



7. Pazarlamada Ürün

7.3 Ürün Yaşam Eğrisi Tekrar Sil Baştan Çizilebilir mi? – ÖMÜR

İnsanlar gibi, markaların da yaşam eğrileri var. Markalar da insanlar gibi doğuyor, büyüyor, gelişiyor ve eğer herhangi bir şekilde gençlik iksirini bulamazlarsa ölüme mahkûm oluyorlar. Belki de markaları insanlardan ayıran en önemli özellik, markaların -gerekli önlemler alındığı takdirde- ölümsüz olabilmeleri... Burada marka sahiplerine, markalarını her zaman diri, genç ve dinamik tutabilmek için önemli görevler düşüyor: Daha yaşlanmaya yüz tutmadan markalarına “gençlik aşısı” yapmaları, marka yaşam eğrileri gelişme evresine girer girmez, markaya yapılacak eklemeler ve yeniliklerle, yeni yaşam eğrileri üretmeleri gerekiyor. Yani daha marka yaşlanmadan, yeni ürünleri, türlü yenilikleri tüketicilere sunarak, yaşlanmanın önüne geçmek önkoşul.

Özellikle günümüzde marka ömürlerinin gitgide kısaldığını, pazarda başarılı olabilenlerin oranının giderek düştüğünü biliyoruz. Böyle bir yoğun rekabet ortamında, yaşam eğrisini uzatmak, aynı markadan yeni yaşam eğrileri üretmek hiç de kolay değil.

Bazen marka, tüketici belleğinde o kadar iyi bir yer



edinmiş oluyor ki, ürün yaşam eğrisi son bulsa, hatta pazarda olmasa bile tüketicileri markayı unutmuyor, unutamiyor... Doğal olarak böyle örnekler çok fazla değil. İşte aşağıda böyle nadir örneklerden birinin öyküsünü okuyacaksınız. Sözünü ettiğimiz Ömür markası uzun yıllar sessiz kaldıktan sonra, 2005'te GıdaSA çatısı altında tekrar hayat bulur. Okuyacağınız vaka, Şubat 2005'te tekrar pazara sunulan Ömür'ün yeni bir yaşam eğrisi çizmek için, pazarlamaya dair yaptıklarının kısa bir özetidir. (Not: Kasım 2006'da ise Sabancı Holding tarafından borsaya gönderilen açıklamada, GıdaSA'nın Ömür Piliç'i satma kararı aldığı açıklanmıştır.)

1) “Ömür” Eğrisi Nasıl Canlanır?

72 yıldır bilinen bir marka olan Ömür, 2004 itibariyle ürün “ömür” eğrisini canlandırma kararı alır. Bunca yıldır bilinen ve hâlâ belleklerde eski yerini koruyabilmiş, ancak uzun yıllardır raflarda ne ürün olarak görünen, ne de iletişimi yapılan bir markanın nasıl olup da “sil baştan” ürün yaşam eğrisi çizme kararı aldığını isterseniz hep birlikte inceleyelim. Çünkü böylesi canlı bir örnek, pazarlama kitaplarında dahi zor bulunur.

Cook Eskiden...

1950 yılında Türkiye'nin ilk entegre piliç üretim tesisi,

Fikret Yüzatlı tarafından Ömür markası altında kurulur. İstanbul, Zeytinburnu'nda 34 dönümlük bir arazide başlayan üretim, kısa sürede toplam 25.000 tavuk kapasitesine ulaşır. O yıllarda piliç üretimi için yurtdışından alınan teknik bilgiler ışığında, en son teknolojiler kullanılarak yapılan yetiştirme ve üretim, sonuçlarını kısa sürede verir. Ömür Piliç herkesin bildiği, sevdiği ve güvendiği bir marka olur. Hatta 1956'da kurulduğu söylenen, E-5 karayolu üzerindeki Ömür Restaurant, özel olarak yurtdışından getirdiği münümlerle (örneğin, "chicken in the basket") ünlenir; bu münümler için İsviçre'den piliç çevirme, soslama makineleri ithal eder. Ardından da acımasız rekabet koşulları ve yaşanan ekonomik zorluklar nedeniyle, Yüzatlı Ailesi Ömür Piliç'in üretimine 1985 yılında son verir. Bir diğer ifadeyle, ürün yaşam eğrisini tamamlar ve üretilmez, konuşulmaz, duyulmaz, hissedilmez olur. Ancak o hep nankör olduğunu belirttiğimiz tüketici belleği, iş Ömür'e gelince, markayı pek de öyle çabuk unutamaz. Nisan-Mayıs 2004'te yapılan tüketici araştırmalarında, Ömür markasının İstanbul'da bilinirliğinin %60'lara kadar çıktığını gösterir.

Esasında Ömür Piliç üretime her ne kadar 1950'lerde başlamış olsa da, markanın tarihçesi 1933'lere, Mustafa Kemal Atatürk ve İsmet İnönü'ye uzanmaktadır. Ömür'ü Türkiye'ye kazandıran Fikret Yüzatlı, Kurtuluş Savaşında



İlk Ömür logosu örneklerinden



E-5 karayolu üzerindeki Ömür Restaurant



Uzun yıllar belleklere kazınan Ömür logosu



cephede savaşmış bir asker ve İsmet İnönü'nün yaveridir. Cumhuriyetin kurulmasının ardından iki dönem milletvekilliği yapar. Bu sırada İsmet Paşa'nın isteği ile Tarım Reformu üzerinde çalışır ve TBMM'e, köylüye teşvik verilmesi önerisini getirir. Tarım reformu önerisini pek hoş karşılamayan diğer milletvekilleri ile arasında görüş ayrılığı çıkınca, Trakya Bölgesindeki sütleri toplayarak işleme fikriyle İstanbul'a döner. Ermeni usta Çilingiryan'ın teknik bilgisi yardımıyla bu işe başlar. O dönemde herkes Ömür sütlerinin diğer sütlere göre daha farklı bir kokusu olduğunu söylemektedir. Bu söylentide gerçek payı da var. Çünkü ustalar, ürettikleri inek sütüne belli oranda koyun sütü de katarlar. Bu işlemi yıl boyu sürdürebilmek için ise, daha o dönemlerde koyun sütünü dondururlar.

