

# TİM REPORT



## UZAK ÜLKELER STRATEJİSİ

DÜNYA İHRACATINDAKİ PAYI DÖRT KAT ARTIRMA HAMLESİ

**DÜNYA EKONOMİSİNİN  
ÖNEMLİ GÜCÜ HİNDİSTAN**  
20 SEKTÖRÜN  
POTANSİYELİ YÜKSEK

**İKLİMLENDİRME  
İHRACATÇILARININ HEDEFİ**  
DIŞ TİCARET FAZLASI VEREN  
SEKTÖR OLMAK

**İYİ TARIM UYGULAMALARI  
İLE SEKTÖR LİG ATLIYOR**  
YAŞ MEYVE VE SEBZE  
İHRACATI ARTIYOR



# INGENUITY IN EVERY STEP. WITH ALLCARGO'S END-TO-END LOGISTICS SERVICES.

Today's constantly evolving business landscape adds new levels of complexities to logistics and supply chain operations. But when you need a reliable partner for your global cargo movements, we are always here for you.

With our nearly three decades of experience and a reach spanning 180 countries, no distance is too far, and no challenge is too difficult.

You can count on our digitally-driven excellence and agile, future-ready logistics solutions that reinforce our strength as the world's leading LCL consolidator.

Staying true to our promise of ingenuity, we are committed to go to infinite lengths, and stop at nothing, in our endeavour to deliver excellence to you.

180 COUNTRIES | 2400 DIRECT TRADE LANES

## allcargo logistics

### ASIAPAC Turkey Tasimacilik A.S.

- Istanbul:** 19 Mayıs Mah. Atatürk Cad. No:82 Kat:2, Sıtkı Bey Plaza Kadıköy / İstanbul / Türkiye, T: +90 (216) 360 77 88  
F: +90 (216) 359 16 35, E-mail: info@allcargoturkey.com
- Bursa:** Konak, Lefkoşe Cad. No:10, 16265 Ofis Artı İş Merkezi Daire:25 Nilüfer / Bursa / Türkiye T : +90 (216) 360 77 88
- İzmir:** Mansuroğlu Mah. 288/4 Sokak No: 9/1, Avçılar Exclusive Daire:7 Bayraklı / İzmir / Türkiye, T : +90 (232) 504 14 95
- Mersin:** Alsancak Mah. Gmk bulvarı No: 218/220, Capital Tower B Blok 5. Kat Toroslar / Mersin / Türkiye, T: +90 (324) 233 03 40
- Ankara:** Via Twins Sogutozu Mah. 2180.Caddesi, Kat:8 No:63 Cankaya / Ankara / Türkiye, T : +90 (216) 360 77 88

**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: 210 - AĞUSTOS 2022



## İHRACATIN YENİ ROTASI UZAK ÜLKELER

Ticaret Bakanı Mehmet Muş, Uzak Ülkeler Stratejisi kapsamında ihracatçılara seslendi.  
**Syf. 22**



## İKLİMLENDİRME İHRACATI LİDERLİĞE KOŞUYOR

Sektör ihracatçılarının hedefi, dış ticaret fazlası veren sektör olmak.  
**Syf. 40**



## MARKA, BEKLENTİLERİ KARŞILAMALI

Sanko Holding'in Yönetim Kurulu Başkanı Adil Sani Konukoğlu ile görüştük.  
**Syf. 34**



## YAŞ MEYVE VE SEBZE SEKTÖRÜ

İyi tarım uygulamaları ile küresel pazarda ihracat artıyor.  
**Syf. 48**





# TİCARETTE OYUNUN KURALLARI DEĞİŞİYOR

Garantili Fon Transferi ile ticarete yepyeni bir dönem başlıyor.

**İşletmelerimiz çekin, senedin çok ötesi GFT ile tanışıyor;  
alacaklarını güvenceye alıp, parça parça farklı ödemelerde kullanabiliyor.**

Siz de Vakıf Katılım'a gelin, oyunun kurallarını  
hemen değiştirin. GFT sadece Vakıf Katılım'da.



# İÇİNDEKİLER



## GENÇ TİM İLE GENÇLERİN ÖNÜ AÇILACAK

Genç TİM'liler, ihracat ailesinin gençlik potansiyelini artırıyor.  
**Syf. 52**

## 20 SEKTÖRÜN POTANSİYELİ YÜKSEK

Hindistan'a yönelik Türkiye'nin ihracat potansiyeli artıyor.  
**Syf. 58**



## İHRACAT AİLESİNİN İLK YARI KARNESİ

Türkiye ihracatı, tarihin en yüksek altı aylık ihracat rakamına ulaştı.  
**Syf. 54**



## TİMREPORT

**TİMREPORT Adına İmtiyaz Sahibi**  
TİM Başkanı Mustafa GÜLTEPE

### Yayın Kurulu

Adil PELİSTER

Rüstem ÇETİNKAYA

Melisa TOKGÖZ MUTLU

Biröl CELEP

Senem SANAL SEZERER

Fikret ÇENGEL

### Genel Sekreter

Bilal BEDİR

### Yönetim Yeri

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



**Ajans Başkanı** Selda Yeşiltaş

**Yayınlar Koordinatörü** Murat Erdoğan

**Görsel Yönetmen** Serpil Yenihiyayot, Yeşim Kayan

**Editör** Simge Soyel

**Fotoğraf Editörü** Ergün Çolakoğlu

**Muhabir** Melis Alpay

**Reklam Müdürü** İlknur Ulusoy  
ilknur@viyamedya.com

**Reklam Sorumlusu** Ezgi Özgür Day, Binnaz Uzunca

**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.viyamedya.com | viya@viyamedya.com



/viyamedya

**Baskı** Özgün Ofset



## Büyük denizlere açılıyoruz

**TÜRK İHRACATÇISI**, küresel ticaretteki risk ve belirsizliklere rağmen bu yıl başarılı bir performans sergiledi. Yıl sonu ihracat hedefimiz olan 250 milyar dolara, yılı tamamlamadan ulaşacağımıza inanıyorum. Diğer yandan tüm ekonomistlerin gündeminde yer alan küresel ticaretteki resesyon tehdidini de göz ardı etmiyoruz.

En büyük ihracat pazarımız Avrupa Birliği ve pandemi ile birlikte ilk üç ihracat pazarımızdan biri olan ABD’de resesyon beklentisi, ihracatçılarımızı doğal olarak endişelendiriyor.

Krizlere alışkın olan üreticilerimiz, her şeye rağmen riskler alarak üretmeye devam ediyor. Her krizin fırsatı da beraberinde getirdiğine, defalarca tanık olduk.

Küresel ticaret haritasının iki yıldır devam eden değişiminde, ülke olarak pozitif yönde ayrışmayı başardık. Şimdi bunu, sürdürülebilir kılmamız gerekiyor. Bunu da AB ülkelerine alternatif yeni pazarlar bularak başarabiliriz.

Bu açıdan T.C. Ticaret Bakanlığı’nın düzenlediği Uzak Ülkeler Çalıştayı ve belirlenen hedef pazarları çok önemli görüyorum. Belirlenen 18 ülke, dünya ekonomisinde yüzde 64 paya sahip, dünya mal ithalatının yüzde 47’sini ve dünya hizmet ithalatının ise yüzde 35,6’sını yapıyor. Böylesine büyük bir pazara bizim toplam ihracatımız ise 20 milyar dolar gibi oldukça düşük bir seviyede.

Yaptığımız araştırmalarda pazarda rekabet gücümüzün olduğu çok fazla ürün grubunun bulunduğunu tespit ettik. Bu, çok kısa sürede ihracat

payımızı artırbileceğimiz bir potansiyel olduğunu gösteriyor. Bu pazarlara yönelik Bakanlığımızın ihracat desteklerini yüzde 25 oranında artırması da rekabetçiliğimiz açısından oldukça önemliydi. Çünkü ihracat ailesi olarak daha çok firma ile dışarı açılmamız gerekiyor.

Özellikle güçlü finansmanı olmayan KOBİ’lerimizin, bu tür teşviklere ihtiyacı var. Desteklerin artması hâlinde daha çok ihracatçımızı bu pazarlara açabiliriz.

Bu doğrultuda Ekim ayında Hindistan ve Filipinler’e düzenleyeceğimiz ticari heyetler ile ihracatçılarımıza yeni kapılar açmaya çalışacağız. Daha sonra rotamız; Güney Kore, Pakistan ve Endonezya ile devam edecek.

Güçlü bir üretim altyapımız var; ölçek ekonomisini yakalayabilirsek lojistik altyapımızı daha da güçlendirebiliriz.

### **HİNDİSTAN VE FİLİPİNLER’E DÜZENLEYECEĞİMİZ TİCARİ HEYETLER İLE İHRACATÇILARIMIZA YENİ KAPILAR AÇMAYA ÇALIŞACAĞIZ.**

Tüm bunlar, ihracatçımızın uzak ülkelere daha rekabetçi maliyetlerle ulaşabilmesini sağlayacak.

İhracat ailesi olarak, olası bir küresel ekonomik krizi fırsata dönüştürmeye hazırız. İhtiyaç duyduğumuz tek şey, devletimizin, değişen pazarda esnekliğimizi artıracak desteğini arkamızda görmek.

*Mustafa Gültepe*  
TİM Başkanı

# TİM

## Panorama



### ETKİNLİK

- İHKİB ve İDMİB Protokol Okulları Mezuniyet Töreni, TİM Başkanı Mustafa Gültepe, birlik yönetim kurulu üyeleri ve öğrenci ailelerinin katılımıyla TİM Dış Ticaret Kompleksi'nde düzenlendi.

### TİM ODAKLI İNOSUİT

- TİM Odaklı İnoSuit programının ilk tanıtım toplantısı, firma temsilcileri ve mentorların katılımıyla eş zamanlı olarak Bursa ve İzmir'de düzenlendi.



### ÖDÜL TÖRENİ

- UIB İpek Böceği İhracat Ödül Töreni, TİM Başkanı Mustafa Gültepe, birlik başkanları ve ihracatçıların katılımı ile gerçekleşti.

## temmuz

### ANKARA (27 Haziran)

- TİM Başkanı Mustafa Gültepe başkanlığında, Ankara temasları kapsamında T.C. Ticaret Bakanı Mehmet Muş ziyaret edildi.
- TİM Başkanı Mustafa Gültepe ve beraberindeki heyet, T.C. Hazine ve Maliye Bakanı Nureddin Nebati ile bir araya geldi.
- TİM Başkanı Mustafa Gültepe ve beraberindeki heyet, Ankara Emniyet Müdürü Servet Yılmaz'ı ziyaret etti.



### ZİRVE

- TİM Başkanı Mustafa Gültepe, "Yeşil Makineler ve Yeşil Dünya" temasıyla MAKFED tarafından düzenlenen Makine Zirvesi'ne katıldı.



### ERZURUM (2 Temmuz)

- TİM Başkanı Mustafa Gültepe, T.C. Ticaret Bakanı Mehmet Muş'un teşrifleriyle Haziran 2022 Dış Ticaret Rakamları'nı Erzurum'da kamuoyuyla paylaştı.
- TİM Başkanı Mustafa Gültepe ve beraberindeki heyet, Erzurum'da faaliyet gösteren ihracatçı firmaları ziyaret etti.





### TİM-TEB GİRİŞİM EVİ

- TİM-TEB Girişim Evi'nden beş kadın girişimci, 15-18 Haziran'da Avrupa'nın en büyük start-up fuarı Viva Technology'e katıldı.
- Dünyanın en büyük start-up kampüsü ziyaret edildi. Potansiyel iş birliklerine ilişkin bilgi paylaşımları gerçekleşti.



### LANSMAN

- T.C. Ticaret Bakanı Mehmet Muş'un teşrifleriyle düzenlenen Uzak Ülkeler Stratejisi lansmanı, TİM Başkanı Mustafa Gültepe ve ihracatçı birlik başkanlarının katılımıyla gerçekleşti.

ağustos

### ZİYARET

- Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Başkanı Şahap Kavcıoğlu; TİM Başkanı Mustafa Gültepe ve ihracat temsilcileriyle bir araya geldi.
- T.C. Rabat (Fas) Büyükelçisi Ömer Faruk Doğan, TİM Başkanı Mustafa Gültepe'ye nezaket ziyaretinde bulundu.
- MÜSİAD Başkanı Mahmut Asmalı ve beraberindeki heyet, TİM Başkanı Mustafa Gültepe'yi ziyaret etti.
- İstanbul İl Millî Eğitim Müdürü Levent Yazıcı, TİM Başkanı Mustafa Gültepe ile bir araya geldi. Görüşmede, geleceğe ilişkin projeler ve eğitimle ilgili olası iş birlikleri ele alındı.



