

Almanya'da rakı festivali



MEY Alkolü İçkiler Sanayi ve Ticaret AŞ'nin düzenlediği The Spirit of İstanbul festivali, bu yıl ikinci kez Berlin'de gerçekleşti. 250 bin Euro bütçeye sahip festival, Türk rakısını ve kültürünü dünyaya tanıtmayı amaçlıyor. Festival göbek atan, Türk mezeleri yiyen Almanlarla hafızalara kazındı.

Demet CENGİZ/BERLİN

TÜRKİYE'deki alkolü içkilerin tanıtımına gelen yasak sonrasında firmalar Avrupa etkinliklerini sürdürüyor. Davetlisi olduğumuz Mey Alkolü İçkiler Sanayi ve Ticaret A.Ş. bu yıl Berlin'de ikincisini düzenlediği The Spirit of İstanbul festivalinde, Almanlara göbek attırdı, Türk mezeleriyle şımarttı. 250 bin Euro bütçe ile gerçekleşen festival, aynı zamanda Mey Alkolü İçkiler şirketini satın alan İngiliz Diageo'nun tüm Almanya'da yaptığı en pahalı etkinlik. Mey Alkolü İçkiler Sanayi ve Ticaret A.Ş. CEO'su Galip Yorgancıoğlu, Diageo'nun getirdiği dağıtım gücüyle, özelleştiği günden itibaren dünya markası yapmak için uğraştıkları rakının önemli bir yol kat ettiğini, bundan sonra Avrupa pazarına daha fazla odaklanacağını söyledi. Almanya'da başlayan tanıtım faaliyetlerinin Hollanda, Belçika, Fransa ve İngiltere'ye taşınacağını belirten Yorgancıoğlu, yurtdışında yaşayan Türklerin rakı kültürünün dünyaya tanıtımına önemli bir katkı sağladığını söyledi.



AGRESİF HEDEFLER

Şu anda 30-35 milyon dolar tutarında 4.5 milyon litre olan ihracatlarının 3 yılda 10 milyon litreye çıkacağını belirten Yorgancıoğlu, hedeflerini 'oldukça agresif' olarak açıkladı. Agresif büyüme planlarını tutturabilmek için geçen yıl uluslararası rakı departmanı kurduklarını hatırlatan Yorgancıoğlu,

"Hedeflediğimiz pazarlarda potansiyel görüyoruz. Bunların ardından ABD'ye açılacağız. Burada Diageo'nun dağıtım gücü çok işimize yarayacak. Rakı Ansiklopedisi'ni İngilizce'ye çevirmiştik, şimdi de Almanca'ya çeviriliyor. Almanya'da tüketimin yüzde 25-30'u Türk olmayanlar tarafından yapılıyor" dedi.

İSTANBUL İLE TANITIM AKILLICA

Yunanistan'da neredeyse hiç içilmeyen uzunun yüzde 80'inin ihraç edildiğini dile getiren Galip Yorgancıoğlu şöyle konuştu: "Yunanistan bir turizm ülkesi olduğu için uzo kültürünü ihraç etti. Turistler hatıra olarak bile alıyor. Bizde rakı 500 yıllık bir kültür... Bunu İstanbul markasıyla birlikte dünyaya pazarlamak çok akıllıca. Akdeniz'de 11 liman şehri seçtik." Arena Berlin'de gerçekleşen The Spirit of İstanbul festivalinde konserlerden mutfak şovlarına, dans şovlarından alışverişe kadar pek çok aktivite gerçekleşti. Girişinde kuyruklu oluşan festival 20'den fazla tasarımcı ve satıcısı ev sahipliği yaptı. Baba Zula'nın konseri Almanları coştururken, Kitchen Guerilla'nın mutfak şovları dikkatle izlendi

CIRODAN FAZLA VERGİ VERİYOR

Yorgancıoğlu, Mey'in 10 yılı geride bıraktığını belirterek, "1.2 milyara TL net ciro yapan bir şirketiz. Devlete ÖTV ve diğer vergiler için toplam 1.6 milyar TL ödüyoruz. 2000 kişiye istihdam sağlıyoruz. Türkiye'de alkolü içkilerden toplam 6.7 milyar TL vergi topluyor ve bunun yüzde 35'ini biz veriyoruz" dedi.

Tanıtıma 5 milyon TL

2014'te artacak tanıtım faaliyetlerine 5 milyon TL bütçe ayırdıklarını belirten Galip Yorgancıoğlu, "Türkiye'de yasaklardan önce pazarlama ve tanıtım için 30 milyon TL harcıyorduk" dedi. Yorgancıoğlu, dünyada rakı tüketiminin 50 milyon litre olduğunu da vurguladı.

Erkenden kapatıyorlar

GALİP Yorgancıoğlu, 22:00-06:00 içki satış yasasının etkileri sorulduğunda şu yanıt verdi: "Yasak esnafı etkiledi. 22:00'den sonra kapatmayı seçiyorlar. Bazen satmadıkları için tartışmalar çıkabiliyor ve bu olmasın diye kapatıyor esnaf."