Markaya Ruh Katanlar

Fikret Yüzatlı gerçekten inanılmaz bir kişidir. Tam anlamıyla inandığını yapan, bildiği doğrulardan ayrılmayan, idealleri uğruna maddi çıkarları hiçe sayan bir öncüdür. Kurtuluş Savaşında kahramanca çarpışmasının yanı sıra, onu Atlı Spor Kulübünü kurarken, Ömür tesislerini açıp genişletirken, Tarım Reformu çalışmalarını yürütürken ya da İstanbul Bahçelievler'i bugünkü haline getirirken görüyoruz. Cam kapta ve folyo kapaklı yoğurdu da, meyveli yoğurdu da Türkiye'de ilk üreten yine Ömür'dür. Ancak bunlar bugüne kadar pek duyurulmaz,



bilinçli bir tercih olarak sansasyondan uzak kalınır. İlginç bir şekilde, Yüzatlı'nın kişisel özelliklerinin Ömür markasına da yansıdığını ve tabii üçüncü kuşak Yüzatlı'ların da markayı Sabancı Ailesine “sunarken” benzer ilkeleri benimsediklerini gözlemliyoruz. Yani marka ruhu eğer en baştan doğru şekillendiyse, kolay kolay zaman aşımına uğrayamıyor...

GıdaSA'nın Genişleme Politikası

Bir yanda Ömür markası böyle bir profil çizerken, diğer yandan da GıdaSA, gıda sektöründe hızla büyüme yolunda kendisine bir hedef belirliyor. Sabancı Gıda ve Perakendecilik Grubu Başkanı Haluk Dinçer gıda sektöründe lider olmak istediklerini çünkü Türkiye'nin gıda sektöründe çok önemli bir potansiyele sahip olduğunu, toplam tüketim harcamalarımızın %25'inin gıdaya gittiğini her fırsatta tekrarlamakta. Zaten o nedenle kısa bir zaman aralığında Grubun Piyale ile bisküvi, içecek, çorba, puding işine; Saka ile su, Deren ile de çay sektörüne girdiğine tanık oluyoruz. Haluk Dinçer “çatı marka” anlayışıyla, köklü markaları bünyelerine katma isteğinde olduklarını vurguluyor. İşte GıdaSA böyle bir dönemden geçerken, Yüzatlı Ailesi bir yanda unutulmasına kıyamadıkları dede yadigârı Ömür markası, diğer yanda farklı bir odaklanma gerektiren halihazırda faaliyet gösterdikleri işkolu arasında gidip geliyorlar. Bu arada Ömür markasını satmaları için çeşitli tekliflerle



karşılaşıyorlar. Bu tekliflerin bazıları yurtdışı kökenli. Ama belli ki, Kurtuluş Savaşı Gazisinin kendi elleriyle kurup geliştirdiği bir markayı, yabancı ellere teslim etmeyi içlerine bir türlü sindiremiyorlar... Sonunda ilginç bir gelişme oluyor ve Yüzatlı Ailesi, dedelerinin Ömür markası için Sabancı Ailesinin iyi bir “yuva” olacağını düşünüyorlar. Ömür markasını Sabancı Ailesine katma fikri, ortak aile dostları Feyyaz Berker yardımıyla Sakıp Sabancı’ya iletiliyor ve Mart 2004’te, Sakıp Sabancı’nın ve fatından kısa bir süre önce, satış işlemi sembolik bir ücret karşılığı gerçekleşiyor. Belli ki, Fikret Yüzatlı markasına kendi kişisel özelliklerini de katmayı ihmal etmemiş...

Türkiye’de Beyaz Et Sektörü

Birçok sektörde olduğu gibi, beyaz et sektöründe de markasızlar toplam sektörün %84’ünü oluşturuyor. Tahmini pazar büyüklüğü 870.000 ton. Pazarın yıllık büyüme oranı ise %12,5. Ülkemizde markalı piliç tüketiminin %30’u üç büyük ilde gerçekleşiyor; İstanbul’un payı ise %64. Yani üç büyük il ve özellikle de İstanbul, mevcut pazarda satışların ağırlığını oluşturuyor. Değer olarak ise, yaklaşık 1,6 milyar ABD Dolar’lık bir pazardan söz ediyoruz. Bunun %58’i ya da 930 milyon ABD Doları “evde tüketim”, 670 milyon ABD Doları ise “ev dışı tüketim”. Ev pazarının ise ancak %26’sı markalı, geriye kalan %84’ü ne yazık ki markasız ürünler



tarafından karşılanıyor. Bir diğer ifadeyle, markalı beyaz et üreticilerinin işi hiç de kolay değil. Esasında derya gibi bir pazarın içindeler, ancak çok azından pay alabiliyorlar. Bir de şimdi bu koşullara Ömür markasının pazara girişi eklenince; yakın geçmişte markalı beyaz et üreticilerinin yaşadıkları mali sıkıntılar, tüketici gözünde kaybedilen güven, hormonlu yem tartışmaları da düşünülünce, diğer markalı beyaz et üreticilerin işi çok daha zorlaşmış görünüyor. *(Bu vaka Mart 2005'te kaleme alınmıştır. Bütün dünyayı sarsan kuş gribi ise 2006'nın kış aylarında ortaya çıktığından, yazıda sözü edilmemektedir).*

2) Ömür'ün Yeni Marka Kimliği

Mart 2005'te görüştüğümüz GıdaSA Çiftlik İş Birimi Pazarlama Müdürü Gülden Kayahan ve Halkla İlişkiler şirketleri MPR'den Nazan Ergülen Şarman bize yeni logo, kurum ve marka kimliği hakkında detaylı bilgi veriyor. Ömür logosunun eski ve yeni halini karşılaştırınca, birçok başarılı logo yenileştirme çalışmasında olduğu gibi, burada da eski logodaki kuvvetli öğelerin değiştirilmediğini, ancak güncellendiğini görüyoruz. Landor şirketinin gerçekleştirdiği logo ve kurumsal kimlik çalışmasında canlılığı, enerjiyi, dinamizmi, uzmanlığı, iddialı duruşu, doğan güneşi temsil eden kırmızı renge sahip çıkılıyor. Kırmızı kürede yer alan üç boyutlu tasarım ise, Ömür'ün gelecekte açacağı yeni ürün gruplarını müjdelemekte. Kırmızı küreyi saran yeşil renk, doğallığı,



sağlığı, tazeliği yansıtmakta.

Ömür'ün yeni logosu için tüketici araştırmalarında hep olumlu sözler işitiliyor. Örneğin logo tarifi için tüketiciler tarafından “çok modern”, “parlayan güneş”, “canlı”, “genç” gibi ifadeler sıkça kullanılmakta. İsteniyor ki logo, bir çiftlikte üretilen taze ve doğal ürünleri en güzel halleriyle çağrıştırsın.

