



Ankara'nın sembolü Atakule geri dönüyor

Ankara'nın ilk, Türkiye'nin ikinci alışveriş merkezi olan ve kulesi ile Ankara'nın sembolü haline gelen Atakule, alışveriş merkezi ile Ankaralıları yeniden hizmet vermek üzere 29 Ekim itibariyle geri dönüyor. Ankaralıların anılarında önemli bir yer tutan ve Atakule GYO tarafından 300 milyon TL yatırımla yeniden inşa edilen Atakule, alışveriş merkezindeki marka karması ile sadece Ankaralıları değil, şehri ziyaret edenleri ve kent yaşamının merkezinde olmayı sevenleri ağırlayacak.

Atakule GYO tarafından düzenlenen toplantı ile tanıtılan Atakule, toplamda 50 bin metrekareden oluşurken, gündelik ihtiyaçlardan, en sofistike taleplere kadar her konuda ziyaretçilerine eksiksiz hizmet sunmayı amaçlıyor. Atakule, iş ortakları ve servis sağlayıcıları ile birlikte 1500 kişiye doğrudan istihdam, 6000'den fazla kişiye ise dolaylı fayda sağlıyor. Ankara'nın sembolü haline gelen kule kısmının ise Nisan 2019'da açılması hedefleniyor.

9 Ekim 2018, İstanbul –

Temeli 1987 yılında dönemin Başbakanı Turgut Özal tarafından atılan ve kulesi ile Ankara'nın sembolü haline gelen Atakule alışveriş merkezi 29 Ekim tarihinde ziyaretçilerini ağırlamaya başlayacak.

Atakule GYO tarafından 300 milyon TL yatırım ile yeniden inşa edilen Atakule, düzenlenen basın toplantısı ile tanıtıldı. **Atakule GYO Yönetim Kurulu Üyesi ve Genel Müdürü Mehmet Arpacı**'nın katılımı ile Çırağan Sarayı'nda gerçekleştirilen tanıtım toplantısında, Atakule hakkında detaylı bilgiler paylaşıldı.

Atakule'yi en başından beri şehrin sembolü olarak korumayı ve geliştirmeyi amaçladıklarını ifade eden Mehmet Arpacı, Atakule'nin geleceğine yönelik olarak, gerek inşaat gerekse perakendecilik ve gayrimenkul sektörünün uzmanları ile yapılan çalışmalar sonucunda alışveriş merkezi olarak hizmet veren bölüm yıkılarak yeniden inşa edilmesi kararı aldıklarını aktardı. Bu karar doğrultusunda Atakule'yi, güncel mevzuata uygun ve çağdaş perakendecilik ihtiyaçlarına cevap veren bir yaşam merkezi haline getirmek üzere yola çıktıklarını ifade eden Arpacı, Atakule'yi yeniden Ankaralıların hizmetine sunmak üzere çalışmalarını tamamladıklarını vurguladı.

Öz kaynaklar ile 300 milyon TL yatırım

İnşaatına 2016 yılında başlanan Atakule Alışveriş Merkezi'nin, Atakule GYO tarafından tamamı öz kaynaklardan kullanılan 300 milyon TL tutarında yatırım ile Türkiye'ye ve başkent Ankara'ya yakışır şekilde yeniden inşa edildiğini aktaran Arpacı, "Bu yatırım için banka kredisi kullanmadık ve tamamen öz kaynaklarımız ile gerçekleştirdik. İçinde bulunduğumuz dönemde böyle bir yatırım, yaratacağı ekonomik hareketlilik ve istihdam ile Ankara'ya ve Ankaralıları önemli bir katkı sağlayacak. Bu yatırımlarımız Türkiye ekonomisine olan güvenimizin de önemli bir göstergesi." dedi.

29 Ekim'den itibaren ziyaretçilerini ağırlamaya başlayacak olan Atakule Alışveriş Merkezi, Ankara'nın merkezinde, kentin en özel parklarından biri olan Botanik Park manzaralı bir tepede yer alıyor. Elçilik binalarına, bölgenin önde gelen sanat galerilerine ve yeşili ile doğanın güzelliklerini kente taşıyan parklara ev sahipliği yapan, şehrin gözde yerleşim bölgesi Çankaya'da misafirlerine hizmet verecek.



Bölgenin dokusu korunarak, var olduğu alana değer katacak şekilde, incelikle detaylandırılan Atakule, yeni yüzü ile alışveriş merkezinden öte, çağdaş mimarisi ile fark yaratan, özel tasarım anlayışı ile hayatla bütünleşen, doğa ile iç içe ayrıcalıklı bir konsept sunacak.

Atakule'nin konum olarak Ankara'nın en seçkin bölgesinde yer aldığını vurgulayan Mehmet Arpacı, "Atakule Alışveriş Merkezi'nin yeni yüzü ile Çankaya Bölgesi'ne hem kültürel hem de sektörel anlamda katma değer kazandıracağını düşünüyoruz." dedi.

