplum kuruluşları, Çukurova PERDER'in de destek verdiği bir “Mersin Ekonomi Platformu” isimli bir oluşuma imza attı

19 derneğin desteğiyle kurulan Mersin Ekonomi Platformu, bölgedeki yerli sermayeye sahip kurumların gelişimi adına bir üst çatı kuruluşu olarak görev yapacak. Platform, bir araya gelme nedenlerini ve amaçlarını Çukurova PERDER'i temsilen yönetim kurulu üyesi Sedat Gümüş'ün katıldığı bir toplantıda açıkladı. Toplantıda sahip olduğu coğrafi avantajlar ve doğal potansiyel ile dış ticaret, lojistik, turizm, tarım gibi konularda atılım içinde olan Mersin'in bu platformla birlikte marka kent olma yolundaki rotasına katkı sağlanacağı vurgulandı.



Onur Market Denizli’li öğrencileri ağırladı

Onur Market, Denizli 19 Mayıs İlköğretim Okulu öğrencileri ve öğretmenlerini İstanbul'da konuk etti

Onur Market'in davetlisi olarak İstanbul'a gelen 5 öğretmen ve 40 öğrenciden oluşan gruba Onur Market yetkilileri de eşlik etti. Türkiye'nin ekonomi ve kültür başkenti olan İstanbul'u yakından tanıma fırsatı yakalayan öğrenciler, gezileri boyunca keyifli anlar yaşadılar. Onur Market tarafından kendileri için hazırlanan birbirinden renkli hediyelerle neşelenen öğrenciler, birlikte yenilen öğlen yemeğinin ardından İstanbul'dan ayrıldılar.



Özen Grup hedeflerini açıkladı

Geçtiğimiz yıl başlattığı yeniden yapılanma çalışmalarını sürdüren İstanbul PERDER üyesi Özen Grup, yatırımlara da devam edecek

Grubun Amiral Gemisi Onur Market'in 2012 yılı planlarının ve 2023 yılı hedeflerinin anlatıldığı bir basın toplantısı düzenleyen Özen Grup CEO'su Cemal Özen, Onur Market ile yerel perakende sektörünün öncüsü ve sözcüsü olmayı hedeflediklerini söyledi. Sektörde faaliyet gösteren uluslararası güçlü zincirlere rağmen yerel perakendenin çok daha hızlı büyüdüğünü vurgulayan Özen, "Nielsen verilerine göre 2011'in ilk 9 ayında ulusal perakende sektörü yüzde 9.6, yerel perakende ise yüzde 21.5 büyüdü. Onur ise hem ulusal hem de yerel zincirleri geride bırakarak, yüzde 39.2 büyüdü. Grubumuz ulusal markalara göre 3 kat, yerel markalara göre 2 kat daha fazla büyümüştür" dedi.

Lojistik merkezi yatırımı Hadımköy'e

Hadımköy'de çalışmaları bu yıl başlayan toplam 17 bin metrekarelik kapalı alana sahip yeni lojistik merkezinin 2012 yılında devreye gireceğini açıklayan Özen, "Lojistik merkezimizi Hadımköy'de kuruyoruz. Böylece lojistik maliyetlerimizi aşağıya çekip, müşterilerimize daha uygun fiyatlı ürünler sunabilme imkanına kavuşacağız. 2012 yılında İstanbul Anadolu Yakası'nda 7000 metrekare, Kırac'ta 7000 metrekare ve Hadımköy'de 17000 metrekare olmak üzere toplam 31.000 metrekarelik lojistik ağıyla hizmet veriyor olacağız" dedi. 2012 yılı sonuna kadar 1000 kişiye daha istihdam sağlayarak, çalışan sayılarını 2780'e çıkaracaklarına dikkat çeken Özen, "2012 sonunda grup olarak ciromuzun 628 milyon TL'ye, mağaza metrekaremizin 95.200'e, mağaza sayımızın 300'e, müşteri sayımızın ise 52 milyon 200 bin kişiye ulaşmasını bekliyoruz" diye konuştu.



Punto®
Solingen



"güzelliğinizi yansıtır"

- Duş Aparatları
- Saç Aparatları
- Makyaj Aparatları
- El & Tırnak Aparatları
- Makyaj Çantaları
- Göz & Dudak Kalemleri
- Dudak Koruyucu
- Setler



pnr cosmetics
Dağıtım Pazarlama Tic. A.Ş.

www.pnrcosmetics.com.tr

Kilpa'dan boyalı indirim

Hazırladığı 5 bin adet boyama kitabını çocuklu müşterilerine ve anaokullarına dağıtmaya hazırlanan Kilpa, hem eğelendirecek hem kazandıracak

Kilpa'nın hazırladığı boyama kitabı sekiz sayfadan oluşuyor. Her sayfasında farklı bir ürün fotoğrafı ve bu ürün ile bağlantılı bir boyama görseli bulunuyor. Kapakta ise bu sekiz farklı markaya ait farklı ürünlerin "anında indirim kuponları" yer alıyor. Bu kuponlar ile Kilpa mağazalarına gelen müşteriler indirimden yararlanacak. Böylelikle Kilpa, çocuklar için eğlence aileleri için de indirim fırsatı yaratmış oluyor.



Kazanan Bursa Mopaş'tan

Mopaş ve Algida işbirliğiyle düzenlenen kampanyanın talihlileri belli oldu

27 Temmuz - 27 Eylül 2011 tarihleri arasında bütün Mopaş mağazalarından gün içerisinde tek seferde her 5 TL ve katları tutarında herhangi bir Algida veya Carte D'or alan Mopaş müşterileri kazandıkları çekiliş hakları ile kampanyaya katıldılar ve hediyeler kazandılar. Kampanyaya katılan 90 bin müşteri arasında noter huzurunda yapılan çekiliş sonucunda, Bursa Mopaş'ın İhsaniye şube müşterisi Halime Küçükkoğlu Ford Focus Trend 5k 1.6i 125 Ps 5k 2011 model otomobilin sahibi oldu. Nilüfer Kaymakamı Erkem Çalık ve Mopaş yönetiminin katıldığı törenle arabası Küçükkoğlu'na teslim edildi.



Sincap Marketler'den aşure ikramı

Sincap Marketler Zinciri, Bosna'daki şubesinde market önünde aşure dağıttı

Her yıl geleneksel hale getirdikleri aşure dağıtımını bu yılda tekrarlayan Sincap Market, kurduğu aşure çadırında tüm vatandaşlara Cuma namazı sonrası aşure dağıttı.

