

30 milyar dolarlık platform POPAI

Dünyanın 25 ülkesinden 2000'e yakın üyesi olan ve perakende satış noktası sunum faaliyetleri konusunda kar amacı gütmeyen çalışmalarını yürüten POPAI, 2005 yılı itibariyle Türkiye'de faaliyetlerine başladı. POPAI'yi Türkiye Başkanı Volkan Keskinoglu ile konuştuk.

- **POPAI ile ne zaman ve nasıl tanıştınız?**

POPAI ile ilk tanışmam 1998 yılında oldu. Çizgi altı sektöründe yaptığım çalışmalar sırasında duyduğum ihtiyaç neticesinde bu organizasyon ile tanıştım. Kuruluşun yapmış olduğu çalışmalardan ciddi şekilde yaralandım ve yürüttüğümüz projelerde bu bilgi birikimini ülkemizde kullanma şansım oldu. Gerek Avrupa'da gerekse ABD'deki temaslarımda bir çok kuruluşun POPAI' den ne şekilde yaralandığını ve sektörün bu anlamda nasıl geliştiğini görme şansım oldu. Ülkemizde yaşadığımız bir çok sorunu onların bundan yıllarca önce yaşayıp çözdüklerine tanık oldum. Tüm deneyimlerim bana ülkemizde de böylesine bir hareketin başlaması gerektiği fikrini oluşturdu. Bunun da ilk adımını POPAI ve onun uluslararası bilgi birikimini ülkemize getirmeyi amaçlamakla attım. İlk teklifimiz 2000 yılında yapılmış ve POPAI ile yaklaşık 4 yıl süren görüşmeler neticesinde Türkiye'de ofis açma kararı alınmıştır. POPAI bu anlamda yapılmayanı yapmış, normalde minimum 10 üyenin olmadığı yere hiç bir ofis açmazken Türkiye' de sadece 1 üye ile bu ofisi açma kararını almıştır. Bu anlamda da Türkiye'mize önemli görevler düşmektedir.

- **POPAI' yi genel olarak anlatır mısınız?**

Popai bundan 65 yıl önce kurulmuş, kar amacı olmayan bir organizasyondur. İlk kuruluşunda çizgi altı sektörüne hizmet eden kuruluşların bir araya gelerek sektörün sorunlarına ve taleplerine cevap vermeyi amaçlamıştır. Yapmış olduğu çalışmalarla, işbirlikleriyle özellikle ABD piyasasında sektöre çok katkıları olmuş ve giderek globalleşmeye başlamıştır. Bu arada da organizasyonda yer alan kurum ve kuruluşların yelpazesi genişleyerek, içerisine perakendecileri, marka firmaları ,reklam ajanslarını, fuar ve organizasyon şirketlerini, araştırma şirketlerini, üniversiteleri olarak sektörü tam anlamıyla temsil eder bir hale gelmiştir. Bugün 25 ülkedeki yapılanması, 2000'e varan üye sayısı ve üyelerinin toplam cirosunun 30 milyar doları oluşturduğu global bir platform haline gelmiştir.

- **Organizasyon üye şirketlere ne sağlıyor?**

Öncelikle POPAI' ye üye olmak bildiğimiz, klasik abone üyeliği demek değildir. POPAI bir platformdur. Katılımcılık son derece önemli, oturduğumuz yerden POPAI bizlere bir şey vermiyor. POPAI'nin tüm bilgi birikimini, tecrübelerini, alt yapısını kullanmak ve bunu ülkemiz şartlarında uygulama alanları bulmak bizlere düşüyor. Sektör ile ilgili her alanda tüm bilgi birikimini üyelerine açıyor; fuarları, üniversitesi, seminerleri, kitapları ile üye firmaların gelişimine katkıda bulunuyor. POPAI üyeleri ziyaret ettikleri veya yatırım yapmak istedikleri ülkelerde en azından bir muhatap bulabiliyorlar.