- İstanbul Vergi Daire Başkanı Rıza Bilgiç, TİM Başkanı Mustafa Gültepe'yi ziyaret etti.
- Osmanbey Tekstilci İş İnsanları Derneği (OTİAD) Yönetim Kurulu Başkanı Eda Arpacı ve beraberindeki heyet, TİM Başkanı Mustafa Gültepe'yi ziyaret etti.
- Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği Başkanı Rifat Hisarcıklıoğlu, TİM Başkanı Mustafa Gültepe ile bir araya geldi.
- Uluslararası Marka Birliği (INTA), TİM Başkanı Mustafa Gültepe ile görüştü.
- Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği Müşterek Başkanları Ramazan Kaya, Sanem Dikmen ve beraberindeki heyet, TİM Başkanı Mustafa Gültepe'yi ziyaret etti. Görüşmede, gelişmeler değerlendirildi.
- TİM Başkanı Mustafa Gültepe, Türk Plastik Sanayicileri Araştırma Geliştirme ve Eğitim Vakfı (PAGEV) Başkanı Yavuz Eroğlu ve beraberindeki heyet ile bir araya geldi.
- Merter Sanayici ve İş Adamları Derneği (MESİAD) Yönetim Kurulu Başkanı Ekrem Kap ve beraberindeki heyet, TİM Başkanı Mustafa Gültepe'yi ziyaret etti.

Avrupa Birliği İstatistik Ofisi (Eurostat) öncü verilerine göre Euro Bölgesi yıllık enflasyonu, Mayıs ayında yüzde 8,1'den Haziran ayında yüzde 8,6'ya yükseldi. Euro Bölgesi enflasyonunun temel bileşenlerine bakıldığında, Haziran ayında enerji fiyatlarında yüksek oranda artış yaşandığı dikkat çekti.



Almanya'da 30 yıl sonra ilk kez dış ticaret açığı görüldü. Mayıs 2022'de Almanya'nın ihracatı, Nisan 2022'ye göre yüzde 0,5 oranında düştü. İthalat ise yüzde 2,7 oranında arttı. Almanya İstatistik Ofisi'nin açıkladığı geçici istatistiklere göre Mayıs ayında bir önceki yıla kıyasla ihracat yüzde 11,7, ithalat yüzde 27,8 arttı.

İstanbul Sanayi Odası Türkiye İmalat PMI (Satın Alma Yöneticileri Endeksi) anketinin Haziran ayı sonuçları açıklandı. Anket sonuçlarına göre Mayıs ayında 49,2 olarak ölçülen manşet PMI, Haziran'da 48,1'e geriledi. Söz konusu görünüm, Türk imalat sektörünün performansında yavaşlamaya işaret ediyor.



ABD'de dış ticaret açığı, yılın en düşük seviyesine geriledi. ABD İstatistik Bürosu, mal ve hizmet ticareti açığının Mayıs ayında revize edilen 86,7 milyar dolardan 1,1 milyar dolar düşerek 85,5 milyar dolar bandına indiğini açıkladı.



Çin Sanayi ve Bilişim Teknolojileri Bakanlığı'nın (MIIT) da aralarında bulunduğu beş hükümet kurumu tarafından dijitalleşmeyi kolaylaştıracak bir eylem planı yayımlandı. Plana göre Çin, dijital teknolojilerin tüketici malları sektörüne entegrasyonu ve uygulanmasında 2025'e kadar belirgin gelişme elde etmeyi amaçlıyor.

Startup Genome ve Küresel Girişimcilik Ağı tarafından hazırlanan, 2022 Küresel Startup Ekosistemleri Raporu (GSER) yayımlandı. Dünyanın önde gelen 140 ekosistemini sıralayan raporda, bölgesel değerlendirmelere dayalı sınıflandırmalar ile alanında uzman kanaat önderlerinin görüşlerine yer verildi. Rapora göre İstanbul, son 2,5 yılda toplam 17 milyar dolar ekosistem değeri oluşturdu.



Pandemi dolayısıyla aksayan üretimler ve dünya genelinde yaşanan ekonomik krizler oyun sektörünün gerilemesine neden oldu. Ampere Analysis'e göre oyunların, konsolların ve abonelik hizmetlerinin satışı, 2021'de 191 milyar dolarlık küresel gelire ulaştı. Ancak bu gelirin, 2022 yılında 188 milyar dolara düşmesi bekleniyor.

# 40 YILI AŞKIN SÜREDİR AŐKLA ÇALIŞIYORUZ

Ortadoęu Holding olarak,  
40 yılı aşkın deneyim ve bilgi birikimimizden  
aldığımız güçle faaliyet gösterdiğimiz turizm,  
sağlık, inşaat, enerji, lojistik ve  
çevre teknolojileri gibi sektörlerde  
daima ülkemizin daha iyi bir geleceğe  
sahip olması için çalışıyoruz.

[ortadoęuholding.com.tr](http://ortadoęuholding.com.tr)



**ORTADOĘU**  
HOLDİNG





## TİM-TEB Girişim Evi girişimcileri, Viva Technology'ye katıldı

TİM-TEB Girişim Evi'nden beş girişimci, Avrupa'nın en büyük start-up ve teknoloji fuarına katıldı.

### TEKNOLOJİ GİRİŞİMCİLERİNİN

sayısını artırmayı, ortalama işletme ömrünü uzatmayı, teknoloji şirketlerini ihracata yönlendirmeyi ve yüksek teknolojili ürünlerin toplam ihracat içindeki payını yükseltmeyi hedeflenen TİM-TEB Girişim Evi, ABD Büyükelçiliği iş birliği ile de Academy for Women (AWE) programını düzenliyor. Program ile farklı aşamalardan girişimcilere çeşitli destekler sunulurken beş girişimci de geçen ay Fransa'nın Paris şehrinde düzenlenen, inovasyon ve girişimlere yönelik teknoloji fuarı Viva Technology'ye katıldı.

### DÜNYANIN EN BÜYÜK START-UP KAMPÜSÜ

TİM ve TEB proje ekibinin yanı sıra girişimcilik ekosisteminden temsilcileri buluşturan Pitching Day'de mücadele eden girişimciler arasında fuara katılan firmalar; Vahaa, Vivoo, Connecthub, Myth.Ai, Advoard

Robotics oldu. Girişimciler, Viva Technology sırasında birçok yatırımcı, iş insanı ve diğer girişimciler ile tanışma fırsatı elde etti. Dünyanın en büyük start-up kampüsü Statiton F ziyareti kapsamında ise potansiyel iş birlikleri ve çalışma modelleri hakkında görüş alışverişinde bulunuldu.

### 38 GİRİŞİMCİ MEZUN OLDU

Türkiye'deki girişimcilik ekosisteminin ulaştığı seviyeye uygun olarak tasarlanan AWE Tekno Kadın Girişimcilik Akademisi'nde erken evrede yer alan girişimler "Start-Up" programına dâhil edilirken küresele yönelik büyüme hedefleri olan ileri seviye girişimlere de "Scale-Up" programı uygulanıyor. TİM-TEB Girişim Evi ve ABD Büyükelçiliği iş birliği ile gerçekleştirilen AWE kapsamında Start-Up ve Scale-Up programlarından bugüne kadar 38 girişim mezun oldu.

### VIVA TECHNOLOGY FUARI'NA GİDEN GİRİŞİMLER

#### ADVOARD ROBOTICS:

Endüstriyel ve akademik alanda kullanılmak üzere tam otonom mobil robotlar ve yazılımlar geliştiren firma aynı zamanda kontrol çözümleri sunuyor.

**CONNECTHUB:** Şirketlerin stratejik hedefleri ile günlük operasyonlarını entegre eden firma, strateji ve uygulamanın tek program üzerinden verimli yönetilmesini sağlıyor.

**MYTH. AI:** Desen ve doku tasarım teknolojisi geliştiren firma; moda, tekstil, ev tekstili, ambalaj, metaverse ve oyun gibi tasarımları geliştiriyor.

**VAHAA:** Kullanıcılarının istediği yerde ve istediği mevsimde kendi ürünlerini topraksız olarak yetiştirebilecekleri, IoT tabanlı ve mobil uygulama ile takip edilebilen akıllı bahçeler tasarlıyor.

**VIVOO:** Aplikasyon ile okuma yaparak ev tipi idrar testini dünyada ilk kez üreten firmadır. Kullanıcıların 11 sağlık parametresini, idrarlarından takip ederek sonuçlarını kişiselleştiriyor.





# GÖKTEKİN ENERJİ FORTUNE 500 LİSTESİ'NDE

Şirketimiz Bu Yıl Fortune  
500 Türkiye'nin En Büyük  
Şirketleri Listesi'nde  
Yerini Aldı. Bu Başarıda  
Emeği Geçen Herkese  
Teşekkür Ederiz.

**FORTUNE**  
TÜRKİYE

500

Türkiye  
Sıralamasında

**444.**

Enerji  
Sektöründe

**30.**

Adana'da  
Tüm Sektörlerde

**6.**



[goktekinenerji.com](http://goktekinenerji.com)

444 34 37

**Göktekin**  
Enerji



## Odaklı İnoSuit ile küresel marka yolculuğu

Bursa ve İzmir'de eş zamanlı olarak "Odaklı İnoSuit Programı Tanıtım ve Bilgi Toplantısı" gerçekleştirildi.

### TÜRKİYE İHRACATÇILAR

**MECLİSİ'NİN** (TİM), firmaların inovasyon yetkinliğine uygun kulvarda mentorluk desteği alabilmesi adına hayata geçirdiği Odaklı İnoSuit Programı'nın tanıtımına yönelik 1 Temmuz'da Bursa'da ve İzmir'de "Odaklı İnoSuit Programı Tanıtım ve Bilgi Toplantısı" gerçekleştirildi. Toplantıda, Odaklı İnoSuit Programı hakkında detaylı ve kapsamlı bilgilendirmenin yanı sıra "Kurumsal İnovasyon Yönetimi" ile "Dijital Dönüşüm ve İnovasyon Etkileşimi" konularında bilgi paylaşımları yapıldı.

### TOPLANTILAR EŞ ZAMANLI GERÇEKLEŞTİRİLDİ

İzmir'de düzenlenen toplantıya TİM Yönetim Kurulu Üyesi Birol Celep'in yanı sıra Jantsa OPEX Yöneticisi Yalçın Yür, Jantsa Kalite Güvence ve Yönetim Sistemleri Müdürü İlknur Tok ve Kent Kart AR-GE İnovasyon Bölüm Yöneticisi Dilek Çetin Tulazoğlu

katıldı. Bursa'daki toplantıya ise Uludağ İhracatçı Birlikleri Genel Sekreter Yardımcısı Ayşe Mehtap Ekinci ve Copa Isı Sistemleri İnsan Kaynakları Müdürü Tuğba Demirsu Yüçetürk katıldı. Her iki ilde düzenlenen toplantılarda yerel firmalara "Odaklı İnoSuit Programı" hakkında detaylı bilgilendirmeler yapılırken "Kurumsal İnovasyon Yönetimi" ile "Açık İnovasyon" ve "Dijital Dönüşüm" konularında bilgi paylaşımları aktarıldı.

### FİRMALAR, TECRÜBELERİNİ ANLATTI

Açılış konuşmalarının ardından Odaklı İnoSuit Programı Akademik Koordinatörü Dr. Merih Pasin ve Dr. Mehmet Aydın "Kurumsal İnovasyon Yönetimi ve İnoSuit" sunumunu gerçekleştirdi. Sunumun ardından TİM Strateji İnovasyon ve Girişimcilik Şubesi tarafından katılımcılara, İnoSuit programı idari ve finansal süreçleri aktarıldı. Jantsa OPEX Yöneticisi Yalçın Yür, Jantsa

Kalite Güvence ve Yönetim Sistemleri Müdürü İlknur Tok, Kent Kart AR-GE İnovasyon Bölüm Yöneticisi Dilek Çetin Tulazoğlu ve Copa Isı Sistemleri İnsan Kaynakları Müdürü Tuğba Demirsu Yüçetürk İnoSuit Programı'na dair firmalarının tecrübelerini paylaştı. Programın son bölümünde ise Odaklı İnoSuit Programı Mentorları Doç. Dr. Mehmet Gençer ve Prof. Dr. Cem Okan Tuncel dijital dönüşüm ve inovasyon etkileşimi, açık inovasyon, lider ve kullanıcı yönlendirimli, inovasyon konularında sunumlar gerçekleştirdi.

### TİM ODAKLI İNOSUIT PROGRAMI

Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin (TİM), firmaların inovasyon yetkinliğine uygun kulvarda mentorluk desteği alabilmesi adına hayata geçirdiği Odaklı İnoSuit Programı ile inovasyon yönetimi yetkinliğinin sürdürülebilir şekilde artırılması, inovasyon yönetimi altyapısının oluşturulması, güçlendirilmesi, her bir kurumun kendi hedeflerine, yapısına ve ihtiyaçlarına uygun kurumsal inovasyon sistemlerinin tasarlanması ve hayata geçirilmesi hedefleniyor.





# SİNERJİ YARATIYORUZ

Türkiye'nin önde gelen sanayi kuruluşlarından biriyiz, bir asrı aşan başarılı geçmişimizle geleceğe güvenle bakmanın haklı gururunu yaşıyoruz.

Farklı sektörlerde binlerce çalışanımızla, her adımda daha güçlü bir Türkiye, daha güzel bir dünya hedefine ilerliyoruz.

## TÜRKİYE LOJİSTİK PORTALI

Türkiye Lojistik Portalı, ihracatçılarımıza ve lojistik sektörümüze daha iyi hizmet vermek için gelişmeye devam ediyor.

### TÜRKİYE LOJİSTİK PORTALI,

Türkiye Lojistik Portalı, ihracatçı firmalar ve yük taşıyıcı firmalar arasında veri iletişim bağlantısını kurmayı hedefleyen teknoloji merkezli bir portaldır.