Sincap Marketler Zinciri Yönetim Kurulu üyesi ve Genel Müdürü Ali Tabak, her yıl müşterilerine aşure dağıtımını geleneksel bir hale getirdiklerini ve bundan sonrada buna benzer özel günlerde aynı gelenekleri

devam ettireceklerini söyledi. Muharrem ayının bereket ayı olduğunu belirterek, tüm vatandaşların bolluk içerisinde yaşamlarını sürdürme dileklerinde bulundu.



Groseri, İşkur işbirliği devam ediyor

Çukurova PERDER üyesi Groseri, 4 ay süresince İşkur tarafından belirlenen 40 kişiye iş başı eğitimi verdi



Groseri ve Türkiye İş Kurumu Adana İl Müdürlüğü arasında imzalanan anlaşma kapsamında Groseri, İşkur tarafından belirlenen 40 kursiyere iş başı eğitimi verdi.

Kursiyerler, genel perakende eğitimi çerçevesinde; kasa işlemleri, ürün portföyü, depo hizmetleri, muhasebe, idari çalışmalar konularında kapsamlı eğitimler aldılar. İş başı eğitimi bitiminde deneyimlerini öz geçmişlerine ekleme imkanı kazanarak, perakende sektöründe görevlendirilecek tecrübeli çalışanlar haline geldiler. Eğitim sonunda tüm kursiyerlere birer sertifika hediye edildi.

Groseri İnsan Kaynakları ve Eğitim Müdürü Hülya Özkul Erol; "İş Kur Adana Bölge Müdürlüğü ile Groseri' nin ortak yürüttüğü proje, Groseri'nin yıllara dayalı deneyim ve birikimleri ile ülkemizin en büyük sorunlarından olan nitelikli işgücü oluşturulmasına katkı sağladı. Aynı zamanda Groseri, kendi bünyesinde nitelikli işgücünü istihdam ederek, bölge insanına hizmet verme misyonunu devam ettirdi. İş Kur' un değerli projesinin yaygınlaşmasına destek vererek örnek olmaya, İş Kur' un desteklediği projelerimiz ile devam edeceğiz." dedi Groseri, başarılı 28 kursiyerine çeşitli kadrolarında iş olanağı sağladı. Çukurova'nın marketi Groseri ve İŞKUR ortaklığı ile yapılan bu çalışma ile bölgedeki istihdam oranlarının arttırılmasına katkı sağlanıyor. Perakende sektörüne deneyimli çalışanlar kazandırılıyor.

Punto[®]
deluxia



- Tırnak Makası
- Tırnak Törpüsü
- Cımbız
- Pens
- Makas
- Setler

pnr cosmetics
Dağıtım Pazarlama Tic. A.Ş.

www.pnrcosmetics.com.tr

Yılın girişimcilik ödülü Akyurt'a...

Ankara Büyükşehir Belediyesi, Ankara'nın başkent oluşunun 88. yıldönümü onuruna bir resepsiyon düzenledi

Sheraton Otel'i'nde düzenlenen resepsiyonda Ankara'ya eserleri, hizmetleri ve girişimleriyle değer katan, Ankara'nın marka değerini yükselten kişi, kurum ve kuruluşlara çabalarından dolayı "Seğmen Büyük Ödülleri" verildi. "Seğmen Büyük Ödülü" girişimcilik kategorisinde Akyurt Süpermarket Yönetim Kurulu Başkanı Halil Uyanık ödüle layık görüldü. Uyanık ödülünü Büyükşehir Belediye Başkanı Melih Gökçek'ten aldı. Uyanık, Ankara ve ülkeye daha faydalı hizmetler yaparak katkıda bulunmaya devam edeceklerini, almış olduğu bu girişimcilik ödülünün azim ve kararlılıklarını artırdığını belirtti. Ödüllendirilenler Ankara Valiliği, Ankara Ticaret Odası, Ankara Sanayi Odası gibi sivil toplum örgütlerinin görüşleri alınarak, meclis üyeleri ve belediye bürokratları tarafından yapılan değerlendirme sonucu belirlendi.



Biçen'de bayram kutlaması



Biçen, çalışanlarını ve ailelerini bayramda bir araya getirdi

Kurban Bayramı'nın ikinci günü çalışanları ve aileleriyle kutlayan Biçen, 800 kişiyi ağırladı. Biçen Gıda Ortaklar Kurulu İhsan Biçen ve Sinan Biçen, Çalışanlarının kendileri için çok değerli olduğunu vurgulayarak, 2012 yılında çalışanları için yapılacak projelerinden bahsettiler. Daha sonra meslek eğitimi mezunlarına kalfalık belgeleri ve plaketleri verildi.

Groseri ile sağlıklı günler

Groseri, 20'nci Groseri Sağlık Günleri Konferansları'nı Becel, Lifebuoy, Depend markaları sponsorluğunda Adana Hilton ve Mersin Hilton Otel'de gerçekleştirdi

Konferanslarda İstanbul Üniversitesi Tıp Fakültesi Geropsikiyatri bölüm sorumlusu Prof.Dr.İşin Baral Kulaksızoğlu ve Nöroloji uzmanı Prof.Dr.Türker Şahiner Alzheimer konusunda Groseri müşterilerini bilgilendirip katılımcılardan gelen soruları cevaplandırdı. Groseri'nin sağlık konferansları önemli sağlık konuları ve konusunda uzman doktorların sunumuyla devam edecek.



Pnr Cosmetics Ürünleri KAZANDIRIYOR

The advertisement features a central image of five cars: a red Ford Fiesta, a dark red Ford Puma, a white Fiat Punto, a silver Ford Transit, and a white Ford Transit van. Surrounding the cars are several gift certificates from various brands, including 50 TL and 100 TL certificates from brands like Goldas, Hediye Çeki, and others. The text 'Arabanı kendin seç!' (Choose your own car!) is prominently displayed in the center. On the left and right sides, there are vertical columns of logos for various brands and retailers, including YKM, Kasko, Levi's, SARAR, İnci, UTA, Chico, Gostet, Kupa, and others. The Ford and Fiat logos are also present near the respective vehicles.

Punto
cotton

Punto
baby

Punto
Solingen

Punto
express

Punto
deluxia

kampanya detayları için
www.pnrcosmetics.com.tr

pnr cosmetics
Dağıtım Pazarlama Tic. A.Ş.



Çağrı'dan iki yeni mağaza

İstanbul PERDER üyesi Çağrı Hipermarket, yılın son çeyreğine yeni yatırımlarla girdi

Önce 900 metrekare satış alanına sahip 50 çalışanın istihdam edildiği yeni mağazasını İstanbul Feriköy'de açan Çağrı Hipermarket hemen yakın bir tarihte Kocaeli Yahyakaptan'da 26'ncı mağazasını açtı.