Dünyada ne gibi çalışmalara imza atıyor?

POPAl hem yerel hem de global çalışmalar yürütmektedir. Ülkelerde sektörlerin ve kültürlerin farklı olması nedeniyle yerel faaliyetler ülke ofisleri tarafından yürütülmekte ve tüm dünya ile paylaşılıyor. Global olarak ise faaliyetler merkez ofis Washington DC tarafından koordine edilerek gerçekleştirilmektedir. Özellikle Globalshop ve Euroshop gibi dünyanın önemli fuar organizasyonlarında organizasyon ortaklığı yapılıyor. Bu anlamda buralarda yer almak isteyen üyeler POPAl' nin tüm imkânlarından yararlanıyorlar. Bunun dışında POPAl' nin Global bazda NVU ve ACNielsen gibi araştırma kuruluşları ile birlikte yürüttüğü uluslararası araştırma projelerini sektör ve üyeleri ile paylaşılıyor.

• POPAl' nin düzenlediği bir ödül var bildiğimiz kadarıyla...

Uzun yıllardır sektörün "Oscar" ı kabul edilen "OMA (Outstanding Merchandising Achievement)" her yıl Globalshop' ta büyük bir organizasyon ile değerlendirilerek, çeşitli kategorilerde dağıtılıyor. Firmalar ve tasarımcılar eserlerini oluşturup OMA' ya Ocak ayında başvurularını yaparak katılırlar. Globalshop'da sergiye açılan adaylar çeşitli jüri üyeleri tarafından değerlendirilirler. Değerlendirme sonucunda çeşitli kategorilerde bronz, gümüş ve altın olmak üzere ödüller verilir. ICM – Kavram 2005 yılında bu ödüle Türkiye'den katılan ilk ve tek firma oldu.

• POPAl'nin perakende sektörüne neler kazandıracığına inanıyorsunuz?

Aslında POPAl sadece perakende sektörüne değil, perakende sektörü ile ilgili olan tüm kuruluşlara önemli kazanımlar sağlamaktadır. Özellikle perakende sektörü açısından baktığımızda, Türkiye'deki perakende alanında dünya gelişmelerini yakından takip edebilmek, bu anlamda yapılan çalışmalarda yer almak sektöre önemli katkılarda bulunacaktır. Sektörün temel sorunu olan medya faaliyetlerinde ve etkinliklerinde önemli faydalar görecektir. Şu anda POPAl, VNU, ACNielsen ve IAA' in ortaklaşa yürüttükleri "Satış noktasında reklam etkisinin ölçümü ve standartlaştırılması" projesinin tüm perakende sektörüne önemli katkıları olacaktır. Projenin dünyaya duyurumu Mayıs ayında Fransa' da yapılacak bir toplantı ile gerçekleştirilecektir.

POPAl' nin Türkiye'deki amacı

POPAl'nin Türkiye ayağında neler yapmayı planlıyorsunuz

POPAl Türkiye olarak öncelikle ülkemizde iki şeyi amaçlıyoruz. Birincisi Türkiye' nin çizgi altı sektöründe dünya ile entegrasyonunu sağlayarak bu anlamda sektörün yapılanmasının fiyat odaklı olmasından çıkarak değer odaklı olmasını sağlamak. İkincisi de ülkemizde ciddi bir çizgi altı sektörünün oluşmasına yardımcı olarak ulusal bazda bilgi, proje, eğitim, araştırma ve iş birliklerinin geliştirilmesidir. Özellikle eğitim ve eğitim ile ilgili konularda

materyalleri Türkçeye çevirerek üye firmalarımıza ve sektörümüze katkıda bulunmayı amaçlıyoruz. Türkiye'deki dernek, akademi, firmalar, üreticiler, araştırma kuruluşları ile temas kurarak, çizgi altı sektörünün çağdaş yapılanmasını sağlamayı hedefliyoruz.