

T.C.
BAŞBAKANLIK
Özelleştirme İdaresi Başkanlığı

7/13316
GK: 134

SAYI : B.02.1.ÖİB.0.65.00.00/610
KONU : Soru Önergesi

6208 26.07.2010

TÜRKİYE BÜYÜK MİLLET MECLİSİ BAŞKANLIĞINA

Bartın Milletvekili Sayın Muhammet Rıza YALÇINKAYA'nın Başbakanımız Sayın Recep Tayyip ERDOĞAN'a tevcih ettiği ve Sayın Başbakanımızın da kendileri adına tarafımca cevap verilmesini tensip etmiş olduğu 7/13316 esas no.lu yazılı soru önergesinde yer alan hususlara ilişkin cevabımız aşağıda açıklanmıştır.

Türk Hava Yolları A.O. (THY) özel hukuk hükümlerine göre faaliyet gösteren ve kamu payı % 49,12 olan bir kuruluştur. Bununla beraber söz konusu soru önergesinde yer alan hususlar THY'na sorulmuş ve şirketten alınan cevapta;

- 11/12/2009 tarihinde İspanyol futbol takımı FC.Barcelona ile 20/01/2010 tarihinde ise İngiliz futbol takımı Manchester United ile yapılmış olan sponsorluk anlaşmalarının maddi bilgilerinin, gizlilik ilkeleri gereğince açıklanamayacağı,
- 2010 yılında başka kulüpler ile sponsorluk anlaşması yapılmasının düşünülmendiği, yapılan sponsorluk anlaşmaları dâhil kurum bütçesinin yaklaşık % 1.30'unun tanıtımlara ayrıldığı ve dünya genelinde uçuş yapılan 150'yi aşkın şehirde tanıtım faaliyetlerinin sürdürüldüğü,
- Futbolda dünya markası olmuş bu iki futbol kulübüyle yapılan sponsorluk anlaşmalarının temel amacının, sadece takımların bulunduğu İngiltere ve İspanya'da değil, tüm dünyada bilinirlik ve marka algısının yükseltilmesi için gerekli iletişim ve tanıtımın sağlanması olduğu, dolayısıyla gerek takımların bulunduğu ülkeler gerekse de bu takımların etki yaptığı diğer ülkelerdeki marka bilinirlik algısının artırılması ile sponsorluk anlaşmalarının getirilerinin, 2011 yılı ve sonrasında yapılacak araştırma ve yolcu sayılarının karşılaştırılması ile belirlenebileceği,
- Sponsorluk anlaşmaları kapsamında yapılan uçak giydirmelerinin tasarıma göre değişkenlik göstermekle birlikte; tasarım, üretim ve uygulama masrafları olarak ortalama 10 - 15 bin ABD doları arasında bir maliyetinin olduğu, uçak giydirmekteki amacın bu iki dünya markası kulübün resmi sponsoru olunduğunu kulüplerin uçtuğu tüm şehirlerde duyurmak ve tanıtıma katkı sağlamak olduğu,

Manchester United ve FC.Barcelona kulüpleri için uçak giydirme işlemleri yaptırıldığı, uçakların sadece bu iki takımın taşınması için değil, filo planlaması çerçevesinde tüm uçuşlarda kullanıldığı,

T.C.
BAŞBAKANLIK
Özelleştirme İdaresi Başkanlığı

SAYI : B.02.1.ÖİB.0.65.00.00/610 6208 26.07.2010
KONU : Soru Önergesi

(2)

- Yapılan pazar araştırmalarında, dünyanın en popüler spor dalının futbol olduğunun belirlenmesinden sonra, pek çok önemli lokal ve dünya markası futbol kulübünün sponsorluk anlaşmaları yaptığı, yapılan anlaşmaların ya ana sponsorluk ya resmi sponsorluk ya da tedarikçi sponsorluklar olarak değişiklik gösterebildiği, dünyadaki pek çok havayolu şirketinin de bu bağlamda özellikle birinci ligdeki futbol takımları ile sponsorluk anlaşmaları yaptığı belirtilmiştir.