2.1) Ambalaj ve Paket

Ömür markası pazara girerken bir konuda daha pazara liderlik yapıyor. Daha maliyetli olmasına karşın, ithal edilen ve bütün piliçte kullanılan vakum poşet uygulamasını başlatıyor. Ayrıca parçalı ürünlerde kullanılan, özel kilitli ve baskılı ambalajıyla beyaz et sektöründe, hijyen ve sağlık konusundaki çitayı biraz daha yukarı çekiyor. Ne mutlu böyle ek rekabet koşulları yaratarak, pazarın kalite standartlarını yükseltebilen markalara. Yine rakiplerden ayrışabilmek için, genelde kullanılan sarı ve turuncu polistren tabak yerine, doğayı ve canlılığı çağrıştırmak için açık yeşil tabak tercih ediliyor.

2.2) Fiyat ve Dağıtım

Ömür pazara girdiği Şubat 2005'ten bu yana, fiyat yapısını pazar ortalamasına göre belirliyor. Özelliklere maliyetlere bakıldığında, ambalaj malzemesinin daha hijyenik, daha sağlıklı koşullarda ürünü tüketiciye iletme işlevi de göz önüne alındığında, bu fiyat yapısının belki de tanıtım fiyatı

Görsel 1 ve 2. Eski ve yeni logo yan yana (diskette, kitapçıkta ve dia olarak mevcut)



olduğunu söylemek yanlış olmayacak. Türkiye’de beyaz et fiyatlarını, kırmızı et ile karşılaştıracak olursak; beyaz et, kırmızıya göre 1/3 daha ucuz. Yurtdışında beyaz et, kırmızıya göre daha da ucuz, oran ise 1/5. Belli ki GıdaSA’ya ait Adapazarı’ndaki kümeslerde kısa sürede kapasite darlığı yaşanacak. Çünkü şu anda Ömür Piliç üç ilde ve ağırlıklı olarak da büyük perakendecilere ve zincirlere dağıtılmış bulunmakta. İlginç bir şekilde, modern perakendeciliğin gelişmesi, markalı, ambalajlı beyaz et kategorisini de büyütüyor. Sadece modern kanallar olarak bakıldığında, beyaz etin yıllık satış artışı %24; yani pazar ortalamasının bir katı kadar. Zincir marketler beyaz et için inanılmaz bir potansiyele sahip. Zaten bu nedenle Ömür, ilk etapta pazara girmek için zincirleri tercih ediyor.

2.3) Marka Söylemi ve ‘Bizim Kız’

Marka vaadi “sağlıklı, lezzetli ve doğal” çözümler sunarak, tüketicisinin yaşam kalitesini artıracak bir marka konumlandırmasına götürüyor bizi. Bu vaat de “Bir Ömür Gençlik” sloganıyla hayat buluyor. Ömür’ün reklam ajansı Yorum Publicis. Marka iletişiminin belkemiğini, markanın doğal, sağlıklı ve taze ürünler sunması oluşturuyor. Bu şekilde beslenen tüketici sağlıklı, canlı, neşeli ve mutlu olabiliyor. Tüm bu marka vaadinin ardında ise koskocaman Sabancı ismi, verilen sözlerin kanıtı olarak karşımıza çıkıyor.



Marka kimliğinin sözcülüğünü ise şimdilik “Bizim Kız” olarak anılan sevimli bir piliç üstleniyor. Bizim Kız’ı, ister basın toplantısında “jingle” eşliğinde dans ederken, ister market etkinliğinde, ancak hep ama hep Ömür markasının yanında görüyoruz. İlginç olan Ömür markasının ilk yaşam eğrisinde de Bizim Kız’ın daha yaşlı versiyonunun yer alması. Yani “Bizim Kız”lar Ömür’ün kaderi gibi...

3) Konumlandırma Nasıl Yapıldı?

Ömür kendisine “sağlık” ve “lezzet” yolunu seçmeden önce, iki farklı kavram (konsept) deniyor. Bunlardan birincisi “koruyucu melek” olarak adlandırılıyor. Markanın tüketicisine söylemek istediği şu: Bu ürünler seni her şeyden korur. Yapılan araştırmalarda, bu kavram tüketiciler tarafından daha korumacı, daha statik ve daha çok “anne-çocuk” odaklı bulunuyor. Reklam ajansının önerdiği ikinci yol ise, “never ending youth” şeklinde ifade edilen, “hayat boyu genç kalma” fikri, kampanya için daha uygun bir alternatif olarak ortaya çıkıyor. Ürün olarak Ömür’ü rakiplerinden ayıran özelliklere baktığımızda, piliçlerin yetiştirilme yöntemlerinin, kümeslerinin, yem formülasyonunun ve ürün ambalajının daha avantajlı olduğunu görüyoruz. “Tüketiciler beyaz ette ne arar?” diye sordumuzda ise, öncelik sırasına göre “lezzet”, “sağlık” ve “hijyen” yanıtını alıyoruz.

Görsel 3. E-5’teki Ömür Restaurant ve o yıllarda kullanılan “Bizim Kız” versiyonu

Görsel 4. Yeni hayat bulan “Bizim Kız”(Lansman Klipi adlı CD’nin 2’ 06”-2’ 40” arasındaki 3D animasyon çizimlerinden görüntüleri)



Ömür markası için tüm bu bilgiler değerlendirilerek, “Bir ömür gençlik” sloganıyla hayat bulan yol seçiliyor. Bu öyle bir yol ki, ürün ailesi genişledikçe, diğer Ömür markalarına da taşınabilecek bir konumlandırma; hem de kökleriyle olan bağı hoyratça söküp atmadan...

4) **“Piliç Aranıyor” Kampanyasının Detayları**

İlginçtir Ömür, relansmanını TV olmadan gerçekleştiriyor! Bu konuda da sağduyulu bir reklamveren olarak, “*Madem ürünümüzü tüm Türkiye’ye dağıtmıyoruz, o takdirde duyuruyu da tüm Türkiye’de yapmayalım*” diyorlar. Yani ne paramız boşuna gitsin, ne de tüketicilerimizi hayal kırıklığına uğratmayalım mantığı işliyor. Kampanya 30 Ocak 2005’te “teaser” ile başlayıp, 3 Şubat’a kadar devam ediyor.