Show Hipermarket 15'inci mağazasını açtı

İstanbul PERDER üyesi Show Hipermarket'in Esenyurt'ta ikinci toplamda 15'inci mağazası müşterileriyle buluştu

Show Esenyurt mağazası, 500 metrekarede 3 kasa ve 22 personelle hizmet vermeye başladı. Saadetdere Mahallesi, Tonguç Baba Caddesi, Orkide Sokak'ta hizmete giren mağazanın açılışına bölge halkı yoğun bir katılım gösterdi. Show Hipermarket, bu açılıştan kısa süre önce de Avcılar'daki ikinci, toplamda 14'üncü mağazasını müşterileriyle buluşturdu. 650 metrekare satış alanına sahip mağazada 5 kasa bulunuyor. Bu yatırımla 30 kişi istihdam edildi.



Uyum'dan 45'inci şube...

İstanbul PERDER üyesi Uyum Gıda, 45'inci şubesiyle İstanbul-Kartal'da...

Uyum Gıda, Upcity Flats'te hizmete giren yeni şubesinde, 62 çalışanı ile bölgedeki 80 bin tüketiciye hizmet verecek. Böylelikle Uyum Gıda, 2012 yılının ilk çeyreği sonuna kadar 55 mağaza ve 40 bin 530 metrekarelik net satış alanına ulaşmayı şimdiden garantilemiş durumda.

Uyum Gıda, "site mağazacılığı" konsepti ile gelişiyor. İstanbul'un birbiri ardına toplu konutların ve sitelerin inşa edildiği gelişim bölgelerinde büyüyor.



Akgüller 10'uncu mağazasını açtı

Batı Karadeniz PERDER üyesi Akgüller 10'uncu mağazasını 400 metrekare alanda 3 kasa 15 çalışanı ile Kurban Bayramı'nda açtı

Düzce valisinin yaptığı, belediye başkanı ve ticaret odası başkanının katıldığı açılışa bölge halkı da yoğun ilgi gösterdi. Akgüller Yönetim Kurulu Başkanı Harun Akgül açılış konuşmasında; "2011 yılında şube sayısını arttırmak yerine müşteri alışveriş konforunu sağlamak adına mevcut şubelerimizin fiziksel olarak iyileştirme çalışmalarını yaptık. Bu şekilde ciro artışında önemli ivme kazandık. Bundan sonra açılışlarla büyüyeceğiz" dedi.



Akyüz 11'inci şubesini açtı

Karadeniz PERDER üyesi Akyüz Süpermarketler, Samsun Atakum'da 11'inci şubesiyle hizmete başladı



Ataşehir şubesini 2 Aralık 2011 tarihinde faaliyete geçen Akyüz Süpermarketler'in açılışına Atakum Belediye Başkanı Metin Burma, Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı Salih Zeki Murzioğlu, AK Parti eski Milletvekili Musa Uzunkaya ve Atakum İlçesi Emniyet Müdürü Nazım Kayaaltı katıldı. Akyüz Süpermarketler Yönetim Kurulu Başkanı Bayram Akyüz, "Çok uluslu marketler Samsun ürünlerini tezgâhlarına koymadığı için TSO'nun başlattığı "Samsun'da var, Samsun için al" kampanyası doğrultusunda tezgâhlarımıza kendi memleketimizin ürünleri ile doldurduk." dedi. Yeni açılan Ataşehir şubesi 33 metrekare alanda, 2 kasa ve 10 çalışanı ile hizmet veriyor.

Pekdemir Çiftliği 45 Oldu

Ege PERDER üyesi Pekdemir Çiftliği Marketler Zinciri'nin 45'inci şubesi Burdur'da

Denizli'den başlayarak farklı illere yayılan Pekdemir marketler zinciri, Emek Mahallesi Nene Hatun Caddesi'nde açılış töreni düzenledi. Yönetim kurulu üyesi Hasan Hüseyin Pekdemir, kaliteli ve ucuz olma sözlerine sadık kalarak 30 yıldır halka hizmet verdiklerini söyledi. İyi hizmet, güler yüz, çalışkanlık ve müşteri memnuniyeti ilkelerine ellerinden geldiği kadar riayet ettiklerini söyleyen Pekdemir, "Burdur mağazamızda da en ucuz fiyatla en kaliteli ürünü satmak gayreti içerisinde olacağız. Yıllar önce bir müşterimizin bize layık gördüğü 'Ucuzluğun kalesi' unvanıyla yolumuza devam ediyoruz" dedi.



84'üncü Mopaş hizmete açıldı

İstanbul PERDER üyesi Mopaş, yeni mağazasını Pendik Kurtköy'de müşterileriyle buluşturdu

Mopaş'ın 84'üncü mağazası, Kurtköy Mahallesi, Ankara Caddesi Çimen Sokak'ta açıldı. Mağaza, 700 metrekare satış alanında, 27 çalışanı 3 kasası ile hizmete girdi. Mopaş'tan konuyla ilgili gelen açıklamada, "Mağazamızın açılışına verilen destekten, gösterilen ilgiliden dolayı ve teşrifleriyle bizleri yalnız bırakmayarak onurlandıran tüm büyüklerimize, müşterilerimize, tedarikçilerimize ve değerli dostlarımıza yürekten teşekkür ederiz" denildi.



Onur Hipermarketleri 21 oldu

İstanbul PERDER üyesi Onur Hipermarketleri'nin 21'inci mağaza İstanbul Avrupa Yakası Mimaroba'da hizmete başladı

Yeni mağaza 1750 metrekare alana sahip. 5 kasalı mağazada 35 çalışan görev yapacak. Açılış ve onu takip eden 3 gün boyunca mağazada Çarkıfelek yarışması yapıldı. Büyük ilgi çeken yarışmada 10 müşteri çeyrek altın kazandı.



Reyon 23'üncü mağazasını açtı



İstanbul PERDER üyesi Reyon Marketler Zinciri, 23'üncü şubesini Sefaköy'de hizmete açtı

Mağazanın açılışına Küçükçekmece Belediye Başkanı Aziz Yeniay, Hedef Grup Yönetim Kurulu Başkanı Ali Kara, Hedef Grup İcra Kurulu Üyesi Beşir Kara ve Reyon Marketler Genel Müdürü Çetin Yılmaz katıldı. Reyon, açılışta müşterilerini Reyon kart/Reyon hediye çekleri avantajları, kampanyalar ve 7 bin ürün çeşidi ile buluşturdu. Reyon Sefaköy mağazası 500 metrekarelik alanda 4 kasa ve 18 çalışanı ile hizmet verecek.

