

bowling salonları, karting pistleri açılıyor. 5 hatta 7 boyutlu sinemalar yayılıyor.

Kar pisti, akvaryum gibi eğlence temalarını öne çıkaran işletmeler daha çok ilgi görüyor. Bu alanda başarılı olan markaların çoğu kendi şubelerini açıyor. Aralarında franchise verenler de var.

SPORDA İHTİSAS DÖNEMİ

Kadınlara özel spor salonları, ofis çalışanlarına özel yoga programları, hamileler, osteoporoz hastaları, omurga problemi olanlara yönelik pilates merkezleri... Artık 7'den 70'e herkes için etkili, uygun spor ve sağlık merkezi bulmak mümkün. Türkiye'de büyük küçük yüzlerce spor ve sağlık merkezi faaliyet gösteriyor. Sektör henüz yeterli büyüklüğe ulaşmasa da Türk insa-



nının bu alana yönelen bir ilgisi olduğu açık. Üstelik bu tür merkezlerin kurulum maliyeti sanıldığı kadar yüksek değil. Hatta bu alanda kendini kanıtlamış yerli ve yabancı zincirlerden franchise aldığımız takdirde hem riski düşürüp hem de birçok konuda destek de sağlayabilirsiniz.

0-14 PAZARI İLGI ÇEKİYOR

Sadece çocuk ve gençler için kendi markalarıyla konsept mağazalar açan şirketlerin sayısı her geçen gün artıyor. Artık orga-



nik kıyafetlerden yaratıcı yeni nesil oyuncaklara, çocuk mobilyasından krem ve bakım ürünlerine kadar birçok farklı konseptte mağaza görmek mümkün. Çocuk ve genç alanında uzmanlaşan, 0-14 yaş arası bebek ve çocuklara özel ürünleriyle uzmanlaşan markalar franchising sistemiyle yeni şubeler açıyor. Sektör temsilcilerine göre çocuk ve genç segmentinde büyüme potansiyeli oldukça fazla. Genele seslenmek yerine farklı yaş, cinsiyet ve yaşam tarzına sahip çocuklara ve gençlere yönelik özel tasarımlı konseptler geliştiren şirketlerin ürünlerine ilgi çok fazla.

YENİ NESİL RESTORANLAR

Geleneksel kafe-bar-restoran devri kapanıyor. Her anı rahat yaşatan, evinizdeymiş gibi hissettiren, kaliteli yemekler sunan mekanlar Türkiye'nin her yerini sarmaya başladı. Bu tarz işletmelere ilgi çok fazla. Örneğin, bu işin öncü markalarından Big Chefs'te hafta içi bile ancak rezervasyonunuz varsa yer bulabiliyorsunuz.

Özellikle dışa dönük yaşam tarzına sahip, trendleri takip eden kesimin mesken tuttuğu kafe-bar-restoran zincirlerinin her geçen gün yeni şubelerle büyüdüğüne tanık oluyoruz. Hatta işletmeler şu sıralar Türkiye sınırlarını da zorlamaya başladı. Pek ço-

Cem Tarık YÜKSEL / Unilever Türkiye Satış ve Müşteri Geliştirmeden Sorumlu Başkan Yardımcısı

"Tüketici alışkanlıkları çok hızlı değişiyor"

Teknolojinin son sürat gelişmesiyle tüketiciler bugüne kadar hiç olmadığı kadar dinamik bir yaşam tarzı sürüyor. Dünyayı hızla değiştiren ve yeniden yapılandırılan bu gelişmeler sayesinde tüketicilerin beğenileri hatta tüm alışkanlıkları

değişiyor. Örneğin ürünün dağıtımı ve tüketiciye sunumu, özellikle e-ticaret öncülüğünde kabuk değiştiriyor. Mağazalarda ürünlerin üstünde sosyal medyada ne kadar "like aldığını" (beğenildiğini) gösteren etiketler görmeye başladık.

Artık sosyal medya, tüketiciyle bağ kurmaya yarayan en önemli mecralardan biri oldu. Diğer yandan tüketici de tüketmekten ziyade kullanıcı olmaya başlıyor. Çünkü tüketmek negatif bir kavram olarak algılanıyor. Bu kavram dünyada çok fazla duyulmaya başladı. Bu bakış açısı üreticiyi gelecek ve toplum için daha fazla pozitif katkı yapmaya yönlendiriyor. Yeni dönemde üreticilerin ihtiyaçları ve öncelikleri tespit edip insanların kullanmak isteyeceği ürünler, çözümler üretmesi gerekiyor. İnsanlar hangi ürünü nasıl satın alacak? Bu kadar alternatif içinde nasıl farklılaşacağız? O mesaj nasıl iletilecek? Öncelikle bu sorunların yanıtlarını bulmak gerekiyor.



İsmail HAZNEDAR / Stratejik İşler Genel Müdürü

"2013 temalı restoranların yılı olacak"

2013, girişimci ve yatırımcılar için temkinli bir yıl olarak değerlendiriliyor. Ancak bence büyüme odaklı gelişimlere sahne olacak. İşletmeler yatırımlarını büyütme çalışacak. Perakendecilik gelişimini ve dinamizmini koruyacak. Bu sektörde kredi faizlerindeki düşüş beklentisi ve kişi başına düşen gelirin yükselmesiyle olumlu performans bekleniyor. Büyüme sürece, yeni alanlar gelişecek ve pazara yeni markalar sunulacak. Otomotivde de önemli gelişmeler bekliyorum. 2015'te sektörün kapasitesinin yüzde 66 artışla 1.2 milyon üniteden 2 milyon üniteye çıkması



bekleniyor. Böylece Türkiye, küresel otomotiv üreticileri arasında 10'uncu ülke konumuna yükselecek.

Oyun ve eğlence de yükselen sektörlerden. Şehirleşme, hızlanan günlük yaşam ve yeni jenerasyonun dinamizmi, eğlence ve oyunun hayatımızın her alanında dikkat çekici yer edinmesini sağlıyor. Yeme içme sektörü ise şu sıralar adeta paylaşılıyor. Sektörün 2012 yılı cirosu yüzde 15 artışla 7 milyar dolara ulaştı. 2013'e özellikle temalı restoran konsepti damgasını vuracak. Eğitim sektörü ve yeni nesil gelişim fırsatları da yakından izlenmeli.