Kampanyada gazete, radyo ve açık hava kullanılıyor. (Yine bir zamanlar üç hafta ‘teaser’ kampanyası yapan bazı markaların kulaklarını çınlatıyoruz... Adı üstünde, meraklandırma kampanyası beş, hadi bilemediniz yedi gün olur. İnsanoğlu hiç 21 gün merakta bırakılır mı?!) Teaser kampanyasının ana teması “Aranıyor” üzerine kurgulanıyor. Burada Ömür’ün medya ajansı Allmedia tarafından çok bilinen bir mecranın farklı kullanımı gerçekleşiyor. “Piliç aranıyor” ilanı Hürriyet İK’da renkli olarak yayımlanıyor. Amaç, ilgiyi olabildiğince artırmak. İlanda yer alan www.aranapilic.com’a girince ise, “biz de arıyoruz” yazısı ile karşılaşıyorsunuz! Radyo teaser’ı dersanız, o daha da ilginç... “*Aranıyor... Git git gittttt...*”

*Konusunda bilgili, tanınmış
bir ailenin üyesi... Git Git*

[http://www.basarmuluk.com/gallery?li
ghtbox=image12nr](http://www.basarmuluk.com/gallery?li
ghtbox=image12nr)

11

Diğer görsel için

https://static.wixstatic.com/media/3ecc39_b94d550c2291095af7a11b930997d8b9.jpg/v1/fill/w_268,h_399,al_c,q_90,usm_0.66_1.00_0.01/3ecc39_b94d550c2291095af7a11b930997d8b9.wbp



Gıdaaak...” diye sürüp gidiyor.

Ardından, gazetelerde “Patates pilicini arıyor”, “Pilav pilicini arıyor”, “Salata pilicini arıyor” başlıklı üç farklı basın reklamı çıkıyor. 3 Şubat 2005’te ustalıkla gerçekleştirilen basın toplantısının ardından Ömür, basının kendisinden 4 Şubat’ta nasıl olsa etraflıca söz edeceğini biliyor. Bu nedenle açılış kampanyası 5 Şubat’ta başlatılıyor. Açılış reklamları da doğal olarak teaser’ların açıklaması. Seri şöyle devam ediyor: “Aranan piliç bulundu”, “Patates pilicini buldu” ve diğerleri. Peki ya, bundan sonrası? Reklam kampanyasının ikinci bölümünde gazete, radyo ve pazarlamanın daha farklı yenilikçi uygulamalarının birbirini izleyeceği müjdesini alıyoruz.

5) Ömür 2005 Pazar Hedefleri

3 Şubat 2005’te yapılan basın toplantısında GıdaSA Çiftlik İş Birimi Genel Müdürü Hasan Tulgar, Ömür için 7-8 milyon ABD Doları yatırım yaptıklarını ve 2005’te de 45 milyon ABD Doları ciro beklediklerini belirtiyor. Ömür hakkında pazar verisi sunabilmek için vakit çok erken. Ancak Gülden Hanım, 3-25 Şubat 2005 tarihlerinde sahası gerçekleştirilen HTP hane tüketim paneli verilerinde dahi, Ömür’ün görülmeye başladığını belirtiyor. GıdaSA bir yandan rakamların yükselişini izlerken, diğer yandan da satış noktalarında son tüketicilerin yorumlarını hızlı bir şekilde topluyor ve bunları değerlendiriyor. Böylelikle, üç büyük ilde (İstanbul ağırlıklı

olmak üzere), Mart 2005 sonuna dek, altı haftada tam 98.000



tüketiciden görüş toplanmış bulunuyor. Gelen olumlu yorumlar genelde lezzet üzerine odaklanmakta. Pazara önce ChampionSA ve CarrefourSA'larla giren Ömür, daha sonra Tansaş ve Gima'larda da satılmaya başlanıyor. Mart 2005'te de Migros'lara girmeye başlıyor. Zincir mağazalarda, 2005 sonunda hacim olarak pazar payı hedefleri %35.

Ne diyelim, belli ki Ömür, ömrüne ömür katarak yaşam eğrisini yeni baştan çizicek. Dileğimiz Ömür markasının aynen 72 yıl önce başladığı tarzda, aynı heyecan ve aynı farklı bakış açısıyla, yeni yuvasında ve emin ellerde daha uzun yıllar yoluna devam etmesi...

6) *Ürün Yaşam Eğrisi Tekrar Sil Baştan Çizilebilir mi? – Ömür*

Vakaya Özgü Sorular

Soru 1 Ömür logosunun eski ve 2005'te revize edilmiş şekillerini inceleyerek, ikisini benzer ve farklı kılan özellikleri tartışınız. Logoları yenilerken marka sahipleri nelere dikkat etmelidirler?

Soru 2 Markanın yeni konumlandırmasını ve iletişim kampanyasını, derste öğrendiğiniz konumlandırma bilgileri çerçevesinde sınıfta tartışınız.

Soru 3 2016'da Ömür markasının raflarda olmadığını biliyoruz. Ömür markası 2004'ten itibaren marka yönetimi konusuna profesyonelce eğilmesine rağmen, neden ürün yaşam eğrisini yeni baştan çizme konusunda başarılı olamadığını internet üzerinden araştırarak (2006 kuş gribi, fabrika yangını vs gibi) sınıfta tartışınız. Lütfen bu soruyu ürün yaşam eğrisi üzerine öğrendikleriniz ışığında cevaplandırınız.

*Bu vaka Nükhet Vardar'ın 2007'de İş Bankası Kültür Yayınları'ndan çıkan **Marka Fotoğrafları** adlı kitabında sayfa 87-98 arasında yer almaktadır. Vakanın ve kitabın telifi N. Vardar'a ait olup, vaka El İzi'nin izni olmadan kısmen ya da tamamen kullanılamaz, kopyalanamaz, çoğaltılamaz veya satılamaz. Aksi durumda 5846 ve 3257 sayılı kanun maddeleri istisnasız uygulanır.*



Önerilen Ek Okumalar

1) Sabah Gazetesi - 6 Şubat 2005

Ekonomi

Restoranın yerini Ömür Plaza alacak

Bugün Ömür Yoğur Fabrikası'nın olduğu yerde 94 konutluk Ömür Sitesi'ni kuran üçüncü kuşak yöneticiler, geçen yıl kapasına kilit vurulan Ömür Restoran'ın yerine de bir plaza kuruyorlar. Aralık 2005 itibariyle devreye girecek olan plaza ise Sabancı Grubu'ndan alınan izinle yine Ömür adını taşıyacak. "Aslında biz Ömür Gıda Sanayi markasını tamamen bıraktık. Centilmenlik gereği artık Ömür markasını kullanmayacağız. Ancak bu marka satışından önce proje başlamıştı ve Sabancı Grubu ile de görüştük ve son olarak burada da Ömür'ün adını kullanmak üzere anlaşmaya madde koydurduk. Onlar da iyi niyetle buna izin verdiler" diyen Feyyaz Yüzatlı 10 bin metrekare alan üzerinde kurulacak olan bu plazada tekstil değil, günlük ihtiyaçları karşılayacak mağazaların olacağını ifade ediyor. Yüzatlı, bir süre sonra kendi arazileri dışında da gayrimenkül işi ile uğraşacaklarının altını çiziyor.

