



This project is co-financed by the
European Union and the Republic of Turkey.
Bu proje Avrupa Birliği ile Türkiye Cumhuriyeti
tarafından ortak finanse edilmektedir.

Technical Assistance for Development of a Strategy for Alignment
with Common Market Organization (CMO) Requirements

Ortak Piyasa Düzeni (OPD) Gerekliliklerine Uyum için
Strateji Geliştirilmesi Teknik Yardım Projesi
TR2014/AG/10-A1-01/001 EuropeAid/138004/IH/SER/TR

AVRUPA BİRLİĞİ'NİN TARIM-GIDA ÜRÜNLERİ PROMOSYON POLİTİKASI

GİRİŞ

Tarım ve gıda ürünleri de dahil ticaretin giderek serbestleştirilmesi, AB Üye Devletleri ile üçüncü ülkeler arasındaki alışverişin önemini giderek artırmaktadır. Dolayısıyla, tek pazarda malların serbest dolaşımını göz önünde bulundurarak, Avrupa Birliği, AB tarımsal ürünlerinin rekabet gücünü destekleyen (temelde güçlü ticari ilişkiler kurarak) ve bunların Topluluk pazarındaki pozisyonunu güçlendiren önlemleri uygulamaya koymuş ve stratejik üçüncü ülke pazarları seçmiştir. Bu faaliyetler AB'nin tarımsal ürünlere yönelik promosyon ve bilgilendirme politikası çerçevesinde yürütölmektedir. Bunların hedefi, Birliğin tarım sektörünün rekabet gücünü artırmak ve böylece hem iç piyasada hem de üçüncü ölkelerde rekabetin daha eşit şartlar altında gerçekleşmesini sağlamaktır. Bu politika, tarım ürünleri ile ilgili olarak iç piyasada ve üçüncü ölkelerde uygulanan bilgilendirme hükümleri ve promosyon tedbirlerini konu alan ve 3/2008 (AT) sayılı Konsey Tüzüğünü kaldıran Avrupa Parlamentosu ve Konseyinin 22 Ekim 2014 tarihli ve 1144/2014 (AB) sayılı Tüzüğü ile uygulanmaktadır. Bu Tüzük, tarım ürünleri ve tarım ürünlerine dayalı bazı gıda ürünleri konusunda iç pazarda veya üçüncü ölkelerde uygulanan bilgilendirme hükümleri ve promosyon tedbirlerinin hangi şartlar altında tamamen veya kısmen Birlik bütçesi tarafından finanse edilebileceğini düzenlemektedir.

AB TARIM ÜRÜNLERİNİN PROMOSYONU

3/2008 (AT) sayılı Konsey Tüzüğünü kaldıran, iç piyasada ve üçüncü ölkelerde uygulanan tarımsal ürünlere ilişkin bilgilendirme hükümleri ve promosyon tedbirlerine dair Avrupa Parlamentosu ve Konseyinin 22 Ekim 2014 tarihli ve 1144/2014 (AB) sayılı Tüzüğü

BİLGİLENDİRME HÜKÜMLERİ VE PROMOSYON TEDBİRLERİNİN GENEL VE ÖZEL AMAÇLARI

Bilgilendirme hükümleri ve promosyon tedbirlerinin genel amacı Birliğin tarım sektörünün rekabet gücünü artırmaktır.

Bilgilendirme hükümleri ve tanıtım tedbirlerinin özel amaçları ise aşağıda yer almaktadır:

- Birliğin tarım ürünlerine ve Birlikteki üretim metotları için geçerli olan yüksek standartlara ilişkin farkındalığı arttırmak;



NIRAS





This project is co-financed by the
European Union and the Republic of Turkey.
Bu proje Avrupa Birliği ile Türkiye Cumhuriyeti
tarafından ortak finanse edilmektedir.