3'üncü Filiz açıldı

Karadeniz PERDER üyesi Filiz Market, 3'üncü şubesini açtı

Giresun'da açılan Filiz Market'in açılışına Giresun Valisi Dursun Ali Şahin, Belediye Başkan Vekili Hayati Tökez, Sanayi Odası Başkanı Hasan Çakırmelikoğlu katıldı.

Filiz Gıda'nın üçüncü kuşak ve en genç temsilcisi M.Kamil Hacıoğlu, "Görele merkezde 25 metrekare alanda 1950 yıllarında başlayan ticari faaliyetlerimiz yıllarca gıda toptancılığı yaparak devam etti. 2010 yılında ise 4 ay içerisinde Görele'de iki market açtık. Giresun merkezde ise 1995 yılında kiralık bir binada bayiliğe başlanılmıştır. Bugün ise, Gedik Mahallesi'nde hizmetteyiz." dedi. Yeni açılan şube 700 metrekare alanda, 3 kasa ve 17 çalışanı ile hizmet veriyor.



Hadim 37'nci mağazasını açtı

Ağırlıklı olarak İnegöl ve Eskişehir'de büyüyen Bursa PERDER üyesi Hadim, Bursa içindeki ikinci toplamda 37'inci mağazasını Yeşilyayla'da hizmete açtı



Geçtiğimiz günlerde Bozüyük ve Eskişehir de iki mağazanın açılışını gerçekleştiren Hâdim AVM, bu açılış ile beraber 37 mağazaya ulaştı. Açılışa özel indirimlerle müşteri ile buluşan mağazanın açılışını, Hâdim Şirketler Gurubu Yönetim Kurulu Başkanı Ayhan Salman ve Yönetim Kurulu üyeleri gerçekleştirdi. Hızla büyümeye devam eden Hâdim AVM Bursa'da üçüncü, toplamda 38'inci mağazasının açılışını da yakın tarihte gerçekleştirecek.

Halk'ın 20'nci halkası...

Ege PERDER üyesi, Halk Market 20'nci şubesini açtı

Halk Market, Aydın Güzelhisar şubesini 28 Ekim 2011 tarihinde hizmete açtı. Açılışa Aydın Vali Yardımcısı Bestami Alkan, Aydın Belediye Başkan Yardımcısı Şefika Çoban, Vergi Dairesi Başkanı Mesut Yılmaz, Aydın İl Müftüsü Ömer Kocaoğlu, İl Sağlık Müdürü Dr. Hüsnü Tırpancı, Ticaret Odası Yönetim Kurulu Başkanı İsmail Hakkı Dokuzlu, Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Hulusi Akşit katıldı. Halk Market Yönetim Kurulu Başkanı Eşref Dikmen, 2011 yılında hedefimiz 20 şubeye ulaşmaktı. Bugün hedefimizi gerçekleştirmenin mutluluğunu yaşıyoruz." dedi. Yeni şube 240 metrekare alanda 12 personel ve 2 kasa ile hizmet veriyor.



Özhan yeni şubesiyle Doğuşpark'ta

Bursa PERDER üyesi Özhan Marketler Zinciri, 26'ncı mağazasını Doğuşpark'ta hizmete açtı

Açılış kurdelesini Özhan Marketler Zinciri Yönetim Kurulu Başkanı Tevfik Özhan, Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Mustafa Uluçay, Yeni Söğüt Belediye Başkanı Güngör Özhan'ın kestiği Özhan Doğuşpark Şubesi açılışında, Nilüfer Belediye Başkanı Mustafa Bozbey, AK Parti Eski Milletvekili Ali Kul, Üçge Genel Müdürü Okan Aras ile Bursalı dostları Özhan'ı yalnız bırakmadı. Bursalılara 19 yıldır kaliteli hizmet ve kusursuz alışveriş anlayışını sunan Özhan Marketler Zinciri Doğuşpark Şubesi yaklaşık 550 metrekare üzerinde 3 kasa ile hizmet verecek. Şube'nin ayrıca müşteri servisi de bulunmakta.



Yeşil Portakal 10 oldu

Ege Perder üyesi Yeşil Portakal Mağazaları 10'uncu şubesinin açılışını Akhisar/Manisa da gerçekleştirdi

Açılış Akhisar Kaymakamı Kamil Köten, Belediye Başkanı Salih Hızlı, üretici ve tedarikçi firma temsilcileri katıldı. Açılışa özel kampanyalar ve firmaların kurduğu tadım stantlarına Akhisarlılar büyük ilgi gösterdiler. 510 metrekare alışveriş alanına sahip mağaza, 12 personel, üç yazarkasa ile hizmet veriyor.



Yunus 46'ncı mağazasını açtı

Ankara PERDER üyesi Yunus Marketler Zinciri, Akdere'de ikinci tüm Türkiye'de 46'ncı şubesini açtı

16 Aralık Cuma günü açılışı gerçekleşen Akdere-2 şubesi 860 metrekarelik kullanım alanı, 4 kasası ve deneyimli 24 personeli ile bölge halkının tüm ihtiyaçlarını karşılamak için planlandı. Açılışta özellikle mağaza içerisinde bulunan unlu mamuller fırını her gün kendi imalatı olan birçok ürünü sıcak ve taze olarak Akderelilere sunacağından büyük beğeni topladı. Açılışa katılan herkese ücretsiz döner ikramı yapılması ve açılışa özel ürün kampanyalarının gerçekleştirilmesiyle müşteriler keyifli anlar yaşadı.



Buhara açıldı



Karedeniz PERDER üyesi Hitit Gıda, 8'inci şubesi olan Buhara'yı açtı

Hitit Gıda'nın yeni şube açılışına Vali Yardımcıları Hamdi Bolat, Sait Topoğlu ve AK Parti Çorum Milletvekili Cahit Bağcı katıldı. AK Parti Çorum Milletvekili Cahit Bağcı, Hitit Gıda'nın 320 kişiye iş verdiğini belirterek ciddi bir istihdam yarattığı söyledi. Bağcı, "Bugün bu mağazada 65 kişi istihdam edilmesi demek büyüyen Türkiye'de istidama katkı sunmak demektir." dedi. Hitit Gıda Yönetim Kurulu Başkanı Selahattin Zelveci, Hitit Gıda'nın Çorum halkı için marketten ziyade bir kalite standardı haline geldiğini söyledi.

