

TİM REPORT

İHRACAT AİLESİ

ANTALYA'DA
BULUŞTU

TÜRKİYE'NİN İHRAÇ ÜRÜNLERİ

BBC İLE DÖRT KİTADA
YAYINDA

KİPAŞ HOLDİNG YÖNETİM KURULU BAŞKANI

MEHMET HANEFİ ÖKSÜZ

"BİRLEŞEREK
YOL ALMALIYIZ"

TİM, TÜRKİYE
LOJİSTİK PORTALINI
FAALİYETE GEÇİRDİ

ilk yaş günü için
hazırlanan
ilk yemek...

HER CAMIN ARKASINDA BİR HİKAYE,
O CAMIN ARKASINDA YORGLASS UZMANLIĞI VAR.
HAYATINIZDA NEREDE BİR İLK VARSA,
ORADA BİZ VARIZ. 1974'DEN BERİ.

AİT

OLDUĞUMUZ TOPRAKLAR İÇİN ÇALIŞIYORUZ. KARA, HAVA, DENİZ YA DA İNTERMODAL TAŞIMACILIK ALTERNATİFLERİYLE DÜNYAYI DOLAŞIYORUZ. HİZMET KALİTEMİZ VE ÇÖZÜM ODARAKLI YAKLAŞIMIMIZLA

MARKA ALARA DEĞER KATIYORUZ. BİZE ULAŞIN, HEDEFLERİNİZİ PAYLAŞIN. "BİZ HER ZAMAN BİR YOL BULURUZ." ROTANIZ NERESİ OLURSA OLSUN. İSTER NAIROBİ, İSTER SANTIAGO, İSTERSE ZAGREB

GALATA
TAŞIMACILIK VE LOJİSTİK A.Ş.

+90 850 755 0 458

galpi.com.tr

**Great
Place
To
Work.**

TİMREPORT İÇİNDEKİLER

Sayı: 201 - Kasım 2021



"BİRLEŞEREK YOL ALMALIYIZ"

Kipaş Holding Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Hanefi Öksüz, bölünerek değil, birleşerek büyümenin mümkün olabileceğine ve takım ruhu ile çalışmanın önemine vurgu yapıyor.

Syf 32



SÜRDÜRÜLEBİLİR DOKUNUŞ

Tekstil ve hazır giyim sektöründe sorumlu üretim ile sorumlu tüketime odaklanan 13. Uluslararası Ekoteks Sempozyumu, uzman isimlerin katıldığı yedi farklı oturumla tamamlandı. **Syf 42**

17 MİLYAR DOLARLIK PAZARIN ARKA BAHÇESİYİZ AMA...

Süs bitkileri ve mamulleri, Türkiye'nin genel ihracatında en az paya sahip sektör olsa da 23 milyar dolarlık küresel ticaret hacmi, pandemi sonrası ivme yakalayan sektör için fırsat olabilir. **Syf 38**



"DOĞANIN BEREKETİNİ AR-GE İLE BULUŞTURUYORUZ"

Dört neslin bir arada yaşadığı aile şirketine farklı sektörlere yönelen Zade Global CEO'su Dr. Mevlüt Büyükhelvacıgil, dönüşüm hikâyesini anlatıyor.

Syf 46





İÇİNDEKİLER



ANADOLU'DAN TÜM DÜNYAYA SİHİRLİ BİR IŞIK

Anadolu'dan dünyaya sihirli bir ışık yayma misyonu ile dünyanın ilk tılsım mücevher markası olan Bee Goddess, mücevher dünyasındaki tüm kuralları yeniden yazıyor.

Syf 52

TİMREPORT

TİMREPORT Adına İmtiyaz Sahibi
TİM Başkanı İsmail Gülle

Yayın Kurulu
Mehmet Fatih BİLİCİ
Enise Didem ELMAS
Vahide Belma ÜNAL
Senem SANAL SEZERER
Fikret ÇENGEL

Yönetim Yeri
Sanayi Caddesi DışTicaret
Kompleksi Yenibosna - İSTANBUL
T: (212) 454 04 71 F: (212) 454 04 13
www.tim.org.tr

"GÜÇLÜ KADIN, GÜÇLÜ TOPLUM İÇİN MÜCADELE EDİYORUM"

TİM Kadın Konseyi Başkan Yardımcısı Adalet İnanç; ihracat rekorları kırmasını hızlilik, lojistik becerisi ve de riski iyi yönetme şeklinde yorumluyor. **Syf 64**



"KARBON NÖTR" BİNALAR ÜRETMEK MÜMKÜN!

Mimar Selçuk Avcı, küresel katmanlılığa yanıt vermekten ve yarattığı zorluklarla uğraşırken dünyayı deneyimlemekten keyif aldığıını belirtiyor. **Syf 74**



Genel Yayın Yönetmeni Selda Yeşiltaş

Yayınlar Koordinatörü Murat Erdoğan

Görsel Yönetmen Serpil Yenihayat

Editör Yasin Buğra Levent

Fotoğraf Editörü Ergün Çalakoğlu

Muhabir Melis Alpay

Redaksiyon Kurşun Kalem Kurumsal Yayıncılık ve Tanıtım Hizmetleri

Reklam Müdürü İlnur Ulusoy
ilknur@viyamedya.com

Reklam Sorumlusu Sırma Samay Yabancı

İletişim
Rumeli Caddesi Rumeli Pasajı Yunus Apt.
No: 45 Kat: 3

Nisantaşı - Şişli / İSTANBUL

+90 212 236 00 50
www.viyamedya.com | viya@viyamedya.com



/viyamedya

Baskı Özgün Ofset



Güç birliği, söz birliği...

BİR HEDEF ortaya koyduk: "Dış ticaret fazlası veren Türkiye". Tüm yol haritamızı bu hedefe göre yapıyoruz. Sayın Cumhurbaşkanımız Recep Tayyip Erdoğan ve Ticaret Bakanlığımızın verdiği destekler, ihracatta rolü olan tüm paydaşlarımızın da hayalimize ortak olması ile artık daha güçlüyüz.

Geçen ay ihracatçımızın ipotek sorununa çözüm olacak önemli bir iş birliğine imza attık. Eximbank ortaklığı ile İhracatı Geliştirme Anonim Şirketi (İGE)ni kurduk. Sadece ihracatçıların erişimine açık olacak bu fon ile ihracatçıların finansmana erişiminde teminat sorununu ortadan kaldırmayı amaçlıyoruz. Altmış bir ihracatçı birliğimizin de gerekli sermaye katkısıyla şirkete ortak olması yönünde kanun çalışmaları tamamlandığında daha güçlü bir fona ulaşacağız. Şirketin 1 Ocak 2022 itibarıyla ihracatçılarımıza hizmet vermesini bekliyoruz.

Beş yıl içinde 300 milyar dolar ihracat ve sonrasında "Dış ticaret fazlası veren Türkiye" hedeflerimize ulaşma noktasında önemli bir rol üstlenecek Türkiye Lojistik Portalı'nın da geçen ay tanıtımını yaptık. Lojistik sektör temsilcileri ve ihracatçılarımızla gerçekleştirdiğimiz istişareler sonucunda nihai şekline kavuşturduğumuz Portalımız, tam bir kazan-kazan mekanizması ile hayat bulacak. Portal sayesinde ihracatçılar, hem ürün teslimatı planlamasında yeni alternatiflere kavuşacak hem de daha uygun fiyatlardan yararlanacak. Lojistik sektörü ise atıl kapasitesini kullanma fırsatına sahip olacak; aynı zamanda farklı sektörlerden ihracatçılarla iş yapma imkânına kavuşacak. Portalımız,

ihracat malları taşıyan araçların dönüş yükü bulmasına da yardımcı olacak ve böylelikle ihracatçımızın üzerindeki navlun baskısı azalacak.

İhracatımızın yıllık tonajı 172 milyona ulaştı ve 300 milyar dolar ihracat hedefimize ulaştığımız noktada tonaj hacminin de 250 milyon tona çıkmasını bekliyoruz. Firmalarımızın sipariş defterleri, yoğun bir talep olduğunu gösteriyor. Bunun için hem üretim kapasitemiz hem de lojistik altyapımız ile yarınlara şimdiden hazırlanmamız gerekiyor. İhracatçımız küresel piyasalarda güzel bir rüzgâr yakaladı, bu rüzgârı doğru yönetebilirsek tüm hedeflerimize ulaşabiliriz.

"Bir yandan "Made in Türkiye" markasını dünyaya tanıtıyor, bir yandan da ihracatçımızın dünyaya ulaşmasını kolaylaştıracak altyapıları kuruyoruz."

Türkiye ve sektörlerimiz lehine esen bu rüzgârı, dünyaya ulaştırmak için dünyanın en prestijli medya kuruluşu BBC World ile de iş birliğine imza attık. Türkiye Tanıtım Grubu olarak, BBC World News ile yapılan iş birliğiyle, Tekstil&Mücevher, Gıda&Tarım ve İnovasyon&Teknoloji konularında belgesel niteliğinde üç yapım hazırlandı ve Türkiye'nin ihracat ürünleri, filmler aracılığıyla BBC'nin dört kıtadaki 1 milyara yakın izleyicisine tanıtılacak.

İsmail Güllü
TİM Başkanı

KISA KISA

KISA HABERLER • KISA HABERLER • KISA HABERLER • KISA HABERLER • KISA HABERLER

Dünya Bankası, enerji fiyatlarının bu yıl ortalama yüzde 80'in üzerinde artmasının beklendiğini belirterek yüksek enerji fiyatları nedeniyle gelişmekte olan ülkelerin enflasyon riskiyle karşı karşıya kalacağı uyarısında bulundu. Raporda, enerji fiyatlarının arz kısıtları hafifledikçe 2022'nin ikinci yarısından itibaren düşmeye başlayacağını tahmin edildiği belirtildi.



Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası İhracat Genelgesi'nde güncelleme yapıldı. İhracat bedellerin yurda getirilme süresinin fiili ihraç tarihinden itibaren 180 günü geçmeyeceğine ilişkin yürürlükte olan genelgede, muafiyet tanınan ülke sayısı üçten yirmi dokuza çıkarıldı.

Uluslararası kredi derecelendirme kuruluşu Standard & Poor's (S&P), yoğunlaşan yarı iletken (çip) sıkıntısının gelecek iki yıl içinde küresel hafif araç satışlarındaki pandemi sonrası toparlanmayı yavaşlatacağını duyurdu. Daha önce yüzde 8-10 artması öngörülen hafif araç satışlarının, 2021'de yıllık yüzde 2 ila 4 arasında artmasının beklendiği kaydedildi.



Tedarik zincirindeki aksaklıklar, enerji arzındaki sıkıntılar, emtia stoklarındaki azalışlar fiyatları yükseltiyor. Emtia piyasasında "beyaz altın" olarak nitelendirilen pamuk geçen hafta 1,07 dolarla hem on yılın zirvesini gördü hem de yüzde 8,8 ile en çok değer kazanan ürünlerden bir tanesi oldu.



Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB), 2021 yılı eylül ayında kurulan ve kapanan şirket istatistiklerini açıkladı. Eylül ayı istatistiklerine göre, kurulan şirketlerin sayısında önceki aya oranla yüzde 15,7 artış oldu. Eylül ayında bir önceki aya göre kurulan gerçek kişi ticari işletme sayısı yüzde 20,1, kurulan kooperatif sayısı yüzde 36,5 oranında arttı.

Uluslararası Yenilenebilir Enerji Ajansı (IRENA) ve Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) tarafından hazırlanan Yenilenebilir Enerji ve İstihdam Raporu'na göre yenilenebilir enerji sektöründe istihdam 2012'den bu yana büyüyor. Çin'de 4,7 milyon yeni istihdam oluşurken, Brezilya'da 1,2 milyon, ABD'de 838 bin, Hindistan'da 726 bin kişi sektörde iş sahibi oldu.



2022 yılı Merkezi Yönetim Bütçe Kanun Teklifi'nden yapılan derlemeye göre bütçeden tarıma ayrılan pay artırıldı. Tarım ve Orman Bakanlığına gelecek yıl için 64 milyar 653 milyon 886 bin lira ayrılması öngörüldü. Böylece tarıma ayrılan bütçe, bu yıla kıyasla yüzde 25,5 yükselmiş oldu.

KUVEYT TÜRK'ÜN LEASING HİZMETİ ÜRETİME DEĞER KATANLARIN SAĞLAM DESTEKÇİSİ!



**Üretime değer katanlara
sağlam çözümler
Kuveyt Türk'ten!**
İmalat Leasing ile nakit akışına
uygun vade seçenekleri sizi bekliyor.



KUVEYTTÜRK
SAĞLAM BANKACILIK

444 0 123

www.kuveytturk.com.tr



Yıllık hedef ve aylık 20 milyar dolar eşiği geçildi

TÜRKİYE İHRACATÇILAR Meclisi (TİM), Ticaret Bakanı Mehmet Muş'un katılımıyla eylül ayına ait dış ticaret verilerini, 1 Kasım 2021 tarihinde Ankara'da düzenlediği toplantıyla açıkladı. İhracat ailesi, eylülde ilk defa bir ayda 20 milyar dolar eşiğini geçti. Genel Ticaret Sistemi'ne (GTS) göre eylül ayında ihracat, bir önceki yılın aynı ayına kıyasla yüzde 30'luk artışla, 20 milyar 783 milyon dolara ulaştı. Böylelikle tüm zamanların aylık ihracat rekoru kırıldı. Yılın ilk dokuz ayında, yüzde 36'luk artışla da 161 milyar dolarlık ihracat gerçekleştiren Türk ihracatçısı, son on iki ayda 212,2 milyar dolarlık ihracatla da 211 milyar dolarlık yıllık hedefini aştı.

Toplantıda yaptığı konuşmada,

Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın, 18 Eylül'de katıldığı TİM 28. Olağan Genel Kurulu'nda ihracat ailesine verdiği müjdeleri değerlendiren TİM Başkanı İsmail Gülle "Ardı ardına rekorlar kıran ihracatımızla beraber

ihracatçılarımızdan gelen finansman ve fuar alanı taleplerini Ticaret Bakanlığımıza iletmiştik.

Bu anlamda, müjdeler arasında yer alan "İhracat Geliştirme Fonu" büyük bir ivmeyle yükselen ihracatımız için oldukça önem arz ediyor. Sadece ihracatçılarımızın

erişimine açık olarak oluşturulacak bu önemli fon, ihracatçılarımızın gücüne güç katacak. Bu önemli adım, ihracat süreçlerini kolaylaştıracak; teminat mektubunu ortadan kaldırarak

**Son 13 ayın
11'inde rekorlar
kıran Türk
ihracatçısı, eylül
ayında ilk kez bir
ayda 20 milyar
doları aştı.**

maliyet avantajı ve kredi genişlemesi sağlayacak. Eximbank'ın sermayesinin ve kaynaklarının artırılacak olması ise ihracatçımızın kredi hacmini artıracak, krediye erişimini kolaylaştıracak, ihracat desteklerini ve finansmanını ihtiyaçlara uygun bir zemine kavuşturacaktır. Bir diğer önemli müjde fuar merkezi ile ilgili. Üretimimizle, ihracatımızla, iç ve dış pazarlardaki başarılarımızla büyüyen ihracat ailesi olarak, geldiğimiz noktada mevcut fuar kapasitemizin mevcut ekonomimizi kaldırmadığını açık olarak görüyoruz. Son yirmi yılda ekonomimizi dört kat büyütmeyi, dış ticaret hacmimizi beş katına çıkarmayı hep beraber başardık. Bu dönemde, İstanbul'daki fuar alanlarının kapasitesi ise sadece yüzde 20 arttı. Büyüyen ve gelişen ihracat ailemizin kaydettiği başarıların, daha büyük bir fuar merkezi vitriniyle taçlandırılmasına yönelik atılan bu adımın çok önemli bir gelişme olduğuna inanıyoruz. Cumhurbaşkanımız, bu husustaki taleplerimizi de Genel kurulumuzda müjdeledi." diye konuştu.

"MÜJDELER, İHRACATIMIZIN ÖNEMLİ KİLOMETRE TAŞLARI OLACAK"

Asya, Avrupa ve Afrika'nın buluşma noktası olan İstanbul'u, küresel bir fuarcılık merkezine dönüştürecek

projenin süratle Türkiye'ye kazandırılacağına vurgulayan Gülle "TİM olarak biz de sürece gerekli katkıyı sağlayacağız. İhracatçılarımıza modern, ferah ve geniş fuar merkezleri kazandıracacağız. Bu üç önemli müjde, 300 milyar dolara giden ihracat yolculuğumuzda önemli kilometre taşları olacak. Eylül ayı içerisinde gerek ekonomik güven endeksi verilerinde gerekse Meclisimizin görev gücü içerisinde olduğu Küresel İnovasyon Endeksi sıralamalarında oldukça sevindirici haberler aldık. Türkiye bu yıl 10 basamak sıçrayarak tarihî zirveye çıktı. TİM olarak hazırladığımız Türkiye Yol Haritası ve Eylem Planı'nın bu başarıya sağladığı katkılardan gurur duyuyoruz. Bu yıl 41'inci sıraya yükseldiğimiz endekste, en büyük sıçrama kaydeden ülkeler arasında da ikinci olduk. Bu başarıyla orta-üst gelir grubunda dördüncü sıraya yükseldik." ifadelerini kullandı.

İHRACATTA YÜKSELİŞ SÜRECEK

İsmail Gülle, İmalat Sanayi Kapasite kullanım oranının 78,1 puanla son otuz dokuz ayın, ekonomik güven endeksinin ise 102,4 puanla son kırk bir ayın en yüksek seviyesine geldiğini hatırlatarak şunları söyledi: "Endekslerdeki bu yükseliş; ihracatta, istihdamda ve yatırımlarda da yükselişe işaret ediyor. Üretiyoruz,

1558 FİRMA "İHRACATA MERHABA" DEDİ

İhracata duyulan yoğun ilgi, eylül ayında ihracatçı firma sayısına da yansıdı. Tam bin 558 firma bu ay ilk kez ihracat yaparak ihracat ailesine katıldı. Yeni firmalar, eylül ayında 83,6 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirdi. Yılbaşından bu yana ihracat yapan firma sayısı 13 bin 600'ü ilk defa olmak üzere toplam 84 bin oldu.

EYLÜL İHRACATININ "EN"LERİ

• 20,8 milyar dolar ihracat ile aylık rekor kırdı. • 23 sektör ihracatını artırdı. • Çelik sektörü, 2,6 milyar dolar ile ilk kez zirvede yer aldı. • 170 ülkeye ihracat arttı. • 27 ülkede, aylık ihracat rekoru kırıldı. • 66 il, ihracatını yükseltti. • 16 il tarihinin en yüksek aylık ihracatına ulaştı. • 1558 firma, ilk kez ihracat yaptı.

ihracat yapıyoruz, istihdam sağlıyoruz, değer üzerine değer inşa ederek, bu topraklarda yeni yatırımlara zemin hazırlıyoruz. İhracatçılarımız sayesinde, küresel krizlerde üretimini aksatmamayı, siparişleri yetiştirmeyi başaran tek ülke olarak öne çıktık. Dünya bunun farkında. Fuarlarımızda görüyoruz ki yabancılar sırada bekliyor. Şu an tam kapasite çalışmamız, gelen taleplere yetişemememiz daha başlangıç. İnşallah 2026'da, beş sene gibi kısa bir sürede 300 milyar dolara ulaşacağız. Üretime ve ihracata ara vermeden, katma değere, markaya, teknolojiye, inovasyona odaklanarak yarınları hazırlıyoruz. Yarınları dair umudumuz yüksek. Çünkü biliyoruz ki; Türkiye ihracatla yükselecek." şeklinde konuştu.

"İHRACAT MİKTAR BAZINDA DA ARTTI"

TİM'in yayımladığı verilere göre eylülde, miktar bazında ihracat, geçen yılın aynı ayına göre yüzde 23,7 artarak 17,5 milyon ton olurken, ilk dokuz ayda, yüzde 19,5 artışla 131,7 milyon tona ulaştı. İhracat birim fiyatı da ocak-eylül döneminde yüzde 14 artışla 1,22 dolara yükseldi.

ÇELİK 2,6 MİLYAR DOLARLA ZİRVEDE

Bu ay, birim ihracat değerini en çok artıran sektörler, yüzde 102 artışla gemi ve yat, yüzde 71 artışla çelik ve yüzde 27 artışla kimyevi maddeler oldu. Çelik, hazır giyim, tekstil, makine, hububat, mobilya, madencilik

ve meyve-sebze mamulleri sektörleri tarihlerinin en yüksek aylık ihracat rakamına erişti. Bu ay 2,6 milyar dolarlık ihracat gerçekleştiren çelik sektörü ilk sırada yer alırken, 2,5 milyar dolara yaklaşan otomotiv sektörü ikinci ve 2,3 milyar dolara ulaşan kimyevi maddeler sektörü üçüncü oldu.

170 ÜLKEYE İHRACAT ARTTI

170 ülkeye ihracat artarken, aralarında ABD, İspanya, Belçika, Kolombiya ve Şili'nin de bulunduğu 27 ülkede, aylık ihracat rekoru kırıldı. Bu ay ihracatçıların en çok ihracat gerçekleştirdiği ilk üç ülke; 1,7 milyar dolarla Almanya (yüzde 12 artış), 1,4 milyar dolarla ABD (yüzde 48 artış) ve, 1,3 milyar dolarla Birleşik Krallık oldu (yüzde 11 artış). Ülke gruplarına göre ihracata bakıldığında, en büyük pazar olan Avrupa Birliği'ne (AB-27) ihracat yüzde 26 artışla, 8,5 milyar dolarlık bir hacme ulaşarak yüzde 41 pay aldı. AB haricindeki diğer Avrupa ülkeleri de toplandığında, Avrupa kıtasının eylül ayı ihracatındaki payı yüzde 55 oldu. Bu ay diğer ülke gruplarında, Yakın ve Orta Doğu ülkelerine 3,4 milyar dolar (yüzde 21 artış), Afrika kıtasının tamamına 1,9 milyar dolar (yüzde 42 artış), Kuzey Amerika ülkelerine 1,6 milyar dolar (yüzde 55 artış) ve Uzak Doğu'ya 1,5 milyar dolar (yüzde 24 artış) ihracat gerçekleştirildi.

IMPERIUM® 9 SERİSİ TV

Yaşamın gizli kalmış tüm renkleri karşınızda

Çarpıcı tasarımı, kusursuz renk ve görüntü performansı sunan
Göz Bebeği Teknolojisi ve zengin Android TV uygulamalarıyla
yepyeni bir televizyon deneyimini keşfedin.





İhracat ailesinin motivasyon buluşması

TÜRKİYE İHRACATÇILAR Meclisi (TİM) tarafından geleneksel hâle getirilen TİM Delegeler Buluşması, 1-3 Ekim günlerinde Antalya Belek'te gerçekleştirildi. Alanında uzman isimlerin katıldığı söyleşi ve panellerin düzenlendiği, yoğun katılımın olduğu buluşmada; farklı bölgelerdeki delegeler ile TİM Yönetim Kurulu üyelerinin de aralarında bulunduğu 600'ü aşkın ihracatçı, TİM Başkanı İsmail Gülle'nin ev sahipliğinde bir araya geldi. Buluşmada; alanında önemli isimlerle iki gün boyunca ekonomi, 300 milyar dolarlık ihracat hedefi, teknoloji, küresel ticaret, dünyadaki gelişmeler, sağlık ve yaşam konuşuldu.

"KÜRESEL TİCARETTE ARTIK YENİ BİR LİGDEVİZ"

Yaptığı konuşmasında Türkiye'nin ekonomik yükselmesinin anahtarının

Buluşmanın ana gündemi küresel ticaret olsa da teknoloji, sağlık ve yaşam gündemin diğer konularıydı.

ihracat olduğunu vurgulayan Başkan Gülle, şöyle devam etti: "İhracat, başlı başına bir takım oyunu. Bu kutsal formayı giydiğimiz, ilk kez ihracat yaptığımız gün artık sadece kendimiz için değil sektörümüz, ülkemiz ve takımımız için koşmaya başladık. Yeri geldi zorluklarla karşılaştık, yeri geldi ödüllerle başarılarımızı paylaştık. Yeri geldi, taktik değiştirerek başka ülkeleri hedefledik. Elimizde bavulumuzla, ayak basmadık tek bir ülke dahi bırakmayarak sürekli koştuk. İşte işin özü formanın hakkını vermek. İhracat ailesi, tüm zorluklara rağmen bu formanın hakkını teslim etti. Başarılarımızın sonucunda, küresel ticarete artık yeni bir ligdeyiz."

"İHRACATIN BEŞTE BİRİ TİM DELEGESİNDEN"

Tarihî ihracat rakamlarının beşte birinin TİM'in 439 delegesi tarafından

gerçekleştirildiğini hatırlatan Gülle “Eylül ayında son on iki ayda 212,2 milyar dolar ihracat gerçekleştirerek yıllık ihracat hedefimiz olan 211 milyar doları aşmayı başardık. İhracat ailesi, son 13 ayın 11’inde aylık ihracat rekoru kırdı. Eylülde tarihimizde ilk defa aylık bazda 20 milyar dolar ihracatın üzerine çıktık. Bizler, bu zaferin mimarlarıyız. Büyümeye, kalkınmaya ve istihdama yaptığımız katkıdan gurur duyuyoruz. Bizler bu rakamlarla gösterdik ki ihracata, ihracatçıya verilen destek karşılıksız kalmaz. Türkiye 2021 yılının ikinci çeyreğinde yüzde 21,7’lik oranla OECD ülkeleri arasında en hızlı büyüyen ülke konumuna geldi.” ifadelerini kullandı.

“FUAR MERKEZİ İÇİN YAPILACAK GİRİŞİMLERE KATKI VERECEĞİZ”

TİM Başkanı Gülle, Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan’ın 18 Eylül’de katıldığı TİM 28. Olağan Genel Kurulu’nda ihracat ailesine verdiği müjdelerle ilgili de şunları söyledi: Cumhurbaşkanı hitabında bizlere, ihracatımızdaki artışın getirdiği yeni ihtiyaçlara cevap verecek iki önemli müjde verdi. Birincisi, ihracatı geliştirme fonu. İhracatta yükselişi sürdürülebilir kılmak adına; üretim kapasitesi, yeni teknoloji ve AR-GE yatırımları başta olmak üzere ihracatın finansmanının önemi artırmıştır. Bu fon, ihracatın finansmanı konusunda değerli bir katkı olacaktır. Yine reeskont kredileri tutarının 30 milyar dolara çıkarılarak finansal yeniden yapılandırılma süresinin iki yıl daha uzatılması, ihracatçılarımızın finansmanla ilgili sorunlarının çözümünde önemli bir rol oynayacaktır. Bir diğer müjde, yeni açılacak fuar merkezi... İhracatımızın geçtiği yeni lige yakışır bir fuar



merkezi için yapılacak girişimlere TİM olarak tüm katkıyı vereceğiz.”

“İHRACATIMIZI GELECEĞE HAZIRLIYORUZ”

TİM ve ihracatçı birlikleri olarak ihracatı geleceğe hazırladıklarını kaydeden Gülle, şunları söyledi: “Lojistik imkânların daha etkin kullanılmasını sağlayarak lojistik firmalarıyla ihracatçılarımız arasında köprü vazifesi göreceğiz olan Türkiye Lojistik Portalı çalışmalarını tamamlamış bulunuyoruz. Meclisimizin "Daha Güçlü İhracat, Daha Güçlü Türkiye" hedefi doğrultusunda, Cumhurbaşkanımızın himayelerinde millî ihracatın geleceğinin şekillendirileceği ve düzenli olarak tertip edilmesini planladığımız Türkiye İhracat Şûrası hazırlıklarımız devam ediyor. İhracat Şûrası’nda ihracatımızı yalnızca rakamlarla değil felsefi ve stratejik açılardan da ele alacağız. Avrupa Yeşil Mutabakatı, ticareti dönüştürecek bir içeriğe sahip. ABD’de ve başka ülkelerde de benzer uygulamalar kapıda. Bu sebeple üretim ve ihracat



yapımızı reforme etmemiz şart. Bu kapsamda “Dünyayı tüketmeden, dünya için üretmek” mottosuyla TİM Sürdürülebilirlik Eylem Planı’nı hayata geçirdik. Eylem Planımızdaki ilk hedef olan Bilim Komitemizi kurduk.

MADE IN TÜRKİYE MARKASINI İHRACATÇILAR YÜKSELTECEK

TİM olarak ihracatın katma değerini artırmak üzere birçok faaliyet gerçekleştirdik. Bu amaç doğrultusunda, TİM Marka Konseyi’ni hayata geçirdik. Çünkü “Made in Türkiye” markasını yükselteceklerin ancak ve ancak ihracatçılar olduğuna inanıyoruz. Meclisimiz çatısı altında e-ihracat konularını, TİM ve ilgili kurumların gündemine taşımak, ulusal ve uluslararası

"Seferberliğimizin sonuçlarını ihracatçı firma sayılarımızda net bir şekilde görmekteyiz. 2020'nin her ayında ortalama bin 500 yeni firmamız ihracata başladı.

düzye e-ihracat ekosistemini genişletmek amacıyla TİM e-ihracat Konseyi'nin kurulması için çalışmalarımız sürüyor. Türkiye’de ihracata katılımı artırmaya da özel bir önem veriyoruz. Görevi devraldığımızdan beri ihracatın tabana

yayılmasını kendimize vazife edindik. Bu kapsamda “TİM KOBİ İhracat Seferberliği Eğitim Programları”nı aralıksız şekilde sürdürdük. Seferberliğimizin sonuçlarını ihracatçı firma sayılarımızda net bir şekilde görmekteyiz. 2020'nin her ayında ortalama bin 500 yeni firmamız ihracata başladı. 2021’de bu ortalama daha da yükselerek aylık bin 700 seviyelerine çıkmış durumda. "Dış Ticaret Fazlası Veren Türkiye'ye" ulaşana dek durmak yok.”



HURSAN

LOJİSTİK

**DEPOLAMADA STANDARTLARI
BİRAZ YÜKSELTMİŞ OLABİLİRİZ...**

Ambarlı Liman Tesisleri, Marmara Mah. Liman Cad. No: 40/1 Yakuplu - Beylikdüzü - İstanbul / Türkiye
Telefon: +90 212 876 62 00 Faks: +90 212 876 53 93 E-Posta: info@hursanlojistik.com.tr

HURSAN
LOJİSTİK



Türkiye lojistik portalı hizmete girdi

TÜRKİYE İHRACATÇILAR Meclisi (TİM), "Dış Ticaret Fazlası Veren Türkiye" hedefine ulaşabilmek için projelerini bir bir hayata geçiriyor. Bu çerçevede TİM, ülke lojistik imkânlarının daha etkin kullanılması amacıyla ihracatçılar ile lojistik sektörü arasında köprü görevi kuracak Türkiye Lojistik Portalı'nı faaliyete geçirdi. Sektör paydaşlarının da iş birliğiyle tasarlanan turkiyelojistikportali.com, TİM Dış Ticaret Kompleksi'nde düzenlenen lansmanla kamuoyuna tanıtıldı. TİM Başkanı İsmail Gülle'nin ev sahipliğinde düzenlenen lansmana TİM Başkan Vekili Başaran Bayrak, Hizmet İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Üyesi ve Deniz Ticaret Odası Meclis Başkanı Salih Zeki Çakır, Hizmet İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Üyesi Şahap Çak, Gemi Brokerleri Derneği Başkanı Orhan Semih Dinçel, Koster

Armatörleri ve İşletmecileri Derneği Başkanı Pınar Kalkavan Sesel, Uluslararası Taşımacılık ve Lojistik Hizmet Üretenleri Derneği (UTİKAD) Başkanı Ayşem Ulusoy, Vapur Donatıları ve Acenteleri Derneği Genel Müdürü Muhammet Ali Şeyda, Gümrüklü Antrepo İşletmecileri Derneği Başkanı Cavit Değirmenci katıldı.