Technical Assistance for Development of a Strategy for Alignment with Common Market Organization (CMO) Requirements

**Ortak Piyasa Düzeni (OPD) Gerekliliklerine Uyum için
Strateji Geliştirilmesi Teknik Yardım Projesi**
TR2014/AG/10-A1-01/001 EuropeAid/138004/IH/SER/TR

- Birliğin tarım ürünlerinin ve belli gıda ürünlerinin rekabet gücünü ve tüketimini arttırmak ve bunların profillerini Birlik içerisinde ve dışarısında yükseltmek;
- Birlik kalite programlarına ilişkin farkındalığı ve bunların bilinirliğini arttırmak;
- Özellikle en yüksek büyüme potansiyeline sahip üçüncü ülkelerin piyasalarına odaklanmak suretiyle Birlik tarım ürünlerinin ve belli gıda ürünlerinin piyasadaki paylarını arttırmak;
- Piyasada ciddi bozulma, tüketici güveninde kayıp veya belirli diğer sorunların söz konusu olması halinde normal piyasa koşullarını iyileştirmek.

BİLGİLENDİRME HÜKÜMLERİ VE PROMOSYON TEDBİRLERİNİN TANIMI

Bilgilendirme hükümleri ve promosyon tedbirlerinin amaçları aşığıdaki gibidir:

- Özellikle gıda güvenilirliği, izlenebilirlik, özgünlük, etiketleme, beslenme ve sağlık özellikleri, hayvan refahı, çevreye ve sürdürülebilirliğe yönelik saygı açısından Birlik'teki tarımsal üretim yöntemlerine ilişkin belirli özellikleri ve kalite, tat, çeşitlilik veya gelenekler başta olmak üzere, tarım ve gıda ürünlerinin karakteristiklerini vurgulamak;
- Avrupa Birliği menşe adlarının, mahreç işaretlerinin ve geleneksel özellikli ürünlerinin özgünlüğü konusundaki farkındalığı arttırmak.

Bu tedbirler özellikle halkla ilişkiler çalışmasından ve bilgilendirme kampanyalarından oluşmakta olup, ulusal ölçekte, Avrupa ölçeğinde ve uluslararası ölçekte öneme sahip etkinliklere, fuarlara ve sergilere katılım şeklinde de uygulanabilir.

Promosyon kampanyaları esnasında kullanılan zorunlu AB logosu



Tedbirlerin özellikleri

Bilgilendirme hükümleri ve promosyon tedbirleri marka odaklı olmamalıdır. Bununla birlikte, ayırım yapmama ilkesinin uygulanması ve tedbirlerin genel, marka odaklı olmayan niteliğinin değişmemesi şartıyla, ticari





This project is co-financed by the
European Union and the Republic of Turkey.
Bu proje Avrupa Birliği ile Türkiye Cumhuriyeti
tarafından ortak finanse edilmektedir.

Technical Assistance for Development of a Strategy for Alignment with Common Market Organization (CMO) Requirements

**Ortak Piyasa Düzeni (OPD) Gerekliliklerine Uyum için
Strateji Geliştirilmesi Teknik Yardım Projesi**
TR2014/AG/10-A1-01/001 EuropeAid/138004/IH/SER/TR

markaların tanıtımlarda ya da tadımlarda ve bilgi ve promosyon materyalleri üzerinde görünür olmaları da mümkündür. Ayrım yapmama ilkesi teklif sunan kuruluşların tüm markaları için eşit muamele ve erişim ile tüm Üye Devletlere eşit muamele sağlamak suretiyle ortaya konulmalıdır. Her bir marka eşit miktarda görünür olmalı ve söz konusu markanın grafiksel sunumunda, Birliğin kampanyada kullandığı temel mesajdan daha küçük bir format kullanılmalıdır. İlgili Üye Devletlerin belirli koşullarına ilişkin durumlarla ilgili uygun gerekçelerin söz konusu olduğu durumlar dışında, sunuma çok sayıda markanın dahil edilmesi gerekmektedir¹.

