



Yerel seçimler için adaylar yaklaşık 500 milyon dolar harcadı...

SEÇİMLERİN ASIL GALİBİ BASKI SEKTÖRÜ OLDU

- Türkiye'de yerel seçimler en çok baskı ve endüstriyel reklam sektörünü etkiliyor. Açık hava ve Endüstriyel Reklamcılar Derneği (ARED) ve FESPA Eurasia'nın verilerine göre sektörde yerel seçimler genel seçimlerin 3 katı hareket getiriyor. Genel seçimlerde 5 milyon metrekarelik baskı yapılırken yerel seçimlerde aday sayısı nedeniyle 15 milyon metrekarelik baskı hacmine ulaşıyor.
- Bu yıl yerel seçimlerde ağırlıklı olarak tekstil malzemeye baskı yapıldı. Geçmiş seçimlerdeki gibi sokaklar brandalarla donatılmadı. Tekstil, kullanım kolaylığı, lojistiği ve geri dönüşümü nedeniyle tercih edildi.

Türkiye'de 31 Mart Yerel Seçimleri en çok baskı ve endüstriyel reklam sektörüne hareket kattı. Açık hava ve Endüstriyel Reklamcılar Derneği (ARED) ve Avrasya'nın en büyük baskı fuarı FESPA Eurasia verilerine göre sektörde yerel seçimler genel seçimlerin 3 katı hareket getirdi. Genel seçimlerde 5 milyon metrekarelik baskı yapılırken yerel seçimlerde aday sayısı nedeniyle 15 milyon metrekarelik baskı hacmine ulaşıldı.

ARED ve FESPA Eurasia'nın sahip olduğu sektör verileri, Türkiye yerel seçimler özelinde çok önemli çıktılarla sektörün nabzını sundu. 'Dönüşümü Hızlandırın' sloganıyla bu yıl 11-14 Eylül tarihleri

arasında gerçekleştirilecek olan Avrasya'nın en büyük fuarı FESPA Eurasia'ya göre yerel seçimler piyasayı hareketlendirdi. FESPA Eurasia ve ARED verilerine göre genel seçimlerden farklı olarak yerel seçimler tabana yayıldığı ve aday sayısının fazla olması sebebiyle sektörü hareketlendirdi. Bu durum, sektördeki baskı hacminde dikkate değer bir artışa neden oldu. Genel seçimlere kıyasla, yerel seçimlerde baskı hacminde yaklaşık 3 kat artış yaşandı. Örneğin, genel seçim döneminde 5 milyon metrekarelik bir baskı hacmi gerçekleşirken, yerel seçimlerde bu rakam 15 milyon metrekareye kadar çıktı.

Geri dönüşümlü malzeme kullanıldı

Yerel seçimlerde, özellikle tekstil malzemelere yapılan baskılar öne çıkıyor. Son dönemde, afişler ve bayraklar gibi geleneksel baskı malzemelerine tercih edilen tekstil baskılar, avantajlarıyla dikkat çekiyor. Tekstil malzemeler, doğal geri dönüşüm yetenekleri, çevre dostu olmaları, kullanım kolaylığı, hafiflik ve depolama avantajları gibi faydalar sunuyor. Ayrıca, tekstil malzemelerin dayanıklılığı ve uzun ömürlü olmaları tercih edilmelerini sağlıyor. Tekstil malzeme ile cephe giydirmeye de oldukça yoğun tercih ediliyor, doğru şekilde birleştirme yapılırsa ömrü de diğer malzemelere göre 2 katı daha uzun oluyor.

Rekabet, başa baş olan şehirlerde

Seçim dönemlerinde baskı sektöründe hacim ve ciro açısından da artış yaşanıyor. Son yıllarda metrekare başına yapılan baskı ücretleri, önceki yıllara kıyasla önemli ölçüde arttı. Bu durum, sektördeki baskı hacminde bir düşüşe neden olurken, yerel seçimlerin sektörü canlandığı gözlemleniyor. Yerel seçimler diğer sektörlerle göre baskı sektörüne yüzde 30 ek hareket getiriyor. Son dönemde branda ve folyoya göre tekstil baskı ve dijital mecraların payı artıyor.

Yerel seçimlerde en yoğun seçim propagandasının yapıldığı yerler genellikle büyükşehirlerde yaşanıyor. Ancak, dikkate değer bir rekabetin olduğu küçük şehirlerde de seçim çalışmaları yoğun bir şekilde yürütülüyor.

Adaylar 1-10 Milyon TL arasında harcıyor

Adaylık alanlarına göre tanıtım için 1 milyon ile 10 milyon arasında değişen rakamlar harcanıyor. Bu rakam da 5 yıl boyunca elde edecekleri maaş veya gelirin onda birine denk geliyor. Türkiye’de belediye ve muhtar adaylıklarının sayısı hesaplandığında araçlar, baskılı ürünlere ek harcamalar ve tüm seçim kampanyaları düşünüldüğünde toplam 500 milyon dolarlık harcama yapıldığı tahmin ediliyor.

FESPA Eurasia Yönetim Kurulu yesi Levent Olcayto, “FESPA olarak yerel seçimlerin baskı sektörüne olan etkisini yakından takip etmeye devam edeceğiz. Türkiye’deki seçim sürecinin, baskı sektörü üzerindeki etkilerini analiz ederken bu alanda sektörü geliştirmeye de devam edeceğiz. FESPA Eurasia, bu yıl da sektöre yön veren ve trendleri belirleyen fuar olacak” diyor.

FESPA Eurasia hakkında:

Global baskı federasyonu FESPA ve ARED (Açıkhava ve Endüstriyel Reklamcılar Derneği) ortaklığıyla kurulan FESPA Eurasia, ilk fuarını 2013 yılında gerçekleştirdi. 2013 yılından bu yana toplam 10 fuar gerçekleştiren FESPA Eurasia, 2024’te 11-14 Eylül tarihleri arasında İstanbul’da baskı dünyasını 11. kez yeniden bir araya getirecek.

Daha fazla bilgi için:

+90 534 705 94 84

batuhan.kilbas@fespaeurasia.com.tr