TİM, ihracatçı ile taşımacılık sektörü arasında dijital köprü vazifesi görecektir. Lojistik portalını faaliyete geçirdi.

"BEŞ YIL İÇERİSİNDE 250 MİLYON TONA YAKLAŞACAĞIZ"

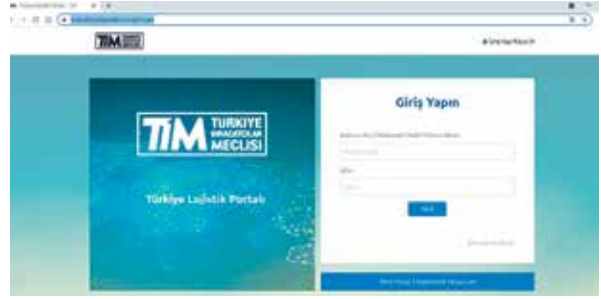
Törende yaptığı konuşmada, 300 milyar dolar ihracat hedefine odaklandıklarını söyleyen Başkan Gülle, tonaj bazındaki artışa da dikkat çekerek şunları söyledi: "2010'da 95 milyon ton ihracat yaparken, bugün 172 milyon tonu aşmış durumdayız. Beş yıl içerisinde, bu rakamın 250 milyon tona yaklaşacağını öngörüyoruz. Başarılarımızın sonucunda, küresel ticarete artık yeni bir ligdeyiz ve bu

takımda yalnız değildik. Biz üretirken lojistik sektörümüz ürünlerimizi sırtlayarak dünyayla buluşturdu. Tüm bu başarılarla, en büyük paydaşımız olan Türk lojistik sektörüyle birlikte imza attık. Dile kolay, ortalama ihracat mesafemiz 3 bin 73 kilometreyi buldu. Tüm bu başarılar, küresel ticaretin derinden etkilendiği pandemi döneminde gerçekleşti.”

“ÜRÜNLERİMİZİ HIZLI VE UYGUN MALİYETLERLE ULAŞTIRACAĞIZ”

Portalın küresel lojistik sorununa yerli bir çözüm getirme amacını taşıdığını vurgulayan Gülle, şöyle devam etti: “Pandemide ardi ardına yaşanan talep ve arz şokları, küresel navlunları oldukça etkiledi. Baltık kuru yük endeksi, pandemi öncesi dönemde 900 seviyelerindeyken son dönemde 5 bin 650 puana kadar yükseldi. Uzak Doğu, ABD ve Afrika kıtasına yapılan taşımalarda maliyetler 2 bin dolardan 15 bin dolar seviyesine çıktı. Evet, sorun küresel ancak çözüm ulusal. Kendi lojistik kaynaklarımızın verimliliğini artıracak, ihracatçılarımız ile lojistik sektörü arasında dijital bir köprü vazifesi görecektir Türkiye Lojistik Portalı'nı hayata geçiriyoruz. Portalımızı, lojistik sektör temsilcileri ve ihracatçılarımızla gerçekleştirdiğimiz istişareler sonucunda nihai şekline kavuşturduk. Portalımız ile ürünlerimizi dünyanın dört bir köşesine, en uygun araçla, en uygun zamanda, en uygun maliyetlerle ulaştıracacağız. Portalımıza üye olan ihracatçı da lojistikçi de kazanacak. İhracatçılarımız hem ürün teslimatı planlamasında yeni alternatiflere

“Portalla küresel lojistik sorununa yerli bir çözüm getiriyoruz. Tam bir kazan kazan mekanizması hayat bulacak.”



kavuşacak hem de daha uygun fiyatlardan yararlanacak. Lojistik sektörümüz ise atıl kapasitesini kullanma fırsatına sahip olurken aynı zamanda farklı sektörlerden ihracatçılarla iş yapma imkânını yakalayacak. Yani tam bir kazan kazan mekanizması hayat bulacak.”

“ARAÇLARIN DÖNÜŞ YÜKÜ SIKINTISINA ÇÖZÜM”

Türkiye Lojistik Portalı'nın ihracat malları taşıyan araçların dönüş yükü bulmasına da yardımcı olacağını kaydeden Gülle “Türkiye İhracatçılar Meclisi olarak nasıl ki ihracatçımızın üretim, pazarlama, inovasyon, markalaşma ve tasarım alanlarında yanındaysak lojistik süreçlerinde de yanındayız. Çünkü sürdürülebilir bir ihracat sözleşmesi, bu süreçlerin tamamı sonucunda gerçekleşir ve sözleşmenin aslı "sözdür". Türk ihracatçısı sözünü tutandır. Ulaştırma da bu sözün en önemli ayağıdır. Türk Hava Yolları ile ihracatçılarımıza önemli avantajlar sunan TİM-THY Hava Kargo Protokolü'nü imzaladık. Geçtiğimiz ay, ihracatçılarımızdan gelen talepler neticesinde protokolümüzün kapsamını daha da genişlettik. Bugün, Türkiye Lojistik Portalımız ile bir kez daha sözümüzü tutmanın gururunu yaşıyoruz.” ifadelerini kullandı.



TİM, ihracatçılara teminat olacak

İHRACATÇI FİRMALARIN finansmana erişimini kolaylaştırmak amacıyla çalışmalarını tüm hızıyla sürdüren Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), bu kapsamda, Ticaret Bakanlığı'nın koordinasyonunda Eximbank'la 14 Ekim 2021 tarihinde 10 milyon lira sermaye ile İhracatı Geliştirme Anonim Şirketi (İGE)'ni kurdu.

İhracatçıların erişimine açık, ihracatçıların finansmana erişiminde teminat sorununu ortadan kaldırmayı amaçlayan bir fon olarak kurulan şirkette, TİM'in yüzde 95 (9 milyon 500 bin lira) ve Eximbank'ın yüzde 5 (500 bin lira) ortaklığı bulunuyor. İlerleyen süreçlerde altmış bir ihracatçı birliğinin de gerekli sermaye katkısıyla şirkete ortak olması yönünde kanun çalışmaları devam ediyor. Şirketin 1 Ocak 2022 itibarıyla ihracatçılara hizmet vermesi bekleniyor. İhracatı Geliştirme Anonim Şirketi aracılığıyla teminat yetersizliği nedeniyle çeşitli kredi ve destek imkânlarından yeterince yararlanamayan ihracatçıların krediye erişimleri kefalet suretiyle sağlanacak.

Kredi kefalet sorunlarının çözümüne katkı sağlamak amacıyla İhracatı Geliştirme Anonim Şirketi (İGE) kuruldu.

Böylece ihracatçılar, kredi almak için fabrikasını, arsasını bankaya ipotek vermek zorunda kalmayacak. İGE'nin kurulmasıyla ilgili değerlendirmede bulunan TİM Başkanı İsmail Gülle "İhracatı Geliştirme AŞ özellikle KOBİ seviyesindeki ihracatçıların finansman erişimindeki yaşadıkları

güçlükleri gidermek için kuruldu. İhracatçının iki temel sorunu vardı.

Birincisi, kredi oluşturmak, ikincisi de teminat mektubu oluşturmak... İGE sayesinde ihracatçılar teminatsız TİM'in kefaletiyle oluşacak bir sistemle krediye direkt

ulaşabilecek ve çok büyük hacimleri kullanabilecek." dedi. Başkan Gülle, "Türkiye, dünyada önemli bir tedarik üssü haline geldi. Gelecek dönemde de dünya tedarikini karşılamamız gerekiyor. Bu, ancak yeni yatırımlarla mümkün. Kurduğumuz şirket, yeni yatırımların hayata geçmesi için, KOBİ'lere finansman desteği sağlayacak. Şirketimiz, 300 milyar dolar ihracat hedefimizde, ihracatçının elini rahatlatacak." diye konuştu.

SÖZ VERDİĞİMİZ GİBİ

Türkiye'nin en büyük
otomasyonlu aktarma merkezi hizmetinizde





Türkiye'nin ihraç ürünleri BBC ile dört kıtada yayında

PANDEMİYE RAĞMEN 2020 yılını ihracatta kırılan rekorlarla kapatan Türkiye, bu ivmeyi 2021'e de taşıırken, ihracatta son on iki ayda 212 milyar dolar da aşıldı. Bu başarıda büyük paya sahip sektörlerden tekstil, hazır giyim ve mücevher, uluslararası ticarete de önemli yer tutuyor. Türk tekstil sektörü, küresel ihracattaki yüzde 4 payı ile dünyanın en büyük beşinci ihracatçısı konumunda. Mücevherat endüstrisinde de Türkiye, dünya altın mücevherat üretiminde ilk on ülke arasında.

1 MİLYARA YAKIN İZLEYİCİYE ULAŞILACAK Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) bünyesinde, Türk ihraç ürün ve sektörlerinin dünya çapındaki bilinirliğini artırmak amacıyla faaliyet gösteren Türkiye Tanıtım Grubu (TTG), tekstil, hazır giyim ve mücevher sektörlerinin yükselişine dikkat çekmek için harekete geçti.

BBC World News, Tekstil&Mücevher, Gıda&Tarım ve İnovasyon&Teknoloji konularında belgesel niteliğinde üç yapım hazırladı.

Bu kapsamda BBC World News ile iş birliğine gidildi. Avrupa, Kuzey Amerika, Latin Amerika, Afrika, Asya Pasifik, Orta Doğu, Güney Asya'da 1 milyara yakın izleyiciye ulaşan BBC World News ekipleri; Tekstil&Mücevher, Gıda&Tarım ve İnovasyon&Teknoloji konularında

belgesel niteliğinde üç yapım hazırladı.

Çekimleri tamamlanan tekstil, hazır giyim ve mücevher sektörünün anlatıldığı ilk film, BBC World News izleyicileriyle buluştu. İlk filmde,

Türkiye'nin Anadolu'nun ilk

dönem medeniyetlerine kadar giden güçlü tasarım mirasından günümüze uzanan hikâyesi, ülkemizin sunduğu fırsatlar (üretim altyapısı, deneyim, kaynaklar) ve genç girişimcilerin dünya moda sahnesindeki yükselişi anlatıldı. Filmler, gelecek yılın ocak ayına kadar izleyiciyle buluşmaya devam edecek.

Tekstil ve Ham Maddeleri Sektöründe En Çok İhracat Gerçekleştirilen beş Ülke

	İhracat (Milyon \$)	Değişim % (ilk 8 ay)
İTALYA	620	58,7
BİRLEŞİK KRALLIK	320	57,6
ABD	311	52,4
ALMANYA	290	27,6
BULGARİSTAN	263	35,1

Hazır Giyim ve Konfeksiyon Sektöründe En Çok İhracat Gerçekleştirilen beş Ülke

	İhracat (Milyon \$)	Değişim % (ilk 8 ay)
ALMANYA	2,196	12
İSPANYA	1,717	43
BİRLEŞİK KRALLIK	1,319	31
HOLLANDA	944,2	20
FRANSA	624,2	23

"TANITIMLAR İHRACATIMIZ İÇİN ÖNEMLİ"

TİM ve TTG Başkanı İsmail Güllü "İhracatımız artıkça hedeflerimizi daha da ileriye taşıyoruz. Şimdi, 2026'ya kadar 300 milyar dolara ulaşmak gibi iddialı bir hedefimiz var. Bu hedeflerimize ulaşmak adına, gerek sektörel gerekse "Made in Türkiye" markası özelinde yapılan her tanıtım çalışması oldukça önem arz ediyor. Özellikle pandemi sonrasında küresel tedarik zincirlerinde yaşanan dönüşüm, ülkemize önemli bir fırsat zemini sağladı. Bu durumu iyi değerlendirmek için hem ihracatımızın hâlihazırda pazar payında yüksek oranlara sahip olduğu ülkelerde hem yükselen pazarlarda tanıtım faaliyetlerimizi hızlandırdık. Ülkemizin dünyaya açılan değerlerini dünyaya tanıtıyoruz. BBC World News ile gerçekleştirdiğimiz proje de bu çalışmalarımızın bir ürünü." dedi.

HAZIR GİYİM VE KONFEKSİYON SEKTÖRÜ

Hazır giyim ve konfeksiyon sektörü,

Mücevher Sektöründe En Çok İhracat Gerçekleştirilen beş Ülke

	İhracat (Milyon \$)	Değişim % (ilk 8 ay)
ABD	534,5	75
BAE	410,9	167
BİRLEŞİK KRALLIK	355,4	53
HONG KONG	267,1	182
IRAK		437

2021'in ilk sekiz ayında 192 ülke ve bölgeye yüzde 25 artışla 12 milyar 868 milyon dolar ihracata imza attı.

TEKSTİL VE HAM MADDELERİ SEKTÖRÜ

Tekstil ve ham maddeleri sektörü, 2021'in ilk sekiz ayında 176 ülke ve bölgeye yüzde 47 artışla 6 milyar 419 milyon dolar ihracat gerçekleştirdi.

MÜCEVHER SEKTÖRÜ

Mücevher sektörü, ilk sekiz ayda 133 ülke ve bölgeye yüzde 57 artışla 3 milyar 369 milyon dolar ihracat gerçekleştirdi.





TİM'den 300 bin TL ödüllü İnovasyon yarışması

TÜRKİYE İHRACATÇILAR Meclisi'nin İnovasyon odaklı etkinliklerinden biri olan ve Türkiye'nin Makinecileri desteğiyle gerçekleşen İnovaTİM İnovasyon Yarışması'na başvurular başladı. Yarışmayla gençlerin; "Doğanın Korunması", "Yapay Zekâ ve Gelecek Tahminleme", "Sürdürülebilirlik" ana kategorilerinde on bir farklı senaryoya odaklanarak dünyanın sorunlarına çözüm üretecek projeler geliştirilmesi hedefleniyor. Üniversite öğrencilerini yarışmaya katılmaya çağıran TİM Başkanı İsmail Güllü "TİM çatısı altında "İhracat İnovasyonu, İnovasyon Gençlerle Yükseliyor" sloganıyla yoluna devam eden Türkiye'nin en büyük İnovasyon ekosistemi İnovaTİM'le İnovasyona gönül vermiş gençlerimizi ödüllendirmeyi, yeni fikirlerini ortaya çıkarmayı amaçlıyoruz. İnovaTİM İnovasyon Yarışması'nda da Türkiye'de bir ilke imza atıyoruz. 2020 yılında ilki

gerçekleştirilen yarışmaya, 103 farklı üniversite, seksen altı farklı bölümden 3 bin 218 üniversite öğrencisi başvurarak pandeminin yol açtığı sorunlara yönelik çözümcü projeler geliştirmişti. Söz konusu başarılı projelere Türkiye İnovasyon Haftası'nda 180 bin lira para ödülü verilmişti." dedi.

İnovaTİM İnovasyon Yarışması'na başvurular başladı. Yarışmaya son başvuru tarihi, 30 Kasım 2021...

Doğanın Korunması, Yapay Zeka ve Gelecek Tahminleme, Sürdürülebilirlik kategorilerinde dereceye giren ilk üç takıma ödül verilecek. Her kategorinin birincisine 40 bin TL, ikincisine 35 bin TL ve üçüncüsüne 25 bin TL olmak üzere toplam 300 bin TL'lik ödül, öğrencileri bekliyor. 2021 İnovaTİM İnovasyon Yarışması'nın son başvuru tarihi, 30 Kasım 2021 olarak belirlendi. Yarışmayla ilgili detaylar; sosyal medyada @turkiyeihracatcilarmeclisi, @turkihracat, @inovatimtr ve @turkiyeninmakinecileri hesaplarından da paylaşılacak.



KUZEY REN-VESTFALYA. BİZE KATILIN.

EUROPE'S | | | | HEARTBEAT

► Almanya ekonomisinin güç merkezi Kuzey Ren-Vestfalya'yı (NRW) keşfedin!
Endüstri 4.0, akıllı şehirler, biyoteknoloji ve yeni mobilite gibi gelişen teknolojilerde
çığır açanları kucaklıyoruz. NRW'ye hoş geldiniz! www.nrwglobalbusiness.com



KOBİ ihracat seferberliği eğitim programları, Malatya ile devam etti

TÜRKİYE İHRACATÇILAR Meclisi'nin (TİM) Fırat Kalkınma Ajansı iş birliği ile düzenlediği, Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin (KOBİ) ihracata özendirilmesinin amaçlandığı "KOBİ İhracat Seferberliği Eğitim Programları" devam ediyor. Programa dair eğitimlerin sonucunu Malatya'ya yönelik olmak üzere çevrim içi olarak gerçekleştirildi. Nasıl ihracatçı olunacağı ve ihracata ilişkin desteklerden nasıl yararlanılabileceği gibi konularda katılımcıların bilgilendirildiği programın açılışına, Malatya Vali Yardımcısı Mustafa Şahin ile TİM Başkanı İsmail Gülle katıldı. İhracatta yeni hedeflere ancak ihracatı tabana yayarak ulaşılabileceğini söyleyen Başkan Gülle, "TİM KOBİ İhracat Seferberliği Malatya Eğitim Programı"nın da bu çalışmaların bir ürünü olduğunu belirterek, "İlk eğitimimizden bu yana geçen iki yıllık süreçte ihracat ailesine, 37 bini aşkın firma katıldı. Programlarımızı, üç hedef kitleye

yönelik olarak tasarladık. İlki; hâlihazırda kendi işletmesi olan ve ihracat faaliyetleri yapmak isteyen şirket temsilcileri. İkincisi; sürekli ihracat artışı sağlamak isteyen firmalar. Üçüncüsü ise, genç girişimciler." dedi. Başkan Gülle, Malatya'nın ihracattaki güçlü performansına ilişkin de

"İhracatta yeni hedeflere ancak ihracatı tabana yayarak ulaşabiliriz."

açıklamalarda bulunarak şunları söyledi: "2021'in ilk sekiz ayında Malatya'nın ihracatı, geçtiğimiz senenin aynı dönemine göre yüzde 32'lik artış ile 235,5 milyon dolar oldu. Şehrimiz, bu

yıl 134 ülkeye ihracat yaparken, özellikle Orta Doğu'ya, Avrupa'ya ve ABD'ye, oldukça başarılı bir ihracat performansı sergiledi. Malatya'nın en çok ihracat gerçekleştirdiği ürünlerin başında, 90 milyon dolarla işlenmemiş kuru kayısı geliyor. Kayısı üretimi ve ihracatında küresel bir marka haline gelen kentimiz, dünya kuru kayısı ihtiyacının yüzde 70'ini tek başına karşılıyor. Malatya, 4 bin 84 kilometre olan ortalama ihracat mesafesiyle, en uzağa ihracat yapan 13'üncü il. Bu mesafe, geçen yıla göre yüzde 15 artmış durumda."



YENİDEN ÖZGÜR OL

BÜYÜKÇEKMECE'DE 

Doğayla bağınızı güçlendireceğiniz
villa yaşamı sizi bekliyor.


HEMEN TESLİM



FİRMA
BÜNYESİNDE VADE 

**YENİ ETAP
VİLLALAR
SATIŞTA**

mesa 
1969

 nural

444 0 986 | yesilyaka.com.tr



“KÜRESEL KURUMSAL VERGİ ORANLARI..”

Prof. Dr. Emre Alkin



K

ulağa hoş geliyor ama uygulanması sanırım söylenmesi kadar kolay olmayacak. Yine de bu noktaya

gelmemiz mucize kabilinden diyebilirim. Demek ki ülkeler bir araya gelip akılcı kararlar alabiliyor.

Birkaç ay önce OECD, kurumlar vergisi bağlamında bir minimum standart için üye ülkelerle birkaç tanesi hariç bir uzlaşmaya vardı. Uzlaşmaya varanlar ABD, Çin, Almanya, Fransa, İngiltere, Japonya ve Türkiye'nin de yer aldığı, küresel GSYH'nın yüzde 90'ından fazlasını temsil eden 136 ülkelerdi.

OECD'den gelen açıklamaya göre daha önce imza koymamış olan ülkeler de söz konusu uzlaşmaya katıldı. Böylece çok uluslu şirketlerin 2023'ten itibaren en az yüzde 15 vergi oranına tâbi tutulmasını sağlayacak. Hesaplamalara göre dünyanın en büyük ve en kârlı 100 civarında çok uluslu şirketinden elde edilen 125 milyar dolardan fazla kâr hangi ülkede ne faaliyet gösteriyorlarsa, ona göre dağıtılacak.

Daha önceki metinde Estonya, Macaristan ve İrlanda'nın imzaları yoktu. Onlar da katılınca, tüm

“OECD'YE GÖRE KÜRESEL SATIŞLARI 20 MİLYAR EURO VE KÂRLILIĞI YÜZDE 10'UN ÜZERİNDE OLAN ÇOK ULUSLU ŞİRKETLER, BU YENİ KURALLAR KAPSAMINDA OLACAK.”

OECD ve G20 ülkeleri tarafından söz konusu uzlaşma desteklenmiş oldu. Kenya, Nijerya, Pakistan ve Sri Lanka ise henüz anlaşmaya katılmadı. Sonunda onlar da katılır diye düşünüyorum.

UYGULAMA NE ZAMAN BAŞLAYACAK?

Uygulamaya geçirilmesi için hazırlanan iki ayaklı çözüm 13 Ekim'de Washington'da yapılacak G20 Maliye Bakanları toplantısında ve hemen ardından ay sonunda Roma'da yapılacak G20 Liderler Zirvesi'nde sunulacak. Tabii söz konusu anlaşma, ülkeler arasındaki vergi rekabetini ortadan kaldırmıyor, sadece haksızlığı önlüyor diyebilirim.

OECD'ye göre küresel satışları 20 milyar Euro ve kârlılığı yüzde 10'un üzerinde olan çok uluslu şirketler bu yeni kurallar kapsamında olacak. Ayrıca yüzde 15 olarak belirlenen “küresel asgari kurumlar vergisi oranı” 750 milyon Euro'nun üzerinde gelir elde eden şirketler için de geçerli olacak. Böylece 150 milyar dolar ek küresel vergi gelirin

elde edileceğini öngörüyoruz. Çok taraflı anlaşma 2022'de imzalanacak ve 2023'te ise etkin bir şekilde uygulanacak. Yani OECD böyle olacağını umut ediyor.

Peki bu neden yapıldı? Dünya genelinde kurumlar vergisi oranları 1980'den bu yana düşüş eğilimine girerken, küresel ekonomide kurumlar vergisinde asgari bir oran belirlenmesi için çalışmalar ve çabalar artmıştı. Tüm ülkelerde dolaylı vergilerin payı kurumlar vergisi payını geride bırakmıştı. Bu arada birçok ülke yatırım çekmek için kurumlar vergisi oranlarında rekabet etmeye başlamıştı.

Sanırım otuz yıldan fazla devam eden bu çılgın yarışın ülkelere değil, firmalara yaradığı anlaşılınca, tabii bıçak da kemiğe dayanınca sonunda uzlaşıldı.

Tabii ben imzayı değil, uygulamayı görmek istiyorum. Diliyorum ki Paris İklim Anlaşması'nda olduğu gibi mutlu son için fazla beklemeyelim.

HAYATIMIZIN MERKEZİNDE! SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

BIST Sürdürülebilirlik Endeksi ile Borsa İstanbul, ekonomik ve insani kalkınma için yeni bir değer yaratarak çevresel, sosyal ve kurumsal dönüşüme katkı sağlıyor.



www.borsaistanbul.com

[Twitter](#) [Instagram](#) [Facebook](#) [LinkedIn](#) [YouTube](#) / borsaistanbul



**BORSA
İSTANBUL**



KÜRESEL ENFLASYON VE DÜNYA TİCARETİNİN GELECEĞİ

Dr. Can Fuat Gürlesel



Dünya ekonomisi ve özellikle dünya ticaretinde 2021 yılında yüksek bir büyüme yaşanıyor. Pandemi sonrası verilen destekler, merkez bankalarının parasal genişlemeyi sürdürmesi, aşılama ile yaşanan büyük açılma gibi unsurlar ile 2021 yılında ekonomideki toparlanma hızlı büyümeye dönüşmüş bulunmaktadır. Yine yeni normal koşulları da daha kalıcı olarak yaşanmaktadır.

Bu gelişmeler çerçevesinde 2020 yılında 17,0 trilyon dolara gerileyen dünya mal ticareti 2021 yılında 20 trilyon dolara aşmaktadır. Dünya mal ticaretinde değer olarak, geçen yıla göre yaklaşık yüzde 18 büyümeye gerçekleşmektedir. Miktar olarak ise büyüme Dünya Ticaret Örgütü tarafından yüzde 10,8 olarak hesaplanmaktadır. 2021 yılında miktar bazında önemli bir genişleme yaşanmışken, ticarete konu olan tüm mal fiyatlarında yaşanan artışlar da ticaretin değer olarak daha hızlı büyümesine neden olmuştur. Türkiye de genişleyen dünya mal ticaretinden payını artırarak yararlanmaktadır. İhracat ilk kez 200 milyar dolara aşmış durumdadır.

2021 yılında yaşanan hızlı büyümeler ile beraber önemli diğer ekonomik gelişmeler de yaşanmaktadır. Bunların başında küresel ölçekte artan enflasyon gelmektedir. Uzun yıllardır çok düşük enflasyon ile yaşayan gelişmiş ülkelerde özellikle üretici fiyatları artışı ile tüketici enflasyonu en yüksek seviyelerine ulaşmıştır.

Yüksek enflasyona karşı farklı değerlendirmeler bulunmaktadır. Bunlar

içinde daha çok taraftarı olan görüş, enflasyonun geçici olduğudur. Enflasyon pandemi sonrası yaşanan tedarik ve üretim sıkıntılarında kaynaklanmakta olup arz sorunları kaynaklı bir enflasyondur. Arz kaynaklı sorunların kademeli olarak sona ereceği ve enflasyonun da normalleşeceği beklenmektedir. Uluslararası ekonomi örgütleri de bu görüşe yakındır.

Enflasyona ilişkin ikinci görüş ise yüksek fiyat artışlarının yapısal nedenlere dayandığı şeklindedir. 2005 sonrası Asya'dan yapılan ucuz ithalat ile gelişmiş ülkelerde enflasyon sürekli baskılanmıştır. Ancak pandemi sonrası tedarik güvenliği nedeniyle üretim ve tedarikin bir bölümü Asya'dan diğer üretim merkezlerine kaydırılmaktadır. Bu tedarikler görece daha pahalı olmaktadır ve enflasyona yol açmaktadır. Küresel tedarikte yaşanan değişim kalıcı olacağı için dünya da daha pahalı üretim ve tedarike alışmak zorunda kalacaktır. Bu nedenle enflasyonda yaşanan artış daha uzun vadeli kalıcı olacaktır.

Bu aşamada büyük merkez bankalarına yine önemli görevler düşmektedir. Büyük merkez bankaları bir yandan küresel toparlanma, diğer yandan yüksek enflasyon ve küresel olarak yaşanan tedarik, taşımacılık ve enerji krizi ortamıyla karşı karşıya kalmıştır. Yüksek enflasyonun kalıcı olma riskine karşı FED başta olmak üzere parasal genişlemeden çıkış için hazırlıklar başlamıştır. FED muhtemelen 2-3 Kasım tarihlerindeki toplantısında parasal genişlemeden çıkış takvimini açıklayacaktır ve parasal genişlemeyi 2022 yılı ortasında sona erdirecektir. FED'in bu

sıkılaştırma adımı 2022 yılında küresel ekonomide belirleyici olacaktır. Avrupa Merkez Bankası ise parasal genişlemeyi bir süre daha devam ettirecektir.

Parasal genişlemelerin sona erdirilmesinin küresel ekonomiyi ve ticareti nasıl etkileyeceği önemli olacaktır. Ekonomilerde yavaşlama olması ve bunun yüksek enflasyon ile birleşmesi halinde bir dönem stagflasyon yaşanması endişesi bulunmaktadır. Resesyon uzak bir ihtimal gibi durmaktadır. Merkez bankalarının gecikmesi halinde ise yüksek enflasyonun 1970'ler ve 1980'lerdeki gibi kalıcı olmasından endişe duyulmaktadır.

Parasal genişlemelerin 2022 yılında kademeli olarak sona erdirilmesi ekonomilerde sınırlı bir yavaşlamaya yol açacaktır. Dünya genelinde aşılamanın yaygınlaşması ile 2022 yılının ikinci yarısında daha dengeli ve kalıcı bir toparlanma olacak, bu da ekonomik büyümeyi destekleyecektir. Yüksek enflasyon 2022 yılı ortalarına kadar sürecek, yılın ikinci yarısından itibaren kademeli ancak yavaş bir gerileme ile normalleşmeye başlayacaktır. Dünya ekonomisi 2022 yılında yüzde 4'ün üzerinde bir büyüme gösterecek ve stagflasyon yaşanmayacaktır.

Dünya mal ticareti de yukarıdaki parasal genişlemeden çıkış, aşılama ve ekonomik büyüme senaryosu içinde büyümeye devam edecektir. Ancak 2022 yılında dünya mal ticaretindeki büyüme 2021 yılına göre hem miktar hem de değer olarak daha yavaş gerçekleşecektir. Muhtemelen miktar olarak yüzde 4-5 ve değer olarak da yüzde 6-7 büyümeye yaşanacaktır.

TİM İŞBİRLİĞİYLE İHRACATÇILARA SUNULAN
İLK VE TEK KREDİ KARTI:

MAXIMILES TİM İHRACATÇI KART

Hem alışverişlerde hem de İş Bankası aracılığıyla yapılan ihracatlarda mil kazandıran Maximiles TİM İhracatçı Kart'a başvurun; rezervasyon, yurtdışı çıkış harcı ve daha birçok konuda avantajlardan yararlanın.



Kredi kartı talepleri için son karar Banka tarafından verilecektir.
Banka, kart talebini reddetme veya kefil ve teminat talep etme hakkına sahiptir.

Ayrıntılı bilgi maximiles.com.tr ve şubelerimizde.





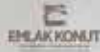
İlim Yayma Ödülleri



aselsan



HAYAT



EMLAK KONUT

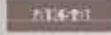


TKBB

W1 megason



TOSYALI
HOLDING



NESTLÉ



TORKAM

MNG
ŞİRKETLER GRUBU



MEMORIAL



Evyap



DEMİRÖREN MEDYA

www.ilimyaymaodulleri.org



TÜRKİYE'NİN
AKADEMİ
ÖDÜLLERİ

SAHİPLERİNİ BULUYOR

ARALIK 2021

[f](#) [@](#) [t](#) [in](#) /iyodulleri



kapak konusu





kapak konusu

"BİRLEŞEREK YOL ALMALIYIZ"

Kipaş Holding Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Hanefi Öksüz, bölünerek değil, birleşerek büyümenin mümkün olabileceğine ve takım ruhu ile çalışmanın önemine vurgu yapıyor.