Bu defa Türkiye Lojistik Portalı'nda, lojistik sektörü firmalarının boş araç/alan bilgilerini girerek ilan oluşturmalarına imkân sağlayan fonksiyon devreye alındı. İhracat, ithalat, transit ticaret ve yurt içi tüm yük ilanları için yük sahipleriyle iletişime geçerek teklif verebilmeniz yanı sıra portalda lojistikçi olarak boş araç ilanınızı verebilirsiniz.

Portalda kara, hava, deniz ve demir yolu yüklerinizin yanı sıra mikro ihracat (ETGB) yükleri için ilan verebilirsiniz.

Yenilenen arayüz ve yeni fonksiyonlarla ilan vermek, yük ve araç sahipleriyle iletişime geçmek için <https://turkiyelojistikportali.com/giris-yap> uzantılı bağlantıya giriş yaparak kayıt olabilirsiniz.

İhracatçı Firma: Herhangi bir ihracatçı birliğine üye olmanız ve tarafınıza iletilen TLP Katılım Formu'nu düzenleyip sisteme yüklemeniz yeterli olacak.



**TİM TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ**

**TLP TÜRKİYE LOJİSTİK PORTALI**

Dış ticarete tüm taşıma ihtiyaçlarınız için en uygun çözümler Türkiye Lojistik Portalı'nda. Ücretsiz kayıt ol, ilanınızı ver ve fırsatları değerlendir.

[www.turkiyelojistikportali.com](http://www.turkiyelojistikportali.com)

İHRACAT İTHALAT YURTDIŞI YURTDIŞI TRANSİT

**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)

Lojistikçi Firma: Taşımacılık hizmetleri sağladığınıza dair Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı onaylı Uluslararası Taşımacılık

Yetki Belgenizi ve tarafınıza iletilen TLP Katılım Formu'nu düzenleyip sisteme yüklemeniz yeterli olacak.



# KATILIM BANKACILIĐININ YENİ REFERANS NOKTASI!

# TLREFK



Katılım bankalarının faizsiz finans ürünlerinde ve finansal sözleşmelerde değişken getiri göstergesi, dayanak varlık veya karşılaştırma ölçütü olarak kullanılacak, Türk Lirası kısa vadeli katılım referans getiri oranı ihtiyacını karşılamaya yönelik olarak oluşturulan TLREFK Türk Lirası Gecelik Katılım Referans Getiri Oranı Borsa İstanbul tarafından hesaplanmaya başladı.

TLREFK oranı ve bu oranın getirisini takip edebilmek amacıyla oluşturulan BIST TLREFK Endeksi verilerine Borsa İstanbul internet sitesinden ulaşılabilmektedir.

[www.borsaistanbul.com](http://www.borsaistanbul.com)

[@](#) [f](#) [in](#) [v](#) / borsaistanbul



**BORSA  
İSTANBUL**



# Paritedeki gelişmelerin enflasyonist etkisi olacak

Prof. Dr. Emre Alkin



İthalatımızın yüzde 65'i dolar cinsinden, ihracatımızın da yüzde 40'a yakını euro cinsinden olduğu için dış

ticaret açığı ve cari açık konusunda hem rakamsal hem de parasal anlamda bir sıkıntının içine girmek üzereyiz.

Dış ticaret hadlerinin gelişimi, bize zaten şunu gösteriyordu: İhracat mallarımızın değeri, ithal ettiğimiz malların değerine göre en az yüzde 30 düşük durumda. İthalatımızın yüzde 90'a yakını ham madde-ara malı-yatırım malı olduğu için ürettikçe cari açık veren bir hâldeyken, değer açısından gerilemek, elbette dış ticaret açığı ve cari açık üzerinde olumsuz etki yapıyor.

Tüm bunların üzerine gıda, enerji ve emtiada yüksek ve dalgalı bir seyir var. Uluslararası Enerji Ajansı Başkanı Fatih Birol, "Enerjide en kötüsünü daha görmedik." diyor. Tüm bunlar gelişmiş ülkelerin yüksek enflasyon, gelişen ülkelerin kronik enflasyon, bizim gibi ülkelerin ise hiperenflasyon tehdidi altında yola devam edeceğini bize gösteriyor.

Geçen ay bayram münasebetiyle İstanbul'da dolaşırken Kınalıada'da kendimizi bulduk. İşkele önünde çayımızı içerken "Hocam, neden bir türlü fiyatlar geri gelmiyor?" diye soranlar oldu. İyi ki artık "Dolar ne olacak?" diye soran yok. Şaka bir

yana, soruyu ciddiye alıp nedenini şöyle anlattım: "Her şeyden önce uzun bir zamandır çok düşük seyreden faizler yüzünden hem üretici hem de tüketici stoklama imkânının olduğu her türlü ham maddeye, ara mala, nihai mala ya da zorunlu mala para yatırdı. FED, ECB ve diğer merkez bankaları, faiz yükseltmeler de hâlâ stoklama kârının üzerine çıkamadı. Bir malı stoklayıp elde edilen kâğıt üzerindeki kâr ile banka faizinin garanti ettiği kazanç arasındaki uçurum, bu seviyede kaldıkça en az iki yıl daha enflasyon ile artçı şoklarından muzdarip olacağız."

## DEPOLAMA STOKLAMA

Türkiye'de durum daha kurumsal şekilde ilerliyor. Herhangi bir malı ya da varlığı istifleme üzerine ciddi bir tecrübesi olan Türk insanı, hayat şartlarının zorluğuna rağmen hâlâ

bunu yapmaya devam ediyor. Benzer şekilde, iş dünyası da gelecekte fiyatına rağmen bulmakta zorluk çekeceğini düşündüğü ne varsa depoluyor. Stok yapmanın kibar tarifi artık bu oldu.

## EN SIKINTILI İŞİ SONA SAKLADIM

Parite, emtia ve enerji fiyatları, dış ticaret açığı ile cari açığı artırdıkça döviz kurlarının yükselme potansiyelini canlı tutacak. Ülkede para girişi zayıf ve rezervler de kırılgan olduğu sürece, döviz kurları yükselmeye devam edecek. Bu durum doğrudan fiyatlara yansıtıldığı için yaşadığımız kısır döngüyü beslemeyi sürdürecektir. yükselen enflasyona göre maaş ve ücretleri artırdıkça mal ve hizmet satanlar suni şekilde canlı tutulan talebi görüp, fiyatları yükseltecek ve enflasyon hep yüksek kalmaya devam edecek.



# Döviz mevduatını TL'ye dönüştürecek **Kur Korumalı TL Mevduat Hesabı İşCep'te!**

**%0  
stopaj**



USD, EUR, GBP veya altın cinsinden mevduat hesaplarınızın kur değişimlerinden etkilenmeden TL'ye dönüşümünü sağlamak için İş Bankası'nın Kur Korumalı Mevduat Hesabı ürünlerinden açabilirsiniz. Hesap açılışlarınızı İşCep, İnternet Şube ve Şubelerimiz aracılığıyla 3-6-12 ay vadelerden dilediğiniz vadeyi seçerek gerçekleştirebilirsiniz. Vade bitiş tarihinde; vade başlangıç tarihindeki ürüne özel ilan edilen TCMB kuru ile vade sonundaki TCMB kuru arasındaki değişim hesaplanacak, kur farkı üzerinden hesaplanan getiri ile faiz karşılaştırılacak ve yüksek olan tutar üzerinden firmanız getiri elde edilecektir. Bu hesaplardan elde edilen gelirler hem stopaja tabi tutulmamakta hem de kur korumalı hesap açan müşterilerimiz, Kurumlar Vergisi'nde 28.05.2022/31849 sayılı Resmî Gazetede yayımlanan esaslar dahilinde avantajlardan faydalanabilmektedir. TCMB düzenlemelerine göre; tüzel kişiler "31 Aralık 2021-31 Mart 2022" tarihleri arasında Bankamızda USD, EUR, GBP mevduat hesaplarında ulaştığı en yüksek bakiye ve 31 Aralık 2021 tarihli altın bakiyesi kadar Bankamızda hesap açabilmektedir (gerçek kişi tacirler için tarih sınırlaması bulunmamaktadır). Bu tarihlerde diğer bankalarda bulunan bakiyeleriniz ile hesap açmak için de Şubelerimiz ile iletişime geçebilirsiniz.



Dr. Can Fuat Gürlesel

## Sıkılaşıma, resesyon, ihracat finansmanı, Türk lirası



ürkiye ekonomisinde son bir ya da bir buçuk yıldır sağlıklı

büyümenin sürükleyicisi ihracat için iç ve dış şartlar, 2022 yılının ikinci yarısından itibaren önemli ölçüde değişti. Pandemi sonrası ortaya çıkan yeni normal koşulları, yılın başında, savaşın sebep olduğu etkilere maruz kalmıştı. Yılın ikinci yarısında ise para politikalarında sıkılaşıma ile küresel ekonomide resesyon ve yavaşlama, sürece eklenecek yeni koşullar olacak.

Pandemi sonrası ortaya çıkan yeni koşullar içinde yükselen enflasyon, merkez bankalarının beklediği gibi geçici olmadı ve 2022 yılına artış eğilimi içinde başladı. Rusya'nın Ukrayna'yı işgali ile başlayan savaşın yarattığı koşullar, enflasyondaki artışı önemli ölçüde hızlandırdı. Uzun yıllardır ekonomilerinde enflasyon yaratmaya çalışan gelişmiş ülkeler, son 40 yılın en yüksek enflasyonları ile karşı karşıya kaldı. Enflasyonlar katılaştı ve artış eğilimleri de hâlâ sürüyor.

Gelişmiş ülkelerin merkez bankaları, 40 yılın en yüksek enflasyonları karşısında hızla sıkı para politikalarına geçiyor. En önemli pazarımız Avrupa'da, merkez bankası 11 yıl aradan sonra ilk kez faiz oranlarını artırdı. Avrupa Merkez Bankası, faiz artışlarına devam edecek. Muhtemelen 2023 yılı ortasına kadar politika faizini yüzde 2,0'ye yükseltecek. Bu faiz artışının Haziran ayı itibarıyla yüzde 8,6'ya ulaşan tüketici enflasyonuna ne kadar etki edeceğini zaman gösterecek.

ABD Merkez Bankası (FED) ise daha hızlı bir sıkılaşıma içine girdi. FED hem faizleri artırıyor hem de bilançosunu küçültüyor. FED de 2022 sonuna kadar politika faizini, yüzde 3,5'e kadar yükseltebilecek. Japonya hariç, tüm gelişmiş ülkelerin merkez bankaları, en azından 2023 yılı ortasına kadar para politikalarında sıkılaşımayı sürdürecektir. Sonra sıkılaşımların enflasyonlar üzerindeki etkileri belirleyecek. Gelecek bir yıllık sıkılaşıma sürecinde ABD doları gücünü korurken finansman ve kredi koşulları da giderek sıkılaşacak.

Para politikalarındaki sıkılaşımanın, reel ekonomi üzerindeki etkisi ise yavaşlama veya resesyon yani durgunluk ve küçülme olacak. Yavaşlama, durgunluk ve küçülme ihracatımız açısından üç farklı senaryoyu da oluşturuyor. Gelecek bir yıl içinde ABD'de hissedilir bir yavaşlama olacak ancak durgunluk veya resesyon, şimdilik öngörülüyor. Avrupa'da ve İngiltere'de ise 2022 yılı son çeyreği ile 2023 yılının ilk iki çeyreğinde durgunluk ve sınırlı küçülmelerin yaşanma olasılığı oldukça yüksek. Avrupa ve İngiltere ekonomileri, sadece parasal sıkılaşımdan değil, savaşın ve Rusya ile ilişkilerdeki gerginlikten de etkilenecek. Özellikle enerji açısından zor bir kış geçirileceği tahmin ediliyor. Tüketicilerin bir yandan yüksek enflasyon karşısında satın alma güçleri ve tüketim harcamaları azalırken diğer yandan enerji tasarrufu önlemleri ile üretimde duraklamalar yaşanacak. Bu nedenle Avrupa'da ve İngiltere'de durgunluk ve küçülme beklentileri daha ağır basıyor.





TÜRK LİRASINDAKİ DEĞER KAYBI İLE ENFLASYON ÂDETA YARIŞ İÇİNE GİRDİ. TÜRK LİRASINDAKİ DEĞER KAYBI, ENFLASYONU ARTIRIRKEN İHRACATÇILARIN MALİYETLERİNİ DE YÜKSELTİYOR. BU NEDENLE DÖVİZ KURU ARTIŞLARININ İHRACATÇIYA İLAVE KATKISI OLMAMAKLA BİRLİKTE SADECE ARTAN MALİYETLERİN BİR BÖLÜMÜNÜ KISA SÜRELİĞİNE KARŞILAYABİLİYOR.

Türkiye'nin ihracatı da yılın ikinci yarısında, parasal sıkılaştırma ve pazarlardaki yavaşlamalardan etkilenecek. Özellikle hızlı, yarı dayanıklı ve dayanıklı tüketim malları ihracatında etkiler, daha kuvvetli hissedilecek. 2022 yılının son çeyreğinde ve 2023 yılının ilk çeyreğinde ihracatımızın geçmiş yılın altında kalma olasılığı yüksek. Türkiye'ye yönelik ilave tedarik talebi, tüketim mallarında azalacak ancak enerji yoğun ürünlerde ve sermaye mallarında ilave tedarik talebinde artış olasılığı da bulunuyor.