Şekerciler'den yeni şube

Ankara PERDER üyesi Şekerciler, yeni şubesini Alaçatı Bulvarı'nda açtı

1.000 metrekare satış alanına sahip Ankara Çayyolu Alaçatı Bulvarındaki şubede yaklaşık 8 bin kalem ürün bulunuyor. Şube, 4 ykasa ve 24 çalışanı ile hizmet veriyor.



Halciler 25'inci mağazasını açtı



Ankara PERDER üyesi Halciler Marketler Zinciri, 25'inci mağazasını Polatlı'da açtı

2008 yılında kurulan ancak kısa sürede önemli bir büyüme grafiği yakalayan Halciler Marketler Zinciri, toplamda 25'inci Polatlı'daki 3'üncü şubesini hizmete açtı.

12 kişinin istihdam edildiği mağazanın toplam alanı 450 metrekare. Ankara PERDER üyesi olan Halciler Marketler Zinciri'nin yöneticileri, 2012 yılında yeni yatırımlarla büyümenin devam edeceğini belirtti.

Şenmar 14 oldu

Çukurova PERDER üyesi Şenmar, 14'üncü şubesini açtı

Şenmar AVM'nin 14'üncü şube açılışına Çukurova PERDER Başkanı Cahit Kaplaner ve Yönetim Kurulu Üyesi Ömer Cömert katıldı. Kaplaner, yerel marketlerin daha çok şubeleşmesi gerektiğini söyledi. bu konunun Türkiye Perakendeciler Federasyonu ve Çukurova PERDER in önceliklerinden olduğuna dikkat çeken Kaplaner, yeni istihdam alanları yaratmak için yerli zincirlerin var güçleriyle çalıştıklarını dile getirdi.



Bingo Soft Ada Ferahlığı

Türk kadınlarının beklenti ve ihtiyaçlarını tespit etmekte öncü olan Bingo, dünyaca ünlü parfümörleri ile yepyeni ve iddialı bir mavi yumuşatıcı daha geliştirdi. Bingo Soft Ada Ferahlığı, geliştirilen parfümü sayesinde, yumuşacık çamaşırlarınızın yanı sıra günlük hayatın karmaşasından uzaklaşma vaadi veriyor ve kadınlara her yıkamada o benzersiz tatil kokusunu hissettiriyor. Ayrıca rahatlatıcı ada kokusuyla tüketicilerine her gün yenilenme imkanı sunuyor. Bingo Soft Ada Ferahlığı, turkuaz rengi ve klasik yumuşatıcılardan ayrıran kokusu ile raflarda yerini aldı.



CP'den selenyum yumurta



Beyaz eti çocuklara sevdirmek amacıyla tüm dünyadaki yüz milyonlarca çocuğun sevgili olan Tom&Jerry karakterlerini Warner Bros ile lisans anlaşması yaparak Türkiye'ye getiren CP Türkiye, Tom&Jerry ürün gamına; piliç kroket, sosis ve popcorn'dan sonra şimdi de ikinci bir lisans anlaşması yaparak "selenyum zengini yumurta"yı ekledi. Sevimli kahramanlar Tom&Jerry ürünleriyle anneler şimdi çocuklarına yumurtayı daha eğlenceli yedirecekler. Ürün kalitesini ve çeşitliliğini artırmak için her yıl yatırımlar yaptıklarını ve tüketicilerine her zaman daha iyiyi sunmayı hedeflediklerini belirten CP Türkiye Başkan Yardımcısı Nezih Gençer, "Tom&Jerry lisanlı ürün gamına selenyum zengini yumurtayı ekleyerek, çocuklarımızın büyümesine, gelişmesine ve bağışıklık sistemlerinin güçlenmesine katkıda bulunmayı hedefledik" dedi.

Dove'dan Luscious Velvet

Farklı cilt özellikleri ve beklentiler için 4 çeşidiyle Dove temizliğini ve yumuşaklığını sunan Dove Cream Bar'ın yeni ürünü Luscious Velvet raflardaki yerini aldı. Her yanı saran çiçek kokusuyla kolaylıkla ayırt edilebilen Luscious Velvet, diğer Dove Cream Bar ürünleri gibi dörtte bir oranında nemlendirici içeriyor. Kadınların özellikle sonbahar ve kış aylarında ciltlerini temizlerken, ciltleriyle uyumlu ve hassas temizleyiciler kullanmaları gerekiyor. Dove Cream Bar ürünleri içerdiği dörtte bir nemlendirici kremle cildin ihtiyacı olan nem dengesinin korunmasına yardımcı oluyor. Böylece düzenli olarak Dove Cream Bar kullanıldığında cilt güzel ve sağlıklı bir görünüm kazanıyor. Luscious Velvet, Dove Cream Bar sabunlardaki nemlendirme özelliğini barındırırken her cilt tipine eşsiz çiçek kokulu bir temizleme vaat ediyor.





Eker'den diyabetik sütlü tatlı

Süt ve süt ürünleri konusunda 34 yıldır tüketicilerini lezzet ve kalite ile buluşturan Eker Gıda, 2007'den buyana market raflarından tatlıseverlere ulaşan sütlü tatlılarına yeni bir kategori ekledi. Eker Gıda, diyabetik sütlü tatlı çeşitleri; keşkl ve supangle ile diyabet hastalarına sağlıklı ürünler sunmayı amaçlıyor. Eker'in yeni tatlıları, konu ile ilgili tek yetkin kurum olan Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Beslenme ve Diyetetik Bölümünün verdiği raporla "Diyabet hastaları için uygundur. Doktor tavsiyesi ve kontrolünde kullanılır" onayına da sahip bulunuyor. 150 gramlık ambalajları ile üretilen Eker diyabetik sütlü tatlıların raf ömrü ise Eker'in diğer perakende noktalarına verdiği sütlü tatlıları gibi yine 21 gün.

ETİ Browni'ye iki yeni rn

Piyasaya sunulduğu tarihten itibaren büyük bir hayran kitlesine ulaşan ETİ Browni Intense, şimdi de yeni çeşidiyle tarifi imkansız lezzetler arayanların vazgeçilmezi olmaya hazırlanıyor. Tüketicilerden gelen yoğun istek doğrultusunda üretilen yeni Browni Intense Vişneli, nefis vişne sosu ve bitter ikolatasıyla eşsiz bir lezzet sunuyor. Yoğun ve akışkan vişne sosu ile damaklarda benzersiz bir tat bırakan ETİ Browni Intense Vişneli, 38 gramlık paketlerde 50 Kuruş olarak raflardaki yerini aldı. Tadına doymadığınız Browni Intense'in, tüketicilere tek sürprizi "Vişneli" eşidi değil. Browni Intense'in bilinen yumuşacık ıslak keki, nefis sosu ve çikolata kaplaması mini boylar halinde hayranlarıyla buluşuyor. Arka arkaya atıştırmalık ETİ Browni Intense Mini birbirinden lezzetli vişneli ve çikolatalı çeşitleriyle eşsiz bir yeme deneyimi yaşatıyor.