14

2) Sabah Gazetesi - 6 Şubat 2005

Ekonomi



Ömür, merdiven altına yenik düştü – Hacer Gemici

İnönü'nün Yaveri'nin yarattığı Ömür markası Sabancı'ya emanet edildi. Markanın Velihati ise gayrimenkulcülüğü tercih etti....

Sabancı Grubu beyaz ette aradığı pilici Ömür markasında buldu. 72 yıllık bir markaya yeniden hayat veren Sabancı'nın Ömür'ü, İstanbul'da, özellikle Avrupa yakasında yaşayanlar için oldukça tanıdık. Çünkü İncirli'de E-5 Karayolu üzerindeki Ömür Restoranı, ya da bundan 10 yıl öncesine kadar piyasada satılan Ömür Yoğurtları halen hafızalardan silinmiş



değil... 1933 yılında İsmet İnönü'nün Yaveri Fikret Yüzatlı ile hayat bulan Ömür markası, bugün ikinci kuşak tarafından Sabancı Grubu'na teslim edilmiş durumda. Türk kamuoyu yeni duysa da aslında bu devir rahmetli Sakıp Sabancı'nın ölümünden yaklaşık 2.5 ay önce tamamlanmış. Markayı Sabancı Grubu'na teslim ettikten sonra "gayrimenkulculükte" karar kılan torun Feyyaz Yüzatlı ile ailenin bugünlere nasıl geldiğini konuştuk.

'10 YIL BOYUNCA DAYANDIK'

Feyyaz Yüzatlı, merdiven altı üretim yüzünden 1984 yılında daha sanayicilikten çekilme yönünde kafalarında bir düşünce doğduğunu ifade ederek, "10 yıl boyunca dayandık. Sermaye takviyesi yaptık ancak bu işi yürütemeyeceğimizi anladık. 1994 yılına gelindiğinde Ömür Yoğurt Tesisleri'ni kapatmak zorunda kaldık" diyor. Bir dönem entegre olarak çalışan Tavukçuluk Tesisleri'nin kapanması ise bu tarihten çok daha önce olmuş. Peki Fikret Yüzatlı, İsmet İnönü'nün yaveri iken neden süt, yoğurt ve tavuk işine giriyor. O günleri torun Feyyaz Yüzatlı, "Dedem başta Kurtuluş Savaşı olmak üzere hemen her savaşta yer aldıktan sonra İsmet İnönü'nün yaverliğine getiriliyor. Ankara'da Atatürk Orman Çiftliği'nin kurulduğu dönemlerde, Atatürk ve İsmet İnönü, 'Sen de İstanbul'da bir süt üretim tesisi kur. İstanbul civarındaki köylerin sütlerini alır işlersin' diyor. Bunun üzerine ilk tesisi Silivri'de kurmaya karar veriyor. Burada üretilen yoğurtlar her gün tepsiler halinde İstanbul'a getirilip satılıyor. Daha sonra fabrika Bahçelievler'e taşınıyor. 1950'lerde tavukçuluk da yapmaya başlıyor" diye özetliyor. Ancak Fikret Yüzatlı'nın tek işi sanayicilik değil. Torun Feyyaz Yüzatlı'nın "aşlında dede mesleğimize geri dönüyoruz" dediği gayrimenkul alm-satımı da bunlardan biri. "Dedem Bahçelievler'in kurucusu" diyen Feyyaz Yüzatlı, oldukça mütevazı bir şekilde anlatmaya şöyle devam ediyor: "Bu bölgede o zamanlar İncirlik Çiftliği varmış. Bu çiftlik satışa çıkınca o zamanın arsa spekülâtörlerinden Ali Galip Ergan, dedeme gelip, 'Gel burayı seninle birlikte alalım. Ben sadece arsa işinden anlarım, seninle buraya başka bir vizyon katabiliriz' diyor. Dedem de kabul ediyor ve 500 dönümlük bir arazi parası verilerek alınıyor. Dedem de o zaman İstanbul'un planını yapmak için Atatürk'ün davet ettiği meşhur Henry Ford'dan yardım alıyor. Buraya çok geniş bulvarlar yapılıyor. Edirne Asfaltı'nın iki katı yollar yapılırca buradakiler dedeme 'Ne o havaalanı mı yapıyorsun' diye serzenişte bulunuyorlar. Ancak bugün ne kadar doğru bir karar olduğunu görüyoruz.

HİBE DİYEREK ÜZDÜLER

İsmet İnönü'nün Yaveri Feyyaz Bey ve ailesini en çok üzen şey ise bu bölgenin Atatürk ve İnönü tarafından "kendisine hibe edildiği yolunda"



kulaktan kulağa dolaşan söylentiler olmuş. "Dedem sağlığında bu söylentilere çok üzülürdü" diyen torun Yüzatlı, bu bölgenin parası ile alındığının altını çiziyor. Merdiven altı ve markasız üretimlerin kendilerini çok zorladığını tekrarlayan ve "Ne yazık ki gelecekte hiç umut görmüyordum" diyen Feyyaz Yüzatlı, "Ancak şimdi Ömür adını, markasını çok emin ellere teslim ettiğimiz için mutluyuz" diyor. Görüşmemiz sırasında hazır bulunan Gıdasa'nın Pazarlama Müdürü Gülden Kayahan da üretim öncesinde üç ilde bir araştırma yaptıklarını ifade ederek, "Gördük ki Ömür'ün hatırlanma oranı yüzde 60'larda. Doğrusu biz de bu kadar yüksek bir oranı beklemiyorduk" değerlendirmesinde bulunuyor. Daha önce "Ömrünüze Ömür Katar" sloganı ile bilinen Ömür de artık yoluna "Bir Ömür Gençlik" sloganı ile Sabancı'nın kanatlarında devam ediyor...