Bilgilendirme hükümleri ve promosyon tedbirleri menşe odaklı olmamalıdır. Bu türden tedbirler bir ürünün salt menşesine istinaden tüketimini teşvik etmeyi amaçlamamalıdır.

Buna karşın, aşağıda belirtilen kurallara uyulması şartıyla ürünlerin menşenin, bilgilendirme ve promosyon materyallerinde görünür olması mümkündür:

- iç pazarda, menşe her zaman, kampanyada Birliğin kullandığı ana mesaja göre ikinci planda olmalıdır;
- üçüncü ülkelerde, menşe, kampanyada Birliğin kullandığı ana mesajla aynı seviyede olabilir;
- kalite planları (Menşe Adı, Mahreç İşareti) altında tanınmış ürünlerde, ismin içerisinde tescil edilmiş menşe, herhangi bir kısıtlama olmadan belirtilebilir.

Komisyon aşağıdaki hususlarla ilgili kuralları düzenleyen uygulama mevzuatını kabul edebilir:

- ticari markaların tanıtımlarda ya da tadımlarda ve bilgilendirme ve promosyon materyalleri üzerinde görünürlüğü
- ürünlerin menşenin bilgilendirme ve promosyon materyallerindeki görünürlüğü

UYGUN ÜRÜNLER VE PROGRAMLAR

Bilgilendirme hükümleri ve promosyon tedbirleri aşağıdaki ürünleri kapsayabilir:

- Tütün hariç, Avrupa Birliği'nin İşleyişi Hakkındaki Antlaşma EK I'de listelenmiş tarımsal ürünler;
- Tüzük Ek I'de listelenmiş tarımsal ürünler;
- Avrupa Parlamentosu ve Konseyinin 110/2008 (AT) sayılı Tüzüğü kapsamındaki coğrafi işaretli alkollü içecekler.

Bilgilendirme hükümleri ve promosyon tedbirleri aşağıdaki programları da kapsayabilir:

- 1151/2012 (AB) sayılı Tüzük, 110/2008 (AT) sayılı Tüzük ve 1308/2013 (AB) sayılı Tüzüğün 93. maddesi tarafından düzenlenen kalite programları;
- 834/2007 (AT) sayılı Konsey Tüzüğünde tanımlanan organik üretim yöntemi;
- Birlik'in en uzak bölgelerine özel tarımsal ürünlerin kalitesi ile ilgili logo;
- ulusal kalite programları.

¹Bu hüküm çok sayıda markayı bir araya getirmesi zor olacak küçük ülkeler vs. açısından derogasyona imkan tanımaktadır.





This project is co-financed by the
European Union and the Republic of Turkey.
Bu proje Avrupa Birliği ile Türkiye Cumhuriyeti
tarafından ortak finanse edilmektedir.

Technical Assistance for Development of a Strategy for Alignment with Common Market Organization (CMO) Requirements

**Ortak Piyasa Düzeni (OPD) Gerekliliklerine Uyum için
Strateji Geliştirilmesi Teknik Yardım Projesi**
TR2014/AG/10-A1-01/001 EuropeAid/138004/IH/SER/TR

BİLGİLENDİRME HÜKÜMLERİ VE PROMOSYON TEDBİRLERİNİN UYGULANMASI

Faaliyet çeşitleri

Bilgilendirme hükümleri ve promosyon tedbirleri, bilgilendirme ve promosyon programlarının yanı sıra Komisyonun inisiyatifi uyarınca alınacak tedbirlerden oluşabilir. Programlar en az bir ve en fazla üç yıllık bir dönem boyunca uygulanabilen birbirleriyle uyumlu faaliyet gruplarından oluşmaktadır. Tekil programlar, aynı Üye Devletteki bir ya da daha fazla kuruluş tarafından sunulabilir. Çoklu programlar en az iki Üye Devletin en az iki kuruluşu tarafından ya da bir ya da daha fazla Birlik kuruluşu tarafından teklif edilebilir.