Yasın Buğra Levent



ürkiye'nin son yıllarda yükselen değerlerinden biri olan Kipaş Holding'in Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Hanefi Öksüz ile iş hayatındaki başarı sırlarını, yatırımları ve iş yapış şekillerindeki dönüşüme bakış açısını konuştuk.

37 yıl önce iki ailenin ortaklığı ile kurulan KİPAŞ'ın bu ortaklığı başarıyla devam ettirmesini neye bağlıyorsunuz? İş hayatınızda başarıyı yakalamanın anahtarları neler?

Makine mühendisiyim, ortağım Halil İbrahim Gümüşer de işletmeci. 1984 yılında tanıştık ve bir araya geldik. Gönlümde sanayi yatırımına girme sevdası vardı. O zamanlar Kahramanmaraş'ta pamuk ürettiyorduk ve iplik fabrikası yapma arzusu içindeydim ancak maliyetler çok yüksekti. Geniş arazi sahibi olsanız da bir çiftçi için imkânlar çok sınırlıydı. Çırcır işletmesi olan İbrahim Bey, Kipaş'ın olduğu yere çırcır işletmesi yapmayı planlıyordu, ancak birlikte iplik fabrikası yapmamız gerektiğini söyledim. Bu konuda aile büyüklerine danıştık. Rahmetli babam, "Anlaşabileceksen ortak ol. İki ortak anlaşırsa,

üçüncü ortağı Cenab-ı Allah'tır, Allah'ın ortak olduğu bir şirket batmaz." diyerek kararı bana bıraktı.

Anadolu kültürü çok farklı, bizler esnaflık ve çiftçilik kültürünün içinde büyüdük; sözünde durmak, düzgün muamele yapmak bu kültürün en önemli özelliklerinden birisi. Daha iyi imkânlar içerisinde ilk yatırıma başladık ancak üçüncü bir ortak arayışımız vardı. Hatta bize "Siz bir göle düşmüşsünüz, yanınıza da batıracak birini arıyorsunuz." dediler. Ortaklıkta anlaşmak çok önemli, çünkü her şeyinizi birleştiriyorsunuz ve birlikten güç doğuyor. İkimiz de sanayici ailelerin çocuğu olarak bu işe girmedik, daha kıt imkânlarla başladık ve krediyi zor çıkardık. Krediyi çıkarırken banka müdürü "İkinizin de babası bizim beş yıldızlı müşterimiz, onların evlatları olduğunuz için size bu krediyi veriyoruz." demişti. Bundan dolayı, bir babadan oğula kalacak en büyük mirasın, itibar olduğunu hep söylüyorum. Uzun yıllar şirketimizin kendine has bir kültürü oluştu; aslında bu kültürün özünde hak, hukuk, adalet, açık sözlülük, sözünde durmak ve güvenilir olmak gibi Anadolu'nun iş insanında olması gereken özellikler yer alıyor. Şirkette asla kimse



İKİNCİ NESLİN YÖNETİMDE GÖREVE BAŞLAMASINI ÖNEMSIYORUM

Fikir ayrılıkları olsa da ikinci nesil ile uyum içinde çalışmaya başladık. Batıda 11'inci nesli yaşayan şirketler varken, Anadolu'da şirketleri birkaç kabiliyetli insan kuruyor. Ancak şirketleri, ülkenin önemli eserleri, hatta bir noktada toplumun malı olarak görüyorum ve onları yaşatmak zorunda olduğumuzu düşünüyorum. Kipaş olarak bunları aşmış durumdayız.

kişisel menfaatini takip edemez, herkes şirket için çalışır, her ortak yönetimde görev almak zorunda değildir, yetenekli olan şirketi yönetir. Bunların sonucunda ilk yatırımımıza otuz kişiyle başlamıştık. Şu anda 10 bin-12 bin kişi istihdam ediyoruz, hayal bile edemeyeceğimiz noktalara geldik. Türkiye'nin artık, bölünen değil, iş birliği yapan birleşen şirketlere ihtiyacı var. Sektör bazında, proje bazında birleşerek ve iş birliği yaparak küresel rekabette daha güçlü olabiliriz.

Klasikten, hibrit sistemlere geçen bir çalışma hayatı oluşmaya başladı. Bu dönüşüm sizin iş yapış şeklinizi nasıl değiştiriyor? Pandemi şokunu nasıl yönettiniz?

Bu değişim, dünya genelinde yaşandı. Bu değişimi daha çok ticaret ve hizmet sektörleri uygulamaya başladı. Çünkü bizim gibi üretim yapan şirketlerde, bu daha az oranda oluyor fabrikalara insanların gelmek zorundaydı ancak biz de bazı bölümlerimizde bu değişikliği uyguladık. Pandemi süreci başlar başlamaz Acil Eylem Kurulu oluşturduk. Birtakım fabrikalarımızda kısa süreli durdurular oldu ama asla işçi çıkarmadık. Fabrikalarımızda işçilerimizin sosyal hakları devam etti, durağan fabrikalarımızda da geriye ve ileriye dönük izin kullandık. Dolayısıyla çalışanlarımız mağdur olmadı. Aldığımız önlemlerle yıllardan beri ticaret yaptığımız firmaların siparişlerini yetiştirmemiz ve gelen siparişlere de işleri aksatmadan cevap verdik. Türkiye genelinde ihracatta artış var ve bizim ihracatımız da aynı şekilde artıyor. Bizler açısından pandeminin olumsuz etkisi kalmadı, umarım sağlık bakımından da ortadan kalkar ve normal günlerimize döneriz.

Yılın üç çeyreği geride kaldı ve hedeflerin neresindedesiniz?

2021'i hedeflerimizi aşarak tamamlıyoruz. Bütün sektörlerde de ihracatımız arttı. Hatta tekstil sektöründe Türkiye'nin ilk on ihracatçısından biriyiz. Tekstil alanında toplam üretimimizin yüzde 40'ı ihracata gidiyor. Fakat iç pazara sunduğumuz ürünlerin yüzde 40'ının da dolaylı olarak ihracata gittiğini biliyoruz. Çünkü sattığımız kumaşları konfeksiyoncularımız dikip gönderiyor, kumaşlarımızı tüccar alıp ihraç ediyor, yani ürünlerimizin büyük oranda ihracata gittiğini söyleyebilirim.

Gelecek dönemde odaklanacağımız ve yatırım yapacağımız sektörler var mı? İhracatta potansiyel gördüğünüz pazarlar hangileri?

Sekiz sektörümüz var, içinde altısı ana sektör sayılır. Hepsinde rekabet gücümüzü yükseltici, kapasitemizi artırıcı, müşterimize daha ucuz maliyetle daha iyi ürün sunacak yatırımlarımıza devam ediyoruz. Bunlar komple ya da işletme içerisindeki modernizasyon yatırımları da olabiliyor. En son Söke'de Avrupa'daki en büyük kâğıt fabrikasını yaptık ve şu anda deneme üretimine başladı. Buraya 550 milyon dolar yatırım yaptık. İkinci bölümünün de makinelerini bağladık ve o da çok büyük bir tesis oldu.

İkinci bölümle birlikte yatırım tutarımız 1 milyar dolar civarına ulaşacak. Bu tesisle, Türkiye'nin 300 milyon dolarlık ithalatını ortadan kaldırmayı ve ihracat yapabilmeyi hedefliyoruz. Bunun yanı sıra çimento sektörüne ve ayrıca kâğıt ve tekstil sanayine hizmet verecek nişasta tesisine yatırım düşüncemiz bulunuyor.



Kâğıt, Türkiye'nin tamamen dışa bağımlı olduğu bir sektör, kâğıt yatırımında odağımız iç pazar mı olacak?

Türkiye'nin ithal ettiği belli kâğıt ürünleri var, onları üreterek ithalatı ortadan kaldırmayı düşünüyoruz ancak üretim kapasitemiz daha fazla. Bu nedenle ihracat yapmayı da düşünüyoruz.

Dövizin yükseldiği bir dönemde yatırım finansmanını nasıl yönetiyorsunuz?

Finans kısmında şanslı bir şirketiz, çünkü Avrupa bankalarından doğrudan kredi kullanabiliyoruz, ki çok az sayıda şirket bunu başarabiliyor. Türkiye'de, Avrupa'daki büyük bankaların şubelerinin Türkiye müşterisiyiz ve ucuz kaynaklı, uzun süreli krediler bulabiliyoruz. Dolayısıyla sanayiye kısa dönem için düşünmemek gerekiyor. Doların artışının getirdiği ihracat avantajının yanında dezavantajı da var; dolar borcunuz, geçmişte aldığınız kredi yükü ve ithal ettiğiniz ham maddelerin fiyatları artıyor. Ayrıca her şey pahalandığı ve dövize dayalı olduğu için çalışanlarımız için zor bir ortam oluşturuyor ancak Türkiye sanayicisinin buna alışkın olduğunu söyleyebilirim.

Kıpaş Holding'i pandemi öncesi ve sonrası nerede konumlandırıyorsunuz? Yatırımlarda yurt dışına açılmayı düşünüyor musunuz?

Pandeminin olumsuz etkilerini geçici bir dönem yaşasak da gerek yatırımlarımızı gerek üretimimizi pandemiden korkarak askıya almadık. Şimdi doğru yaptığımızı fark ediyorum. Yurt dışında yatırımımız yok ancak yurt içinde çok yatırımımız var. Yatırım için öncelikle şehrimiz Kahramanmaraş'ı ve Anadolu'yu tercih ediyoruz, bunu Anadolu insanı olarak sorumluluk olarak görüyoruz. Yurt dışı için düşüncelerimiz olsa da gerçekleştirdiğimiz bir yatırım olmadı.



Şirket kültürümüzün özünde hak, hukuk, adalet, açık sözlülük, sözünde durmak ve güvenilir olmak gibi Anadolu'nun iş insanında olması gereken özellikler yer alıyor."





YATIRIMIN DOĞRU YERE YAPILMASI GEREKİYOR

Türkiye’de organize sanayi bölgeleri dışında arsa bulup yatırım yapmak, imar açısından da mantıklı değil, yatırımın endüstri bölgelerine ve organize sanayi bölgelerine yapılması gerekiyor. Topraklarımız nüfusumuza göre sınırlı; büyük bir ülkeydik, göç aldık, nüfusumuz yoğunlaştı. Bu bağlamda sınırlı toprakların iyi değerlendirilmesi ve genç sanayicilerimizin potansiyelin yüksek olduğu Afrika gibi yurt dışı ülkelere açılması önemli.

Belki ürettiğimiz malları pazarlamak için bazı yatırımlar yapılabilir.

Yatırım sürecinde sizi en çok neler zorluyor?

Yatırım konusunda ülkemizde formaliteler çok arttı, bürokrasilerden şikâyetlerimiz hâlâ oluyor. Yatırımcıya daha fazla kolaylık sağlamak gerekiyor. Bizim, bazı ülkeler gibi doğal zenginliklerimiz olmadığından çalışarak, sanayi yatırımları yaparak, insanlarımızı istihdam ederek ve verdiğimiz vergilerle ülkemiz ve devletimizin ayakta kalacağını düşünüyorum. Geline nokta küçümsemek gerek. Türkiye bunu başarıyor ancak daha hızlı yapmak için kolaylık sağlanmalı diye düşünüyorum.

Türkiye’nin tedarikçi rolünü güçlendirdiğini görüyoruz. Önümüzdeki süreci nasıl değerlendiriyorsunuz?

Dünyada büyük bir nakliye sorunu oluşmaya başladı. Bu durum, Türkiye’ye hem zarar verdi hem de artı yönler getirdi. Çünkü zengin Avrupa pazarına en yakın ülkeyiz. Çin, Pakistan, Hindistan ve Bangladeş gibi ülkelere kıyasla tekstil açısından hem ürün kalitemiz çok daha iyi hem de nakliye avantajımız yüksek. Bu yüzden siparişlerimizin arttığını fark ediyorum. Bu fırsatı çok olumlu değerlendirmemiz, bize

gelen müşterilerle aktif sürdürülebilirlişkimizi devam ettirmemiz, onları ürünlerimizle tatmin etmemiz gerekiyor.

Kıpaş’ın uzun yıllardır çevreci yatırımları da odağma aldığını görüyoruz. Sürdürülebilir üretim noktasında ne gibi yatırımlarınız ve yenilemeleriniz oluyor?

Bütün yatırımlarımızda doğaya ve sürdürülebilirliğe çok önem veriyoruz. Artık buna her üreticinin önem vermesi gerekiyor. İhracatta çalıştığımız şirketler bizimle çalışmak istiyorsa onların isteklerini yapmamız gerekiyor. Örneğin, Söke’deki fabrikamız, Avrupa’nın her yerine kurabileceğim kadar çevreye duyarlı bir yatırım, sıfır atık prensibiyle çalışıyor. Kendi içinden çıkan artımanın çamuruna, kutulardan çıkan plastiklere ve atıklara kadar hepsini geri kazanıp değerlendiriyoruz. Enerji tasarrufu oldukça iyi, baca gazlarımız Çevre Bakanlığı’nın istediği düzeylerin kalite olarak çok üzerinde. Bu kriterler gittikçe zorlaşacağı için en iyi teknolojiyi şimdiden yaparak gelecekte rahat etmek istiyoruz. Tekstilde özellikle boya terbiye işletmelerinde atık sulara çok önem vermek gerekiyor, biz de daha az suyla üretim yapmaya çalışıyoruz. Kimsenin "istihdama katkıda bulunuyoruz ve ihracat yapıyoruz." diye doğayı kirletmeye hakkı yok.



Bütün yatırımlarımızda doğaya ve sürdürülebilirliğe çok önem veriyoruz.
Artık buna her üreticinin önem vermesi gerekiyor.



YÜKLERİNİZ YOLDA

RİSKLERİNİZ QUICK SİGORTA'DA

Gurur kaynağımız ürünlerinizi ihraç ederken yükünüzü hafifletin,
taşıma risklerinizi bize devredin.
Yükleriniz de, işleriniz de yolunda, riskleriniz Quick Sigorta'da olsun.



www.quicksigorta.com

QUICK
SİGORTA



sektör ss bitkileri

17 milyar dolarlık pazarın arka bahesiyiz ama...

Süs bitkileri ve mamulleri, Türkiye'nin genel ihracatında en az paya sahip sektör olsa da 23 milyar dolarlık küresel ticaret hacmi, pandemi sonrası ivme yakalayan sektör için fırsat olabilir.



YILLIK 100 milyon dolar ihracat hacmine sahip olan ss bitkileri ve mamulleri sektörü, 2021 yılında ihracatını en fazla artıran beş sektörden biri oldu. Sektör, yılı yüzde 50'nin üzerinde ihracat artışıyla 150 milyon dolar kapasitede bitirmeyi hedefliyor. 210 milyar doları aşan Türkiye'nin genel ihracatında, sektörün ihracat hacmi az gibi görünse de küresel pazar byklg 45 milyar dolar civarında. Bunun 23 milyar doları ise ithalat ve ihracattan oluşuyor ki sadece AB lkelerinin yıllık ss bitkileri ve mamulleri ithalatı 17 milyar dolara tekabül ediyor. TİM Süs Bitkileri ve Mamulleri Komisyonu Başkanı İsmail Yılmaz, bunun 14 milyar dolarını AB'nin on altı büyük ülkesinin gerçekleştirdiğini ve bu ülkelerin Türkiye'yi yeni keşfetmeye başladığını söylüyor. Yılmaz, ihracat artışının devam edeceğinin altını çizer.

PANDEMİ, TÜRKİYE'Yİ AVANTAJLI HÂLE GETİRDİ



Antalya, Yalova, İzmir, Mersin, Adana ve Sakarya gibi kentlerde yoğunlaşan ss bitkileri üreticiliği, direkt 25 bin kişiye istihdam sağlıyor. Dolaylı istihdamı ise 300 bin civarında. 6

milyar TL pazar büyüklüğe sahip sektöre verilecek arsa desteği ile sektörün hem istihdam hem de ihracat hacmi katlanarak artabilir. Sektörün retim potansiyelini pandemi öncesi hep iç piyasaya yönelik değerlendirdiğini söyleyen Yılmaz, pandemi ile birlikte yaşanan ihracat artışının en büyük nedenini, Türkiye'nin coğrafî konumuna bağlıyor. "Sektörün en büyük reticileri Kenya, Ekvator ve Kolombiya gibi denizaşırı ülkelerin tedarikinde pandemi nedeniyle yaşanan aksamalar sonucu AB lkeleri yüzünü Türkiye'ye döndü." diyen Yılmaz, normalleşme sonrasında artan lojistik maliyetlerin Türkiye'yi daha cazip hale getirdiğini ifade ediyor ve söyle devam ediyor: "Aslında Türkiye pandemi öncesinde de rakiplerine göre maliyet olarak avantajlıydı fakat tanıtım eksiliği vardı ve üreticiler daha çok iç piyasaya yönelik üretim yapıyordu. Fakat son dönemde daha çok dış mekân üreticilerimizin dışa döndüğünü görüyoruz. Toplam retimde ihracatın payı yüzde 20 civarındaydı fakat bu yıl ihracatın payı yüzde 50 arttı. Yılın ilk dokuz ayında sektörümüzün ihracatı yüzde 52,6 artarak 116 milyon dolara ıktı. Son 12 ay ihracatımız da 146,2 milyon dolar oldu. 2021 yılının tamamında 150 milyon doları aşacağımızı düşünüyorum."



Danimarka, Türkiye'de ss bitkileri sektörüne yatırım yapmak için imknları araştırıyor.





YENİ ARSALARA İHTİYAÇ VAR

Antalya'nın, ss bitki sektörünün üretim merkezi olduğunu söyleyen İsmail Yılmaz, üretim potansiyeliyle ilgili Şu bilgileri paylaşıyor: "Antalya ve Yalova'da kesme çiçek üretiminde; Adana ve Mersin, salon çiçek üretiminde öne çıkıyor. Sakarya'da son yıllarda, dış mekân üretim için binlerce dönümlük alanlar oluşturuldu. Ödemiş'te binlerce dönümlük dış mekân arsaları kuruldu. Fakat sektör olarak daha büyük arsalarla ihtiyacımız var. Avrupa bizi keşfetti ve özellikli, çeşitli sera ürünleri talebi geliyor. Bunun için yeni yatırım yapılması gerekiyor fakat arazi fiyatları çok yükseldi, fiyatlar sektörümüzün yatırım yapması için cazip değil."

DANİMARKA, TÜRKİYE'DE YATIRIM YAPMAK İSTİYOR

Sektördeki büyüme potansiyelini Kenya örneği ile paylaşan Yılmaz, Türkiye'nin potansiyeline de dikkat çekiyor: "2000 yılında Kenya'da ss bitkileri diye bir sektör yoktu fakat alınan bir kararla yatırımcılara arsa tahsisi ve ciddi teşvikler verildi. Bugün Kenya'nın 800 milyon dolara yakın ss bitkileri ihracatı bulunuyor. Hollanda ve İngiltere'den yatırımcıların ülkede



seraları mevcut. Türkiye'de Şu an için bizim sektörde çok az yabancı yatırımcı var. Fakat Danimarkalılar ülkede yatırım yapmak istiyor. Bunun için sektöre yeni arazilerin tahsis edilmesi gerekiyor."

OTOMASYON YATIRIMI YAPAMIYORUZ

Turizm veya birçok sektör gibi devletten deniz kenarında yer istemediklerini dile getiren İsmail Yılmaz, "Dağlık alanlarda kamuya ait arazilerin uzun dönem yatırımcılara kiralanması talebimiz var. Şu anda şahıslara ait araziler kısa süreliğine kiralanıyor ve burada yeni nesil sera yatırımlarını yapamıyoruz.

TÜRKİYE'NİN EN BÜYÜK SÜS BİTKİLERİ İHRACAT PAZARLARI

Sektörün ihracatında Hollanda ilk sırada yer alırken, Özbekistan, İngiltere, Almanya, Azerbaycan, Irak, Türkmenistan, Gürcistan, Romanya ve ABD ilk on sırada bulunuyor.



Otomasyonlu seralar kurmak istiyoruz. Böylelikle daha özellikli ss bitkileri yetiştirebileceğiz. Verimliliğimizi artıracaağız.” diyor.

Yaylalarda retim yaparak sektörün üretim gücünü bütün yıla yadıkklarını söyleyen İsmail Yılmaz, sektörün ağırlıklı olarak vasıfsız iş gücü sağladığı için sosyal denge açısından da önemli bir özelliğe sahip olduğunu belirtiyor. Sektörün dışa bağımlılığının sadece yüzde 5 olduğunu söyleyen Yılmaz, her açıdan katma değer yaratan bir sektör olduğuna vurgu yapıyor.

BİR DİğER İHTİYAÇ, TANITIM

Büyük potansiyele sahip sektörün en büyük eksikliğinin tanıtım olduğunu fark ettiklerini söyleyen Başkan İsmail Yılmaz, pandemi öncesinde yurt dışı heyet ve fuar organizasyonları gerçekleştirmeye başladıklarını hatırlatarak,



SAYILARLA SÜS BİTKİLERİ SEKTÖRÜ

Türkiye’de 5 bin 9 hektar alanda ss bitkileri üretimi yapılıyor.

- Türkiye florasında 3 bin 500’den fazla endemik bitki türü bulunuyor.
- Yağla üretimiyle birlikte üretim ve ihracat sezonu 12 aya çıkarılmıştır.
- 2021 ihracat hedefi 150 milyon dolar.
- Türkiye’den 77 ülkeye ss bitkileri ihracatı yapılıyor.
- Ekonomiye zde 95 oranında yksek katma değer sağlıyor.
- Doğrudan 25 bin, dolaylı olarak 300 bin kişiye istihdam sağlıyor.

“Hollanda’da sektörel fuarlara katılım sağladık, İngiltere’ye Sektörel Ticaret Heyeti ile bir ziyaret gerçekleştirdik. “Süs bitkileri sektöründe global trendler ve yeni pazarlar” konulu URGE projemiz kapsamında sektörün önünde yeni ufuklar atık. Tanıtım çalışmalarının artarak devam etmesi gerekiyor. Çünkü 23 milyar dolarlık bir ihracat pazarı söz konusu ve bunun 17 milyar dolarını yanı başımızdaki Avrupa Birliği lkeleri gerçekleştiriyor.” değerlendirmesini yapıyor.

İ PAZARDA DA TALEP ARTTI

Türkiye’de ss bitkileri sektörünün pazar büyüklüğü 6 milyar TL civarında ve bu yıl pazar değerinde hızlı bir büyüme öngörülüyor.

35,5

milyar euro

DÜNYA SÜS BİTKİLERİ PAZAR BüYüKLüğü

146

milyon dolar

TÜRKİYE’NİN SON 12 AYLIK SÜS BİTKİLERİ İHRACATI



sürdürülebilirlik röportaj

Yasin Buğra Levent



Tekstil ve hazır giyim sektöründe sorumlu üretim ile sorumlu tüketime odaklanan 13. Uluslararası Ekoteks Sempozyumu, uzman isimlerin katıldığı yedi farklı oturumla tamamlandı.

Tekstil ve hazır giyime çevre dostu ve sürdürülebilir dokunuş

istanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği'nin (İHKİB) iştiraki olan Ekoteks Laboratuvar ve Gözetim Hizmetleri

AŞ tarafından düzenlenen, 13. Ekoteks Uluslararası Sempozyumu; 29 Eylül tarihinde, geniş bir katılımı gerçeğe taşıdı. Ekoteks Laboratuvar ve Gözetim Hizmetleri AŞ Yönetim Kurulu Başkanı Nilgün Özdemir ile Ekoteks'in analizleri, sektörün sürdürülebilirlik karnesi ve sempozyum üzerine konuştuk.

İHKİB, Ekoteks'i hangi motivasyonla hayata geçirdi?

Uluslararası Ekoteks'in kurulma amacı, ihracat yapan firmalara en kısa zamanda, test maliyetlerini en düşük seviyede tutarak hizmet vermek, tekstil ürünlerinin kalitesini istenen seviyeye yükseltmeye

ve sürekliliğini sağlamaya yönelik önemli katkıda bulunmaktı. Böylece ihracatçımıza yabancı sermayeli diğer laboratuvarlara alternatif yaratılarak, daha hızlı ve az maliyetli hizmet almaları sağlandı. Bu amaçla kurulan ilk yerli laboratuvar olarak Almanya Merkezli DAKKS'dan akredite oldu ve "uluslararası" unvanı aldı. O yıllarda ihracatçı için büyük bir vizyon örneği olan Ekoteks'in kuruluş kararını alan İHKİB Yönetim Kurulu'na, her zaman müteşekkirdiğimizi belirtmek isterim. Kurduğumuz günden bu yana çok yol aldık. Geçmiş dönem başkanımız Sayın Hikmet Tanrıverdi ve Yönetim Kurulu'nun destekleri ile daha fazla alanda hizmet etmek için yatırımlarımızı yapabildik. Sayın Mustafa Gültepe başkanımız ve Yönetim Kurulu da çok daha ileri teknolojilerle ihracatçımıza hizmet vermemizi sağladı. Ekoteks'teki tüm ekip arkadaşlarımız bu desteklerin karşılığını vermek için çok yoğun



çalışmalara imza atıyorlar. Sadece ihracatçı firmalarımıza hizmet vermeyip iç piyasadaki markalarımıza da çok önem veriyoruz. “Made in Türkiye” algısına bir bütün olarak direkt katkı sağladığımızı söyleyebilirim.

Ekoteks devreye girdiğinden bugüne, Türk tekstil ve hazır giyim gibi ürünlerde kullanılan boya ve ham maddelerde nasıl bir değişim yaşandı?

Ekoteks, dünya ile entegre çalışmayı başarıyla yürütüyor. Başta en yoğun ihracatımızın Avrupa Birliği'ne olduğundan yola çıkarak, yasaklı tüm kimyasalların kontrollerinde “Reach Tüzüğü”nü eş güdümlü şekilde takip ediyoruz. Hatta bu yasaklıların vereceği zararın, sadece söylemde kalmasına izin vermeyip doğrulamak adına denetimler yapılıyor. Ticaret Bakanlığımızın İthalat Genel Müdürlüğü'nün tebliğ düzenlemesi ile İHKİB, ithal ürünlerde kayıt alma yöntemini geliştirdi. Ekoteks'in test altyapısını kullanmak üzere üçlü bacak halinde on yıl boyunca ithalat esnasında gümrüklü sahada denetimler yapıldı ve bu standartların aslında nasıl da uygulanmadığını bizzat tespit etmiş olduk. Avrupa hâlâ gümrük sahalarında bunu yapmayı tartışırken, bakanlığımız bunu çoktan hayata geçirmişti. Böylece ihracatçı firmalarımız için de haksız rekabete fırsat verilmedi. Ekoteks'in altyapısı ve becerisi ile uluslararası piyasalarda ülke üretimimizin ne denli kaliteli olduğunu da ortaya koymuş olduk. Bu kimyasallar, endokrin bozukluğundan, kanserojen etkisi yaratması, alerjen maddeler bulunması gibi halk sağlığı ve güvenliği anlamında ciddi sonuçlar doğuruyor.

Ekoteks'in analizleri, size getirilen ürünlerin üretiminde sürdürülebilirlik konusunda yol gösterme açısından rol oynayabiliyor mu?

Pandemi sürecinde iş yapma alışkanlarımızla birlikte, iş modellerimiz de değişti. Yeni bir birim olarak Biyoteknoloji laboratuvarımızı kurduk ve İHKİB Başkanımız Mustafa Gültepe'nin verdiği destek sayesinde yatırım yaparak çalışmalarımızı başka boyuta taşıdık. Hepimizin ihtiyaç duyduğu el ve hijyen



dezenfektanları ile ortam havasını temizlemeye yarayan sterilizatörlere, laboratuvarımızda bakteriye karşı etkinlik testleri yapılabiliyor. Buna ilave olarak pandemi döneminde öne çıkan ultraviyole ve ozon teknolojileri ile çalışan buzdolapları, çamaşır makineleri, klimalar ve benzeri ev aletlerinin bakterilere karşı etkinlik testleri geliştirildi. Firmalarımız verdiğimiz test raporları ile ürünlerine Sağlık Bakanlığımızdan onay belgesi alabiliyor. Böylelikle sektörümüz dışında farklı üretim alanlarında yapılan ihracatı da desteklemiş olduk. Şu anda, tekstil ve tüm elektronik aletlerin antiviral etkinlik testlerini yapmak üzere çalışmalarımız devam ediyor. İHKİB'in Sanayi Bakanlığımız ve Avrupa Birliği tarafından destekli IPA II projesinde yer alarak tekstil atık sularının yasaklı kimyasallara karşı kontrol testlerinin yapılmasına yönelik onaylı laboratuvar statüsünü ZDHC (Zeo Discharge Hazardous Chemicals) tarafından kazandık. Dolayısıyla firmaların yaptıkları AR-GE çalışmalarını sektör ayırmaksızın desteklemeye çaba harcıyoruz. Yani epey bir rol almış olduk.



sürdürülebilirlik röportaj



Ekoteks'in her sene düzenlediği sempozyumlarda hitap ettiği ve bilgilendirdiği kitleler, tekstil ve hazır giyim sektörünün tedarik zincirindeki her aşamasında yer alıyor.



Ekoteks kurulmadan önce, analizler için yurt dışına ne kadar döviz gidiyordu? Ekoteks, ülkemize ne kadar döviz tasarrufu sağlayabildi?

İhracatçıların direkt yurt dışında yaptırmak zorunda kaldıkları analizlerin yanı sıra, ülkemizde de açılmış laboratuvarlarda daha pahalı yapılan analizlerin Ekoteks kurulduğunda 5'te bire düştüğünü söyleyebilirim. Belki daha fazla oranda olanlar da vardır. Sektörün yanında olmamız, firmalarımızın daha hızlı ve rekabet edilebilir fiyatlarla analiz hizmeti almalarını sağlıyor. Her ne kadar, bazı alıcıların keyfiyetine müdahale edemesek de fiyat avantajımız ile pazarlık edebilmelerini sağlıyoruz. Yıllık 10 milyon Euro gibi görünmeyen bir tasarruf sağlama yönünde etkimiz olduğunu rahatlıkla belirtebilirim.

Ekoteks, dış ülkelerdeki benzerleriyle aynı kriterleri uyguluyor mu? Yaptığı denetimin tüm dünyada geçerliliği söz konusu mu?

Mevcut akreditasyon yapımız ile uluslararası tanınmışlığımızı ortaya koymuş olsak da hâlâ bazı büyük markalar (H&M, M&S gibi alıcılar) kendileri karar vererek farklı global laboratuvarları tercih ediyor. Bunu her mecrada belirtiyoruz. Eğer bedelini ihracatçımız ödüyorsa ve uluslararası akreditasyonu varsa kendilerinin seçeceği laboratuvarla çalışmalarını savunuyoruz. Bu şekilde firmaların, dayatma yerine daha uygun ve hızlı hizmet almalarına alternatif

yaratma hakkı olduğunu düşünüyorum. İthalatta da ciddi pazar olduğumuzu dikkate alırsak, elde ettiğimiz sonuçların tüm ülkeler tarafından kabul edildiğini söyleyebilirim. İHKİB olarak zaman zaman girişimlerde bulunsak da ticari kararlara etkimiz olamıyor maalesef.