Türkiye'de ihracatın ikinci yarıyıl performansını etkileyecek diğer iki önemli unsur ise ihracat finansmanı ile Türk lirasının değeri olacak. Yeni ekonomi modeli içindeki liralama önceliğinde, ihracatçıların ilk hedef olarak görülmesi, sıkıntı yaratmaya devam ediyor. Yeni ekonomi modeli içinde ihracat finansman olanakları, döviz kuru politikasının veya liralamanın ana aracı hâline geldi. Diğer bir deyişle ihracatçının finansmanından çok ihracatçıların dövizlerinin



bozdurulması ana hedef hâline geldi. Küresel pazarlarda koşulların bozulduğu böylesine bir ortamda, dünya ile bütünleşen ve bilançosunda yabancı para bulundurma son derece doğal olan ihracatçılara yönelik finansman kısıtlamaları sıkıntılar yaratmaya devam edecek.

Türk lirasındaki değer kaybı ile enflasyon da âdeta yarış içine girdi. Türk lirasındaki değer kaybı, enflasyonu artırırken ihracatçıların maliyetlerini de yükseltiyor.

Bu nedenle döviz kuru artışlarının ihracatçıya ilave katkısı olmamakla birlikte sadece artan maliyetlerin bir bölümünü kısa süreliğine karşılayabiliyor. Yılın ikinci yarısında hem yüksek enflasyon ve maliyet artışları sürececek hem de Türk lirasında değer kaybı hızlanacak. 2000'ler öncesi dönemin sarmalına dönüşen bu koşullar, ihracatçıların rekabet gücünü de kalıcı olarak bozacak. Finansman sıkıntıları ve yavaşlayan pazarlar da düşünüldüğünde ihracatımız, zorlu bir döneme girdi.



## Yurt içi ve Yurt dışı Lojistik Hizmetleri





50. yıl

  
**Cengizhan**<sup>®</sup>  
lojistik

  
**CI** International  
Transport 

[www.cengizhanlojistik.com.tr](http://www.cengizhanlojistik.com.tr)



kapak konusu



# İHRACATIN YENİ ROTASI UZAK ÜLKELER

T.C. Ticaret Bakanı Mehmet Muş, Uzak Ülkeler Stratejisi Tanıtım Toplantısı'nda, dünya ihracatındaki payını dört katına çıkarmayı hedefleyen Türkiye için ihracatçılara seslendi.





umhurbaşkanlığı Dolmabahçe Çalışma Ofisi'nde düzenlenen Uzak Ülkeler Stratejisi Tanıtım Toplantısı'nda T.C. Ticaret Bakanı Mehmet Muş yaptığı konuşmada, uzun bir süredir yoğun mesai ve titizlikle çalışmalarını yürüttükleri stratejinin detaylarını paylaştı. Uzak Ülkeler Stratejisi ile dünya ekonomisinin yarısından fazlasını teşkil eden 18 ülkenin ithalatında Türkiye'nin payını, ilk aşamada dünya ihracatındaki ortalama payı olan yüzde 1'e yükseltmeyi hedeflediğini belirten Bakan Muş, "Bu hedef, anılan ülkelere 2018-2020 ortalaması 20 milyar dolar düzeyindeki ihracatımızın, dört katına yükseltilerek 80 milyar doların üzerine çıkarılması anlamına gelmektedir." dedi.

**TÜRK MARKASININ BİLİNİRLİĞİ ARTACAK**  
Küresel ekonomiye entegre olan ülkelerde

dış ticaret, uzun dönemli büyüme, refah ve ekonomik gelişmenin en önemli bileşenleri arasında yer alıyor. Üretim ve ihracata dayalı bir büyüme modeli benimseyen Türkiye de küresel ticaretteki payını yükseltme konusunda kararlı. Uzak Ülkeler Stratejisi kapsamında yüksek katma değerli mal ve hizmet ihracatı ile Türkiye markasının bilinirliğinin artması hedefleniyor. Çalışmalarda 11. Kalkınma Planı, Orta Vadeli Program, İhracat Ana Planı gibi üst politika belgelerini kılavuz edindiklerini ifade eden T. C. Ticaret Bakanı Mehmet Muş, 18 ülkeyi seçerken ince eleyip sık dokuduklarını, her bir ülke özelinde, stratejik karar alma modellerini kullanarak potansiyel ülkelerin büyüme-pay analizlerini yaptıklarını söyledi. Ayrıca 18 ülkeye yönelik Türkiye'nin ihraç ürünlerini ve ilgili ülkenin ithalat kompozisyonunu göz önüne alarak arz-talep



"Stratejimizde yer alan 18 ülke için mevcut ihracat desteklerimizi, 25 puan artırıyoruz."





T.C. Ticaret Bakanı  
MEHMET MUŞ

## “UFKUMUZU DAHA DA ÖTELERE GÖTÜRME ZAMANI GELDİ”

T.C. Ticaret Bakanı Mehmet Muş, stratejide yer alan tespitler ve kurgulanan eylemlerin, Türkiye'nin mal ve hizmet ihracatının gelişimini destekleyecek kapsamlı bir rehber vazifesi göreceğine inandığını ifade ederek, “Bütün bu eylemler yakın vadeye yönelik değil, zamanımızın çok ötesine uzanan, mesafeleri aşacak mahiyette tasarlanmış bir yol haritası niteliğindedir.” dedi. Bu stratejinin başarıya ulaşmasında en önemli görevin iş dünyasının temsilcilerine düştüğünü vurgulayan Muş, şunları kaydetti: “Ülkemizin sanayicileri, mal ve hizmet ihracatçıları ve müteahhitleri bugüne kadar geleneksel pazarlarımızda çok önemli işlere imza attılar; büyük bir deneyim ve rekabet gücü kazandılar. Artık menzilimizi daha uzağa taşıma, ufkumuzu daha da ötelere götürmenin zamanı geldi. Zira, ülkemiz ekonomisinin ve ihracatının son 20 yılda geldiği nokta, artık geleneksel pazarlarımızın ötesine geçmemizi gerekli kılıyor. Bugün sizler, her kıtada, her ülkede en rekabetçi aktörler arasında olmak mecburiyetindediniz. Bu hareketin lojistik, kültürel, finansal birçok zorluğu olduğunun farkındayız. Nitekim söz konusu stratejimiz uyarınca, sizlerle iş birliği halinde bu zorlukları ortadan kaldırmayı, uzakları yakın etmeyi murat ediyoruz. Unutmayalım ki gitmek isteyene, hedef koyana hiçbir yer uzak değildir.”

eşleştirmesi yaptıklarını, potansiyel sanayi ve tarım ürünlerini belirlediklerini, her bir ülke için kapsamlı e-ihracat analizi ortaya koyduklarını, altyapıdan maliyetlere kadar lojistik sektörünün durumunu analiz ettiklerini anlattı.

## İHRACAT MENZİLİ GENİŞLEYECEK

Türkiye'nin dış ticaretinde başarı hikâyeleri yazan sektör temsilcileri, her ay daha da fazla güçleniyor. İhracat ailesinin son 20 yıl içinde komşu ve çevre coğrafyalar üzerine yoğunlaştığını değerlendiren Bakan Muş, ihracatın üçte ikisini görece yakın ülkelere yapıldığına dikkat çekti. Türkiye'nin ortalama ihracat mesafesinin dünya ortalamasının altında kaldığını vurguladı.

İhracatta uzak ülkelere odaklanılacağına ve Türkiye'nin küresel pazarlardaki konumunun güçlendirileceğine değinen Bakan Muş, şunları kaydetti: “Ortalama 3 bin 65 kilometre olan ihracat menzilimizi dünya ortalaması olan 4 bin 744 kilometrenin üzerine çıkarmak için harekete geçiyoruz. İhracatımızın geleneksel ürün-pazar yapısını ileri aşamaya taşıyarak, yeni ürün ve yeni pazar çeşitliliğine odaklanıyoruz. Böylece rotamızı, uzak ülkelere çeviriyoruz. Bu anlayışla Bakanlığımızca yapılan analitik çalışmalar neticesinde ülkemize 2 bin 500 kilometreden uzak mesafede bulunan, dünyadan ithalatı 60 milyar doların üzerinde olan ve ithalatından aldığımız payın yüzde 1'in altında olduğu 18 ülkeyi Uzak Ülkeler Stratejisi kapsamında ticaretimizin geliştirilmesine yönelik hedef ülkeler olarak belirledik. Bu ülkeler; Amerika kıtasından





## STRATEJİ KAPSAMINDAKİ 18 ÜLKE

Türkiye'ye 2 bin 500 kilometreden uzak mesafede bulunan, dünyadan ithalatı 60 milyar doların üzerinde olan ve ithalatından yüzde 1'in altında pay alınan, Uzak Ülkeler Stratejisi kapsamındaki 18 ülke: Amerika kıtası (ABD, Kanada, Meksika, Brezilya ve Şili), Asya kıtası (Çin, Japonya, Güney Kore, Pakistan, Hindistan, Endonezya, Malezya, Tayland, Filipinler ve Vietnam), Afrika (Güney Afrika ile Nijerya) ve Okyanusya (Avustralya).

ABD, Kanada, Meksika, Brezilya ve Şili; Asya kıtasından Çin, Japonya, Güney Kore, Pakistan, Hindistan, Endonezya, Malezya, Tayland, Filipinler ve Vietnam; Afrika'dan Güney Afrika ile Nijerya ve Okyanusya'dan ise Avustralya'dır. Dünya ekonomisinde yüzde 64 paya sahip olan bu ülkeler, dünya mal ithalatının yüzde 47'sini ve dünya hizmet ithalatının ise yüzde 35,6'sını yapıyor. Bu büyüklükleriyle tespit edilen ülkeler, Türkiye'nin ticaretini kazan-kazan ilkesi temelinde geliştirmemiz için önemli bir potansiyel oluşturuyor. Stratejimiz ile dünya ekonomisinin yarısından fazlasını teşkil eden bu ülkelerin ithalatında ülkemizin payını, ilk aşamada dünya ihracatındaki ortalama payımız olan yüzde 1'e yükseltmeyi hedefliyoruz. Bu hedef, anılan ülkelere 2018-2020 ortalaması olan 20 milyar dolar

düzeyindeki ihracatımızın, dört katına yükseltilerek 80 milyar doların üzerine çıkarılması anlamına geliyor."

## KÜRESEL EKONOMİDE TÜRKİYE'NİN ROLÜ GÜÇLENECEK

T. C. Ticaret Bakanı Mehmet Muş, strateji ile ihracatı artırma hedeflerinin yanı sıra Türk ürün ve hizmetlerinin küresel ölçekte tanınırlığının geliştirilmesine, ülkenin küresel değer zincirlerindeki konumunun güçlendirilmesine de öncelik verdiklerini belirterek, ortaya koydukları eylemlerle finanstan kültürel hizmetlere, bilişim teknolojilerinden lojistik ağlara, Türkiye'nin küresel ekonomideki kilit rolünün sağlanmasına ve söz konusu 18 ülke ile ekonomik ve ticari iş birliğinin en üst düzeye çıkarılmasına rehberlik edeceklerini bildirdi.

## TOPLAM 328 EYLEM PLANLANDI

Mehmet Muş, hizmet ihracatında alt sektörlere kadar inerek ayrıntılı sektörel analizler yaptıklarını, mal ve hizmet ihracatçısı firmalarla anket çalışmaları gerçekleştirdiklerini aktardı. Bakan Muş, ankete katılan firmaların profillerini çıkarttıklarını, ihracatçıların söz konusu pazarlarda karşılaştıkları pazara giriş engellerini, kısıtlarını veya pazara girişlerini kolaylaştıran etkenleri tespit ettiklerini söyledi. Yararlandıkları ihracat desteklerinin etkinliğini ölçtüklerini, anket çalışmasının, uzak ülkelere ihracat konusundaki güçlü





## ÇİN VE E-İHRACAT MÜJDESİ

T.C. Ticaret Bakanı Mehmet Muş, e-ticaretin en uygun şekilde kullanıldığı Çin'e e-ihracatı artırmak için çevrim içi mağazalar kuracaklarını belirtti. Güçlü bir destek paketi müjdesi vereceklerini ifade eden Bakan Muş, "Bu bağlamda, Uzak Ülkeler Stratejimize de uygun bir şekilde çok yakın zamanda açıklayacağımız ve e-ihracatımızı artırmaya yönelik güçlü bir destek paketinin de müjdesini vermek istiyorum." dedi. Bakan Muş, bu stratejiyi belirlerken yapılan hazırlıkların, yaklaşık bir yıllık sistematik ve emek dolu bir çalışma sürecini kapsadığını belirtti.



ve zayıf yanları, fırsatları ve tehditleri belirlemekte etkin rol oynadığını anlattı. Tüm bu süreç neticesinde Uzak Ülkeler Stratejisi'ni üç bölümde kurguladıklarını ve yaklaşık bin sayfalık bir rapor hazırladıklarını belirten Muş, sözlerini şöyle sürdürdü: "Raporun ilk bölümünde, mal ve hizmet ticaretimizin durum tespitinden 18 ülkenin belirlenme kriterlerine, analitik çalışmalarımızda kullandığımız metodolojiden güncel istatistiklere kadar pek çok kapsamlı değerlendirmeye yer verdik. İkinci bölümde, tabiri caizse 18 ülkenin röntgenini çektik. İlgili ülkelerin bir nevi künyesi olan bu bölümde, pazar ve ithalat yapısından e-ihracata, lojistikten hizmet

ticareti ve ülke bazlı anket analizlerine kadar kapsamlı ve yol gösterici bilgilere yer verdik. Raporun son bölümünde ise bütün bu bilgiler ışığında hazırladığımız sonuç odaklı ortak ve ülke bazlı eylemlerimizi sıraladık. T. C. Ticaret Bakanlığı olarak, bu stratejinin hazırlanmasında tüm paydaşlarla istişarelerde bulunduk. Bu istişareler ve firma anketlerinden yola çıkarak her biri sonuç odaklı kurgulanan toplam 328 eylem planladık."