Ek I'de bir kampanya takvimi örneğine yer verilmektedir.

TEKLİF SUNAN KURULUŞLAR

Program aşağıdakiler tarafından teklif edilebilir:

- bir Üye Devlette kurulu ticari veya sektörel örgütler ve söz konusu Üye Devlet içindeki sektör veya sektörlerin temsilcileri ve ilgili program uyarınca korunan ismin temsilcileri olmaları kaydıyla, 1151/2012 (AB) sayılı Tüzük çerçevesinde tanımlanan , özellikle branşlar arası örgütler ve gruplar,
- Birlik düzeyinde ilgili sektörü veya sektörleri temsil eden Birliğin ticari veya sektörel örgütleri,
- bir Üye Devlet tarafından tanınmış üretici örgütleri veya üretici örgütü birlikleri,
- tarım ürünlerine yönelik bilgi vermek ve bunları teşvik etmek amacı ve faaliyeti kapsamında ilgili Üye Devlet tarafından bu alanda açıkça tanımlanmış bir kamu hizmeti misyonunu yürütmek üzere görevlendirilen tarım-gıda sektöründeki kuruluşlar.Bu kuruluşlar teklif çağrısı tarihinden en az iki yıl önce ilgili Üye Devlette yasal olarak kurulmuş olmalıdır.

YILLIK ÇALIŞMA PROGRAMI

Komisyon uygulama mevzuatı ile her yıl için operasyonel hedefleri, operasyonel öncelikleri, beklenen sonuçları, uygulama yöntemini ve finansman planının toplam tutarını belirleyen yıllık bir çalışma programı hazırlar. Program piyasadaki ciddi bozulmaya, tüketici güvenindeki kayba veya diğer belirli sorunlara karşı spesifik geçici düzenlemeler sunabilir. Program aynı zamanda başlıca değerlendirme kriterlerini, finanse edilecek tedbirlerin tanımını, her bir tedbir tipi için tahsis edilecek miktarları, uygulamaya ilişkin örnek niteliğinde bir uygulama takvimini ve hibelerin söz konusu olduğu durumlarda Birliğin sağlayacağı maksimum katkı oranını da içermektedir.

Çalışma programı, Komisyonun yayınladığı teklif çağrıları aracılığıyla tekli ve çoklu programlar için uygulanır.

KOMİSYONUN İNİSİYATİFİ İLE ALINAN TEDBİRLER

Komisyon; piyasada ciddi bozulma, tüketici güveninde kayıp ya da diğer belirli sorunların ortaya çıkması halinde, kampanyaların düzenlenmesi de dahil olmak üzere, bilgilendirme ve promosyon tedbirleri





This project is co-financed by the
European Union and the Republic of Turkey.
Bu proje Avrupa Birliği ile Türkiye Cumhuriyeti
tarafından ortak finanse edilmektedir.

Technical Assistance for Development of a Strategy for Alignment with Common Market Organization (CMO) Requirements

**Ortak Piyasa Düzeni (OPD) Gerekliliklerine Uyum için
Strateji Geliştirilmesi Teknik Yardım Projesi**
TR2014/AG/10-A1-01/001 EuropeAid/138004/IH/SER/TR

uygulanabilir. Bu tedbirler özellikle üst düzey görevlendirmeler yapılması, uluslararası düzeyde önem teşkil eden ticari fuarlara ve sergilere stant kurarak katılım sağlanması ya da Birlik ürünlerinin imajının güçlendirilmesine yönelik faaliyetler yürütülmesi şeklinde uygulanabilir.

Avrupa Komisyonu tarafından gerçekleştirilen bilgilendirme kampanyası örneği:

<http://tastesofeurope.eu/>

Çifte finansmanın yasaklanması

Tüzük kapsamında finanse edilen bilgilendirme hükümleri ve promosyon tedbirleri Birliğin bütçesi kapsamında diğer herhangi bir finansmandan faydalanamaz.