Yeşil Mutabakat kapsamında, Ekoteks'in analizleri, geri dönüştürülmüş ham madde kullanım oranlarını analizlerinde görebilecek mi?

Ekoteks, test-analiz hizmeti ile yetinmeyip, eğitimler de veriyor. İHKİB'in IPA II projesi kapsamında almış olduğumuz yeni PCR teknolojisi ile pamuğun GDO içerip içermediği analiz edilebiliyor. Hatta organik pamuk ile ilgili analizlerin yapılabilmesi sağlandı. Dünyada revaçta olan Organik Pamuk sertifikası ile ilgili çalışmalarımız tamamlandı, standart haline getirildi. Türk organik pamuğunun İHKİB adına marka tescili yapıldı. Bunlar ışığında "Yeşil Mutabakat" kapsamında sürdürülebilirlik başlığındaki tüm kriterleri; karbon ayak izi, su tüketim ölçümü, dijitalleşme, izlenebilirlik ve geri dönüşüm gibi çalışmalarımızı proje kapsamında yürütmeye devam ediyoruz. Daha fazla firmamıza ulaştırmak üzere web üzerinden yayımlama çalışmalarını yürütüyoruz. Başkanımız Mustafa Gültepe'nin öngörüsü ile çalışmalarımızı Anadolu'ya taşıma kararı aldık. Ekoteks, yapısını test-analiz hizmetlerinin ötesine taşıyor. Geri dönüşümle ilgili, oran tespit etme yönünde araştırmalarımız devam ediyor.

Bu yıl 13'üncüsü düzenlenen Uluslararası Ekoteks Sempozyumu'nu ve sektörün sürdürülebilirlik yaklaşımlarını nasıl değerlendirirsiniz?

Ekoteks'in her sene düzenlediği sempozyumlarda hitap ettiği ve bilgilendirdiği kitleler, tekstil ve hazır giyim sektörünün tedarik zincirindeki her aşamasında yer alıyor. Ekoteks, sempozyum temalarını insana yakışır iş, tekstilde ekonomik büyüme, ihracat için yasal gereklilikler, insan ve çevrenin korunmasına yönelik bilgilendirme, izlenebilirlik gibi güncel konulardan seçerek alanında uzman kişiler tarafından sunumların yapılmasını





sürdürülebilirlik röportaj



organize ediyor. Bu yıl da “İzlenebilir Yeni Bir Dünyada Çevresel Ayak İzleri” konu başlığı altında sektöre bilgilendirme yapıldı. Yedi oturumdan oluşan sempozyuma otuz bir konuşmacı davet ettik. Dinleyicilerin bu sürdürülebilirlik sempozyumunda kamu, akademi, marka, üretici ve finansman destek kuruluşlarının perspektiflerinden haberdar olması sağlandı. Ticaret ve Çevre Bakanlığında konuşmacılarımızın sunumlarının çok yararlı olduğuna dair geri dönüşler aldık. Yine ulusal ve uluslararası akademisyenlerin sunumları da oldukça ilgi gördü, dinleyicilerin araştırmacılar tarafından yapılan sunumları yüksek bir konsantrasyonla dinlediklerine şahit oldum. Markaların sunumları da oldukça önemli olduğu için bu sene de yer vermek istedik. Çünkü biliyorsunuz ki her markanın üreticilerinden beklentileri o markanın kültürü ile ilişkili. Bu anlamda ülkemizde üretim oranı yüksek yabancı ve yerli markaların vizyonlarını açıklamaları oldukça önemli.

Üreticilerimizden seçtiğimiz birkaç firmanın da en ez bir marka kadar vizyonlu ve hedef odaklı olduklarını gördük. Diğer üreticilerimize de ilham olmaları bağlamında paylaşımlarının önemli olduğunu düşünüyorum.

Start-up çalışmalar oturumunda beş firmamızın yetkilileri sunum yaptı, bu firmalardan iki tanesi deterjan ve beyaz eşya üreticileriydi. Ayrıca ürünün mağazadan sonra evde yıkama ve kullanma sorumluluğu da bulunuyor ve bunun için destek veren yerli kuruluşlarımız da mevcut. Sempozyumdan sonra çok fazla üyemiz, bizlerle veya bizim iş birliği yaptığımız firmalar ile ilişkilerini güçlendirmek için iletişime geçti.

“Üreticilerimizden seçtiğimiz birkaç firma da en ez bir marka kadar vizyonlu ve hedef odaklı olduklarını gördük, diğer üreticilerimize de ilham olmaları bağlamında paylaşımlarının önemli olduğunu düşünüyorum.”

Son ve en önemli oturum olan finansmana erişim bölümünde kamu ve özel banka yetkililerinin destek şartlarını ve paketlerini aktarmaları çok değerliydi. Bu bağlamda da İTKİB öncülüğünde Ekoteks ve İMA'nın yürüttüğü IPA II projesini aktarma ihtiyacı duyduk. Sektörümüze onlar için neler yaptığımızı, sektörün ihtiyaçlarını göz önünde bulundurduğumuzu ifade ettik.



marka dünyası

Dr. Mevlüt Büyükhelvacıgil

"DOĞANIN BEREKETİNİ AR-GE ile buluşturuyoruz"

Dört neslin bir arada yaşadığı aile şirketinde farklı sektörlere yönelerek global bir başarı yakalayan Zade Global CEO'su Dr. Mevlüt Büyükhelvacıgil, dönüşüm hikâyesini anlatıyor.

Yasin Buğra Levent



dünya çapında üniversite ve kurumlara "Aile Şirketlerinde Kurumsallaşma ve Aile Anayasası" kitabının İngilizce versiyonu

"Institutionalization and Constitution: Implementation in Family Corporations" kitabı ile önemli bir kaynak sağlayan Helvacızade Şirketler Yönetim Kurulu Başkanı Dr. Mevlüt Büyükhelvacıgil ile Zade Vital'in markalaşma sürecini konuştuk.

Köklü bir geçmişe sahip ulusal bir şirketi, farklı sektöre yönelirken dünyaya açtınız. Bu süreçte sizi en çok neler zorladı? Dönüşüm hikâyesini biraz anlatır mısınız?

Yaklaşık 135 yıllık mirasıyla Helvacızade Şirketler Grubu, sanayileşmeye başladığı ilk günden itibaren vizyonunu AR-GE, teknoloji ve odağında insan bulunan yenilikçi ürünler ışığında şekillendirdi. Önceliğimiz; her daim insanların sağlık alanındaki ihtiyaçlarını esas alarak bilimsel temelli ve kaliteli ürünler geliştirmek ve en yüksek kalite standartlarında üretmek. Küresel ölçekte katma değerli ürünler üreterek ülkemize olan sorumluluğumuzu yerine getirmeyi önemsiyoruz. Bilimin öncülüğünde teknolojiyi yanımıza alarak AR-GE laboratuvarlarımızda üniversite ve sanayi iş birliklerinin yaygınlaşması için yenilikçi bilim alanları oluşturarak sektörümüzde örnek teşkil ediyoruz. Helvacızade Şirketler Grubu, her girişiminde Türkiye'deki üniversiteler ve

akademisyenlerle beraber büyüyerek var oldu.

1991 yılında Zade Yağları ile sanayiye girmemizin ardından, besin desteği olarak kullanılan sağlıklı yağlar alanında sağlık uzmanları ve eczacılarımız tarafından güvenle önerilebilecek bir marka geliştirmek üzere bilgi ve birikimimizi bu alana yönlendirdik. Ege Üniversitesi ARGEFAR ile iş birliğimiz ile 2012 yılında Zade Vital markamız ile sağlık sektörüne adım attık. AR-GE ve üretim kültürümüz 1990'lı yıllara dayandığı için, gıdanın yanı sıra sağlık sektöründe de faaliyet göstermek çok zorlayıcı olmadı. Hizmetlerimizi en iyi şekilde sürdürebilmek için Zade Vital operasyonumuzda tamamen ayrı bir ekip yapılanmasını hayata geçirdik.

Markalaşma süreciniz nasıl ilerledi? Bu süreçte hangi zorluklarla karşılaştınız?

AR-GE ve üretim alanına son beş yılda 40 milyon Euro'luk bir yatırım gerçekleştirdik; yeni ürün kategorilerini geliştirmenin yanı sıra, ihracat kanalımızda da büyüdük. Yatırımlarımızı, tam otomasyona yönelik ekipmanlar ve teknolojik ekipman parkuru olarak şekillendirdik. Bundan sekiz yıl önce nesiller boyu sağlık diyerek üniversite-sanayi iş birliğinde sosyal sorumluluk projemiz Zade Vital ile yıllık yaklaşık 4,5 trilyon dolar büyüklüğe sahip global sağlıklı yaşam (wellness) pazarında, yerli ve milli markamızla ilerliyoruz. Önümüzdeki süreçte ürün yelpazemizi genişleterek bu anlamda ek yatırım yaparak portföyümüzü büyütmek planlarımızın başında geliyor.



marka dünyası



Zade Vital ürünlerimizi geliştirme sürecinde marka yatırımını çalışmalarımız yaklaşık üç yıl sürdü. Pazara sunulana kadar ağırlıklı olarak eczane dışı kanallarda sunulan sağlıklı yağları, günün her saati pratik bir şekilde kullanılabilecek, ürünün etkinlik, kalite ve güvenliğini garanti edebilecek standartlarda üretmek ve bunun için dünya çapında araştırmadan başlayarak titiz ve yoğun bir çalışma yürütmek bizim için oldukça zorlu bir süreçti. Aynı işlemi 2019 yılında ABD pazarına adım atarken yaşadık. Tamamen ABD insanların beklentilerini karşılayan ve farkı oluşturan bir marka kimliği için çalışmalarımız yaklaşık iki yıl sürdü.

Zade Vital, bir Türk markası olarak dünya çapında adından bahsettiriyor. Global arenada ulaştığınız başarılarından bahsedebilir misiniz?

Topraklarımızda yetişen bitki, meyve ve tohumlarını AR-GE ile birleştirerek alanında dünyanın en zengin Cold Press besin destekleri haline çevirdik. Konya'nın çörek otunu, İzmir'in kudret narını, Denizli'nin sarı kantaronunu ve Gaziantep'in aspirini dünyaya duyurmak için var gücümüzle



Helvacızade Şirketler Grubu, her girişiminde Türkiye'deki üniversiteler ve akademisyenlerle beraber büyüyerek var oldu.



çalışarak bugün yetmiş Türk bitkisini dünyaya taşıdık. Dokuz yıl sonunda Türk tohumlarının şifasını dünyayla tanıştırmak için yirmi ülkede üç kıtaya yayıldık. 2023'te hedefimiz; bu rakamı daha da artırarak ilklere imza atmaktır.

Geçen yıl, elli farklı ürünümüzü pazara sunarak ihracat kalemimizin içerisine ekledik. Küresel ölçekte yeni normallere alıştığımız bu dönemde insanlar hastalıktan korunmanın ve bu şekilde hayat tarzlarını farklılaştırmanın ne kadar önemli olduğunu daha da iyi kavradı. Covid-19 pandemisinde bağışıklık sistemini dengeleyen ürünlerdeki



4,5
trilyon dolar
KÜRESEL SAĞLIKLI YAŞAM
PAZAR DEĞERİ

iddiamızı bir kez daha ortaya koyduk. Hatta ABD'deki eczanelerde sunulan koronavirüs korunma paketlerinde C vitamini ve çinko içeren Sambucus (karamürver ekstrelisi) ürünümüz de yer alıyor.

Pandemi ile birlikte hem ulusal hem de uluslararası pazarda nasıl farklılıklar gözlemliyorsunuz?

Pandemi sürecinde hem Türkiye'de hem de ABD'de pazar yeniden şekillendi, özellikle doğal içerikli olan ve bağışıklığı destekleyen besin takviyelerine yönelik talep daha da yükseldi. Günümüzde "Over the counter" olarak tanımlanan reçetesiz ilaç sektörünün tüm dünyadaki hacmi 300 milyar dolar büyüklüğü kapsıyor. Ülkemizde ilaç ve tıbbi sağlık ürünleri pazarı 2020 yılında yüzde 22,5'lik bir büyüme yaşadı. Hastane

ve eczanelerde değer ölçeğinde yüzde 19,9 büyüme ile 52,8 milyar TL'ye, sağlık ürünleri pazarında değerde yüzde 80,2 artış ile 1,1 milyar TL'ye ulaştı. Kutu bazında ise yüzde 43,5 artışla 42,5 milyonluk bir pazarı oluşturdu. Bu rakamlar ülkemizde wellness harcamalarının ve dolayısıyla OTC sektörünün hızla büyümesini emin adımlarla devam ettireceğini gösteriyor. Rekabet koşullarının yüksek olduğu bu pazarda kabul görmeniz için geliştirdiğiniz ürüne güvenmeniz gerekiyor. Her iki pazarda yine ham madde kaynağının önemini daha da anlaşıldığını görüyoruz.

Zade Vital, rakipleri arasında nerede konumlanıyor?

Hem ulusal hem de uluslararası arenada takviye gıda pazarı rekabete oldukça açık... Doğanın bereketini bilimin ışığında AR-GE ile buluşturduğumuz tohumlarla harmanladığımız sağlıklı yağlar, Zade Vital'in ana çıkış noktasını simgeliyor. Sağlıklı yağları dünyanın önde gelen vitamin ve mineralleri ile birleştirerek, alanında ilk yenilikçi formüllere imza atıyoruz. Bu ürünler arasında ısırgan tohumu yağı içeren biotin, zeytin yaprağı ekstresi içeren C vitamini gibi ürünler bulunuyor. Bu noktalarımızla yoğun rekabet ortamında farklı bir yere konumlanıyor, küresel ayak izimize odaklandığımız bu dönemde ülkemizin istihdamına ve yerel kalkınmasına değer katmanın sorumluluğunu taşıyoruz. Geniş ürün yelpazemizle sunduğumuz yenilikçi formüllerimizle sektöre örnek teşkil ettiğimizi

AİLE İŞLETMELERİNİN KURUMSALLAŞABİLENLERİ BÜYÜME VE GELİŞME SÜREÇLERİNİ SAĞLIKLI SÜRDÜREBİLİYOR

Birçok ülkede olduğu gibi Türkiye'de de küçük ve orta ölçekli işletmelerin tamamı aile şirketi olarak kurulmuş ve yüzde 95'i bu kimlikle faaliyetini sürdürür. Kuşaklar arası ilişkilere stratejik yaklaşmak aile şirketlerinin sürdürülebilirliğinde kritik bir rol oynar. Farklılıklardan doğan çatışmaları önlemenin, farklılıkları kurumsal zenginlik oluşturacak biçimde yönetmenin kuşakları anlamakla başladığına inanıyorum. Kuşakları daha iyi anlamamız adına hazırladığım "Aile Şirketlerinde Kuşak Çatışmasını Önlemek İçin X, Y ve Z Kuşağını Anlamak" isimli yeni kitabımda bu konuda zihinleri meşgul eden sorulara yanıt vermekten dolayı mutluyum.



BETA TEA®

*Keyfinizi
katlayın*



www.betateashop.com

 /beta_tea  /BETA TEA  /beta_tea



ANADOLU'NUN BEREKETLİ TOPRAKLARINDAN İLHAM ALIYORUZ

Anadolu; ülkemizdeki tarımın, çiftçinin ve bitkinin zenginliğinin güçlü yansıması... Her zaman "Gücümüzün kaynağının tohumlardaki güç" olduğunu dile getiriyoruz. Bugün ABD'de yaptığımız iletişim çalışmalarında Avrupa'nın, Karadeniz'in ve Ege'nin güneşle, suyuyla beslenen bereketli topraklardan ayrıcalıklı ürünler olduğunu gururla aktarıyoruz. İnsanların hayatlarındaki sağlıklı ve mutlu bir yaşama kavuşmalarında uzun soluklu bir yol arkadaşı olma niyetiyle güven aşıyoruz.



düşünüyorum. Zade Vital markasının arkasındaki önemli bir güç olan üniversite iş birliklerimizle emin adımlarla yolculuğumuza devam ediyoruz. Ege Üniversitesi ile on beş yılı aşkın süredir güç birliği yaparak "Tarladan Eczaneye" misyonunu sahipleniyoruz. Bugün, Türkiye'de 18 bin eczaneye Zade Vital güvencesiyle doğal bitkisel desteklerimizi sunuyor, yirmi ülkeye Türk tohumlarının şifasını taşıyoruz. 2021 yılında ilaç dışı kategori pazarının küçülmesine rağmen sektörde büyüme hacmini yükselten ilk üç markanın arasında olmaktan kıvanç duyuyoruz.

Ürünlerinizin kilogram ihracat birim değeri nedir, Türkiye ortalamasının ne kadar üzerinde?

Kilogram başına değer birim değer olarak hesaplandığını gözlemliyoruz. Türkiye, ihracatını yıllar içinde artırırken birim başına

değerde dünyadaki eğilime paralel olarak kayıp yaşamakla birlikte katma değerli ürünlerimizle bu değer artırılması için çalışıyoruz. Geldiğimiz noktada ülkemizin birim başı ürün fiyatı yaklaşık 1 dolar. Zade Vital ürünleri ise bu ortalamanın çok üzerinde, 40 dolar bandında bir birim değerine sahip. Bu özelliği ile yüksek katma değere sahip ürünler kategorisinde yer almayı başarıyor. Küresel ticarete hacimsel rekabet kıyasına yaşanmakta olsa da katma değeri yüksek ürün ihracatının gerçek hünere sergilendiği alan olduğunu unutmamak gerekiyor.

Odağınızda ağırlıklı ABD pazarı mı var?

Her ülkenin farklı mevzuatları bulunuyor ve bu mevzuatların eksiksiz bir şekilde yerine getirilmesi için büyük bir sabır ve özveri gerekiyor. Önümüzdeki dönemde ağırlıklı olarak ABD ve Amerika kıtasında varlığımızı artıracakız. ABD'nin kapı komşusu Kanada için hazırlıklarımızı tüm hızıyla sürdürüyoruz. 2022 yılında ihracat kanalımıza yoğunluk vererek Avrupa pazarında daha büyük adımlar atacağız. Bunun yanı sıra kökleri Anadolu, Akdeniz ve Karadeniz'in bereketli topraklarından yükselen Zade Vital, yaptığı yurt dışı atılımlarıyla da global arenada kendisine kuvvetli bir yer edinmeyi başardı. Özellikle, genel merkezi Şikago'da bulunan şirketimiz Zade Global Inc ile ABD pazarına yaptığımız yatırım, bulunduğumuz sektörde bir ilk'i temsil ediyor. Her farklı pazarın dinamiklerini profesyonellelikle gözlemliyor, bu doğrultuda o pazarın özelliklerine göre ürünlerimizi tüketicilerin beğenisine sunuyoruz.

albforex

Yatırımların Şimdi Alb Mobil'de



Available on the
App Store



GET IT ON
Google Play



alb+irim

alb+irim.com.tr



Anadolu'dan tüm dünyaya sihirli bir ışık

ECEŞİRİN

Ece Şirin, lise eğitimini Belçika'da American High School'da, üniversite eğitimini Boğaziçi Üniversitesi'nde tamamladı. On dört yıl boyunca Pizza Hut, Pepsico, PFSI, SAS, Coca-Cola Company, Doğan Burda Rizzoli ve Microsoft MEA gibi dünyanın önde gelen şirketlerinde pazarlama üzerine üst düzey yöneticilik yapan Ece Şirin, 2010 yılında kurumsal hayattan ayrıldı. Anadolu'dan dünyaya bir sihirli bir ışık yayma misyonu ile dünyanın ilk tılsım mücevher markası Bee Goddess'ı hayata geçirdi. İlhamını dünyanın ilk yerleşkesi Çatalhöyük'ün Ana Tanrıça'sından alan Bee Goddess, tasarımlarında evrensel mitolojik sembolleri ve kutsal anlamlarını bir araya getirdi. Ece Şirin, Bee Goddess'ın, tasarım mücevher dünyasındaki global başarısının sırrını anlattı.

Bee Goddess yolculuğunuza nasıl başladınız?

On beş yıl önce Bee Goddess yolculuğuna "Anadolu'dan tüm dünyaya sihirli bir ışık" diyerek başladım. Kurumsal hayattan sonra en büyük hayalim Türkiye'den global bir dünya markası çıkmasına hizmet etmek, Anadolu'nun iç değerlerini, DNA'sını ve zengin kültürel hazinesini dünyaya tanıtmakta bir elçi, bir kanal olabilmektir. Bunu anlatacak güçte bir markanın sahibi olarak Türkiye'de, Anadolu'dan doğmuş global bir marka yaratmak istedim, aynı benim gibi. Bee Goddess'ın ilham perisi, tarihi MÖ 7 bin 500'e dayanan, dünyada bilinen ilk yerleşim merkezi olan Çatalhöyük, Anadolu'da doğmuş Ana Tanrıça. Anadolu yüzyıllar boyunca farklı medeniyetlere kucak açmış, ana erkil bir felsefe ile mozağinde barındırmış. Anadolu simgelerinin ve motiflerin ana vatanı, Bee Goddess da tılsım mücevher tasarımları ve marka felsefesi ile bu kültürel





Anadolu'dan dünyaya bir sihirli bir ışık yayma misyonu ile dünyanın ilk tılsım mücevher markası olan Bee Goddess, mücevher dünyasındaki tüm kuralları yeniden yazıyor.

mirası, derinliği, birlik, bütünlük ve yaratıcılık değerlerini dile getiriyor.

Bu kadar rekabetçi bir pazarda global çapta başarı elde etmek için diğer mücevher markalarından hangi konularda fark yaratıyorsunuz?

Bee Goddess markası yolculuğu "Lüksün aydınlanması gerek", "Statü sembolü yerine ruhun sembolü, mücevher yerine öz cevher" dememle başladı. Bee Goddess markası, dünyanın ilk tılsım mücevher markası. Diğer markalar ile en büyük farkımız, markanın kurulduğu ilk günden beri "Sen teksin, özelsin, mükemmelsin, ben senin kalbindeki ışığın, güzelliğin ve gücünün bir yansımasıyım." diye seslenmemiz.

Kişiyi merkeze koyan, kadını güçlendiren misyonu olan ve koleksiyonlardaki tüm mücevherlerin bilgelik ışığı saçan evrensel kadim tılsımlar olmaları en önemli özelliklerimizden. Yıllardır araştırdığım en özel kadim sembollerini, Bee Goddess tasarımlarında kalbimizin güç

kapısını açan tılsım mücevherler olarak yorumladım. Bu ışık anahtarları ile "Işılda ki bütün dünya senin kalbinin ışığı ile aydınlansın." diye seslendim.

Her markanın yolculuğunda eşikler oluyor. Bee Goddess yolculuğundaki eşikler neler oldu?

Bee Goddess yolculuğuna başladığım senelerde en önemli manevi eşiklerden biri Donna Karan ile tanışmam ve bana verdiği tavsiyeleri; bir diğeri ise Rihanna'nın 2011 yılında düzenlediği Loud turnesinde bikini üzerinde sadece Bee Goddess Venüs tılsım tasarımı ile çıkmasıydı. Rihanna'yı Bee Goddess tılsımı ile görmek kendime ve markama olan inancım, heyecanım ve markamı büyütme motivasyonum için önemli bir eşikti. Londra'da The Telegraph Luxury tarafından "Yılın Vizyoner ve Yaratıcı Mücevher Tasarımcısı" seçilmem ve Madonna, Kate Winslet, Cate Blanchett gibi birçok değerli dünya starının Bee Goddess marka dostu olması bizim



STARLARIN UĞUR TILSIMLARI...

Madonna'nın en büyük uğuru Bee Goddess'ın uyum ve denge içinde hayalleri gerçekleştiren şans tılsımı Siriusüzüğü. Madonna son albümünü Bee Goddess Siriusüzüğü ve Eye Light koleksiyonundan en güzel tasarımlarımızla tanıttı; konserlerinde hiç üzerinden çıkarmadı. Kendi Instagram hesabında uzun uzun Siriusüzüğün hikâyesini hayranları ile paylaştı. Çok sevdiğim Cate Blanchett ise hançer tasarımı ile cesaretini ve keskin zekâsını güçlendiriyor.



için önemliydi. Son olarak da Amazon Prime Video iş birliği bir eşik; bir Hollywood prodüksiyonu ve Amazon Prime Video ile global iş birliği yapan ilk Türk tasarımcı ve mücevher markası olduk.

Kökleri, esin kaynağı Anadolu olan bir markanın bizim topraklarımızdan Hollywood'a yolculuğu nasıl oldu, biraz bahseder misiniz?

Hollywood'a uzanış hikâyesi Londra'da Walton Street butiğimizin önünden geçen ünlü kostüm tasarımcısı Ellen Mirojnick'in Bee Goddess'ı keşfetmesi ile başladı. Bee Goddess'ın özgün tasarımları kadar kişiyi güçlendiren bir ışık markası olması Ellen için çok önemliydi. Cinderella filmi yüzyıllardır genç kızlara ilham veren sihirli bir değişim, dönüşüm hikâyesi. Bu sihirli dönüşüm Bee Goddess marka DNA'sında da mevcut. Cinderella hayatın içindeki zorluklara rağmen iyiliğin ve kendimize olan inancın gücünü, sevginin dönüştürücü mucizesini müjdeleyen aynı Bee Goddess tılsım mücevherleri gibi bizi yüreklendiren, cesaretlendiren bir hikâye. Ellen ile olan

sohbetlerimizde Bee Goddess taşıyan birçok kadının hayatında gerçekleşen değişim ve mucize onu çok heyecanlandırdı.

Bütün bu hikâyelerin içinde en özeli tabii benim kendi Cinderella hikâyem; hayat amacımı keşfedip yeni bir yola çıkarak gerçekleştirdiğim büyük dönüşüm ve başarı öyküsü. Ellen sıfırdan on iki tılsım ile başladığım bu yolculukta çok kısa sürede dünya starları tarafından beğenilen, takdir edilen, ödülleri alan, trend yaratan tasarımlara imza atmamdan çok etkilendi.

Yeni Cinderella filminde Amazon Prime Video ile yapılan global iş birliği global marka bilinirliğimize büyük bir ivme kattı. Amazon Prime Video, 21. yüzyılda değişen kadın rolünü yepyeni bir Cinderella karakteri ile hayata geçiriyor. Bu rolü 60 milyon takipçisi olan yeni nesil kadının idolü ve simgesi, çok yetenekli Camila Cabello üstleniyor. Filmde yer alan tek mücevher markası Bee Goddess ve tüm film boyunca hem Camila Cabello'nun hem de kraliçe rolündeki Minnie Driver üzerinde ışıltıyor. Bu proje Bee Goddess'ın hem tasarım gücünü hem de marka değerini bütün dünyaya tanıtarak bizi taçlandırdı.

On beş sene önce yola çıkarken biri bana bir gün 60 milyon takipçisi olan Camila Cabello adında bir dünya yıldızı, Cinderella filminde senin tasarımların ile ışıldayacak ve 240 ülkede kadınlar bu tılsımlardan ilham alacak deseydi, acaba ne düşünürdüm?

"Live Your Dream" koleksiyonun butiklerinizde ve satış noktalarınızda özel bir yeri olacak mı? Hangi ülkelerde satışta koleksiyonunuz?

Bee Goddess olarak; Türkiye, İngiltere, Azerbaycan, Amerika, Birleşik Arap Emirlikleri, Fransa, Hollanda, İspanya, İtalya, Japonya ve Çin olmak üzere on bir ülkede elli beş satış noktasında varız.

Bunun yanı sıra bizim için çok özel olan "Live Your Dream" koleksiyonunu marka dostlarımızla buluşturacağımız alanlar tasarladık. Harrods'taki eylül-ekim ve kasım aylarında Cinderella'dan ilham alan "Live Your Dream" koleksiyonu için bir pop up yaptık.

Bee Goddess'in büyüme planları neler?

Bu sene sonunda üçü yurt dışı olmak üzere toplamda on dört butiğimiz olacak. Mart 2019'da Bakü'de yurt dışındaki ilk Bee Goddess butiği açıldı. Ardından 2019 Eylül ayında Walton Street butiğimizin açılışı ile Londra'da da mağaza açan ilk Türk mücevher markası olarak öncülük ettik. Dubai Palm'deki, Raffles içinde yeni bir Bee Goddess butiği açmak için anlaşma imzaladık. Kasım 2021'de açacağımız bu butik ile Orta Doğu'da butiği olan ilk ve tek lüks tasarım Türk mücevher markası olacağız. 2022 yazı için Londra'da ikinci mağazamızı, Mykonos ve Ibiza mağazalarımızı açmak üzere karar aldık. Harrods'a ek olarak lüksün kalbi olan Orta Doğu'da QatarLafayette, Amerika'da Neimann Marcus, Hong Kong'da

Lane Crawford gibi dünyanın en değerli markaları ile çalışıyoruz. 1.5 sene önce girdiğimiz Kazakistan pazarında oldukça ilgi görüyoruz ve çok başarılıyız. Rusya, Danimarka ve Almanya ile görüşmelerimiz devam ediyor.

Devam eden başka bir marka iş birliğiniz var mı?

Susona Bodrum için bir koleksiyon hazırladım; Türkiye'yi çok özel bir kitleye tanıttığımız bu projede Türk mitolojisinden ilham alan Denizkızı Susona'nın hikâyesi önümüzdeki baharda Bee Goddess'in mücevherleriyle ışıldayacak.



"Bee Goddess olarak; Türkiye, İngiltere, Azerbaycan, Amerika, Birleşik Arap Emirlikleri, Fransa, Hollanda, İspanya, İtalya, Japonya ve Çin olmak üzere on bir ülkede elli beş satış noktasında varız."

Ece Şirin'in hayatı tasarımlarına nasıl yansıyor

Son yıllarda Londra ve İstanbul arasında yaşarken, şimdi Los Angeles ve Dubai duraklarını da ekleyince dört kıtada yaşayan bir dünya vatandaşı haline geldim. Güçlü, yaratıcı, başarılı, çalışkan, dost, başkalarını düşünen, iyiliği hayatının merkezine almış, kendinden memnun kendim gibi kadınlar için tasarladığım mücevherlerle sevgi ve ışık kovunu yaratmak istiyorum. Mucizelerimizin, hayallerimizin ve kendimize olan inancımızın eseri olduğuna inanıyorum. İnsan olarak en yüce potansiyelimi gerçekleştirmek; her gün yeni mucizelere imza atmak, mutluluk veren, mutlu ve enerjisi sürekli yükselen biri olmak demek. İşimle başkalarının hayatına ışık katmak çok değerli.





moda aktüel

FASHION WEEK ISTANBUL

BİR SEZONU DAHA GERİDE BIRAKTI!

Bu yıl üçüncü kez konuklarını dijital olarak ağırlayan Fashion Week İstanbul'a daha yakından bakıyoruz.