### İHRACATÇIYA DESTEK

Ticaret Bakanı Muş, strateji kapsamındaki birçok eylemi, sorumlu kuruluşları belirlemek suretiyle ve bir takvim



# TÜRKİYE'DE İLK VE TEK

Duyar olarak yarım asrı aşkın tecrübemizle uluslararası kalite alanındaki başarılarımıza bir yenisini daha eklemenin gururunu yaşıyoruz.

Sulu yangın söndürme sistemlerinde kullanılan Akış Anahtarına FM ve UL sertifikasını alan Türkiye'deki ilk ve tek marka olduk. Dünyada FM onaylı UL listeli Akış Anahtarı üreten üçüncü ülke olmamızı sağlayan bu başarı son yıllarda daha da artan Türk sanayisindeki katma değeri yüksek ürünler üretme kapasitesinin de bir göstergesidir.

Ülkemize ve sektörümüze hayırlı olsun.

**TURQUALITY**<sup>®</sup>



**DUYAR**

Since 1965



duyar.com



doğrultusunda hayata geçirdiklerini ifade ederek, bazı eylemlere ilişkin şunları aktardı: “Strateji ile 18 ülkeye yönelik ‘Pazara Giriş Rehberi’ oluşturacağız. Söz konusu rehberler ile her bir ülkeye ilişkin pazar dinamikleri, yatırım imkânları, mevzuat, ülkedeki şirket kurma ve iş yapmaya yönelik yol haritası gibi bilgileri firmalarımızın hizmetine sunacağız. Stratejimizde ‘Made in Türkiye’ markasını

olduğunca uzak ülkelerin ana dilinde tasarlayacağız.”

### LOJİSTİKTE SAĞLIĞA, OYUNDAN EĞİTİME

Bakan Muş, mesafe engellerini azaltmak, daha kısa ve daha ucuz ürün tedariki için “Lojistik Çalışma Grupları” kuracaklarını, Türkiye ve uzak ülkeler arasındaki lojistik hatlarının çeşitlendirilmesi yoluyla taşıma süreleri ve lojistik maliyetlerinin düşürülmesi için çalışmalarını hayata geçireceklerini söyledi.

Eğitim alanında “Study in Türkiye” markası ve sağlık hizmet ihracatına yönelik “Heal in Türkiye” portalı aracılığıyla yapılacak tanıtım ve etkinlikleri bu ülkeler özelinde ilave desteklerle artıracaklarını belirten Muş, aynı çalışmayı oyun sektöründe öncü firmaların oyunlarının tanıtımını ve bu firmaların bu ülkelerdeki popüler yazılım-uygulama-oyun platformlarında yer alması için de yapacaklarını dile getirdi.

Muş, bu eylemlerin bahsettiği yüzlerce eylemden sadece birkaçı olduğunu aktararak, “Ülkeler özelinde kurguladığımız eylem planları da ortak eylemleri destekleyecek ve bir yol haritası teşkil edecek.” dedi.

Türkiye'nin ihraç ürünleri ve ilgili ülkenin ithalat kompozisyonu göz önüne alınarak arz-talep eşleştirmesi yapıldı. Potansiyel sanayi ve tarım ürünleri belirlendi. Kapsamlı e-ihracat analizi ortaya koyuldu. Altyapıdan maliyetlere kadar lojistik sektörünün durumu analiz edildi.

öne çıkaracağız. Stratejimizde yer alan 18 ülke için mevcut ihracat desteklerimizi, 25 puan artırıyoruz. KOBİ'lerin uzak ülkelerdeki tedarik zincirlerine entegrasyonu konusunda çalışma grupları kuracak ve niş sektörlerde tasarım odaklı pazarlama stratejisi kurgulayacağız. Çok kanallı markalarımızın, ilgili ülkedeki zincir mağazalarda, e-ticaret pazar yerlerinde ve en yaygın tüketim kanallarında eş zamanlı yapılanmasına yönelik destek mekanizmalarını hayata geçireceğiz. Bu ülkelere yönelik belirlediğimiz hedef sektörlerde spesifik ticaret ve alım heyetleri yapacak, ‘Birlikte İş Yapma Networking Etkinlikleri’ gibi organizasyonlar gerçekleştireceğiz. Filmlerimizi, dizilerimizi, dijital oyunlarımızı, markalarımızı, ülkemizin marka olan isimlerini ve oyuncularımızı bu çalışmalarımızda Türkiye'nin ürün ve hizmetlerini uzaklara taşıma noktasında güç olarak kullanacağız. Tüm dijital platformlarda ürün yerleştirilmesini teşvik edeceğiz. Sosyal medya da bu tanıtım çalışmalarımızda ilave teşviklerimizle faal olarak kullanacağımız bir başka araç görevi görecek. Tanıtım faaliyetlerini mümkün





# 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](http://www.nrwglobalbusiness.com)



# TFON MAKİNE, METAL İŞLEME MAKİNELERİ SEKTÖRÜNDE DÜNYA MARKASI OLMA YOLUNDA!



Ahmet Yavuz GÜNGÖR / Genel Müdür

**Telefoncular**  
kuruluşudur

[www.tfon.com.tr](http://www.tfon.com.tr)  
[www.tfonmachine.com](http://www.tfonmachine.com)

[info@tfon.com.tr](mailto:info@tfon.com.tr)  
[sales@tfon.com.tr](mailto:sales@tfon.com.tr)

+90 444 6 158



Telefoncular Group bünyesinde 2019 yılında kurulan TFON Makine; sektöründe yatırım, üretim ve istihdam stratejimizle, yerli ve milli üretimimiz ile ekonomimize kazandırdığımız katma değerlerle dünya markası olma yolunda emin adımlarla büyümeye devam ediyoruz.

“Metal işleme sektöründe 45 yıldır hizmet veren Telefoncular Group, sektörde karşılaşılan en büyük problemlerden biri olan alevli kesim sonrası oluşan çapakların temizlenmesi, keskin kenarların yuvarlanması ve doğrultma sorunlarının önüne geçilebilmesi adına metal işleme makineleri sektörüne de adım atmıştır. Bunun için bünyemizde 2019 yılında TFON Makine kurulmuştur. 15 bin metrekare kapalı alana sahip fabrikamızda uzman kadromuz ile ürettiğimiz makineler kısa zamanda yurt içi ve yurt dışında büyük ilgi görmüştür.

Kurulduğu günden bu yana, göz alıcı tasarımları, uzman ekibi ve kalitesiyle metal sektörünün problemlerine çözüm üretmekteyiz. TFON Makine A.Ş. üretmiş olduğu **Çapak Alma & Kenar Yuvarlama Makinesi ile Doğrultma & Gerilim Giderme** Makinesi üretimlerde kaybedilen vakti minimum seviyeye indirmektedir. Daha kaliteli üretim ve hizmet anlayışına

katkıda bulunmanın verdiği özgüven ile sektörün lideri olma noktasında emin adımlarla ilerlemekteyiz. Üniversitelerimiz-in de onayladığı Yerli ve milli üretim olan makinelerimize yurt içi ve yurtdışından aldığımız çok fazla talepten dolayı en kısa zamanda yeni yatırımlar ve istihdam alanları için çalışmalarımız başlamıştır.”

Dünya üzerinde hakimiyet kavgası veren güçlerin siyasi, askeri ve ekonomik kavgalarının dünya ekonomisine olumsuz etkilerini tüm ülkeler birebir yaşamaktadır. Ekonomik yatırım, üretim ve pazarlama açısından her ülkenin bu durumdan az veya çok etkilendiği bir gerçektir. Bu dönemde yatırım, üretim ve istihdam stratejimizle milli ekonomimize katkı sağlamak için tüm imkanlarımızı seferber ettik. Katma değeri yüksek, üretim yönüyle stratejik sektörler arasında yer alan sektörümüze yaptığımız yatırım ve çalışmaların olumlu neticelerini görmek-ten, ekonomimize kazandırdığımız katma değerlerle dünya markası olma yolunda emin adımlarla büyümeye devam etmek-ten büyük mutluluk duymaktayız. Makinelerimizin üniversitelerden tam not alan test raporları olup aynı zamanda dünya ve Türkiye standartlarına uygunluğunu **yerli üretim ve CE belgelerini alarak tescillemiş bulunuyoruz.**



"TFON SHOWROOM" numune parçalarının performansını gözlemleyebilmemiz adına 24 saat hizmetinizde!  
"TFON SHOWROOM" is on service 24 hours for looking your metal parts performance!



# HER ÜLKE İÇİN AYRI STRATEJİ

T.C. Ticaret Bakanı Mustafa Muş, bütün sektörlerle yeni bir bakış açısı getirecek geniş kapsamlı bu eylem planlarını bazı ülke örnekleri ile değerlendirdi.

**ABD**  
ABD için çalışmaları eyaletler özelinde yaptıklarını bildiren Bakan Muş, ticaret heyetleri, fuarlar ve tanıtım organizasyonları gibi geleneksel pazarlama araçlarının yanında lojistik ve iş geliştirme merkezlerinin kurulacağını açıkladı. Yurt dışı lojistik dağıtım ağları mekanizmasını da etkin olarak kullanacaklarını söyleyen Muş, sağlık alanında ziyaretleri artırmak üzere hem sigorta şirketlerini hem de operatörleri kapsayan eylemler tasarladıklarını belirterek, "Dizi ve filmlerimizin ABD'deki yayım platformlarına girişini sağlayacak çalışmaların yanı sıra dijital oyun ve yapay zekâ alanında da firmalarımızı ABD pazarına taşıyacağız." dedi.

## GÜNEY AMERİKA

Güney Amerika'nın önde gelen ekonomisinin Brezilya olduğunu ifade eden Muş, "Brezilya'ya Türk dizilerini tanıtacağız. Ülkenin önde gelen yayıncı kuruluşları ile iş birlikleri geliştireceğiz. Portekizce dublaj maliyetlerine sağlanan destekleri artıracacağız. İlaveten, müteahhitlemiz Brezilya'nın altyapı projelerinde yer almaları için girişimlerde bulunacak, sağlık hizmet ihracatında Brezilya'dan çok daha fazla hastayı ülkemizde konuk edecek eylemleri hayata geçireceğiz." dedi.

## GÜNEY AMERİKA

## HİNDİSTAN

Bakan Muş, dünyanın yazılım sektörü liderlerinden Hindistan ile deneyimli oldukları "Akıllı Şehir Sistemleri" sektörünü buluşturacaklarını belirterek, "Türk mobil oyun sektörünün, bu pazardaki farkındalığını artıracacağız. Hindistan pazarında düğün, sağlık, spor ve gastronomi hizmetleri alanında da çalışmalar yapacak, ayrıca ortak film projelerini de gündeme alacağız." dedi.

## HİNDİSTAN

## AFRİKA

Nijerya'ya sağlık hizmeti ihracatını artıracak etkinlikler düzenleyeceklerini kaydeden Muş, "Bu pazarda müteahhitlik ve teknik müşavirlik firmalarımızın daha güçlü yer almaları için özel çalışmalar gerçekleştirecek, akıllı şehir sistemlerine ilişkin güçlü firmalarımızı bu pazara yönlendireceğiz." dedi.

## ÇİN

"Çin'in önde gelen fiziksel ve elektronik pazar yerlerinde ülkemiz sektörlerini tanıtıcı projeler planlıyor; Türk ve Çin iş dünyaları arasındaki iletişimi artırmayı hedefliyoruz." diyen Bakan Muş, "E-ticaretin en yaygın şekilde kullanıldığı Çin'e, e-ihracatımızı artırmak için çevrim içi mağazalar kuracağız. Bu bağlamda, Uzak Ülkeler Stratejimize de uygun bir şekilde çok yakın zamanda açıklayacağımız ve e-ihracatımızı artırmaya yönelik güçlü bir destek paketinin de müjdesini vermek istiyorum." şeklinde konuştu.










## ÇİN







# TEPE KURUMSAL ÇÖZÜMLER İLE O İŞİN ÇÖZÜMÜ BİZDE!

-  Entegre Tesis Yönetimi
-  Profesyonel Temizlik Hizmetleri
-  Endüstriyel Temizlik Ürünleri
-  Yemek Kartı ve Hediye Kartı Çözümleri
-  Kurumsal/Bireysel Sigorta ve Reasürans Çözümleri
-  360 derece Güvenlik Çözümleri
-  Toplu Yemek Hizmetleri
-  Çağrı Merkezi Hizmetleri
-  İş Sağlığı ve Güvenliği Hizmetleri



marka dünyası

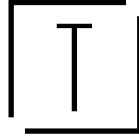
Adil Sani Konukoğlu

## MARKA

# TÜKETİCİLERİN BEKLENTİLERİNE HİTAP EDEBİLMELİ

Türkiye'nin markalaşma adımlarında köklü bir geçmişe sahip olan Sanko Holding'in Yönetim Kurulu Başkanı Adil Sani Konukoğlu ile görüştük.