TEKİL PROGRAMLARIN UYGULANMASI VE YÖNETİMİ

Komisyon, teklif çağrısına cevaben alınan tekil program tekliflerini değerlendirir ve aralarından seçim yapar. Komisyon alınan teklif sayısı konusunda Üye Devletlere bilgi verir.

TEKİL PROGRAMLARI UYGULAMAKLA SORUMLU ORGANLAR

Rekabetçi bir prosedür sonrasında, teklif sunan kuruluş, tedbirlerin etkin bir şekilde uygulanmasını sağlamak için, seçilen tekil programları uygulayacak organları seçer.

Komisyon, uygulayıcı organların seçimine yönelik rekabetçi prosedüre ilişkin şartları düzenleyen delege mevzuatı kabul etmeye yetkilidir.

TEKİL PROGRAMLARIN UYGULAMASI, İZLENMESİ VE KONTROLÜ

Üye Devletler tekil programların usulüne uygun olarak uygulanmasından ve bunlara dair ödemelerden sorumludur. Üye Devletler bu programlar kapsamında hazırlanan bilgilendirme ve promosyon materyallerinin Birlik mevzuatı ile uyumlu olmasını sağlarlar.

Komisyon, Tüzük kapsamında seçilen tekil programların uygulanmasına yönelik sözleşmelerin yapılmasına ilişkin kurallar ile bu programların uygulanması, izlenmesi ve kontrolü ile ilgili düzenlemeleri belirler.

Üye Devletler tekil programların uygulanmasını, izlenmesini ve kontrolünü sağlar.

TEKİL PROGRAMLARA İLİŞKİN FİNANSAL HÜKÜMLER

İç pazardaki tekil programlara Birliğin finansal katkısı, finansal destekten karşılanması mümkün olan giderlerin %70'idir. Üçüncü ülkelerdeki tekil programlara Birliğin finansal katkısı ise, söz konusu giderlerin %80'idir. Geriye kalan giderler, teklifi sunan kuruluşlar tarafından münhasıran karşılanır.

Piyasada ciddi bozulma, tüketici güveninde kayıp ya da diğer belirli sorunların ortaya çıkması halinde yukarıda belirtilen yüzdeler %85'e çıkarılır.





This project is co-financed by the
European Union and the Republic of Turkey.
Bu proje Avrupa Birliği ile Türkiye Cumhuriyeti
tarafından ortak finanse edilmektedir.

Technical Assistance for Development of a Strategy for Alignment with Common Market Organization (CMO) Requirements

**Ortak Piyasa Düzeni (OPD) Gerekliliklerine Uyum için
Strateji Geliştirilmesi Teknik Yardım Projesi**
TR2014/AG/10-A1-01/001 EuropeAid/138004/IH/SER/TR

Tekil programların usulünce uygulanmasını sağlamak için teklif sunan kuruluşların teminat vermesi gerekir.

ÇOKLU PROGRAMLARA İLİŞKİN FİNANSAL HÜKÜMLER

Birliğin çoklu programlara finansal katkısı finansal destekten karşılanması mümkün olan giderlerin %80'idir. Geriye kalan giderler, teklif sunan kuruluşlar tarafından münhasıran karşılanır.

Piyasada ciddi bozulma, tüketici güveninde kayıp ya da diğer belirli sorunların ortaya çıkması halinde yukarıda belirtilen yüzdeler %85'e çıkarılır.

Aşağıdaki yöntemlerden biri ya da daha fazlası ile finansman sağlanabilir:

- çoklu programlara yönelik hibeler;
- Komisyonun aldığı inisiyatif üzerine uygulanan tedbirlere ilişkin sözleşmeler.