Yasin Buğra Levent

TÜRK MODA profesyonellerini dünya ile buluşturan, 12-15 Ekim günleri arasında dijital olarak gerçekleşen Fashion Week İstanbul'da ünlü tasarımcıların koleksiyonlarının yanı sıra, tasarımların sunulduğu yirmi dokuz kısa film, şovları takip edenlerin büyük beğenisini kazandı.

Fashion Week İstanbul'un ilk gününde podyum, "New Gen by İMA" defilesiyle açıldı. Defilede Berfin Özgür, Ercan Tenekecioğlu, Lidya Zengin, Mirey Demirci, Nadin Altıparmak, Nazlıcan Türker, Öykü Ece Uza ve Şeyma Hamamcı'dan oluşan sekiz genç tasarımcının koleksiyonları tanıtıldı.

İkinci şova ev sahipliği yapan Mehmet Emiroğlu, "A Language I Never Speak" isimli koleksiyonu ile ebeveynlerin arasındaki gizli dili anlatmak istediği şovuyla beğeni topladı. Kadın ve erkekler için ortak bir koleksiyon hazırlayan Selen Akyüz, dayanıklı ürünlere odaklanarak modanın hızını yavaşlatan, zamansız ve çok yönlü bir koleksiyon oluşturmayı amaçladığını ifade etti. Y PLUS by Yakup Biçer, "CODE" isimli koleksiyonuyla cinsiyet kalıplarını yıkmayı başardı. Tasarımcı, 2022 Yaz Koleksiyonu'nda yer alan denim kumaşın yanı sıra splash, gül ve kod desenli tasarımlar ile kendi içinde bir çeşitliliğe doğru yol aldığını gösterdi. İlk günün ikinci kısmı, Arzu Kaprol'un



moda aktüel

ilhamını Truva efsanesinden alan ve büyük aşklara adanan koleksiyonu -H.A.Y.A.L.- ile açıldı. Koleksiyonundaki tasarımlar, pandeminin zorlu şartlarının etkisiyle küçük ekipler ve tamamen elde üretilen zanaat teknikleriyle oluşturulurken; moda filminin çekimleri ise İstanbul Mağlova Kemerü'nin büyüğü ortamında yapıldı.

TAGG İlkbahar-Yaz 2022 Koleksiyonu'nu sergileyen Gökay Gündoğdu, ofis şıklığını rahat parçalarla daha fonksiyonel hâle getirmeye odaklanan tasarımlar sundu. "Celebrate Life" isimli koleksiyonu, sergilediği moda filmi ile pandemi döneminin bitişi "pozitif enerji ve yaşama sevinci" ile kutlarken hayata değer vermek ve yeniden kutsamak isteyen Dilek Hanif de tasarımlarında gün batımı tonları, ışıltılı geceler, eğlenceli tasarımlar ve yaz gecesi temalarına yer verdi.

Moda Haftası'nın ilk günü, Dice Kayek'in 18. yüzyıldan kalma bir Fransız kalesi olan Chateau'nun geniş arazisinde çektiği gerilim sineması tadındaki moda filmi ile sona erdi. Romantik tasarımların yer aldığı koleksiyonda kabarık etekler, 18. yüzyıldan ilham alan gömlekler ve 70'li yıllara gönderme yapan aksesuarlar dikkat çekti.

İkinci gün, Özlem Erkan'ın "AMA" adlı koleksiyonu ile açıldı. Günün ikinci şovuna ev sahipliği yapan Mert Erkan ise, "Hedonizm" felsefe akımından ilham aldığı koleksiyonunun çekimlerini Ortaköy'deki Tarihi Hüsrev Kethüda Hamamı'nda gerçekleştirdi. İklim değişikliğinin dünya üzerindeki canlı yaşamına etkisine dikkat çekmeyi amaçlayan Çiğdem Akın'ın "Zöhre" adlı koleksiyonunda başrolü, doğal yün kumaşlar ve toprak tonlara verdi.



Dilek Hanif tasarımlarında gün batımı tonları, ışıltılı geceler, eğlenceli tasarımlar ve yaz gecesi temalarına yer verdi.

Çiğdem Akın'ın "Zöhre" adlı koleksiyonunda başrolü, doğal yün kumaşlar ve toprak tonlara verdi.

Sürdürülebilirliği tasarımlarına yansıtan Niyazi Erdoğan, koleksiyonunu hazırlarken son dönemde yaşanan iklim değişikliğinden yola çıktı. LUG VON SIGA'nın kurucusu ve kreatif direktörü Gül Ağış, "TIMESCAPE" adlı koleksiyonuyla zaman algısına odaklanarak, eskiyle yeninin, geçmişle geleceğin, yavaşla hızının arasındaki bağlantıyı sorgulayarak karşımıza



moda aktüel



Nihan Peker,
annesine ithaf ettiği
koleksiyonuyla
moda haftasında
yerini aldı.

çıkı. Nihan Peker, papatyalardan ilham alarak hazırladığı, elbiselerin her birine ekibindeki kadınların adını verdiği ve annesine ithaf ettiği koleksiyonuyla moda haftasında yerini aldı. Çocukluğunun geçtiği 60'lı ve 70'li yılların Kalamış'ından esinlenen Mehtap Elaidi, "#KALKHEDONRIVIERA" adlı koleksiyonunda, çizgili desenler, halat detayları, yelken kumaşını andıran kumaşlar ve denizci temasını tasarımlarına başarılı bir şekilde yansıttı.



Lisans ve Master Class: Moda Tasarımı mezunları genç tasarımcıların yer aldığı Karma by İMA defilesi ile açıldı. Karma by İMA defilesinin ardından, Şebnem Günay'ın markası olan SBNM "La Piscine" koleksiyonunun moda filmi sahnelendi. Tasarımcının kendi anılarından ilham alarak hazırladığı koleksiyonda, yenilikçi, canlı dokular, spor-couture kesimler, güçlü silüetler ile ikonik renklerin birleşiminden ortaya çıkan sonsuz ve zamansız detaylar dikkat çekti. Tasarımcı Gökhan Yavaş ise çocukluğunun güzel anılarından ilham alarak hazırladığı "İMBAT" isimli koleksiyonunu modaseverler ile buluşturdu. Nedret & Yasemin Taciroğlu tarafından hazırlanan Nedo by Nedret Taciroğlu DEMI-COUTURE "Euphoria" koleksiyonu, pandemi sonrası yaşanan coşku ve enerjiden esinlendi.

Moda Haftası'nın son gününde podyum, İstanbul Moda Akademisi Moda Tasarım ve Teknolojisi Lisans ve Master Class: Moda Tasarımı mezunları genç tasarımcıların yer aldığı Karma by İMA defilesi ile açıldı.

Üçüncü günün açılışı, "Hayatı asla kitabına göre yaşamıyorum. Beni kalbim yönlendiriyor, aklım değil." diyen Prenses Diana'nın stilinden ilham alarak hazırlanan "BE LIKE DIANA" koleksiyonunun tasarımcısı olan Murat Aytulum defilesiyle gerçekleşti. Fashion Week İstanbul'a bu yıl ilk kez katılan Tuğba Atasoy, Murat Aytulum'dan sonra podyumda karşımıza çıktı. Başarılı tasarımcılar NEJ, RED BEARD by Tanju Babacan, Emre Erdemoğlu, DB BERDAN ve Özgür Masur üçüncü günü tamamladılar. Moda Haftası'nın son gününde podyum, İstanbul Moda Akademisi Moda Tasarım ve Teknolojisi



advertorial epal

Taşıma sırasında maliyetleri ve sevkiyatı kolaylaştıran **EPAL, avantajlarıyla lojistik zincirinin en önemli halkasını oluşturuyor**



TÜRKİYE SON yıllarda gerek kaliteli ürün ve hizmetleri gerekse yurt dışı politikaları sayesinde ihracat alanında hızlı bir yükselişe sahip. İhracatın artışı ülkemizin uluslararası ticarete saygınlığının artmasında ve ekonomik anlamda da rahatlamasına yardımcı oluyor. İhracat sırasında en önemli görev ise lojistik destek sağlayan firmalara düşüyor. Ürünlerin taşınması sırasında sevkiyatı kolaylaştıran ve aynı zamanda da maliyetleri minimuma çeken ahşap paletler, lojistik zincirin en önemli halkasını oluşturuyor.

EPAL PALETLERİN AVANTAJLARI

Ahşap paletler ile değerli ürünler taşınıyor ve bu nedenle paletlerin sağlam ve kaliteli materyaller kullanılarak üretilmesi oldukça önemli hale geliyor. EPAL Euro paletleri, dünya çapında EPAL teknik şartnamenin tek tip standardına göre üretiliyor ve onarılıyor. Böylece kullanıcılar ve ürünler için güvenli taşımayı garanti ediyor. EPAL, dünya çapında faaliyet gösterdiği 30'dan fazla ülkede paletlerinin kalite güvencesinden ve sürekliliğinden sorumludur.



Çevreye gösterdiği özenle ön plana çıkan EPAL paletler, dünya üzerinde en çok tercih edilen palet çeşitleri arasında yerini alıyor. Çoklu kullanım özelliği sayesinde, daha az ağaç kesilmesine ve böylece doğanın korunmasına destek sunuyor. En az 20 kez kullanılabilen paletler, EPAL lisansına sahip üyeler tarafından onarılabilir ve kullanım ömürleri yedi, sekiz yıla kadar çıkabiliyor. Ürünlerin kullanım ömrü ne kadar uzarsa doğaya verilen zarar da o kadar azalıyor. ISPM 15 standartları doğrultusunda ısıl işleme tabi tutulan EPAL paletler, çevreci düzene katkıda bulunuyor. Boyut çeşitliliğinin fazla olması ve uluslararası platformda standartlara sahip

olması, tasarımında kullanılan materyallerin kalitesi ve sağlamlığı gibi avantajlarıyla rakiplerinin önüne geçiyor. Ayrıca diğer tek kullanımlık ahşap palet modellerine oranla çok daha yüksek mukavemet seviyesine sahip olan EPAL paletler, hem taşıma hem de raflara yerleştirme sırasında kırılmadan kullanılabilir. Ürünlerin korunmasında önemli rol oynayan bu özellik aynı zamanda İş Sağlığı ve Güvenliği açısından da avantajlı bir kullanım sunuyor. Standartlaştırılan EPAL paletler uluslararası partnerler arasında değiştirilebilir ve böylece ürünlerin nakliye maliyetleri de azaltılabilir.

www.epalturkiye.com

Londra-Hong Kong hattında

büyüleyici ve romantik tasarımlar

Şiirsel koleksiyonlarıyla romantik kadınlara seslenen Bora Aksu ile kariyerinin dönüm noktaları ve Türk modası üzerine konuştuk.

Beijing, Şangay, Macao Parisian, Tokyo, Hong Kong, Singapur ve Kore'de toplam altmış dört mağazası bulunan Bora Aksu, en üretken tasarımcılardan biri. Koleksiyon yaratım sürecini ve ilham kaynaklarını kendisinden dinliyoruz.

Modaya ve kıyafetlere olan ilginiz nasıl başladı? İçinizdeki moda aşkını, mesleğiniz hâline getirmeye nasıl ve ne zaman karar verdiniz?

Kendimi bildim bileli kâğıt ve kalemle olduğumu, saatlerce hiç bıkmadan çizdiğimi hatırlıyorum. Her zaman görsel bir hafızam oldu. Şimdi bile ekibime bir şey anlatmak istersem, bunu yazarak değil, çizerek yapıyorum. 1996'da tasarımla yoğrulmak istediğim için Londra'nın yolunu tuttum. Central Saint Martins'e başvurduğumda giriş mülakatımı o zamanki, bölüm başkanı Wendy Dagworthy ile yapmıştım. Sadece çizimlerimin olduğu bir dosyayla yaptığım görüşmenin sonucunda kabul edildiğimi söylediklerinde yeni bir serüvene başladığımı farkındaydım. Bora Aksu'nun kim olduğunu, tasarım ruhunu keşfetmem bu serüven içerisinde

oldu. Üniversite eğitimimin üzerine yaptığım master eğitimini tasarım kimliğimi keşfettiğim bir dönem olarak adlandırıyorum. Yetenek ve çalışmanın yanında, doğru zamanda doğru yerde olmanın büyük bir önemi var.

Master eğitimimin mezuniyet defilesi, kariyerim için dönüm noktası oldu. Bu defile ile The Times, The Daily Telegraph ve The Guardian gibi gazetelerin beni defilenin yıldızı olarak göstermesi ve defile sonrası Dolce&Gabbana ikilisinin koleksiyonumu satın alması, moda dünyasında attığım ilk adımlar olarak kabul edilebilir. Aldığım ilk sponsorship ödülü sayesinde 2003'te Londra Moda Haftası'ndaki ilk defilemi gerçekleştirdim. Sonraki süreçte İngiltere Moda Konseyi tarafından dört kez yeni jenerasyon ödülü aldım. 2003 yılından beri Londra Moda Haftası'nın resmi listesinde yer alıp defile yapmaktayım. İlk defilemi gerçekleştirdiğim zaman, yaptığım tasarımların işe dönüşeceğini hiç düşünmemiştim.

Koleksiyon yaratım süreci içinde nelerden ilham alıyorsunuz?

Tasarım sürecinde algıyı mümkün olduğunca



moda stil





açık tutmaya çalışıyorum. Tek yönlü tasarıma inanmadığım için; bir fotoğraf, obje, hatıra hatta bir hayal bile bazen tasarıma başlangıç olabilecek çakmak görevi görebiliyor. Çok boyutlu bir meslek tasarımcılık ve iki önemli noktası var. Bir tanesi açıklanması zor ve sadece size özel "yetenek", diğeri de "emek". Yetenek belki çok fazla sizin kontrolünüzde değil, genetik olarak kişilerin farklı yeteneklere sahip olduklarını düşünüyorum. Ama o yeteneği geliştirmek için harcadığınız emek tamamen tasarımcının elinde. Çok çalışmak, özveri, sevgi hep bu emek kategorisine olması gereken donelerden.

Moda şovlarına nasıl hazırlanıyorsunuz?

Defileler bir tasarımcının vizyonunu sergilemek için kullandığı en ideal platform. Seçilen modeller, styling, mood ve müzik, bu vizyonu tamamlıyor. Moda gösterilerinin ve harcanan büyük bütçelerin pandemi ile değiştiğini düşünüyorum. Çok daha bilinçli, az ve özün önemli olduğu bir dönem başlıyor.

Şu an iki noktada, iki ekibim var. Bir ekibim Londra'da, burası daha çok yenifikirler üretmesinin ve yaratıcılığın ön planda olduğu bir nokta. Ne kadar seyahat etsem de tasarım fikirlerimi on iki kişilik ufak bir ekibimizin olduğu Londra'daki atölyemde üretiyorum. İkinci ofisimiz, altmış kişilik bir ekibimizin olduğu Hong Kong'ta. Burası daha çok lojistik, yönetim ve finans gibi kategorilerin olduğu bir platform. Orada bir tasarım ekibi var ama daha spesifik çalışıyorlar. Londra'daki çekirdek ekibimle, o sezon yaratacağımız mod ve tasarımların ana iskeletini oluşturuyoruz. Daha sonra bu bilgiyi Hong Kong'taki ekibe aktarıyoruz. Sonra kurulan iskelet doğrultusunda tasarım süreci başlıyor ve ilk numuneler üretiliyor. Üretilen numuneler üzerinden düzenleme yaparak koleksiyonu çok daha öz bir hale getiriyoruz. Bu, Londra'daki ekibimle gerçekleşiyor. Sonra defile ekibiyle koleksiyonun son formunu belirliyoruz.



Son zamanlarda gündemde olan sürdürülebilirlik kavramı sizin ve tasarımlarınız için ne ifade ediyor?

Pandeminin bize getirdiği bir yığın olumsuzluk yanında, dünyada yarattığı en büyük pozitif olgu insanlardaki algıyı değiştirmesi. Dünyayı hoyratça kullandığımız yılların ardından, kaynaklarının sonsuz olmadığını ve her şeyin hassas dengelerle ilerlediğini fark etmenin ve gelecek nesillere ulaşacak kaynakları korumanın önemini anlamış olduk. İlk koleksiyonlarımı hazırlarken kıyafetlerin kalıcılığını hedeflemiştim. Anneannemin kıyafetleri nasıl torunlarına kadar geçebildiyse,

İLKBAHAR-YAZ 2022 KOLEKSİYONUM, MATHILDE WILLINK'DEN ESİNLENİYOR

1970'li yıllardaki Hollanda sosyetesinin en eksantrik karakterlerinden olan Mathilde Willink'in kısa hayatı ve zamansız stili koleksiyona esin kaynağı oldu. Mathilde'nin renklerle dolu olan gardırobu ve ressam eşi Carel Willink'in yaptığı kalıcı makyaj, koleksiyonun renk paletine gönderme yapıyor.



moda stil

TASARIM DİLİMİN FOLK ROMANTİK BİR EZGİSİ VAR

Benim için farklı kültürlerin, bir arada çarpışarak yarattıkları etki çok önemli. Küçükken; annem ve ailesi el işleri ve örgülerle uğraşırlardı. O yüzden koleksiyonlarımda bir şekilde tığ işlerini ve örgüleri kullanıyorum. Onları ölümsüzleştirmek ve yeni bir boyuta taşıyarak güncelleşmesini sağlamak en büyük amacım.



bunu kendi tasarımlarımda da görebilmek benim için en büyük hediye.

Türk modasının içinde bulunduğu durumu ve Türk tasarımcıları nasıl değerlendiriyorsunuz?

Bence kesinlikle ilerlemeler kaydedildi, gerçi Türkiye çok hassas dönemlerden geçiyor ama moda ve sanat bir şekilde insanlara güç verebilmeli diye düşünüyorum. Türkiye’de moda açısından tek ses olabileceğimiz bir dönem. İstanbul inanılmaz bir esin kaynağı pek

çok sanatçı için, her köşesinde gizli bir hazine bulabilmek mümkün. İstanbul’un modaya yön verebilen bir şehir haline dönüşebilmesi için, bireysel tasarımcı sayısının artması ve bu tasarımcıların yarattıkları ürünlerin kabul göreceği bir marketin yaratılması gerekiyor.

Geçen yıllarda sizin de mentorluğunu üstlendiğiniz Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması’ndan ilhamla Türkiye’deki genç yetenekler hakkında ne düşünüyorsunuz?

Gençlere yatırım yapılmasının çok önemli olduğu kanaatindeyim. Tabii ki moda konusunda farkındalık sahibi olmak, zaman isteyen bir şey ve bunun bir gecede olmasını beklemek yanlış olur. Tasarım konusunda tutkulu bir genç neslin, şu an Türkiye’de eğitim aldığı düşünürsek, gelecekte bunun meyvelerini tüm Türkiye’nin göreceğinden kuşku yok.

Uluslararası bir tasarımcı olarak, Türk iş insanlarının giyimi hakkında neler düşünüyorsunuz?

Türk insanının en önemli özelliklerinden biri adaptasyon yetisinin çok yüksek olması. Dolayısıyla stillerin evrimleşmesi, Türkiye’de çok çabuk gerçekleşiyor. Günümüzde internet aracılığıyla bilgi akış hızının artmasının bunda çok büyük payı var. Örneğin İstanbul’daki sokak modasının çok Avrupalı bir görüntüsü var. Türk iş insanının hızla artan güveni ve kendini tanıması çok farklı stilleri görmemizi sağlıyor.

Moda endüstrisinin geleceğine dair umutlarınız neler?

Daha düşünceli, dünyaya iyi davrandığımız, daha az ve öz üretilen, daha bilinçli alışveriş edilen bir dünyanın oluşacağını ümit ediyorum.



ihracatta kadın

“Güçlü kadın, güçlü toplum için MÜCADELE EDİYORUM”

TİM Kadın Konseyi Başkan Yardımcısı Adalet İnanç; Türkiye'nin pandemi döneminde ihracat rekorları kırmasını hızlılık, lojistik becerisi ve de riski iyi yönetme şeklinde yorumluyor.

Yasin Buğra Levent



skişehir İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi'nde eğitim alan Adalet İnanç, Breyer State University İşletme Bölümü'nden mezun. Kariyerine 1974

yılında Garanti Bankası'nda başlayan başarılı iş kadını, çeşitli departmanlardaki yöneticiliğin ardından şube müdürü olarak 1995 yılında emekli oldu. Daha sonra Etsun Dış Ticaret Şirketinde Finansman Müdürü olarak çalışan İnanç, Genel Müdür Yardımcılığı ve Genel Müdürlük pozisyonlarının ardından şirketin Yönetim Kurulu Başkanı olarak görev yapıyor. Aynı zamanda Orta Anadolu Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Üyesi olan Adalet İnanç ile Etsun Dış Ticaret'in hikâyesi, Türkiye'de ihracat ve kadın konseyindeki rolü üzerine sohbet ettik.

Etsun Dış Ticaret'in hikâyesi nasıl başladı? Türkiye'nin en büyük 500 şirketi arasında yer almanın sırrı nedir?

Etsun Dış Ticaret'in hikâyesi, 1982 yılında Orta Doğu ülkelerine canlı hayvan ihracatı ile başladı. Bugün itibarı ile ağırlıklı olarak başta Azerbaycan olmak üzere Orta Doğu ve Türk Cumhuriyetlerine gıda maddeleri, inşaat malzemeleri makine ekipmanları gibi muhtelif ürünlerin ihracatını gerçekleştirmektedir.

Kalite, kredibilite ve ihracat yapmış olduğumuz firmalar ile uzun vadeli olarak çalışmayı hedeflemek olmazsa olmazımız; tüm bu faktörler firmamızın kurulduğu günden bu yana Türkiye'nin en büyük ihracat yapan firmaları arasında yer almasını sağlamaktadır.

Sektörleri ve ekonomiyi derinden sarsan, pandemiyle geçen 2020 yılını nasıl tamamladınız?

2020'de bütün dünyayı sarsan ve ülkemizi de olumsuz yönde etkileyen pandemi, şirketler üzerinde olumsuz etkiler yarattı. Ancak pandemi süreci özellikle ihracatçı firmalarımıza yeni fırsatları da beraberinde getirdi. Özellikle sağlık malzemesi, tekstil ve de gıda maddelerinde oluşan ihtiyaçlarına kısa sürede cevap vermeyi becerebilen firmalar ve firmamız bu süreci daha sağlıklı olarak geçirmeyi başarabildi. Kontrollü olmak, personeline özen göstermek ve piyasadaki gelişmelere hazırlıklı olmak bu devreyi geçirmek için gerekli.

Güncel ihracat verilerini nasıl değerlendiriyorsunuz? Sizce ülkemizde ihracatı nasıl bir gelecek bekliyor?

Dünya pandemi nedeni ile ekonomik olarak ciddi bir darboğazın içinde iken, ülkemizin ihracat rekorları kırmasını hızlılık, lojistik becerisi ve de riski iyi yönetme diye yorumlayabiliriz. Bu zor dönemleri aşmayı başarabilen ihracatçılarımızı, bundan sonraki dönemlerde yeni pazarlara genişleyen ürün gamında ihracat yapan, katma değeri yüksek ürünleri ihraç edebilen, gelişen sanayi ve dijital platformlarda ihracat yapan firmalar olarak göreceğiz.

TİM bünyesinde oluşturulan TİM Kadın Konseyi neyi hedefliyor, TİM tarihindeki önemi nedir?

TİM Kadın Konseyi, ihracat yapmayı hedefleyen kadınlarımızın karşılaştığı



İhracatta Kadın



olduğu sorunların çözümü, eğitim ve finans desteklerinin sağlanması, girişimci gençlerimizin uluslararası platformlarda etkin olabilmesi için gayret göstermektedir. Ülkemiz kadınlarının fırsat eşitliği sağlanmış bir toplumda olmaları ve yaratılan ekosistemle kadın ihracatçılarımızı hak ettikleri yere taşımak adına gayretimiz devam edecektir.

TİM Kadın Konseyi'ndeki rolünüzden bahsedebilir misiniz, bu konseyde ve STK'larda yer almanın sizin için önemi nedir?

TİM Kadın Konseyi içerisinde Kurumsal İletişim Komitesi olarak Türk toplumuna, ekonomisine, bilimine, sporuna ve kültürüne TİM'in ve kadın ihracatçılarımızın katkılarının vurgulanması adına farkındalık yaratacak çalışmalar yapmak asıl amacımız. TİM'in iletişim hedeflerinin, imajının ve kimliğinin geliştirilerek sürdürülebilmesi adına TİM'in tanıtımına katkıda bulunmak hedeflerimiz arasında. Kişisel olarak güçlü kadın, güçlü toplum felsefesine inanıyorum ve bunun için mücadele ediyorum. Bu nedenle, sivil toplum örgütlerinin bu amaca hizmet için en önemli organlar olduğunu biliyorum.



Konsey sonrası kadın ihracatçıların sayısında artış gözlemliyor musunuz, ilgi nasıl?

Kadın konseyinin yapmış olduğu çalışmaların toplumda ciddi bir farkındalık yarattığını gözlemlemek memnuniyet verici. Bu platformda rol almak isteyen kadınlarımızın istekleri oldukça önemli ve bu artarak devam edecek.

Başarınızın sırrını bizimle paylaşabilir misiniz?

Başarılı olmak isteyen kadınlarımızın iş hayatında mantıklı çözümler üretebilmek adına araştıran, takip eden ve günün koşullarına adapte olabilme becerisine sahip olmak gerekiyor. Çok çalışmak, eğitime önem vermek, yurdumuzun ve dünya insanını iyi tanımak, işini sevmek gerekiyor.

"TİM Kadın Konseyi, ihracat yapmayı hedefleyen kadınların karşılaştığı sorunların çözüm yolları, eğitim ve finans desteklerinin sağlanması, girişimci gençlerin uluslararası platformlarda etkin olabilmesi için gayret gösteriyor."

İş dünyasında başarılı olmak isteyen kadınlara önerileriniz nelerdir?

Başarılı olmak isteyen kadınlarımızın işin mutfağında olmaya erken yaşta başlamaları, eğitim dönemlerinde staja önem vermeleri, dünyadaki gelişmeleri yakından takip etmeleri, sabırlı olmaları gerektiğini bilmeleri gerekiyor. Kadınlar, kendinde var olan olağanüstü doğurganlık gücünü iş hayatında verimlilik gücü haline çevirebilmelidir.



özel işler



Geleceğin gemi ve yat inşası yeşil enerjiden geçecek

Emisyonu düşük ve dünyanın ilk LNG ile çalışan römorkörlerini yedi yıl önce inşa eden Sanmar, Kanada için de elektrikli üç adet elektrikli römorkör inşa ediyor.

Yasin Buğra Levent

T

ürkiye, farklı sektörlerde üretilen "özel işlerde" bazı markaların öncülüğünde küresel pazarda oldukça önemli bir konuma sahip.

Türkiye'de gemi ve yat, 2021 yılında en fazla ihracat artışı yaşayan sektörler arasında yer alıyor. Bu artışta römorkör ihracatının payı da oldukça önemli. Gemi, Yat ve Hizmetleri İhracatçıları Birliği Başkanı da olan Sanmar Denizcilik Yönetim Kurulu Üyesi Cem Seven, Türk römorkör ihracatçılarının dünyada ilk on arasında bulunduğunu ve ülke olarak İspanya, Hollanda, Singapur, Vietnam ve Çin gibi denizci ülkeler ile rekabet etiklerinin altını çiziyor. Cem Seven ile Sanmar'ın yeni projelerini ve Türk gemi inşa sanayisi üzerine konuştuk.

Küresel pazarda rakipleriniz kimler? Römorkör inşasında Türkiye'nin nasıl bir marka değeri oluştu?

Siparişlerimiz ağırlıklı olarak Avrupa'dan geliyor. Norveç, Danimarka ve İtalya en çok ihracat yaptığımız ülkeler arasında bulunmakta. Ayrıca İngiltere'ye olan ihracatımız da yükselen bir grafik çiziyor. Belli dönemlerde ise Kanada'dan sipariş alıyoruz. Hatta yeni kazandığımız bir ihale ile Kanada'nın kuzeyinde yeni inşa edilmekte olan doğal gaz tesisleri için LNG ile çalışan iki adet ve elektrikli üç adet olmak üzere toplamda beş römorkör inşa edeceğiz. Bugüne kadar ürettiğimiz römorkörler, yaklaşık kırk limanda çalışıyor.



özel işler

Römorkör inşasında nasıl bir talep söz konusu? 2021 Sanmar için nasıl geçti, gündeminizde yeni projeler var mı?

Pandemi sonrası bütün sektörlerde olduğu gibi römorkör inşasında da yükselen bir talep var. Bu sadece pandemi ile alakalı değil, keza yeni inşa edilen gemilerin boyutlarının büyümesi mevcut römorkörlerin bir kısmının güçlerinin yetersiz kalmasına neden oluyor. Manevra ve seyir güvenliği için römorkör işletmecileri, tersanelere daha güçlü ve manevra kabiliyeti yüksek römorkör siparişleri veriyorlar. 2021 yılı Sanmar için iyi geçiyor. Hedeflerimizi tutturduk. 2022 yılı için fazla sayıda teslimlerimiz olacak.

Türkiye'nin doğa dostu yeşil gemi inşasında şansını nasıl görüyorsunuz?

Sanmar, emisyonu düşük ve dünyanın ilk LNG ile çalışan römorkörlerini 2014 ve 2015 yıllarında Norveç'e inşa etti. Hâlihazırda düşük emisyonlu beş römorkörü de Kanada için inşa ediyoruz. Geleceğin gemi ve yat inşası yeşil enerjiden geçecek. Özellikle Norveç firmaları, düşük, hatta sıfır emisyonlu doğa dostu deniz vasıtalarının inşası için siparişler oluşturmaya başladı. Ülkemiz, inovatif ve yüksek mühendislik içeren gemi, yat ve ekipmanlarının inşası ve ihracatında hem tecrübeli hem de çok başarılı. Öyle gözüküyor ki fosil yakıtların kullanımı yakın bir gelecekte devre dışı kalacak, nadiren de olsa LNG kullanılacak ama esas yakıt türleri hidrojen ve elektrik olacak. Hatta orta vadede, depolama sorunu çözümlerse, deniz suyundan hidrojen elde edilerek seyir yapan birçok gemi ve yat görebileceğiz.

GYHİB Başkanı olarak, Türk gemi inşa sanayisinin 2021 yılındaki ihracat artışını nasıl değerlendiriyorsunuz? Bu artışta en büyük pay, hangi ürün veya alt sektörlerden geliyor?

GYHİB olarak 2021 sonu hedefimiz 1.4 milyar dolar. Ekim ayı itibarıyla 1.085 milyar dolar tutarında ihracat gerçekleştirdik. İhracatımızdan en çok payı her sene olduğu gibi yüzde 33 ile Norveç almakta. Bizim ihracatımızın en az yarısı Avrupa ülkelerine gerçekleşiyor. Yeni inşa olarak ihraç edilen ve en çok talep gören ürün gruplarımız ise feribotlar, balıkçı gemileri, platform destek



Sanmar Denizcilik Yönetim Kurulu Üyesi Cem Seven

gemileri, römorkörler ve yatlardan oluşuyor. İhracatın önündeki engelleri kaldırmayı başarabilirsek sektörün rahatlıkla 2 milyar dolar tutarında ihracat seviyesine ulaşacağını söyleyebiliriz.