Atakule'nin, şehrin sosyal ve turistik öneme sahip noktalarından biri olduğunu vurgulayan Arpacı, "Atakule, Ankara'nın cazibe merkezleri arasında yer almaya devam edecek. Atakule Alışveriş Merkezi, yeni yüzü, marka karması, gündelik veya en sofistike ihtiyaçlara kadar her konuda, "Ankara'nın keyif, alışveriş ve lezzet noktası" olarak hizmet etmeye hazır." dedi.

Arpacı, 29 Ekim'de gerçekleştirilecek ışık gösterileri ve ziyaretçilere yönelik etkinlikler ile Atakule'nin adına yakışır bir geri dönüş hazırladıklarını ve Atakule'yi tüm Türkiye'ye armağan edeceklerini vurguladı.

Atakule yepyeni mimarisi ile hazır

Atakule'nin mevcut arsası üzerinde yeniden inşa edildiğini ve mevcut alan kullanılarak, dört alışveriş katına ek bir sinema ve eğlence katı planlandığını belirten Arpacı, "Kule ve Kule'nin üzerinde yer alan döner platform yapısını koruyarak alışveriş merkezi kısmında çağdaş ihtiyaçlar doğrultusunda düzenlemeler gerçekleştirdik. Atakule Alışveriş Merkezi'nin Cinnah ve Çankaya Caddesi yönündeki kiralalanabilir alanlarını ise yapının hem içinden hem de dışından kullanılabilecek şekilde düzenledik." dedi.

Mimari projesi A Tasarım Mimarlık tarafından gerçekleştirilen Atakule içinde yer alan mağazaların dış cepheleri, Botanik Parkı'na bakan kısımları, tamamen camdan ve yapının dış mekân ile bağlantısı geliştirilecek şekilde, doğa ile iç içe projelendirildi. Restoran karması ile ziyaretçilerinin vazgeçilmezi olmayı hedefleyen Atakule, Botanik Park manzaralı restoranları ile dünya mutfaklarını Ankaralılar ile buluşturacak.

"Yıllık 8 milyonun üzerinde ziyaretçi hedefliyoruz."

Toplamda 50 bin metrekareden oluşan Atakule Alışveriş Merkezi, ziyaretçilerine eksiksiz hizmet sunma anlayışı ile yeniden inşa edilirken, konsept geliştirme ve kiralama danışmanlığını Jones Lang LaSalle Türkiye'nin yaptığı Atakule'nin 20 bin metrekarelik kiralalanabilir alanı bulunuyor.

Atakule'de, dünya trendlerini takip eden, sanata ve moda düşkün, kent hayatının içinde doğa ile ilişkisini koparmayan Ankaralılara hitap eden farklı ve özel markaların yer aldığını aktaran Mehmet Arpacı; "Mevcut durumda Atakule Alışveriş Merkezi'nde mağaza, restoran, sinema salonları ve spor salonundan oluşan 120 ünite bulunuyor. Kiralanmış mağaza oranında yüzde 90'a ulaştığımız Alışveriş Merkezimizde, Kule'nin faaliyete geçmesini planladığımız Nisan 2019 itibarıyla tam kapasite ile hizmet vermeyi ve Kule kısmı dahil yıllık 8 milyonun üzerinde ziyaretçi ağırlamayı hedefliyoruz." dedi.

Atakule ayrıca, iş ortakları ve servis sağlayıcılar ile birlikte Ankara'da 1500 kişiye doğrudan istihdam, 6000 binden fazla kişiye ise dolaylı fayda sağlayacak.



Ankara'nın sembolü olan Kule'nin açılış tarihi de belli oldu

Atakule GYO Genel Müdürü Arpacı, başkentin simgesi olan Kule kısmının ise Nisan 2019'da Ankaralıların ve şehri ziyaret edenlerin hizmetine sunmayı hedeflediklerini belirtti. Atakule'yi Atakule yapan özellikleri korumanın hem Ankaralıları hem de kendileri için önemli olduğunu belirten Arpacı, "Kule kısmını orijinaline sadık kalarak restore ettik ve dış cephesinin bakım ve onarımını gerçekleştirdik." şeklinde konuştu.

Yepyeni bir iç tasarıma sahip olan Kule'de ziyaretçiler, seyir terasından muhteşem bir Ankara manzarası ve VR roller-coaster deneyiminin keyfine varırken, Kule'de bulunan seçkin restoranlarda dünya ve Türk mutfağının en leziz örneklerini tatma imkanı bulacaklar.

Ankara'nın sembolü haline gelen ve varlığı ile Ankara'nın görünümüne önemli bir katkı sağlayan Kule, tüm Ankaralıları ve şehri ziyaret edenlere hizmet verirken, başkente yakışır bir simge olmaya devam edecek.

