



# TÜREK İLE YENİ BİR DÖNEM BAŞLIYOR: TÜRK DÜNYASINDA PAZARLAMA, REKLAM VE MEDYADA GÜÇ BİRLİĞİ

Pazarlama, reklam ve medya sektörleri için Türk dünyasında tarihi bir adım atıldı. Türkiye ve Azerbaycan'ın öncülüğünde kurulan Türk Dünyası Pazarlama, Reklam ve Medya Birliği (TÜREK), T.C. Ticaret Bakanlığı'nın himayesinde Ankara'da düzenlenen törenle tanıtıldı. Türkiye'den Reklam ve Pazarlama İletişimi Derneği (REPİD) ve Açık hava ve Endüstriyel Reklamcılar Derneği (ARED) ile Azerbaycan'dan Reklam ve Pazarlamanın Geliştirilmesine Destek Kamu Birliği (RMİD) arasında imzalanan protokol, sektörün geleceği açısından önemli bir dönüm noktası niteliği taşıyor.

**A**nkara Ticaret Bakanlığı Söğütözü Yerleşkesi'nde düzenlenen lansmana T.C. Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat'ın yanı sıra bakanlığın üst düzey temsilcileri, sektör temsilcileri ve basın mensupları katıldı. TÜREK ile bölgesel iş birliklerini ve Türk dünyası reklam endüstrisinin oluşturacağı sinerjiyle uluslararası rekabet gücünü artıracak projelerin hayata geçirilmesi hedefleniyor. Birliğin, eğitim programları, uluslararası pazarlama ve medya projeleri, ticaret fuarları ve etkinlikler düzenleyerek üye ülkelerdeki sektör profesyonellerini bir

araya getirmesi planlanıyor. Merkez ofisi İstanbul'da olan ve tüm faaliyetleri İstanbul merkezli koordine edilecek TÜREK'in sözcülüğünü kuruluş sürecinin ilk iki yılında Türkiye üstlenecek, ardından bu görev Azerbaycan'a devredilecek. Daha sonraki yıllarda ise üye ülkeler arasında dönüşümlü olarak sürdürülecek. Birliğin faaliyetleri, başta Türkiye, Azerbaycan, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti olmak üzere Kazakistan, Özbekistan, Kırgızistan ve Türkmenistan ile tüm Türk Devletleri küresel Türk diasporasını kapsayacak şekilde genişletilmesini amaçlıyor.

## TÜREK: Ortak geçmişten ortak geleceğe

ARED Başkanı ve TÜREK Başkan Yardımcısı Şahin Acar, konuşmasında şu ifadeleri kullandı: "Bu millet, kadim topraklarında her elini uzattığında, karşısında mutlaka bir dost eli bulmuştur. Bugün burada, işte o dostluğun vücut bulmuş hâlini, kök salmış bir birlikteliği yaşıyoruz. ARED olarak bizler, 2023 yılında Azerbaycan'da, 'İki

**Şahin Acar: "TÜREK'i yalnızca yapısal bir birliktelik değil, aynı zamanda ortak bir vizyon, ortak bir sorumluluk ve ortak bir gelecek olarak görüyoruz.."**

riyeti'nin 100. yılını ve Haydar Aliyev'in 100. doğum yılını birlikte kutladığımız o anlamlı günde kurduğumuz hayaller artık yalnızca bize ait değil. Bugün, Türk dünyasına yayılan, ülkeleri birbirine yaklaştıran, sektörleri buluşturan bir iş birliğine dönüşüyor. Bu nedenle, bugün burada atılan her adım; sektörümüzü büyütmenin, güçlendirmenin, birlikte üretmenin ifadesidir. Türk Dünyası Pazarlama, Reklam ve Medya Birliği'ni yalnızca yapısal bir birliktelik değil, aynı zamanda ortak bir vizyon, ortak bir sorumluluk ve ortak bir gelecek olarak görüyoruz. Turna kuşu, kadim Türk kültüründe birlikte yön bulan, birlikte hareket eden, haber taşıyan bir semboldür. Bizim turnamız da işte bu anlayışı temsil ediyor. Üniversiteler arası festivallerden sektörel fuarlara, tüketici hakları projelerinden ortak veri üretimi girişimlerine kadar pek çok başlık, artık bu birliğin çatısı altında can bulacak. Bu yapının zamanla daha da büyüyecek, yalnızca Türkiye ve Azerbaycan'da değil, Türk dünyasının dört bir yanında sektör temsilcilerini bir araya getiren güçlü bir aileye dönüşeceğine inanıyorum." Söz konusu yapılanmanın yalnızca bir



birlik değil; aynı zamanda bir ruhun, bir kardeşliğin ve bir inancın adı olduğunu söyleyen Şahin Acar, “İçinde sevgi, saygı, dayanışma ve ortak akıl taşıyan bir yolculuk başlatıyoruz. Türk kültürünü yaşatmak, ekonomilerimizi büyütmek ve pazarlama, reklam, medya alanlarında uluslararası ölçekte daha güçlü bir görünürlük sağlamak için artık birlikte yürüyoruz. Bugün burada attığımız bu adımın, geleceğe ilham vereceğine inanıyorum” dedi.