Çift karakterli lezzet

Tatlı Karışımları kategorisindeki yeni çeşitleriyle birbirinden ilginç deneyimler sunan Carte d'Or, yeni ve benzersiz ürünü Fondan ile yoğun çikolata lezzetini eşsiz bir formda sunuyor. Sonbaharın hüzünlü ve depresif günlerinde kendinizi ve sevdiklerinizi şımartmak için iyi bir fırsat alternatif olan Fondan'ın baş döndürücü tadı, dondurmayla buluştuğunda ikiye katlanıyor. Fondan, sevdiklerini yeni lezzetlerle şaşırtmak ve şımartmak isteyenlere, özel bir karışımın arasında yoğun çikolata lezzeti sunuyor. Tatlılar arasında benzeri bulunmayan Fondan, multi porsiyon olması sayesinde misafir ağırlarken de en iyi alternatif olarak öne çıkıyor. Evde geçirilen anların keyfini ikiye katlamak için sıcak içeceklerin vazgeçilmez tamamlayıcısı olmaya aday bir dilim Fondan, zerine konulan bir kaşık dondurmayla da bambaşka bir lezzete dönüşüyor.

Nescafe Falcı raflarda

Nescafe, "Falcı" markasıyla hazır Türk kahvesi pazarına adım attı. Geleneksel Türk Kahvesi'nde olduğu gibi yüzde yüz Arabica kahve çekirdeklerinden üretilen bol köpüklü Nescafe Falcı, üzerine kaynar su eklenip karıştırılarak anında hazırlanıyor. Böylece kahve tutkunları, fala ve derin sohbetlere çok daha fazla vakit ayırabiliyor. Sade, orta ve şekerli çeşitleriyle raflarda yerini alan hazır Türk kahvesi Nescafe Falcı, 50 kuruşluk fiyatıyla satış noktalarında yerini aldı.



Papağan'dan yeni seri



Papağan Kuruyemiş, kurutulmuş ürünlerini ve çiğ yemişlerini yeni anlayış ve yeni ambalajlarla, yeni bir seride bir araya getirdi. "Altın Meyveler" serisinde Papağan Kuruyemiş, tamamen doğal yöntemlerle hazırlanan, herhangi katkı maddesi içermeyen kuru meyveler ve çiğ ürünler sunuyor. Altın Meyveler'de kuru erik, çekirdekli siyah üzüm, tatlı badem, ceviz, gün kurusu kayısı ve kuru kayısı çeşitleri olmak üzere toplam 6 ürün yer alıyor. Doğayı yüzde 100 olarak sunan "Altın Meyveler", en kaliteli ürünlerden hazırlanıyor ve hava geçirilmeyen, açıldığı anda ürünlerin ilk anki tazeliği korumasını sağlayan ambalajlarda muhafaza ediliyor.

Tamamen doğal yöntemlerle hazırlanan kurutulmuş meyvelerin yanı sıra seride yer alan badem içi ve ceviz içi, herhangi bir işlem görmeden çiğ haliyle sunuluyor. Papağan Kuruyemiş Altın Meyveler, Türkiye'nin önde gelen perakende noktalarında, ulusal ve yerel marketlerdeki özel stantlarda 150 ve 200 gramlık ambalajlar içinde satışa sunuluyor.

Ferahlık şimdi daha kalıcı

Yıldız Holding'in Danimarkalı şirket Gumlink ile birlikte kurduğu CCC Gıda, sakızdaki yeniliklerine devam ediyor. Ortaklığın ürünü Oneo'nunSlims çeşidi raflarda yerini aldı. Yepyeni ince formu ve şık zarf ambalajında OneoSlims, yepyeni formülüyle şimdi daha kalıcı bir ferahlık ve lezzet vaat ediyor. OneoSlims'in Nane, Yeşil Nane, Karpuz - Ahududu ve Greyfurt - Frenk Üzümü çeşitleri bulunuyor. "Yeşil Nane" aromalıOneoSlims daha yumuşak bir nane tadı sunarken, "Nane" aromalı OneoSlimsdaha yoğun nane tadından hoşlanan tüketiciler için özel olarak hazırlandı. Oneo'nun formülündeki Kalsiyum Pirofosfat (KaP) temiz, güçlü ve beyaz dişlere sahip olunmasına yardımcı oluyor. Ayrıca nefesi "yeni fırçalanmış gibi

ferah" bir hale getiriyor. Oneo'nun formülünde bulunan KaP'ın klinik çalışmaları ABDPark Üniversitesi Araştırma Merkezi ve Zürih Üniversitesi Diş Hekimliği Fakültesi tarafından gerçekleştirildi. Oneo'nun draje formatta nane, yeşil nane, damla sakızı, çilek ve tropikal meyve aromalı çeşitleri bulunuyor.





Yeni Pril 3'lü Güç

Pril, tüketicilerinin sesini dinledi ve bulaşıktaki en büyük problemlerinin yemeklerden arta kalan yağ lekeleri, bulaşıklara sinmiş kötü kokular ve bulaşıkların zamanla parlaklığını yitirmesi olduğunu ortaya çıkardı. Tüm bunların çözümü için de Yeni Pril 3'lü Güç'ü yarattı! Pril 3'lü Güç özel formülü ile ev hanımlarının en büyük sorunu olan yağlı bulaşıkları tertemiz yapmakla kalmıyor, aynı zamanda bulaşıklarda yemeklerden arta kalan kötü kokulara etki ediyor, tencere, tava ve tabakların parlaklığını korumasını sağlıyor. Türkiye'nin bir numaralı bulaşık deterjanı Pril 3'lü Güç yeni ultra yoğun formülü ile daha az ürünle daha fazla bulaşık yıkıyor.