Simge Soyel



ekstilde uluslararası arenada özellikle iplik ve kumaş üretimi ile en çok beğenilen jean'lerin arkasındaki güç olmasıyla beraber Türkiye'nin en

büyük yenilenebilir enerji, çimento ve ambalaj üreticileri arasında yer alan Sanko Holding, karbon salımları azaltmak için yatırımları devreye aldı. "Dijital Dönüşüm" projelerini başlatan güçlü marka, sürdürülebilirlik alanında da önemli adımlar atıyor.

### **Sanko Holding'in büyüklüğünü genel itibarıyla rakamlarla öğrenebilir miyiz?**

Yolculuğumuz, 1904 yılında dokumacılık işi ile başladı. Tekstil, grubumuzun amiral gemisi konumunda. Türkiye'nin en büyük yenilenebilir enerji, çimento ve ambalaj üreticilerindeniz ve 11 farklı sektörde çalışmalarımızı yürütüyoruz. 100'den fazla ülkeye yaptığımız ihracatla, ülkemizin kalkınması adına çalışmalarımızı gerçekleştiriyoruz. Sanko'da 14 bin kişilik çalışanımızla büyük bir aileyiz.

### **Amiral geminiz tekstil alanında yaşanan gelişmeleri nasıl değerlendiriyorsunuz?**

Tüm sektörlerde olduğu gibi tekstil sektöründe değişime ayak uydurmanın, hızın ve dijitalleşmenin önemini görüyoruz. Dijital çağa uyum sürecinde teknoloji, AR-GE ve inovasyon yatırımlarına odaklanmak gerekiyor. Bizler de grubumuzu geleceğe hazırlama sorumluluğu ile dijital altyapı alanlarında ihtiyaçlarımızı hızlı bir şekilde karşılamamızı sağlayacak "Dijital Dönüşüm" projemizi başlattık ve tüm şirketlerimizde bu dönüşümün tamamlanması için çabalıyoruz. Hâlihazırda sistemsel sürdürülebilir programlar ve müşterilerimize hazırladığımız ürün grupları ile şeffaf ve takip edilebilir bilgi akış sistemini kullanıyoruz. Ülkemizin kalkınma hedefleriyle uyumlu bir şekilde sürdürülebilir üretim modelleri ile tekstil tarafında da adımlarımızı dikkatli atmamız gerekiyor. Yapılan birçok araştırma gösteriyor ki tüketiciler; toplumsal sorunlara çözüm getirecek, sosyal fayda yaratan ve somut çıktılar sunan öncü kurumları





marka dünyası

destekliyorlar. Sanko olarak kurulduğumuz günden beri üretimlerimizde ekolojik dengenin bozulmaması için çalışmalarımızı sürdürüyoruz.

Üretim ve tanıtım anlamında yapılan tüm çalışmalarımızı sürdürülebilirlik çerçevesinde yapıyoruz. Bu nedenle üretim alt yapılarımızı ve süreçlerimizi sürdürülebilirlik konusunda güçlendirip, bu yönümüzü kurumsal tanıtım araçlarıyla son kullanıcıya duyurarak marka algımızı destekliyoruz. Grubumuzun amiral gemisi olan tekstil konusunda, üretimin her aşamasında takip edilebilirlik ve doğru tedarik zinciri yönetimine öncülük edebilecek programların kurulmasını sağlıyoruz. LCA-EPD belgelendirme sistemi ile tedarik zincirinin tüm aşamalarında sistemsal analiz ve iyileştirme standartları sunuyoruz. Doğa dostu üretim bantları ve yeni dokuma makineleri yatırımları ile kısa vadeli iş planlarımızı sürekli güncel tutuyoruz. Sektörde sürdürülebilirlik alanında lider konumda olup müşterilerimizin ilk tercihi olmaya, aynı zamanda ekonomik olarak da avantajlı olan daha az su, daha az enerji, daha az kimyasal madde tüketimine olanak tanıyan metotlar üzerinde çalışmalar yapmaya devam ediyoruz. Organik pamuk üretimi gerçekleştiriyor, fabrikalarımızda yenilenebilir enerji kullanıyor, geri dönüşüm sayesinde ürünlerimizi geri kazanıyoruz. Sürdürülebilirlikle ilgili uluslararası boyutta çok önemli sertifikaları alıyoruz.

### **Sanko'nun sürdürülebilirlik vizyonu nedir?**

Sanko Holding olarak her zaman çalışmalarımızın merkezine insanı ve sürdürülebilirliği aldık. İnsana, doğaya, topluma ve ülke ekonomisine değer yaratmaya odaklanarak faaliyetlerimize devam ediyoruz. 118 yıldır faaliyet gösterdiğimiz sektörlerdeki uzun vadeli büyüme ve istikrarımızı, sürdürülebilirlik konularına olan farkındalığımızın bir sonucu olarak görüyoruz. Tüm üretim hatlarımızda enerji verimliliği konusunda örnek çalışmalar ortaya koyuyoruz. İklim değişikliği, doğal kaynakların tükenmesi gibi çevresel problemlere yönelik çalışmalarımızı



**"Uzun vadeli büyüme ve istikrarımızı, sürdürülebilirlik konularına olan farkındalığımızın bir sonucu olarak görüyoruz."**

sürdürüyoruz. Düşük karbon ve su ayak izi ekosistemi hedefimiz doğrultusunda adımlarımızı atarken sektörde öncü olarak "Sıfır Atık" belgesinin sahibi olan fabrikalarımızda atıkların uygun şekilde bertaraf edilmesini sağlıyoruz. Çalışmalarımızda emisyon değerlerini düşürmeye ve fosil yakıt kullanımımızı azaltmaya yönelik yatırımlarımızı gerçekleştiriyoruz. Türkiye'nin, enerji ihtiyacının üçte ikisini yenilenebilir enerjiyle karşılama hedefine ulaşması



marka dünyası



*"Sürdürülebilirlik çalışmalarımıza devam edecek, geleceğe yönelik stratejilerimizle yarattığımız değeri büyütürük ilerleyeceğiz."*

Yolunda üzerimize düşeni yapıyoruz. Enerji sektöründe faaliyet gösteren Sanko Enerji Grubumuz, tamamı yenilenebilir enerji kaynaklarından oluşan toplam yaklaşık 1000 megavat kurulu güçle ürettiği enerji ile karbon salımının azaltılmasına katkı sağlıyor, teknoloji ve verimlilik odaklı yatırımlar ve operasyonlar gerçekleştiriyor. Sanko Tekstil Adıyaman fabrikamızın çatısında yer alan Türkiye'nin çatıda kurulu en büyük güneş enerjisi santrali ile tesisimizdeki enerji ihtiyacımızı yenilenebilir kaynaklarla karşılayabilmek için önemli bir başlangıç yaptık. Bu yatırımımızı genişleterek tüm fabrikalarımızda yenilenebilir enerji kullanımını artırmak adına çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Tekstil ve pamuk sektöründe hayata geçirdiğimiz "Organik Pamuk" projesi ile organik pamuk üretimi yaparken organik

tekstilin faydalarını anlatarak, farkındalık yaratmaya ve giyim markalarını organik pamuk kullanımı konusunda teşvik etmeye devam ediyoruz.

#### **Türkiye'nin markalaşma vizyonunu değerlendirir misiniz?**

Yoğun rekabetin yaşandığı hızla gelişen ve değişen iş dünyasında, sürekliliği sağlamak için markalaşmanın önemi çok büyük. Tüketicilerin beklentilerine hitap eden bir marka olmak gerekiyor. Uluslararası ticaret anlayışıyla doğru ve sağlam ürünlere sahip olmalısınız. Genel olarak kendinizi diğerlerinden ayırmanız gerekli. Rakiplerden ayrılarak farklılaşmak ve marka değerini artıracak özgün işlerle topluma fayda sağlamak günümüzde markalaşmak isteyen kurumların en önemli kıstaslarından. Bu doğrultuda tüketici ve paydaşların güvenilirliğini kazanarak öncü bir kurum haline gelen markaların sağlam adımlarla ilerleyeceğine inanıyorum. Özetle marka kimliği oluşturulup, doğru hedef kitle belirlenmeli ve hedef pazarlarda farklılaştırıcı üstünlüğe sahip olmak için AR-GE ve inovasyona



## SANKO'NUN 2022 SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK HEDEFLERİ

"Sürdürülebilirlik tarafında grup hedefimiz, gelecek beş yılda karbon ayak izimizi yüzde 30 azaltmak. Salımlarımızı azaltmak için yatırımlarımızı devreye aldık. Bu yatırımlar doğrultusunda kendimize 2022 yılında yüzde 10'luk bir büyüme hedefi koyduk.

önemli yatırımlar yaparak katma değerli ürünler geliştirilmelidir. Uluslararası en önemli varlıklardan birisi inovasyon ve onun korunmasıdır; bu doğrultuda patent ve mülkiyet hakları çalışmaları özendirilmeli, inovasyonun sürekliliği sağlanmalı, katma değer sağlayan yenilikçi ve özgün tasarımlara önem verilmelidir.

**Sanko kendi markalarıyla yurt dışında lider olduğu gibi sadece holdingin değil, ülkemizin ve Gaziantep'in de bilinirliğini artırdı. Bu bakımdan neler söylemek istersiniz?**

Ağabeyim Abdulkadir Konukoğlu'nun bir sözü vardır: "Dünyada Türkiye, Türkiye'de Gaziantep." İnsanın ilk önce kendi yuvasını geliştirmesi, büyüyerek ülkesine ve dünyaya katkıda bulunması gerekiyor. Biz, Gaziantep'ten doğan bir grubuz, köklerimiz burada. Dolayısıyla yatırımımızı da öncelikli olarak kendi şehrimizde, daha sonra ise çevre illerimizde gerçekleştiriyoruz. Gaziantep zaten mücadele ruhu olan bir şehir. Gaziantep'in sanayiciliği, ticareti ve girişimciliği çok eskiden beri var. Bizler de grubumuzla birlikte üzerimize düşen görevi yapıyoruz. Gaziantep'i, ülkemizi ilerilere taşımak ve ülke ekonomisine katkıda bulunmak adına çalışmalarımızı yürütüyoruz. Uluslararası arenada ülkemizi temsil etmekten gurur duyuyoruz. Kaliteli ürün ve hizmetler sunarak örnek ve lider işlere imza atmayı sürdüreceğiz.

Yurt dışında tekstil sektöründe, Sanko Tekstil, Sanko Havlu ve ISKO ile adımımızı duyurduk. Sanko Tekstil, dünyanın sayılı iplik ve kumaş üreticilerinden biri

hâline geldi. Denim içerik markası olan ISKO™ markamız, sorumlu inovasyon ve teknolojinin öncüsüdür. ISKO™, denim kumaşı üretiminde dünya lideri bir marka ve büyük moda markalarının iş ortağı olarak, yenilikçilik temel değerlerini benimseyerek dünyada trend belirleyici durumuna geldi. ISKO™'nun araştırmacı ve yenilikçi ruhu, ISKO'yu denim ve moda sektöründe eşi görülmemiş hedeflere ulaştırdı ve endüstrinin yenileşmesini sağlayan global projelerin önünü açtı. Sanko Havlu bünyesinde 100 yaşını aşmış Egeria isimli havlu ve bornoz markamız ve Maisonette ev tekstili markamız ile markalaşma vizyonumuzu ilerletiyoruz.

Tekstilin yanı sıra örneğin ambalaj sektöründe Süper Film firmamız, Avrupa'nın önde gelen esnek ambalaj film üreticilerinden biri. Faaliyette bulunduğumuz tüm sektörlerde alanında öncü olma hedefiyle ilerliyoruz.

**İhracat birim değerini artırabilmek için neler yapılmalı?**

Katma değerli ürünlere yönelip, Uzak Doğu'dan daha az rekabet edebileceğimiz ürün gruplarında yoğunlaşarak çalışmalarımızı gerçekleştirmeliyiz.

**"AR-GE ve inovasyona önemli yatırımlar yaparak katma değerli ürünler geliştirilmelidir."**

**Konukoğlu ailesinin başarılarının sırrını sorsak...**

Rahmetli babam Sani Konukoğlu





marka dünyası



"2022 yılında da kalıcı etki yaratma vizyonu ve yenilikçi bir yaklaşımla geleceğin dünyasına yön veren küresel lider bir şirket olma hedefi doğrultusunda adımlarımızı atacağız."

döneminden bu yana ağabeylerim Abdulkadir Konukoğlu ve Zeki Konukoğlu yönetimlerinde de ailemiz için en değerli şey "çok çalışmak" ve "paylaşmak" oldu. Gelecek dönemde de babamın ve ağabeylerimin öğretileri kılavuzumuz olacak. Biz her zaman şirketimizi geleceğe hazırlarken bizi biz yapan değerlerimizi korumaya özen gösterdik. Çalışanlarımızın kendilerini aile ortamında hissetmelerini önemsiyoruz. "İşin hilesi dürüstlüktür" düsturu ile çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Daha fazladan ziyade iyi ilişkiler geliştirmek bizim için hep ilk sırada oldu.