"Sanmar, emisyonu düşük ve dünyanın ilk LNG ile çalışan römorkörlerini 2014 ve 2015 yıllarında Norveç'e inşa etti. Düşük emisyonlu beş römorkörü de Kanada için inşa ediyoruz."

Güçlü döviz, Uzak Doğu ülkelerine karşın, Türk gemi inşa sanayinin rekabet gücünü nasıl etkiliyor?

İhracatçının daha kolay rekabet edebilmesi için güçlü döviz tabii ki önemli. Ancak unutmamak gerekiyor ki güçlü döviz aynı zamanda enflasyonu da etkiliyor. Hem işçilik ücretleri hem de iç piyasadan tedarik ettiğimiz ekipmanların fiyatları da bir müddet sonra yükseliyor. İhracata destek veren yüksek döviz kuru, bir müddet sonra makro ekonomik parametreleri bozmaya başlıyor. Bizim talebimiz piyasalara zarar vermeyen ve ihracatçıya destek sağlayan dengeli bir kur.



aktüel rota

HIRVATİSTAN SPLIT'TEN İzmit Nikomedia'ya



aktuel rota

📍 Serda Büyükkoyuncu @serdabuyukkoyuncu





aktüel rota

BAŞINA GELMEYEN kalmamış, 1667'de büyük bir deprem, 1990'ların başında savaş atlatmış bir ülke Hırvatistan. Ama zor olanı seçerek tarihini korumayı, kendini yenilemeyi ve turizmin merkezi olmayı başarmış.

Kravat kelimesine adını veren ülkenin nüfusu bizdeki büyük şehirlerden az; 4,5 milyon bile değil. Ama turist sayısı nüfusunun üç katı. Bu yıl Türkiye'nin kaybettiği yabancı konukları da kendine çekmesiyle 16 milyon turistin adresi olacak. Dolu dolu bir tatil için aradığınız her şeyi bulabileceğiniz bir yer Hırvatistan. Yemyeşil doğadan ışıl ışıl sahillere, tarihi yapılardan lezzet duraklarına kadar ne ararsanız bulabilirsiniz.

Fransızca'da Hırvat anlamına gelen "croate" sözcüğünden türemiş "cravate". Askerlerin, avcılarının, çiftçilerin kir ve soğuk havadan korunmak için kullandıkları bir aksesuarmış. 1600'lü yıllarda Hırvatların boynunda gören bu aksesuarı beğenen Fransız Kralı XIV sayesinde yaygınlaşan kravat zamanla rütbe göstergesi olmaya başlamış.

Ülkenin başkenti kimilerinin çok sevdiği, kimilerinin çok sıkıcı bulduğu Zagreb. Hemen burada belirtiyim ki ben çok sevenlerdenim, özellikle de yılbaşı pazarlarının kurulduğu zaman.

Ban Jelacic Meydanı şehrin ana noktalarından biri. Tkalciceva Caddesi barları ve restoranlarıyla en hareketli yerlerden; özellikle akşamları. Yan yana dizilen onlarca kafeyle şehrin enerjisini yükselten bir diğer adres Mirka Bogovica Caddesi.

BİTMİŞ İLİŞKİLER MÜZESİ

Dolac Pazarı, Zagreb Katedrali,

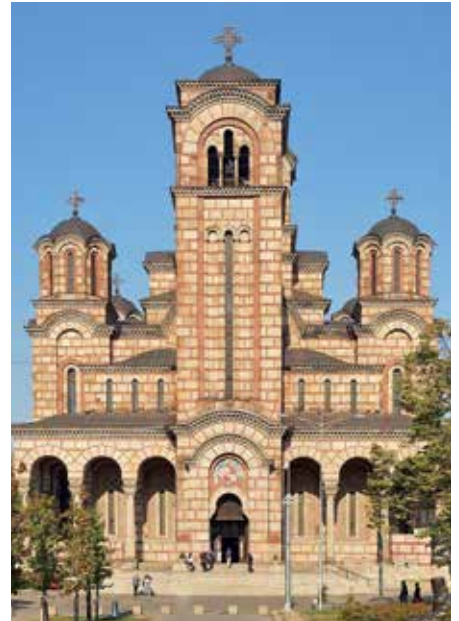
Markov Meydanı ve Aziz Mark Kilisesi gezilecekler listenizde bulunmalı. Zagreb'de sıra dışı bir müze var. Adı Bitmiş İlişkiler Müzesi. Dünyanın farklı yerlerinden birçok insan biten ilişkilerine ait objelerini göndermiş, hikâyelerini paylaşmışlar.

Ülkede mutlaka görülmesi gerekenler listesinin ilk sıralarında Plitvice Gölleri Milli Parkı yer alıyor. İçinde irili ufaklı on altı göl var.

DIOCLETIAN İZMİT'TE DE BİR SARAY YAPTIRMIS AMA YOK OLMUŞ

Belki biliyorsunuzdur günümüzün İzmit'i, Roma İmparatorluğu'nun bir dönem başkenti olmuştu. O zaman Nikomedia'ydı adı. Burayı başkent yapmaya karar veren kişi kimdi biliyor musunuz?

Sene: 245. Yer: Dalmaçya kıyıları. Tam da o yıl ileride Roma'ya imparator olacak Diocletianus doğuyor. Üstelik de babası bir senatörün kölesi. Şansı onu saraya yaklaştırıyor. Pek çok





askeri rütbeden sonra vaktiyle hizmet ettikleri, kendisine hizmet etmeye başlıyor. Yolun sonu imparatorluğa çıkıyor. Hem de Nikomedia'da imparator oluyor. Sonra da orayı Roma İmparatorluğu'nun Anadolu'daki ilk başkenti yapıyor.

Bu kararı vermesinde en önemli etkenlerden biri koskoca imparator çıkarmış bir kent olması diğeri de batıdaki Tuna ve doğudaki Fırat nehirlerine eşit uzaklıkta yer alması. O dönemin Asya'sı ve Avrupa'sının sınırında. Bu konum sayesinde her yöne karadan ya da deniz yolu ile çok kolay ulaşılabilir. Üstelik de Roma yolları üzerinden. Çok stratejik bir bölge yani.

Roma kadar güzel bir şehir yaratmak için Nikomedia'yı kalkındırmak için kolları sıvıyor. Kentin eski binalarının çoğunu yıktırıp çok daha görkemlilerini yaptırıyor. Başarılı da oluyor. O dönemin dünyasındaki dördüncü büyük kent haline getiriyor Nikomedia'yı. Kendisine,

karısına ve kızına saraylar inşa ettiriyor. Tapınaklar, Babil'in kent duvarlarından bile kalın bir hipodrom, darphane ve tersane de eklenince Nikomedia'nın ünü dünyaya yayılıyor. Hatta kentin nüfusu 100 bini aşıyor.

Yıllar geçiyor, başarılarının kıvancıyla yaşı ilerleyen Diocletianus, 305 yılında kendi isteğiyle emekliye ayrılmaya karar veriyor. Kendi isteğiyle tahttan ayrılan ilk Roma İmparatoru olarak da tarihe geçiyor.

Ve bu kez kendisine doğduğu topraklarda, Adriyatik Denizi kıyısındaki Dalmaçya-Roma eyaletinin başkenti Salona'da, bir emeklilik sarayı



Hırvatistan 2013'ten beri AB ülkesi. Çok yakında Schengen bölgesine ve Euro Bölgesi'ne katılacak. Hırvatistan, Türkler için kolaşlıkla en çok tercih edilen Schengen destinasyonu olabilir.





aktüel rota



inşa ettiriyor. Saray bahçesinde sebze yetiştirerek hayatının son baharını geçiriyor. 316 yılında ölene kadar da Diocletianus Sarayı'nda yaşıyor.

Kent 7. yüzyılda Avarlar ve Slavlar'ın gelişi ile Spalatum, yani Split adını alıyor. Ama saray günümüzde bile Split'in ana cazibe merkezi olmaya devam ediyor. Fakat kafanızdaki saraylardan farklı olarak surlar içinde kalsa da saray sınırları içindeki kilise ve tarih boyunca önemli olan binalar hala kullanılıyor. Eski Split nüfusunun büyük kısmını barındıran sarayı gezmek için İzmir'in kordon boyunun Split versiyonu olan Splitska Riva sahil yolu üzerindeki kemerli kapıdan geçmeniz yeterli. UNESCO tarafından 1979 yılında Dünya Kültür Mirası'na kabul edilen sarayın etrafında St. Dominus Katedrali, yer altında bulunan odaları, çan kulesi, vaftizhanesi ve Stari Grad'ın altın, pirinç, demir ve gümüş kapı olarak bilinen giriş kapıları ile Mısır'dan getirilmiş olan Sfenks görülmeye

değer. Pekii, size bir soru. Eğer bir ülkeyi, bir şehri bir konsolosla ve o ülkeye yatırımlar yapmış çok sevilen bir iş insanıyla gezerseniz, sizce o seyahat nasıl olur? Ya Hırvatistan İstanbul Konsolosu Dr Ivana Zerec ile ünlü iş insanı Sadettin Saran ise mihmandarlarınız? Şahane olur değil mi? Konsolos bizleri ağırlamak için öyle özen gösterdi ki görmeliydiniz. Üstelik şık akşam yemeğimize eşlik etmek üzere Split Belediye Başkanı Ivica Puljak ve milletvekili Marijana Puljak'ı davet edecek kadar da zarif. Çok sıcak, çok misafirperver bir konsolos, tam bir Türk dostu.

Sadettin Saran ise Kırıkkaleli devlet memuru bir baba ve Amerikalı bir annenin oğlu. Türkiye'de spordan medyaya; turizmden havacılık sektörüne kadar beş farklı sektörde otuz üç şirketi ve 3 bin 500 üzerinde çalışanıyla hizmet veren bir şirketler topluluğu. Bugüne kadar başta Doğu Anadolu ve Güneydoğu Anadolu bölgeleri olmak üzere pek çok şehirde yirmi iki spor okulu açmış, bu salonlarda her yıl on binlerce çocuğun spor yapmasını sağlamışlar. Bu geleneği Split'te de devam ettirdiği için orada da çok seviliyor.

Biz konaklamak için ikonik otel Le Meridian Lav'ı tercih ettik. İkonik çünkü Tito bile özel günleri için bu oteli tercih etmiş. Adriyatik Denizi kıyısındaki 5 yıldızlı otelin 400 odası, 800 metrelik özel plajı ve kendine özel 100 yatın barınabileceği tam kapasiteli bir marinası var. Odanızda uyanıp terasınızdan masmavi Adriyatik sularında salınan tekneleri, suya vuran güneşin ışık oyunlarını ve hemen altınızdaki berrak serin sulara nazır plajı görmek eşsiz güzellikte.



DOLU DOLU KRONE TECRÜBESİ

Çok işlevli ve taşıma kapasitesi
yüksek Profi Liner,
Tire / İzmir fabrikamızda
sizleri bekliyor.



■ Telefon: +90 216 304 36 36
■ www.krone.com.tr
■ info@krone.com.tr

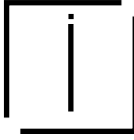


"Karbon nötr"

BİNALAR ÜRETMEK MÜMKÜN!

Mimar Selçuk Avcı, küresel katmanlılığa yanıt vermekten ve yarattığı zorluklarla uğraşırken dünyayı deneyimlemekten keyif aldığını belirtiyor.

Yasin Buğra Levent



İstanbul, Londra ve Ljubljana'da faaliyet gösteren Avcı Architects'in, otuz yıllık bir geçmişi bulunuyor. Kendini her zaman dünyaya ait hissettiğini belirten Selçuk Avcı, Afrika'da ve ABD'de de birer ofis açmayı planladıklarını dile getiriyor. Türkiye Mühendisler Birliği'nin birçok ödül kazanan Ankara'daki merkez binası projesiyle gündeme gelen Avcı ile sürdürülebilir mimariyi ve The Circle oluşumunu konuştuk.

Uluslararası bir mimar olmanın sizi besleyen ve tasarım çizginizi etkileyen noktaları hangileri?

Kendimi her zaman, bir ülkeye değil, dünyaya ait hissettim. Gezegenin aslında sınırları yok ve insanın, doğanın önemli bir parçası olarak doğa üzerinde işlediği mimariyi doğanın ayrılmaz bir parçası olarak görmesi gerek. İlginç olan, insanın çizdiği sınırlar, kültürün ve insanlığın ülkeden ülkeye değişen izlerini tanımlayarak, bu kültürlerin renklendirdiği karmaşık bir mekânsal yaklaşımlar mozaiği yaratıyor. Bütün bunların, dünyadaki ekolojik sistemlerin ve güzel manzaralardan oluşan bu mozağin hepsinin bir parçası olmayı istememek elde değil. Bir mimar olarak, bu küresel katmanlılığa yanıt vermekten ve yarattığı zorluklarla uğraşırken dünyayı deneyimlemekten keyif alıyorum. Bu kültürler, iklimler ve coğrafyalar mozaiğini deneyimleme ve bu mozaığa karşılık verme isteğim beni besliyor. Bütün mimari tasarım problemlerine aynı mercekten bakıyorum. Gözlerimiz her bağlamda aynı, iklime tepkimiz, jeolojiye ve coğrafyaya tepkimiz her bağlamda

aynı çünkü mercek değişmiyor. Bunun çok basit bir anlamı var; yeni bir yerle karşılaştığımızda, öncelikle fiziksel, sosyal, kültürel ve ekonomik bağlamını analiz edip yaklaşımımızı buna göre ayarlamalıyız. Örneğin, yağmurun çok az yağdığı ve güneş sıcaklığının insanların konforu açısından en güçlü faktör olduğu sıcak ve kurak bir çöl bölgesinde, binayı güneşin sıcaklığından korumaya özen göstermek, insanların yüzyıllardır orada nasıl yaşadığını anlamak ve bundan ders çıkararak öncelikle o bölgenin geleneksel mimarisine bakmak gerek. Kullandıkları malzemelere ve elbette bu malzemelerin manipüle edildiği kültürel kalıplara bakarak bunu günümüz bağlamına göre yorumlamaya çalışmak gerek. Ama mimari yaklaşımımız, geleneksel biçimleri sorgusuz sualsiz tekrarlamak yerine, günümüzün kültürel dalgalanmalarına uyarak her zaman çağdaş paradigmaya uymaya çalışmalı.

Avcı Architects, bugün kaç ülkede var ve tasarım felsefesi nedir?

Avcı Architects'in, 1989 yılında eşim ve ortağım Sanja Jurca Avcı ile şirketi kurduğum Londra'daki ofisiyle başlayan otuz yıllık bir geçmişi var. Şimdi İstanbul, Londra ve Ljubljana'da faaliyet gösteriyoruz. İngiltere ofisimiz pandemi nedeniyle nispeten hareketsizdi ancak İngiltere ortağımız David Turnbull'un devreye girmesiyle oradaki çalışmalarımızı yeniden etkinleştiriyoruz. Afrika'da ve ABD'de de birer ofis açmayı planlıyoruz. Yaşadığımız zamanın kaygılarına ve bugünle uyumlu çağdaş bir yaklaşımımız var ; "zamansız" olmayı ve sosyokültürel bağlamla ilgilenirken



tasarım dünyası



© Kivılcım Ajans



AVRASYA TÜNELİ MÜZESİ

Ortağım ve eşim Sanja Jurca Avcı tarafından tasarlanan sergilerden de bahsetmek isterim: Ljubljana'nın altında yatan antik Roma kentini anlatan Emona adlı sergi, Slovenya'da yetiştirilen Viyana'nın dans eden "Lipizzaner" atlarını konu alan Lipica adlı sergi, Slovenya'nın Ulusal Müzesi'nde yapılan Metalurji Tarihi sergisi ve yine Ljubljana'daki Etnografya Müzesi'nde yapılan Avrupa-Dışı Kültürler Etnografya sergisi ve son olarak İstanbul'da yaptığımız Avrasya Tüneli Müzesi gibi pek çok sergi tasarımı projemiz de var.



© Hufton and Crow

moda ya da ruh halindeki anlık yüzeysel değişikliklerden etkilenmemeyi hedefliyoruz. Ayrıca ipuçlarını seçilen malzemelerden ve karşımızdaki probleme yanıt vermemizi sağlayan mevcut teknolojilerden alan bir yaklaşımımız var. Tasarımımızın önemli bir özelliği de detaya düşkün olmamız. İşin bu yönü, bana detaylı düşünmenin ve tasarımın alt verilerini oluşturmak için gereken araştırma sürecinden kaçınılmamasının öğretildiği İngiltere'deki eğitimimden, oradaki kırk yıllık uygulama sürecimden geliyor. Felsefemiz, bütünsel veya "holistik" bir yaklaşımı benimsemek. Tasarımın mümkün olduğu kadar her boyutunu düşünmek için

kendimize yeterli zamanı ayırmaya çalışıyoruz. Tasarımı daha sofistike yapan şey bu bence. Zaman, tasarımı giderek daha katmanlı ve düşünülmüş hale getirmemizi sağlayan şey. Ve tamamen bütünsel bir yaklaşımı benimsemek için zamana ihtiyacınız var.

Mimarlığı sürdürülebilir kılmanın zorlukları neler?

Bence sürdürülebilirlik, bütün düşüncelerimizin temelinde yer alması gereken bir kavram. Sürdürülebilirlik her şeyle alakalıdır, sadece ekolojik bir yaklaşımdan ibaret değil. Bunu basitçe şöyle açıklayabilirim: Bugün herhangi bir faaliyet çerçevesinde, ister mimaride, ister ulaşımda, yemek ve eğlence endüstrisinde ya da başka herhangi bir endüstride yaptığımız şeyleri, kısa vadede değil, gezegenin geleceğine dair uzun vadeli etkiler açısından düşünmeliyiz. Mimarlığın karşı karşıya olduğu sorun çok açık: Eylemlerimizin gezegen üzerindeki zararlı etkisini en aza indiren yaşam, çalışma, veya eğlence ortamları yaratmak için kaynaklarımızı akıllıca kullanan binalar tasarlamamız gerekiyor. Biz mimarlar yapı endüstrisinin etken bir parçası olarak, bina yapımında ve işletilmesinde üretilen karbondioksitin yıllık yaklaşık yüzde 40'undan sorumluyuz. Karbondioksit, gezegenin atmosferinin etrafındaki koruyucu tabakaya zarar vererek küresel ısınmayı arttıran şeydir. Dünyanın birçok yerinde tasarımın bu zorlukları mimarlar, tasarımcılar ve mühendisler tarafından "net sıfır" emisyonu sahip yüksek enerji verimli binalar tasarlanarak karşılanıyor. Ancak bunun tek nedeni sadece mimarların kendi inisiyatifleriyle bunu yapmaya zorlanması



değildir. Bunların yapıldığı ülkeler, bu tür binaları tasarlamamızı sağlayan kurallar ve düzenlemeler getirerek sorumlu eylemlerde bulunan sorumluluk sahibi hükümetler tarafından yönetilmektedir. Türkiye'deki zorluk aslında daha çok hükümet düzeyinde; hükümetlerin çevreye verilen zararı en aza indirecek uygulanabilir düzenlemeler getirerek Birleşmiş Milletlere verdikleri sözleri tutup daha da ileri götürmesi gerekiyor. Zor olan her şeyde olduğu gibi işler iyice zorlaşana kadar yeterli önlem almayacağız.

Mimari projelerde karbon emisyonunu azaltmak adına neler yapıyorsunuz? Yakın zamanda karbon nötr binalar yapmak mümkün olabilecek mi?

Bina yapmanın hemen her alanında bir tür şiddet eylemi var. Ağaçları kesersiniz, kayaları delersiniz, çelik yapmak için maden eritirsiniz, cam yapmak için kumu eritirsiniz vb. Hepsi karbon yoğun süreçlerdir. Yani, beğenseniz de beğenmeseniz de mimar olarak bu şiddet eyleminin bir parçasısınız. Bu nedenle, eğer bu gibi yöntemler kullanılırsa tamamen karbon nötr bir bina tasarlamak neredeyse imkânsızdır. Bu şiddet eylemlerini nötrleştirmenin tek yolu, eylemleri azaltmak ve kaybedilen şeyleri geri kazandıran eylemlerle süreci dengelemek. Bunun basit bir örneği, ormanların üretimi ile tüketimi arasındaki farkı azaltan bir süreç olan ağaçlandırmadır. The Circle'da devam eden, daha sonra değineceğimiz Woodlife sergisi ve sempozyumunda bu gibi konuları konuşuyoruz. Ahşap, çevresel açıdan çok iyi bir örnek çünkü ahşabı daha fazla ağaç dikerek veya iyi yöneterek yeniden oluşturabilirsiniz. Yani evet, karbon nötr binalar üretmek mümkün, ancak tamamı projenin parametreleri dâhilinde değildir bunun. İnşaatın kötü etkilerini, ancak zararlı faaliyetleri dengeleyen diğer "karbon negatif eylemlerle "sıfırlamaya" yönelebilirsiniz.

Bugüne kadar yurt dışında kaç proje yaptınız? İmza attığınız projelerden biraz bahsedebilir misiniz?

Projelerimizin kapsamını göstermek için, Londra'nın eteklerinde tasarlanan ve Sanskritçe'de "benzersiz" anlamına gelen Nirala adlı bir aile evi ile başlayarak tarihimizdeki önemli projelerden birkaçından bahsedebiliriz. Ardından, Proctor and Gamble, AIG, Fox



© Büşra Yeltekin

TV, Hewlett Packard, Kuene Nagel Logistics ve INC Moleküler Araştırma şirketi gibi birçoğunu gerçekleştirdiğimiz ofis düzenleme projelerimizin ilki olan Londra'daki British Telecom'un genel merkez ofisi projemiz var. Bir dönem bir İtalyan yatırımcı ile Floransa'da 14'üncü yüzyıldan kalma Palazzo Tournobuoni'nin rezidansa çevrilmesi, ardından Budapeşte'de, 18'inci yüzyıldan kalma Dorottya Has adlı tarihi restorasyon ve karma kullanım projesini ürettik. Daha sonra bunu Prag ve Belgrad ve Ljubljana'daki karma kullanımlı perakende projeleri izledi. Gana'daki Accra Havalimanı da Afirka'da ilk projemiz ve üzerinde çalıştığımız ilk havalimanı oldu. Daha sonra Şölen Çikolata aile grubu ile İstanbul Güneşli'de bir kule inşa etmek üzere bir karma proje üzerine çalıştık. Belki de en çok konuşulan projemiz Türkiye Müteahhitler Birliği'nin hem tasarım hem de sürdürülebilirlik alanında Türkiye'de ve yurt dışında birçok ödül kazanan Ankara'daki



ONLARCA DEVAM EDEN PROJE...

Afrika'da bir konferans ve fuar merkezi. Suudi Arabistan'da Cidde'de bir yerleşim bölgesi, Riyad'da alışveriş merkezi, Riyad'da özel bir park ve ziyaretçi salonu. Türkiye'de, Gaziantep'te bir ofis merkezi, Ege kıyısında bir sanat okulu Ekoköy ve İstanbul'da bir lise. Hırvatistan'da bir ev, Slovenya'da birçok sergi projesi ve Londra'da bir konut projesi.

merkeziydi. Ayrıca Türkiye'de uluslararası müteahhit / yatırımcı Summa'nın İstanbul'daki genel merkezi de önemli projelerimiz arasında. Henüz gerçekleştirilmemiş olsa da önemli bir proje de, BM Habitat organizasyonu tarafından sürdürülebilir kentsel tasarıma bütünsel yaklaşımıyla dikkat çeken Suudi Arabistan'daki Al Khobar'da karma kullanımlı bir projemiz. Şu anda buna benzer projelerde Cidde ve Riyad'da benzer ölçeklerde çalışıyoruz. Kongo, Brazzaville'deki Kintele konferans merkezimiz ve resort otelimiz, Afrika'da ödül kazanan ilk büyük projemizdi. Brazzaville'deki finansal bir krizden sonra duraklayan devlet bakanlıklarını içeren bir sonraki büyük projemizin yeniden başlatılmasını bekliyoruz.

The Circle'ı hangi motivasyonlarla hayata geçirdiniz, gündemdeki faaliyetlerinden bahsedebilir misiniz?

The Circle'ın çıkış noktası, 90'lı yılların başında oluşumunu, mimar eşi Ranko Bon ile birlikte başlatan sanatçı arkadaşımız, Lauren Bon'un Hereford Salon grubuydu. The Circle, yakın arkadaşım ve meslektaşım Prof. Yüksel Demir, Prof. David Turnbull, Urbanista Gayrimenkul Geliştirme şirketimizdeki ortağım Markus Lehto ve hayat arkadaşım Sanja Jurca Avcı ve paydaşlar olarak zaman içinde bu projeye dâhil olan ve içerisinde gerek,

mimarlar, ressam, yazarlar, iletişimciler ve tasarımcıların da olduğu, enteresan ekibimizin katkıları ile başladı.

2018'deki kuruluşundan bu yana, The Circle platformunu yönlendiren ideallere şekil vermeye başlayan birçok proje yarattık. Bu faaliyetler arasında sergiler, söyleşiler, yürüyüşler, konferanslar, festivaller, sempozyumlar, hatta tiyatro ve dans etkinlikleri de yer alabilir. The Circle'ın en önemli aktivitelerinden biri, 2019'da ilki yapılan kırk yaş altı genç mimarları üretimlerini sergilemeye ve diyaloga teşvik eden Genç Mimarlar Seçkisi ve Sergisi (GEMSS) adlı bir projeydi. Buradaki fikir, başarılı düşünürlerden (mimarlar, kentsel tasarımcılar, yazarlar, sanatçılar ve iş dünyası liderleri) oluşan multidisipliner bir seçici jüri tarafından yönetilen titiz bir seçim süreci aracılığıyla, genç ve gelecek mimarları bir araya getirmek ve bunu gezici bir sergiye dönüştürmekti. Ekim ayında sonlanan GEMSS '21 dönemi seçkisi 120 başvurunun ardından tamamlandı ve 15 Aralık'ta açılacak serginin çalışmalarına başlandı. Serginin 2022'de İngiltere, İsveç ve Orta Doğu'daki kardeş kurumların mekânlarına taşınması için görüşmelerimiz devam ediyor. Oluşturduğumuz en önemli ikinci etkinlik, Binat Danışmanlık'tan Banu Binat ile ortaklaşa düzenlediğimiz ve dünyanın dört bir yanından binlerce katılımcıyı ağırlayan 2020 İstanbul Mimarlık Festivali oldu. #WoodlifeSweden projesi, mimarlık dünyasında ahşabın sürdürülebilir kullanımına odaklanıyor. İsveç Enstitüsü ile iş birliği içinde yürüttüğümüz proje, Türkiye'den birçok şirketin yanı sıra yerel kurumlar ve belediyeler tarafından destekleniyor. Türkiye'nin inşaat sektöründe ahşabın sürdürülebilir kullanımını canlandırmayı hedefliyor. Projede, İsveç Mimarlar Derneği, Türkiye Ulusal Ahşap Birliği (UAB) ile birlikte, kendi sektörümüzü sürdürülebilir bir geleceğe doğru geliştirmemiz için bize rehberlik etti. Kâr amacı gütmeyen bir kuruluş olarak, bu projeleri tasarım ve inşaat sektöründeki dostlarımızdan ve destekçilerimizden yardım almadan gerçekleştiremeyiz ve bunlar arasında GEMSS'te ana sponsorlarımız olan Vitra ve Şişecam gibi önemli isimler yer alıyor.

MARKAYI

başarıya götüren yol...

adres  patent

"Katma Değerli Hizmet Merkezi"

Marka

Patent

Tasarım

Coğrafi
İşaretler

Telif Hakları

Adres Patent

Levent Cd. Kızıntem Sk. No: 33 Levent / Beşiktaş / İSTANBUL • Info@adrespatent.com www.adrespatent.com.tr

İSTANBUL - LEVENT
0(212) 347 89 89
info@adrespatent.com

İSTANBUL - SİĞIRCI
0(212) 272 60 48
info@adrespatent.com

MERTEP
0(212) 890 55 50
www.adrespatent.com

İKİTELLİ
0(212) 549 43 70
info@adrespatent.com

ANADOLU
0(216) 386 26 88
info@adrespatent.com

GEÇİZE
0(530) 176 85 72
info@adrespatent.com

ANKARA
0(312) 232 62 85
www.adrespatent.com

İZMİR
0(232) 425 20 40
www.adrespatent.com

DENİZLİ
0(258) 265 69 12
www.adrespatent.com

LONDRA
+44(0)205 272 99 99
www.adrespatent.com

ANTALYA
0(242) 321 00 89
www.adrespatent.com

MARMARA TEKNİKLERİ
0(262) 676 62 45
www.adrespatent.com

adres  patent

"Katma Değerli Hizmet Merkezi"

www.adrespatent.com.tr



Op. Dr. Dilek Avşar

Ben de Antalya delegeler buluşmasındaydım

Çok değerli TİM-REPORT okuyucuları, bu ay sizinle Eylül ayında Antalya'da gerçekleştirilen ve bizlerin de katılmaktan mutluluk duyduğu Türkiye İhracatçılar Meclisi Delegeler Buluşması gözlemlerimi ve orada yaptığımız konuşmamızdan satır başlarını aktarmak istiyorum. Bunun devamında da özellikle iş dünyasının erkek yöneticileri için bakım önerilerimi okuyabilirsiniz. Keyifli okumalar dilerim.

Ülkemizin dört bir yanından TİM Başkanı Sayın İsmail Gülle'nin ev sahipliğinde çok farklı sektörden bölge başkanları, üyeleri olmak üzere yaklaşık 400 kişi, tarihi ve doğal güzellikleriyle öne çıkan Antalya'da bir araya geldik. TİM İhracatçılar Meclisi Delegeler Buluşması'nda ben ve Op. Dr. Yakup Avşar mesleğimizi temsilen oradaydık. Öncelikle belirtmek isterim ki bizi Antalya'da ağırlayan, yoğun iş hayatından koparmak, çok faydalı bilgiler edindiğimiz ve dostlarla bir araya geldiğimiz bu güzel buluşma için TİM'e ve Başkanımız Sayın İsmail Gülle'ye teşekkürlerimi bir kez daha buradan da iletmek isterim. Yazımın devamında da orada yaptığımız

konuşmadan detayları sizlerle paylaşacağım.

BİZ NEDEN ORADAYDIK?

Ahu Orakçıoğlu'nun moderatörlüğünde Siren Ertan, Hakan Akkaya, Zeynep Yılmaz ve Şafak Çak ile birlikte günümüzün en çok istenen ve talep edilen "genç ve sağlıklı kalmak, görünmek" konusunda Plastik ve Rekonstrüktif Cerrahlar olarak bu konu dâhilinde önerilerde bulunmak için oradaydık. Estetik cerrahinin geldiği noktada doğallığımızı kaybetmeden yaşımıza göre iyi görünmek için neler yapıldığını anlattık. Sempozyumda özellikle Op. Dr. Yakup Avşar'ın salona aldırıldığı toplu nefes egzersizi katılımcılardan oldukça ilgi gördü.