Atakule Hakkında Kısa Kısa:

Yatırımcı: Atakule GYO

Konsept Geliştirme ve Kiralama Danışmanlığı: Jones Lang LaSalle Türkiye

Mimari Proje: A Tasarım Mimarlık

Yatırım Miktarı: 300 milyon TL

Toplam Alan: 50 bin metrekare

Kiralanabilir Alan: 20 bin metrekare

Hedeflenen Yıllık Ziyaretçi Sayısı: 8 milyon üzeri

Lokasyon: Çankaya, Ankara

Alışveriş Merkezi Açılış Tarihi: 29 Ekim 2018

Alışveriş Merkezi'nde İstihdam: 1500 kişiye doğrudan istihdam, 6000'in üzerinde kişiye dolaylı fayda.

Alışveriş Merkezi Mağaza Sayısı: 120 bağımsız ünite (mağaza, restoran, sinema salonları ve spor salonu)

Kule Açılış Tarihi: Nisan 2019

www.atakule.com.tr

Facebook: <https://www.facebook.com/atakule>

Instagram: [instagram/atakuleofficial](https://www.instagram.com/atakuleofficial)

**Atakule GYO Hakkında:**

Atakule GYO, faaliyet esasları, portföy yatırım politikaları ve yönetim sınırlamalarında Türkiye Sermaye Piyasası Kurulu mevzuatına tabi bir gayrimenkul yatırım ortaklığı şirkettir. Sermaye Piyasası Kurulu'nun Gayrimenkul Yatırım Ortaklıklarına ilişkin düzenlemelerinde yazılı amaç ve konularla iştigal etmek üzere 21 Ağustos 2000 tarihinde kurulmuş, payların %49'u 7-8 Şubat 2002 tarihinde halka arz edilmiş ve hisse senetleri 14 Şubat 2002 tarihinden itibaren İstanbul Menkul Kıymetler Borsasında işlem görmeye başlamıştır. Türkiye'nin güçlü Gayrimenkul Yatırım Ortaklıklarından olan Atakule GYO, 2010 yılının ilk çeyreğinde kurumsal yapılanma sürecine girmiştir. Senelerin birikimi ve eski hissedarlarının mirası olan kurumsal yaklaşım; köklü kimlik ve istikrarına da sahip çıkarak, uzmanlığa değer veren yatırımcı ve dinamik kimliğiyle, "gayrimenkul yatırımının likit ve sağlam yatırım alternatifi" olarak sermaye piyasalarının öncü markası olmayı amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda Atakule GYO; profesyonel yönetici kadrosu, uzman ekibi ve sektörde konularında isim yapmış proje ortaklarının danışmanlıkları ile yola çıkmış, portföyündeki gayrimenkuller ve sermaye birikimi ile de ticari ve sosyal açılarından sürdürülebilir projeler arayışına başlamıştır. Atakule GYO arazi geliştirme, proje tasarımı, satış ve pazarlama alanlarında hissedarlarına düşük risk ve yüksek gelir getirecek projeler üzerinde çalışmaktadır. Atakule GYO; hedefleri doğrultusunda pazar dinamikleri, arz talep dengeleri, yeni gelişen bölgeler ve çekim merkezlerini takip etmekte, yatırım potansiyeline sahip metropollerde proje arayışlarını sürdürmektedir.

Tarman Grup Hakkında:

Tarman Grup, gayrimenkul, tekstil, çimento, elektrikli ev aletleri sektörlerinde faaliyet gösteren, Türkiye Cumhuriyeti'nin doğuşuyla yaşıt, ticari hacmi genç Cumhuriyet'in sanayi ve ticari kalkınmasına paralel olarak gelişen, bu sürece tanıklık eden, Türkiye'nin en köklü kuruluşlarından biridir. Atakule GYO, M.T.M Gayrimenkul, İpekiş, başta Bursa Çimento'da ortaklık olmak üzere önde gelen çimento firmalarında ortaklıklar ve Blue House Elektrikli Ev Aletleri, Grup bünyesindeki şirketlerdir. Sanayi anlamındaki üretimlerini %100 Türk sermayesi ile Türkiye'de gerçekleştiren Tarman Group markaları 81 ile ulaşmakta, yurtdışında ise Amerika, Avrupa, Bağımsız Devletler Topluluğu ve Uzak doğu ülkeleri olmak üzere tüm dünyaya ihraç edilmektedir. Ticari hayatı Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşuna dayanan Tarman Grup'un vizyonu, evrensel kalite ve standartlarda ürün ve hizmet sunmak, girdiği her sektörde öncü ve yenilikçi markalar yaratmak, kendisine güvenen iş ortaklarına maksimum fayda sağlamak ve Türk ekonomisine katma değer kazandırmaktır.

Bilgi için: Gizem Eke - Ünite İletişim

gizem.eke@unite.com.tr 0212 272 9313 www.unite.com.tr