Şölen'den Biscolata Mood

Bisküvili çikolata lezzetine yeni bir boyut kazandıran Biscolata Mood incecik bisküvi ve içindeki gerçek çikolata dolgusunun vazgeçilmez lezzetini eğlence ile hayatımıza taşıyor.'Aşk, sağlık, şans, para, iş, dostluk, başarı, neşe ve mutluluk' bisküvileri ile hayatta aradığınız ne varsa hepsi Biscolata Mood paketlerinde keşfedilmeyi bekliyor.Dışa dönük, farkı deneyimlere açık olan, özgürlüğüne düşkün ve hayattan zevk almayı bilen çikolataseverlerin tercihi Biscolata Mood doyurucu etkisinin ötesinde, göze ve yeme zevkine de hitap ediyor. Biscolata Mood'un son olarak bitter çikolata sevenler için piyasaya çıkardığı; dışı kakaolu çıtır bisküvi, içi bitter çikolata dolgulu yeni ürünü raflardaki yerini aldı.



Saç boyası lekeleri temizleniyor



Saç boyama işlemini herkes için kolaylaştırmayı hedefleyen Uni Collection Color Clean 3'lü Saç Boyası Temizleme Mendilleri, saç boyama işlemi sırasında ciltte kalabilecek boya lekelerini temizlemek için özel olarak hazırlandı. Tekli paketlerde, içeriğinde üç adet temizleme mendili içeren ürün, özel formülü sayesinde yüzde, boyunda, ellerde ve kulaklarda kalabilecek her lekeyi kolayca temizliyor. Hassas ciltlerin de kullanabileceği temizleme mendilleri, tahrişe yol açmadan boya lekelerini kolaylıkla tüm ciltten arındırıyor. Ferahlatıcı etkisiyle ile kullanım sonrasında bir rahatlık sağlıyor.

Fonex'ten nano teknoloji

Altı ayrı çeşide sahip Fonex Wax'la saçlarınıza istediğiniz şekli kolayca verirken, göz kamaştırıcı parlaklığı da kolayca elde edebilirsiniz. Kuru, nemli veya hafif ıslak saçlara rahatlıkla uygulayabileceğiniz Fonex Wax, geliştirilmiş nano teknoloji formülüyle saçlarınıza eşsiz bir parlaklık ve ıslak bir görünüm kazandırır, doğal şekiller vermenizi sağlar. Benzersiz saç modelleri için şekillendirici ve parlatici krem özelliklerine sahip Fonex Wax'lar saç yağlandırmadan, saça uzun süre kalıcı ve sabit bir duruş kazandırır. Saç güzelliğine düşkün olanlara Fonex Wax'tan bir iyi haber daha; Fonex Wax'lar, saçınızdan şampuanlama gerektirmeden, sadece suyla durulamayla bile çıkıyor.



Lay's yeni lezzetlerini sundu



Eşsiz lezzetler yaratan ve geçen sene zeytinyağlı ürünleriyle cips pazarına yepyeni bir boyut kazandıran Lay's, keyifli sürprizlerine devam ediyor. Türkiye'nin en kaliteli patatesleriyle benzersiz cips lezzetleri yaratan Lay's, ambalajlarını ve lezzetini yeniledi. Yepyeni paketleriyle daha eğlenceli ve keyifli bir görünüme kavuşan Lay's, artık çok daha doğal ve sağlıklı lezzetlere sahip. Yeni Lay's ürünleri, lezzetini doymamış yağ asitli ayçiçek yağından alıyor. Lay's cipslerinin üretiminde kullanılan yağ, tamamen doğal yapısıyla hem lezzetli, hem de sağlıklı tatlar yaratıyor. Yağ ile üretilen benzersiz Lay's lezzetleri, yenilenen ambalajlarıyla raflarda yerini aldı.

Sağlıklı beslenme bilinci ve talebinin artmasıyla, doymuş yağ oranı düşük ürünlerin kullanımı da arttı. İyi yağlar olarak bilinen doymamış yağ oranını yükselten ve kötü yağ olarak nitelendirilen doymuş yağ oranını azaltan HOSO (High Oleic Sunflower Oil Doymamış Yağ Asitli Ayçiçek Yağı) daha sağlıklı ürünlere imkan tanıyor. Daha sağlıklı ve doğal ürünler konusunda fark yaratan Frito Lay, HOSO kullanımına geçerek öncülüğünü sürdürüyor. Frito Lay'in hiçbir ürününde trans yağ yer almıyor ve koruyucu katkı maddesi kullanılmıyor. Frito Lay ürünlerindeki besin değerleri, paketlerin arkasında tüketicilerle

Sırma'dan mineral deposu

Sağlık ve lezzet denince ilk akla gelen markalardan biri olan Sırma; Almanya'nın çok sevilen içeceği Schorle'yi Türk tüketicilerin beğenisine sundu. Gerçek meyve suyu ile doğal maden suyu karışımından oluşan Sırma Schorle; elma, çilek ve nar çeşitleri ile tüm satış kanallarında yerini almaya başladı. Gerçek meyve suyu, Sırma Schorle Elma'da yüzde 80; Sırma Schorle Nar ve Çilek'te ise yüzde 20 oranında. Üstelik Sırma Schorle Elma yüzde yüz şeker ilavesiz. Kurulduğu 1991 yılında maden suyu ile içecek sektörüne giriş yapan Sırmagrup; 2002 yılında da kaynak suyu pazarında faaliyete başlamış; yedi yıl içerisinde pazar lideri konumuna hızlı bir yükseliş gerçekleştirdi. Sırma su ürünleri damacana, pet şişe ve cam şişe; maden suyu ürünleri ise doğal, meyveli, vitaminli ve Schorle olarak çeşitleniyor.



Anavarza'dan Propolis

Klasik bal ürünlerinin yanında yine arılar tarafından üretilen arı sütü, polen, propolis gibi ürünler artık daha çok talep görmeye başladı. Arı ürünlerinin en önemli sunucusu Anavarza Bal yetkililerinden alınan bilgilere göre, son zamanlarda satışlar oldukça artmış bulunuyor. Söz konusu ürünler sadece Anavarza Bal tarafından üretilen krem bal ile karıştırılarak hazırlanıyor. Anavarza Bal yetkililerinin verdiği bilgilere göre bunun önemi şöyle açıklanıyor: Süzme bal ile yapılan karışımlar zamanla homojen yapısını yitirerek yüzeyde toplanıyor. Bu durum her kullanımda alınan besin ögesini ise farklı kılıyor. Ayrıca krem balın rengi mat olduğu için ışığı geçirmezken süzme bal şeffaf olduğundan dolayı ışığı geçiriyor. Bu nedenle özellikle güneş ışığından etkilenen ürünler olan arı sütü ve polen, krem bal karışımında güneş ışığı görmediğinden oda sıcaklığında besin değerini yitirmiyor.