### “TÜREK, ortak bakışın, ortak gücün ve ortak geleceğin simgesi”

RMID Başkanı ve TÜREK Başkan Yardımcısı Khayala Mutallimova ise yaptığı konuşmada şunları dile getirdi: “Bugün burada

### Khayala Mutallimova: “Türk dünyasında daha güçlü, daha üretken ve daha görünür bir pazarlama, reklam ve medya yapılanmasının temellerini hep birlikte atıyoruz.”

sadece yeni bir birlikten söz etmiyoruz; aynı zamanda ortak vizyonların, ortak değerlerin ve uzun soluklu iş birliklerinin başlangıcına tanıklık ediyoruz. RMID olarak iki yıl önce çıktığımız bu yolda, Azerbaycan’ın farklı bölgelerinde yürüttüğümüz başarılı projelerle, ülkemizi pazarlama, reklam ve medya alanlarında hem ulusal hem de ulus-

lararası platformlarda gururla temsil ettik. Türk Devletleriyle olan ilişkilerimizi güçlendirmek, bu alanlardaki iş birliklerini daha ileri taşımak için önemli adımlar attık. Bu süreçte, Türk dünyasında faaliyet gösteren kurumlarla kurduğumuz yakın iş birlikleri neticesinde çok sayıda karşılıklı anlaşma imzaladık. Şimdi bu güçlü diyalogu daha da ileri taşımak, kalıcı ve sistematik bir yapıya kavuşturmak adına, Sayın Ahmet Pura ve Sayın Şahin Acar ile birlikte Türk Dünyası Pazarlama, Reklam ve Medya Birliği’ni kurmaya karar verdik. Bu birlik yalnızca kurumlar arasında imzalanan bir protokol değil; Türk Devletleri arasında ekonomik, kültürel ve sosyal bağları güçlendirecek stratejik bir vizyonun yansımasıdır. Amacımız; pazarlama, reklam ve medya ekosistemlerinde faaliyet gösteren tüm aktörleri

## TÜREK, SADECE ÜLKELER DEĞİL; İLKELER ETRAFINDA BİRLEŞEN BİR BİRLİK

**Ahmet Pura**  
TÜREK Başkanı ve REPİD Başkanı

TÜREK’in yolculuğunda, Türkiye’de sektörel koordinasyonu sağlayan güçlü bir yapıdan söz etmeliyim: Reklam ve Pazarlama İletişimi Derneği - REPİD... REPİD, sektörün tüm bileşenlerini kapsayan, eşsiz bir yapı olarak, sektöre yön veren konuları sahiplenmekte ve ortak akılla çözüm üretmektedir. REPİD çatısı altında reklamveren ajans, mecra ve araştırma kurumunu temsil eden 8 dernek bir araya geldi ve bu derneklerin üyeleri ile güçlenmeye devam ediyor.



## REPİD’İN SAHİPLENDİĞİ DÖRT ÖNEMLİ PROJE

### PROJE PUSULA

2024 yılında TİAK, RİAK, RVD ve RD’nin kurucu üyesi olduğu, Ticaret Bakanlığı ve RTÜK’ün katılımıyla kurulan Medya Ölçüm Konseyi’nin aday üyesi olduk. Bu grupta aday üye olmakla birlikte koordinasyonunu üstlendiğimiz Proje Pusula, tüm mecra ölçümlerini tek çatı altında buluşturmaya sağlayacak bir yapı üzerinde çalışıyor.

### AD NET ZERO TÜRKİYE

Sorumlu reklamcılık vizyonumuzla, tüm dünyada reklam endüstrisinin net sıfır dönüşümüne rehberlik etmek amacıyla kurulan Ad Net Zero inisiyatifinin Türkiye imzacısı olduk ve ülke liderliğini üstlendik. REPİD olarak Ad Net Zero Türkiye ile iletişimin dönüştürücü gücünü kullanarak reklam endüstrisini ve etki alanındaki tüm sektörleri iklim kriziyle mücadelede ortak bir güç haline getirmeyi amaçlıyoruz. Yalnızca reklam üretim süreçleriyle sınırlı bırakmayacak, endüstrinin tüm alanlarını kapsayacak şekilde hayata geçireceğiz.