3) Sabah Gazetesi - 6 Şubat 2005

Ekonomi



100 atı vardı, "Yüzatlı" oldu

İsmet İnönü'nün yaveri Fikret Yüzatlı, at sporlarına düşkünlüğü ile de biliniyor. Nitekim kendisi aynı zamanda Türkiye Jokey Kulübü'nün kurucusu da. Ancak Fikret Bey'in Yüzatlı soyadını alması Soyadı Kanunu'ndan sonra. Aslında Aile'nin ilk soyadı "Atlı". Fakat bir gün bakıyorlar ki bu soyadını taşıyan bir çok aile var. O zaman ünlü şair Yahya Kemal Beyatlı, "Gel senin soyadını değiştirelim" diyor. Kendisi yüzbaşı olduğu için ve o dönemde yaklaşık 100 tane atı olduğundan Yahya Kemal Beyatlı, "Bundan sonra senin soyadın Yüzatlı olsun" diyor ve aile Yüzatlı soyadını kullanmaya başlıyor. Fikret Yüzatlı, 1938 ve 1942 yıllarında Türkiye Büyük Millet Meclisi'nde iki dönem de Giresun milletvekilliği yapıyor. 1933 yılında Ömür Yoğurtları ile bir marka yaratan Fikret Yüzatlı, 1968 yılında vefat ediyor.



4) Radikal Gazetesi - 4 Şubat 2005

Sabancı beyaz ette Ömür ile var

Sabancı Holding, şirket alımlarıyla büyüdüğü gıda sektöründeki atılımlarını 'Ömür' piliç markasını satın alarak sürdürdü

Sabancı Holding, 72 yıllık 'Ömür' markasıyla beyaz et pazarına girdi. Sabancı Holding Yönetim Kurulu Başkanı Güler Sabancı, grubun ana işlerinden gıdada Ömür markasıyla yeni ve önemli bir adım atıldığını belirtti. Güler Sabancı, "Hepimizin çocukluğundan bildiği, sevdiği bir markayla piliç pazarına giriyoruz" dedi. Sabancı Holding Gıda ve Perakendecilik Grup Başkanı Haluk Dinçer ise, tüketim harcamaları içinde yüzde 25 payı olan gıda sektörünün büyüme ve değişiminde önderlik etmeyi istediklerini belirterek "GıdaSA, şirket alımlarıyla hızlı bir şekilde büyümeye ve fırsatlardan yararlanmaya devam edecek" diye konuştu. "Hedefimiz, Sabancı'yı diğer sektörlerde olduğu gibi gıdada da lider konuma getirmek" diyen Dinçer, 2004 yılı konsolide cirosu 290 milyon dolar olan GıdaSA'nın 2005 hedefinin 400 milyon doları aşmak olduğunu ifade etti. Dinçer, GıdaSA'nın stratejileri hakkında da şu bilgileri verdi: "Marsa ile bitkisel yağ pazarında en büyük iki oyuncudan biriyiz. Türkiye'nin en büyük bitkisel yağ ihracatçısıyız; geçen sene yaklaşık 50 milyon dolar oldu. Geçen yıl yüzde 72 artan satışların yüzde 31'i yeni ürün kategorilerinden geldi. Saka ile damacana su pazarında İstanbul'daki üç oyuncudan biriyiz. Saka'yı şubat ayında pet şişelerde tüketiciye sunuyoruz."

Poşet çay sırada

Haluk Dinçer, poşet çayla ilgili çalışmaların ise bu ayın sonunda netleşeceğini, ancak bunun şu ana kadar bilinen bir marka değil, yeni bir marka olacağını söyledi.

GıdaSA Çiftlik İş Birimi Genel Müdürü Hasan Tulgar ise Türkiye beyaz etin hızlı büyüyen bir pazar olduğunu belirterek, 1995 ve 2004 yılları arasında yıllık yüzde 12.5'lik üretim artışıyla pazarın, bugün 1.6 milyar dolar ve 870 bin tonluk büyüklüğü olduğunu anlattı.

AB'de kişi başına 25 kilograma ulaşan yıllık beyaz et tüketiminin, Türkiye'de yıllık 13 kilogram olduğunu belirten Tulgar bunun da pazarın büyüme potansiyelini gösterdiğini ifade etti. Tulgar, piliç tüketiminin yüzde 30'unun üç büyük ilde gerçekleştiğini ve bunlardan İstanbul'un payının yüzde 64 olduğunu belirterek, yapılan araştırmaların piliç eti tüketen tüketicilerin yüzde 84'ünün bu etin markalı olması isteğini ortaya koyduğunu dile getirdi. Tulgar, Ömür ile ilgili 7-8 milyon dolarlık yatırım harcamaları olduğunu, 2005'te 45 milyon dolar ciro beklediklerini, iç pazarda lider konumuna geldikten sonra, ihracata başlanacağını söyledi.

Markanın sloganı 'gençlik' olacak

GıdaSA Çiftlik İş Birimi Pazarlama Müdürü Gülden Kayahan da, ilk entegre piliç üretim tesisinin de 1950 yılında Ömür tarafından kurulduğunu belirtti. Kamuoyuna 'Piliç aranyor' ilanı ile duyurulan Ömür markası 'Bir ömür gençlik' sloganıyla piyasaya sunuldu. Markanın portföyünde 33 çeşit ürün var.



5) Hürriyet Pazar - 6 Şubat 2005


Sibel Arna

Efsanevi Marka Dirilirken Akla Gelmeyen Bir Tek O

13 yıl önce kapanan, bir dönemin efsanevi yoğurt markası Ömür, Sabancı sayesinde tekrar diriliyor. Ömür'e dair çoğu insanın bir hatırası var. Ya ayrılanı içmiş, ya yoğurdunu yemiş, ya restoranında keyif yapmış ya da pilicini tatmış...

Ömür yeniden canlanırken bu hatıralar da dirildi. Ama çok az insanın aklına Fikret Yüzatlı geldi. O da bir efsane. Ömür'ün hikayesi biraz da onun kurucusu Yüzatlı'nın hikayesi aslında. Fikret Yüzatlı'nın torunu Feyyaz Yüzatlı (43), 'Dedemin dört büyük misyonu vardı' diyor ve sayıyor: 1) Ömür Piliç ve Ömür Yoğurt gibi efsanevi markalar yaratarak tarım ve hayvancılığın endüstrileşmesine katkı sağladı. 2) Atatürk at yarışılığının sosyal bir ihtiyaç olduğunu belirledikten sonra Ahmet Atman ve Atif Esenbel ile Yarış Islah Encümeni'ni kurarak Türkiye Jokey Kulübü'nün temellerini attı. 3) İncirli Çiftliği denilen bölgede ilk bahçeli evi kurarak, Bahçelievler semtini yarattı. Ve 4) Kurtuluş Savaşı'daki kahramanlıkları sayesinde İsmet İnönü'nün başyaveri oldu. İşte arkasında Kurtuluş Savaşı sonrası ayağa kalkmaya çalışan ülkenin izlerini taşıyan bir marka ve onu yaratan insanın öyküsü.