GENÇ VE SAĞLIKLI KALABİLME TRENDİ

Bugün artık herkes daha sağlıklı olabilmek daha genç görünmek ve bunun sürdürülebilir olması için yaşam tarzını daha sağlıklı daha doğal unsurlar üzerine kurmaya çalışıyor. Beslenme alışkanlıkları, uyku düzeni, egzersizler, yoğun iş hayatının temposunda zinde görünmenin olmazları. İnsanlar, lider pozisyonunu muhafaza edebilmek için tüm hayatını bunlara göre düzenleyip hatta kıyafetlerinde bile daha sağlıklı kumaşları, sürdü-

rülebilir, dönüştürülebilir tercihleri hayatına sokuyor. Peki biz estetik cerrahlar bunun neresindeyiz?

Sizlerin de bildiği gibi hepimiz aslında karşımızdaki kişinin bizi gördüğü, hissettiği kişiyiz. Karşımızdaki kişide bıraktığımız intiba bizim imajımız. Biz estetik cerrahları da bu imajda; daha sağlıklı daha zinde daha genç ve taze bir görünümün elde edilmesinde bir rehber olarak görüp, kabul edebilirsiniz. Özellikle iş dünyasında tanınmış kişilerin, yoğun çalışma temposu içinde bizlerden alacakları desteklerle özellikle görünümünü her daim taze, genç ve dinç tutmaları için varız. Bu tempoda kadınların işleri daha kolay, çünkü bir kadının bakımlı görünmek için gittiği doktoru, yaptırdığı müdahaleleri anlatmasını kimse yadırgamaz, ancak bir erkeğin bunun yaptırırken hem doğallığını koruması önem arz ediyor. Bu noktada ailelerde erkeği yüreklendirmek ve destek olmak da ailenin kadınlarına düşüyor. Konuşmamızda bu konuya da değindik. Bununla birlikte özellikle üst düzey işe alımlarda genç ve dinamik görünmek artık çok dikkat edilen bir konu, dolayısıyla yaştan bağımsız olarak var olan imajı tamamlamak için gönül rahatlığı

“VİTAMİN, MİNERAL, AMİNO ASİT, SOMON DNA VE PEPTİTLERİ CİLDE TATBİK ETTİĞİMİZ UYGULAMALARI AYDA BİR KEZ OLMAK ÜZERE ALTI, SEKİZ SEANS OLARAK ÖNERİYORUM.”



ile doktorlara başvurabilirsiniz. Yazımın devamında iş dünyasının patronlarına faydalı olacak, daha genç ve tazelenmiş görülmeleri için yaptırabilecekleri uygulamalar hakkında bilgi paylaşmak isterim. Özellikle cilt bakımı ve nem aşuları erkeklerin tazelenmiş görünümleri için çok önemli uygulamalar.

CİLDİN İLK AŞAMASI CİLT BAKIMIDIR

Cilt bakımı, yaptıran için bir keyiftir, yoğun iş hayatına bir saat vermektir. Hydrafacial ise cilt bakımından alınan keyfi katbekat artıran cihazlı bir cilt bakım uygulamasıdır. Hydrafacial ile yeni nesil cilt bakımlarının temelinde bazı özellikler geliştirildi. Bu bakımların amacı, yıpranmış cildi onarmak ve yaşlanmasını durdurmak. Günümüzde cilt PH'ına uygun solüsyonlarla dışarıdan sıvılar püskürtülerek cilt üzerindeki ölü tabaka atılıyor. Cilt, kendini yenilemek için aldığı uyarılar-

la kan dolaşımını hızlandırıyor. Dolaşımın artması ile cildin oksijenlenmesi daha iyi hale geliyor ve tazelenme başlıyor. Sonrasında vakumlama başlığı çalıştırılarak yüz, dekolte ve boyundaki lenfatik akım hızlandırılıyor. Böylece cilt altında biriken toksinler lenfatik dolaşıma atılarak vücuttan uzaklaştırılıyor. Artan lenfatik dolaşım ile birlikte, ciltteki asıl problemi gidermek için tedavi başlıyor. Cilde daha fazla nem sağlayacak vitamin mineralleri ve aminoasitlerden oluşan solüsyonlar cilt altına taşınıyor. Son olarak, cildi dinlendirmek ve nemini içine hapsedmek için özel nem maskeleri ile işlem bitiriliyor.

YOĞUN İŞ HAYATININ YORGUNLUĞUNU SİLEBİLİRSİNİZ

Özellikle erkek hastalarımız botoks, dolgu gibi uygulamaları radikal buldukları için yapamıyoruz. İfade değişikliği olmadan daha doğal daha genç ve sağlıklı-



lı bir cilt için, nem ve vitamin desteği uyguluyoruz. Cildin ihtiyacı olan vitamin, mineral, amino asit, Somon DNA ve peptitleri cilde tatbik ettiğimiz uygulamaları ayda bir kez olmak üzere altı, sekiz seans olarak öneriyorum. Böylece DNA hasarını serbest radikallerin cilde verdiği zararı, sigara ve alkol gibi alışkanlıkların ciltte açtığı tahribatı en aza indirebiliyor, yorgun ifadeyi silebiliyoruz. Bir erkek için de en önemlisi tazelenmiş, genç görünen bir cilt olmalı.



Prof. Dr. Berrin Pehlivan

Sağlıklı yaşam zorunluluk hâline geldi

Bugünlerde en önemli konumuz sağlıklı yaşam, çünkü pandemi öncesi sağlıklı yaşama arzusu bir moda veya trend konumundayken, pandemi ile bir zorunluluk haline geldi. Bizler artık kanser dahil hastalıkların çoğunun kalıtsal olmadığını, yanlış seçimlerimiz ve alışkanlıklarımıza bağlı olduğunu biliyoruz. Ancak 21'inci yüzyıl bilim ve teknolojisinde herkese uyan bir ilaç, tedavi veya yaklaşımdan bahsetmek mümkün değil. Rahatsızlıkların, hastalıkların kaynağında, genetiğimize uygun olmayan yaşam tarzı yatıyor. Hızlı yaşlanma da bu durumun sonuçlarından biri. Bu ilk ay, daha uzun vadeli tedbirlerle sağlığını ve zindeliğini kontrol altında tutmak isteyen herkesin ilgisini çekecek bir konudan bahsedeceğim; "kişiyeye özel wellbeing."

WELLBEING NEDİR?

Wellbeing, adından da anlaşılabileceğimiz gibi kişinin kendini iyi hissetmesi; bedensel, ruhsal ve zihinsel olarak tam bir iyi olma hâlini ifade ediyor. Yani hepimizin peşinde olduğu bir hayat biçimi... Bu yeni sağlık terimi, "tedavi etme" odaklı sağlık sistemine karşı, hasta olmamayı tercih eden günümüz insanının sloganı haline geliyor.

Ancak hasta olmamak, uzun yaşamak ve dinç kalmak da emek, zaman, disiplin ve rasyonel seçimler gerektiriyor. Bu çözüm için yapmamız gerekenler çok zor değil. En basiti, algımızı dışarıdakilerin neyi nasıl yaptığından çok kendimize çevirmek gerekiyor. Vücudumuzun, beynimizin, bünyemizin sevmediğini zorla içeri almamak; bunun bir adım ötesine gidip genetik testlere başvurmak ve kendimizi, hücrelerimizi biraz daha iyi ve net tanımak önemli. Yani 21'inci yüzyıl bilim ve teknolojisinde "iyi hissetme" avantajını genetiğimize göre sağlamalıyız. İnsan Genom Projesi wellbeing, wellness anlayışında da bilimsel bir devrim yaşattı ve artık sağlıklı kalmak genetiğimize göre yapacağımız seçimlerle çok fazla bağlantılı...

İNSAN GENOM PROJESİ NEDİR?

26 Haziran 2000 tarihinde ABD Başkanı Bill Clinton ve İngiltere Başbakanı Tony Blair tarafından dünyaya açıklanmıştı. Projenin temel amacı, DNA'mızdaki 3 milyar kadar baz çiftinin dizilimini ve bunların yüzde 2 ile 5'ini oluşturan genlerin yerini bulmaktır. Elde edilen veriler, DNA bilgisinin yüzde 99.9'unun, tüm insanlar için ortak olduğunu ortaya koydu. Şok edici olan ise geriye kalan bu küçük

farkın, birbirimizden bu kadar başkalaşmamıza yetmesiydi.

GENETİK TESTLERLE YAŞANAN DEĞİŞİM

İnsanlar arasındaki bu küçük genetik farklılıklar, birçok konuda kişileri birbirinden ayırıyor. Bu noktada herhangi birine yarayan bir ilaç, aksiyon, başka birine faydalı gelmeyebiliyor. Lafın kısası, herkese uygun tek bir diyet, tek bir takviye yok. Spor gibi faydalı olduğu düşünülen bir aktivite bile herkese her durumda faydalı olmayabiliyor. Genetik yapı, yapılması gereken spor faaliyetini bile belirliyor. Bu genetik yol haritasının erken yaşta tespit edilmesi ise insan hayatına sorunu yaşamadan edineceği çözümler, hiç girilmemiş karanlık yollar anlamında kazanımlar sağlıyor.

GENETİK TESTLER İLE NELER YAPABİLİRİZ?

Öncelikle genel sağlık durumunuzu; kilonuzu, detoks kapasitenizi, kalp damar, kemik sağlığınıza, fiziksel ve ruhsal zindeliğinizi analizlerle ayrı ayrı belirliyor, bir sağlık haritası gibi masaya açıyoruz. Ardından yaşam şekliniz ve genetik geçmişiniz ile genel durumunuzun analizini yapıyoruz. Tüm bu bilgiler, hayat tarzınızın ve beslenmenizin ne şekilde devam etmesi gerektiğini gözleri-

“HAYAT KALİTEMİZİ, SAĞLIĞIMIZI VE YAŞLANMA SÜRECİMİZİ BELİRLEYEN, ZAMAN İÇERİSİNDE GENLERİMİZE NASIL DAVRANDIĞIMIZDIR.”

mizin önüne seriyor. Kalıtsal durumunuzu, yani ailenizden size aktarılan genleri değiştiremiyoruz ama seçimlerimizle zaten mutasyona uğrayan ve hastalıkları yaratan genlerimizle en uygun yaşam şeklini yaratabiliyoruz. Genetik testler ışığında belirlediğimiz ideal gereksinimleriniz ile genlerinizin optimal aktivasyonunu sağlayabiliyoruz.

Hayat kalitemizi, sağlığımızı ve yaşlanma sürecimizi belirleyen, zaman içerisinde genlerimize nasıl davrandığımızdır. Vücudumuza aldığımız besinlere veya karşılaştığımız kimyasallara nasıl tepki vereceğimizi genlerimiz belirler. Hücrelerimizde milyonlarca enzimatik reaksiyon oluyor ancak bu hepimizde aynı sonuçları sağlamıyor. Nasıl işlediğini veya bazı mekanizmaların işlemediğini önceden bilmek sizin yaşam biçiminizi en doğru şekilde seçmenizi sağlayacaktır. Neyi yiyip neyi yememeniz gerektiğini, aldığınız ilaçlardan ne kadar faydalanacağınızı ve daha bir sürü detayı bırakın genleriniz söylesin! Çünkü onlar, sosyal medyada ve ekranlarda her gün ne yapmanızı ve ne tüketmenizi gerektiğini söyleyen üçüncü şahıslardan daha bilgili ve olayın tam merkezinde!

Genetik testlerin nerede nasıl yapıldığı, yorumlayan kişile-



rin bilimsel ehliyeti ve geçmişide dikkat edilmesi gereken bir diğer konu. Biz hâlihazırda genetik biliminden fazlasıyla yararlanmaya başladık. Genetik hakkında bildiklerimizin tüm testleri ve yorumcuları standardize etmesini sağlayacak kadar gelişmediğini, bu yüzden de güvenilir laboratuvarlara ve analiz okuyucularına ihtiyacınız olduğunu özellikle eklemem gerek.

Bu yazının muhatapları benden çok daha iyi bilecektir; yöne-

tim sanatı, yönettiğiniz kitleyi de kütleyi de tüm nüveleriyle bilmeyi, dinlemeyi ve dikkate almayı gerektirir. Sağlığınız ve bedeniniz kusursuz yönetiminize ihtiyaç duyan en hayati varlığınızdır. Tüm zerreleriyle dinlemeli, durumu berrak bir zihinle anlamalı, çözümü profesyonellerle paylaşmalı ve keyfinize bakmalısınız. Bu konuda net bir tercihiniz olduğunda, artık buradayız; sorunlar yaşanmadan görüşmek ise en büyük temennimiz.



GİRİŞİM EKOSİSTEMİ



Ravinspect Kurucu ve CEO'su Mehmet Boztepe

Ravinspect, Inspector Stock ile dijital dönüşümü hızlandırıyor

Çalışmalarına havacılık sektörüyle, uçak yüzey muayene sistemi fikriyle başlayan Ravinspect'in hikâyesini kurucusu ve CEO'su Mehmet Boztepe'den dinliyoruz.

G

eliştirdiği robotik teknolojiler ile firmaların dijitalleşmesine katkıda bulunan Ravinspect, 2022'de

hem Avrupa hem de Amerika pazarına girmiş olmayı hedefliyor.

Ravinspect'in hikâyesi nasıl başladı, bu girişimi hayata geçirirken hangi motivasyonla hareket ettiniz?

Biz aslında çalışmalarımıza havacılık

sektörüyle, uçak yüzey muayene sistemi fikriyle başladık. Bunun da temeli aslında benim okul dönemime, hava yolu firmalarında yaptığım stajlarıma dayanıyor. Uçak yüzey muayenelerinin saatler süren bir süreç olduğunu fakat bu sürecin büyük kısmının yüzeye erişimden kaynaklandığını fark etmiştim. 2017 yılı ortalarına geldiğimizde o zamanki tırmanış partnerim, şimdi ortağım olan Aykut Kabaoğlu'na açtım bu konuyu. Drone sistemleriyle bu erişim sorununu çözebileceğimizi, hasar algılama

için de yapay zekâ algoritmalarının kullanılabileceğini kararlaştırıp büyük bir heyecanla ilerledik. Tabii bu süreçte İTÜ'nün ve TÜBİTAK'ın girişimci programlarından oldukça fazla destek aldım. İlerleyen süreçte hava yolu firmalarıyla görüşüp gerçek uçak etrafında demo çalışmaları yapsak da hem sektörel sıkıntılar hem de pandeminin etkileri bizi farklı arayışlara itti ve bugünkü otonom depo/stok kontrol sistemi olan Inspector Stock'u kısa zamanda ticarileştirdik. Bizim bu süreçteki en büyük



motivasyonumuz, dünyada ancak birkaç ekibin yaptığı kapalı mekân navigasyon algoritmasını geliştirmek ve iletmektedir. Bu alanda dünya sahnesine Türkiye'den bir teknoloji çıkarma düşüncesi bizi sürekli destekliyor.

Geliştirdiğiniz drone ile sizi rakiplerinizden farklı kılan detaylar neler?

Depo içerisinde yaptığımız iki adım var. Birincisi kapalı mekânda çalışabilen otonom navigasyon algoritmamız. Bu, drone'un depo içerisinde otonom hareketi için aslında temel unsur. Çünkü açık alanda GPS sinyalleri, telefonların, arabaların, uçakların ya da diğer drone sistemlerinin konumlama ihtiyacını ucuz ve basit bir şekilde sağlıyor. Kapalı alanlara girdiğinizde bu sinyaller yetersiz kalabiliyor veya hiç sinyal alamıyorsunuz. İkinci teknolojimiz yapay zekâ temelli görüntü işleme algoritmamız. Bu algoritma, raf önünde çekilen fotoğraftan paletin/ürünün etiketini algılayabilir özellikle. Stok sayımı yapan personel paletler üzerinde her ne arıyor ve kontrol ediyorsa, görüntü işleme algoritmamızla o ilgili veriyi, sayı, metin veya barkod olabilir, ayırıp operatöre sunabiliyoruz. Tüm operasyon sonunda sayım verisi bir dosya halinde operatöre gönderiliyor. Dünyada benzer çalışmalar yapan ekiplerden farkımız Inspector Stock'un tak-çalıştır bir ürün olması. Yani tesiste herhangi bir yapısal veya sistemsel değişikliğe yol açmadan, birkaç saat içerisinde tamamen otonom sayım yapmaya hazır olabilen bir sistemden bahsediyoruz.

Normalde depoların stok sayımı ne kadar sürüyor? Geliştirdiğiniz robotik teknolojiler, endüstriye ne gibi faydalar sağlıyor?

Depolarda stok sayım süreçleri hâlihazırda insanlı olarak yapılıyor. Yani personeller yüksek katlara çıkmak için forklift kullanıp 10-12 metre yüksekliklere kadar çıkıp sayım işlemi gerçekleştirmeye çalışıyorlar. Tüm bu süreç özellikle iş güvenliği riskleri olmak üzere birçok sorunu beraberinde getiriyor. Personelin

“Inspector Stock ile tesise göre değişmekle birlikte stok sayım hızını en az iki katına çıkarabiliyoruz.”



kalifikasyonu, o anki ruh hali, sayımın hata durumu, yavaşlık, standardizasyon gibi birçok parametreyi Inspector Stock ile elimine edebiliyoruz. Sayım hızı özelinde baktığımızda ise, tesise göre değişmekle birlikte stok sayım hızını en az iki katına çıkarabileceğimizi söyleyebilirim. Bu teknoloji, Endüstri 4.0 kapsamında firmaların dijitalleşmesine katkıda bulunuyor. Bu sayede robotlaşan süreçlere bir yenisini daha eklemiş oluyoruz. Yıl sonunda büyük bir beyaz eşya fabrikasının sekiz gün yerine dört gün kapalı kaldığını, dört gün daha fazla üretim yapabildiğini düşünebilirsiniz. Tek işleme üretim kapasitesini yüzde 1 artırabiliyorsunuz. Maddi getirisi çok kolay hesaplanabilir.

Dünyaya açılma hedefleriniz doğrultusunda çalışmalarınız başladı mı, 2022 için planlarınız neler?

Evet, 2021 üçüncü çeyreği itibarıyla ihracat için birtakım girişimlerimiz bulunmakta. Bunun için yatırımcı, müşteri ve distribütör anlamında iş ağıımızı genişletmekteyiz. 2022 yılı için hem Avrupa hem de Amerika pazarına girmiş olmayı hedefliyoruz.

TİM TEB Girişim Evi'nin bu yöndeki desteklerini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Bizler için tamamen bilinmez olan ihracat süreçleri konusunda oldukça faydalı olduğunu söyleyebilirim. Biz mühendis kökenli insanlarız. Teknoloji geliştirme, ürün üretme kısımları yabancı gelmiyor; ama ihracat süreci, faturanın kesilmesinden ürünün müşteri deposunda çalışmasına kadar apayrı ve meşakkatli bir süreç. Bu anlamda TİM TEB Girişim Evi'nin katkısı bizim için oldukça önemlidir.



AKİB'İN DOKUZ AYLIK İHRACATI 11,3 MİLYAR DOLAR

Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB), eylül ayında geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 62 artışla 1,48 milyar dolar ihracat gerçekleştirdi. AKİB Koordinatör Başkanı Nejdat Sin, eylül ayında sekiz birliğin tamamında ihracat hacminde artış sağladıklarını; Hollanda, Romanya, Lübnan, İsrail ve İtalya pazarlarında yüzde 270'e varan oranlarda rekor artışlara imza atıklarını belirterek ilk dokuz aylık ihracatın ise 11 milyar 310 milyon dolara ulaştığını söyledi.

Eylül ayında AKİB'in Türkiye'nin ihracat artış ortalamasını ikiye katladığını, yurt genelinde 13 genel sekreterlik arasında en yüksek ihracat artışına imza attığını kaydeden Koordinatör Başkan Nejdat Sin, finansman desteklerinin artırılması ve küresel fuar merkezi kurulmasına yönelik hükümetin vermiş olduğu müjdelerin yeni başarı hikâyeleri yazmalarında en büyük motivasyon kaynağı olacağını vurguladı.



PANDEMİ SONRASI TÜRKİYE'YE YOĞUN İLGI

Global ölçekte en büyük moda fuarları arasında yer alan Premiere Vision Manufacturing Paris Fuarı, 21-23 Eylül tarihlerinde gerçekleşti. Fuarı uluslararası alanda en yüksek katılım Türkiye'den gerçekleştirdi.



Ege Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği'nin (EHKİB) milli katılım organizasyonu ile katılan firmaların da dâhil olduğu toplamda 120 firmanın PV Manufacturing Paris Fuarı'nda yer aldığını açıklayan Ege Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği Başkanı Burak Sertbaş "Fuar, her sene İtalya, İngiltere, İspanya, Almanya, ABD, Japonya, Belçika ve Hollanda başta olmak üzere 124 farklı ülkeden uluslararası alıcıyla firmalarımızın buluşmasına imkân sağlıyor." dedi. Uluslararası katılımın en

fazla Türkiye'den gerçekleştiğini söyleyen Sertbaş, "Büyük markaların siparişleri, Uzak Doğu'dan Türkiye'ye kaydığı için ilgi tamamen ülkemizin üzerinde. PV Manufacturing Paris Fuarı'nda, Türkiye'nin hazır giyim potansiyelini başka bir boyuta taşıdığımız dijital platformlarda yer alma çalışmalarımız kapsamında yürüttüğümüz AHA (AegeanHasApparel) projemizin tanıtımını da gerçekleştirdik." şeklinde konuştu.

TRABZON'DAN 123 ÜLKEYE İHRACAT

Trabzon ihracatı, 1 milyar dolar sınırına yaklaştı. 2021 yılının ilk dokuz ayında Trabzon'dan yapılan ihracat, 807 milyon 518 bin 562 dolara ulaştı. Toplam 27 sektörde gerçekleşen dokuz aylık ihracatta, bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla yüzde 2 oranında artış yaşandı. Yılın dokuz aylık döneminde Doğu Karadeniz Bölgesi'nin toplam ihracatının yüzde 52'sini tek başına gerçekleştiren Trabzon'dan 123 ülkeye ihracat yapıldı.



Konu hakkında değerlendirmelerde bulunan Doğu Karadeniz İhracatçıları Birliği (DKİB) Yönetim Kurulu Başkanı Saffet Kalyoncu, Trabzon'dan yapılan ihracatın, 175 milyon dolar tutarındaki

kısımının İtalya'ya yapıldığını, İtalya'ya yapılan ihracatta bir önceki yıla göre yüzde 12 oranında artış yaşandığını ifade etti. Kalyoncu, en çok ihracat yapılan ikinci ülkenin 129 milyon dolar ile Rusya Federasyonu olduğunu ve Rusya Federasyonu'na yapılan ihracatta da yüzde 29 oranında artış yaşandığını açıkladı.



TURKISHCERAMICS'İN AMERİKA ÇIKARMASI

Amerika Karo Distribütörleri Derneği (CTDA), Amerika Karo Uygulayıcıları Derneği (TCAA), Kuzey Amerika Karo Meclisi (TCNA) ve Ulusal Karo Uygulayıcıları Derneği (NTCA) tarafından her yıl düzenlenen Total Solutions Plus Konferansı bu yıl 24-26 Ekim tarihlerinde Jacksonville Florida'da düzenlendi. Çoğunluğunu Amerikalı karo distribütörlerinin oluşturduğu konferansa, yaklaşık 400 kişi katılım gösterdi. Konferansta satış süreçlerinden tasarıma, inovasyondan sosyal medyaya geniş çapta oturumlar düzenlendi.

Turkishceramics'in de destekleyen kuruluşlar arasında yer alarak katıldığı konferansta, 25 Ekim tarihinde Yönetim Kurulu Başkanı Erdem Çenesiz tarafından Türk seramik sektörü hakkında gelişmelerden bilgi veren bir konuşma ve sunum yapılarak, tanıtım filmi gösterildi.

Konferansa ayrıca Ege Seramik, Graniser, Kale, Seranit ve Vitra temsilcileriyle katılarak ikili iş temaslarnında bulundu.



UİB'İN İHRACATI 2,5 MİLYAR DOLAR

Türkiye'nin Genel Sekreterlik bazında en fazla ihracat yapan ikinci birliği olan Uludağ İhracatçı Birlikleri'nin (UİB) Eylül ayı ihracatı, 2 milyar 581 milyon 679 bin 477 dolar oldu. UİB'in, geriye dönük 12 aylık dönemdeki ihracat tutarı ise geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 18 artışla 31 milyar 144 milyon 130 bin 476 dolar olarak gerçekleşti.

UİB Koordinatör Başkanı Baran Çelik, "Ekonomimiz; ihracatçımızın kabiliyeti, iş dünyamızın yatırım iştahı ve üretimimizin gücü sayesinde yaşanan bu küresel krizi en az zararla atlattırken, gösterilen iyi performansla da dünyadaki diğer ülke ekonomilerinden pozitif ayrılmaya devam ediyor. Yurt içi ve yurt dışı fuarların fiziki olarak



düzenlenmeye başlaması ve uluslararası uçuşların gün geçtikçe artması ihracata olumlu yansımacaktır. Mevcut potansiyelimizle ve ortaya koyulan ihracat vizyonuyla gelecek hedeflerimize emin adımlarla yürüyoruz." dedi.

EZBER BOZAN TASARIM YARIŞMASI

Ege Mobilya Kâğıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği, Ege Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği ve Ege Maden İhracatçıları Birliği'nin Ticaret Bakanlığı desteğiyle düzenlediği Ezber Bozan Tasarım Yarışması

6 Ekim'de İzmir'de gerçekleştirildi. Yarışmada; öğrenci kategorisinde mansiyon, öğrenci ve profesyonel kategorisinde Ege İhracatçı Birlikleri özel ödülü ve ilk üçe giren finalistlere de ödülleri takdim edildi.





birlık haberler

LA TEXTILE SHOW'DA TÜRK RÜZGÂRI

Dünyanın önde gelen kumaş alıcılarının yakından takip ettiği LA Textile Show Fuarı sona erdi. Giyimlik kumaş ve aksesuar ürünlerinin sergilendiği fuara, Uludağ Tekstil İhracatçıları Birliği'nin (UTİB) milli katılım organizasyonu ile 13 Türk firması katıldı.

ABD'nin önemli tekstil ve moda merkezlerinden olan California Market Center'da yılda iki kere düzenlenen fuarda, Türk firmaları ilgi odağı oldu. Organizasyonu değerlendiren UTİB Yönetim Kurulu Başkanı Pınar Taşdelen Engin, sadece tekstil sektöründeki profesyonellerin ziyaret ettiği fuarın Türkiye tekstil sektörü ve katılımcı firmalar açısından çok verimli geçtiğini dile getirdi.

"Firmalarımız kendi tasarımları ve ürün kaliteleri ile fuarda büyük ilgi topladılar." şeklinde konuşan Engin, "Halen ABD pazarından aldığımız pay yüzde 3,5 seviyesinde. Sektör olarak yapacağımız çalışmalarla payımızı daha da artırmalıyız. Sektörümüz için çok önemli olan fuarların ihracatımıza güç katacağına inanıyorum". dedi.



İHKİB, BAŞARILI İHRACATÇILARI ÖDÜLENDİRDİ



İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Başkanı Mustafa Gültepe, bu yıl pandemiye rağmen 17,1 milyar dolarlık ihracata imza atan hazır giyim ve konfeksiyon firmalarının ödüllendirildiği "Türkiye'yi uçuranlar" teması ile düzenlenen ödül töreninde konuştu. Gültepe eylül ayı itibarı ile kapasite kullanımında yüzde 81'e ulaşan sektörün, acil olarak büyük ölçekli yatırım ihtiyacı duyduğunu söyledi. Pandemi sonrası Avrupa ve ABD merkezli markaların siparişlerinde Türkiye'ye önemli bir kayma gözlemlendiğini hatırlatan Gültepe, "Hızla yeni

kapasite yaratamazsak büyük bir fırsatı kaçırmamız" uyarısında bulundu.

Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM) Başkanı İsmail Gülle ise konuşmasında, Türkiye'nin tüm illerinde üretim yapan sektörün hem istihdama hem de cari açığın kapatılmasına büyük katkı sunduğunu vurguladı: "Bütün sektörlerde inanılmaz bir sipariş yoğunluğu var. Dünyadaki değişimi çok iyi okumamız ve değerlendirmemiz gerekiyor. Önümüzde büyük bir fırsat var. Bu süreci iyi yönetebilirsek kısa zamanda çok iyi noktalara gelebiliriz."

TEKSTİLE DEĞER KATANLAR ÖDÜLENDİRİLDİ

İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB), 2020 yılında gerçekleştirilen 10 milyar dolarlık ihracatın yaklaşık yarısına katkı sağlayan başarılı ihracatçıları ödüllendirdi.

"İTHİB İhracata Değer Katanlar" ödül töreninde 35 platin, 59 altın, 74 gümüş ve 302 bronz olmak üzere toplam 470 firma ödül, 652 firma ise başarı sertifikası almaya hak kazandı.



HUZURLA YANAŞILACAK GÜVENİLİR LİMAN



QTERMINALS
ANTALYA

Liman Mah. Liman Caddesi 07130
Konyaaltı - Antalya - Türkiye

www.QTerminals-Antalya.com
info@qterminals-antalya.com

Telefon : +90 242 259 13 80
Fax : +90 242 259 11 83





şirket haberleri

%8

PAZAR PAYINA SAHİP



TURKISH
CARGO

Turkish Cargo, sağlık ihracatına devam ediyor

Turkish Cargo, güçlü kargo uçuş ağı ile Türkiye'nin ilaç ihracatına katkı sağlamaya devam ediyor. Türkiye'nin ilaç ve ilaç ürünleri kapsamındaki taşımalarını 25 yılı aşkın süredir, beş kıtada 50'den fazla ülkeye gerçekleştiren Turkish Cargo, ülke ekonomisine katkısını ihracatçıya özel indirimleri ve kampanyaları artırarak sürdürüyor.

Türkiye ve dünyada nükleer tıp alanında, kanser hastalarının yüksek kalitede tanı ve tedavi ürünlerine kesintisiz bir şekilde ulaşmasında büyük rol oynayan Turkish Cargo; Almanya, Kolombiya, Hindistan, Cezayir ve Tayvan başta olmak üzere dünyanın dört bir yanına kanser

ve tümör tedavisinde kullanılan radyoaktif kanser tanı ilaçlarını taşıyor.

Sağlık taşımacılığında yüzde 8 pazar payına sahip olan şirket, Eczacıbaşı-Monrol şirketi tarafından gece saatlerinde üretilen ve yarı ömürlü olan radyoaktif ilaçları, hızlı ve güvenli bir şekilde taşıyarak kanser hastalarına umut oluyor. Turkish Cargo, üreticiye sunduğu imkânlar ile Türkiye'de yerli üreticiler tarafından üretilen medikal ürünlerin planlanandan daha kısa sürede hastalara teslim edilmesine ve ihracatçıların yeni ülkelere açılmasına önemli oranda katkı sağlıyor.