### REKLAMIN EKONOMİYE KATKISI

Reklam sektörü, ekonomilerin dinamosudur derler. REPİD olarak gerçekleştirdiğimiz Reklamın Ekonomiye Katkısı Araştırması ile bunu ilk defa somut verilerle anlattık. Her 1 TL’lik reklam yatırımı, milli gelire 19,3 TL’lik katkı sağlıyor. İstihdama ise doğrudan ya da dolaylı olarak yüzde 2,25 oranında etkide bulunuyor ve en önemlisi yatırımların yüzde 2,5 kat büyüme potansiyeli olduğunu ortaya koyuyor.

### ŞİDDETSİZ YAYIN PLATFORMU

Önümüzdeki dönemde kuruluşunu açıklayacağımız, Şiddetsiz Yayın Platformu’nun 9 destekçi derneğinden biri REPİD. ‘Şiddet varsa reklam yok’ diyeceğiz.” Bu projeler yalnızca Türkiye için değil, TÜREK kapsamında Türk Dünyası için de ilham verici bir çerçeve sunuyor. TÜREK, sadece ülkeler değil; ilkeler etrafında birleşen bir birlik. Turna, bu birlikteliğin ruhunu ve yönünü simgeliyor. Bu yolculuğu sadakatle, kararlılıkla ama birlikte gerçekleştireceğiz.”



aynı platformda bir araya getirmek, bilgi ve deneyim paylaşımını teşvik etmek, ticari ilişkileri güçlendirmek ve Türk dünyası ile diasporadaki topluluklar arasında güçlü bir bağ kurmaktır. Aynı zamanda sosyal sorumluluğa dayalı projeler, kültürel etki-leşimi artıracak iş birlikleri ve eğitim odaklı girişimler ile bu alanlarda bütünsel bir gelişim sağlamayı hedefliyoruz. Bu birliğin yalnızca bugün için değil, gelecek nesiller için de bir model teşkil edeceğine inanıyorum. Türk dünyasında daha güçlü, daha üretken ve daha görünür bir pazarlama, reklam ve medya yapılanmasının temellerini hep birlikte atıyoruz.”

### Ortak bir değer üretmek için kuruldu

TÜREK Başkanı ve REPİD Başkanı Ahmet Pura, konuşmasında TÜREK’in şu sözlerle anlattı: “TÜREK, Türk dili konuşan ülkeler arasında medya, reklam ve pazarlama alanlarında kalıcı iş birlikleri kurmak; ortak bir değer üretmek için kuruldu. Ben bu değeri dünyaya taşıyacağımıza ve örnek olacağımıza inanıyorum. Türkiye sözcülüğü ile Türkiye, Azerbaycan,

### Ahmet Pura: “TÜREK yalnızca kurumlar üstü bir birlik değil, aynı zamanda ortak bir vizyonun ortak bir sorumluluğun ve ortak bir geleceğin adı.”

Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti ile başlayacak faaliyetler Kazakistan, Özbekistan, Kırgızistan ve Türkmenistan katılımları ile genişleyerek devam edecek. TÜREK yalnızca kurumlar üstü bir birlik değil, aynı zamanda ortak bir vizyonun ortak bir sorumluluğun ve ortak bir geleceğin adıdır. Turna kanatları altında şekillenecek ve kültürel temsil bulacaktır.”

### T.C. Ticaret Bakanı Ömer Bolat: “TÜREK ile 7 milyar avroluk reklam pazarı güçleniyor”

T.C. Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat, konuşmasında Türk dünyasının eko-

nomik potansiyeline dikkat çekerek TÜREK’in önemini şu sözlerle vurguladı: “TÜREK, Türk dünyasında bir ilk olarak kuruldu... Bünyesindeki ülkelerin pazarlama, reklam ve medya alanlarında iş birliği yapması sayesinde yaklaşık 160 milyonluk bir nüfusa, 7 milyar avro büyüklüğündeki bir reklam pazarına ve 1,8 trilyon avro büyüklüğündeki bir ekonomik pazara erişilmesi mümkün olacak. Türk Devletleri Teşkilatı bünyesindeki ülkelerde ‘Pazarlama, Reklam ve Medya Birliği’ kurulması önerisi Türk dünyasına mensup devletlerin kültürel yakınlığına ve stratejik iş birliği potansiyeline dayanarak; ortak medya üretimi, reklamcılıkta kültürel markalaşma, bölgesel tanıtım ve kamu diplomasisi yürütülmesi ve dijital dönüşümde ortak aksiyonlar alınması amacıyla gündeme geldi.” Bakan Bolat, Türk dünyasının dijital ve kültürel görünürlüğünün artırılmasının, ortak medya dili ve reklam mesajlarının oluşturulmasının, Türk markalarının bölgesel markalardan küresel markalara dönüştürülmesinin ve uluslararası kamuoyunda Türk dünyasının yumuşak gücünün pekiştirilmesinin amaçlandığını ifade etti.