

Polska



Promocja handlu i reklama

2015-12-23 08:33:41



Promocja handlu i reklama

Promocja handlu i reklama

1. Do najefektywniejszych kanałów promocji i reklamy należą kontakty z regionalnymi izbami handlowymi i handlowo-przemysłowymi, a także imprezy targowo-wystawiennicze.

Do największych izb należą:	
Ankarska Izba Przemysłowa	http://www.aso.org.tr/
Ankarska Izba Handlowa	http://www.atonet.org.tr/
Stambulska Izba Przemysłowa	http://www.iso.org.tr/
Stambulska Izba Handlowa	http://www.ito.org.tr/
Egejska Izba Handlowa w Izmirze	http://www.ebso.org.tr/
Izmirska Izba Handlowa	http://www.izto.org.tr/

Na stronie Tureckiej Unii Izb i Giełd Towarowych (Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, TOBB) pod adresem: <http://www.tobb.org.tr/eng/odaveborsalar/adres.php> dostępny jest wykaz ponad 200 izb handlowych i przemysłowych zaś lista ponad 160 organizacji targowo-wystawienniczych figuruje pod adresem: <http://www.tobb.org.tr/fuar/eng/duzenleyiciler.xls> .

2. Największe z organizacji targowo-wystawienniczych to:

- Interteks Uluslararası Fuarçılık A.Ş. <http://www.interteks@interteks.com.tr/>
- ITF Istanbul Fuarçılık A.S. <http://www.itf-exhibitions.com/tr/default.asp>
- IZFAŞ (İzmir Fuarçılık Hizmetleri Kültür ve Sanat İşleri) w Izmirze <http://www.izfas.com.tr/>
- Tüyap Tum Fuarçılık Yapım A.S. w Stambule, Bursie i Konii <http://www.tuyap.com.tr/>
- CNR Uluslararası Fuarçılık ve Ticaret A.S. w Stambule <http://www.cnrexpo.com/>
- Yapı-Endüstri Merkezi w Stambule, Ankarze i Izmirze <http://www.yem.net/> (targi budowlane).

2. Za skuteczne instrumenty promocji uchodzą również specyficzne publikacje sektorowe oraz reklamy w TV i największych dziennikach.

Turcja posiada 30 ogólnokrajowych i 250 lokalnych kanałów TV. Blisko 11,2 mln z 12 mln gospodarstw

domowych w Anatolii dysponuje odbiornikami telewizyjnymi. Ponad 95% Turków ogląda telewizję codziennie. Spośród ponad 1500 stacji radiowych 99% ma charakter komercyjny. Popularność radia wzrasta. Słuchacze radiowi są przeciętnie młodszy od widowni telewizyjnej. Szacuje się, iż czytelnictwo gazet *per capita* należy do najniższych w Europie. W obiegu dziennym znajduje się ok. 4 mln egzemplarzy gazet. Największe konsorcja wydawnicze to Dogan Group oraz Sabah Group. W gamie dzienników o największym zasięgu figurują: Cumhuriyet, Dünya, Hürriyet, Milliyet oraz Sabah, które mają siedziby w Stambule i oddziały w Ankarze. Głównym dziennikiem w j. angielskim jest Turkish Daily News. Najważniejsze tytuły wśród tygodników o profilu ekonomicznym to: Anka Haber, Barometre, Briefing, Detay (publikuje m.in. ogłoszenia o przetargach infrastrukturalnych i wyposażeniowych), Eba Report oraz Tebanews (również z ogłoszeniami o przetargach i projektach inwestycyjnych). Wśród periodyków o charakterze branżowym wymienić należy w dziale ICT- Bilgisayar, Bilisim, BT/Haber, Telekomunikasyon i Yazilim Donanim, w dziale budownictwa- Dünya İnşaat, w agrobiznesie CineTarim, zaś w dziale finansów i gospodarki- Finans Dünyasi i Turkey.

4. Turcja jest sygnatariuszem Konwencji dot. Ułatwiania Importu Próbek Handlowych i Materiałów Reklamowych. Próbki bez wartości handlowej można importować bezcłowo. Pozostałe są obciążane cłami i podatkami w momencie importu, które są jednak refundowane przy reeksportcie dokonywanym w okresie 6 miesięcy od importu. Turecki Urząd Celny wymaga przy tym listu gwarancyjnego ws. czasowego wwozu, który zwracany jest z momentem wywozu towaru. Próbki powinny być wyszczególnione na fakturze. Książki, gazety, magazyny, katalogi, broszury i podobne materiały reklamowe zwolnione są z cła.

Przydatne linki:

- Centrum Promocji Eksportu <http://www.igeme.org.tr/indexe.cfm>
- Stowarzyszenie Firm Reklamowych <http://www.rd.org.tr/>
- Katalogi firm tureckich <http://www.tradeturkey.com/>; <http://www.businessinturkey.com/>
- Turecki Kompas <http://www.kompass.com/>
- Federation of American Scientists- Przewodnik po tureckiej prasie 2008
<http://www.fas.org/irp/dni/osc/turkish-news.pdf>
- Portal ABYZ z linkami do tureckiej prasy <http://www.abyznewslinks.com/turke.htm>



INNOWACYJNA GOSPODARKA
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**MINISTERSTWO
ROZWOJU**

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Projekt jest współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego