

TİM REPORT



CUMHURBAŞKANI RECEP TAYYİP ERDOĞAN'IN TEŞRİFLERİYLE İHRACATIN ŞAMPİYONLARI ÖDÜL TÖRENİ GERÇEKLEŞTİ



29. TİM GENEL KURUL TOPLANTISI DÜZENLENDİ TİM'İN YENİ BAŞKANI MUSTAFA GÜLTEPE OLDU

TİM YÖNETİM KURULU, GÖREV DAĞILIMI YAPTI
"BİRLİK RUHU, İTİCİ GÜCÜMÜZ OLACAK"

TARİHİN EN YÜKSEK AYLIK İHRACATINA ULAŞILDI
İHRACAT, 23,4 MİLYAR DOLARLA REKOR KIRDI

HAVADA, KARADA, AÇIK DENİZLERDE

► “DÜNYANIN REDÜKTÖRÜ”

*“A World of Gearboxes”
for the universe from “YILMAZ”*



> Dünyanın tercih ettiği redüktörlerden “Dünya Kadar” üretiyor ve tüm dünyanın kullanımına sunuyoruz. Avrupa’dan Asya’ya, Amerika’dan Afrika’ya tüm dünyada 100’den fazla ülkeye yaptığımız ihracatla “YILMAZ REDÜKTÖR” adını gururla tanıtıyor, ekonomiye değer katıyoruz.

> *By producing whole lots of gearboxes as “YILMAZ” and exporting to more than 100 countries all over the world from Europe to Asia, from America to Africa, we are proud of serving the universe and adding value to the economy.*

www.yr.com.tr // yilmaz@yr.com.tr // export@yr.com.tr



**BİR KUŞAKLA BİRLİKTE BÜYÜDÜK
ŞİMDİ DE ONLARLA BERABER
BÜYÜMEYE DEVAM EDİYORUZ.
ÇEYREK ASIRLIK TECRÜBEMİZLE
1997'DEN BERİ GELECEĞİ
TAŞIYORUZ. 25 YILDIR DÜNYANIN
5 KITASINDA HER ZAMAN BİR
YOLUNU BULUYORUZ.**



+90 850 755 0 458
galpi.com.tr



TİMREPORT

İÇİNDEKİLER

Sayı: 209 - TEMMUZ 2022



GENÇ TİM, YARININ EKOSİSTEMİNİ İNŞA EDİYOR

Türkiye'nin ihracatına gençlik aşıl原因an Genç TİM Sürdürülebilirlik Komitesi, çalışmalarını hızlandırdı. **Syf. 28**



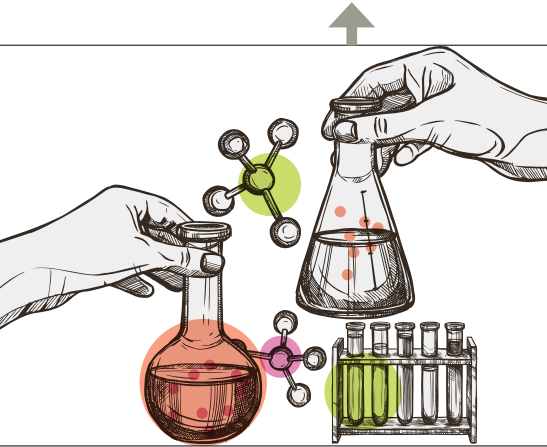
İHRACATIN KİMYASI DEĞİŞİYOR

Güçlü performansını ihracatını artırarak perçinleyen kimyevi maddeler ve mamulleri sektörü, atağını sürdürüyor. **Syf. 42**



İHRACAT AİLESİNİN ŞAMPİYONLARI ÖDÜL ALDI

İhracatın Şampiyonları Ödül Töreni ve TİM 29. Olağan Genel Kurulu gerçekleşti. **Syf. 30**



OSMANLI'DAN GÜNÜMÜZE KAHVE FİNCANLARI

Türkiye imajına katkı sağlayan Galerİ SET, Osmanlı kahve fincanlarının güzelliklerini günümüze taşıyor. **Syf. 48**



Bir sonraki bankacılık için Vinov çağı başlıyor!

Bankacılığa yeni bir boyut kazandıran hızlı, dijital ve yepyeni finansal ekosistem Vinov, bir sonraki bankacılık için sizi bekliyor.

VakıfBank, daima seninle.



Vinov, bir VakıfBank inovasyonudur. Vinov uygulamasını indirmek için karekodu okutunuz. Android 5.0 ve sonrası, iOS 11.0 ve sonrası sürümleri gerektirir.

444 0 724 | vakifbank.com.tr

 **VakıfBank**
Burası Sizin Yeriniz

 /vakifbank

İÇİNDEKİLER



YENİLİKÇİ, ŞIK, DİNAMİK

Koleksiyonları ile dikkat çeken ünlü tasarımcı Emre Erdemoğlu ile sürdürülebilir moda akımını konuştuk.

Syf. 54

ZARİF, ÖZGÜN VE MİNİMALİST TASARIMLAR

House of Div'in mimarı, ünlü tasarımcı Gülşah Sürel Erdem, takipçilerini şaşırtmayı sürdürüyor. **Syf. 60**



KAHRAMANLAR ŞEHİRİ: KAHRAMANMARAŞ

Seyahat, Tarih, Sanat ve Bilim Yazarı Serda Büyükkoyuncu'nun kaleminden Kahramanmaraş...

Syf. 68



TİMREPORT

TİMREPORT Adına İmtiyaz Sahibi
TIM Başkanı Mustafa Gültepe

Yayın Kurulu

Adil PELİSTER
Rüstem ÇETİNKAYA
Erdem ÇENESİZ
Melisa TOKGÖZ MUTLU
Birol CELEP
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



Genel Yayın Yönetmeni Selda Yeşiltaş

Yayımlar Koordinatörü Murat Erdoğan

Görsel Yönetmen Serpil Yenihayat

Editör Simge Soyel

Fotoğraf Editörü Ergün Çolakoğlu

Muhabir Melis Alpay

Reklam Müdürü İlknur Ulusoy
ilknur@viamedya.com

Reklam Sorumlusu Sırma Samay Yabancı

Redaksiyon Kurşun Kalem Kurumsal Yayıncılık
ve Tanıtım Hizmetleri

İletişim

Rumeli Caddesi Rumeli Pasajı Yunus Apt.

No: 45 Kat: 3

Nişantaşı - Şişli / İSTANBUL

+90 212 236 00 50

www.viamedya.com | viya@viamedya.com



/viamedya

Baskı Özgün Ofset



Birlik ruhu, itici gücümüz olacak

TÜRKİYE İHRACATÇILAR

MECLİSİ'NDE yeni bir dönemin kapılarını aralıyoruz. Dört yıl boyunca İsmail Güle ve beraberindeki yönetim ile omuz omuza, elimizden gelenin en iyisini yapmaya çalıştık. İsmail Başkan ile bizler de yaşanan sorunlara çözüm bulmak için gayret gösterdik. Rekorlar kıran ihracat ailemize, gece gündüz katkı sunduk. Yeni dönemde çok daha fazla katkı sunmaya devam edeceğiz.

Ekonominin büyümesi ve dünya devleri arasında yer alması için çalışan, üreten, 61 İhracatçı Birliği, 27 sektör ile 100 bini aşkın ihracatçının tek çatı kuruluşu Türkiye İhracatçılar Meclisi, 13 Haziran'da İhracatın Şampiyonları Ödül Töreni ile birlikte TİM 29. Olağan Genel Kurulu'nu düzenledi. Tek aday olarak girdiğimiz seçimde, İsmail Başkan'dan bayrağı devraldık. Amacımız, TİM ile ihracatçımızı iyi bir şekilde geleceğe hazırlamak ve ihracatımızı çok daha ileriye taşımak. Türkiye'yi beraberce ortaya konan 500 milyar dolarlık ihracat hedefine yaklaştırmak.

İhracat, Türkiye'nin geleceği ve vazgeçilmezidir. Türkiye İhracatçılar Meclisi vizyonunu ortaya koyarak gerek şirketler gerekse birlikler vasıtasıyla stratejilerimizi birlikte belirleyeceğiz. Türkiye'yi gelecek dönemde çok farklı konumlara getireceğiz. Türkiye'yi ihracatta marka ülke yapmak hedefiyle yola çıkıyoruz. Dünyadaki trendleri izleyen değil, belirleyen bir ülke olmak için çalışacağız. Ülkemizin küresel ihracattan aldığı pay yüzde 1 civarında bulunuyor. Bu payı yüzde 50 artıracak potansiyelimizin olduğuna inanıyorum. Kilogram başına ihracatta en azından 2 doları

yakalayacağız. Türkiye ekonomisi, ihracat öncülüğünde yükselecek.

İhracatla yükselen Türkiye için 27 sektörümüzün, 61 birliğimizin etkin katılımı ile yeni dönemde Türkiye İhracatçılar Meclisi'ni strateji ve vizyon liderliği yapan, gündem belirleyen bir kimliğe kavuşturacağız. Yeni dönemde birlik ruhu, itici gücümüz olacak. Daha aktif ve senkronize çalışacağımız birliklerimizden gelecek projeler ve bilgi akışı ise en önemli veri kaynağımızı oluşturacak. Projeleri olgunlaştırıp, ekonomi yönetimine taşıyarak, ihracatımızın gelişimine katkı sunacağız. Yeni dönemde daha efektif çalışacağız.

Türkiye İhracatçılar Meclisi, büyük bir aile... Türkiye İhracatçılar Meclisi olarak birlik ruhuyla hareket ederek ve tüm sektörlerin sorunlarına birlikte çözüm bularak ihracatı hak ettiği yere taşıyacağız.

YENİ DÖNEMDE BİRLİK RUHU, İTİCİ GÜCÜMÜZ OLACAK. DAHA AKTİF VE SENKRONİZE ÇALIŞACAĞIMIZ BİRLİKLERİMİZDEN GELECEK PROJELER VE BİLGİ AKIŞI İSE EN ÖNEMLİ VERİ KAYNAĞIMIZI OLUŞTURACAK.

Bize düşen edindiğimiz bu kazanımları, katma değerli ihracatla süsleyerek sürdürülebilir bir şekilde yarınlara taşımak. Hem ülke ekonomimizi hem de ihracatımızı bu hedeflerimize ne kadar yaklaştırabilirsek o kadar insan bundan mutluluk ve gurur duyacak.

O yüzden, hep beraber çok çalışmalıyız.

Mustafa Gültepe
TİM Başkanı

Panorama



AÇILIŞ

- TURYİD tarafından 16 Mayıs'ta düzenlenen 2. Uluslararası Turizm Yatırım Forumu'nun açılışı Kültür ve Turizm Bakanı Mehmet Nuri Ersoy, İstanbul Valisi Ali Yerlikaya, Cumhurbaşkanlığı Yatırım Ofisi Başkanı Ahmet Burak Dağlıoğlu ve İTO Başkanı Şekip Avdagiç'in katılımıyla gerçekleşti.



FUAR

- Dünyanın en büyük ev tekstili fuarları arasında yer alan HOMETEX Ev Tekstili ve Aksesuarları Fuarı, İstanbul Fuar Merkezi'nde 17-21 Mayıs tarihleri arasında gerçekleşti.
- Bu yıl Ankara'da düzenlenen 4. Verimlilik ve Teknoloji Fuarı'ndaki TİM standında, İnovaTİM proje takımları ile TİM TEB Girişim Evi girişimcileri ziyaretçilerle buluştu.
- 66. Aysaf Uluslararası Ayakkabı Yan Sanayi Fuarı, 1-4 Haziran tarihleri arasında İstanbul Fuar Merkezi'nde düzenlendi.

haziran

ETKİNLİK

- DDMİB Başkanı Çetin Tecdelioğlu'nun ev sahipliğinde "İhracatta İlk Adımı Gençlerle Atıyoruz" programı gerçekleşti.
- EGD Ekonomi Basını Başarı Ödülleri programı, İstanbul Ticaret Odası Başkanı Şekib Avdagiç ev sahipliğinde gerçekleşti. Ekonomi basının kıymetli mensuplarına plaketler takdim edildi.



YARIŞMA

- Çimento, Cam, Seramik ve Toprak Ürünleri İhracatçıları Birliği; seramik, cam ve çimento sektörlerinde tasarımın gücünü geliştirmek, yenilikçi ve özgün tasarımları sektöre kazandırmak için XONE Design 2022 Tasarım Yarışmaları'nı düzenledi.





ÖDÜL TÖRENİ

- Hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün yenilikçi, sürdürülebilir ve katma değerli ihracatı için üniversite öğrencileri arasında İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği'nin düzenlediği İHKİB Girişimcilik ve İnovasyon Yarışması'nda (GİY) dereceye giren projelere ödülleri törenle verildi.
- Orta Anadolu Mobilya, Kâğıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği tarafından düzenlenen 13. Ulusal Mobilya Tasarım Yarışması Ödül Töreni'nde başarılı tasarımcılar ödüllendirildi.
- Otomotiv Endüstrisi İhracatçıları Birliği, İhracatın Şampiyonları Ödül Töreni'nde başarılı olan otomotiv endüstrisi ihracatçı firmaları ödüllendirdi.



ZİRVE

- İşverenle Planlama, İstihdamda Öncelik Meslekleri Eğitim Zirvesi'nde, TIM Marka Konseyi Üyesi Mehmet Erdoğan "Geleceğin Meslekler ve Sivas" başlıklı oturuma panelist olarak katıldı.

temmuz

ZİYARET

- Kamerun Ankara Büyükelçisi Victor Tchatchouwo, Türkiye İhracatçıları Meclisi'ne nezaket ziyaretinde bulundu. Gerçekleşen görüşmede, iki ülke arasında gelecek dönemde gerçekleştirilebilecek potansiyel iş fırsatları değerlendirildi.

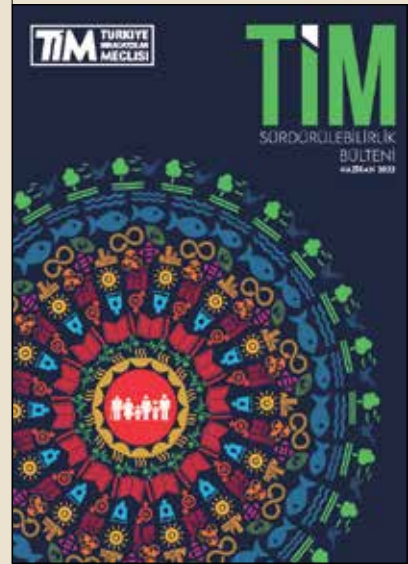
TÜRKİYE LOJİSTİK PORTALI

- Türkiye Lojistik Portalı, ihracatçılar ve yük taşıyıcı firmalar arasında veri iletişim bağlantısı kurmayı hedefleyen, teknoloji merkezli bir portal olarak hizmet veriyor.



BÜLTEN

- TIM inovasyon Mayıs Bülteni yayımlandı.
- TIM Sürdürülebilirlik Bülteni yayımlandı.



Dünya Bankası, bu yılki küresel ekonomik büyüme tahminini pandemi ve Rusya-Ukrayna Savaşı'nın etkileri nedeniyle yüzde 4,1'den yüzde 2,9'a düşürdü. Türkiye özelinde ise büyüme tahmini şu şekilde: 2022 yılı yüzde 2,3, 2023 yılı yüzde 3,2 ve 2024 yılı yüzde 4.



Gaming in Turkey tarafından yayımlanan Türkiye Oyun Sektörü 2021 Raporu'na göre Türkiye pazarı 1 milyar 200 milyon dolarlık büyüklüğe ulaştı. Ülkedeki oyuncu sayısı da 2018'den 2021'e kadar 30 milyondan 42 milyona çıktı. 54 girişim, 2021 yılında yatırım aldı ve 266 milyon dolarlık bir hacim yaratıldı.

İstanbul Sanayi Odası Türkiye İmalat PMI (Satın Alma Yöneticileri Endeksi) anketinin 2022 yılı Mayıs dönemi sonuçları açıklandı. Eşik değer 50'nin üzerinde ölçülen tüm rakamların sektörde iyileşmeye işaret ettiği anket sonuçlarına göre manşet PMI Mayıs ayında bir önceki aya göre yatay seyrederek 49,2 düzeyinde gerçekleşti.



Yapay Zekâ Politikaları Derneği'nin araştırması, Kasım 2021 ile Mayıs 2022 arasında "metaverse" kelimesini Türkiye'de duyma oranının yüzde 41'den yüzde 58,1'e yükseldiğini ortaya koydu. Çoğunluğunu Z kuşağının oluşturduğu yüzde 58,1'lik kitlenin yüzde 6,1'inin metaverse evreninde arazi satın aldığı belirlendi.



Washington Üniversitesi'nde yapılan yeni bir çalışma, 2029 yılına kadar tüm emisyonlar durdurulsa bile küresel ısınmanın büyük ihtimalle 1,5 dereceyi geçeceğini ortaya koyuyor. Bu durum aşırı sıcaklıklar, orman yangınları ve seller gibi felaketlerin sıklıkla yaşanacağı anlamına geliyor.

Daxue Consulting tarafından hazırlanan "Yeşil Suç Raporu: Çin'de Sürdürülebilir Tüketim" başlıklı çalışma, tüketicilerin sürdürülebilir modada artan farkındalığını destekliyor. Ankete katılan tüketicilerin yüzde 77'si, sürdürülebilir moda ürünleri için yüzde 5-20 fazladan ödeme yapmaya istekli. Üst sınıf tüketicilerin ise yüzde 20'si iki katı ödemeye açık.



Otomotiv sektörüne, kablo krizi damga vuruyor. Yaklaşık yüzde 30-40 arasında üretim kaybının yaşanmasına neden olan kablo krizi, sektörü derinden etkiliyor. Bir araçta ortalama beş kilometre uzunluğunda kablo kullanan üreticiler, şu anda Meksika'dan mal alındığına ancak üretimin Fas, Tunus, Polonya, Sırbistan gibi ülkelere kayacağına dikkat çekiyor.

24 Yıldır Sektöründe
İhracat Şampiyonu!

VESTEL'LE
OLUR
NEDEN OLMASIN?



Elektrik-elektronik sektöründe ihracat şampiyonluğu ödülü, Vestel'in 2021 yılı ihracat gelirlerine göre Türkiye İhracatçılar Meclisi tarafından verilmiştir.



Tarihin en yüksek aylık ihracatına ulaşıldı

İhracat ailesi, Haziran'da 23,4 milyar dolar ihracat gerçekleştirerek son 22 ayın 20'sinde rekor kırdı.

TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ (TİM), T.C. Ticaret Bakanı Mehmet Muş'un katılımıyla Haziran ayına ilişkin dış ticaret verilerini, Doğu Anadolu İhracatçılar Birliği'nin (DAİB) Erzurum'daki hizmet binasında düzenlediği toplantıda kamuoyu ile paylaştı. Açıklanan verilere göre Türkiye'nin ekonomi ve ticaret diplomasisinin saha neferleri Türk ihracatçısı, Haziran'da 23,4 milyar dolar ihracat gerçekleştirerek tüm zamanların en yüksek aylık ihracat rakamına ulaştı. Bu rakamlarla beraber ihracatta son 22 ayın 20'sinde rekor kırıldı.

Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin (TİM) 29. Olağan Genel Kurulu'nda seçilmesinin ardından ilk Dış Ticaret Değerlendirme Toplantısı'na katılan TİM Başkanı Mustafa Gültepe, Erzurum'da bulunmaktan büyük memnuniyet duyduğunu ve TİM'in yeni yönetimi olarak ilk dış ticaret değerlendirme toplantısını gerçekleştirdikleri için bugünün kendileri açısından ayrı bir öneme sahip olduğunu ifade etti. TİM Başkanı Mustafa Gültepe, "İhracatımızda mevcut yükseliş ivmesinin sürmesi, bizler için son

derece değerli. Haziran ayında ihracatımız, yüzde 18 artışla 23,4 milyar dolara ulaşarak bugüne kadarki en yüksek aylık ihracat rakamı oldu. İlk altı ayda bu rakam, yüzde 20 artışla 126 milyar dolara yaklaştı. 12 aylık ihracatımız ise 246 milyar doları aştı. Son 22 ayın 20'sinde aylık ihracat rekorları kırdık. Tüm ihracat ailemizi, bu üstün performans adına tebrik ediyorum. Bugün geldiğimiz noktada görüyoruz ki Türkiye 250 milyar doların ötesinde ihracat hedeflerini konuşmaya, yeni ufuklara yelken açmaya hazırdır." dedi.

MİKTAR BAZINDA YÜZDE 10 ARTIŞ

Miktar bazında ihracatın, bir önceki Haziran ayına göre yüzde 10 artışla 16,6 milyon tona ulaştığını kaydeden TİM Başkanı Mustafa Gültepe, birim ihracat değerinin ise yüzde 9 artışla 1,41 dolara yükseldiğini belirtti. Bin 905 firma ise bu ay ilk kez ihracat yaparak ihracat ailesine katıldı. TİM Başkanı Mustafa Gültepe, yeni firmaların Haziran ayında 80 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirdiğini bildirdi.

KİMYA SEKTÖRÜ İLK SIRADA

İhracat rakamlarıyla ilgili detayları paylaşan TİM Başkanı Mustafa Gültepe, şu bilgileri verdi: “Rakamlarımızın detaylarına baktığımızda tam 20 sektörümüzün ihracatını artırdığını görüyoruz. Bu ay, ilk beş sektörümüz sırasıyla 3,2 milyar dolar ile kimya, 2,7 milyar dolara ulaşan otomotiv, 2,3 milyar dolar ihracatla çelik, 2 milyar dolarla hazır giyim ve 1,4 milyar dolar ihracatla elektrik-elektronik oldu. Hububat ve mobilya, kâğıt ve orman ürünleri

sektörlerimiz, bugüne kadar ki en yüksek ihracat rakamlarına imza attı. Hububat sektörümüz aylık bazda ilk kez 1 milyar dolar ihracat gerçekleştirdi.”

Ayrıca motorlu taşıtlar, alüminyum ürünleri ve demir çelikten eşyalar ürün gruplarında ihracatı dikkat çekici seviyelerde artırdıklarına dikkat çeken TİM Başkanı Mustafa Gültepe, bu ay en çok artış kaydeden ilk 10 ürün grubunda ihracatın 825 milyon dolar arttığını söyledi.

ÜÇ İL İHRACATTA REKOR KIRDI

Haziran’da 61 ilin ihracatını artırma başarısını gösterdiğini dile getiren TİM Başkanı Mustafa Gültepe, en çok ihracat gerçekleştiren beş ilin sırasıyla İstanbul, Kocaeli, Bursa, İzmir ve Ankara olduğunu belirtti. Bu şehirlerin haricinde, ihracat artışıyla dikkat çeken diğer illerin ise Bursa, Mersin, Sakarya ve Kayseri olduğunu bildiren TİM Başkanı Mustafa Gültepe, “Adana, Muğla ve Balıkesir illerimiz ise güçlü performanslarıyla bu ay rekor kıran üç ilimiz oldu. Ayrıca bugün genel merkezinde bulunduğumuz DAİB

bünyesindeki ihracatçılarımız da ihracatlarını yüzde 10 artırarak 255 milyon dolar ihracata imza attı. Tüm illerimizi bu başarılı performans adına tebrik ediyorum.” şeklinde konuştu.

160 ÜLKEYE İHRACATTA ARTIŞ

İhracatçılarımız bu ay, ülkemizin bayrağını 215 ülke ve bölgede dalgalandırmayı başardı. “160 ülkeye ihracatta artış kaydettik.” diyen TİM Başkanı Mustafa Gültepe, şöyle devam etti: “En çok ihracat yaptığımız ilk beş ülke; Almanya, ABD, Irak, Birleşik Krallık ve İtalya oldu. Bu ülkelerin yanı sıra Romanya, Birleşik Arap Emirlikleri ve Güney Afrika’ya ihracatımızda önemli yükselişler var. Aralarında Rusya, Güney Kore, Arjantin ve Hindistan’ın da dâhil olduğu tam 18 ülkeye ihracatta rekor seviyelere ulaştık.”

TİM Başkanı Mustafa Gültepe, ülke gruplarında Avrupa ülkelerine 13 milyar dolar, Yakın ve Orta Doğu ülkelerine 3,9 milyar dolar, Afrika kıtasına 2,3 milyar dolar, Kuzey Amerika’ya 1,8 milyar dolar ve Uzak Doğu ülkelerine 1,7 milyar dolar ihracat gerçekleştirildiğinin bilgisini verdi.

HAZİRAN AYININ “EN”LERİ

- Bin 905 firma, ilk kez ihracat yaptı.
- 20 sektör, ihracatını artırdı.
- 160 ülkede, ihracat arttı.
- 61 il, ihracatını artırdı.



TİM Başkanı Mustafa Gültepe: "İhracat ailemizi, üstün performansları adına tebrik ediyorum. Bugün geldiğimiz noktada görüyoruz ki Türkiye 250 milyar doların ötesinde ihracat hedeflerini konuşmaya, yeni ufuklara yelken açmaya hazırdır." dedi.

"GÜÇLÜ PERFORMANS; ÜRETİM VE İSTİHDAMI DİNAMİK TUTUYOR"

Yüksek enflasyon ve enerji fiyatlarındaki artışın tetiklemesiyle birlikte dünyanın ekonomik zorluklarla mücadele ettiği bir dönemde, Türkiye'nin mal ve hizmet üretimiyile ekonomide güçlü adımlar atmaya sürdürdüğünü ifade eden TİM Başkanı Mustafa Gültepe, "İhracatımızdaki güçlü performans; üretim ve istihdam piyasalarını dinamik tutuyor. Sanayi üretimi son açıklanan

verilere göre yıllık bazda yüzde 10,8 arttı. Kapasite kullanım oranı Haziran ayında yüzde 77,6 seviyesinde gerçekleşti. Nisan ayında 408 bin yeni istihdam oluşturuldu. Bu sevindirici gelişmelerin ülkemize hayırlı olmasını temenni ediyoruz." diye konuştu.

Son günlerde Türk lirasının döviz kurları karşısında istikrara kavuşması adına, ticari krediler ve reeskont kredilerinin kullanımına dair bazı makro ihtiyati tedbirler

uygulamaya konulduğunu dile getiren TİM Başkanı Mustafa Gültepe, Türkiye İhracatçılar Meclisi olarak, atılan adımları büyük bir dikkatle takip ettiklerini belirtti. TİM Başkanı Mustafa Gültepe, "İhracatımızın süratle yükselmesiyle beraber, finansman ihtiyacımız da buna bağlı olarak artıyor. Merkez Bankası Başkanı Şahap Kavcıoğlu ve sektör temsilcilerimizin katılımıyla TİM Genişletilmiş Başkanlar Kurulu toplantımızı gerçekleştirdik. Toplantıda yeni dönemde ihracatın finansmanından, uygulanan makro ihtiyati tedbirlere kadar geniş bir yelpazede konuları detaylarıyla ele aldık. Ortak akıl ve istişare ile sektörlerimizin ihtiyaçlarına yönelik talepleri Merkez Bankası Başkanımızla paylaştık." dedi.

"İHRACAT RAKAMLARIMIZDA GÖRDÜK"

Türkiye için önemli bir pazar olan Suudi Arabistan ile ilişkilerin normalleşmesinin, yeni fırsatları da beraberinde getireceğini söyleyen TİM Başkanı Mustafa Gültepe, "İkili ilişkilerdeki gelişmelerin olumlu yansımalarını, bu ay ihracat rakamlarımızda da gördük. Suudi Arabistan'a ihracatımız yüzde 63 artarak 25 milyon dolara ulaştı. Küresel ölçekte resesyon endişelerinin arttığı bir döneme girilirken yakından ve güvenilir ticaretin önemi her zamankinden daha fazla artıyor. Ülkemizin bu süreçte yakın coğrafyasında jeopolitik çözümler üretmesi, muhtemel bir küresel daralmadan etkilenmemek adına son derece önemli." ifadelerini kullandı.

Alternatif Bank'tan İhracatçıya Güç Katan Paket

İhracatta işinizi kolaylaştıracak ayrıcalıklarıyla İhracata Tam Destek Paketi, Alternatif Bank'ta!

Bankacılık Hizmetleri

- Ücret ve komisyon avantajları
- Ücretsiz ticari kredi kartı
- Mobil ve İnternet Bankacılığında ücretsiz EFT/havale
- 2 adet ücretsiz çek karnesi
- Sigorta ürünlerinde avantajlar

Asistans Hizmetleri

- Ücretsiz dış ticaret danışmanlık hizmeti
- Ücretsiz yabancı dil desteği ve indirimli tercüme hizmeti
- İhracat pazar araştırması ve analizi

ve daha birçoğu için detaylı bilgiye

www.alternatifbank.com.tr/ihracatciya-guc-katan-paket
sayfamızdan ulaşabilirsiniz.





TİM'de Mustafa Gültepe dönemi başladı

TİM Başkanlığına seçilen Mustafa Gültepe, görevi İsmail Gülle'den devraldı.

TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ (TİM), devir teslim töreni, Dış Ticaret Kompleksi Ömer Halisdemir Konferans Salonu'nda gerçekleşti. 13 Haziran'da düzenlenen TİM 29. Olağan Genel Kurulu'nda, delegelerin oyları ile TİM Yönetim Kurulu Başkanlığı'na seçilen Mustafa Gültepe, görevi önceki başkan İsmail Gülle'den devraldı. Devir teslim töreninde konuşan TİM Başkanı Mustafa Gültepe, "TİM olarak ihracatçımızı iyi bir şekilde geleceğe hazırlayacağız. Amacımız Türkiye'yi beraberce

500 milyar dolarlık ihracat hedefine yaklaştırmak. O yüzden hep beraber, çok çalışmalıyız." dedi.

"HOŞGÖRÜ VE İSTİŞARE EGEMENDİ"

Eski TİM Başkanı İsmail Gülle, törende yaptığı konuşmada değerlendirmede bulundu. 2020'de pandemi, 2021'de rekorlar ve 2022'de de gerçekleştirilen Genel Kurul ile tarihe damga vurduklarını söyleyerek, "Güzel işler yaptık. Bugün oluşturduğumuz şu atmosfer

bile başlı başına bir hikâyedir. Gerçekten örnek bir Genel Kurul oldu. Hoşgörünün, istişarenin egemen olduğu bir gün yaşadık. Mühim olan kubbede hoş bir seda bırakabilmek. Onu da bırakabildiysek o da bizim mutluluğumuz." diye konuştu.

TİM Başkanlığı'na seçilen Mustafa Gültepe ile dört yıl beraber görev yaptıklarını belirten İsmail Gülle, "Kendisi çok uzun zamandır ihracatın içinde. Oluşturacağı yeni yönetimle başarılı işler

BUGÜN ATILAN HER ADIM GELECEĞE İLHAM...

Sürdürülebilir bir gelecek için iklim, insan ve inovasyon odağında geleceğe ilham veren isimlerle ve içeriklerle buluşmaya devam ediyoruz. Geleceğe ilham buluşmaları, seminerleri, haberleri ve atölyeleriyle yıl boyunca sizlerleyiz.

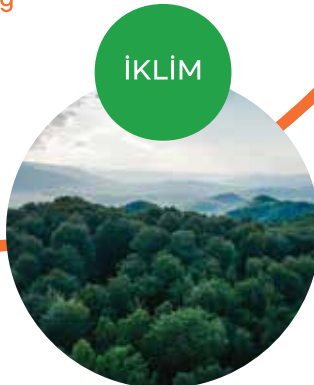
Geleceğe İlham serisi ve daha fazlası için
Borusan Holding sosyal medya hesaplarını takip edebilirsiniz!

[f](#) [@](#) [t](#) [in](#) [v](#) borusanholding

İKLİM

İNSAN

İNO-
VASYON





yapacaktır. Bu, bir bayrak yarışıdır. Biz, bu görevi yaptık. Bir aile sıcaklığı içinde, bu işleri sürdürdük. Görev sürecimizde benimle birlikte görev yapan herkese teşekkür ediyorum.” şeklinde konuştu.

“TÜRKİYE’Yİ, İHRACAT HEDEFİNE YAKLAŞTIRACAĞIZ”

Yeni TİM Başkanı Mustafa Gültepe ise TİM olarak ortaya konulan birlik ve beraberliği, bundan sonra da devam ettireceklerini vurgulayarak, “İhracatçı, Türkiye için şu anda en fazla takip edilen ve en fazla izlenen sektör, birey ya da meclis fark etmeksizin, ekonominin yapı taşıdır. Dört yıl boyunca İsmail Gülle ve beraberindeki yönetim ile omuz omuza, elimizden gelenin en iyisini yapmaya çalıştık. İsmail Gülle hiç durmadan, 24 saatini vererek elinden geldiği kadarıyla her şeyi yapmak için çaba gösterdi. TİM, İsmail Gülle döneminde

TİM Başkanı Mustafa Gültepe: “Gelecekle ilgili ortaya konulacak tüm çalışmalar, istişareyle yapılmalıdır. TİM olarak bunu gerçekleştirmeye çalışacağız. TİM, büyük bir aile. Görevimiz zor ama zoru başarmak, en güzel şeylerden bir tanesidir.”

herkese açtı. Herkes çok rahat bir şekilde derdini, sıkıntısını anlatabiliyordu. İsmail Gülle ile bizler de elimizden geldiği kadarıyla bu sorunlara çözüm bulmaya çalıştık.” dedi.

Koltukların gelip geçici olduğunu ve esas meselenin ihracat olduğunu ifade eden yeni TİM Başkanı Mustafa Gültepe, “Kendi işimiz olmadan, buralarda görev yapmak zor. Önce kendi işimizde iyi olmalıyız ki son 21 ayın 19’unda olduğu gibi rekorları sürdürebilelim. Türkiye İhracatçılar Meclisi vizyonunu ortaya koyarak gerek şirketler gerekse birlikler vasıtasıyla stratejilerimizi birlikte belirlemeli; Türkiye’yi gelecek dönemde çok farklı

konumlara getirmeliyiz. Görev büyük bir görev, zorlu bir görev. Bunun farkındayız. Ama inanıyorum ki her sektörü ayrı ayrı değerlendirerek, ayrı ayrı çalıştaylar yaparak Türkiye’yi ortaya konan 500 milyar dolarlık ihracat hedefine beraberce yaklaştıracacağız. Ne kadar yaklaştırsak o kadar insan bundan mutluluk ve gurur duyacak. O yüzden, hep beraber çok çalışmalıyız. Amacımız TİM ile ihracatçımızı iyi bir şekilde geleceğe hazırlamak. Gelecekle ilgili ortaya konulacak tüm çalışmalar, istişareyle yapılmalıdır. TİM olarak bunu gerçekleştirmeye çalışacağız. TİM, büyük bir aile. Görevimiz zor ama zoru başarmak, en güzel şeylerden bir tanesidir.” diye konuştu.

**BOSCH**

Termoteknoloji



Ülkemiz ekonomisine katkı sağlamaktan gurur duyuyoruz.

Türkiye’de ürettiğimiz yüz binlerce kombiyi dünyaya ihraç ederek, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) 2021 İhracat Şampiyonları Ödülleri’nde bu yıl bir kez daha İklimlendirme Sanayii Sektör Birincisi olmanın haklı gururu içindeyiz.

Başarımızda emeği geçen tüm Bosch Termoteknik Ailesine teşekkür ediyoruz.

[/boschtermoteknoloji](#)[/boschclimatetr](#)[/Bosch Termoteknoloji](#)www.bosch-thermotechnology.com/tr

TİM Yönetim Kurulu belli oldu

İhracat ailesine dört yıl boyunca yön verecek yeni TİM Yönetim Kurulu kadrosu belirlendi.



TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ (TİM) Sektörler

Konseyi, 27 sektörün başkanları temsiliyetinde ilk toplantısını düzenledi. 100 bini aşkın ihracatçının tek çatı kuruluşu olarak çalışmalarını sürdüren TİM Başkanı Mustafa Gültepe'nin öncülüğünde toplantı gerçekleşti. Dört yıl boyunca TİM Yönetim Kurulu Üyesi olarak ihracat ailesine yön verecek yeni yönetim kurulu kadrosu belli oldu. TİM Başkanı Mustafa Gültepe, "Türkiye'yi ihracatta marka ülke yapma hedefiyle yola çıkıyoruz. 27 sektörümüzün, 61 birliğimizin etkin katılımı ile yeni dönemde TİM'i strateji ve vizyon liderliği yapan, gündem belirleyen bir kimliğe kavuşturacağız. Yeni dönemde birlik ruhu, itici gücümüz olacak." dedi.

"İHRACATI HAK ETTİĞİ YERE TAŞIYACAĞIZ"

TİM Sektörler Konseyi toplantısının ardından açıklamalarda bulunan TİM Başkanı Mustafa Gültepe, şunları ifade etti: "İhracat, Türkiye'nin



geleceği ve vazgeçilmezimizdir. Türkiye'yi ihracatta marka ülke yapma hedefiyle yola çıkıyoruz. Daha aktif ve senkronize çalışacağız, birliklerimizden gelecek projeler ve bilgi akışı ise en önemli veri kaynağımız olacak. Projeleri olgunlaştırıp, ekonomi yönetimine taşıyarak ihracatımızın gelişimine katkı sunacağız. Yeni dönemde, daha efektif çalışmalara imza atacağız."

TİM YÖNETİM KURULU

Türkiye İhracatçılar Meclisi'nde 13 Haziran 2022 tarihinde yapılan Olağan Genel Kurulu neticesinde görevi devralan Yönetim

Kurulu'nda görev bölümü şu şekilde yapıldı:

- Başkan:** Mustafa Gültepe
Ahmet Güleç (Başkan Vekili/ Mobilya, Kâğıt ve Orman Ürünleri)
Adil Pelister (Başkan Vekili/ Kimyevi Maddeler ve Mamulleri)
Çetin Tecdelioğlu (Başkan Vekili/Demir ve Demir Dışı Metaller)
Fikret Kileci (Başkan Vekili/ Tekstil ve Ham Maddeleri)
Kutlu Karavelioğlu (Başkan Vekili/Makine ve Aksamları)
Ali Kavak (Yaş, Meyve, Sebze)
Baran Çelik (Otomotiv Endüstrisi)
Başaran Bayrak (Gemi, Yat ve Hizmetleri)
Birol Celep (Kuru Meyve ve Mamulleri)
Burak Yakın (Mücevher)
İbrahim Pektaş (Çelik)
Melisa Tokgöz Mutlu (Meyve ve Sebze Mamulleri)
Mustafa Şenocak (Deri ve Deri Mamulleri)
Salahattin Kaplan (Halı)
Salih Zeki Poyraz (İklimlendirme Sanayii)

YATIRIMCILARLA GİRİŞİMCİLERİ BULUŞTURAN

Özel Pazar



Borsa İstanbul Özel Pazar, halka açılmadan finansman, likidite ve yeni yatırım ihtiyaçlarını karşılamak için var. Yatırımcıyla girişimciyi buluşturur, yenilikçi fikirleri destekler, finansal sorunlara çözümler sunar.

Merkez Bankası Başkanı Şahap Kavcıoğlu, TİM'e ziyaret gerçekleştirdi



TÜRKİYE CUMHURİYET Merkez Bankası (TCMB) Başkanı Şahap Kavcıoğlu, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı Mustafa Gültepe ve ihracat temsilcileri ile TİM Dış Ticaret Kompleksi'nde bir araya geldi. TİM Yönetim Kurulu ve birlik başkanlarının da yer aldığı toplantıda, ihracattaki güncel meseleler ve küresel ticaretteki son gelişmeler değerlendirildi. TCMB Başkanı Kavcıoğlu, ihracatçıların sorularını yanıtladı ve karşılıklı görüş alışverişinde bulunuldu.

"İLETİŞİMİN GÜÇLÜ TUTULMASINI ÖNEMSİYORUZ"

Toplantının ardından değerlendirmede bulunan TİM Başkanı Mustafa Gültepe, "Bugün Merkez Bankası Başkanı Sayın Prof. Dr. Şahap Kavcıoğlu, Dış Ticaret Kompleksi'mize teşrif ederek ihracatçılarımızla bir araya geldi. TİM Başkanı olarak, bugünkü istişare ve diyalog



TİM Başkanı Mustafa Gültepe: "TİM Başkanı olarak, bugünkü istişare ve diyalog ortamını son derece kıymetli buluyorum. İhracatçılarımız ve kamu kurumlarımız arasındaki diyalogun güçlü tutulmasını önemsiyoruz. Bu sayede ihracatçılarımızın meselelerinin hızla çözüme kavuşacağına inanıyoruz."

ortamını son derece kıymetli buluyorum. İhracatçılarımız ve kamu kurumlarımız arasındaki diyalogun güçlü tutulmasını önemsiyoruz. Bu sayede ihracatçılarımızın meselelerinin hızla çözüme kavuşacağına

inaniyoruz. Yeni dönemde birlik ruhu, itici gücümüz olacak. Daha aktif ve senkronize çalışacağımızı birliklerimizden gelecek projeler ve bilgi akışı ise en önemli veri kaynağımızı oluşturacak." diye konuştu.

Red Bulut Pazaryeri Platformu'yla işler değişir

Red Bulut Pazaryeri Platformu ile süreç yönetimi, veri güvenliği, satış ve sonrası operasyonları için bulut tabanlı yazılım ihtiyaçlarınızı tek noktadan satın alabilirsiniz.



Red Bulut
Platformu



Birlikte mümkün
vodafone
business

TÜRKİYE LOJİSTİK PORTALI

İhtiyacınıza uygun lojistik çözümler, Türkiye Lojistik Portalı (TLP) ile hizmetinizde. İhracatçılar yük ilanı, lojistikçiler ise boş araç ilanı verebilir ve ilanlara talepte bulunabilir.

Portal ile ilgili her türlü problem, soru ve önerileriniz için bizimle iletişime geçebilirsiniz.
+90 212 454 01 38 / +90 212 454 04 90 (Dahili: 1138)

TÜRKİYE LOJİSTİK PORTALI, ihracatçı firmalar ve yük taşıyıcı firmalar arasında veri iletişim bağlantısını kurmayı hedefleyen teknoloji merkezli bir portaldır. İhracatçılar tarafından girilen yüklerin (ihracatçının rıza beyanına dayalı olarak), lojistik firmalar tarafından ve aynı şekilde lojistikçiler tarafından girilen boş araç ilanlarının ise ihracatçılar tarafından görüntülenmesini sağlıyor. Bu sayede taraflar arasında güçlü bir iletişimin oluşmasına, akıllı çözümler üretilmesine zemin hazırlıyor.

TLP NEYİ AMAÇLIYOR?

İhracatın, Türkiye'nin büyümesine ve istihdamına yaptığı katkının bilinciyle,

belirlenen hedeflere ulaşılması noktasında Türkiye Lojistik Portalı, lojistik sektörü çok önemli bir yer tutuyor. İhracatın geliştirilmesi amacıyla ihraç ürünlerinin dünyanın dört bir köşesine daha hızlı, daha ucuz ve daha güvenli bir şekilde ulaşması, ihracat hacminin artması ve lojistik noktasında önemli avantajlar elde edilmesi hedefleniyor.

TÜRKİYE LOJİSTİK PORTALI'NIN FAYDASI NEDİR?


İhracatçıların dünyaya açılan kapısı ve lojistik firmalarıyla ihracatçılar arasında bir köprü vazifesi gören Türkiye Lojistik Portalı,

- İhracatçı firmalar tarafından beyan edilen yük bilgilerinin,

taşıyıcı firmalar tarafından izlenmesini sağlayarak hangi bölgelerde, ne oranlarda yük potansiyeli olduğunun belirlenmesine,

- Uygun taşıma faaliyetlerinin gerçekleştirilmesine,
- Sürdürülebilir tedarik zinciri çözümlerinin ve yenilikçi lojistik anlayışların gelişmesine,
- İhracatçılar tarafından potansiyel gönderiler ile ilgili çıkış limanı, varış limanı, gönderi tarihi, taşıma şekli, ambalaj biçimi gibi bilgilerin bir havuzda toplanmasına,
- İhracat sürecinin öngörülebilir kılınmasını sağlayarak ürünlerin verimli biçimde taşınmasına destek verir.



 Prof. Dr. Emre Alkin

Hazır giyim kendini yenilemeli

Türkiye'nin tanınmış erkek giyim markalarından biri, geçen ay beni konuk konuşmacı olarak davet etti. İş ve sosyal yaşamda, giyim konusunda dikkatli ve seçici olduğum bilindiği için birçok marka tarafından çeşitli toplantılara çağırılıyorum. "Parayı keyfe harcamak hünerdir." demiştik son kitabımızda. Ayrıca "Paramıza hükmümüz geçmeli." diye eklemiştim. Bu toplantıda kitaptaki cümlelere daha da açıklık getirdim.

Marka algısını erkek giyimi üzerine dayandıran mağazalarda, akla ilk gelen ürün takım elbise oluyor. Zaten alışveriş merkezlerinin içindeki pozisyonlanmaları da bu şekilde. Yani kendilerine rakip olan ve takım elbise satan ya da o şekilde piyasada yükselmiş diğer markalarla yan yana yer alıyorlar.

Açıkçası bu tip dükkanlara çok sık uğrayan bir insan değilim, nedenini söyleyeyim: Çok sık seyahat ettiğim, mekânlar ve insanlarla sürekli temasta bulunduğum için kumaşları sağlam ama şık olan, tasarımı ile göz dolduran ürünleri tercih ediyorum. Şu ana

kadar bir markanın değerine bu konuda herhangi bir üstünlüğünü göremedim. Çok iyi hatırlıyorum, Malatya'daki bir konferansa gittiğimde pantolonum yırtıldığı için mecburen bu markalardan bir tanesinin mağazasına gidip takım elbise almak zorunda kaldım. Çünkü pantolonu tek olarak veremediler. Yani ihtiyacım olmayan bir ceket sahibi oldum. Marjinal fayda açısından can sıkıcı bir deneyimdi.

Aynı markalar, ihracatın yükselişinden faydalanıp yurt içindeki mağaza açma hızlarını yurt dışında da devam ettirdi. Böylelikle devletin verdiği her türlü teşvikten faydalandı. Markalaşma açısından ne kadar faydalı oldu bilemem ama cirolarını belli bir ölçek üzerinde çıkarmalarını sağladı.

Şimdi ortaya çıkan sorun şu: Birbirine benzeyen çok fazla marka var ve maalesef müşteri sadakati hele ki şu zamanda pek sağlanamıyor. Bunun iki nedeni var: Birincisini zaten söyledim. Markalar birbirlerinden farklı olduklarını iddia etseler de dükkân tasarımı ve ürünlerin sunuşu açısından birbirlerine benziyorlar. Dolayısıyla

tüketiciler, doğrudan doğruya fiyat/performans ölçümlemesine gidiyor. Zaten ihracatımızın da sorunu bu, kalite/fiyat açmazında devam ediyor.

İkinci neden de şu: Y nesli ve arkasından gelen Z nesli, zaten sadakat açısından düzgün bir sınav vermiyor. Ayrıca hiçbir yere bağlı kalmak istemiyorlar bunu da unutmayalım. Dolayısıyla gerçekten kendi profiline uygun ürün bulamıyor ise mağazaya çok fazla uğramıyor. Tabii bir mağaza, sadece su ve ekmek satan bir süpermarket gibi kendini sunuyorsa zaten oraya kimse gelmez. Müşterinin raftan bir ürünü çekip sonra vazgeçip yerine koyacak kadar özgürlüğü olmalı, bunun için raflarda değişik zevklere ve bütçelere hitap eden çok sayıda ürün olmalı. Elbette bir hazır giyim markasını süpermarket gibi konumlayamayız ama dışarıdan bakan içeride sadece takım elbise veya belli bir yaşın üzerindeki insanlara "olduğu kadar" spor giyinecek seçenек veren bir mekân görüyorsa oraya pek fazla uğramaz.

Dolayısıyla bundan sonraki hazır giyim ya da özel dikim mağazacılık tasarımının



		MAĞAZADAN İÇERİ GİREN KİŞİ İLK ÖNCE ŞUNU HİSSETMELİ: BURADA KİMSEYLE YARIŞ HÂLİNDE DEĞİL VE HARCADIĞI HER PARA, ONA MARJİNAL FAYDASINI YÜKSELTECEK BİR BAŞKA PENCERE AÇACAK.	
	<p>“uçtan uca” çözüm sunuyor olması gerekir. Çözüm sunmak demek, öncelikle kişilerin hayat tarzları ile örtüşen tasarımlar sunmak demek. Bunu başardıktan sonra müşteri mağazaya sadece acil çözümleri için değil, modayı yakından takip etmek ve daha önce hiç düşünmediği tasarımları denemek için uğrayabilir. Tabii ki böyle bir deneyim içinde mağaza personelinin disiplinler arası bilgiye sahip olması, sosyal medyayı doğru şekilde takip etmesi hatta kullanması, belli bir seviyede entelektüel kapasiteye sahip olması, tecrübesini psikoloji ile perçinlemesi gerekir. Sevgi ve ilgi, bu konuda birinci kuralımız. Yapılan araştırmalara göre Y jenerasyonu, kendini çok yalnız hissediyor. Bu sebeple seçimlerinde özgür bırakırken yalnız bırakılmış izlenimi vermemek lazım. Dolayısıyla alıcıyı sıkboğaz etmeden veya “O sana olmaz, bu daha iyi olur.” gibi aşırıya kaçan önermelerde bulunmadan ona yardımcı olmak gerekiyor. Tüketiciden daha tecrübeli ve daha bilgili olduğunu çaya atılan şekerin kaybolması gibi yavaş yavaş ve nazikçe hissettirmenin mutlaka bir yolunu bulmak lazım. Peki</p>	<p>tüm bunları niye yapıyoruz? Çünkü insanlar paralarına hükümlerinin geçmediğini düşünüyor. Bu da iktisadın en temel kuralına son derece aykırı bir durum. Doğal olarak harcama ve tüketim, tatmin duygusu için yapılır. Maalesef bugün insanlar evdekilerin, çevresindekilerin çoğunlukla arkadaşlarının ve elbette sosyal medyanın zoruyla hatta manipülasyonu ile harcama kararı veriyor. Bu bazen topluma ayak uydurmak bazen prestij bazen de anlık ihtirasların etkisi ile yapılıyor. O zaman tüketiciyi sonradan yaşayacağı pişmanlıklarından kurtarmak gerekiyor ki parasını başka yerde değil, mağazada harcasın.</p> <p>Mağazadan içeri giren kişi ilk önce şunu hissetmeli: Burada kimseyle yarış hâlinde değil ve harcadığı her para, ona marjinal faydasını yükseltecek bir başka pencere açacak. Azalan marjinal fayda kuralını hatırlayalım: Bir maldan harcadıkça kişi ona daha az para harcamak ister. Elbette bu altın, pırlanta ve süper lüks mal dediğimiz ürünler için geçerli değil. Hazır giyim için şu anki durumu da “olmazsa olmaz” bir deneyim vadetmiyor açıkçası. Her tüketici öyle ya da böyle “kârlı iş” yaptığını hissetmek</p>	<p>adına iskonto istiyor. Ancak iskonto kavramı yazılı değil, yazılı olmayan kurallar şeklinde uygulanmalı ve unutulmamalı ki dünyanın en güçlü markaları mağazada iskonto yapmaz. Dolayısıyla markaların kendini doğru tanımlaması şart. Bu tanımlama, sadece bugüne ait olmamalı. Tanımlamayı “timeless” ürünlere göre yapmak ve sürekli yenilemek de piyasada alınan pozisyonlara bakan bir yaklaşım biçimidir. Bu arada sık sık tasarım değiştirmenin modernlik değil, post-modern bir yaklaşım olduğunu unutmamak gerekir. Postmodernizm treninin bir vagonu safsataya ayrılmıştır, bunu da hatırlatayım. Kimse safsataya para harcamak istemez.</p> <p>Dolayısıyla önemli olan şey, tüketiciye çekici gelmek için iskonto yapmaktan önce yaptığı harcamanın gerçekten makbule geçtiğini, bu harcamanın kendisinde ve hayat tarzında değer yaratacağını hissettirmek gerekiyor. Ancak bu işleri yaparken mağaza tasarımından satıcı davranışına kadar farklı olmak adına işlevsiz tasarımlar da ortaya çıkıyor. Unutmayalım ki mağazacılığın yüzyıllardır yazılmış kuralları var.</p>



Öncü göstergeler, ihracatta yavaşlamaya işaret ediyor

Dr. Can Fuat Gürlesel

Küresel ticarete üç önemli unsurun baskısı altında, yavaşlama beklentisi bulunuyor. Bu üç unsurdan ilki, devam eden Rusya-Ukrayna Savaşı'nın etkilerini kapsıyor. Savaşın, karşılıklı yaptırımlar ve tedarik zincirindeki bozulmalarla ticareti yavaşlatması bekleniyor. İkinci unsur olarak yüksek enflasyon ve para politikalarındaki sıkılaşma görülüyor. Yüksek enflasyon, hane halkının satın alma güçlerini sınırlıyor. Buna bağlı olarak mal talebi ve ithalatta da yavaşlama beklentisi hâkim. ABD Merkez Bankası, para politikasında sıkılaşmaya başladı. Avrupa Merkez Bankası, Haziran ayında faiz artırımını ile sıkılaşmaya gidecek. Finansman koşulları zorlaşacak. Üçüncü unsur ise Çin'deki salgın, kapatma politikası ve ekonomiye verilen destekler olacak. Bu üç unsurun, küresel ticaret üzerindeki etkilerini ölçebilen göstergelerde ve gelişmelerde Mayıs ayında yavaşlamaya dair işaretler alındı. Öncelikle küresel sanayide

yavaşlama yaşanıyor. Küresel sanayi PMI üretim verisi, Mayıs ayında 49,7 ile ikinci ayda da küçüldü. Nisan ve Mayıs aylarında sanayi üretimindeki küçülmeler, ihracat ve ihracat siparişlerindeki yavaşlamadan kaynaklanıyor. Nitekim küresel sanayide alınan ihracat siparişleri Nisan ayında 48,3, Mayıs ayında ise 47,9'a geriledi. Küresel alınan yeni ihracat siparişleri, 2020 yılı Temmuz ayı seviyesine geri geldi. İhracattaki gerileme, küresel ticaretteki yavaşlamayı gösteriyor.

Üretimdeki ve ihracattaki gerileme, ara mallarında daha yüksek seviyede bulunuyor. Tüketim malları grubunda durağanlık var. Yatırım mallarında ise sınırlı artış devam ediyor. Ara malları ihracatında yaşanan daralma, sanayi üretimindeki düşüş ile örtüşüyor. Yine tedarik sıkışıklıkları, yüksek girdi, enerji fiyatları da üretim ve ara mal ticaretini sınırlıyor.

Bölgesel olarak değerlendirildiğinde Çin, Rusya, Polonya, Meksika, Malezya,

Tayvan ve İtalya gibi ülkelerde ihracat ve alınan ihracat siparişlerindeki yavaşlamanın veya küçülmenin daha kuvvetli gerçekleştiği görülüyor. Küresel tedarik zincirlerindeki bozulma, ticareti sınırlamaya devam ediyor.

Öncü göstergeler, küresel ticarete yavaşlamaya işaret ediyor. Büyüme yavaşlayarak sürecek. Küresel ticarete henüz bir daralma belirtisi bulunmuyor. Savaşın gelişimi ve yaptırımlar yine ana belirleyici olacak.

Türkiye'nin ihracatı, yaşanan süreçlerden etkilenmeye başladı. Türkiye için özellikle savaştan doğrudan etkilenen Avrupa pazarındaki gelişmeler ve beklentiler büyük önem taşıyor. 2022 yılı Mayıs ayında ihracatta değer olarak artış olmasına karşın miktar bazında ihracat yüzde 11,7 geriledi. Sanayi ürünlerinde miktar olarak gerileme yüzde 12,3 oldu. Sanayinin hemen tüm alt sektörlerinde ihracat miktar olarak azaldı. Değer olarak gerçekleşen yükselme, fiyat artışları kaynaklı yaşandı.



2022 YILI MAYIS AYINDA İHRACATTA DEĞER OLARAK ARTIŞ OLMASINA KARŞIN MİKTAR BAZINDA İHRACAT YÜZDE 11,7 GERİLEDİ. SANAYİ ÜRÜNLERİNDE MİKTAR OLARAK GERİLEME YÜZDE 12,3 OLDU. SANAYİNİN HEMEN TÜM ALT SEKTÖRLERİNDE İHRACAT MİKTAR OLARAK AZALDI. DEĞER OLARAK GERÇEKLEŞEN YÜKSELME, FİYAT ARTIŞLARI KAYNAKLI YAŞANDI.



Miktar olarak düşüş, ihracatın yavaşlamakta olduğunu gösteriyor.

İstanbul Sanayi Odası'nın açıkladığı sanayi PMI verisi de ihracattaki yavaşlamayı gösteriyor. 2022 yılı Mayıs ayında, 10 alt sektörden yedisinde alınan ihracat siparişleri gerilerken sadece üçünde alınan ihracat siparişleri artış gösterdi. Alınan ihracat siparişleri genel sanayi için ise sınırlı bir azalma oldu. PMI verileri de ihracatta yavaşlamaya işaret etti. Alınan ihracat siparişlerine bağlı olarak gelecek

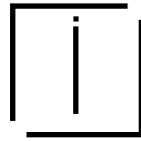
aylarda ihracat, miktar olarak azalmaya devam edecek. Değer olarak ise yüksek fiyatlar sebebiyle ihracat artışı sürecektir. Ancak özellikle Avrupa pazarında yavaşlama etkisi, ihracatımızı daha çok sınırlayacak. Bu sebeple ithalat artışları devam eden pazarlara ağırlık vermek yerinde olabilir. ABD ve Kanada ile enerji ve emtia ihraç eden ülkelere ithalat artışı sürecektir. Yılın ikinci yarısında, bu pazarlara öncelik verilmeli. Küresel ticarete ve önemli pazarlarımızdaki yavaşlamaya karşın

Türkiye'ye yönelik ilave tedarik talebi devam ediyor. Yılın geri kalanında da ilave tedarik talebi sürecektir. İhracatımızı daha çok bu ilave tedarik talebi sürükleyecek. Küresel ticarete yavaşlama işaretlerinin alındığı bu ortamda ihracatımız için finansmana erişim, maliyetlerin sınırlanması ve Türk lirasında öngörülebilirlik en önemli öncelikler olacak. Bu öncelikli alanlardaki sıkıntılar ihracatımızı küresel ticaretteki yavaşlamadan daha çok sınırlayacak.



Genç TİM, yarının EKOSİSTEMİNİ İNŞA EDİYOR

Sürdürülebilirliği
odağına alan
Genç TİM, yeni bir
ekosistem kuruyor.



İklim değişikliğinin tüm sektörleri etkileyen bir gündem maddesi hâline geldiğini vurgulayan Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), Şubat

ayı itibarıyla Türkiye'nin ilk bölgesel sürdürülebilir ihracat seferberliğini Marmara ile başlatmıştı. Bu kapsamda ekosistemi odağına alan Genç TİM'in Sürdürülebilirlik Komitesi çalışmalarını hızlandırdı. Türkiye'nin ihracatına gençlik aşılayan Genç TİM Üyesi Erdal Özer ile görüştük.

Genç TİM olarak Türkiye'nin gençlik potansiyeli hakkında neler düşünüyorsunuz?

Gençlerimizin sisteme entegrasyonunda, Genç TİM yapılanması bir aracı kurumdur. Bölgesel genç ihracatçılarımızın böyle bir

platformda bir araya gelmesi ve yaşanan sıkıntıları, sorunları aktarması; yola çıkan engellerin ortadan kalkış hızında etkili oluyor. Bu doğrultuda Türkiye İhracatçılar Meclisi'ne böylesine önemli bir projeye öncülük ettiği için teşekkür ediyoruz. Ekonomik krizin yaşattığı hareketlilik, hızlı karar verme zorunluluğu, günlük politikaların yarattığı tahribat gibi etkenler, genç girişimcilerimizin bir arada el birliği ile vereceği kararlarda, alacakları pozisyonlarda hızı önemli hâle getirdi. Kurulan platformlar genç ihracatçılarımızın bir arada bilgi aktarma süresini kısalttı, oluşturulan organizasyonların etkinliğini artırdı. Genç TİM ile adım atıldı, yola çıkıldı. Bu bağlamla yol uzun ve sonsuzdur. Kendimizi sürekli geliştirmemiz, eksikliklerimizi gidermemiz, en önemlisi milli bilinç çatısı altında, kol kola olmamız çok kıymetlidir.

Genç TİM yapılanmasındaki büyümeyi değerlendirir misiniz? Türkiye ekosistemi için Genç TİM ne gibi katkı sağlıyor?

Genç nesil ile beslemediğimiz hiçbir düzen, sürdürülebilir olamaz. Aileler, şirketler yahut devletler; geleceğini başarı ile sürdürebilmek adına gençlerine yatırım yapmalı. Gençler hem bugün hem gelecek için göz ardı edilemez bir kitledir. Sağlıklı, eğitilmiş, donanımlı ve nitelikli olmaları önemlidir. Genç işsizliği, gençlerin bilgiye ve eğitime erişimi en yaygın gençlik sorunları arasında yer alıyor. Ekonomik krizden en çok etkilenen grupların başında genç nüfus yer alıyor. Yaşanan ekonomik krizlerden sonra dünyada giderek artan genç işsizliği, iş gücü piyasasında önemli küresel gündem maddelerinden biri hâline geldi. Bazı ülkeler, bu sorunu ekonomik parametreler ile çözmeye çalışırken kimi ülkeler ise istihdam politikalarına öncelik veren adımlar attı.

Gençlerin iş gücü piyasasında yer alması, bilgi ve beceri düzeylerinin artırılması ve işsizliğin azaltılması, toplumun tümünü ilgilendiren önemli bir konudur. Büyük bir potansiyel güç olarak nitelendirdiğimiz gençlerimiz, bugün ve gelecekte ne kadar aktif bireyler olurlarsa bugününümüzün ve yarınımızın o kadar iyi olacağına inanıyorum.

Öncelikle ekolojiji; canlıların birbirleriyle ve yaşadıkları ortamdaki fiziksel faktörlerle olan etkileşimlerini, madde döngülerini ve enerji akışını incelemeliyiz. Bizler bu döngüyü, yaptığımız yanlış uygulamalarla ve kullanımlarla sıkıntılı bir sürece sokuyoruz. Bir ortamdaki canlı komüniteleri ile etkileşim hâlinde oldukları fiziksel faktörlerin oluşturduğu bütüne “ekosistem” denir. Bizim öncelikli sorumluluğumuz farklı ekosistemlerdeki döngünün ve dengenin, bozulan terazisini tekrar dengeye getirmeye çalışmak. Genç TİM olarak bu konu ile ilgili hassasiyetimiz son derece yüksektir. Bu bağlamda kendi aramızda yaptığımız toplantılarda veri alışverişinde bulunuyoruz. Her sektör her ihracatçı kendi alanındaki sistematik yapının düzeninden insan olarak sorumludur. Genç TİM olarak ihracatçılarımız ile yaptığımız diyaloglar ve temaslarda bunun önemine dikkat



Erdal Özer: “Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) de ihracatta sürdürülebilirlik ekosisteminin gelişmesine katkı sağlıyor.”

çekiyoruz. Amacımız, bu farkındalığın en üst seviyede hissedilmesi ve uygulanmasıdır.

Genç TİM kapsamında sürdürülebilirlik için ne gibi çalışmalar yapılacak? Gelecek sene ajandanızda neler var?

Sürdürülebilirlik ilkesi, bir anlamda yarınımızı inşa ediyor. Doğa ile insan arasında bir denge kurmak ve bu dengenin sağlanması doğrudan bize bağlıdır. Sürdürülebilirlik, üretkenliğin ve çeşitliliğin devamının sağlanmasıdır. Genç TİM çeşitli komitelerden oluşuyor ve komitelerden biri de Sürdürülebilirlik Komitesi'dir. Bu konuyu çok önemsiyoruz. Arkadaşlarımız, bu doğrultuda çalışmalar yaparak çıkarımlar sağlamaya çalışıyor. Genç TİM olarak ülkemiz başta olmak üzere dünyada farkındalık sağlanmasına katkıda bulunmak istiyoruz. Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin üzerinde durduğu “Sınırdaki karbon düzenlenmesinde, bölgedeki ihracatçıların hazır olması” konusu çok önemlidir. Türkiye'de ilk kez hayata geçirilen eğitim programı, Marmara Bölgesi ile başladı. Meclisimiz, ihracatta sürdürülebilirlik ekosisteminin gelişmesine katkı sağlıyor.



kapak konusu



İHRACAT AİLESİNİN ŞAMPİYONLARI ÖDÜL ALDI

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın teşrifleriyle İhracatın Şampiyonları Ödül Töreni'ni ve TİM 29. Olağan Genel Kurulu'nu İstanbul Haliç Kongre Merkezi'nde gerçekleştirdi.



Ekonominin büyümesi ve dünya devleri arasında yer alması için çalışan, üreten, 61 İhracatçı Birliği, 27 sektör ile 100 bini aşkın ihracatçının tek çatı kuruluşu Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), 13 Haziran'da İhracatın Şampiyonları Ödül Töreni ile birlikte TİM 29. Olağan Genel Kurulu düzenledi.

İhracatın Şampiyonları Ödül Töreni ve TİM 29. Olağan Genel Kurulu'na Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan ile birlikte T.C. Ticaret Bakanı Mehmet Muş, T.C. Hazine ve Maliye Bakanı Nureddin Nebati, T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mustafa Varank teşrif etti. Törene aynı zamanda İstanbul Valisi Ali Yerlikaya, ilk 1000 ihracatçı

firma temsilcileri, sivil toplum kuruluşları, dernekler ve ilgili paydaş kurumların başkanları, TİM delegeleri, İhracatçı Birlikleri'nin yönetim ve denetim kurulu üyeleri ve delegeleri ile TİM Konsey üyeleri de katıldı.

İLK 10 İHRACATÇI, ÖDÜLLERİNİ RECEP TAYYİP ERDOĞAN'DAN ALDI

Türkiye'de 2021 yılında en fazla ihracat yapan ilk 10 firmaya ödülleri, Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan tarafından takdim edildi. Geçen yıl en fazla ihracat gerçekleştirerek ödül alan ilk 10 şirket sırasıyla Ford Otomotiv Sanayi, Toyota Otomotiv Sanayi Türkiye, Türkiye Petrol Rafinerileri, Kibar Dış Ticaret, Vestel Ticaret, Arçelik, Oyak-Renault Otomobil Fabrikaları,



Ödül alan ilk 10 şirket sırasıyla Ford Otomotiv Sanayi, Toyota Otomotiv Sanayi Türkiye, Türkiye Petrol Rafinerileri, Kibar Dış Ticaret, Vestel Ticaret, Arçelik, Oyak-Renault Otomobil Fabrikaları, SOCAR Türkiye Petrol, HABAŞ Sınai ve Tıbbi Gazlar İstihsal Endüstrisi ve TGS Dış Ticaret oldu.





2021 YILINDA EN YÜKSEK İHRACAT YAPAN İLK 10 FİRMA

- Hizmet İhracatı Özel Ödülü: TÜRK HAVA YOLLARI A.O.
Türkiye İhracat Şampiyonu: FORD OTOMOTİV SAN. AŞ
Türkiye İhracat 2'ncisi: TOYOTA OTOMOTİV SAN. TÜRKİYE AŞ
Türkiye İhracat 3'üncüsü: TÜRKİYE PETROL RAFİNERİLERİ AŞ
Türkiye İhracat 4'üncüsü: KİBAR DIŞ TİCARET AŞ
Türkiye İhracat 5'incisi: VESTEL TİCARET AŞ
Türkiye İhracat 6'ncisi: ARÇELİK AŞ
Türkiye İhracat 7'ncisi: OYAK-RENAULT OTOMOBİL FABRİKALARI AŞ
Türkiye İhracat 8'incisi: SOCAR TÜRKİYE PETROL TİC. AŞ
Türkiye İhracat 9'uncusu: HABAŞ SINAİ VE TIBBİ GAZLAR İSTİHSAL ENDÜSTRİSİ AŞ
Türkiye İhracat 10'uncusu: TGS DIŞ TİC. AŞ



Bu başarıyı daha ileri taşımak için üzerimize düşen sorumluluklar var. İhracat ailesinin, bu başarıları elde etmesi hepimiz için kivanç vericidir. Bundan dolayı her birinizi ayrı ayrı tebrik ediyorum.



SOCAR Türkiye Petrol, HABAŞ Sınai ve Tıbbi Gazlar İstihsal Endüstrisi ve TGS Dış Ticaret oldu.

Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, İhracatın Şampiyonları Ödül Töreni'nde, TİM 29. Olağan Genel Kurulu'nun ekonomi ve ihracatçılar için hayırlara vesile olmasını dileyerek, "İhracatın Şampiyonları" olarak ödül alan firmaları ve iş insanlarını tebrik etti.

Törende 27 sektörün en fazla ihracat yapan şampiyonlarının ödülleri ise Bakanlar tarafından takdim edildi.

HER GEÇEN AY, BÜYÜYEN ORAN

Hemen her ay, rekorlarla büyüttükleri ihracatı geçen yıl 225 milyar doların üzerine çıkardıklarını, Mayıs 2022 itibarıyla 12 aylık bazda, ihracatı 243 milyar dolara yükseltmeyi başardıklarını ifade eden Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, böylece Türkiye'nin dünya ihracatından aldığı payı da yüzde 1,05 seviyesine ulaştırdıklarını, her geçen ay bu oranı daha da yukarı taşıyacaklarını söyledi.

İHRACATÇILARI TEBRİK ETTİ

Bugün, Türkiye'nin 217 ayrı ülke ve bölgeye yaptığı ihracatla bayrağını dünyanın her yerinde dalgalandıran bir ülke hâline geldiğini belirten

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; konaklama, restoran 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.





Bizler için esas olan, Türkiye’de üretimin ve ihracatın artmasına hizmet etmek, bu sayede ülkemizin daha güçlü bir ekonomiye sahip olması için çalışmaktır. TİM Başkanlığı görevim bitse de bundan sonra da Türkiye ekonomisinin ve ihracatının hizmetkârı olmaya devam edeceğim.



Erdoğan, şunları kaydetti:
“İhracatımızın sadece miktar olarak değil, birim değer itibarıyla yükselmesi ayrıca önemlidir. Bu tablo yüksek katma değerli ürünler ihraç etme hedefimize adım adım yaklaştığımızı işaret ediyor. Türkiye’nin 2022’nin ilk çeyrek büyümesinin yaklaşık yarısını ihracatımız sırtlamış vaziyette. Bu tablo ülkemizi yatırım, istihdam, üretim, ihracat ve cari fazlayla büyütme hedefimiz doğrultusunda emin adımlarla yürüdüğümüzün ispatıdır. Sağlık kriziyle başlayıp Karadeniz’in kuzeyindeki savaşla güvenlik krizine evrilen, beraberinde

siyasi krizi ve küresel ekonomik krizi de tetikleyen bir süreçte bu başarıların elde edilmesi ise hepimiz için kıvanç vericidir. Bu başarıdan dolayı her birinizi ayrı ayrı tebrik ediyorum. Bu başarıyı daha ileri taşımak için üzerimize düşen sorumluluklar var. Mesela İhracatın Şampiyonları Ödülü’nü vereceğimiz otomotiv firmalarımızdan, yapımına burada başladıkları modellerin üretimini, yeni modelleri devreye aldıktan sonra da sürdürmelerini bekliyorum. Bunun için kendilerine her türlü desteği vereceğimizden şüpheleri olmasın. Yerli otomobilimiz TOGG’un hikâyesi bunun en somut örneğidir.”

İSMAİL GÜLLE, VEDA ETTİ

İhracatın Şampiyonları Ödül Töreni’nde TİM Başkanı olarak yaptığı son konuşmasında ihracat ailesine veda eden İsmail Gülle, “Bugün TİM Başkanı olarak son kez hitap ediyorum. Çıtayı devraldığımız yerden çok daha yukarı çıkardık ve bu bayrağı öyle teslim ediyoruz. Göreve başladığımızda, ihracat ailesinin ‘hâkimi değil, hâdimi olmaya’ geldiğimizi ifade etmiştik. Çalışma arkadaşarımla beraber zaman, mekân ve imkânları zorlayan çok önemli işlere imza attık. Dört yıllık kısa bir sürede sekiz yıllık icraat yaptık. TİM’de ‘en’lerin ve ‘ilk’lerin döneminde, 100’ü aşkın yeniliği hayata geçirdik. Cumhuriyetin 100. yılına çok az kala, Cumhurbaşkanımızın yürüdüğü yolda yorulmayan yoldaşı olduk. Bizler için esas olan, Türkiye’de üretimin ve ihracatın artmasına hizmet etmek, bu sayede ülkemizin daha güçlü bir ekonomiye sahip olması için çalışmaktır. TİM Başkanlığı görevim bitse de bundan sonra da Türkiye ekonomisinin ve ihracatının

AKÇANSA'NIN YOLU GELECEKTEN GEÇİYOR

Geleceğimize sahip çıkmak vizyonuyla sürdürdüğümüz öncü uygulamalarımız ile Borsa İstanbul (BIST) Sürdürülebilirlik Endeksi'nde yer almaktan mutluluk duyuyoruz.





kapak konusu



İlk 1000'de yer alan şirketlerin 2021 yılındaki toplam ihracatı bir önceki yıla göre yüzde 33,2 artışla 123,3 milyar dolar oldu.



hizmetkârı olmaya devam edeceğim.” dedi.

İLK 1000 İHRACATÇININ KATKISI 123 MİLYAR DOLAR

29. TİM Olağan Genel Kurulu'nda “Türkiye'nin İlk 1000 İhracatçısı 2021” araştırmasının sonuçları da açıklandı. TİM tarafından gerçekleştirilen araştırma, ihracatın en büyük kuruluşlarının yıllık performanslarının gözlemlenmesine ve birçok detaylı analiz yapılmasına olanak sağlayarak ihracatçı firmalara yol gösterirken, ihracatın gelişimi için yapılan çalışmaların sonuçlarını da gözler önüne seriyor. Araştırmaya göre 2021 yılındaki toplam ihracat bir önceki yıla göre yüzde 2,8 artış

kaydederek 225 milyar 220 milyon dolar oldu (2020 yılı 169 milyar 637 milyon dolar). İlk 1000'de yer alan şirketlerin 2021 yılındaki toplam ihracatı bir önceki yıla göre yüzde 33,2 artışla 123,3 milyar dolar oldu (2020 yılı 92 milyar 576 milyon dolar).

Bu şirketlerin toplam ihracattan aldıkları pay yüzde 54,7 olurken 1 milyar dolar ve üzeri ihracat yapan firma sayısı ise 15 oldu.

İLK 1000'İN YÜZDE 80'İ YERLİ FİRMA

Araştırmaya göre 2021 yılında ilk 1000'de 827 firma yer alırken bu yıl 173 firma ilk kez 1000'in arasına girmeyi başardı. Yerli firmalar ilk 1000'in yüzde 80'nini oluşturdu. Bu firmalar, ilk

%80

yerli firma

İLK 1000'İN YERLİLİK ORANI

429

şirket

İLK 1000'DE İSTANBUL'UN PAYI



27 SEKTÖRDE, ÖDÜL ALAN ŞAMPİYONLAR

Hizmet Sektörü İhracat Şampiyonu: TÜRK HAVA YOLLARI A.O.

Otomotiv Endüstrisi Sektörü İhracat Şampiyonu: FORD OTOMOTİV SAN. AŞ

Kimyevi Maddeler ve Mamulleri Sektörü İhracat Şampiyonu: TÜRKİYE PETROL RAFİNERİLERİ AŞ

Çelik Sektörü İhracat Şampiyonu: HABAŞ SİNAİ VE TIBBİ GAZLAR İSTİHSAL ENDÜSTRİSİ AŞ

Hazır Giyim ve Konfeksiyon Sektörü İhracat Şampiyonu: TGS DIŞ TİC. AŞ

Elektrik ve Elektronik Sektörü İhracat Şampiyonu: VESTEL TİCARET AŞ

Demir ve Demir Dışı Metaller Sektörü İhracat Şampiyonu: KİBAR DIŞ TİCARET AŞ

Tekstil ve Ham Maddeleri Sektörü İhracat Şampiyonu: AK-PA TEKSTİL İHRACAT PAZARLAMA AŞ

Makine ve Aksamları Sektörü İhracat Şampiyonu: TÜRK TRAKTÖR VE ZİRAAT MAK. AŞ

Mobilya, Kâğıt ve Orman Ürünleri Sektörü İhracat Şampiyonu: HAYAT KİMYA SANAYİ AŞ

Mücevher Sektörü İhracat Şampiyonu: İSTANBUL ALTIN RAFİNERİSİ AŞ

İklimlendirme Sanayi Sektörü İhracat Şampiyonu: BOSCH TERMOTEKNİK İSITMA VE KLİMA SAN. VE TİC. AŞ

Madencilik Ürünleri Sektörü İhracat Şampiyonu: EKOM ECZACIBAŞI DIŞ TİC. AŞ

Çimento, Cam, Seramik ve Toprak Ürünleri Sektörü İhracat Şampiyonu: EKOM ECZACIBAŞI DIŞ TİC. AŞ

Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller Sektörü İhracat Şampiyonu: KLC GIDA ÜRÜNLERİ İTH. İHR. VE TİC. AŞ

Savunma ve Havacılık Sanayi Sektörü İhracat Şampiyonu: BAYKAR

Halı Sektörü İhracat Şampiyonu: ERDEMOĞLU DIŞ TİC. AŞ

Yaş Meyve ve Sebze Sektörü İhracat Şampiyonu: UÇAK KARDEŞLER GIDA SER. ULUS. NAKL. PL. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ

Fındık ve Mamulleri Sektörü İhracat Şampiyonu: FERRERO FINDIK İTHALAT İHRACAT VE TİCARET AŞ

Meyve Sebze Mamulleri Sektörü İhracat Şampiyonu: GÖKNUR GIDA MADDELERİ ENERJİ İM. İTH. İHR. TİC. VE SAN. AŞ

Deri ve Deri Mamulleri Sektörü İhracat Şampiyonu: FLO MAĞAZACILIK VE PAZARLAMA AŞ

Gemi, Yat ve Hizmetleri Sektörü İhracat Şampiyonu: TERSAN TERSANECİLİK SAN. VE TİC. AŞ

Kuru Meyve ve Mamulleri Sektörü İhracat Şampiyonu: AYDIN KURUYEMİŞ SANAYİ VE TİC. AŞ

Tütün Sektörü İhracat Şampiyonu: JTI TÜTÜN ÜRÜNLERİ SANAYİ AŞ

Zeytin ve Zeytinyağı Sektörü İhracat Şampiyonu: VERDE YAĞ BESİN MADDELERİ SAN. VE TİC. AŞ

Süs Bitkileri ve Mamulleri Sektörü İhracat Şampiyonu: ÇİÇEKÇİLER BİRLİĞİ DIŞ TİC. AŞ

Diğer Sanayi Ürünleri Sektörü İhracat Şampiyonu: POLİN DIŞ TİCARET AŞ



15

şirket

1 MİLYAR DÖLAR ÜZERİ İHRACAT

173

şirket

LİSTEYE İLK KEZ GİREN FIRMA



kapak konusu



Biz Türkiye'yi ihracatta marka ülke yapma hedefiyle yola çıktık. Dünyadaki trendleri izleyen değil, belirleyen bir ülke olmak için çalışacağız. Ülkemizin küresel ihracattan aldığı pay yüzde 1 civarında bulunuyor. Bu payı yüzde 50 artıracak potansiyelimizin olduğuna inanıyorum.



1000'in toplam ihracatının yüzde 63'ünü gerçekleştirdi. Ayrıca ilk 1000'in yüzde 66,5'i üretici ve ihracatçı firmalardan oluştu. İlk 1000 firmanın yüzde 57,7'si ise Marmara Bölgesi'nde yer aldı. İlk 1000 İhracatçı Listesi'nde 52 ilden firmalar yer aldı. 2021 yılında listede en fazla firması yer alan iller; İstanbul (429 şirket), İzmir (78 şirket), Gaziantep'ten (71 şirket), Kocaeli (65 şirket), Bursa (52 şirket) ve Ankara (46 şirket) oldu.

İHRACAT AİLESİ, YENİ BAŞKANINI SEÇTİ

İhracatın Şampiyonları Ödül Töreni'nin ardından TİM 29. Olağan

Genel Kurul Toplantısı'nda yeni dönem TİM Başkanı açıklandı. TİM Başkanlığı için tek aday olarak seçime giren İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Başkanı Mustafa Gültepe TİM'in Yeni Başkanı seçildi. Gültepe; Okan Oğuz, Oğuz Satıcı, Mehmet Büyükekeşi ve İsmail Güllü'den sonra TİM tarihinin 5. Başkanı oldu.

Daha önce birlik ve sektör başkanlarından büyük bölümünün adı üzerinde uzlaşma sağladığı Mustafa Gültepe, Genel Kurul'daki başkanlık seçimine tek aday olarak katıldı. Kullanılan geçerli 273 oyun tamamını



27 SEKTÖR KONSEY BAŞKANI BELLİ OLDU

TİM başkanlık seçimlerinde, 27 sektörün konsey başkanları belirlendi.

- Çelik Sektörü Konsey Başkanı İbrahim Pektaş
- Çimento, Cam Seramik ve Toprak Ürünleri Sektörü Konsey Başkanı Erdem Çenesiz
- Demir ve Demir Dışı Metaller Sektörü Konsey Başkanı Çetin Tecdelioğlu
- Deri ve Deri Mamulleri Sektörü Konsey Başkanı Mustafa Şenocak
- Elektrik ve Elektronik Sektörü Konsey Başkanı Fatih Kemal Ebiçlioğlu
- Fındık ve Mamulleri Sektörü Konsey Başkanı Hasan Osman Sabır
- Gemi ve Yat Hizmetleri Sektörü Konsey Başkanı Başaran Bayrak
- Halı Sektörü Konsey Başkanı Salahattin Kaplan
- Hazır Giyim ve Konfeksiyon Sektörü Konsey Başkanı Mustafa Gültepe
- Hizmet Sektörü Konsey Başkanı Ahmet Bolat
- Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri Sektörü Konsey Başkanı Ahmet Tiryakioğlu
- İklimlendirme Sanayii Sektörü Konsey Başkanı Salih Zeki Poyraz
- Kimyevi Maddeler ve Mamulleri Sektörü Konsey Başkanı Adil Pelister
- Kuru Meyve ve Mamulleri Sektörü Konsey Başkanı Birol Celep
- Maden Sektörü Konsey Başkanı Rüstem Çetinkaya
- Makine ve Aksamları Sektörü Konsey Başkanı Kutlu Karavelioğlu
- Meyve ve Sebze Mamulleri Sektörü Konsey Başkanı Melisa Tokgöz
- Mobilya, Kâğıt ve Orman Ürünleri Sektörü Konsey Başkanı Ahmet Güleç
- Mücevher Sektörü Konsey Başkanı Aşhan Güner
- Otomotiv Endüstrisi Sektörü Konsey Başkanı Baran Çelik
- Savunma ve Havacılık Sektörü Konsey Başkanı Latif Aral Aliş
- Su Ürünleri ve Hayvansal Mamulleri Sektörü Konsey Başkanı Ali Can Yamanılımaz
- Süs Bitkileri Sektörü Konsey Başkanı İsmail Yılmaz
- Tekstil ve Ham Maddeleri Sektörü Konsey Başkanı Ahmet Fikret Kileci
- Tütün Sektörü Konsey Başkanı Ömer Celal Umur
- Yaş Meyve ve Sebze Sektörü Konsey Başkanı Ali Kavak
- Zeytin ve Zeytinyağı Sektörü Konsey Başkanı Davut Er

TİM 29. Olağan Genel Kurul Toplantısı'nda, 27 sektörün konsey başkanları belirlendi. İhracat ailesinin yeni başarılarına imza atması için konsey başkanları güç birliği oluşturdu.



TİM Başkanı Mustafa Gültepe, "27 sektörümüzün, 61 birliğimizin üstesinden gelemeyeceği sorun yok. TİM'i gündem belirleyen bir kimliğe kavuşturacağız." dedi.

alan Mustafa Gültepe, TİM Başkanı seçildi.

"TÜRKİYEYİ İHRACATTA MARKA ÜLKE YAPACAĞIZ"

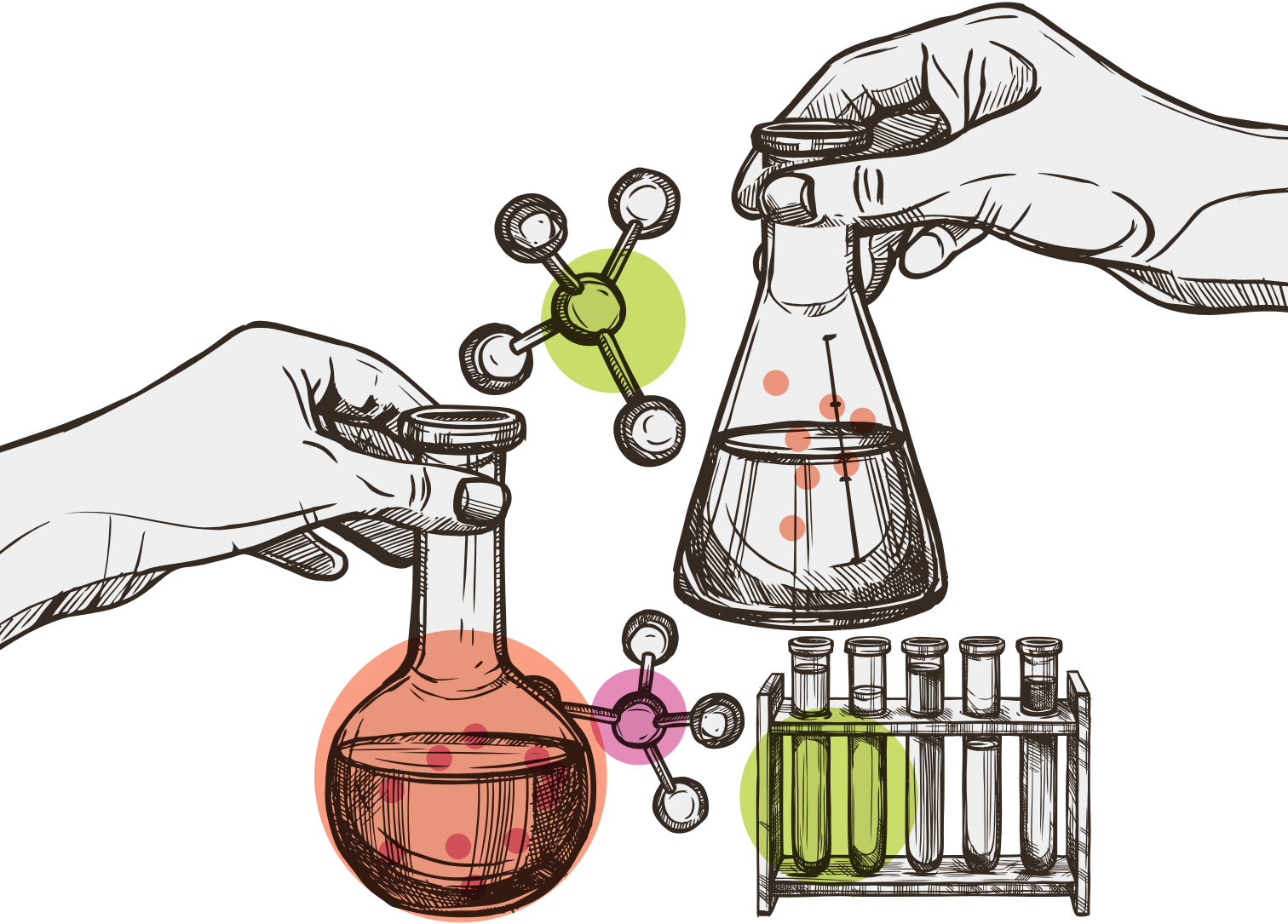
Seçimin ardından konuşma yapan yeni TİM Başkanı Mustafa Gültepe, ihracatın Türkiye'nin geleceği ve vazgeçilmezi olduğunu vurguladı. "Biz Türkiye'yi ihracatta marka ülke yapma hedefiyle yola çıktık". diyen Gültepe, tüm sektörlerde bilimsel ve teknolojik dönüşümü tamamlamak zorunda olduklarına dikkat çekti. Yüksek katma



değerli ihracat yapan, ulaşım ve lojistik altyapısı güçlü, tehditleri fırsata dönüştüren, rekabet gücü yüksek bir Türkiye'yi inşa etmek durumunda olduklarını ifade eden Gültepe, sözlerini şöyle sürdürdü: "Dünyadaki trendleri izleyen değil, belirleyen bir ülke olmak için çalışacağız. Ülkemizin küresel ihracattan aldığı pay yüzde 1 civarında bulunuyor. Bu payı yüzde 50 artıracak potansiyelimizin olduğuna inanıyorum. Kilogram başına ihracatta en azından 2 doları yakalayabilmeliyiz. Hedefin zor, sürecin meşakkatli olduğunu biliyorum. Ama ortak akılla, 27 sektörümüzün, 61 birliğimizin etkin katılımıyla üstesinden gelemeyeceğimiz sorun olmadığına inanıyorum. Yeni dönemde TİM'i strateji ve vizyon liderliği yapan, gündem belirleyen bir kimliğe kavuşturacağız. Daha aktif ve senkronize çalışacağımız birliklerimizden gelecek projeler ve bilgi akışı en önemli veri kaynağımız olacak. Projeleri olgunlaştırıp, ekonomi yönetimine taşıyarak ihracatımızın gelişimine katkı sunacağız."



sektör dosyası



Simge Soyel

İhracat ekosisteminin KİMYASI DEĞİŞİYOR

Güçlü performansını her ay ihracatını artırarak perçinleyen kimyevi maddeler ve mamulleri sektörü, atağını sürdürüyor. Sektör temsilcileri, Türkiye'nin sürdürülebilir kalkınmasında stratejik bir görev üstleniyor.



Kimyevi maddeler ve mamulleri sektörü 2022'nin Mayıs ayında 2 milyar 794 milyon dolar seviyesinde ihracat gerçekleştirdi.



TÜRKİYE'NİN TOPLAM ihracatındaki payını her yıl artıran kimyevi maddeler ve mamulleri ihracatı, 2022 Ocak-Mayıs döneminde önemli bir rekora imza attı. Otomotiv sektöründe yaşanan olumsuzlukları sırtlayan kimya sektörü, Türkiye'nin toplam ihracatına en fazla katkı sağlayan sektör oldu.

İhracat ekosisteminde stratejik bir görevi üstlenen sektör temsilcileri, Ocak-Mayıs döneminde ihracatını geçen seneye kıyasla yüzde 41,6 artırarak yüzde 13,3 pay aldı. 2021 yılında 9 milyar 609 milyon dolar seviyesinde olan ihracat böylelikle 13 milyar 606 milyon dolar seviyesine yükseldi. Tüm sektörler genelinde ikinci sırada 12 milyar 491 milyon dolarla (yüzde 12,2 pay) otomotiv, üçüncü sırada ise 9 milyar 615 milyon dolarla (yüzde 9,4 pay) çelik sektörü yer aldı.

KİMYA İHRACATININ, 2022 KİLOMETRE TAŞLARI

Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin (TİM) verilerine göre kimya ihracatı 2022 yılına yükselişe başladı. 2021 Ocak ayında 1 milyar 639 milyon dolarla seneyi kapatan sektör, 2022 yılının Ocak ayında açılışı 2 milyar 126 milyon dolarla yaptı.

Şubat ayında 2 milyar 393 milyon dolar, Mart ayında 2 milyar 980 milyon dolar ve Nisan

ayında ise 3 milyar 311 milyon dolar ihracata imza attı. Bir önceki aya göre düşüş yaşanmış gibi gözükse de kimya sektörü 2022'nin Mayıs ayında 2 milyar 794 milyon dolar ihracat gerçekleştirdi. Söz konusu rakam 2021'in aynı ayında 2 milyar 138 milyon dolar seviyesindeydi.

İHRACATIN ŞAMPİYONLARI

Kimyevi maddeler ve mamulleri sektöründe İstanbul, 1-31 Mayıs tarihleri arasında gerçekleşen ihracatta lider oldu. İstanbul'dan söz konusu dönemde 1 milyar 451 milyon dolar değerinde ürün ihraç edildi. Listenin ikinci sırasında ise Kocaeli yer aldı. Kocaeli, 609 milyon dolar ihracata imza atarken üçüncülük koltuğunda oturan İzmir 207 milyon dolar değerinde ihracat gerçekleştirdi. Listenin dördüncü sırasında Ankara (105 milyon dolar) ve beşinci sırasında Gaziantep (87 milyon dolar) var.

10. AR-GE PROJE PAZARI

Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin (TİM) koordinasyonunda, İstanbul Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği'nin (İKMİB) düzenlediği 10. Kimyevi Maddeler ve Mamulleri AR-GE Proje Pazarı'na son başvuru tarihi 15 Ekim olarak belirlendi. Etkinlik kapsamında, kimyevi maddeler ve mamulleri sektörünün yüksek katma değerli üretim yapabilmesi, gerçekleştirilen ihracatın sürdürülebilir



kılınması ve dünya pazarlarında rekabet avantajı sağlayacak ortamın oluşması gibi amaçlarla, ilgili kesimlerin bir araya gelerek bu konuları karşılıklı görüşüp iş birliği oluşturmaları hedefleniyor. İlaç, medikal, boyalar ve yapıştırıcılar, plastik ve kauçuk, temel kimyasallar ile kozmetik, sabun ve temizlik ürünleri olmak üzere toplam altı kategoride düzenlenecek yarışmada; her kategori için ayrı ayrı olmak üzere birinciye 50 bin TL, ikinciye 30 bin TL, üçüncüye 20 bin TL ödül verilecek.

“50 MİLYAR DOLARI DA GEÇECEĞİZ”



İstanbul Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (İKMİB) Başkanı Adil Pelister, dernek olarak temel amaçlarının 16 alt

sektörüyle beraber diğer 27 sektöre ham madde, yarı mamul ve mamul kaynağı olan kimya sektörünü bütün gelişmiş ülkelerdeki gibi en üst seviyelere çıkarmak olduğunu ifade etti. Pelister değerlendirmesinde şunları kaydetti: “2021 yılında yüzde 11 büyüyen Türkiye ekonomisi, 2022 yılının ilk çeyreğinde yüzde 7,3 büyümeye gerçekleştirdi. İlk



çeyrek için öncü göstergeler de bunu destekledi. İlk çeyrekte sanayi yüzde 7,4 büyürken mal ve hizmet ihracatı ise yüzde 16,8 arttı. Büyümenin önemli ve memnuniyet verici olmasıyla birlikte sürdürülebilir olması için mutlaka ihracat ve yatırımı destekleyecek teşviklerin artırılması gerektiğine inanıyoruz. İlk çeyrekte net ihracatın büyümeye katkısı 3,5 puan oldu. Kimya sektörümüz ise ihracatta ilk çeyrekte bir önceki yıl aynı döneme kıyasla yüzde 41,71 büyüdü ve 7,52 milyar dolar ihracat gerçekleştirdik. İkinci çeyrekte de bu yüksek performansımızı istikrarlı şekilde devam ettirmek için çalışıyoruz. Nitekim Mart, Nisan ve Mayıs ayları ile birlikte ilk dört aylık dönemde sektörümüz ihracat lideri oldu. Diğer yandan özellikle Rusya-Ukrayna krizi ile hızla yükselen emtia, enerji ve gıda fiyatlarındaki artışlar, buna bağlı enflasyonun yükselmesi devam ediyor. Kimya sektörümüzün üretimde kullandığı



TÜRKİYE'DE İLK: KİMYA TEKNOLOJİ MERKEZİ

İstanbul Kalkınma Ajansı'nın (İSTKA) desteği ile Türkiye'nin teknoloji ve inovasyon üssü Bilişim Vadisi'nde hayata geçirilen Kimya Teknoloji Merkezi (KTM), yüksek teknoloji ve katma değerli yerli ürün geliştirme hedefiyle yola çıktı. Alanında yeni nesil bir kimya ekosistemini kurmayı hedefleyen ve Türkiye'de ilk olan KTM için imzalar vadide atıldı. Bakan Varank'ın nezaretinde İstanbul Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (İKMİB) Başkanı Adil Pelister ile Bilişim Vadisi Genel Müdürü Serdar İbrahimcioğlu, KTM'nin kuruluşuna ilişkin törene katıldı.



KUZEY REN-VESTFALYA. BİZE KATILIN.

EUROPE'S || i || 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



ham madde fiyatları da yüksek seviyelerde. Bu olumsuz gelişmelerden en az şekilde etkilenmek için yüksek katma değerli yerli üretime önem veriyoruz. İKMİB olarak bu yönde çalışmalarımıza devam ediyoruz. Türk Kimya Sektöründe Yatırım Öncelikli Ürünler raporumuzu geçen yıl yayımladık. Bununla birlikte bu



İKMİB, KİMYADA İHRACATIN YILDIZLARINI ÖDÜLENDİRDİ

Kimya sektöründeki üye firmalarını başarılı ihracatlarından dolayı onurlandırmak ve teşvik etmek amacıyla İstanbul Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (İKMİB) tarafından organize edilen "2021 İKMİB İhracatın Yıldızları Ödül Töreni" gerçekleştirildi. Bu yıl yedinci kez düzenlenen tören, birliğin YouTube kanalından canlı olarak yayımlandı. Kimyanın alt sektör ve ürün gruplarında toplam 34 kategoride ilk beşe giren 170 firma ödüllendirildi.

yıl sonunda faaliyete geçireceğimiz Kimya Teknoloji Merkezimiz (KTM) ile önemli bir kazanım sağlayacağız. Ülkemizin sürdürülebilir kalkınmasında kimya sektörü olarak stratejik bir görev üstleniyoruz. Bu sorumlulukla üretmeye ve çalışmaya devam edeceğiz."

"EN FAZLA İHRACATI KİMYA YAPTI"



Akdeniz İhracatçı Birlikleri'ne (AKİB) bağlı Akdeniz Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (AKMİB) kurulduğundan bu

yana kimya sektöründe ihracat yapan firmaların ihraç ürünlerini çeşitlendirmeyi, ürünlere rekabet gücü kazandırmayı, üyelerinin uluslararası arenada güçlü bağlantılar kurmasını ve yeni pazarlara açılmalarını amaç ediniyor. Bu kapsamda çalışmalarını sürdüren Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB) Koordinatör Başkanı Fuat Tosyalı, Mayıs ayında geçen yılın aynı dönemine kıyasla yüzde 26 artış sağlayarak 1,72 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdiklerini açıkladı. İhracata en büyük katkıyı veren birliğin ise AKMİB olduğunu söyledi. Tosyalı, "Türkiye genelindeki 14 genel sekreterlik arasında ihracat hacminde en yüksek artışı elde eden birlik olma unvanını Mayıs ayında da sürdürdük. AKİB'in Mayıs ayı ihracatındaki lokomotif sektörleri, kimyevi maddeler ve mamulleri ile demir ve demir dışı metaller oldu. Mayıs ayında tutar bazında en fazla ihracatı yüzde 25 artış ve 701 milyon dolar değer ile Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliğimiz gerçekleştirdi." dedi.

E-İhracatı

0-2 Kg bandının üzerine

TAŞIYORUZ



Başta mobilya, otomotiv yan sanayi ve endüstriyel ekipmanlar olmak üzere hava yolu ile gitmesi mümkün olmayan, üreticilerimizin güçlü olduğu ürün gruplarını da Avrupa ve tüm dünyada tüketicilerin evine kadar ulaştırıyoruz.

Avrupa'daymış gibi ticaret

- Avrupa'da ve Türkiye'de Fullfilment Hizmetleri
- Kapınızdan Tüketiciye İzlenebilir Teslimat
- Tüm Gümrük Süreçlerinin Yönetimi
- Online Mağaza Yönetiminde Danışmanlık
- Yurt Dışı Pazar Yerlerine Entegrasyon
- Full iade yönetimi

Büyük ve hacimli ürünlerinizi de göndermek artık çok kolay



Sınırları kaldırıyoruz

HEMEN ARA

0 850 202 33 60
www.horoz.com.tr





tasarım dünyası



Osmanlı'dan günümüze

KAHVE FİNCANLARI

Osmanlı'da sultanların seremoni eşliğinde yudumladıkları Türk kahvesini, Osmanlı döneminin izlerini taşıyan fincanlarla içmek mümkün.

Simge Soyel

0

Osmanlı İmparatorluğu'ndan günümüze kadar gelen, kendine has hazırlama, pişirme ve sunumuyla beraber telve ile ikram edilen tek kahve olma özelliğine sahip

“Türk kahvesi”, Kanuni Sultan Süleyman'dan sonra dünyaya yayıldı. 16. yüzyıldan bu yana hem sohbetlerin vazgeçilmez içeceği hem de 40 yıl hatırı olan bu kültürel hazineye Galeri SET, tamamen el işçiliği ile ürettiği ve Osmanlı'nın izlerini taşıyan fincanları ile destek veriyor. Eminönü'ndeki Mısır Çarşısı'nda bulunan firmada, Osmanlı'dan günümüze kahve kültürünün fincanlara yansımaları görüyorsunuz. “Bizim fincanlarımız, size tarihin derinliklerinde bir yolculuk

yaptırıyor.” diyen Galeri SET'in 40 yıllık ustalarından Uğur Atik, Osmanlı saraylarında ayrı bir ihtişamla gerçekleştirilen kahve seremonisinin ve dönemlerinin renklerini anlattı.



Şu anda Türkiye'deki bu kültürü tek jenerasyon olarak yaşatan biziz. Sırtımızı geçmişimize verdik.



Galeri SET, ikinci jenerasyonun bayrağı devraldığı bir marka... Öncelikle burayı tanıyabilir miyiz?

Müessesemizin Kurucusu rahmetli Mehdi Sezen idi. Kendisi vefat ettikten sonra Bülent ve Mukbil Sezen Galeri SET'in başına geçti. Biz ikinci kuşağız, üçüncü kuşak da yetişiyor. Ancak burayı bir marka hâline getiren Bülent Sezen oldu. Kendisinin çok büyük katkıları ile bu noktaya geldik. Bülent Bey, atölyemizin başında duruyor.



Galeri SET ikinci jenerasyon temsilcileri **Bülent Sezen, Mukbil Sezen ve Uğur Atik**

Mukbil Sezen ise ürünlerimizin renklerini ve desenlerini tasarlıyor, müşterilerimizi ağırlıyor. Ben ise 41 senedir bu müessesenin sözcülüğünü yapıyorum. Gelen misafirlere ürünlerimizin tarihlerini ve hikâyelerini paylaşıyorum.

Türk kahvesi fincanlarımızın bu kadar ünlü olmasının sebebi nedir?

Bizim kahve fincanlarımızın popülerliği, kahveyi çok tüketmemizden geliyor ve elbette fincanlarımıza Osmanlı İmparatorluğu'nun muazzam kültürünü nakşediyoruz. Bir Türk kahvesi fincanının en karakteristik özelliği; altının geniş, üstünün dar olmasından gelir. Bunun sebebi ise yalnızca bu formda üretilen fincanlarda son yuduma kadar üstteki köpük muhafaza edilebilir. Bir diğer özelliğinin sırrı, porselenin ince yapısından kaynaklıdır, zira kahve katiyen soğumaz. Kulpta bulunan uyum; sağ elinizi kullanıyorsanız sağ elinize, sol elinizi kullanıyorsanız sol elinize tam oturur. Biz, bu karakteristik özelliklerin üzerine ürünlerimizdeki renklerimiz ve tasarımlarımızla Osmanlı'nın dönemlerini özdeşleştirdik.

HER DEVRİN BİR RENGİ VAR

Sanat tarihi hocalarından ve kütüphanelerden araştırılarak Galerî SET'in tasarladığı fincanlar,

her döneme göre renk ve şekil değiştiriyor. 16. yüzyıl Osmanlı'nın kuruluş dönemi pembe ve turkuaz, Kanuni dönemi mercan kırmızısı, Osmanlı'nın yükseliş dönemi lacivert, Lale Devri yeşil, Osmanlı'nın son dönemleri ise hüzünlü sarı... Sultan Abdülhamit dönemi yoğun Fransız etkisiyle ağız kısmı geniş fincanlar olarak hayat bulurken Cumhuriyet döneminin radikal değişimleri ile silindirik hatlı fincanlar üretiliyor.

Bir fincan takımı ama hepsinin rengi ayrı... Bunun anlamı nedir?

16. yüzyılda Dârüssaâde turkuaz ve pembeyle başlar ki bu başlangıçtır. Onun için siz dünyaya geldiğinizde üzerinize bu renk giysiler giydirmedik mi? Mercan kırmızısının bir diğer ismi Türk kırmızısıdır; gücü temsil eder. Mercan kırmızısı, dünyada üç yerde kullanılmıştır: Topkapı Sarayı 2. Murat'ın Has Odası, Piyale Paşa Cami ve Sultan Ahmet Cami. Kanuni dönemi, hükümdarlığın dönemidir, onun için bizi yönetenler lacivert rengi giymezler mi? Halifetullah makamı, Osmanlı'nın zirvesidir. 18. yüzyılın son çeyreği veda ve yeni dönemdir. Lale Devri yeşili, hüzünlü vedayı ise sarı temsil eder. İşte biz dönemleri ve renkleri, bu şekilde ayırttık.



16. yüzyıl Osmanlı'nın kuruluş dönemi pembe ve turkuaz, Kanuni dönemi mercan kırmızısı, Osmanlı'nın yükseliş dönemi lacivert, Lale Devri yeşil, Osmanlı'nın son dönemleri ise hüznü sarı...

PORSELEN: BEYAZ MÜCEVHER

Porselen o kadar kıymetlidir ki beyaz mücevherdir. Sarayda zimmetle verilir, zimmetle alınır. Altın ya da pırlanta gibi değerli madenlerden hiçbir farkı yoktur. Ama o kadar çok kıvrılır ki saray büyük bir maddi çıkmaza girer. Şu anda Sarayburnu'nda kazı yaparsanız, o dönemden kalma porselen kırıklarını bulursunuz. Çünkü Sarayburnu, sarayın porselen çöplüğüdür. İşte bu israfın önüne geçebilmek için Abdülhamit 1890'da Fabrika-i Hümayun'u kuruyor. Fabrikanın başına Fransa'dan ecnebi ustaları getiriyor. Ondan sonra bizim fincanlarımızın şekilleri Avrupai bir tarz alıyor ama Fabrika-i Hümayun çok kısa bir süre sonra yalnızca telgraf direklerinin üzerindeki porselenleri üreterek hayatına devam ediyor.

Peki sonrasında fincanlar nasıl ve neden form değiştiriyor?

Fabrika-i Hümayun'un başındaki ustalar, fincanların kasalarını değiştirerek daha büyük

bir şekil veriyor. 16. yüzyıldaki klasik kahve fincanı, 19. yüzyıla geçtiğimiz zaman Avrupai kültürün etkisiyle renklerini ve şekillerini değiştiriyor. 16. yüzyıldaki altı ana renk, 19. yüzyıla geçtiğimiz zaman 12 renge çıkıyor ve renk skalası değişiyor.

Bazı fincanlarınızda çintemaninin kullanım anlamı nedir?

Çintemani deseni, "Gücün, kudretin, adaletin sahibi benim; her şeye muktedirim." demektir. Ve bu kahve fincanını kullanan sultanlar da "Bu güç, benim iki dudağımın arasındadır." mesajını verir. Her sultanın özel eşyalarında da bu desen bulunur. Ancak sultanların üzerine giydiği motiflerde ise lale dikkat çeker. Lale bir tohum ekilir, bir tek çiçek açar ve bir tane tohum verir. Tek olan nedir? Allah'tır. Çintemani ile sultanlar aslında şunu der: "İçime giydiğim kıyafetlerin sahibi benim, her şeye muktedirim. Üzerime giydiğim kaftanda da benden büyük Allah var. Kendini ona göre hazırla."

Osmanlı döneminde kahve seremonileri nasıl oluyordu?

Saraya gidenler, Soygun Odası'ndaki aynanın karşısında kendine çeki düzen verdikten sonra onlara "halayık gülbahar saran" adı verilen tabaktan gül kokulu lokum ikram edilirmiş. Gülbaharın üzerindeki gül goncasından mütevellit bunun içine konan gül lokumunun anlamı "Tatlı yiyeğim, tatlı konuşalım" mesajını içermiş. İçeriye girip mevkisine uygun bir yere oturtulanlara, kahvecibaşının nezaretinde kahve seremonisi başlarmış. Cariyeler, davetli sayısı ne kadar fazla olursa olsun kahveyi iki, iki ve asla gözlerinize bakmadan ikram ederlermiş.

Peki, ya Osmanlı hakkında ritüel nasıl olmuştur?

Osmanlı zamanında evlenmemiş genç kızlara "kerime", evlenmiş kadınlara da "hanımefendi" denilirmiş. O dönemde sizin kullandığınız kahve fincanlarının tepsisinin renginde olmamak kaydıyla halayık gülbahar saran, yani lokumluk konulurdu. Her kız annesi, kızları istenmeye gelmeden evvel her renkten bir fincan, bir gülbahar ve bir tepsi almak mecburiyetindeymiş. Aile, bu takımı daimi kullanmış, ta ki kızları istenmeye gelene kadar. Kahveler o akşam tepsi ile ikram edildikten sonra aileye kullanma yasağı gelir ve o takım

GELECEĞİNE
GÜÇ KAT



ANKA
İHA SİSTEMİ



1927-1938 Florya Köşkü, Dolmabahçe Sarayı ve Savanora Yatı'nda Gazi Mustafa Kemal Atatürk'ün kullandığı fincan takımı

aile yadigânı olarak kız çocuğuna emanet edilmiştir. İşte biz buna “kültür” diyoruz.

YAPIMI 21 GÜNDE TAMAMLANIYOR

Porselenin ham maddeleri feldspat, kaolen, kuvars, kum, çil ve diğerleri boza kıvamına gelene kadar karıştırılır, 10 tane potanın içine dökülür. Belli bir ısıya geldikten sonra fincan bisküvi hâline gelir. Bir diğer fırın aşamasında ise yüksek ısıyı görünce sertleşir ve belli bir oranda küçülür, mukavemeti artar. Daha sonra dekorlama işlemine geçilir. Dönemin altın varaklı renk ve işlemlerinden sonra tamamen el işçiliği ile dekorlama işlemi tamamlanır. Fincan, 21 günde en son gördüğünüz hâlini alır. Bir Türk kahve fincanının iç hacmi 80 santilitredir. 80 santilitre kahve üretebilmeniz için 7 gram kahveye ihtiyacınız vardır, iki çay kaşığına tekabül eder. Şimdi sorarım size... Aşk olmazsa bu olur mu? Biz işimizi çok seviyoruz ve sevdiğimiz için saygı duyuyoruz. Saygı ve sevgi birleşince aşk ortaya kendiliğinden çıkıyor.

Geçmişimizden aldığımız kuvvetle, geleceğe bir köprü olmak amacıyla, çünkü aşk ve şevkle işimizi yapıyoruz.

Bir kahve fincanının üretim süreci nasıl oluyor?

Bizler aynı zamanda Cumhurbaşkanlığı Osmanlı Arşivleri'nde “Araştırmacı” kimliğimizle vazifemizi sürdürüyoruz. Bir

fincanı hayata geçirebilmek için önce saraya gidiyoruz. Arşivden ilgili belgeleri rica ediyoruz. O belgeler, bize veriliyor. Bütün kalıplar, Bülent Bey'in kontrolünde yapılıyor. Eserler, Mukbil Bey tarafından çiziliyor. Sonra ilgili üniversitelerdeki Türkiye'nin en önemli, en kıymetli hocalarına giderek o motifleri özdeşleştirdiğimiz tasarımımızı sunuyoruz. Hocalarımız orijinalliği ve bizim araştırmalarımızla sonuçları değerlendirdikten sonra onay veriyor ve atölyede üretime geçiliyor.

Hangi dünya liderleri sizin fincanlarınızı tercih etti?

Dünyanın bütün liderleri bizim ürünlerimizi kullanıyor. Fidel Castro, Kraliçe Elizabeth, ünlü isimler arasında ise Kevin Costner, Monica Bellucci, Papa o kadar çok ki... Buraya gelen insanlar farklı bir dünyayla karşılaşılıyor.

Yalnızca fincan üretmiyorsunuz...

Burada gördüğümüz bütün ürünlerin bir yaşanmışlığı var ve hepsi saraydaki orijinal ürünlerdir. Örneğin akide şekeri neden yenir, biliyor musunuz? Yeniçeriler ve sipahiler, dönemin paralı askerleri idi. Saraya girerler ve sorarlar: “Benden ne istiyorsun?” Yeniçeri der ki: “Ben senden şunu istiyorum. Hizmet bedeli olarak da sana bu kadar akid ödeyeceğim.” Anlaşma sağlanır. Anlaşma sağlandıktan sonra Yeniçeri akid şekeri ikram ederdi, bu akidleşmekten gelir. Biz burada aşurelikten tutun da pasta tabak, kupa, gülbahar, tepsi, çay setleri, mini tuzluklar gibi pek çok ürünle hizmet sunuyoruz.

Tasarımlarınızla aynı zamanda Türkiye imajına katkı sağlıyorsunuz. Bunun formülü nedir?

Şu anda Türkiye'deki bu kültürü tek jenerasyon olarak yaşatan biziz. Sırtımızı geçmişimize verdik. Geçmişimizden aldığımız kuvvetle, geleceğe bir köprü olmak amacıyla, çünkü aşk ve şevkle işimizi yapıyoruz. Türkiye her şekilde bir markadır, her yeri ayrı bir değerdir. Ama o değerleri görüp gün ışığına çıkarıp desteklemek gerekiyor. Biz bu noktada elimizden geldiği kadar ama büyük bir özenle bunu gerçekleştiriyoruz.

EN BÜYÜKLERİN YANINDA; **GÜCÜ, ADINDA!**

Sanayi, teknoloji ve lojistik sektörünün devlerine
hizmet vermekten gurur duyuyor;
Türkiye'nin sigortası olarak
Türkiye'nin gücüne güç katmak için
var gücümüzle çalışıyoruz.



Yenilikçi, ŞIK, dinamik

Simge Soyel

Kenan Doğulu,
Murat Boz,
Gökhan Türkmen
derken Emre
Erdemoğlu'nun
podyumunda
bu sene ünlü
rapçi Norm Ender
yürüdü. Başarılı
koleksiyonları ile
adından sıkça
söz ettiren ünlü
tasarımcı ile
sürdürülebilir
moda akımını
konuştuk.

Koleksiyonları ile başarısını yurt dışında aldığı ödüllerle de tescilleyen ünlü modacı Emre Erdemoğlu, sürdürülebilir modanın önemli destekçilerinden.

Hem gelecek dönem için tüyolar aldığımız hem de modanın geleceğini konuştuğumuz keyifli röportajımız sizlerle...

Markanızın oluşum sürecinden bahsedermisiniz?

Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Moda Tasarımı Bölümü'nden mezun oldum. Üniversite son sınıfta "Emre Erdemoğlu" markasını kurdum. "Sandık Lekesi" adını verdiğim ilk koleksiyonumu hazırladım ve uluslararası platformda birçok ödül aldım. Ardından İtalya'ya davet edildim ve ilk defilemi İtalya'da gerçekleştirdim. 2012 yılında İtalya'da "Planör" adını verdiğim koleksiyonumla "Most Creative Collection" ödülüne layık görüldüm. 2014 A/W "Clark Gable" koleksiyonu ile Vogue İtalya'nın dikkatini çekerek "Turkish Leather Brand" ile ortak bir projede buluştum. Vogue dergisi için sekiz sayfalık özel bir moda çekimi gerçekleştirerek bu özel koleksiyon için İtalya'nın Floransa şehrinde özel bir davetle koleksiyon lansmanını gerçekleştirdim. Ondan sonraki süreçte, markamın satış noktalarını geliştirdim. Harvey Nichols, Brandroom, Galleries Lafayette İstanbul, Beymen ve Joor gibi platformlarda hâlâ markamın satışı devam ediyor. 11 yıldır erkek modasında özel dikim ve üretim hizmetiyle Bomonti'deki stüdyomuzda

hizmet veriyoruz. İtalya, Berlin ve İstanbul olmak üzere her yıl koleksiyonlarımızı farklı ülkelerde sunuyoruz.

Koleksiyonlarınızı nasıl hazırlıyorsunuz?

Öncelik benim için her zaman hedef kitledir. Oluşturduğum hikâyedeki karakterlerle hedef kitlem arasında bir bağ kurarım. Bu dengeyi kurmayı başardıktan sonra "Concept Board"umu hazırlarım. Sezonun temasını belirlemeden önce anahtar kelimelerimi oluştururum. Bunların tarihsel boyutundan günümüzdeki yerine kadar araştırmalar yaparım. Anahtar kelimeimin sanata, spora ve yaşama etkisini araştırırım. Hikâyemin içine girecek ana ve ara renkleri belirlerim. Konseptimle ilgili yeterince araştırma yaptıktan sonra ortaya çıkan kimlik, yüzümde tebessüm oluşturup beni heyecanlandırıyor. Bu doğru yolda olduğumu gösterir. İşte bu yüzden bütün koleksiyonlarımızın dili, söyleyecek bir şeyleri oluyor.

Bir erkeğin stil sahibi gözükebilmesi için yapması gereken en doğru şey sizce ne?

Ben insanların giydikleri kıyafetlerin ruhlarıyla ilişki içinde olması gerektiğini düşünüyorum. Kişinin kimliğinden bir iz taşınmalı. Bu bazen bir renk, bazen bir doku, bazen bir aksesuar da olabilir. Üzerinizde sizin kişiliğinizi ele verecek doneler olmalı. Bir başkası gibi görünmek yerine kendi tarzınızı, en eğlenceli hâle getirmeniz taraftarıyım. Kostüm seçiminde



moda stil

ten renginiz, anatominiz, ışığınız çok önemli. Yakışan yakışmayan her şeyi giymememiz gerektiğiniz düşünüyorum.

Emre Erdemoğlu stilini tarif etmenizi istesek...

Yenilikçi, dinamik, şık... Her şeyden önce bu üçünü taşıyor olmanız gerekiyor. Yeniliğe açık olan, stiliyle ilham veren, giydiği ürünün ruhuyla kendi ruhunu öpüştürebilen erkeklerin gardırobuna hitap ediyorum. Mevcut gardıroba sahip, hikâyesi olan karakterleri seviyorum.

Moda dünyasında büyük bir sürdürülebilirlik farkındalığı oluştu. Bunun hakkında sizin düşünceleriniz neler?

Koleksiyonumun en büyük özelliği sürdürülebilir kumaşlara sahip olması. Tencel, organik pamuk ve geri dönüşümlü polyester gibi doğa dostu kumaşları kullanarak doğayı, geleceği kendi yöntemlerimle korumaya çalıştım. Kumaşlarının sürdürülebilir polyester iplikleri, plastik şişelerden üretildi. Geri dönüştürülmüş polyester ipliklerimiz ile müşterilerin ve tüketicilerin sürekli büyüyen okyanus plastiği problemini çözmede rol oynuyoruz. Kumaş üretiminde okyanusa girme riski yüksek olan şişelerden elde edilen birinci sınıf pes iplik kullanılıyor. Milyarlarca plastik şişeyi geri dönüştürülmüş iplikleri kullanarak uzun zamandır hava, toprak ve doğal kaynaklarımızı korumayı önemsiyoruz.

Sizce moda ve tasarım dünyası, kendini dünyaya karşı daha sorumlu hissedecek mi?

Hızla gelişen ve değişen dünyada fast-fashion akımının içinde birçok markanın birbiriyle yarış edercesine "Nasıl kalitesiz üretim yapabilirim?" sorularıyla oluşturdukları kargaşayı yakından izlemekteyim. Bu hızla gelişen, değişen ve para hırsıyla kavru lan dünyada; doğanın bize nasıl olumsuz tepkiler verdiğini hepimiz görüyoruz. Bireysel olarak herkesin bu anlamda üzerine düşeni yapması gerekiyor. Hızlı tüketimle beraber modada bir silden bahsetmek mümkün değil. Örneğin ben 90'lardan sonraki moda trendlerini size anlatamam. Hızlı tüketim çağı maalesef bu kavramları da hızlı tüketmeye neden oldu.



"Amerika'da her sene yaklaşık 13 milyon ton tekstil ürünü imha ediliyor. Düşünsenize bu kadar büyük miktarda su kullanımı, küresel su kirliliğinin yüzde 20'sini oluşturuyor."

Amerika'da her sene yaklaşık 13 milyon ton tekstil ürünü imha ediliyor. Düşünsenize bu kadar büyük miktarda su kullanımı, küresel su kirliliğinin yüzde 20'sini oluşturuyor. Biz tüketicilerin farkındalığımızı artırıp gereksiz yapılan fast-fashion alışverişini azaltabiliriz veya ikinci el giyimini benimseyerek kullanmadığımız kıyafetlerimizi ihtiyacı olanlara da verebiliriz. Sonrasında hem tekstile hem de çevreye destek olan tüketici sınıfında yerimizi alabiliriz.

SONBAHAR/KIŞ SEZONUNUN STARI

Sıcak ve soğuk renklerin bir arada sunulduğu, iki kutuplu koleksiyonu daha da çarpıcı ve eğlenceli hâle getiriyorum. Ana renkte gök mavi ve pişmiş portakal önemli rol oynuyor. Dönem olarak 70'ler üzerinde çalıştığım için bol aksesuarlı bir koleksiyon göreceksiniz. Uzun deri eldivenler, geometrik formda trikolar, çantalı kemerler, yerle bir atkılar defilenin sürprizleri arasında yer alıyor.



Dijital ortamda düzenlenen Fashion Week, sizin için nasıl bir deneyimdi?

Farklı bir deneyim oldu. Aslında iyi tarafı hiç stres olmadan, tekrar tekrar çekilebiliyor olması. Manken mi düştü? Çantası mı kaydı? Saçı mı bozuldu? Bu tip sorularınız olmuyor. Üstelik tekrar tekrar revize etme şansınız var. Seyircilerin olması bizde ayrı bir yük. Davetliler, oturma düzeni, modellerin zamanlaması derken önceki sezonlar oldukça stresliydi. İlk kez hiç gerilmedim.

Bu sektörde kalıcı olabilmenin sırrı sizce nedir?

Yenilikçi olmak, her zaman dinamik ve genç kalabilmek çok önemli. Hazırladığınız koleksiyonun hikâyesinin olması ve o duyguyu aynı heyecanla her sezon insanlara geçirebilmeniz de çok mühim. İnsanlar giydikleri kostümle duygusal bir bağ kuruyor. Ve siz kendi hikâyenizle bu bağın oluşmasını sağlıyorsunuz. Kaliteli üretim, trendler, gusto da en etkili yöntemlerden.

Cinsiyetsiz ürünler tasarladığınızı her fırsatta belirtiyorsunuz. Kadın ve erkek giyim arasındaki çizginin giderek



kaybolması sizi bir tasarımcı olarak mutlu ediyor mu?

80'lerde hâkim olan cinsiyet rollerine karşı çıkma ve bir anlamda bu cinsiyet rollerini "bükme" anlayışını bu aralar çok düşünüyorum. O zamanlar yenilikçi ve cesur olan bu fikirler, 2000'li yılların Y kuşağı için artık aşılmış bir konu. Y kuşağı artık her iki cinsin de istediği gibi davranabileceğini, tek bir uygun kadın ve erkek görüntüsünün olmadığını düşünüyor. Artık insanlar sokaklarda cinsiyet ayrımı gözetmeksizin uzun bir kazak, dar bir tayt veya bol desenli bir gömlek giyebiliyor. Cinsel kimliğin kıyafetler aracılığıyla belirlenmesine karşı çıkışı, 21. yüzyılda artık su götürmez bir şekilde haklı bulunuyor. Benim de koleksiyonlarımda bu kavramı yakalamanız mümkün.

DÜNYANIN DİLİNDE LEZİTA, DAMAĞINDA LEZZETİ VAR!

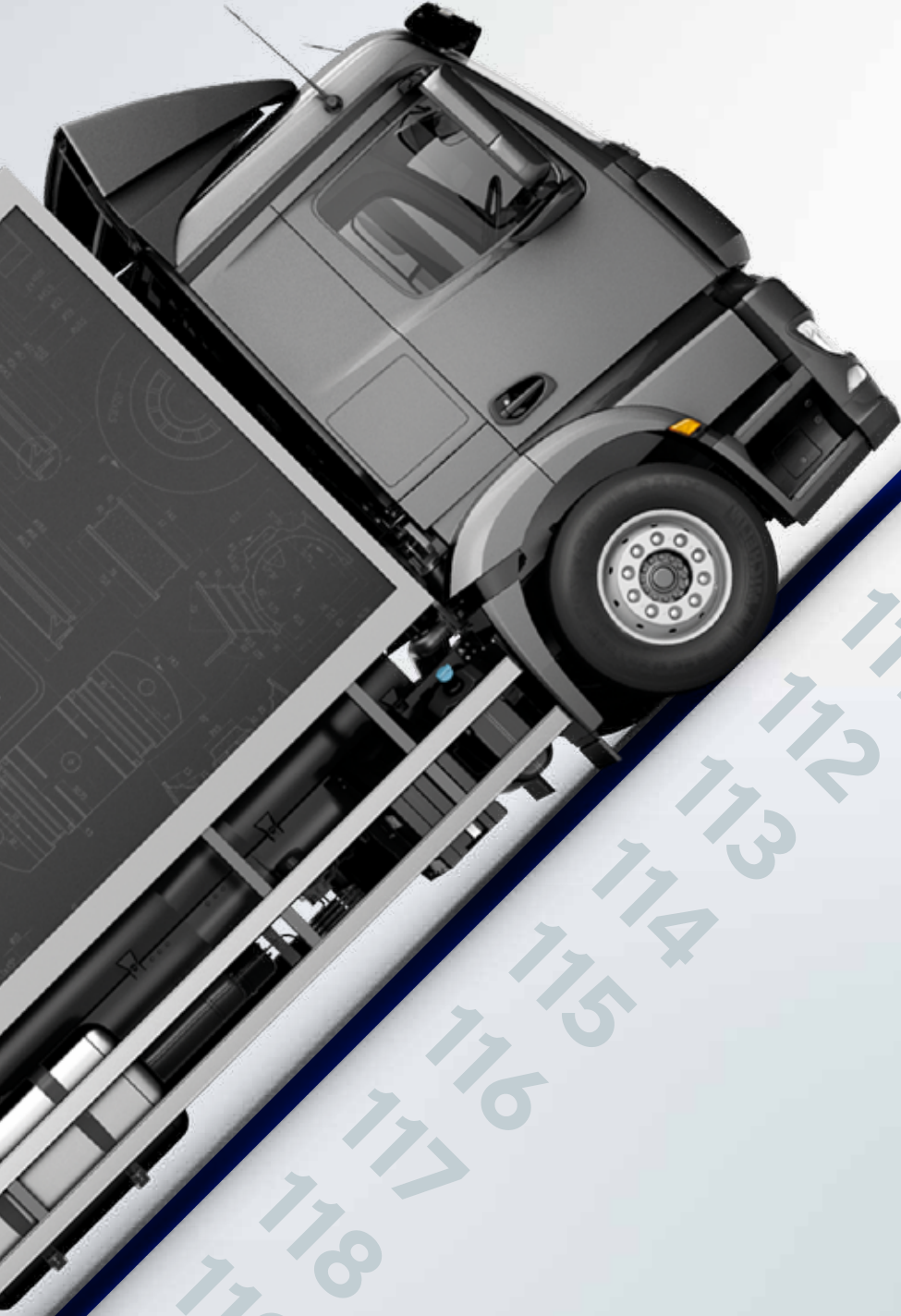
Türkiye'nin en önemli beyaz et üreticisi ve ihracatçılarından biri olarak;
ürünlerimizi 5 kıtada 50'yi aşkın ülkeye taşıyor,
sağlıklı ve besleyici gıdayı herkes için erişilebilir kılma vizyonuyla
benzersiz lezzetlerimizi dünyayla buluşturmaya devam ediyoruz.



Zirveye tırmanmaya devam!

Türkiye'nin en fazla ihracat yapan firmalarının yer aldığı "TİM Türkiye'nin ilk 1000 ihracatçısı 2021" listesinde Sampa olarak 110. sıraya yükseldik.

TÜRKİYE'NİN
İLK
1000
İHRACATÇISI



106
107
108
109
110
111
112
113
114
115
116
117
118
119
120
121



expectmore

SAMPA



taka tasarım

GÜLŞAH SÜREL ERDEM

Zarif, özgün ve MINİMALİST TASARIMLAR

House of DİV'in mimarı, ünlü tasarımcı Gülşah Sürel Erdem son koleksiyonu "Knock the Door" ile takipçilerini şaşırtmayı sürdürüyor. İlk yaptığı koleksiyon Megaron'dan sonra pek çok ürünle ikonik tasarım kimliği kazanan başarılı tasarımcı, sıra dışı çizgisi ve sürükleyici hikâyeleriyle mücevhere anlam katıyor. DİV markalı ürünler; tarzı, yapısı ve taşıdığı anlamla öne çıkıyor. Birbirinden muhteşem koleksiyonları hakkında gerçekleştirdiğimiz söyleşimizde Gülşah Sürel Erdem ile son koleksiyonu "Knock the Door" isimli çalışmasını konuştuk. Tasarımlarında ilham aldığı konuları içtenlikle paylaşan Erdem, yeni tasarımı için "Koleksiyonum, hayatımızda açılan kapılar gibi çok çeşitli." dedi.

Mücevherlere olan tutkunuzu ne zaman fark ettiniz?

Henüz çocuk yaşlarımdayken fark ettim. Çünkü mücevher oldukça gizemli, mistik bir şey. Düşünsenize aslında yapılan kazılarda bulunan binlerce yıllık lahitlerden bile mücevherler çıkıyor. Bu da demektir ki insanlığın var oluşundan beri süregeliyor.

Markanızın kuruluş sürecini anlatır mısınız?

Esas mesleğim mimarlık. Eğitimini alırken de icra ederken de büyük keyif aldığım ilk göz ağırmı. Tek dezavantajı yeterince özgür olamayışımdı. Tasarım kriterleri çok fazla; statik, elektrik, mekanik, yönetmelikler derken uzadıkça uzayan ve kısıtlayan faktörler var. Aslında bir marka kurma niyetim yoktu. Planlı bir süreç değildi. Ancak zaman içinde tasarım yaparken daha özgür olabileceğim alanları düşündüm. Zaman zaman resim, heykel, seramik gibi sanat dallarını denedim.





"Mimarlık tarihi, felsefe ve sembolizmden ilham alıyorum. Fakat tasarımlarımda bazen gördüğüm bir manzara bazen okuduğum bir dize, kısacası yüreğimi kıpırdatan her şey bir koleksiyona dönüşebiliyor."

Fakat bir gün gittiğim mücevher kalıbı yapma atölyesinde kendimi buldum. Atölyede gün boyunca zaman kavramını yitirdiğimi fark ettim. Sonrası çorap söküğü gibi geldi. 2014 yılında kariyer değişikliği yaptım. Kendi mücevher markam House of Div'i kurdum. Mimarlık tecrübemi felsefe, mimarlık tarihi ve sembolizme duyduğum ilgiyle harmanlayarak zarif ve minimalist tasarımlar yaratmaya başladım.

House of DIV ismi nasıl ortaya çıktı?

Bir gece, okuduğum bir kitaptan... Div sözcüğü geçiyordu. Sayfanın altındaki yıldızlı açıklamada "Div: Parlayan, ışıldayan, ışığı yansıtan Diva'nın kökü" yazıyordu. Div'e böyle karar verdim. "House of" kalıbı da logoda yer alan ve mimarlık tarihinde ilk ev olarak kabul edilen Megaron planına gönderme yapıyor.

Koleksiyonlarınızı hazırlarken nelerden ilham alıyorsunuz?

Mimarlık tarihi, felsefe ve

sembolizm başta geliyor. Fakat sadece bunlar değil, bazen gördüğüm bir manzara bazen okuduğum bir dize, kısacası yüreğimi kıpırdatan her şey bir koleksiyona dönüşebiliyor. Önce bir şeyden etkileniyorum; arkasından araştırmalar, çizimler, prototipler ve koleksiyon geliyor.

Kendi tasarımlarınızı nasıl yorumluyorsunuz?

Tek kelimeyle tanımlamam gerekirse özgün diyebilirim. Hikâyesi olan, anlam yüklü ve başka yerde rastlanamayacak tasarımlar yapmaya gayret ediyorum.

Bundan sonraki koleksiyonlarınız da yine doğadan mı oluşacak?

İlk yaptığım koleksiyon, "Megaron" isimli koleksiyondu. Mimarlık tarihinde ilk ev olarak kabul edilen yapıdan ilham aldım. Son koleksiyonumun esin kaynağı ise kapılar ve anahtar delikleri. Yine mimari bir öge. Felsefi açıdan da anlam yüklü, tasavvuf inancındaki kapıları bilirsiniz...



“KNOCK THE DOOR”, HAYATIMIZDA AÇILAN KAPILAR GİBİ ÇEŞİTLİ

İlk koleksiyonum Megaron'un bileşenleri dört duvar, bir kapı ve bir ocaktı. Sahip olduğu çizgiler de verdiği mesaj da yalınlık üzerineydi. Şimdi sıra kapıda ve kapı formunun bir bileşeni olan anahtar deliğinde. “Knock The Door” koleksiyonu hayatımızda açılan kapılar gibi çok çeşitli. Yeni koleksiyonumuzu gören takipçilerimizden gelen ilk yorumlar da şöyle: “Bu kadar detay nereden aklına geldi?” Hep farklı bir şeyle karşılarına çıkmak ve onları şaşırtmak bizi mutlu ediyor.



Mücevherde sizce en önemli olgu nedir? Tasarım mı yoksa malzeme mi?

Tasarımın özgün ve ergonomik olması çok önemli. Altın ya da pırlanta gibi kullanılan malzemenin de değerli olması, tasarımın değerine değer katıyor. Bu açıdan bakıldığında hepsi bir bütünü oluşturuyor, oldukça iç içe geçmiş durumdalar.

Bir koleksiyonun hazırlık süreci sizin için nasıl ilerliyor?

Her şey, beni heyecanlandıran bir şeyle karşılaşmamla başlıyor. Sonra konu üzerinde derinine düşünmeye, araştırmaya başlıyorum ve bir yandan da formlar karalıyorum. Arkasından çizim ve kalıp aşaması geliyor. İlk model çıkana kadar malzeme, renk, taş seçimi gibi tüm aşamalarda işin içinde oluyorum.

Mücevheri en güzel taşıyan kadınlar sizce kim?

Aşkla verilen bir mücevher, onu aşkla taşıyacak bir kadının üzerinde bence büyüü bir güce sahip oluyor. Ama bir stil ikonu belirtmem gerekirse hiç düşünmeden Audrey Hepburn derim.

Çok sevdiğiniz birine hediye edeceğiniz mücevher hangisi olurdu?

Kesinlikle kişiye özel tasarladığım, üzerinde onun için önemli semboller bulunduran, hep üzerinde taşımak isteyeceği bir şey olurdu.

Özellikle son dönemde yaşanan dijitalleşme, markanızı nasıl etkiledi?

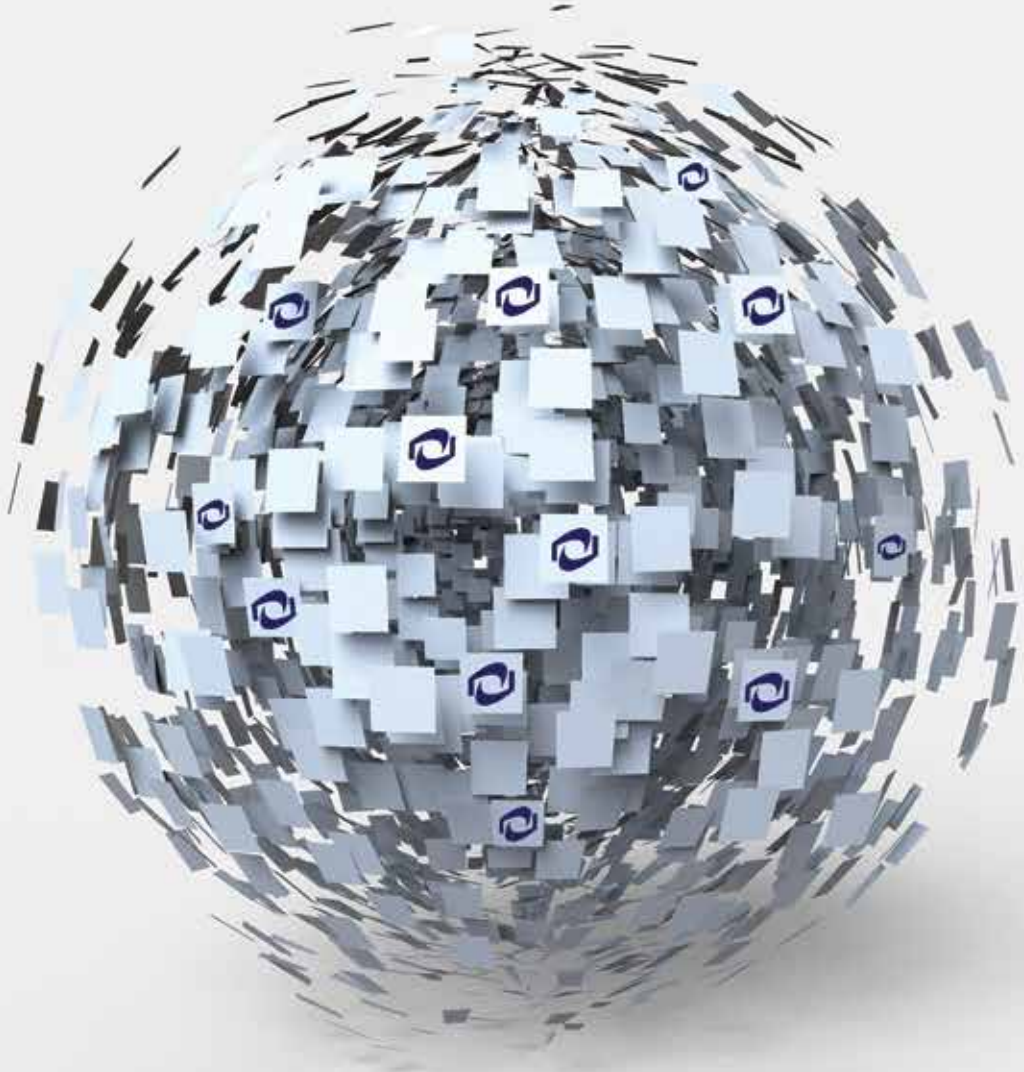
Bir şekilde buna da adapte olmamız gerektiğinin farkındayım. Açıkçası nasıl olacağını bilmiyorum. Çünkü ben hâlâ mücevherin dokunarak ve deneyerek seçilmesinin daha keyifli olduğunu düşünüyorum.

Tasarımlarınızda daha çok hangi taşları kullanıyorsunuz?

Taşların hepsi benim için çok önemli. Açıkçası bazen seçmekte zorlanıyorum ancak en çok pırlanta kullanıyorum. Zaman zaman safir, yakut ve zümrüt gibi değerli taşları da tercih ediyorum. Ama ben en çok pırlanta ve zümrüt seviyorum.



Markanızı, buluşunuzu, tasarımınızı
tüm dünyada koruyoruz



1983'ten bu yana...

destekphone: 444 43 44

www.destekpatent.com

Spine Tower Saat Sokak No: 5 Kat: 13 Maslak-Sarıyer 34485 İstanbul / TÜRKİYE

T. 0212 329 00 00 **F.** 0212 346 02 64





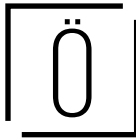
GİRİŞİM EKOSİSTEMİ



Firmanın Kurucuları Mehmet Nuri Yumuşak ve Ahmet Ali Kıvrak

Serada tasarruf ve verimliliğin adresi: **SERACELL**

Seracell sera takip sistemleri, çiftçilere yüzde 60'lara varan tasarruf ve verim artışı imkânı sağlıyor. Firmanın kurucuları Ahmet Ali Kıvrak ve Mehmet Nuri Yumuşak ile görüştük.



Örtü altı tarım teknolojilerindeki eksiklikleri görerek Muğla ilinin Fethiye ilçesinde 2020 yılında hizmet vermeye

başlayan Seracell, aynı yıl sıcaklık takip sistemi cihazını geliştirdi. Firma, başarılı test çalışmaları sonucunda ürünlerini 2021 yılı itibarıyla üreticilerle buluşturdu.

Seracell, hangi fikirden yola çıkarak kuruldu? Bugün nasıl bir ekiple çalışıyorsunuz?

Ahmet Ali Kıvrak: Benim ailem Fethiye'de, yaklaşık 50 yıldır

seracılık yapıyor. Dolayısıyla bu alanın sorunlarını çok iyi biliyorum. En basitinden zirai don günlerinde, sıcaklık takibi yapmakta zorlanıyorduk. Geceleri seralara giderek sıcaklık kontrolü yapıyorduk ve seralar farklı lokasyonlarda yer alınca da bu iş, son derece zor oluyordu. Ayrıca seralarımızda herhangi bir veriye dayanmaksızın gelişigüzel sulama, gübreleme ve ilaçlama yapıyorduk. Bitki hastalıklarının zamanında tespit edemeyişimiz de oldukça büyük verim kayıplarını ortaya çıkıyordu. Yine seraların farklı lokasyonlarda olmasından kaynaklı sulama, gübreleme ve

havalandırma işlemleri için her bir seraya tek tek giderek bu işlemleri yapmamız gerekiyordu ve bu da çok büyük zaman kayıpları demektir. Hatta havalandırma pencereleri, rüzgârlı havalarda zamanında kapatılmazsa serada büyük hasarlar oluşabiliyordu. Ben bunların aslında alandaki genel sorunlar olduğunu fark ettim ve çözüm arayışına başladım. O sırada staj yaptığım şirkette, ortağım Mehmet Nuri ile tanıştım ve bu problemlere odaklandık. Daha sonra bunu bir proje hâline getirerek TÜBİTAK 1512 programına başvurduk. 12 ay boyunca 200 bin TL hibe almaya hak kazandık. 2021



Temmuz'da da şirketimizi kurduk ve şu an 100'den fazla müşteriye hizmet veriyoruz. Aynı zamanda AR-GE faaliyetlerimize devam ediyoruz. 18 milyon TL değerleme üzerinden Mart 2022'de 1,5 milyon TL yatırım aldık. Genç, dinamik ve teknik bilgisi yüksek dört kişilik ekipten oluşan firmamız, Bilkent Cyberpark'ta faaliyetlerine devam ediyor.

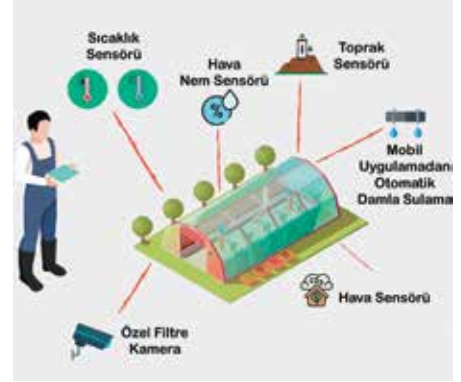
Çözümlerinizin kullanıcılara sağladığı faydalar nelerdir?

Mehmet Nuri Yumuşak: Seracell olarak sensörlerden gelen verileri, kendi geliştirdiğimiz özel algoritmalarla işleyerek müşterilerimize doğru ve kararında gübreleme reçeteleri sunuyoruz. Rekolte tahmini yaparak ve bitki hastalıklarını önceden tespit ederek toprağın kimyasal bakımdan daha az kirlenmesini, su kaynaklarının dengeli sulama ile korunmasını ve verim kaybının önlenmesini amaçlıyoruz.

Çiftçiler mevcut durumda toprak nemliliğini takip etmeden; bitki türünün hangi toprak türünde, ne kadar suya ihtiyacı olduğunu bilmeden gelişigüzel sulama yapıyor. Bu durum da aşırı derecede gereksiz sulamaya neden oluyor. Çiftçiler bizim ürünlerimizi kullanarak yüzde 60 oranında sulama tasarrufu sağlayabilecek. Seracell akıllı bildirim sistemi ile sera koşullarını optimum seviyede tutarak bitki hastalıklarının oluşmasını önleyebilecek. Seracell sensörleri ile toprağın dilinden anlayabilecek ve bitkisine ihtiyacı kadar gübre verebilecek. Böylece çiftçi, gübre ve ilaç girdilerini ilk aşamada yüzde 50'ye varan oranlarda azaltabilecek.

Çiftçiler, Seracell ürünlerini kullanarak ciddi oranlarda verim artışı sağlayabilecek. Örneğin Seracell ile havadaki karbondioksit oranı, bitkinin ihtiyacına göre ayarlanarak yüzde 40 oranlarında verim artışı sağlanabiliyor. Yine aynı şekilde hava sıcaklığının verime etkisi çok büyük. Sera içi sıcaklığı Seracell sensörleri ile sürekli takip edilebilir ve bitki özelinde optimumda tutulduğu zaman yüzde 60 oranında verim artışı elde edilebilir. EC, nem, doğru gübreleme gibi değerlerin de verime katkısı çok büyük. Eğer yetiştirilen üründen tam bir verim elde

TİM TEB Girişim Evi, her alanda ve her aşamada girişimlerin yanında yer alıyor.



edilmek isteniyorsa Seracell akıllı sera sisteminin tüm servislerinin bir bütün olarak kullanılması gerekir. Tüm sistemin kullanılması durumunda ise yüzde 60'lara yakın bir verim artışı söz konusu oluyor.

Markanız özelinde sürdürülebilirlik ile neyi amaçlıyorsunuz?

Ahmet Ali Kıvrak: İnsan nüfusunun 2050 yılında, 9,5 milyara ulaşacağı tahmin ediliyor. Nüfusun artması ile birlikte gıda ihtiyacı artacak ve şehirlerin büyümesiyle tarım bölgeleri azalacak. İklim değişikliği nedeniyle su kaynaklarımız kısıtlanacak, arazilerimiz verimsizleşmeye başlayacak. Bu durum geleneksel tarımı sürdürülemez hâle getirecek. Bunların önüne geçmek için tarım alanlarında doğal kaynakları israf etmek yerine daha bilinçli kullanılmalı ve verim artışı sağlanmalı. Biz de Seracell olarak bu sorunu çözerek insanlara daha sağlıklı ürünler sunulmasını ve sürdürülebilir bir tarım yapılmasını hedefliyoruz.

TİM TEB Girişim Evi'nin desteklerini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Mehmet Nuri Yumuşak: TİM TEB Girişim Evi mentorluk, network ve bir girişimin ihtiyacı olabilecek her alanda her aşamada bizlerin yanında yer aldı. Girişimleri bilgilendirmek için eğitimler düzenliyor, girişimlerin yurt dışına açılması için katkı sağlıyorlar. TİM TEB Girişim Evi'nin ülkemiz girişimcilik ekosistemine yaptığı katkıların önemini vurgulamak istiyorum ve bunun için kendilerine teşekkür ediyorum.



SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK RÖPORTAJ

Simge Soyel

“Köklü kal, sağlam yeşer”

ANCIENT GREENS

Buğdayı; çim suyundan pipete, el yapımı sabundan patili dostlara özel mama üretimine kadar pek çok forma dönüştüren Ancient Greens Kurucusu Deniz Yüksel Konukoğlu ile görüştük.

Ancient Greens doğaya ve insana saygı, iyi tarım uygulamaları, sürdürülebilirlik ve inovasyon kavramlarını benimseyerek Antakya’da kuruldu. Nesillerdir atalık tohumlardan iyi tarım uygulamaları ile üretime odaklanan Teofarm çiftliğinden doğdu. Türkiye’nin ilk ve tek sertifikalı, kontrollü, çevre ve sıfır atık sistemi ile buğday çimi üreten Ancient Greens, buğday çim suyu ile tüketicilerin ihtiyaçlarını daha iyi karşılamayı ve pratik şekilde sunmayı hedefliyor.

Ancient Greens hangi fikirden yola çıkarak kuruldu? Bugün nasıl bir ekiple çalışıyorsunuz?

Buğday çimi suyunu, içindeki klorofil oranı ile ön plana çıkan bir bitki gibi düşünebiliriz. İçinde birçok farklı besin değerini bir arada barındırıyor ve hücreleri besliyor. Aslında buğdayın mucize formu, buğday çimi. Birçok ülkede sağlık açısından çok uzun zamandır kullanılan buğday çimi suyu, Türkiye’de ne yazık ki bilinmiyor. Hatta Türkiye’de gıda kodeksine buğday çim suyunu biz sunduk ve kabul edildi. Bakanlık onaylarını aldık ve şu an doğal gıda takviyesi onayıyla üretimi ve satışını yapabiliyoruz. Anadolu’daki bu kadim değeri, en layık ile yetiştirip inovatif çalışmalarla yeni bir model geliştirdik. Sıfır atık sistemi ile kendi buğday çimi ormanımızı tasarladık ve birçok farklı formu, doğal gıda takviyesi olarak son

tüketicie ulaştırıyoruz.

Marka ismimiz “Ancient Greens” ve mottomuz “Stay rooted sprout well”. Bu söylemlerde direkt bölgemizin tarihini ve önemini vurgulamak istedik. Antik, yani kadim bilgi Anadolu’dan geliyor. Markayı kurarken de evimiz olan Anadolu’yu ön plana çıkarttık. Mottomuz “Stay rooted sprout well” yani “Köklü kal, sağlam yeşer.” Yeşerirken inovasyonu, gelişmeleri takip edip aynı zamanda köklerini unutmayan, hatta onlara daha da sıkı bağlanan bir yapı; bu yapıya inanan ve aynı yere bakabildiğimiz genç ve dinamik bir ekibiz.

Peki, buğday çimi suyu nasıl elde ediliyor?

Buğday çimi suyu; buğday çimi bitkisinin genç filizlerinden, filizler yaklaşık 15-20 santimetreye ulaştığında, soğuk sıkım yöntemiyle elde ediliyor. Buğday çimi, lif yapısı sebebiyle insan sindirimine uygun değil; vücut tarafından verimli bir şekilde emilmesini ve biyo-yararlanımını artırmak için yaygın olarak sıkılarak elde edilen suyu veya tozu formlarında kullanılıyor.

Buğday çimi suyunun sağladığı faydalar nelerdir?

Tam boyutlu bir mikro besin olan buğday çimi suyu, birçok hastalık tedavisinde kullanılıyor. Beraberinde tüketildiği besinlerin hücre emilim oranını artırıyor. Kan şekeri dengelenmesi, sindirimi kolaylaştırması,





sürdürülebilirlik röportaj



TİM TEB GİRİŞİM EVİ, ALANINDA OLDUKÇA PROFESYONEL

TİM TEB Girişim Evi destekleri hem yeni girişimde bulunacak hem de kendini geliştirmek ve büyütme isteyen firmalara yön veren, destek olan gerçekten yararlı bir kuruluş. Kendi içinde kurduğu sistematik yapıyla oldukça profesyonel çalışıyor. Programa dâhil olmaktan mutluluk duyuyoruz.

Ferritin depoları, enerji verimliliği, saç dökülmesi ve benzeri gibi hücrede başlayan birçok sağlık sorununun çözümünde önemli bir destekleyici oluyor. Bunların yanı sıra anne sütüne de katkı sağlıyor. Biz de sonuçlara çok şaşıryoruz ve her gün hayranlıkla izliyoruz. Bu anlamda Türkçe kaynak yaratabilmek açısından çalışmalarımıza da başladık.

Markanız özelinde sürdürülebilirlik için ne yönde çalışmalar gerçekleştiriyorsunuz?

Buğday çimi suyu, üzerinde çalışılmamış hassas bir ürün idi. Bizim yaptığımız en özel çalışmalardan biri bu hassas ürünü besin değerini kaybetmeden, kullanımı kolay bir şekilde tüketiciye sunmak. Geliştirdiğimiz buğday çimi suyu tozumuz direkt kullanıma hazır bir hâlde geliyor ve oda sıcaklığında muhafaza ediliyor. Yani artık son tüketici, gönül rahatlığıyla kullanacağı, son derece pratik bir doğal gıda takviyesi alıyor. Bunun yanı sıra buğdayları tohumluk

alırken saplarını atmıyor pipet yapıyoruz. Tüm sterilizasyon işlemleri ve testleri yapılmış mis gibi kullanıma hazır plastiğe alternatif pipetler üretiyoruz. Buğday çimi ile geliştirdiğimiz sabun formülü ile el yapımı sabun yapıyoruz. Buğday çiminin suyunu sıktıktan sonra kalan posa ile patili dostlarımıza mama üretimi için iş birliği içindeyiz. Çıkan tüm organik atığı, permakültür uygulamalarımızda kullanıyoruz. Kendi toprağımızı kendimiz besliyor ve yetiştiriyoruz.

İklim krizi ile ilgili neler düşünüyorsunuz?

İklim krizleri doğanın bizlerle iletişim kurma şeklidir. Filozof Lao Tzu'nun çok sevdiğim bir sözü var ve bu sözü ambalajımızda da kullandık: "Milyonlarca kilometrelik yolculuklar bile ufak bir adımla başlar." İklim krizi, küresel ısınma, doğa bize artık bazı şeyleri farklı yapmamız gerektiğini çeşitli yollarla anlatmaya çalışıyor.



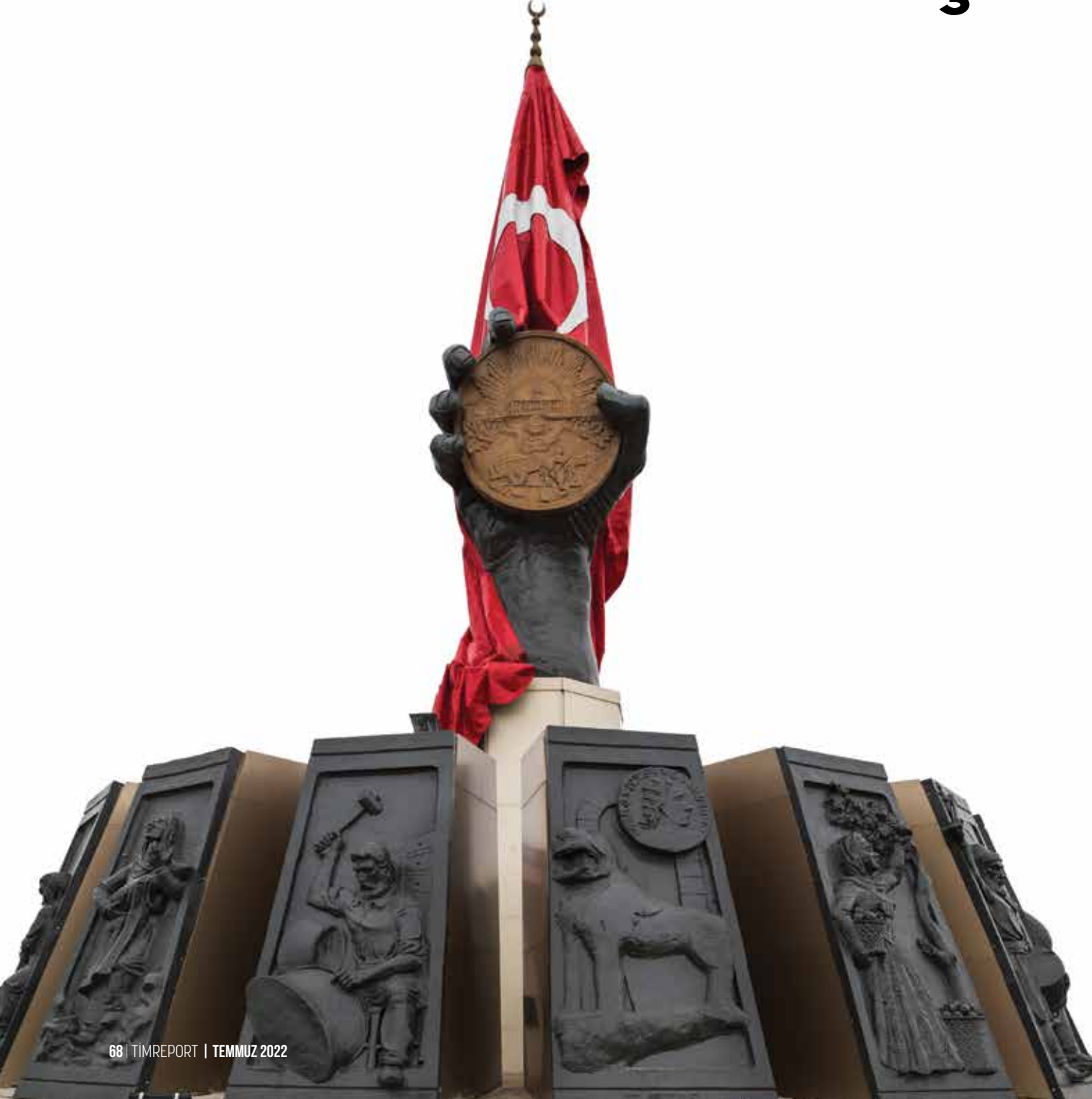
Ancient Greens Kurucusu
Deniz Yüksel Konukoğlu





aktüel rota

Kahramanlar şehri **KAHRAMANMARAŞ**





aktüel rota

📍 Serda Büyükkoyuncu @serdabuyukkoyuncu

Dilerseniz kayak yapabileceğiniz, dilerseniz Hollanda ve İngiltere'nin endemik bitkilerinden fazla çeşitliliği olan yaylalarında yeniden doğacağınız yahut meşhur kaplıcalarında şifa bulacağınız özel bir şehirdir Kahramanmaraş...

BU TOPRAKLARIN geçmişi tarih öncesi dönemlere, 14-16 bin yıl kadar gerilere gidiyor. İlk medeniyet, yaklaşık 3 bin 200 yıl öncesinde Hititlere ait. Bulunduğu konum öylesine önemliymiş ki işgal eden edene... Gurgumlara, Asurlara, Medlere, Perslere ev sahipliği yapmış, Büyük İskender zamanında Makedonya İmparatorluğu hâkimiyetine geçmiş. Şehrin kendisi gibi isminin de tarihi eskilere, çok eskilere kadar gidiyor. Milattan önce 9. yüzyılda Gurgum Krallığı'nın başkentiymiş adı Markas'mış. Bizans kaynaklarında ise aynı topraklar için Germanicia ve Marasion isimleri geçiyor.

Roma'nın egemenliği zamanında ismi Germanicia olmuş çünkü o dönemin imparatoru Germanicus'a şehir ithaf edilmiş. O dönem için stratejik önemi daha da artan bir şehir hâlini almış. Hem önemli şehirlere yakın hem ticaret yolu üzerinde bir yermiş Germanicia.

Uzun bir dönem Hristiyan devleti olarak yönetilmiş şehir, ta ki 6. yüzyıla kadar. Amansız Arap akınları sonunda Halid Bin Velid 637 yılında Maraş'ı fethetmiş ve Maraş'a İslamiyet gelmiş.

Zaman ilerlemiş, büyük bir akınla Selçuklular fethetmiş şehri 1086'da. Ama yine tek elde kalmamış. Anlayacağınız bu topraklarda yaşayanlar, bir türlü rahat nefes alamamış. Selçuklu, Bizans, Haçlı, Danişmendi derken 1114 depremi taş taş üstünde bırakmamış. Selçuklular

sonrasında İlhanlı ve Memluk egemenliklerine girmiş Maraş. Sonra da Dulkadiroğlu Hanedanlığı'na katılmış.

Dulkadiroğlu Beyliği, şehrin tarihi için çok önemli olmuş. Şehirde günümüze kadar gelen Ulu Cami, Hatuniye Cami, Taş Medrese ve Türbe, Tarihî Ticaret Alanları, Kâtip Han, Taş Köprü gibi birçok anıt yapı ve yer Dulkadiroğlu Beyliği zamanından kalmış.

Kent 1515 yılında, Yavuz Sultan Selim zamanında Osmanlı topraklarına katılmış ama Osmanlı'nın idari merkezlerinden uzak olduğu için isyanlar baş göstermiş. 1. Dünya Savaşı'nda önce İngilizler sonra da Fransızlar tarafından işgal edilmiş şehir. Ama "Maraş bize mezar olmadan, düşmana gülizar olmaz."





aktüel rota



diyerek çıktıkları bağımsızlık mücadelesiyle kendi Kurtuluş Savaşı'nı vermiş Maraşlılar. 12 Şubat 1920'de bağımsızlığını kazanarak kendini kurtaran ilk şehir olmuş.

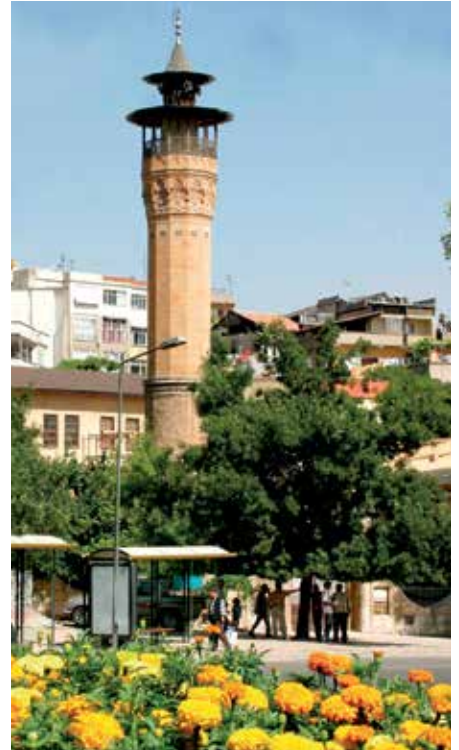
TARİHÎ ULU CAMİ

Ulu Cami, Dulkadiroğulları Beyliği Hükümdarı Süleyman Bey zamanında inşa edilmiş. Girişteki kitabeye göre Dulkadirli Süleyman Bey'in oğlu Alaüddeve Bey tarafından 1496'da cami çok ciddi bir restorasyondan geçmiş. Ayrıca bir imarethane, taş medrese, mescit ve Büyük Bağdat Han'ı da yaptırmış Alaüddeve Bey.

Bir dizi restorasyon ve onarım geçirerek hem kütüphane hem de "Yedi Güzel Adam Müzesi" olarak yeni hayatına başlamış.

YEDİ GÜZEL ADAM MÜZESİ

1882 senesinde Amerikan misyonerleri tarafından Amerikan Kız Koleji olarak inşa edilen bir binaya kurulmuş müze. Aslında üç ayrı binaymış ilk inşa edildiğinde. Günümüzde okulun sadece iki yapısı ayakta





aktüel rota



kalmış. Cumhuriyetin ilanından sonra 1933'te Kahramanmaraş'ın ilk eğitim kurumu olarak yeniden okul olarak hizmete girmiş. 1945-1965 arasında birbirinden değerli ve önemli kişiyi yetiştiren Maraş Lisesi işte bu binadaymış. Sonrasında bir dizi restorasyon ve onarım geçirerek hem kütüphane hem de "Yedi Güzel Adam Müzesi" olarak yeni hayatına başlamış. Müzede şehrin yetiştirdiği pek çok ünlü edebiyatçı, şair ve ozanın mummyaları, eserleri ve yaşam öykülerinin anlatıldığı köşeler bulunuyor.

BAŞKONUŞ YAYLASI

Sümbül kokusunu sever misiniz? Kim sevmez ki? Peki ya sahlep sever misiniz? Kış gecelerinin vazgeçilmezidir sahlep. Hem sümbülün hem de sahlebin,



yüzlerce endemik bitkinin, göçmen kuşlar misafirhanesinin tam da orta yerinde Başkonuş Yaylası. İsviçre'den de Norveç'den de farkı yok, fazlası var. 1987 yılında geyik üretme istasyonu olarak kurulan bir yermiş, yıllar sonra geyikler doğaya bırakılmış. Çevrede çoğalan geyiklerin sayısı günümüzde 250-300'e kadar ulaşmış. 2011 yılından itibaren özel işletme statüsüne girmiş ve Erdoğanılmaz ailesi tarafından yönetilmeye başlanmış. Yaylanın giriş kısmı, mesire alanı olarak düzenlenmiş. Kır Lokantası, Bungalov Orman Evleri, çadır ve karavan kamp alanları, piknik alanları, spor alanları, çocuk oyun alanları, ATV, binicilik, kızak gibi aktivite alanları, özgür hayvan bahçesi ve yürüyüş yolları bulunuyor.

YEŞİLGÖZ GÖLÜ

Doğanın içinde bir başka olağanüstü güzellik de Yeşilgöz Gölü. 20 metre derinlikteki bir obruktan çıkıp Tekir Deresi ile birleşiyor Yeşilgöz'ün suyu. Bazen yeşil bazen turkuaz ve bazen de mavi akan sudaki renk değişimi için güneş ışınlarının bir oyunu diyen de var, suyun derinliği ve ağaçların yansımından diyen de.



MARAŞ DONDURMASI

Kahramanmaraş denince ilk akla gelen genelde dondurma oluyor. Bu şöhrete kavuşması için Maraş dondurmasının uzun bir yolculuğu olmuş. Sırrı şehrin sırtını yasladığı Ahir Dağı'nın doğal zenginlikleri ile sabırla yoğrulmuş ustalığında gizli. Yüzyıllar önce Kahramanmaraş'ta Ahir Dağı'nın yamaçlarındaki mağara ve oyuklara birikmiş kar tabakaları ile dağın bağlarında üretilen Kabarcık üzümü pekmezi, karakovan balı ve meyve özlerinin karışımından oluşan serin mi serin bir tatlı doğmuş. Bu tatlıya o günlerde "Karsambaç" adı verilmiş. Karsambaç daha sonra Ahir Dağı'nda yetişen keçilerin sütü ile daha da zenginleşmiş ve en sonunda yabani orkidelerin köklerinden elde edilen sahleple bu mucizevi formül tamamlanmış. Ortaya çıkan

SANAYİDE KAHRAMANMARAŞ

Türkiye'deki toplam üretimde metal mutfak eşyalarının yüzde 65'i, Türkiye çimento ihtiyacının yüzde 10'u, pamuk ipliğinin yüzde 36'sı, dokumada Türkiye kapasitesinin yüzde 10'u, örgü dokumanın yüzde 16'sı ve kot kumaşının yüzde 27'si Kahramanmaraş'ta üretiliyor.



muhteşem karışımı, 1960'lı yıllarda Durgut Usta kendi alın teri ve becerisi ile sabırla işlemiş. Kıрма dondurmanın mucidi olarak kabul edilen Durgut Usta'nın ünü, mini bir dondurma dükkânı ile başlamış ama şöhreti Kahramanmaraş'ın Kervan Pastaneleri olarak yayılmış. Dünyanın en büyük çengel dondurması ile rekorlar kitabına girmeyi başaran Alpedo, geleneksel Maraş dondurmasının yanı sıra çileklesinden, fıstıklısına; çikolatalısından portakalısına tam 30 çeşit saf ve doğal dondurma üretiyor.

MARAŞ ÇÖREĞİ

Tıpkı tarhana gibi o tarihlerde, çörek de savaş yiyeceğiymiş. Daha sonra Kahramanmaraş'ta özellikle Ramazan bayramlarında bir kültür hâline gelmiş. Ramazan gelmeden bir, iki ay önce fırınlardan sıra alınır, hamurları hazırlanıp fırınlara verilir sırası gelen alır evinde aylarca tüketirmiş. 90'lı yılların sonlarında artık sektör hâline gelmiş. Zamanla fıstıklı, fındıklı, acılı, cevizli, kakaolu, limonlu gibi 20 çeşitle çörek severlere sunulmuş.

HOME SEA HOME



SIRENA YACHTS

SIRENA MARINE

www.sirenayachts.com

58 / 58 / 68 / 88
COUPE / RPH



sağlık köşesi

Güzellik nedir?

Op. Dr. Dilek Avşar



Değerli TİMReport ailem, her ay bazen kendi uzmanlık alanımda bazen de yazmaktan mutluluk duyduğum konularda yazılar kaleme alıyorum. Bu ay ise yine yakından ilgilendiğim “Wellbeing” yani iyi, kaliteli yaşam olarak nitelendirebileceğimiz bir kavram üzerinde durmak istiyorum. Çünkü hayatımız bize verilen bir mucize ve kıymetini bilerek yaşamak da bizlerin görevi. Peki, bunu nasıl sağlayacağız? Bunu da sizlere konuşmacı olarak yer aldığım, çok kıymetli Özlem Güsar’ın düzenlediği, Four Seasons Bosphorus’ta yapılan “4 Mevsim, 4 İyilik Hâli, 4 Bakış Açısı” temalı panel üzerinden anlatmak isterim.

Kendi alanlarında dört uzman kadının konuşmacı olarak yer aldığı ve çok sevgili Özlem Güsar’ın moderatörlüğünde gerçekleşen “4 Bakış Açısıyla Well-Being” panelinde Sanat Danışmanı Feride Çelik, Art de Huile Aromaterapi Kurucusu Hülya Kayhan ve Positive Aging Lideri Pınar Hotiç ile birlikte ben de kendi alanımda bir kadın estetik cerrah olarak yer aldım.

Ana temanın “iyi yaşamı kavramak” olduğu panelde, herkes kendi uzmanlık alanında görüş bildirdi. Dört kadın, farklı bakış açıları ile iyi yaşamın temelinin anlattı. Dört kadın da iyi yaşamın temelinin, kesinlikle içten dışa kendini yenilemekten geçtiği konusunda fikir birliğine vardı. Bize armağan edilen ömrümüzü yaşarken pozitif

tarafı kalmanın çok kıymetli olduğu konusunda ortak noktada buluştuk. Sanatın insanı iyileştiren etkisinden aromaterapinin ruh hâlimize ve sağlığınıza etkilerine ve hatta yaşmayı konforlu hâle getirmenin püf noktalarına kadar panelde pek çok konu ele alındı. Şimdi müsaadenizle panelde yaptığım konuşmayı, siz değerli okuyucularıyla paylaşmak isterim:

“Hayatımız çok kısa, bu hayatı daha güzel yaşamalıyız. Daha güzel ve çok daha mutlu olmaya çalışalım. Özellikle pandemi dönemde hayatımızın ne kadar kıymetli olduğunu çok iyi anladık. Evimizin konfor alanını değiştirdik, güzelleştirdik, daha yaşanılır yaşam alanları yarattık. Kendimizi keşfettik, bizlere nelerin iyi geldiğini öğrendik ve buna göre yaşantımızı düzenledik. İçimizi güzelleştirdik, kişisel gelişimimizi desteklerken dış görünümümüze de önem verdik. Aynada baktığımız silüetini bizi mutlu etmesi için

estetik uzmanlarını, dermatologları ziyaret ettik. Diyebilirim ki pandemi döneminde en çok çalışan doktor grubu arasında biz de vardık.”

Sevgili TİM ailem, pandemi geride kaldı. Şükür kötü günleri atlattık ve hayat devam ediyor. Orada edindiğimiz tecrübeleri, iyi yaşam için mutlaka devam ettirmeliyiz. Arınmak, okumak, gelişmek düsturumuz olsun. Hayata olumlu yönden bakmaya devam edip, kendimizi geliştirip, sevdiğimiz insanlarla anılar biriktirelim. Kimi zaman bir şiirin satır aralarında kaybolup kimi zaman bir tiyatro oyununda bir karakter olalım. Kimi zaman da bir hamakta amaçsızca yatıp gökyüzünü seyredelim. Ama geldiğimiz nokta, hep iyi yaşam olsun. Ruhumuz, gönlümüz, zihnimiz hep aynı atсын. İnanın o zaman yüzlerinizde, bedenlerinizde yaptığımız müdahaleler daha da anlamlı hâle geliyor.

Sevgi ve sağlıklı kalmanız dileği ile...



Kabuğuna Sığmayan Lezzetler

GÜRSOY®
1933



Karadeniz kıyıları, bereketli toprakları ve nemli iklimiyle dünyanın en kaliteli fındıklarının yetiştiği doğal ortama sahiptir. Gürsoy ailesi olarak, 1933'ten bu yana, bu bereketli topraklarda yetişen fındığı en lezzetli hali ile birbirinden değerli ürünlere dönüştürüp tüm dünyaya ulaştırıyoruz.

www.gursoy.com.tr



Prof. Dr. Berrin Pehlivan

Güneşe yakın ve uzak durmak

Y

az-kış güneş koruyucumuzu kullanmadan, dışarı çıkmamamız

gerektiğini hepimiz biliyoruz. Üstelik güne başlarken bir kez uygulamak yeterli değil, her iki ya da üç saatte bir tekrarlanmalı. Ama her zaman aklımıza takılan bir soru var: Hangisini kullanmalıyız?

Son yıllarda daha da sık kullanmaya başladığımız renkli güneş koruyucular, ciddi olarak hayat kurtarmaya başladı. Özellikle de benim gibi sürekli fondöten ya da pudra kullanmanın cilde zararlı olduğunu düşünenler için. Renkli güneş koruyucularıyla bir taşla iki kuş vurup hem güneşten cildinizi koruyorsunuz hem de yüzünüzdeki lekeleri kapatıyorsunuz.

Renkli güneş kremleri, cildinizi sağlıklı ve genç tutmak için SPF koruması sağlarken aynı zamanda kapatıcı özelliğe de sahiptir; cilt tonunu dengeler. Renkli olmasının sebebi içindeki mineraller; çinko, titanyum ve demir oksit içerikleridir. Acele ve özensizce sürdüğümüz diğer kremlerin aksine rengiyle ve uygulandığında ciltte yarattığı

ton farkı sebebiyle cildin her noktasına yeterli miktarda sürdüğümüzden emin olmamızı sağlar. Hassas bir cildiniz varsa mineral içeriği sayesinde diğer kimyasal koruyuculardan daha iyi olacağı şüphesiz. Ama diğer güneş koruyuculardan tek farkı sağladığı renk değil, görünür ışığı da engelledikleri için daha iyi bir koruma imkânı sunması.

GÖRÜNÜR IŞIK NEDİR?

Güneş ışınları ultraviyole radyasyon (UV) yayar. UV ve görünür ışık, elektromanyetik spektrumun bir parçasıdır. UV radyasyonu üç farklı dalga boyundan oluşur: UVA, UVB ve UVC. UVC, çoğunlukla ozon tabakası tarafından emilir, bu yüzden cildi etkileyen UVA ve UVB'dir. UVA öncelikle erken cilt yaşlanmasından sorumludur. UVB ise güneş yanığı ve cilt kanserinde rol oynar. UV radyasyonunun asıl kaynağı, güneş ışığıdır.

Görünür ışık, güneş tarafından yayılır. Elektromanyetik spektrumun insan gözü tarafından algılanabilen kısmıdır. Görünür ışık, tıbbi cihazlar, ekranlar ve ampuller dâhil yapay kaynaklardan da gelebilir. Görünür ışığın,

belirli dalga boylarında kullanılmak üzere yüzeysel kan damarlarının tedavisi, istenmeyen tüylerin giderilmesi, akne ve prekanseröz deri lezyonlarının tedavisi ile birlikte birkaç terapötik kullanımı vardır. Ancak görünür ışık, ciltte UV radyasyonundan çok daha derine nüfuz eder ve bu kontrolsüz iletişim cildiniz için olumsuz sonuçlara neden olabilir.

Örneğin görünür ışık, melazma veya koyu lekeler dâhil olmak üzere aşırı cilt pigmentasyon bozukluklarının şiddetlenmesinde rol oynar. Normal güneş kremleri görünür ışığı filtre edecek şekilde tasarlanmamıştır. Geniş spektrumlu, renklendirilmemiş güneş koruyuculardaki parçacıklar, güneş kreminin beyaz görünümünü azaltmaya yardımcı olmak için küçültülür. Diğer bir deyişle "nanonize" edilir. Böylece, renkli olmayan güneş koruyucuları cilt üzerinde görünmez olacak şekilde formüle edilir ve görünür ışığı engelleyemez.

Yapmamız gereken, renklerini kullanmak. Mantık çok basit; görünür ışığın



zarar vermesini engellemek için uygulanan kremi ışığın da görmesi gerekir. Renkli güneş kremlerinin hem cilt yüzeyinde hem de mikroskop altında hiperpigmentasyonu (koyu lekeler) azalttığı bilim çevrelerince açıklandı. Bu sebeple melazma veya hiperpigmentasyonu olanların, renkli güneş kremlerini tercih etmesi gerekiyor. Bu durum, demir oksit ve mavi ışığın engellenmesinde de daha etkili görünüyor.

BİR GÜNEŞ KORUYUCUSU NASIL OLMALI?

Geniş spektrumlu, renkli bir güneş koruyucu seçmek (UVA filtreleri sayesinde) yaşa bağlı cilt hasarını önlemeye yardımcı olabilir. UVB filtreleri de kansere neden olan cilt değişikliklerini önleyebilir. Görünür ışığı engelleyen renk tabanı ise aşırı pigmentasyona karşı koruma sağlayabilir. Hyaluronik asit ve seramid içeriği varsa cildi nemlendirmeye de yardımcı olur. Çinko içeriği ne kadar yüksek olursa o kadar iyi koruma sağlayacağını da mutlaka belirtiyim. Mineral içermeyen, yani renkli olmayan kremleri, güneşe çıkmadan en az 20 dakika önce uygulamanız gerekiyor. Mineral içerenler yani renkli olanlar ise hemen emildiği için sürer sürmez etkili olmaya başlıyor. Bu sebeple çocuklarda da renkli olanları tercih edebiliriz. Koruyucu kreminizi yeteri kadar sürmeyi ve herhangi bir hastalığınız varsa kullanacağımız kremi doktorunuza danışmayı ihmal etmeyin. Yaşamın tüm diğer kaynaklarında olduğu gibi güneşi de yeteri kadar, aşırıya kaçmadan hayatımıza almamız.

NASIL KORUNURUZ?

Güneşlenme sürelerimiz zamanlı ve kontrollü olmalı. Bugünlerde D vitamini sentezi için saat 10.00-16.00 arası güneşte kalmamız faydalı. Ama elbette bu süreyi sınırlamamız gerekiyor. Son kullanma tarihi geçmiş koruyucu kozmetik ürünlerini kullanmayın. Solaryumdan uzak durun. UV filtreli güneş gözlükleri, gözlerimizi ve çevresini cilt kanserlerinden koruyacaktır. Lütfen estetik kaygılarla küçük çeperli gözlükleri tercih etmeyelim. Gözlüğümüzün, göz çevremizi tamamen sardığından emin olalım.

Günlük düzenli olarak en az 15 koruma faktörlü güneş koruyucu kullanmak, skuamos hücreli kanser gelişme riskini yüzde 40, melanoma riskini ise yüzde 50 azaltır. Kremlerdeki koruma faktörünün kaç olması gerektiği tartışmalı bir konu; bununla ilgili Amerikan Dermatologlar Derneği'nin tavsiyesi, en az 30 koruma faktörlü olanları kullanmak. Sadece kendimize değil, çocuklarımıza da güneşe çıkarken koruyucu sürmeyi ihmal etmeyelim. Bu durum onları korumaktan öte erken yaşta güneşten korunmaları konusundaki farkındalıklarını geliştirecektir.

Ülkemizin iklimsel zenginliği ve büyüklüğü bu önerileri herkes için hayati kılmaya da güneşte yaşayan insanlarımız için son derece hayati. O bölgelerde güneşin gücü de malum. Her şeyin fazlasından kaçınmak gerektiği gibi ülkemizin iklimsel aşırılıklarına da dikkat etmek, bundan

korunmak gerekiyor. Aylar sonra kavuştuğumuz sosyal özgürlüğümüzün devamlı ve sürdürülür olması için güneşe hem yakın hem uzak durun.

DOĞRU BİLİLEN YANLIŞLAR

Medyanın kişiselleşmesiyle hayatın her alanında yanlış bilgiye maruz kalabiliyoruz. İşte cilt sağlığı konusunda duyduğumuz ama tümüyle yanlışlardan oluşan bir seçki:

- Güneş koruyucularını cilde sürmek yeterlidir; tüylü derinin, dudak ve kulakların ihtiyacı yoktur.
- Sadece dışarıda olacağımız zaman kullanılması yeterlidir.
- Koruyucu faktörü yükseldikçe daha fazla güneşte kalabilirsiniz.
- Günde bir kez sürmek yeterlidir.
- Yılın belli dönemlerinde yani sadece güneşli günlerde sürmek yeterlidir.
- Ürünün son kullanma tarihinin önemi yoktur.
- Sprey şeklindekiler daha etkilidir.
- Havuza veya denize girdikten sonra sürülmesi daha etkilidir.
- Koyu ciltlilerin daha az koruyucuya ihtiyacı vardır.
- Giyindikten sonra sürülmelidirler.
- Güneş koruyucuların hemen hepsi birbirine benzer.
- En pahalı ürün, en iyisidir.
- Düşük koruma faktörlü olanlar tercih edilmelidir.
- Geniş spektrumlu kremler, her zaman şart değildir.
- Nemlendiricilerde veya kozmetik ürünlerindeki güneş koruma faktörleri yeterlidir.
- Yazlık elbiseler, güneş ışınlarını yeterli derecede bloke eder.



AUTOMECHANIKA İSTANBUL'DA OTOMOTİVİN GELECEĞİ ŞEKİLLENDİ

Otomotiv satış sonrası sektöründe dünyanın önde gelen fuarlarından Automechanika İstanbul, TÜYAP Fuar ve Kongre Merkezi'nde düzenlendi. Doğu Avrupa, Balkanlar, Orta Doğu ve Kuzey Afrika'yı kapsayan bölgede sektörün en büyük buluşması olan fuarda, T.C. Ticaret Bakanlığı ve Uludağ Otomotiv Endüstrisi İhracatçıları Birliği (OİB) iş birliğinde alım heyeti programı organize edildi. Programda altı ülkeden yüksek bütçeli satın alma yetkilileri, fuar süresince programa kayıtlı katılımcılar ile B2B görüşmeler gerçekleştirildi.



otomotive yönelik sunum, söyleşi, yarışmalar ve atölyeler gibi etkinlikler de yer aldı. OİB Yönetim Kurulu Başkanı Baran Çelik, açılıшта yaptığı konuşmada OİB olarak 1991 yılından bu yana otomotiv endüstrisinin ihracattaki tek temsilcisi olduklarını ve Türkiye ihracatının

lokomotifi durumundaki sektörün ihracatını artırmayı amaçladıklarını hatırlattı. Otomotiv sektörünün önemli bir değişimden geçtiği son dönemde, görevlerinin daha da kritik hâle geldiğini ve hedeflere ulaşmak için daha fazla çalışmak gerektiğinin altını çizdi. OİB Yönetim Kurulu Başkanı Baran Çelik, bu seneki hedeflerine dair yaptığı açıklamada, "Bu yıl küresel çapta yaşanan ve ticareti olumsuz etkileyen tüm olumsuzluklara rağmen sektörümüzün ihracatını 33 milyar dolara çıkarmayı hedefliyoruz. İhracatımız için değerli olan bu fuarda, sürdürülebilir bağlantılar kurma fırsatı yakaladık." dedi.

Parça sistemlerinden bakım-onarım, madeni yağdan aktye, e-mobility ve araç yıkama-bakım merkezine pek çok alanda yenilikçi ürünler 2-5 Haziran tarihleri arasında düzenlenen fuarda sergilendi. Aynı zamanda

TÜRK AYAKKABI VE SARACİYE İHRACATÇILARI ŞOV YAPTI

İtalya'da düzenlenen dünyanın en prestijli ayakkabı ve saraciye fuarı "Expo Riva Schuh&Garda Bags"ta, Türkiye rüzgârı est. Dünya genelinden 722 firmanın yer aldığı fuara Türkiye, 113 firma ile katılarak ev sahibi İtalya'dan sonra en fazla firma ile katılan ülke oldu. Fuarın Türkiye Millî Katılım Organizasyonu'nu Ege Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (EDMİB) üstlendi.

Ayakkabı ve saraciye sektörlerinin 2020 yılında 997 milyon dolar olan ihracatlarını 2021 yılında yüzde 25'lik artışla 1 milyar 250 milyon dolara taşıdığını aktaran Ege Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı Erkan Zandar, 2022 yılında 1,5 milyar dolar ihracat hedeflediklerini, İtalya'daki Expo Riva Schuh&Garda Bags Fuarı'nda kurulan ihracat bağlantılarının bu hedefe ulaşmalarına büyük katkı sağlayacağını dile getirdi. İtalya'daki fuara dünyanın dört bir tarafından ithalatçıların geldiğine vurgu yapan Zandar, "Çin'den İspanya'ya, Hindistan'dan Almanya'ya, Brezilya'dan

İtalya'ya dünyanın ayakkabı ve saraciye ihracatçıları ve ithalatçıları Garda Fuarı'nda buluştu. EDMİB olarak İzmir, İstanbul, Bursa, Gaziantep, Konya ve Denizli'den ihracatçılarımızla Türkiye'nin ayakkabı ve saraciye sektöründeki üretim gücünü ve yeni koleksiyonlarımızı sergiledik. İki yıllık pandemi sonrasında fuara katılım oldukça yüksekti. Türk ekonomisinin döviz ihtiyacı ortada. Bu ihtiyacı karşılamak için ihracatçılar olarak çalışıyoruz." şeklinde konuştu.

Ayakkabı ve saraciye sektörünün 2022 yılı Ocak-Nisan dönemi ihracat performansı hakkında da bilgi veren Başkan Zandar sözlerini şöyle tamamladı: "Ayakkabı sektörümüz 2022 yılının dört aylık döneminde ihracatını yüzde 22'lik artışla 364 milyon dolardan 442 milyon dolara çıkarırken, saraciye sektörümüz ihracatını yüzde 53 geliştirerek 68,4 milyon dolardan 105 milyon dolara taşıdı. İki sektörümüzün toplam ihracatı da yüzde 27'lik artışla 432 milyon dolardan, 547 milyon dolara ilerledi."



XONE DESIGN'DA ÖDÜLLER SAHIPLERİNİ BULDU

Çimento, Cam, Seramik ve Toprak Ürünleri İhracatçılar Birliği tarafından düzenlenen XONE Design Awards ile XONE Design Competition Ödül Töreni ve Gala Yemeği 1 Haziran'da düzenlendi. Etkinlik, Yönetim Kurulu Başkanı Erdem Çenesiz ile yönetim kurulu üyeleri, sektör temsilcileri, finalistler ve basın mensuplarının katılımıyla Rahmi M. Koç Müzesi'nde gerçekleşti. Ticaret Bakan Yardımcısı Volkan Ağar, paylaştığı video ile kazananları kutlayarak tüm katılımcıları selamladı.

Açılış konuşmasını yapan Çimento, Cam, Seramik ve Toprak Ürünleri İhracatçılar Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Erdem Çenesiz; seramik, cam ve çimento sektörlerindeki ihracat başarısında önemli bir yer tutan tasarım gücünün geliştirilmesi gerektiğini vurguladı. Çenesiz, XONE Design'ı uluslararası katılıma açık bir yarışma ve ödül programına dönüştürmeyi hedeflediklerini belirtti.

Jüri üyelerinin titiz çalışmaları ve değerlendirmeleri sonucunda XONE Design Awards'de yarışan 38 tasarımdan yedisi seramik, ikisi cam sektöründe



olmak üzere toplam dokuz adet kurum ödülünü kazandı. XONE Design Competition öğrenci kategorisinde ise 75 tasarım arasından seçilen 31 tasarım, profesyonel kategorisinde ise 81 tasarım arasından 29 tasarım finalist olarak ödül almaya layık görüldü. Tüm katılımcılar, kazanan tasarımların paftalarından sergiyi ziyaret etti ve serginin ardından kazananlara sertifikaları takdim edildi.

ÇELİK İHRACATI, 10 MİLYAR DOLARA DAYANDI

Pandemiye rağmen geçen yılı 22,4 milyar dolar ihracatla tamamlayan çelik sektöründeki yükseliş hızlanarak devam ediyor. Çelik sektörü Ocak-Mayıs döneminde yüzde 34,56 artışla 9,62 milyar dolar ihracata ulaşırken ihracattaki istikrarlı artışın devam ettiğini söyleyen Çelik İhracatçıları Birliği (ÇİB) Yönetim Kurulu Başkanı Adnan Aslan, ton başına ihracat değerinin de yüzde 38,12 artışla bin 95 dolara yükseldiğine dikkat çekti.

Çelik İhracatçıları Birliği (ÇİB), Mayıs ayı ve ilk beş aylık ihracat rakamlarını açıkladı. Çelik ihracatı Mayıs ayında yüzde 10,97 artışla 1,9 milyar dolara çıkarken ilk beş aylık ihracat da yüzde 34,56 artışla 9,6 milyar dolara yükseldi. Aynı dönemde ihraç edilen çelik miktarında ise düşüş görüldü. Mayıs ayında yüzde 19,7 düşüşle 1,63 milyon ton çelik ihracatı gerçekleştirilirken ilk beş aydaki ihracat yüzde 2,58 düşüşle 8,78 milyon ton oldu.

Türkiye, bölgesel olarak bakıldığında en fazla ihracatı, Avrupa Birliği ülkelerine gerçekleştirdi. AB'ye yapılan ihracat Mayıs ayında yüzde 30,73 artışla 762,9 milyon dolara çıkarken ilk beş ayda aynı bölgeye yapılan ihracat yüzde 36,81 artışla 3,35 milyar dolar oldu. Ülke sıralamasında ise İsrail ilk beş ayda en fazla ihracat yapılan ülke unvanını aldı. İsrail'e yüzde 61,36 artışla toplam 757,5 milyon dolarlık ihracat gerçekleşti.





DENİZLİ'DE ÖDÜL TÖRENİ HEYECANI YAŞANDI

Denizli İhracatçılar Birliği (DENİB) organizatörlüğünde, Denizli İl Millî Eğitim Müdürlüğü iş birliğiyle Denizli Valiliği'nin himayelerinde 5. Genç Mucitler Aranıyor İnovatif Fikirler Yarışması, 31 Mayıs'ta düzenlendi. Son derece coşkulu bir katılımı gerçeğe ve 2 binden fazla kişinin katıldığı final gecesinde kazanan genç mucitler ödüllendirildi. DENİB Başkanı Hüseyin Memişoğlu, final gecesinin açılış konuşmasında şunları söyledi: "Ocak ayında başladığımız yarışma sürecinde ilimiz genelindeki ilkökul, ortaokul ve lise-lerde eğitim gören öğrencilerimizden binin üzerinde başvuru aldık. Değerli jürimiz, her başvuruyu detaylı olarak inceledi. Bugün de salonumuzda coşkulu bir kalabalık var. Bu projeye sahip çıkan ve projeyi her sene daha büyük bir hevesle yapmamızı sağlayan herkese, DENİB'deki görevli çalışma arkadaşlarımıza, jüri üyelerimize ayrı ayrı teşekkürlerimizi sunuyoruz. Bugün, genç beyinlerin ortaya çıkardıkları icatlar için toplandık. Öğrencilerimizin ilgisi açıkçası bizlere de büyük güç veriyor. Bu seneki yarışmamıza özel bir kategori ekledik. Ortaokul ve lise kategorisindeki öğrencilerimiz 'İhracatı ile Büyüyen Denizli' temalı



dijital oyunlar geliştirdi. Dijital dünyada da ülke olarak adımızdan söz ettirmek istiyoruz. Unicornlarımız yavaş yavaş oluşmaya ve adından söz ettirmeye başladı. Son yıllarda dijital dünyada yaşanan gelişmeler hizmet ihracatı verilerine de net şekilde yansıyor. Mal ihracatında ülkemiz ekonomisine sunduğumuz katkılara ek olarak, hizmet ihracatında da ülkemiz ekonomisine fayda sunmak istiyoruz. Biz Denizli olarak decacornlar çıkarmaya talibiz."

FINDIK İHRACATI, 1,7 MİLYAR DOLARA ULAŞTI

Türkiye'nin 2021/2022 fındık ihraç sezonunun dokuz aylık dönemini kapsayan 1 Eylül 2021-31 Mayıs 2022 tarihleri arasında 287 bin 934 ton karşılığında 1,7 milyar dolar tutarında fındık ihraç edildi. Yapılan ihracatta bir önceki sezonun aynı dönemine kıyasla miktarda yüzde 25 ve değer tutarda da yüzde 6 oranında artış yaşandı. Kaydedilen ihracat başarısı hakkında değerlendirmelerde bulunan Doğu Karadeniz İhracatçılar Birliği Fındık ve Fındık Mamulleri Sektör Komitesi Başkanı Mehmet Cirav, dokuz aylık dönemde 123 ülkeye fındık ihracatı gerçekleştiğini belirtti. Cirav, fındık ihracatının yüzde 50'ye yakınının Almanya ve İtalya'ya yapıldığına değinerek her dönem olduğu gibi Avrupa'nın fındık ihracatında en büyük alıcı olduğunu söyledi.



Açıklamasında küresel ekonomide yaşanan yüksek oranlı enflasyonun da fındık ihracatına yansıdığına vurgu yapan Mehmet Cirav şunları söyledi: "Üretim süreçlerinde duraksamalara yol açan enflasyon, kısa süreli de olsa tüm ham madde ürünlerinde talep daralmasına neden oldu. Şok baskıları oluşturan bu durumun düzelmesi ile piyasalar rahatlayacaktır.

Dokuz aylık süreçte fındık ihracatının merkezi olan Trabzon ilinden 61 ülkeye 97 bin 773 ton karşılığında 536 milyon dolar fındık ihracatı gerçekleşti. Toplam fındık ihracatının yüzde 32'lik kısmını Trabzon tek başına göğüsledi. Yeni sezon fındık hasadının başlamasına üç aylık bir zaman dilimi kaldı. Yaşanan maliyet artışları ve enflasyonun durumu dikkate alınarak hükümetin üreticiyi mağdur etmeyeceği bir fiyat politikası açıklayacağı ümit ediyoruz."

Amgen® ve Gensenta ile Köklü Bir Geçmişten, Bilimin Geleceğine...

Amgen® olarak, dünya çapında 100'den fazla ülkede, 20 binin üzerinde çalışmamızla, 1980 yılından beri sürdürdüğümüz biyoteknoloji liderliğimiz doğrultusunda hastalara hizmet etmek için çalışıyoruz. Onkoloji, hematoloji, nefroloji, kemik sağlığı, enflamasyon ve kardiyoloji alanlarında ciddi hastalıklara yönelik keşfettiğimiz, geliştirdiğimiz ve üretimini gerçekleştirdiğimiz yenilikçi ilaçlarımızı hastaların erişimine sunuyoruz.

Aynı çatı altında yer aldığımız Gensenta ile birlikte daha geniş bir coğrafyada daha fazla hastaya yeni ve kapsamlı çözümler ulaştırıyor, küresel ilaç pazarının %70'ine Türkiye üzerinden ihracat yapıyoruz. Türkiye'de toplamda 1.000'den fazla çalışmamızla birlikte yarattığımız güç, bilgi birikimi ve tecrübemizi birleştirerek; ülkemizin yerli üretim, araştırma - geliştirme ve ihracat önceliklerine önemli katkılar sağlıyoruz.



<https://www.amgen.com.tr/>
www.gensenta.com.tr



 GENSENTA

 AMGEN®



ABD, TÜRK MOBİLYASINA YÖNELDİ

İhracatını Mayıs ayında yüzde 22,4 artırarak 613,4 milyon dolarla Türkiye'nin toplam ihracatından 3,2'lik pay alan mobilya, kâğıt ve orman ürünleri sektörü, ABD pazarında hedeflerini tutturuyor. Stratejik pazar olarak belirlenen, dünyanın en büyük ithalatçısı ABD'ye Mayıs ayında yüzde 28,4'lük artışla 25,2 milyon dolarlık ihracat yapılırken ilk beş ayda yüzde 17,5'lik artışla 138,2 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirildi.



ABD pazarına yönelik yapılan çalışmalarda meyvelerin toplanmaya başladığını kaydeden Akdeniz Mobilya, Kâğıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği (AKAMİB) Başkanı Onur Kılıçer, "Türk ürünlerini tanıtmak ve farklı pazarlarda ihracatımızı artırmak için kıta kıta gezeceğiz." dedi. Başkan Onur Kılıçer, mevcut pazarlarda büyürken

yeni pazarlar da kazandıklarını belirtti. Pazar çeşitliliği sağlamanın önemine değinen Kılıçer, şu bilgileri paylaştı: "Yaşanan küresel bir gelişmenin, sektörü olumsuz etkilememesi için pazarlarımızı çeşitlendirmemiz gerekiyor. Bunun için çalışmalar yapıyoruz. Mayıs ayında ihracat yaptığımız ülkeler arasında değişmez pazarımız Irak, liderliğini korudu. Ancak dünyanın en büyük ithalatçı ülkesi ABD pazarına yönelik yaptığımız çalışmaların meyvelerini vermesi bizleri oldukça sevindirdi. ABD'ye Mayıs ayında yüzde 34,1'lik artış ile 3,3 milyon dolar, ilk beş ayda ise yüzde 49,5'lik artış kaydederek 17,5 milyon dolarlık ihracat yaptık. Yıl sonu hedefimiz de 40 milyon doları aşmak. Gelecek dönemde Avrupa ve Asya'da yapacağımız çalışmalara ek olarak ABD, Kanada ve Avustralya'ya da sektörel ticaret heyetler düzenleyeceğiz."

WIN EURASIA 2022'YE BÜYÜK İLGİ

Hannover Fairs

Türkiye tarafından düzenlenen WIN EURASIA, 8-11 Haziran 2022 tarihlerinde endüstri profesyonellerini bir araya getirdi. Yenilenen İstanbul Fuar Merkezi'nde düzenlenen fuarın bu yılki teması, endüstriyel dönüşüm oldu. Fuarda, metal işlemeden otomasyon teknolojilerine, elektrik ve elektronik

ekipmanlardan iç lojistiğe kadar çok sayıda ürün grubu görülmeye çıktı. Geleceğin fabrikaları için ihtiyaç duyulan tüm bileşenlerin yakından incelenme fırsatının sunulduğu fuarda, 5G teknolojisi de yine ilk



kez bir fuar alanında endüstriyel kullanıma sunuldu.

WIN EURASIA, bu yıl 15 ülkeden 400'ün üzerinde firma ile toplam 22 bin metrekare alanda gerçekleşti. T.C. Ticaret Bakanlığı'nun destekleri ve Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri ile nitelikli satın alma heyetinin bu yıl hayata geçtiği fuarda, 16 ülkeden 350'ye yakın VIP

satın almacı, katılımcılar ile buluştu. Ayrıca fuara 80 farklı ülkeden 35 binin üzerinde ziyaretçi geldi. 2022 yılında WIN EURASIA'da yaklaşık 1 milyar dolara yakın bir iş hacminin oluşması bekleniyor.



ESTAS

ELDİVEN - GLOVES



Kaliteyi Seven
ESTAS Eldiven

Quality Loves
ESTAS Gloves

Kimyasal yapısı ve üretim teknolojisi ile hafif, dayanıklı, esnek eldiven. Yüksek dokunma hissi ile ESTAS NİTRİL ELDİVEN.



+90 346 218 12 20
eldiven@estas.com.tr
www.estaseldiven.com
Şeyh Şamil OSB Mahallesi
Halis Vermezoğlu Caddesi No:57
Merkez Sivas/TÜRKİYE



TÜRK GIDA SEKTÖRÜ, 2 MİLYAR DOLAR İHRACAT HEDEFLİYOR

Türk gıda sektörü, dünyanın en büyük gıda ithalatçısı Amerika Birleşik Devletleri'ne ihracatını 2 milyar dolara çıkarmayı hedefliyor. Türk gıda sektörü, ABD'ye yeni ihracat bağlantıları yapmak için 12-14 Haziran 2022 tarihleri arasında Summer Fancy



Food Show Fuarı'na 32 firmayla katıldı. Ege İhracatçı Birlikleri Koordinatör Başkanı Jak Eskinazi, New York Summer Fancy Food Show Fuarı'nın Türkiye Millî Katılım Organizasyonu'nu 25 yıldır başarılı bir şekilde organize ettiklerini, yıllık 130 milyar dolar gıda ithal eden ABD'ye Türk gıda sektörünün 2021 yılında ilk kez 1 milyar doların üzerinde ihracat yaptığını, gelecek dört yıllık dönemde bu ihracatı 2 milyar dolara taşımayı hedeflediklerini dile getirdi.

Eskinazi, "Türkiye olarak 473 metrekarelik alanda 32 firmamızla yerimizi aldık. Türkiye markası standında Şef Özlem Oğuzcan tarafından üç gün boyunca tadım etkinliği düzenlendi ve birbirinden güzel Türk lezzetleri ziyaretçilere tattırıldı." dedi.

Türk gıda ürünlerine ABD pazarında talebi artırmak için üç yıldır Ticaret Bakanlığı destekli Turquality Projesi yürütülüyor. Bu kapsamda fuar esnasında Turquality Projesi'nde iş birliği yapılan Las Vegas Üniversitesi ve Nevada Restoran Association temsilcilerinin katılımı ile "Türk Mutfağı ve Türk Ürünlerine Yönelik Tanıtım" etkinliği gerçekleşti. New York Summer Fancy Food Show Fuarı'na 55 ülkeden 2 bin 600 firma katıldı.

HOMETEX'E BEŞ GÜNDE 170 BİN ZİYARETÇİ

Ev tekstilinde dünyanın en prestijli fuarlarından birisi olan HOMETEX, sektörün ulusal ve uluslararası oyuncularını İstanbul'da buluşturdu. Yerli ve yabancı 650'yi aşkın firmanın yeni ürünlerini sergilediği fuara beş günde 126 ülkeden 170 bin ziyaret yapılırken iş hacmi ise beklentileri de aşarak yaklaşık 1,5 milyar dolar olarak gerçekleşti.

Sektörün çatı kuruluşu Türkiye Ev Tekstili Sanayicileri ve İş İnsanları Derneği (TETSİAD) tarafından Bursa Ticaret ve Sanayi Odası (BTSO) iştiraki KFA Fuarcılık Şirketi organizasyonunda 17-21 Mayıs tarihleri arasında İstanbul Fuar Merkezi'nde düzenlenen HOMETEX Ev Tekstili Fuarı sektördeki moda ve trendleri belirledi. Bu yıl yeni bir vizyonla kurgulanan fuar yerli ve yabancı ziyaretçilerin büyük bir ilgisiyle gerçekleştirildi.

Türkiye ev tekstili sektörünün güç birliği yaptığı fuar, toplam 11 salonda ve 200 bin metrekarelik alanda gerçekleştirildi. Sürdürülebilirlik temasının ön planda tutulduğu fuarda, alım heyetleri sayesinde Fransa,



İtalya, Hindistan, Hollanda, Pakistan, İspanya, ABD ve Türk Cumhuriyetleri başta olmak üzere çok sayıda ülkeden potansiyel alıcılar, yerli firmalarla iş birliği masasında buluştu. Fuarda ilk kez kurgulanan "İham Alanları" bölümlerinde perde, perde aksesuarları, tül, döşemelik kumaş, mutfak ve yemek odası tekstili, havlu ve banyo grubu ürünleri, uyku ve yatak odası tekstili gibi çok çeşitli ürün grupları sergilendi.



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



kültür sanat



DENİZBANK AÇIKHAVA ETKİNLİKLERİ

İstanbuluların vazgeçilmez konser mekânı, Harbiye Cemil Topuzlu Açıkhava Tiyatrosu'nda BKM organizasyonu ile gerçekleşecek "DenizBank Açıkhava Etkinlikleri" başlıyor. Türkiye'nin en ünlü isimlerinin hem konserleri hem gösterileriyle sahne alacağı etkinlikler, bu yaz da müzik ve kahkaha dolu olacak. 27 Temmuz'da Sertap Erener'in konseriyle başlayacak olan etkinlikler, 19 Ağustos'ta Candan Erçetin'in konseriyle son bulacak.



HEM ROMAN HEM PUNK: GOGOL BORDELLO

Gogol Bordello, alışılmadık müziği ve daha önce bir punk rock grubunda görülmemiş enerjisiyle sergilediği sahne şovuyla İstanbul'a eğence vad ediyor. Grubun beyni Eugene H tz, Gogol Bordello için "Roman Punk Kabaresi" tanımlaması yaparak dünyanın dört bir yanındaki herkesin bu müziğin ritmine kapılacağını söylüyor. Vera Müzik ve URU organizasyonu ile görülecek Gogol Bordello konseri 2 Temmuz'da K  k iftlik Park Sahnesi'nde!



POSTMODERN JUKEBOX

The Grand Reopening Tour ile ABD, Kanada, Birleşik Krallık, Avrupa, Avustralya ve Yeni Zelanda'yı kapsayan büyük bir turneye çıkan Postmodern Jukebox, modern müzik tarihinin en büyük hitlerini, geçmiş dönemlerin klasik tarzlarında seslendiriyor. Pop müziği bir zaman makinesinde yorumlaması ile tanınan, zaman sınırlamasını yok eden müzik kolektifi Postmodern Jukebox, 2 Temmuz'da m zikseverleri 80'li yılların çılgın eğencesine davet ediyor.



KRISTOF BARATI CRR SENFONİ ORKESTRASI

Macaristan'ın en büyük kültürel  d l  olan Kossuth  d l 'ne 2014 yılında değer görülen Krist f Barati, Murat Cem Orhan şefliğinde CRR Senfoni Orkestrası ile birlikte Harbiye Cemil Topuzlu Açık Hava Tiyatrosu'nda sahne alıyor. 14 Temmuz'da düzenlenecek konserin ikinci yarısında Mussogrsky'nin "Bir Sergiden Tablolar" adlı eseri seslendirilirken Atakan Kızıltan'ın yapay zek  algoritmasıyla hazırladığı görsel şov izleyiciyle buluşacak.



FADO İLE VEDA

35. Uluslararası İzmir Festivali, 20 Temmuz akşamı  eşme Kalesi'nde yapılacak fado konseriyle sona eriyor. T nia Oleir; repertuarını, eşlik eden m zisyenlerini ve olağanüstü yorumlayıcı gücünü dikkatle dengeleyerek, fado müziği için geleceğin yolunu açan yeni bir değer oldu. Portekiz Büyükelçiliği iş birliği ile görülecek konserde, otantik fadosu ile izleyicilerini büyüleyen Tania Oleiro sahne alacak.



KALEO, İLK KEZ İSTANBUL'DA

İzlanda'nın son yıllarda dünya müziğine kazandırdığı en önemli rock grubu KALEO ilk kez İstanbul'da! 2016'da çıkardıkları A/B albümü ve albümün en büyük hiti "Way Down We Go" şarkısıyla Amerika ve ülkemizde çok büyük kitlelere ulaşan KALEO, iki ay önce çıkan son albümleri Surface Sounds ile yeniden zirveye oturdu. KALEO, 3 Temmuz'da K  k iftlik Park'ta sevenleriyle buluşacak.



kültür sanat



ARMAĞAN ÇAĞLAYAN: ‘‘SİZE ANLATAÇAKLARIM VAR’’

Türkiye'nin en önemli televizyon yapımcılarından Armağan ağlayan, yaptığı sıra dışı röportajlarla dikkatleri çekmeye devam ediyor. ‘‘Size Anlatacaklarım Var’’ adını verdiği tek kişilik gösterisinde, 20 yıl  nceki Türkiye ile günümüzdeki Türkiye arasındaki değişimleri, ünlü isimlerle baŐından geçen eğlenceli anılarını, YouTube çekimlerinde karŐılaŐtıĐı hik yeleri seyirciyle buluŐturuyor. Gösteri 26 Temmuz'da İzmir'de, Bostanlı Suat TaŐer Tiyatrosu'nda gerçekleşecek.



CİMRİ

ENKA Sanat, Tansu Biçer'in yorumu ve Serkan Keskin'in çok konuŐulan ‘‘Harpagon’’ performansıyla beş sezondur kapalı giŐe oynanan Moliere'in ünlü eseri Cimri'yi konuk ediyor. 17. yüzyılda yaŐamıŐ Fransız komedy yazarı Moliere'in ünlü eserinde tiyatroseverler, belli bir zümreye bakmakla bir genelleŐtirmeye bakmak arasındaki pencereden birçok insanın ve ailenin i ve dış yapısına bakacak, garip rastlantılara tanık olacak.



SEVGİLİ ARSIZ ÖLÜM DİRMIT

Sahnelendiği günden beri tiyatroseverlerin büyük takdirini toplayan ve geçen sezon Bahçe Tiyatrosu'nda kapalı giŐe oynayan Sevgili Arsız  l m Dirmit, bu sezon da yıldızların altında keyifli yaz akŐamında seyircisiyle buluşacak. Latife Tekin'in kaleme aldığı oyun, 85 dakika sürüyor, tek perde olarak sahneleniyor. Ele avuca sığmayan Sevgili Arsız  l m Dirmit, 7 Temmuz'da K  kiftlik Bahçe Tiyatrosu'nda tiyatroseverlerle buluşacak.



SAMANYOLU'NU BİLİR MİSİNİZ?

K  kiftlik Bahçe Tiyatrosu,   nc  sezonunda da tiyatroseverleri en yeni oyunlarla açık havada buluşturmaya devam ediyor. Cem Davran'ın büyük emekler sonucu kurduğu Davran Tiyatrosu'nun ses getiren yeni oyunu: ‘‘Samanyolu'nu bilir misiniz?’’ Hakan Gerçek ve Cem Davran'ın muhteşem oyunculuklarıyla 6 Temmuz'da ilk kez açık havada Bahçe Tiyatrosu'nun nefes aldırان ortamında seyircisiyle buluşacak.



AĞAÇTAKİ KIZ

Őebnem İŐiĐ zel'in aynı adlı romanından uyarılan oyunda ağaçtaki kız, hik yesini bize bir çınarın üzerinden anlatmaya başlıyor; tam da hayatının geri kalanını geçireceği yeri bulduğu sırada Yunus'la tanıŐıyor. Oyunun iki kahramanı aŐkı, dostluğu, hayalleri, hayal kırıklıklarını, yere düŐmeyi, yerden kalkabilmeyi anlatıyor. İki hasta gencin hikâyesi K  kiftlik Bahçe Tiyatrosu'nda 11 AĞustos'ta tiyatroseverlerle buluŐuyor.



PINK MARTİNİ

‘‘Sympathique’’, ‘‘Hey Eugene!’’, ‘‘Splendor in the Grass’’, ‘‘Joy to the World’’, ‘‘1969’’, ‘‘A Retrospective’’, ‘‘Get Happy’’, ‘‘Dream A Little Dream’’ ve ‘‘Je Dis Oui’’ alb mleriyle Türkiye'de büyük bir hayran kitlesine sahip olan, her albümü ile altın ve platin plak kazanan Pink Martini, Avrupa turnesi kapsamında Pasion Turca organizasyonu ile 26 Temmuz'da Harbiye Açık hava Tiyatrosu'nda Türkiye'deki hayranları ile buluşacak.



Türkiye'nin ticari araçlar için debriyaj üreten lider markası **Dönmez Debriyaj**, **Automechanika İstanbul 2022'de** gösterdiğiniz yoğun ilgiye teşekkür eder.