Diğer firmaların yapmış olduğu sponsorluk anlaşmalarına ilişkin tablo ise aşağıdaki gibidir:

Firma Adı:	Sponsorluk Yapılan Kulüpler:
Emirates	Arsenal, Milan, Hamburg SV, Paris St. Germain ve Olympiyacos'un ana sponsorudur ve takım formları üzerinde de reklamı vardır. Arsenal'in maçlarını oynadığı stada adını (Emirates Stadium) da vermiştir. Emirates ayrıca FIFA Dünya Kupası'nın 2007'den 2014'e kadar da resmi sponsorlarından birisidir.
Etihad	Manchester City'nin ana (forma üzeri), Chelsea'nin de resmi taşıyıcı sponsorudur.
Lufthansa	Bayern Munich, Eintracht Frankfurt (GER), German National Team, FC Zenit (RUS)
American Airlines	Fulham (ENG)
Air Asia	Manchester United (THY'den önceki sponsor)
Easy Jet	Luton Town (ENG)
Air Malta	Portsmouth (ENG)
Alitalia	Roma, Juventus (İTA)
Air İtaly	Napoli (İTA)
Aeroflot	CSK Moscow (RUS)
AirBerlin	Shalke 04
Fly Be	Southampton, Exeter

THY' nin yaptırdığı pazar araştırmaları;

- THY'nin yurtdışındaki marka bilinirliğinin çeşitli bölge ve ülkelerde farklılık gösterdiğini, bu farkındalığın özellikle Rusya, Ukrayna, Türk Cumhuriyetlerinde, Ortadoğu ve Afrika'nın bir kısmında daha yüksek olduğunu, en fazla sefer yapılan Avrupa ülkeleri başta olmak üzere Uzakdoğu ve Amerika'da ise ortalamanın altında kaldığını,

T.C.
BAŞBAKANLIK
Özelleştirme İdaresi Başkanlığı

SAYI : B.02.1.ÖİB.0.65.00.00/610 6208 26.07.2010
KONU : Soru Önergesi

(3)

- THY ile hiç uçmayan bir yolcu ile THY ile uçuş deneyimini yaşamış yolcuların algılarında büyük ölçüde farklılıklar olduğunu,
- THY ile uçuş yapan yolcuların çoğunluğunun, verilen hizmet kalitesi nedeniyle THY ile tekrar seyahati tercih edebileceklerini,
- Kulüplerle yapılan sponsorluk anlaşmalarının ve reklam, tanıtım kampanyalarının amacı; THY'nin bilinirlik oranını daha da artırarak, yolcuların THY ile uçuş deneyimini tercih etmesinin sağlanmasına katkıda bulunduğunu,
- Kulüplerle yapılan sponsorluk anlaşmalarının, örneğin Barcelona uçuş hattında 2009 yılı ile 2010 yıllarının ilk üç aylık dilimi karşılaştırıldığında yolcu sayısında % 55 oranında bir artış sağladığını ortaya koymaktadır.

Diğer taraftan, yapılan sponsorluk anlaşmalarının bir gereği olarak, THY'nin hem FC.Barcelona hem de Manchester United futbol takımı ile (en az 4-5 futbolcusunun rol alması şartıyla) reklam çekimi hakkı bulunduğu belirtilmiş olup; örneğin 2010 yılının Mart ayında FC.Barcelona takımı ile (Messi, Ibrahimoviç, Puyol, Xavi, Iniesta, Valdes ve Pedro gibi bir çok yıldızın da yer aldığı) bir reklam filmi çekildiği, bu reklam filminin önümüzdeki günlerde dünya genelinde yayın yapan pek çok global kanalda ve ülkemizde yayınlanacağı belirtilmiştir. Ayrıca önümüzdeki aylarda, yapılan sponsorluk anlaşmasının bir gereği olarak Manchester United ile de (Rooney, Nani, Owen, Giggs gibi bir çok yıldızın da yer aldığı) bir reklam filmi çekiminin planlandığı belirtilmiştir.

Bilgilerinize arz ederim.


Mehmet ŞİMŞEK
Maliye Bakanı