AVRUPA BİRLİĞİ'NİN İÇ PAZAR DESTEK PROGRAMLARI

AB promosyon stratejisine göre iç pazarı hedefleyen tedbirlerin amacı genel itibariyle Avrupa'nın tarım ürünlerinin ve spesifik olarak Avrupa kalite sistemleri tarafından onaylanan ürünler konusunda tüketici farkındalığı konusundaki eksikliği gidermektir. AB iç piyasasında yürütülen bilgilendirme ve promosyon faaliyetlerinin kapsamına dair bilgi, ihracatçıların ürün yelpazelerini (örneğin organik ürünler veya coğrafi işarete sahip ürünler) bu faaliyetler neticesinde ortaya çıkan tüketici trendlerine göre ayarlayabilmeleri açısından faydalı olabilir.

2014-2020 KIRSAL KALKINMA PROGRAMI

Daha önceki bölümlerde açıklanan AB'nin tanıtım tedbirlerine dair destek mekanizmasından bağımsız olarak, gıda kalite programlarına katılan ürün üreticileri 2014-2020 Kırsal Kalkınma Programı kapsamında desteklenebilir. Bu faaliyetin uygulanmasına her bir Üye Devlet tarafından karar verilir.

Destekten faydalanabilecek faaliyetler, başta kalite, spesifik üretim yöntemleri, yüksek hayvan refahı standartları ve ilgili kalite programı uyarınca çevreye saygı olmak üzere tüketicileri bir kalite programı kapsamındaki ürünleri satın almaya teşvik edecek ve ilgili ürünün spesifik özelliklerine veya avantajlarına dikkat çekecek şekilde tasarlanmalıdır. Menşee Adı ve Mahreç İşareti kalite programları kapsamında bulunan ürünler haricinde, desteklerden faydalanabilecek faaliyetler tüketicileri bir ürünü belirli bir menşeye sahip olması





This project is co-financed by the
European Union and the Republic of Turkey.
Bu proje Avrupa Birliği ile Türkiye Cumhuriyeti
tarafından ortak finanse edilmektedir.

Technical Assistance for Development of a Strategy for Alignment with Common Market Organization (CMO) Requirements

**Ortak Piyasa Düzeni (OPD) Gerekliliklerine Uyum için
Strateji Geliştirilmesi Teknik Yardım Projesi**
TR2014/AG/10-A1-01/001 EuropeAid/138004/IH/SER/TR

nedeniyle satın almaya sevk etmemelidir. Belirtilen ana mesaja göre ikinci planda kalmak şartıyla ürünün menşei belirtilebilir.

Destekten (yapılan masrafların %70'inin geri ödenmesi) faydalanabilecek olanlar, yasal statülerine bakılmaksızın tarımsal ürünler veya gıda maddeleri ile ilgili bir kalite programına katılan ve promosyon faaliyetleri yürüten operatörleri bir araya getiren üretici gruplarıdır.

SONUÇLAR

Topluluğun tarımsal ürünlere ilişkin promosyon politikası kuşkusuz AB topraklarında ve üçüncü ülkelerde tüketici bilincinin artırılmasına yardımcı olmaktadır. Söz konusu politikada yakın zamanda yapılan değişiklikler gözlemlendiğinde, bu politikanın gelecekte daha da büyük bir rol oynayacağı aşıkardır. Avrupa Komisyonunun tahsis etmeyi planladığı finansal kaynaklar 2020 yılında yıllık 200 milyon avro seviyesine ulaşacak şekilde her sene arttırılmalıdır. 2015 yılında bu tutar yaklaşık 60 milyon avro seviyesindeydi. Üçüncü ülkelerdeki promosyon faaliyetlerine daha fazla önem atfedilmesi, ihracatlarını geliştirmek isteyen şirketlerin ve ticari örgütlerin daha güçlü bir ilgi göstermesine yol açacaktır. İletişim ve AB ürünlerine dair farkındalık konularında iyileşme sağlamak amacıyla yeni kurallar tarafından Topluluk logosunu kullanma zorunluluğu da getirilmiştir. Avrupa Komisyonuna yeni bir rol verilmiş olup, Komisyon kendisi inisiyatif kullanmak suretiyle çok ülkeli kampanyalar ve promosyon faaliyetlerinin uygulanmasından sorumlu kılınmıştır.. Bugüne kadar çok sayıda ülke tarafından yürütölen kampanyaların koordinasyonu nispeten zorlu olmuştur. Kampanyaların Avrupa Komisyonu tarafından koordine edilmesi ve uygulanması bu sorunu muhtemelen çözecektir. AB piyasasında yalnızca gıda kalite sistemleri ile ilgili bilgilendirme faaliyetlerinin yürütölmesi mümkün olacaktır.