Ömür Yoğurtları'nın kurucusu Fikret Yüzatlı, 1896'da İstanbul Şehzadebaşı'nda dünyaya gelir. Babasının adı Rifat annesinin adı Memnune'dir. Şehir çocuğu olmasına rağmen hayatı boyunca tarım ve hayvancılıkla uğraşacak, mesleğiniz nedir diye soranlara da, 'Kurtuluş Savaşı Gazisi, asker, çiftçi' diye cevap verecektir. Orta ve lise eğitimi için Kuleli Askeri Lisesi'ne yazılır. Mezun olacağı yıl (1915) Filistin Cephesi'nde askere ihtiyaç olduğunu öğrenir. Bir grup arkadaşıyla birlikte okuldan kaçıp, Birinci Dünya Savaşı'na katılır. Kurtuluş Savaşı'nda da sayısız muharebeye girer. Savaşlardaki başarıları nedeniyle süvari yüzbaşılığına terfi eder. İleride soyadına esin kaynağı olacak ilk adımdır bu. Süvari yüzbaşılığında 100 tane atlıyı komuta ettiği



için 1934’te soyadı kanunu çıktığında şair Yahya Kemal’in önerisiyle Yüzatlı soyadını alacaktır. Savaş bittiğinde, Fikret Yüzbaşı’ya üstün özverili manasına gelen ‘Şecaat’ unvanı verilir. Torun Feyyaz Yüzatlı’ya göre bu unvan dedesinden kalan en değerli mirastır: ‘Dedem Kurtuluş Savaşı sırasında bir iki kere yaralanmış. Ama her seferinde kurşunu çıkardıklarının ertesi günü cepheye geri dönmüş. Özellikle İkinci İnönü’de kurşun sırt kürek kemiğinden girip, göğüs kafesinden çıkmış. Kağnı ile sağlık ocağına getirmişler. Bir-iki gün baygın yatmış. Kendine geldiğinde Atatürk’ün ‘İlk hedefiniz Akdeniz’ emrini verdiğini öğrenmiş. Dikişleri alınmadan birliğinin başına dönmüş. Kendisi o günleri bize pek anlatmazdı. Çocuk aklımızla ‘Dede sen savaşta çok adam öldürdün mü’ diye sorduğumuzda ‘Biz adam öldürmedik, harp ettik evlat’ derdi.’ Kurtuluş Savaşı’ndan hemen sonra Atatürk, Fikret Yüzatlı’yı yaveri olarak ister. Fakat araya İsmet İnönü girer. Mustafa Kemal’e rica eder ve Fikret Yüzatlı, İsmet İnönü’nün yaveri olur.

UZUN ÖMÜRLÜ KAFKASHALKI İLHAM VERİR

Cumhuriyet’in ilanıyla birlikte Türkiye savaşın yaralarını sarmaya başlar. 1925’te Atatürk Orman Çiftliği kurulur. Çiftliğin açılışından birkaç ay sonra Mustafa Kemal, Fikret Yüzatlı’yı gördüğü bir ara şöyle der: ‘Bu çiftliğin kenarında tarım endüstrimizin bacaları tütecek.’ Yüzatlı mesajı alır. Tarımın endüstrileşmesine katkı sağlamak için 1933’te İstanbul Bahçelievler’de bir süt tesisi kurar. Uzun süre tesise isim arar. Kafkaslar’da yaşayan insanların yoğurt yiyerek uzun ömürlü olduklarını duymuştur bir ara. Ondan etkilenip, farkında olmadan yarattığı bu ölümsüz markaya Ömür ismini verir.

O güne kadar yoğrut üreticileri, süt kazanlarını odun ateşinde ısıtmaktadır. Yüzatlı, yeni girdiği sektöre yeni teknolojiyi de getirir. Tesisi kurar kurmaz üretimde bir standart yaratmayı hedefler. Bunun için odun ateşi yerine modern bir ısıtma sistemi kurar. Palacılar tarafından tahta palalarla karıştırılan kazanların içine elektrikli motor bağlar.



Ömür'ü Ömür yapan en önemli şey lezzetidir. İnek sütü ile koyun sütü karıştırılarak elde edildiği için tadı piyasadaki diğer yoğurtlardan çok farklıdır. Fikret Yüzatlı, bu standart tadı her dönem muhafaza etmek için çok çalışır. Yılın belirli dönemlerinde elde edilebilen koyun sütünü dondurmak ve her mevsim kullanabilmek için eksi otuz derecede bir şoklama buzhanesi kurdurur. Böylece 12 ay boyunca standart bir kaliteyi yakalar.

O yıllarda İstanbul'un yoğurt ihtiyacı Silivri'deki mandıralar tarafından karşılanmaktadır. Silivri yoğurtları büyük siniler içinde bakkallara gelir ve dilim dilim satılır. Fikret Yüzatlı, bunun hijyenik olmadığını düşünür ve bir kiloluk teneke kutularda yoğurt üretir. Bir süre sonra dönüşümlü teneke kutular, talebi karşılayamaz. 1955 yılında teneke kutudan parafinli karton kutulu ambalaja geçer. 1965'te Türkiye'nin ilk plastik ambalajlı yoğurdu üretilir. El değmeden hazırlanır. O zamana kadar bir yoğurdun kalitesini kaymak kalınlığı ile ölçen Türk halkı, ilk defa kaymaksız ve homojenize yoğurt ile tanışır. Alışması ve kabullenmesi biraz zaman alır.

BAHÇELİEVLER SEMTİNİ KURAR

Fikret Yüzatlı'nın işleri, yoğurt üretimi ile sınırlı kalmaz. Ömür, artık sadece yoğurt olarak kalmayacak kadar değerli bir marka olmuştur çünkü. Ömür aynı zamanda, tavuktur, restorandır, süttür, ayrandır.

Yüzatlı ailesi, Bahçelievler semtinin de kurucusudur. 1933'te süt üretim tesisini açtıktan sonra 1940'larda Bahçelievler'de ilk bahçeli evi yaparlar. Ankara'daki Bahçelievler semtinden esinlenerek semte ismini koyan Fikret Yüzatlı'dır. İncirli Çiftliği diye bilinen araziyi sahiplerinden satın alır, Bakırköy'deki yalıısını satarak Bahçelievler'e taşınır. Ama hayatı boyunca bu konudaki bir dedikoduya çok üzülür. Bazıları Bahçelievler'in Atatürk tarafından Yüzatlı ailesine hediye edildiğini düşünür. Rivayete göre Mustafa Kemal sağ tarafım senin olsun diyerek Merter'i Merter ailesine, sol tarafım senin olsun diyerek Bahçelievler'i Yüzatlı ailesine verir.