THE WAY FORWARD





%100

**YENİ NESİL YENİLENEBİLİR
ENERJİ JENERATÖRÜ**



**BORSA
İSTANBUL**

Borsa İstanbul'da gong çaldı

Borsa İstanbul Özel Pazar'daki 15'inci yatırım Bulls GSYO tarafından gerçekleştirildi. Bulls Girişim Sermayesi Yatırım Ortaklığı, yenilenebilir enerji alanında daha önce hiç kullanılmamış, ortamdaki (hava, su, gaz, yağ) nem ve ısı değişiminden (gizli ve atık ısıdan) yüzde 100 yerli ve patentli teknolojisi ile enerji ve su üreten RePG Enerji'ye yatırım yaptı.

Gizli ısı ve atık-ısı kaynağını yenilenebilir enerji kaynağı gibi kullanan patentli enerji teknolojilerini kapsayan yüzde 100 yeni nesil "yenilenebilir enerji jeneratörü" RePG Enerji'nin 13 Haziran'da gerçekleşen gong törenine Borsa İstanbul AŞ Genel Müdürü Korkmaz Ergun ile Bulls

Girişim Sermayesi Yatırım Ortaklığı AŞ Yönetim Kurulu Başkanı Cemal Sarıhan, Yönetim Kurulu Üyesi Atilla Kuruçayırılı, Genel Müdürü Ersoy Çoban, Şirket Ortağı Kemal Akkaya ve RePG Enerji Sistemleri San. ve Tic. AŞ Yönetim Kurulu Başkanı Hüseyin Karayağız ve RePG Enerji Yönetim Kurulu Başkan Vekili ve Kurucu Genel Müdürü Hasan Ayartürk katıldı.

Törende Cemal Sarıhan, yeni nesil yenilenebilir enerji sektöründe faaliyet gösteren şirketlere yatırım yapmaya devam edeceklerini söylerken Hasan Ayartürk, "Doğadan esinlenerek gizli ve atık ısıdan yüzde 100 yenilenebilir enerji üretiyoruz, karbon emisyonu yapmıyoruz." dedi.

Tatmetal'den İSO 500'de yeni başarı

Türkiye'nin lider yassı çelik üreticilerinden Tatmetal, İstanbul Sanayi Odası'nın her yıl hazırladığı, Türkiye'nin en büyük sanayi kuruluşları araştırması listesinde yükselişini sürdürüyor. Buna göre geçen sene 54'üncü sırada olan Tatmetal, 2021'de sergilediği performansla 23 sıra birden yükselerek 31'inci sıraya yerleşti. 2021'de sergilediği başarılı performansla üretim kapasitesini 1,5 milyon tona çıkararak Tatmetal'in bu yıl içindeki üretimden satışları 11 milyar 82 milyon 495 bin 599 TL olarak açıklandı.

Demir çelik sektöründe global bir oyuncu olarak 70'ten fazla ülkeye ihracat gerçekleştiren Tatmetal, son beş yıldır gerçekleştirdiği altyapı

yatırımları sayesinde istikrarlı bir şekilde sürekli gelişimini sürdürüyor. İSO 500 sıralamasında 2016'da 124, 2017'de 90, 2018'de 81, 2019'da 74 ve 2020'de 54'üncü sırada yer alan firma, 2021'de 31'inci sıraya yükselerek büyük sanayi kuruluşları içindeki yerini de tescilledi. Karadeniz Ereğli'de bulunan yaklaşık 200 bin metrekarelik üretim tesisinde sıcak haddelenmiş asitlenmiş, soğuk haddelenmiş, galvanizli ve boyalı yassı çelik üretimi gerçekleştiren Tatmetal, küresel sanayinin ihtiyaçları doğrultusunda otomotiv, beyaz eşya, iklimlendirme, inşaat, yapı ve genel imalat gibi birbirinden farklı sektörlere ulaşıyor. Tatmetal markasının hizmet verdiği sektörlerin başında taşıt araçları, dayanıklı tüketim, inşaat, enerji ve makine-ekipman geliyor.

31.
İSO 500

LİSTESİNDE YERİNİ ALDI

TATMETAL



advertorial epal

Sürdürülebilir, yeniden kullanılabilir EPAL Euro paletleriyle ekosistem korunur

BUGÜN DÜNYANIN en büyük probleminden biri ekolojik sistemi korumak. Palet sistemi ise global ticaretin ve lojistik sektörünün vazgeçilmezi. Her gün milyarlarca ürün dünyanın pek çok noktasından yola çıkıyor. Bu ürünlerin alıcılara sağlam bir şekilde ulaşması ise ekonomik açıdan çok önemli. Peki, bu ürünlerin taşınmasında kullanılan milyonlarca palet ne oluyor?

AÇIK DEĞİŞİM HAVUZUNDA 600 MİLYON EPAL EURO PALETİ

EPAL TÜRKİYE Yönetim Kurulu Başkanı Ali Necat Altınok konu ile ilgili açıklamalarda bulundu: "Palet üretimi için kereste vazgeçilmez. Ancak bu konuda kaynakların kısıtlı olması, palet üretimi maliyetlerini artırıyor, aynı zamanda da çok fazla ağaç tüketimine neden oluyor. EPAL hem palet üretim maliyetlerini hem de navlun giderlerini düşürmek, bunu gerçekleştirirken de ekolojik sisteme destek olmak amacıyla dünyanın en geniş takas havuzunu oluşturdu. Dünya çapında yaklaşık 600 milyonluk bir EPAL palet havuzu var. Bu sayede ürün taşınmasında bir ülkeden başka bir ülkeye gönderilen paletler yine aynı standarttaki paletler ile takas edilerek hem ilave ağaç tüketimini azaltıyor hem de ekonomiye geri kazandırılıyor."

EPAL palet değiştirme sistemi sürdürülebilir, kaynak tasarrufu sağlayan ve işleyen bir döngüsel ekonominin mükemmel bir örneğidir.

EPAL EURO PALETLERİ, DÜNYA ÇAPINDA KULLANILABİLİR VE DEĞİŞTİRİLEBİLİR ÖZELLİĞE SAHİP

Her yıl yaklaşık 100 milyon yeni EPAL Euro palet, yenilenebilir ham madde ahşaptan üretiliyor. Dünya çapında yaklaşık 600 milyon EPAL Euro palet içeren en büyük açık Euro palet değişim havuzuna yeniden kullanım ve değişim yoluyla akarlar. Avrupa Palet Birliği (EPAL), açık Euro palet havuzundaki EPAL paletlerinin tutarlı kalitesinden sorumludur.

30'dan fazla ülkedeki EPAL lisans sahipleri, EPAL'in teknik düzenlemelerine uygun olarak üretim ve onarım yapmaktadır. EPAL'in bağımsız



kalite denetimi sayesinde EPAL Euro paletleri dünya çapında değiştirilebilir ve ISPM 15 işlemi sayesinde ihracat için de güvenli bir seçimdir.

Her yıl yaklaşık 100 milyon yeni EPAL Euro palet, yenilenebilir ham madde ahşaptan üretiliyor. Dünya çapında yaklaşık 600 milyon EPAL Euro palet içeren en büyük açık Euro palet değişim havuzunda yeniden kullanım ve değişim yoluyla akarlar. Avrupa Palet Birliği (EPAL), açık Euro palet havuzundaki EPAL paletlerinin tutarlı kalitesinden

sorumludur.

30'dan fazla ülkedeki EPAL lisans sahipleri, EPAL'in teknik düzenlemelerine uygun olarak üretim ve onarım yapmaktadır. EPAL'in bağımsız kalite denetimi sayesinde EPAL Euro paletleri dünya çapında değiştirilebilir ve ISPM 15 işlemi sayesinde ihracat için de güvenli bir seçimdir.



EPAL HAKKINDA

Uluslararası bir dernek olan Avrupa Palet Birliği [European Pallet Association e.V. (EPAL)], EPAL Euro palet değişim havuzunu düzenler. EPAL Euro paletleri, Avrupa'daki sanayi ve ticaret tedarik zincirlerinin temelini oluşturur. EPAL markası, lojistikte kalite, güvenlik ve sürdürülebilirliği temsil eder.

Şu anda dolaşımda olan yaklaşık 625 milyon EPAL Euro paleti ve yaklaşık 20 milyon EPAL Gitterbox (Telli Kasa) ile EPAL Euro palet değişim havuzu; dünyanın en büyük açık palet değişim havuzudur. 1.500'den fazla EPAL lisans sahibi, dünya çapında EPAL Euro paletlerini ve diğer EPAL yük taşıyıcılarını üretir ve onarır.

EPAL herhangi bir ekonomik kâr hedefi peşinde koşmaz. 1991 yılında değiştirilebilir Euro paletler için uluslararası bir dernek olarak kurulan EPAL, şu anda 30'dan fazla ülkede Ulusal Komiteler ve Temsilciler ile aktif çalışıyor. EPAL'in faaliyetlerinin odak noktası, uluslararası EPAL Euro palet değişim havuzunun organizasyonu ve EPAL Euro paletleri, EPAL Gitterbox (Telli Kasa) ve diğer EPAL yük taşıyıcılarının üretim ve onarımının kalite güvencesidir.

Yeniden kullanım, değişim, onarım ve geri dönüşüm ilkelerine sahip EPAL Euro palet değişim havuzu, otuz yılı aşkın süredir sürdürülebilir döngüsel ekonominin başlıca örneği olmuştur. Ahşaptan yapılan EPAL Euro paletler, iklim korumasına önemli bir katkı sağlar. CO₂ depolar, israfı önlerler ve yeniden kullanım, değişim, onarım ve geri dönüşüm yoluyla endüstri, ticaret ve lojistikteki kullanıcıların karbon ayak izi olan CO₂ dengesini iyileştirir.



3

YENİ HİZMET
YÜKSEK HIZLI GÖNDERİM



Turkish Cargo'dan stratejik üç yeni hizmet

Küresel hava kargo sektörünün en güvenilir çözüm ortaklarından Turkish Cargo, dünyanın dört bir yanındaki müşterilerine yeni kolaylıklar sağlayan hızlı ve öncelikli hizmetleri ile geleceğe yolcuğunu daha güçlü bir şekilde sürdürüyor. Dinamik marka, iş kalitesini artıracak ve müşteri beklentilerini en üst düzeyde karşılayacak, farklı hız kategorilerindeki üç yeni hizmetini hayata geçirdi.

Altyapı ve teknoloji yatırımlarına devam eden Turkish Cargo, iş süreçlerine en iyi şekilde entegre ederek hayata geçirdiği hızlı ve öncelikli hizmetleri; "TK SMART", "TK PREMIUM" ve "TK URGENT" ile uygun maliyet avantajı, esneklik, ayrıcalık ve yüksek hızlı gönderim imkânı sağlıyor. Türk Hava Yolları

Kargo Ürün Yönetim Başkanı Daniel Lloyd Johnson, "Hızla gelişen lojistik ekosisteminin merkezinde yer alan hava kargo taşıyıcısı olarak bütün organizasyonumuzu sektörün gerekliliklerine göre dizayn ediyoruz. Bu doğrultuda geliştirdiğimiz farklı hız kategorilerindeki üç yeni hizmetimizi tüm dünyadaki iş ortaklarımızın deneyimine sunuyoruz. Bu yeni hizmetlerimiz sayesinde müşterilerimiz; Turkish Cargo'nun geniş uçuş ağındaki küresel pazarlara çok daha kolay ulaşabilecekler." dedi. Dünyadaki üretim ve ticaret merkezlerine, ulaşım için en iyi bağlantıları sağlayan Turkish Cargo, kaliteli hizmet anlayışı ile sunduğu cazip olanakları, müşterilerinin ihtiyaçlarını en iyi şekilde karşılamak adına geliştirmeye devam ediyor.

Horoz Lojistik, e-ihracatı 0-2 kilogram bandının üzerine taşıdı

Döviz girdilerinin ve şirket kârlılıklarının optimize edilmesi, katma değerli hizmet bedellerinin Türkiye'de kalması, ihracat modellerinin çeşitlendirilmesi ve ülke üreticilerinin markalaşması adına e-ihracat büyük önem taşıyor. Bu noktada çalışmalarını hızlandıran Horoz Lojistik e-ihracat atağına geçti. Lojistik çalışmalarında bütün süreçleri tek elden yönettiklerini açıklayan Horoz Lojistik İcra Kurulu Başkan Yardımcısı Gürkan Gürbüz, "E-ihracatın artırılabilmesi sadece mevcut e-ihraç kalemlerinin geliştirilmesi ile yapılamaz. Bunun için başta mobilya, otomotiv yan sanayi ve endüstriyel ekipmanlar olmak üzere hava yolu ile gitmesi mümkün olmayan, üreticilerimizin

güçlü olduğu ürün gruplarını başta Avrupa olmak üzere dünya çapında tüketicilerin evine kadar götürülmesi sürecini başlattık. Sloganımız 'E-ihracatı 0-2 kilogram bandının üzerine taşıyoruz.' Avrupa'daymış gibi ticaret yapabilecek yurt dışı pazar yerlerine entegrasyon, çevrim içi mağaza yönetiminde danışmanlık, kapıdan tüketiciye izlenebilir teslimat, gümrük süreçlerinin yönetimi, iadelerin alımı-depolanması- getirilmesi, Avrupa ve Türkiye'de fullfilment gibi tüm hizmetleri tek elden yönetiyoruz. Bunu sadece küçük ürünlerinizde değil, büyük ve hacimli ürün gruplarınızda da sağlıyoruz. Kısacası lojistiği ve maliyeti e-ihracatımızın önünde engel olmaktan çıkartıyoruz." diye konuştu.

0-2

KİLOGRAM
BANDININ ÜZERİNE TAŞIMA

MARKAYI

başarıya götüren yol...

adres  patent

"Katma Değerli Hizmet Merkezi"

100/100
100/100



100/100 / adrespatent

Adres Patent

Levent Cd. Krizantem Sk. No:33 Levent / Beşiktaş / İSTANBUL - info@adrespatent.com www.adrespatent.com.tr

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

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

MERİTER
0(212) 890 55 50
meriter@adrespatent.com

İKİTİLLİ
0(212) 549 43 70
ikitilli@adrespatent.com

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

GEBZE
0(530) 176 85 72
gebze@adrespatent.com

ANKARA
0(312) 232 62 85
ankara@adrespatent.com

İZMİR
0(232) 425 20 40
izmir@adrespatent.com

DENİZLİ
0(258) 265 69 12
denizli@adrespatent.com

LONDRA
+44(0)1753 272 58 53
londra@adrespatent.com

ANTALYA
0(242) 321 00 88
antalya@adrespatent.com

MARMARA TEKNİKENT
0(262) 676 62 45
marmara@adrespatent.com

adres  patent

"Katma Değerli Hizmet Merkezi"

www.adrespatent.com.tr



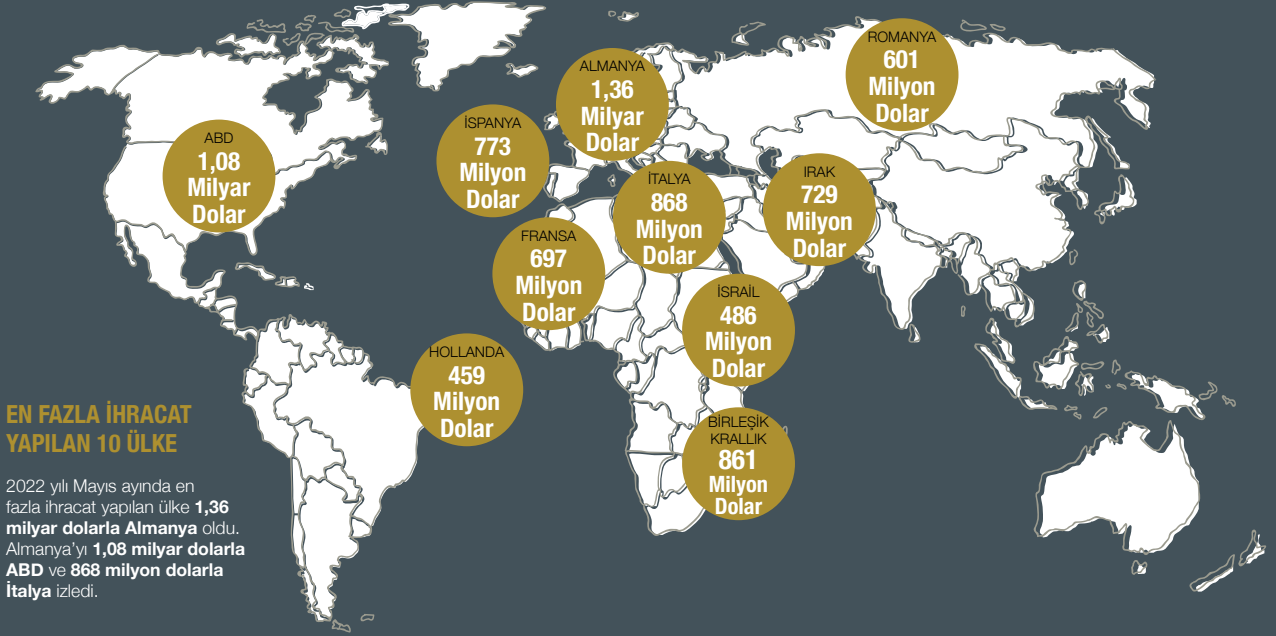
tablolar

2022 YILI MAYIS AYI İHRACATI **19 MİLYAR DOLAR** OLDU.

2021 YILINA GÖRE 2022 MAYIS AYI İHRACATI **YÜZDE 15** ARTTI.

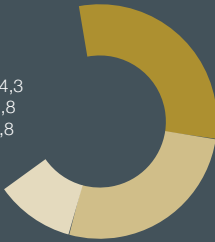
2022 YILI MAYIS AYINDA **15 SEKTÖR** İHRACATINI ARTIRDI.

BİN 485 FIRMA MAYIS AYINDA İLK KEZ İHRACAT GERÇEKLEŞTİRDİ.

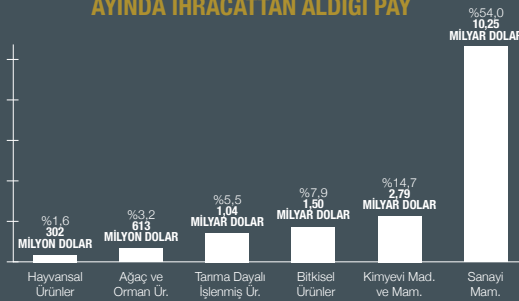


ALT ÜRETİM GRUPLARININ 2022 YILI MAYIS AYINDA İHRACATTAN ALDIĞI PAY

Sanayi %74,3
Tarım %12,8
Maden %2,8



ALT ÜRETİM GRUPLARININ 2022 YILI MAYIS AYINDA İHRACATTAN ALDIĞI PAY



2022 YILI MAYIS AYINDA İL BAZINDA EN DİKKAT ÇEKEN İHRACAT ARTIŞI



İLLERE GÖRE 2022 YILI MAYIS AYI İHRACAT DAĞILIMI

İSTANBUL
7,49
MİLYAR DOLAR

KOCAELİ
1,63
MİLYAR DOLAR

BURSA
1,18
MİLYAR DOLAR

İZMİR
1,05
MİLYAR DOLAR

ANKARA
776
MİLYON DOLAR

GAZİANTEP
736
MİLYON DOLAR

MANİSA
369
MİLYON DOLAR

SAKARYA
353
MİLYON DOLAR

DENİZLİ
348
MİLYON DOLAR

HATAY
342
MİLYON DOLAR

1-31 MAYIS İHRACAT RAKAMLARI
SEKTÖREL BAZDA İHRACAT RAKAMLARI - 1.000 \$

SEKTÖRLER	1-31 MAYIS				1 OCAK-31 MAYIS			
	2021	2022	Değişim ('22/'21)	Pay (22) (%)	2021	2022	Değişim ('22/'21)	Pay (22) (%)
I. TARIM	2.069.852	2.422.364	17,0	12,8	11.032.947	13.495.024	22,3	13,2
A. BİTKİSEL ÜRÜNLER	1.303.123	1.506.897	15,6	7,9	7.217.922	8.488.654	17,6	8,3
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	609.721	874.471	43,4	4,6	3.378.019	4.469.886	32,3	4,4
Yaş Meyve ve Sebze	200.726	190.564	-5,1	1,0	1.176.357	1.164.336	-1,0	1,1
Meyve Sebze Mamulleri	144.433	157.953	9,4	0,8	741.527	970.739	30,9	0,9
Kuru Meyve ve Mamulleri	104.753	95.409	-8,9	0,5	573.065	637.075	11,2	0,6
Fındık ve Mamulleri	147.227	100.000	-32,1	0,5	888.142	723.576	-18,5	0,7
Zeytin ve Zeytinyağı	19.490	22.168	13,7	0,1	113.048	167.317	48,0	0,2
Tütün	62.136	53.869	-13,3	0,3	272.103	280.057	2,9	0,3
Süs Bitkileri ve Mamulleri	14.638	12.463	-14,9	0,1	75.662	75.668	0,0	0,1
B. HAYVANSAL ÜRÜNLER	265.663	302.027	13,7	1,6	1.219.841	1.683.762	38,0	1,6
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	265.663	302.027	13,7	1,6	1.219.841	1.683.762	38,0	1,6
C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	501.065	613.440	22,4	3,2	2.595.185	3.322.608	28,0	3,2
Mobilya, Kâğıt ve Orman Ürünleri	501.065	613.440	22,4	3,2	2.595.185	3.322.608	28,0	3,2
II. SANAYİ	12.586.575	14.089.162	11,9	74,3	63.873.835	76.947.536	20,5	75,1
A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER	1.089.058	1.042.315	-4,3	5,5	5.922.727	6.346.339	7,2	6,2
Tekstil ve Hammaddeleri	743.302	767.273	3,2	4,0	3.964.112	4.409.456	11,2	4,3
Deri ve Deri Mamulleri	100.609	116.812	16,1	0,6	639.479	806.663	26,1	0,8
Halı	245.146	158.229	-35,5	0,8	1.319.136	1.130.219	-14,3	1,1
B. KİMYEVİ MADDELER VE MAMULLERİ	2.138.063	2.794.829	30,7	14,7	9.609.604	13.606.574	41,6	13,3
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	2.138.063	2.794.829	30,7	14,7	9.609.604	13.606.574	41,6	13,3
C. SANAYİ MAMULLERİ	9.359.455	10.252.018	9,5	54,0	48.341.503	56.994.623	17,9	55,6
Hazırgiyim ve Konfeksiyon	1.299.825	1.339.033	3,0	7,1	7.623.234	8.827.353	15,8	8,6
Otomotiv Endüstrisi	1.880.242	2.301.396	22,4	12,1	12.029.399	12.491.358	3,8	12,2
Gemi, Yat ve Hizmetleri	136.047	100.124	-26,4	0,5	456.989	577.086	26,3	0,6
Elektrik ve Elektronik	1.098.939	1.068.316	-2,8	5,6	5.563.452	5.991.200	7,7	5,8
Makine ve Aksamları	734.997	723.046	-1,6	3,8	3.674.392	4.067.447	10,7	4,0
Demir ve Demir Dışı Metaller	937.349	1.167.826	24,6	6,2	4.556.688	6.472.886	42,1	6,3
Çelik	1.727.666	1.917.297	11,0	10,1	7.145.521	9.615.123	34,6	9,4
Çimento, Cam, Seramik ve Toprak Ürünleri	384.028	446.284	16,2	2,4	1.797.088	2.309.368	28,5	2,3
Mücevher	492.628	351.889	-28,6	1,9	1.881.696	2.163.938	15,0	2,1
Savunma ve Havacılık Sanayii	170.345	330.464	94,0	1,7	1.119.583	1.680.747	50,1	1,6
İklimlendirme Sanayii	485.872	495.704	2,0	2,6	2.438.902	2.743.542	12,5	2,7
Diğer Sanayi Ürünleri	11.516	10.639	-7,6	0,1	54.560	54.574	0,0	0,1
III. MADENCİLİK	547.955	533.845	-2,6	2,8	2.318.716	2.765.509	19,3	2,7
Madencilik Ürünleri	547.955	533.845	-2,6	2,8	2.318.716	2.765.509	19,3	2,7
TOPLAM (TİM*)	15.204.382	17.045.371	12,1	89,8	77.225.498	93.208.069	20,7	90,9
İhracatçı Birlikleri Kaydından Muaf İhracat ile Antrepo ve Serbest Bölgeler Farkı	1.264.384	1.927.290	52,4	10,2	7.912.884	9.296.065	17,5	9,1
GENEL İHRACAT TOPLAMI	16.468.766	18.972.661	15,2	100,0	85.138.382	102.504.133	20,4	100,0

BİRLİK ADRESLERİ



Akdeniz İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği
Limonluk Mah. Vali Hüseyin
Aksoy Cad. No: 4 Yenisehir/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
Genel Sekreter: Mehmet Ali Erkan
Genel Sekreter 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
Genel Sekreter: Fatih Özer
Genel Sekreter Yrd.: Abdullah Keskin
Genel Sekreter Yrd.: Üzeyir Işık



Batı Akdeniz İhracatçı 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 İhracatçı 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: Uğur Dayoğlu



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 Kıriloğlu
Genel Sekreter Yrd.: Muharrem Kayılı
Genel Sekreter Yrd.: Aydın Yılmaz



Doğu Anadolu İhracatçı 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: Mustafa Bektaş
Genel Sekreter Yrd.: Özlem Güneş
Genel Sekreter Yrd.: Fatih Zengin



Doğu Karadeniz İhracatçı 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
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 Kansı 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



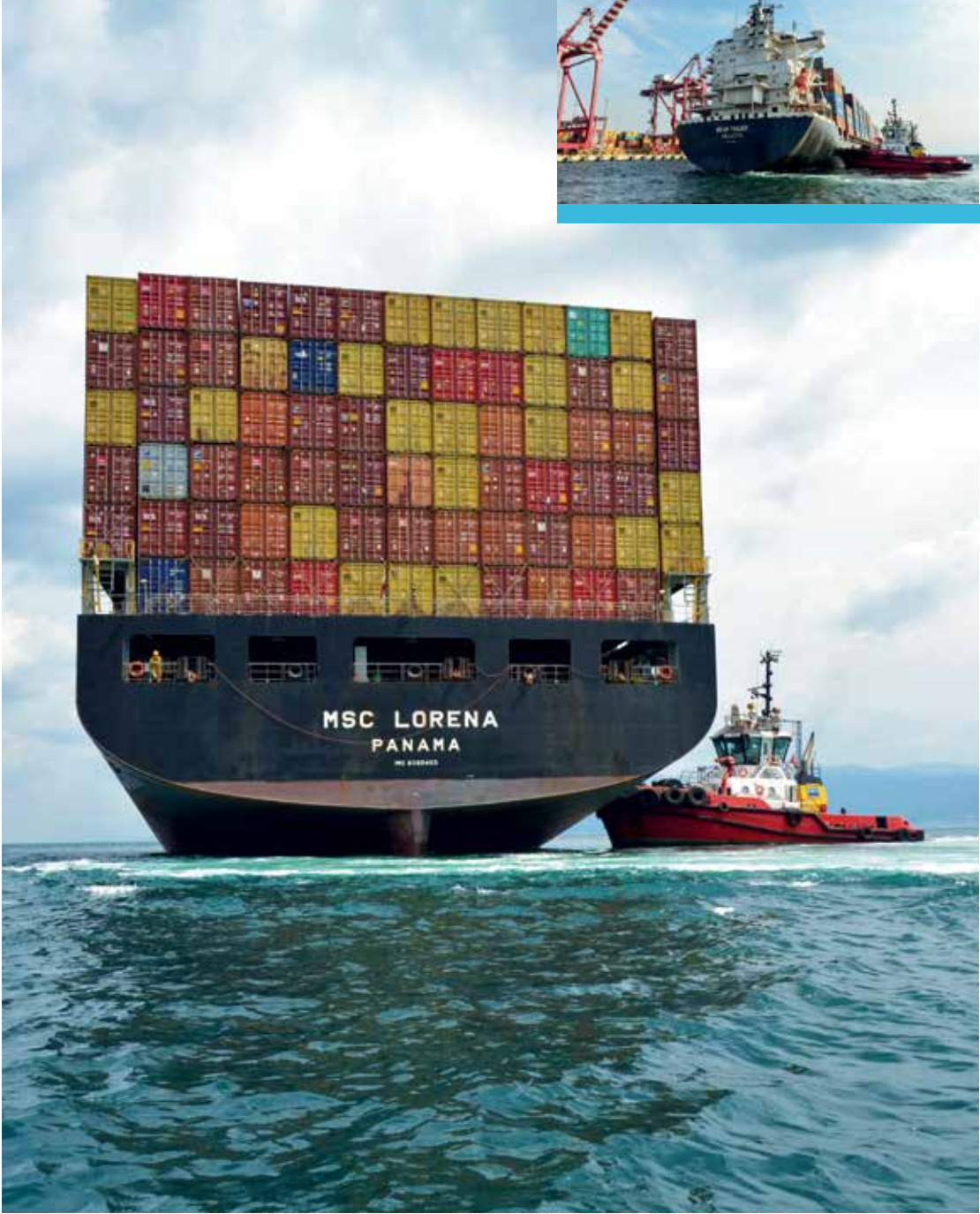
Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği
Gazimuhtarpaşa Bulvarı Mücahitler Mah. 52012
No'lu Sk. No: 6 27090 Şehitkamil/Gaziantep
Tel: 0 342 211 05 00 **Faks:** 0 342 221 05 09-10
E-Posta: gaibevrak@gaib.org.tr **Web Adresi:** www.gaib.org.tr
Genel Sekreter: Bülent Kayalı
Genel Sekreter 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 Karacakayılılar
Genel Sekreter Yrd.: Ayşe Mehtap Ekinci
Genel Sekreter Yrd. V.: Birgül Polat

Genel Sekreter Yrd. 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



TURKISH CARGO'DAN YENİ HİZMETLER

DÜNYANIN EN ÇOK NOKTASINA UÇAN HAVA KARGO MARKASI TURKISH CARGO,
İŞİNİZİ GELECEĞE TAŞIMAYA DEVAM EDİYOR.

GENEL KARGOLARINIZ İÇİN KULLANABİLECEĞİNİZ **TK SMART**, ÖNEMLİ GÖNDERİLERİNİZ İÇİN HIZLI VE
AYRICALIKLI BİR HİZMET SUNAN **TK PREMIUM**, ACIL GÖNDERİLERİNİZİ SEKTÖRDEKİ
EN HIZLI ŞEKİLDE GÖNDEREBİLECEĞİNİZ **TK URGENT** HİZMETİNİZDE.



TURKISH CARGO

Daha fazla
bilgi için
web sitemizi
ziyaret edin.