Ayrıca, tarım ürünlerinin promosyonuna dair yeni AB politikası bir entegrasyon unsuru getirmektedir. Promosyon kampanyalarının desteklenmesine ilişkin başvurular yalnızca ticari örgütler veya branşlararası örgütler tarafından hazırlanabilir. Bu da üretici birliklerinin müşterek faaliyetlerde bulunmasını gerektirir. Söz konusu faaliyetler ürünlerin üçüncü ülkelere sunulması esnasında iç rekabeti engellemeye de katkıda bulunacaktır. Ortak logo ve müşterek hazırlanan kampanyalar sonucunda promosyon stantlarının ziyaretçileri öncelikle ürünleri AB menşeli olarak tanımlayacaklardır..

Avrupa Komisyonunun daha fazla sorumluluk üstlenmesine rağmen, yine de Üye Devletlerin yetkili otoritelerinin de yerine getirmeleri gereken önemli bir görev bulunmaktadır. Geçmişte olduğu gibi, bu otoriteler kampanyanın (çok uluslu kampanyalar hariç) düzgün şekilde uygulanması ve destek ödemesi konusunda denetimde bulunmakla yükümlü olacaktır. Dolayısıyla, her bir Üye Devlet bu faaliyetleri yürütmekle yükümlü olan ve Avrupa Komisyonu tarafından akredite edilmiş bir kurum atamalıdır.





Technical Assistance for Development of a Strategy for Alignment
with Common Market Organization (CMO) Requirements

This project is co-financed by the
European Union and the Republic of Turkey.
Bu proje Avrupa Birliği ile Türkiye Cumhuriyeti
tarafından ortak finanse edilmektedir.

Ortak Piyasa Düzeni (OPD) Gerekliliklerine Uyum için
Strateji Geliştirilmesi Teknik Yardım Projesi
TR2014/AG/10-A1-01/001 EuropeAid/138004/IH/SER/TR

Ek I: Tanıtım kampanyasının uygulanmasına dair takvim- örnek

Kampanyanın yılı	Bir tanıtım kampanyası takvimi																																				
	I. Yıl									II. Yıl									III. Yıl																		
	Yıl 2011			Yıl 2012						Yıl 2013						Yıl 2014																					
	Üç ay			1		2		3		4		1		2		3		4		1		2		3													
Ay	X	XI	XII	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	
Faaliyet																																					
Mesleki basın yayın kuruluşları																																					
İnternet kampanyası																																					
İletişim stratejilerinin geliştirilmesi																																					
Basın ofisi																																					
Gazetecilere yönelik çalıştay																																					
Sosyal medya																																					
İnternet sitesi hazırlama																																					
İnternet sitesinin yönetimi																																					
Distribütörlerle toplantılar																																					
Dükkan sahipleri ile toplantılar																																					
2012, 2013 Polagra fuarı esnasında distribütörlerle konferans																																					
Perakende zincirlerinde bilgilendirme kampanyaları																																					
Geleneksel ticaret - toplantılar, malzeme dağıtımı																																					
HoReCa - toplantılar, malzeme dağıtımı																																					
EuroGastro 2012																																					
EuroGastro 2013																																					
Distribütörlerin farkındalığına dair araştırma																																					
Tüketicilerin farkındalığına dair araştırma																																					



NIRAS