Antep fıstıklı beyaz çikolata

Ülker, çikolatadan fazlasını isteyenleri özel serisi Ülker Golden markası altında çok özel bir çikolata ile tanıştırıyor; Ülker Golden Antep Fıstıklı Beyaz Çikolata... Bu yepyeni beyaz çikolata, yoğun Antep fıstığı lezzeti ile farklı bir deneyim sunuyor. Türkiye'nin ilk ve tek bütün Antep fıstıklı beyaz çikolatası olan Ülker Golden Antep Fıstıklı Beyaz Çikolata, yüzde 20 oranında Antep fıstığı içeriyor. Bu lezzet, Ülker Ar-Ge uzmanları tarafından Türk damak tadına en uygun formül ile geliştirildi. Ülker Golden serisinde, Antep Fıstıklı Beyaz Çikolata'nın yanı sıra bol fıstıklı sütlü çikolata, yüzde 70 kakaolu ve Antep fıstıklı bitter çikolata, Antep fıstık dolgulu sütlü çikolata çeşitleri de bulunuyor. Ülker Golden ile fıstıklı çikolata severler, farklı seçeneklerle çikolata ve fıstığın mükemmel uyumunun tadına varıyor.

Tifiti'ye Tofita yok

Tofita'nın "sert meyve" sloganıyla lanse edilen yeni ürünü Tofita Stones market raflarındaki yerini aldı. Karpuz ve mandalina olmak üzere iki meyve lezzetiyle satışa sunulan Tofita Stones'un "Tifitilik" kavramını işlediği eğlenceli reklam filmleri de ürün kadar ilgi görüyor. Yoğun lezzetinin yanı sıra karizmatik siyah kutusu ve çekici tasarımıyla özellikle genç tüketicilerin dikkatini çeken Tofita Stones, pratik ambalajı ve küçük paket boyutu ile cepte rahatça taşınabiliyor. İçeriğinde gerçek meyve tozu olan Tofita Stones, yoğun tadının yanı sıra kendine has şekliyle de ağızda oynama isteği uyandırıyor.





AKDENİZ PERDER

Başkan: Gazanfer GENCER
Telefon: 0 242 421 22 45
Faks: 0 242 421 22 53
Email: akdenizperder@tpdf.org
Adres: Gencerler İş Merkezi
Atatürk Cad. No:509
Yeniköy Döşemealtı ANTALYA

ANKARA PERDER

Başkan: Mustafa ALTUNBİLEK
Telefon: 0 312 219 20 55
Faks: 0 312 219 20 58
Adres: Yaşam Cad. No:7/38
Kat:12 Akplaza 06510
Söğütözü ANKARA

BATI KARADENİZ PERDER

Başkan: A.Şakir Oktay
Telefon: 0 372 556 25 92
Faks: 0 372 556 50 80
Email: batikaradenizperder@tpdf.org
Adres: Atatürk Cad. No: 13
Devrek ZONGULDAK

BURSA PERDER

Başkan: Doğan SEYHAN
Telefon: 0 224 211 36 04
Faks: 0 224 211 36 04
Email: bursaperder@tpdf.org
Adres: Yeni Yalova Yolu Üzeri
Buttim İş Merkezi B Blok 4. Kat
No:1154 Osmangazi BURSA

ÇUKUROVA PERDER

Başkan: Cahit KAPLANER
Telefon: 0324 328 25 33
Faks: 0324 328 25 33
Email: cukurovaperder@tpdf.org
Adres: Cumhuriyet Mah.
1605 Sok. No:24/A
Yenişehir MERSİN

DOĞU ANADOLU PERDER

Başkan: Ömer DÜZGÜN
Telefon: 0442 235 87 77
Email: doguanadoluperder@tpdf.org
Adres: Murat Paşa Mah. Vani
Efendi İş Mer. K:4 No: 34
Yakutiye ERZURUM

EGE PERDER

Başkan: Veli GÜRLER
Telefon: 0 232 237 41 12
Faks: 0 232 237 42 15
Email: egeperder@tpdf.org
Adres: 4031 Sok. 5/B
Karabağlar İZMİR

GÜNEYDOĞU PERDER

Başkan: Derviş SEVGİ
Telefon: 0 412 251 27 02
Faks: 0 412 251 27 02
Email: guneydoguperder@tpdf.org
Adres: Yeniköy Bağcılar Mah.
Urfa Yolu Üzeri Umut Apt. No:7
Kat:2 DİYARBAKIR

İSTANBUL PERDER

Başkan: Reşat NARMAN
Telefon: 0 216 425 36 41-42
Faks: 0 216 425 36 48
Email: istanbulperder@tpdf.org
Adres: Tem Otoyolu Kavacık
Kavşağı Ford Plaza Kat: 5 Kavacık
Beykoz İSTANBUL

KARADENİZ PERDER

Başkan: Bayram AKYÜZ
Telefon: 0 362 435 55 07
Faks: 0 362 435 55 23
Email: karadenizperder@tpdf.org
Adres: 19 Mayıs Mah.
Osmaniye Cad. No:13 Kat:4
SAMSUN

KAYSERİ PERDER

Başkan: Selahattin KILIÇ
Telefon: 0 352 320 16 92
Faks: 0 352 320 58 43
Adres: Çevreyolu Üzeri No: 70
Kocasinan KAYSERİ

KONYA PERDER

Başkan: Ali KAYA
Telefon: 0 332 237 01 52
Faks: 0 332 237 74 49
Email: konyaperder@tpdf.org
Adres: Medrese Mah. Ulaşbaba
Cd. Mustafa Kaya İş Mrk. No:24
Daire: 302 Selçuklu KONYA

FiMAK

Bakery Machines & Equipments

En kârlı yatırımınız!



FiMAK

FIRIN MAKİNALARI İML.SAN. TİC. A.Ş.
BAKERY MACHINE INDUSTRY & TRADING CO.

Ekmek Makinaları & Ekipmanları - Bakery Machines & Equipments

Merkez / Fabrika: Konya Organize Sanayi Bölgesi Evrenköy Cd. No:35 42040 Konya / TÜRKİYE

Tel: +90 332 239 00 81 (pbx) - Fax: +90 332 239 00 70

İSTANBUL BÖLGE MÜDÜRLÜĞÜ / SHOWROOM: Beşiktaş Ekspres Yolu Bahariye Cd. Mehmet Akif Mh.

Süphan Sk. No: 35 İKİTELLİ / İSTANBUL / TÜRKİYE

Tel: +90 212 471 20 76 - 78 - Fax: +90 212 471 20 77

www.fimakinakina.com.tr - sales@fimakinakina.com.tr - info@fimakinakina.com.tr - istanbul@fimakinakina.com.tr