#### **Sanko'nun 2022 hedefleri arasında neler var?**

2022 yılında önceliğimiz; teknoloji, inovasyon ve AR-GE yatırımları ile değişime ayak uydurmak, insan kaynağını

verimli kullanmak ve sürdürülebilirlik çalışmalarını olacak. Dijital çağa uyum sürecinde teknoloji, AR-GE ve inovasyon yatırımlarına odaklandık. Güçlü sanayi alt yapımız ve teknolojik yatırımlarımız ile AR-GE becerilerimizi geliştireceğiz. İnovatif yaklaşımlarla dünyadaki rekabeti yakalayarak hedeflerimizi yukarıya taşıyacağız. Gerekli yatırımları bugünden gerçekleştirerek geleceğin dünyasına hazırlanıyoruz.

2022 yılında da kalıcı etki yaratma vizyonu ve yenilikçi bir yaklaşımla geleceğin dünyasına yön veren küresel lider bir şirket olma hedefi doğrultusunda adımlarımızı atacağız. Bu yolda en büyük gücümüzün insan kaynağımız olduğunun farkındayız. Ailemizin fertleri olarak kabul ettiğimiz 14 bin çalışanımıza insan haklarının korunduğu, iş sağlığı ve güvenliğine öncelik verildiği, mesleki gelişimlerinin desteklendiği, herkese adil ve eşit fırsatların tanındığı bir iş hayatı sunmaya gayret ediyoruz. 2022 yılında da böyle bir ortam yaratıp çalışma arkadaşlarımızın gelişimlerine katkı sağlayarak onları çok yönlü desteklemeye devam edeceğiz. Her çalışanımıza ihtiyacı olan desteği vererek onların tüm potansiyellerini kullanmalarını sağlayacak ve ilerlemelerinin önünü açacağız.



# Dünyanın İhtiyacını Biliyoruz, Teknolojimizi İhraç Ediyoruz!

**Systemair olarak;** dünyanın iklimlendirme alanında ihtiyaç duyduğu **tüm ürünleri**, stratejik ürün planlama çalışmalarımız ve **ileri teknolojimizle Türkiye'deki yeni nesil fabrikamızda üretiliyoruz.**

Dünyanın tüm coğrafyalarına ihracat yapma hedefimizle ihracatta sürekli pazar payımızı artırıyor, **teknolojimizi 25'ten fazla ülkeye ihraç ediyoruz.**





sektör dosyası



Simge Soyel

# Liderliğe koşuyor İKLİMLENDİRME İHRACATI

İklimlendirmede uluslararası markalardan ardı ardına yatırım alan ve geçen yıl 6,2 milyar dolarlık ihracata imza atan Türkiye, küresel liderliğe koşuyor. Sektör ihracatçılarının hedefi, dış ticaret fazlası veren sektör olmak.





Türkiye'nin 2020 yılında ihracatın ithalatı karşılama oranı yüzde 83,4 iken, 2021 yılında iklimlendirme sektörünün ihracatının ithalatı karşılama oranı yüzde 96,1'e yükseldi.



**TÜRKİYE'NİN HAZİRAN AYI** ihracatı, geçen yılın aynı ayına kıyasla yüzde 18,5 artarak 23,4 milyar dolar oldu. Bu rakam, tüm zamanların en yüksek aylık ihracat değeri olarak kaydedildi. Yılın ilk altı aylık dönemindeyse ihracat, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 20 artarak 126 milyar dolara yükseldi. İhracat ailesinin “Dış Ticaret Fazlası Veren Türkiye” hedefinde iklimlendirme sanayi, önemli bir pay sahibi.

#### **TOPLAM İHRACATTA YÜZDE 2,7 PAY SAHİBİ**

İhracat ailesinin rekorlarla dolu başarılarına büyük destek veren sektörlerden biri, iklimlendirme sanayi oldu. Sektör, 2021 yılının başında, yıl sonu için hedef olarak koyduğu 5 milyar dolarlık iklimlendirme ihracatını 1,2 milyar dolar daha artırarak 6 milyar 196 milyon dolarlık ihracat büyüklüğü ile yılı kapattı. Sektörün ihracatı, bir önceki yıla göre yüzde 32,9 büyürken 2021 yılbaşından bu yana Türkiye ihracatından aldığı pay yüzde 2,7 olarak gerçekleşti. İklimlendirme sektörü, 2022 yılının ilk altı ayında toplam 3 milyar 363 milyon dolar seviyesinde dış satıma

imza attı. Sektör temsilcileri 1-30 Haziran 2022 tarihleri arasında, 621 milyon dolar düzeyinde ihracat gerçekleştirdi.

#### **DIŞ TİCARET FAZLASINA ADIM ADIM**

İklimlendirme sistemlerine olan talep, inşaat sektörünün büyümesi ve küresel artan harcanabilir gelirler ile yükseliyor. Dünya genelinde iklimlendirme ekipmanlarına olan yüksek talebe katkıda bulunan bir diğer önemli faktör ise iklim değişikliği. Artan sıcaklıklar ve öngörülemeyen iklim koşulları nedeniyle birçok marka, iklimlendirme ekipmanlarını faydalı bir yatırım olarak görüyor. Ayrıca konfora yönelik artan müşteri eğilimi, iklimlendirme sistemlerine olan talebi artırıyor. Bu durum da direkt rakamlara yansıyor.

Türkiye'nin 2020 yılında ihracatın ithalatı karşılama oranı yüzde 83,4 iken, 2021 yılında iklimlendirme sektörünün ihracatının ithalatı karşılama oranı yüzde 96,1'e yükseldi. 2022'nin ilk yarısında 186 ülkeye ihracat yapan sektör oyuncularının yıl sonu hedefi ise 7 milyar dolar seviyesine çıkarak ihracatta iklimlendirme sektörünü



dış ticaret fazlası veren konuma getirmek.

#### **EN FAZLA İHRACAT YAPILAN PAZAR: ALMANYA**

İklimlendirme sektörünün ihracatında ilk sırada Almanya var. Senenin ilk altı ayında Almanya'ya 356 milyon dolar değerinde ihracat gerçekleştiren iklimlendirme sanayi, İtalya'ya 230 milyon dolar, Birleşik Krallık'a 202 milyon dolar, Fransa'ya 149 milyon dolar ve İspanya'ya 136 milyon dolar düzeyinde ihracat gerçekleştirdi.

İklimlendirme ihracatında ilk 10 ülkenin birim fiyat sıralaması incelendiğinde ilk sırada yine Almanya bulunuyor. Almanya'ya

ihracatta, iklimlendirme sektörü ürünlerinin kilogram birim fiyatı 8,2 dolar düzeyinde gerçekleşti. İkinci sıradaki ABD'ye 8,1 dolar, İspanya'ya 7,7 dolar, Fransa'ya 7,2 dolar ve İtalya'ya 7,1 dolar oldu.

#### **SALGINDA RAKAMLAR ARTTI**

İklimlendirme sektörü; havalandırma, ısıtma, klima, soğutma, tesisat ve yalıtım olarak altı ana grupta inceleniyor. Türkiye bu ana gruplar özelinde, küresel ihracatın önemli bir oyuncusu konumunda yer alıyor. Türkiye'nin bu altı ana gruptan aldığı küresel paylar itibarıyla en yüksek yüzde (3,5) ile ısıtma ürünleri ihracatı, en düşük (yüzde 0,6) ile havalandırma alt sektörleri dikkat çekiyor.



Pandemi boyunca dünya ekonomisi gerileme gösterirken iklimlendirme sanayi, payını hızla artırdı. Özellikle söz konusu süreç boyunca iklimlendirme ihracatı yüzde 60 civarında arttı.

### TÜRKİYE'DEKİ MARKALARA YATIRIM ARTIYOR

Küresel iklimlendirme sektörü, 2019 yılında 240 milyar dolarlık büyüklüğe sahip iken 2030 yılına kadar yıllık ortalama yüzde 4'e yakın bir büyüme oranı ile sektörel büyüklüğünün 367 milyar dolara ulaşacağı öngörülüyor. Küresel iklimlendirme pazarında önde gelen ülkeler arasında Almanya, ABD, İtalya, Çin ve Japonya dikkat çekiyor. Ancak Türkiye'deki markalara yönelik yatırımların artması, sektörün dünya pazarında payını artıracağına sinyallerini veriyor. Artan kentsel ve enerji verimli iklimlendirme sistemlerinin ortaya çıkışı, pazar büyümesini yönlendiren diğer faktörler arasında yer alıyor. Ayrıca dünya genelinde hükümetler teşvik, destek ve indirim programları sunarak enerji açısından verimli iklimlendirme sistemlerinin benimsenmesini ve kullanımını yaygınlaştırmaya destek veriyor.

### İKLİMLENDİRMEİN YEŞİL YOLCULUĞU

Avrupa Birliği başta olmak üzere dünyada enerji kullanımını azaltmaya ve enerji verimliliğini yükseltmeye yönelik yasal düzenlemeler yapılıyor. Verimli ürünlere geçişi teşvik eden ya da verimsiz ürünlerden uzaklaşmayı zorunlu hâle getiren yasal düzenlemelerin etkisiyle müşterilerin tercih ettiği ürünlerin



### İKLİMLENDİRME FUARINA TÜRK DAMGASI

Avrupa'nın en büyük, dünyanın da ikinci büyük ısıtma, soğutma, iklimlendirme ve yenilenebilir enerji fuarı 42. Mostra Convegno Expocomfort (MCE) 2022, İtalya'nın Milano kentinde gerçekleştirildi. Partner ülke olması sebebiyle Türkiye'den yoğun bir katılımın gerçekleştiği fuara, dünya genelinden 80 ülke katıldı. 138 firmanın katıldığı fuarda Türkiye, katılımcı firma sayısı bakımından İtalya'nın ardından ikinci sırada yer aldı.





İSİB Başkanı Mehmet H. Şanal "Gelecek üç, dört yıllık periyotta da yüzde 20 oranında dış ticaret fazlası veren sektör konumuna gelme hedefimiz var." dedi.



düzenlemelere uygun enerji, verimliliği yüksek ürünlere kayması bekleniyor. Gelişen teknolojilere hızla adapte olan iklimlendirme sanayi de bu doğrultuda çevreci bir üretim anlayışını benimsiyor. Enerjinin gün geçtikçe daha kıymetli hâle geldiği sektör temsilcileri, üretimde yüzünü yenilenebilir teknolojilere çevirdi. Sektörün yakın gelecekte güneş enerjisiyle çalışan ısı pompaları ve hidrojenle çalışan ürünlere yöneleceği tahmin ediliyor.

### "DIŞ TİCARET FAZLASI VEREN SEKTÖR KONUMUNA GELECEĞİZ"

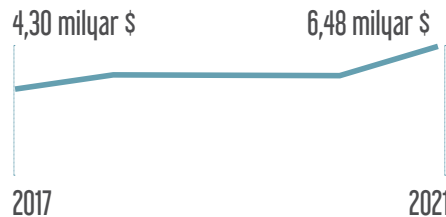
Türk iklimlendirme sektörünün son dört yılda yurt dışı pazarlarda çok iyi bir büyüklüğe ulaştığını ifade eden İklimlendirme Sanayi İhracatçıları Birliği (İSİB) Başkanı Mehmet H. Şanal, "Türk iklimlendirme sektörü olarak ihracat büyüklüğümüzü sürdürülebilir şekilde yükseltiyor



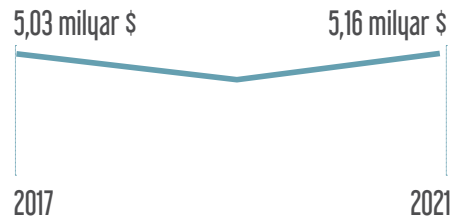
İklimlendirme Sanayi İhracatçıları Birliği (İSİB) Başkanı  
MEHMET H. ŞANAL

ve Türkiye'nin büyümesine ve gelişimine sektör olarak büyük bir katkı sağlıyoruz." dedi. Şanal, 2022 yıl sonu için 7 milyar dolar olarak belirledikleri ihracat hedefini aşacaklarını ve dış ticaret fazlası verir hâle geleceklerini vurguladı. İtalyan Ticaret ve Sanayi Odası Derneği ile birlikte güzel çalışmalar yaptıklarını ifade eden Mehmet H. Şanal, "Toplama bakıldığında geçen sene 6,2 milyar dolar ihracat yaptık. Bu seneki hedefimiz 7 milyar dolar olsa da ilk altı aylık

### TÜRKİYE'NİN İHRACATI



### TÜRKİYE'NİN İTHALATI



**A.101**  
**HARCA**  
**HARCA**  
**BITMEZ**



# **MİS KOKULU,** **YUMUŞACIK ÇAMAŞIRLAR!**







### 3 MİLYAR 363 MİLYON DOLAR İHRACAT

İklimlendirme sektörü, 2022 yılının ilk altı ayında toplam 3 milyar 363 milyon dolar seviyesinde dış satıma imza attı. Sektör temsilcileri 1-30 Haziran 2022 tarihleri arasında, 621 milyon dolar düzeyinde ihracat gerçekleştirdi.