LONDRA ASFALTI'NINYANINDAKİ EFSANE

Yıl 1952. Fikret Yüzatlı atıyla İncirli Çiftliği'nde gezmektedir. Adnan Menderes ile karşılaşır. Demokrat Parti iktidardadır. Yüzatlı atından inip, Menderes'i selamlar. 'Hayrola, ne işiniz var burada' diye sorar. 'Fikret ben buradan Londra'ya yol yapacağım' der Menderes. Yeni Londra Asfaltı başarı ile tamamlanır. Yüzatlı, yol çalışmaları biter bitmez, yol kenarına otomobillere de servis yapan bir restoran açar (1955). Türk filmlerine fon oluşturacak, tavuğu, sosisli sandviçi, patates püresi ve köpüklü ayrıyla ünlenecek Ömür Restoran böyle kurulur. 2004'e kadar açık kaldı. Şu anda 2006'da açılacak alışveriş merkezi için inşaat sürüyor.

Fikret Yüzatlı, daha ilk günden beri Ömür Restoran'da dünya mutfağından örnekler sunmak ister. Yurtdışından piliç çevirme makineleri getirir. Fakat Türkiye'de piliç yoktur. O zamanlar halk tavuk ve yarka (tavuğun biraz daha küçüğü) tüketmektedir. Yüzatlı, İsrail'den bir teknoloji getirterek Zeytinburnu'nda piliç üretir. Ömür Piliçleri, ilk defa Ömür Restoran'da lanse edilir. Kısa sürede tutar. Yaklaşık bir yıl sonra üretim kapasitesi artırılır ve Türkiye dağıtımını başlar. Önce özel kasaplara, ardından Hilton Oteli'nden Pfizer İlaç Fabrikası'na kadar birçok yere satış yapılmaya başlanır. Fikret Bey evliliğini 1928'de Nihal Hanım ile yapmıştır. Nihal Hanım da kendisi gibi atlara düşkündür. İyi bir binicidir. Üç çocukları olur: İki oğulları Tulga ve Tunçdal ve kızları Mevhibe.

Fikret Yüzatlı, bir ara politikaya da atılır. 1931-1937 arasında iki dönem CHP Giresun milletvekilliği yapar. Politikacyken de çiftçiliği bırakmaz. Giresun'da şekerpancarı ve pirinç eker. Sonraki yıllarda siyasetin kendi mizacına uymadığını düşünür, partiden ayrılır. Ancak İsmet Paşa ile olan dostlukları devam eder. Yüzatlı, 1968'de vefat ettiğinde İsmet Paşa günlüğüne şöyle not edecektir: 'Fikret Yüzatlı ölmüş, çok yandım.'



SIRF ÖMÜR YAŞASIN DIYE KARŞILIKSIZ DEVREDİLDİ

Ölümünün ardından, Fikret Bey'in oğulları şirket yönetimine geçerler. Tunçdal Bey ve Mevhibe Hanım'ın çocukları olmaz. Bir tek Tulga Yüzatlı iki erkek evlat (Feyyaz ve Fatin) sahibi olur. Tunçdal Yüzatlı'nın 1974'teki zamansız vefatından sonra Feyyaz ve Fatin Yüzatlı babalarıyla birlikte şirketi yönetmeye başlarlar. 1984'te ABD'de işletme okuyan Feyyaz Yüzatlı, dönünce şirkette çok kapsamlı bir çalışma başlatır. Ömür Yoğurtları'nın üretimini durdurma kararı da onun hazırladığı rapordan sonra alınmıştır: '1992'de piyasayı inceledik ve çok ciddi bir haksız rekabet olduğunu gördük. Sektörden çekildik. İnşaat işine yoğunlaştık. Fabrika arazisinin olduğu yere 104 haneli Ömür Sitesi'ni kurduk.'


Ömür'ün kapandığı 1992 yılı, Yüzatlı ailesinin matem yılıdır. Markanın yok olması herkesi çok üzmüştür. Bu yüzden Ömür adını, yaşatacak bir şirket aramaya başlarlar. Yaklaşık iki yıl önce Feyyaz Yüzatlı, Sakıp Sabancı ile görüşür. Ve Sakıp Bey, memnuniyetle Ömür'ün haklarını satın alacaklarını söyler. Yüzatlı ailesi, sembolik bir paraya markayı Sabancılar devreder. Ömür Yoğurt ve Gıda Sanayi olan şirket ismi Ömür İnşaat ve Dış Ticaret olarak değişir. Artık misyonlarını tamamlamışlardır. Aileye göre Ömür öyle bir markadır ki, Yüzatlı ailesi tarihi boyunca soyadlarıyla hiçbir şirket kurmaz. Bebek'te oturan Feyyaz Yüzatlı'yı semt ahalisi Yüzatlı diye değil Ömür diye tanır. Bahçelievler semtinde üç tane Ömür durağı, Ömür rampası, Ömür Sokağı vardır. Ve Fikret Yüzatlı öldüğünde şehitliğe gömülmek yerine Ömür Restoran'ın yan sokağındaki aile mezarlığına gömülmeyi tercih eder.

ÖMÜR'ÜN İLKLERİ

* İlk cam şişede pastörize süt

*** İlk sponsorluk anlaşması (70'li yılların Gökmen'li, Yasin'li Galatasaray'ına forma reklamı verdi)**

* İlk arıtma tesisi



* **İlk bebe yoğurdu**

* İlk bardak ayran

* **İlk kakaolu süt**

* Marketlerde satılan ilk sütlü tatlı (özellikle kazandibi çok meşhur olur)

* **İlk meyveli ve light yoğurt**

* İlk kez Ömür tesislerinde üretilen, içinde soğan sarmısak olan quark peyniri

* **Reklam veren ilk yoğurt markası**

* McDonald's'larda satılan ilk ayran

Siteye eklenme tarihi Aralık 2016

23

Elizi İLETİŞİM
DANIŞMANLIK

*Bu vaka Nükhet Vardar'ın 2007'de İş Bankası Kültür Yayınları'ndan çıkan **Marka Fotoğrafları** adlı kitabında sayfa 87-98 arasında yer almaktadır. Vakanın ve kitabın telifi N. Vardar'a ait olup, vaka El İzi'nin izni olmadan kısmen ya da tamamen kullanılamaz, kopyalanamaz, çoğaltılamaz veya satılamaz. Aksi durumda 5846 ve 3257 sayılı kanun maddeleri istisnasız uygulanır.*

MARKALAR
fısıldıyor
dijital vaka kütüphanesi