Yurtiçi Kargo'dan, Türkiye'nin en büyük otomasyon merkezi

Türkiye'nin en büyük otomasyon sistemine sahip kargo transfer merkezi, Yurtiçi Kargo tarafından 14 Ekim'de düzenlenen açılış töreni ile İstanbul Esenyurt'ta hizmete sunuldu. Yatırımlarına hız veren Yurtiçi Kargo; Türkiye'nin en büyük, Avrupa'nın ise sayılı otomasyon sistemine sahip transfer merkezini açarak operasyonel gücünü artıracak bir yatırıma imza attı. Arıkanlı Holding kuruluşu olan Yurtiçi Kargo'nun yeni transfer merkezi; diğer transfer merkezlerinin saatlik kapasitelerinin üç katı kapasite ile çalışarak, bir gün içinde bir milyona yakın kargo işleyip, araçlara dağıtabilecek.

Arıkanlı Holding Yönetim Kurulu Başkanı Ümit Arıkan, açılış töreninde yaptığı konuşmasında

“Bugün burada saatlik işleme kapasitesi ile Türkiye'nin en büyük aktarma merkezinin açılışını gerçekleştireceğimiz için hem mutlu hem de gururluyum. Çünkü bu yatırımların kapasite artışının yanı sıra bizi hızlandıracağını, hızın da müşteri memnuniyetini artıracığını biliyorum. Bizim başarımızın sırrı, operasyonumuzu müşteri memnuniyeti ile artırmakta.” şeklinde konuştu.

Yurtiçi Kargo Genel Müdürü Fatih Önyol ise konuşmasında, “Şube ve acente sayımızı binin üzerine çıkardık. Bu yatırımların kapasite artışının yanı sıra bizi hızlandıracağını, hızın da müşteri memnuniyetini artıracığını biliyorum.” dedi.

14 EKİM'DE
HİZMETE SUNULDU

 yurtiçikargo
Söz verdiğimiz gibi

!NOVATİM

inovasyon yarışması

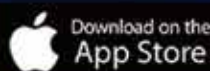
Kategorini Seç, Takımını Kur, Projeni Üret !



TOPLAM ÖDÜL

300.000 ₺

başvuru için



inovatim.org



kültür sanat



ARTER'DEN YENİ SEMİNER DİZİSİ

Arter  ğrenme Programı'nın Genco Devrim Barikan'ın yürütücülüğünde gerekleŒecek "Estetiğın Siyaseti: ağdaŒ Sanatı Toplumsal Boyutlarıyla D Œ nmek" baŒlıklı seminer dizisi 2, 9, 16, 23, 30 Kasım Salı günlerinde çevrim içi olarak seyircilerle buluŒmaya hazırlanıyor. Seminer, "güzellik" ile iliŒkilendirilen estetik kavramını, Jacques Ranciere'in d Œ ncesinden hareketle felsefi bağlamda tartiŒmaya aıyor.



SANATÇI KADINLARIN YÜZYILI

MeŒher'in Deniz Artun'un k rat rl ğ ndeki "Ben-Sen-Onlar: Sanatçı Kadınların Yüzyılı" sergisi, yaklaŒık 1850-1950 arasında Türkiye'de yaŒamıŒ ve yaratmıŒ 117 kadın sanatçının 232 eserine yer veriyor. 27 Mart 2022'ye kadar izlenebilecek sergi, oğunluğ  "ben"leŒememiŒ ve sanat tarihi tarafından kaydedilmemiŒ kadınları fark etmenin yanı sıra, kolektif bir "biz" in oluŒabilme koŒullarını araŒtırıyor.



G NEŒİN DUVARI YOK SİMBART PROJECT'DE

6 Kasım gününe kadar Simbart Project ukurcuma'da devam edecek olan İrem Nalçacı'nın "G neŒin Duvarı Yok" adlı kiŒisel sergisi, adımı Karagöz oyunlarının bir dizesinden alıyor. Günümüz dijital teknolojilerinin izleyiciyi bir katılımcı olmaktan koparıp pasif bir konuma yerleŒtirmesine karŒıt sanatçının kullandığı analog yöntemin fizikselliğ , bir d Œ nme biçimi olarak kurguyu aktif bir deneyim sahasına taŒıyor.



"GÖLGELERİN DANSI" GALLERY 11.17'DE

Caddebostan'da bulunan Gallery 11.17, Mehmet Aksoy'un "Gölgelerin Dansı" baŒlıklı kiŒisel sergisine 28 Kasım tarihine kadar ev sahipliğ  yapıyor. Sanatçı, g neŒin ve dünyanın hareketi sonucu oluŒan bir doğal gerçeklik olan gölgenin, neredeyse bütün insanlık mitolojisinin önemli imgelerinden biri olduğunu dile getiriyor.



KADIN BAKIŒI PROJESİ MÜZE GAZHANE'DE

Bu yıl dördüncü kez gerekleŒen Female Gaze (Kadın BakıŒı) projesi, kapsamında M ze Gazhane'de kapılarını atı. 7 Kasım'a kadar görülebilecek sergide Amerikalı foto muhabir, eğitimci, konuŒmacı, yazar ve belgesel yapımısı Ami Vitale'nin yanı sıra, dokümanter fotoğrafçı Rena Effendi ile portre ve belgesel fotoğrafçısı  zge Sebzeci'nin çarpıcı görüntüleri yer alıyor.



ZAMANSIZLIK ŒARKISI ZİNDANKAPI'DA

Bursa'nın yeni kültür ve sanat merkezi Zindankapı içerisindeki Güncel Sanat Galerisi'nin ilk sergisi "Zamansızlık Œarkısı", günümüz sanatçılarının zaman kavramına dair yorumlarını ortaya koyarken gemiŒin hafızasını taŒıyan bu mekânda yepyeni bir pencere aıyor. ağdaŒ sanat alanında varlık gösteren sanatçılara ait yerleŒtirme, heykel, desen ve video eserleri, 17 Ocak 2022'ye kadar ziyaret edilebilir.



kültür sanat



PERA MÜZESİ'NDEN ÜÇ YENİ SERGİ

Pera Müzesi, 23 Kasım 2021 - 6 Mart 2022 tarihleri arasında üç yeni sergiye ev sahipliği yapacak. "İstanbul'dan Bizans'a: Yeniden Keşfin Yolları, 1800 - 1955" ve "İstanbul'da Bu Ne Bizantinizm!": Popüler Kültürde Bizans" sergileri, Bizans'ın sanat karnesini gözler önüne seriyor. "Yarına Notlar" sergisinde pandemiyle görünür hâle gelen yeni küresel gerçekliği yansıtan güncel çalışmalar yer alıyor.



GALERİ DIANI KIŞ SEZONUNU İDDİALİ KARŞILIYOR

Gülseren ve Teoman Südor'un "Birlikte; İnsana Rağmen" adlı sergileri 12-27 Kasım 2021 tarihleri arasında Galeri Diani'de gerçekleşiyor. 55 yıllık sanat yaşamlarında edindikleri deneyimlerini daha da yalınlaştırıp paletlerindeki renkleri artırarak zaman ve mekân öğelerini birbiri içinde eritip doğa ve insanın sonsuz döngüsünü sorguluyorlar. Sanatçıların yapıtları, bir önceki sergilerinin devamı niteliğini taşıyor.



İŞ SANAT SEZONA GÜÇLÜ BAŞLIYOR

İş Sanat hibrit olarak planladığı 22. sezonuna, orkestra şefi Rengim Gökmen yönetimindeki İstanbul Ensemble ve çellist István Várdai ile 12 Kasım'da Maximum UniQ Hall'da gerçekleştireceği açılış konseriyle başlayacak. Konserin kaydı 17 Kasım saat 20.30'dan itibaren İş Sanat Youtube kanalından izlenebilecek.



CAZIN GRAMMY'Lİ EFSANESİ AKM'DE

Cazın yaşayan en büyük efsanelerinden biri olarak kabul edilen Grammy ödüllü trompet sanatçısı Chris Botti, 2 Kasım Salı akşamı açılış heyecanla beklenen Atatürk Kültür Merkezi'nin açılış haftası kapsamında cazseverlerle buluşacak. Konser AKM Taksim Opera Salonu'nda gerçekleşecek. Henüz 10 yaşındayken trompetle tanışan Botti, ilk solo albümü olan "First Wish"i 1995 yılında yayımlamıştı.



MIX FESTİVAL İÇİN GERİ SAYIM BAŞLADI

MIX Festival presented by yüzde 100 Music; 5-6 Kasım tarihlerinde Zorlu PSM'de başlıyor. Elektronik, indie ve dans müzik seçkisiyle pek çok performansın yer alacağı festivalin programında Fransız pop rock müzik ikilisi AaRON, alternatif müzik dünyasından Ah! Kosmos, melankolik Alman ikili COMA, fütüristik yaklaşımıyla Gaye Su Akyol, synthpop grubu Jakuzi ve saykodelik tınılarıyla Lalalar dikkat çekiyor.



MONICA BELLUCCI TÜRKİYE'DE

Monica Bellucci, Tom Volf'un yazıp yönettiği Maria Callas'ın hayatına dair bilinmeyen detayların ve ilginç hikâyelerin yer aldığı tek kişilik tiyatrosuyla, 14 Aralık'ta Zorlu PSM Turkcell Sahnesi'nde olacak. "Maria Callas: Mektuplar ve Anılar", Callas'ın şöhretinin ötesinde Maria olarak kim olduğunu, nereden geldiğini, şöhretini ne zorluklarla kazandığını, dostluklarını ve aşklarını anlatıyor.



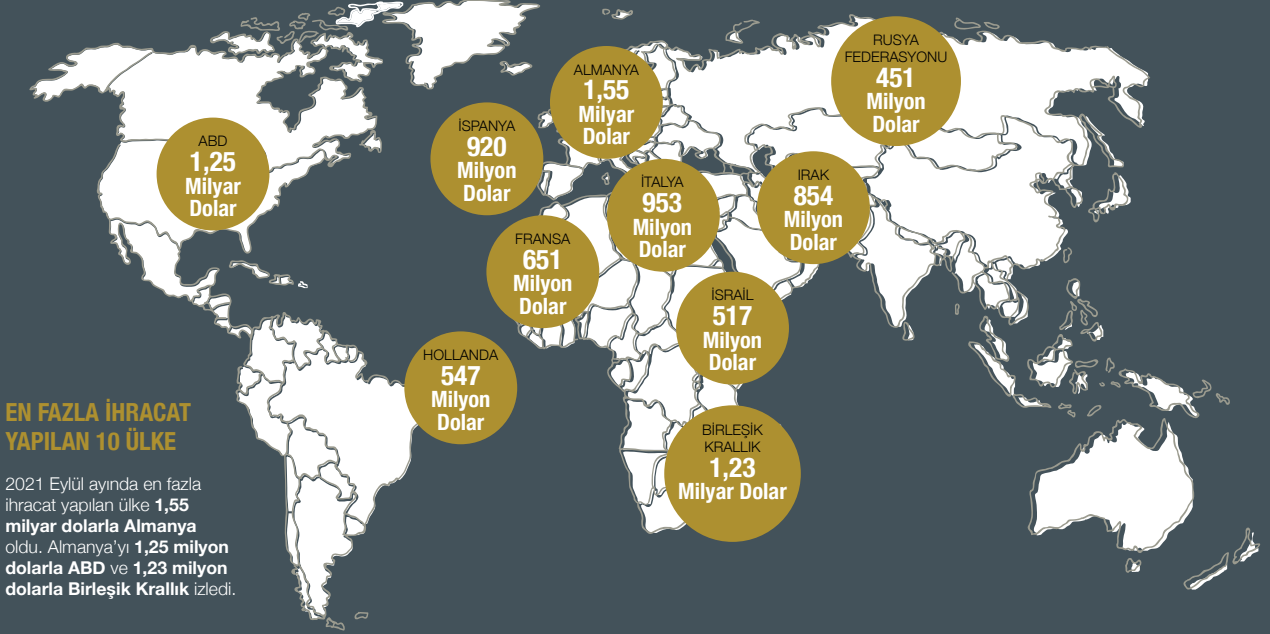
tablolar

2021 YILI EYLÜL İHRACATI 20,7 MİLYAR DOLARI GEÇTİ.

GEÇEN SENEYE GÖRE EYLÜL İHRACATI YÜZDE 30 ARTTI.

EYLÜLDE 23 SEKTÖR İHRACATINI ARTIRDI.

BİN 558 FİRMA EYLÜLDE İLK KEZ İHRACAT YAPTI.

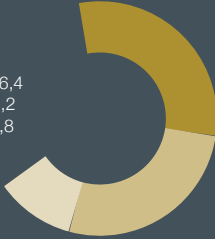


EN FAZLA İHRACAT YAPILAN 10 ÜLKE

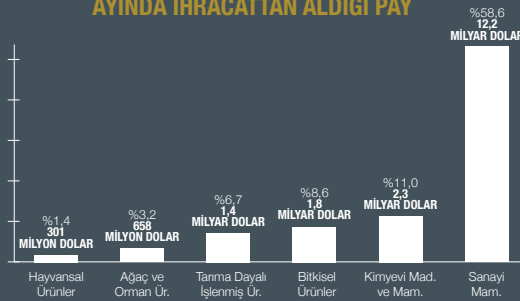
2021 Eylül ayında en fazla ihracat yapılan ülke 1,55 milyar dolarla **Almanya** oldu. Almanya'yı 1,25 milyar dolarla **ABD** ve 1,23 milyar dolarla **Birleşik Krallık** izledi.

ANA ÜRETİM GRUPLARININ 2021 EYLÜL AYINDA İHRACATTA ALDIĞI PAY

Sanayi %76,4
Tarım %13,2
Maden %2,8



ANA ÜRETİM GRUPLARININ 2021 EYLÜL AYINDA İHRACATTAN ALDIĞI PAY

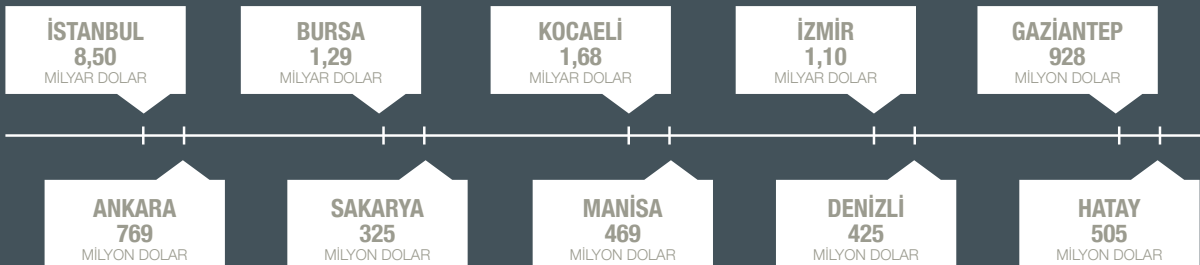


2021 EYLÜL AYINDA İL BAZINDA EN DİKKAT ÇEKEN İHRACAT ARTIŞI



HATAY
%212

İLLERE GÖRE 2021 EYLÜL AYINDAKİ İHRACAT DAĞILIMI



1-30 EYLÜL İHRACAT RAKAMLARI
SEKTÖREL BAZDA İHRACAT RAKAMLARI - 1.000 \$

SEKTÖRLER	1 - 30 EYLÜL				1 OCAK - 30 EYLÜL			
	2020	2021	Değişim ('21/'20)	Pay (20) (%)	2020	2021	Değişim ('21/'20)	Pay (20) (%)
I. TARIM	2.215.725	2.744.031	23,8	13,2	17110.625	20.687.213	20,9	12,9
A. BİTKİSEL ÜRÜNLER	1.495.800	1.785.718	19,4	8,6	11.436.213	13.325.957	16,5	8,3
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	643.334	847.634	31,8	4,1	5.248.205	6.421.892	22,4	4,0
Yaş Meyve ve Sebze	197.114	230.568	17,0	1,1	1.690.466	2.016.278	19,3	1,3
Meyve Sebze Mamulleri	166.846	203.321	21,9	1,0	1.198.878	1.471.173	22,7	0,9
Kuru Meyve ve Mamulleri	148.528	160.433	8,0	0,8	927.246	1.030.584	11,1	0,6
Fındık ve Mamulleri	222.071	203.194	-8,5	1,0	1.438.596	1.484.411	3,2	0,9
Zeytin ve Zeytinyağı	19.082	30.030	57,4	0,1	193.791	214.255	10,6	0,1
Tütün	90.725	101.303	11,7	0,5	662.803	571.031	-13,8	0,4
Süs Bitkileri ve Mamulleri	8.100	9.235	14,0	0,0	76.228	116.334	52,6	0,1
B. HAYVANSAL ÜRÜNLER	206.141	300.557	45,8	1,4	1.732.237	2.382.799	37,6	1,5
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	206.141	300.557	45,8	1,4	1.732.237	2.382.799	37,6	1,5
C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	513.783	657.756	28,0	3,2	3.942.176	4.978.457	26,3	3,1
Mobilya, Kâğıt ve Orman Ürünleri	513.783	657.756	28,0	3,2	3.942.176	4.978.457	26,3	3,1
II. SANAYİ	12.224.933	15.871.621	29,8	76,4	88.808.331	122.115.374	37,5	75,9
A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER	1.087.127	1.388.767	27,7	6,7	7.798.755	10.969.987	40,7	6,8
Tekstil ve Ham maddeleri	687.219	944.677	37,5	4,5	5.041.917	7.362.340	46,0	4,6
Deri ve Deri Mamulleri	130.334	172.059	32,0	0,8	987.082	1.266.630	28,3	0,8
Hali	269.574	272.031	0,9	1,3	1.769.755	2.341.017	32,3	1,5
B. KİMYEVİ MADDELER VE MAMULLERİ	1.617.749	2.294.802	41,9	11,0	13.106.376	18.218.193	39,0	11,3
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	1.617.749	2.294.802	41,9	11,0	13.106.376	18.218.193	39,0	11,3
C. SANAYİ MAMULLERİ	9.520.057	12.188.051	28,0	58,6	67.903.199	92.927.194	36,9	57,7
Hazır giyim ve Konfeksiyon	1.787.542	1.948.069	9,0	9,4	12.105.169	14.810.457	22,3	9,2
Otomotiv Endüstrisi	2.604.387	2.467.209	-5,3	11,9	17.137.379	21.248.339	24,0	13,2
Gemi ve Yat	159.924	117.630	-26,4	0,6	921.860	987.214	7,1	0,6
Elektrik Elektronik	1.061.223	1.280.505	20,7	6,2	7.599.221	10.356.833	36,3	6,4
Makine ve Aksamları	687.212	875.997	27,5	4,2	5.277.251	6.834.335	29,5	4,2
Demir ve Demir Dışı Metaller	747.637	1.148.847	53,7	5,5	5.870.804	8.783.603	49,6	5,5
Çelik	1.084.080	2.613.049	141,0	12,6	8.926.612	15.840.685	77,5	9,8
Çimento, Cam, Seramik ve Toprak Ürünleri	343.965	420.236	22,2	2,0	2.730.628	3.422.079	25,3	2,1
Mücevher	316.253	501.331	58,5	2,4	2.466.710	3.883.637	57,4	2,4
Savunma ve Havacılık Sanayii	281.551	252.475	-10,3	1,2	1.520.963	2.109.478	38,7	1,3
İklimlendirme Sanayii	435.776	550.912	26,4	2,7	3.275.900	4.551.941	39,0	2,8
Diğer Sanayi Ürünleri	10.508	11.792	12,2	0,1	70.700	98.594	39,5	0,1
III. MADENCİLİK	420.080	584.371	39,1	2,8	2.964.684	4.386.598	48,0	2,7
Madencilik Ürünleri	420.080	584.371	39,1	2,8	2.964.684	4.386.598	48,0	2,7
T O P L A M (TİM*)	14.860.738	19.200.023	29,2	92,4	108.883.640	147.189.185	35,2	91,4
İhracatçı Birlikleri Kaydından Muaf İhracat ile Antrepo ve Serbest Bölgeler Farkı	1.130.060	1.583.204	40,1	7,6	9.513.032	13.789.353	45,0	8,6
GENEL İHRACAT TOPLAMI	15.990.798	20.783.227	30,0	100,0	118.396.672	160.978.538	36,0	100,0

BİRLİK ADRESLERİ



Akdeniz İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği
Limonluk Mah. Vali Hüseyin
Aksoy Cad. No: 4 Yenişehir/Mersin
Tel: 0 324 325 37 37 **Faks:** 0 324 325 41 42
E-Posta: akib@akib.org.tr
Web Adresi: www.akib.org.tr
Gen. Sek.: Mehmet Ali Erkan
Gen. Sek. Yrd.: Canan Aktan Sarı



Hizmet İhracatçı Birliği Genel Sekreterliği
Dış Ticaret Kompleksi Çobançeşme Mevkii Sanayi Cad. A Blok
Yenibosna/İstanbul
Tel: 0 212 454 01 00 **Faks:** 0 212 454 01 01
E-Posta: info@hib.org.tr
Web Adresi: www.hib.org.tr
Gen. Sek.: Fatih Özer
Genel Sekreter Yrd. V.: Abdullah Keskin



Batı Akdeniz İhracatçıları Birliği Genel Sekreterliği
Aspendos Bulvarı No: 221 07200/Antalya
Tel: 0 242 311 80 00 **Faks:** 0 242 311 79 00
E-Posta: baib@baib.gov.tr
Web Adresi: www.baib.gov.tr
Genel Sekreter V.: Güliz Akel Çetinkaya



İstanbul İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği
Dış Ticaret Kompleksi Çobançeşme Mevkii Sanayi Cad.
C Blok, Yenibosna/İstanbul
Tel: 0 212 454 05 00 **Faks:** 0 212 454 05 01-02
E-Posta: iib@iib.org.tr **Web Adresi:** www.iib.org.tr
Genel Sekreter V.: Doğuş Tozanlı
Genel Sekreter Yrd.: İsmail Bozdemir
Genel Sekreter Yrd.: Kutay Oktay



Denizli İhracatçıları Birliği Genel Sekreterliği
Akhani Mah. 246 Sok. No: 8 Pamukkale/Denizli
Tel: 0 258 274 66 88 **Faks:** 0 258 274 72 22 - 62
E-Posta: denib@denib.org.tr
Web Adresi: www.denib.org.tr
Genel Sekreter T.: Levent Öztas



İstanbul Maden ve Metal İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği
Dış Ticaret Kompleksi Çobançeşme Mevkii Sanayi Cad. A Blok
Yenibosna/İstanbul
Tel: 0 212 454 00 00 **Faks:** 0 212 454 00 01
E-Posta: immib@immib.org.tr **Web Adresi:** www.immib.org.tr
Genel Sekreter: Armağan Vurdu
Genel Sekreter Yrd.: Coşkun Kırloğlu
Genel Sekreter Yrd.: Muharrem Kayılı



Doğu Anadolu İhracatçıları Birliği Genel Sekreterliği
Cumhuriyet Cad. Eren İş Mrk. No: 86 K: 4-5 Erzurum
Tel: 0 442 214 11 85 **Faks:** 0 442 214 11 89-91
E-Posta: daibarge@daib.org.tr
Web Adresi: www.daib.org.tr
Genel Sekreter: Murat Karapınar
Genel Sekreter Yrd.: Melih Leylioğlu



İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği
Dış Ticaret Kompleksi Çobançeşme Mevkii Sanayi Cad. B Blok
Yenibosna/İstanbul
Tel: 0 212 454 02 00 **Faks:** 0 212 454 02 01
E-Posta: info@itkib.org.tr **Web Adresi:** www.itkib.org.tr
Genel Sekreter V.: Mustafa Bektaş
Genel Sekreter Yard.: Özlem Güneş
Genel Sekreter Yard.: Fatih Zengin



Doğu Karadeniz İhracatçıları Birliği Genel Sekreterliği
Pazarıkapı Mah. Sahil Cad. No: 95 Trabzon
Tel: 0 462 326 16 01 **Faks:** 0 462 326 94 01-02
E-Posta: dkib@dkib.org.tr
Web Adresi: www.dkib.org.tr
Genel Sekreter: İdris Çevik



Karadeniz İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği
Atatürk Bulvarı No:19/E 28200 Giresun
Tel: 0 454 216 24 26 **Faks:** 0 454 216 48 42
E-Posta: kib@kib.org.tr
Web Adresi: www.kib.org.tr
Genel Sekreter T.: Bülent Cebeci



Ege İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği
Atatürk Cad. No:382 Alsancak/İzmir
Tel: 0 232 488 60 00 **Faks:** 0 232 488 61 00
E-Posta: eib@egebirlik.org.tr **Web Adresi:** www.egebirlik.org.tr
Genel Sekreter: İ. Cumhur İşbirakmaz
Genel Sekreter Yrd.: Kemal Coşkun
Genel Sekreter Yrd.: Çiğdem Önsal
Genel Sekreter Yrd.: Serap Ünal



Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği
Ceyhan Atuf Kansu Cad. No: 120 Balgat/Ankara
Tel: 0 312 447 27 40 (5 Hat) **Faks:** 0 312 446 96 05
E-Posta: oaibwebmaster@oaib.org.tr
Web Adresi: www.oaib.org.tr
Genel Sekreter: Özkan Aydın
Genel Sekreter Yrd.: Esra Arpınar
Genel Sekreter Yrd.: Fatih Yumuş



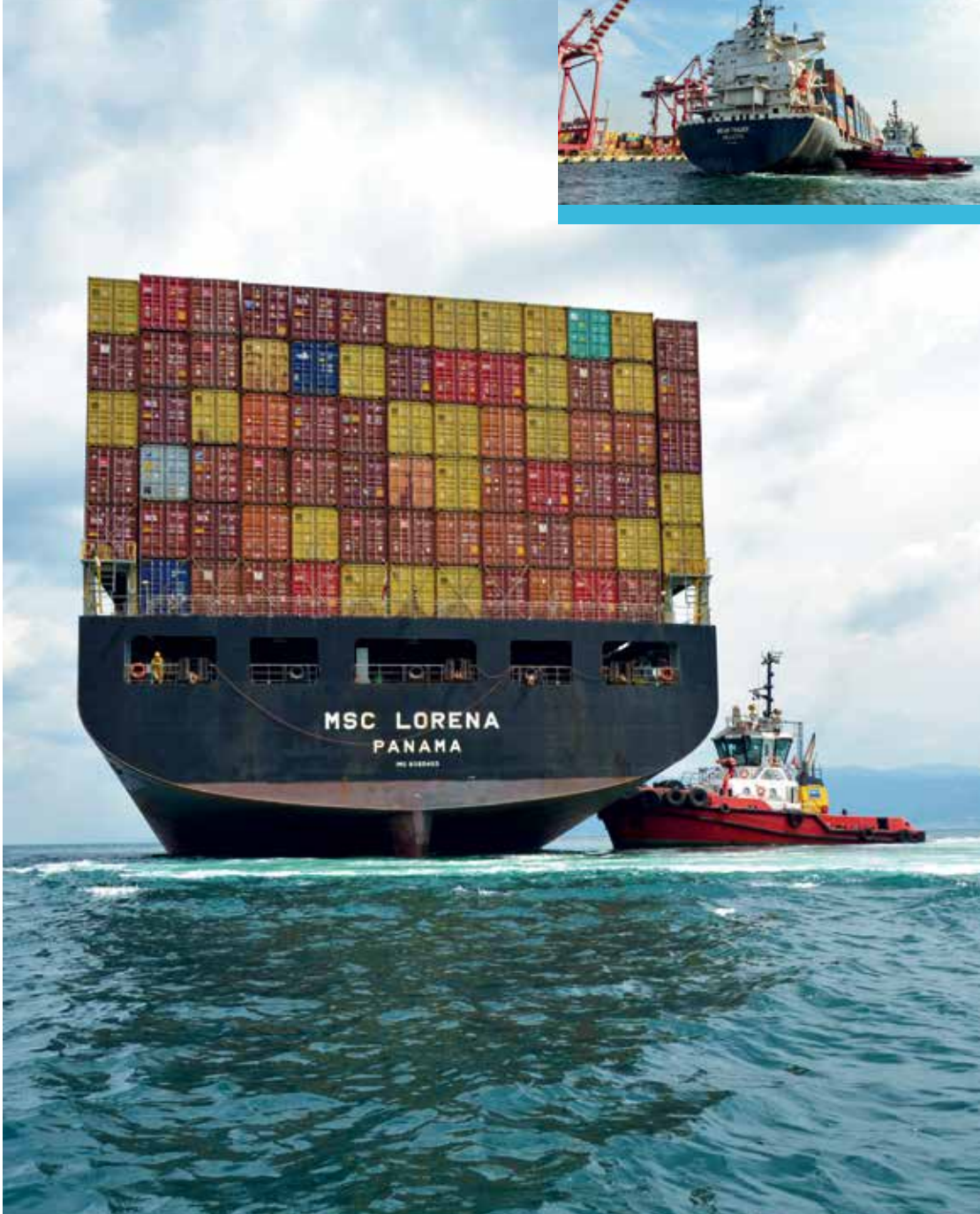
Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği
Gazimuhtarpaşa Bulvarı Mücahitler Mah. 52012
No'lu Sk. No: 6 27090 Şehitkamil/Gaziantep
Tel: 0 342 211 05 00 **Faks:** 0 342 221 05 09-10
E-Posta: gaibevrak@gaib.org.tr **Web Adresi:** www.gaib.org.tr
Genel Sekreter: Bülent Kayalı
Genel Sekreter Yrd.: Ahmet Şahbudak
Genel Sekreter Yrd.: Aydın Kutlu
Genel Sekreter Yrd.: Serdar Hasan Aydoğan



Uludağ İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği
Organize Sanayi Bölgesi 2. Gelişim Sahası Kahverengi Cad.
No: 11 16140 Nilüfer/Bursa
Tel: 0 224 219 10 00 **Faks:** 0 224 219 10 90
E-Posta: uludag@uib.org.tr **Web Adresi:** www.uib.org.tr
Genel Sekreter: Mümin Karacakayalıllar
Genel Sekreter Yrd.: Ayşe Mehtap Ekinci
Genel Sekreter Yrd. V.: Birgül Polat

Genel Sekreter V. Senem Sanal Sezerer | Genel Sekreter Yrd. Yiğit Tufan Eser | Genel Sekreter Yrd. Mustafa Seçilmiş
Genel Sekreter Yrd. Dr. Kübra Ulutaş | Genel Sekreter Yrd. Mehmet Genç

Dış Ticaret Kompleksi
Çobançeşme Mevkii Sanayi Cad. B Blok Kat: 9, Yenibosna, İstanbul
Tel: 0 212 454 04 90-91 | Faks: 0 212 454 04 13-454 04 83
tim@tim.org.tr • www.tim.org.tr



Modern & Güçlü filosu ile,
Römorkörcülük ve Kılavuzluk Hizmetlerinde
45 yıllık Sanmar deneyimi



sanmar.com.tr



KARGOLARINIZI HIZLI VE GÜVENLİ BİR ŞEKİLDE DÜNYANIN DÖRT BİR YANINA TAŞIYORUZ.

TURKISH CARGO OLARAK, E-TİCARET ÜRÜNLERİNİ DÜNYADA
127 ÜLKEDE 320'DEN FAZLA NOKTAYA GÜVENLE TAŞIYORUZ.



TURKISH CARGO