rakamlar hedefi geçeceğimizi gösteriyor. Ayrıca sektörde ihracatın ithalatı karşılama oranı da giderek yükseliyor. Şu anda yüzde 96,6'dayız. Yıl sonunda hedefimiz yüzde 2-3 seviyesinde dış ticaret fazlası vermek. Türkiye'deki stratejik ürünlerin neler olduğunu belirleyerek yeni yatırımları buna göre yapmaya başladık. Gelecek üç, dört yıllık periyotta da yüzde 20 oranında dış ticaret fazlası veren sektör konumuna gelme hedefimiz var." dedi. Son dönemde lojistikte yaşanan zorluklar ve yüksek fiyatların yanında pandeminin de tedarik

zincirlerinin çeşitlendirilmesi konusunun önemini net bir şekilde ortaya koyduğunu ifade eden Şanal, bu anlamda Türkiye'nin avantajlı hâle gelmeye başladığını vurguladı. Türkiye'ye yeni yatırımların gelmeye başladığını ve bunun devam etmesini beklediklerini aktaran Şanal, şöyle devam etti: "Avrupa, bazı ürünleri yoğun şekilde Uzak Doğu'dan tedarik ediyordu. Şimdi yeni alternatiflere ihtiyaç var. Zaman problemi ve lojistik maliyetleri önemli olmaya başladı. Türkiye'deki gelişmeleri ve sektörün büyümesini yakından takip ediyorlar. Ciddi anlamda yeni uluslararası yatırımlar da gelecektir. Bu konuda araştırma içinde olan özellikle Avrupa'da bazı firmalar var. Uzak Doğu'dan da yatırım geldiğini ve çeşitli ortaklıklar yapıldığını görüyoruz. Artık bazı konularda tek bir yerden üretebilme şanslarının olmadığını ve alternatif ülkelere ihtiyaç duyduklarını gördüler. Maliyetler düşünüldüğü zaman Türkiye ciddi bir fırsat." Tüm dünyada etkisi devam eden çip krizinin ve ham madde sorununun iklimlendirme sektörünü etkilediğini anlatan Şanal, sektörün stoklu çalışmaya başladığını, bunun yanında artan finansman maliyetlerinin de bir handikap oluşturduğunu belirtti.





# FİNANSTAN SAĞLIĞA DAHA ÇOK GÜVENCE DAHA ÇOK ÜRÜN

## FİNANSAL

Kefalet Sigortası  
Eğitim Kefalet Sigortası  
Lisanslı Depoculuk Kefalet Sigortası  
Tahvil Kefalet Sigortası  
Fatura Koruma Sigortası  
Bina Tamamlama Sigortası  
Quick Finansım  
Depozito Sigortası  
Kiram Quick'ten  
Alacak Sigortası  
Devlet Destekli Alacak Sigortası

## SAĞLIK

Tamamlayıcı Sağlık Sigortası  
Yabancı Sağlık Sigortası  
Kritik Hastalık Sigortası  
Kanser Sigortası

## OTO

Kasko Sigortası  
Quick Kasko  
KaskoMotto  
Karavan Kasko  
Traktör Kasko  
Acente Kasko  
Zorunlu Trafik Sigortası  
Motosiklet Trafik Sigortası  
Süper Trafik Sigortası  
İMM Excess Koruma Sigortası  
Yeşilkart Sigortası

## OTO DIŞI

### BİREYSEL

Konut Sigortası  
Dask Sigortası  
Quick Yurt İçi Seyahat Sigortası  
Quick Yurt Dışı Seyahat Sigortası  
Quick Öğrenci Seyahat Sigortası  
Incoming Seyahat Sigortası  
Ferdî Kaza  
Ekstrem Sporlar  
QKimlik Koruma  
İkinci El Garanti Sigortası  
Zorunlu Hekim Sorumluluk

### KURUMSAL

Yangın Sigortaları  
Nakliyat Sigortaları  
Mühendislik Sigortaları  
Havaçlık  
Sorumluluk Sigortaları  
Tarım Sigortaları  
Hırsızlık  
Ferdî Kaza  
Cam Kırılması  
Proje Sigorta Ürünleri



[www.quicksigorta.com](http://www.quicksigorta.com)

**QUICK**  
SIGORTA

Türkiye'nin dış ticaretinden yüzde 1,2 pay alarak 2022 yılının ilk yarısında 1,45 milyar dolar ihracat büyüklüğüne ulaşan yaş meyve ve sebze sektörü, iyi tarım uygulamaları ile lig atlayacak.



## İyi tarım uygulamaları ile ihracatı artıyor

# YAŞ MEYVE VE SEBZE

**K**

üresel gıda sektörü, dünya çapında 8,5 trilyon dolarlık hacmiyle stratejik sektörlerin başında geliyor. Amerika Birleşik Devletleri, dünyanın en büyük gıda ithalatçısı konumunda ve yıl içinde dünyanın her yerinden ortalama 130 milyar dolar gıda ithal ediyor. En büyük ithalatçı ülkeler arasında ABD, Hollanda, Brezilya, Almanya gibi ülkeler de var. Ancak Türkiye, tarım

sektöründe ihracat potansiyelini her geçen gün artırıyor. Tarım sanayinin alt sektörleri arasında yer alan yaş sebze ve meyve üreticileri, yeni sezon üretimlerinde iyi tarım uygulamalarına yönelerek ilaç kalıntısı veya bitkisel hastalık nedeniyle zaman zaman yaşadıkları sorunları bertaraf etmek için gayret gösteriyor.

**TÜRKİYE: DÜNYANIN GIDA AMBARI**  
Türkiye yedi bölgesinde, dört mevsim boyunca yetişen ürün



detay bakış

çeşitliliğiyle “dünyanın gıda ambarı” olarak anılıyor. Zira ülke, dünya sebze üretiminde dördüncü, meyve üretiminde beşinci sırada yer alıyor. İhracatta hedef büyüten Türk yaş meyve ve sebze sektörü, Türkiye İstatistik Kurumu'nun 2020 Bitkisel Üretim verilerine göre meyvede 23 milyon 585 bin 768 ton, sebzede 31 milyon 196 bin 717 tonu geçen üretime imza atıyor.

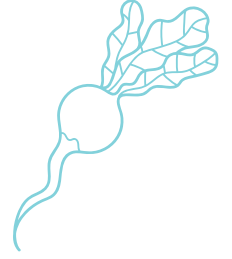
### TURQUALTY PROJESİ YÜRÜTÜYOR

Türk gıda sektörünün 2021 yılında ABD'ye yaptığı ihracat, ilk kez 1 milyar doların üzerine çıktı. İhracatını 2 milyar dolara çıkarmayı hedefleyen sektör temsilcileri, ABD pazarında ürünlerine olan talebi artırmak için üç yıldır Ticaret Bakanlığı destekli “Turquality” projesi yürütülüyor. Sektör temsilcilerine göre 24 milyar dolar seviyesinde olan gıda ihracatını 40 milyar dolara çıkarmanın en hızlı ve kolay yolu ABD pazarına girmek.

### TÜRKİYE'NİN DÜNYADA İLK SIRALARDA YER ALDIĞI ÜRÜNLER

Türkiye; fındık, kiraz, incir, kayısı, ayva ve haşhaş üretiminde dünyada birinci; kavun, karpuz, vişne, hıyar, keçiyoynuzu ve nohut üretiminde ikinci; mandarin ve elma üretiminde üçüncü; Antepfıstığı, çilek, kestane, ceviz ve mercimek üretiminde ise dördüncü sırada yer alıyor. Şekerpancarında beşinci, limonda ve üzümde altıncı olan ülke, kültü pamuk üretiminde yedinci sırada bulunuyor. Dünyada yılda yaklaşık 1,1 milyon ton fındık üretilirken bunun yüzde 69'u Türkiye'de yetiştiriliyor. Ayva üretiminde 666,6 milyon tonluk üretimin yüzde 26'sı da Türkiye'den karşılanıyor. Kiraz üretimi yaklaşık 2,6 milyon ton olarak hesaplanırken

bunun yüzde 26'sı Türkiye'de üretiliyor. Dünya incir üretimi 1,3 milyon tonu bulurken Türkiye yüzde 24 payla bu üründe de ilk sırada yer alıyor. Türkiye, dünya kayısı üretiminin de yaklaşık yüzde 21'ini gerçekleştirerek bu alanda da birinci durumda bulunuyor.



TİM Yönetim Kurulu Üyesi ALİ KAVAK

### “LABORATUVAR KURULMASI İÇİN OLUR ALDIK”

TİM Yönetim Kurulu Üyesi Ali Kavak, 3,5 milyar dolarlık ihracat hacmine ulaşan Türk yaş meyve ve sebze sektörünün, Türkiye'ye sağladığı ihracat gelirinin net döviz girdisi olduğunu belirterek sektörün üretim safhasından başlayarak tarım işçiliği, paketlenme, ambalajlama ve nakliye süreci de dikkate alındığında istihdamda büyük katkılar sağladığını vurguladı. Ülke ekonomisi için stratejik öneme sahip yaş meyve ve sebze sektörünün yıllık 55 milyon ton olan üretiminin yaklaşık yüzde 8-9'unun ihraç edildiğini ifade eden Ali Kavak, “İhracatçılar olarak çiftçilerimizin üretim isteğini diri tuttuğumuz, onların her zaman can simidi olduğumuz gerçeği ortadadır. Yaş meyve ve sebze satış fiyatlarının aşağı çekilmesi için üretim maliyetlerinin düşürülmesi, çiftçilerimizin mutlak surette ürün bazlı desteklenmesi ve üretimi teşvik edecek enstrümanların devreye sokulması gerekiyor. Bununla beraber bir müjdeyi de paylaşmak isterim. T.C. Ticaret Bakanı Mehmet Muş ile yaptığımız görüşmeler neticesinde pestisit kalıntısı analizlerine yönelik ihracatçı birliklerinin kendi laboratuvarlarını kurması için olur aldık. Mersin, Adana ve Hatay'da bu yapıyı kâr amacı gütmeyen kuracağız.” dedi.

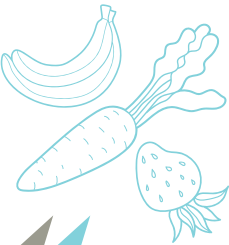




Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı **Nejdât Sin**

### “ORTAK HAREKET EDİLMELİ”

Türkiye'nin 2021 yılındaki 3,1 milyar dolarlık yaş meyve sebze ihracatına 1,3 milyar dolar değer ile yüzde 42 oranında destek veren Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Nejdât Sin, “Yaş meyve sebze sektörünün lideri olarak Türkiye’de koordinatörlük ve sekretaryaya hizmetlerini yürüten AKİB, her zaman ülke genelinde tüm kamu kurum ve kuruluşları ile iyi bir diyalog içinde oldu. Tarım, bizim ve ülkemiz için millî savunma kadar önemli bir konudur. Bu açıdan baktığımızda sorunları çözmek için daha fazla çaba göstermeliyiz. Biz ihracatçılar, ilaç kalıntısı veya bitkisel hastalıktan kaynaklı olarak ihraç ettiğimiz ürünlerin geri gönderilmesi konusunda önemli kayıplar yaşadık. Bu sıkıntılar hâlâ devam ediyor. AKİB olarak Tarım ve Orman Bakanlığı ile Ticaret Bakanlığımızla diyalog içindeyiz. Eksiklerimizi tüm paydaşlarla beraber ortak hareket ederek aşabileceğimizi düşünüyorum.” dedi.



### TURQUALITY DESTEĞİ

İhracatını 2 milyar dolara çıkarmayı hedefleyen sektör temsilcilerinin, ABD pazarında ürünlerine olan talebi artırmak için üç yıldır Ticaret Bakanlığı destekli “Turquality” projesi yürütülüyor.



Ege Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Başkanı **Hayrettin Uçak**

### “TROPİKAL MEYVE İHRACATIMIZI 20 MİLYON DOLARA ÇIKARABİLİRİZ”

Türkiye'nin katma değer zincirini her geçen yıl büyüttüğünü söyleyen Ege Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Başkanı Hayrettin Uçak, “Özellikle son yıllarda tropikal meyve ihracatındaki yükselen grafiğimiz, bunu net bir şekilde ortaya koyuyor. 2018’den 2021’e kadar olan dört yıllık dönemde tropikal meyve ihracatımızı yüzde 225 artırdık. Türkiye geneli tropikal meyve ihracatımız 2018 yılında 4 milyon dolar, 2019 yılında 5 milyon dolar, 2020 yılında 6 milyon dolarken 2021 yılında ihracatımızı yüzde 85 sıçramayla 13 milyon dolara yükselttik. Kivi ve avokado ile başladığımız bu yola ejder meyvesi, çarkıfelek, karambola, papaya, mangost, guava armudu, mango, ananas, hindistan cevizi, yaban mersini, kumkuat gibi ürünleri ekleyerek tropikal meyvede ürün gamımızı genişlettik.” dedi. 2022 yılının ilk yarısında Türkiye'nin 7 milyon 857 bin dolarlık tropikal meyve ihracatı gerçekleştirdiğini açıklayan Uçak sözlerine şöyle devam etti: “Rusya'nın ilk sırada olduğu kivi ihracatımız 5 milyon 454 bin dolar olarak gerçekleşti. En fazla ivme kaydettiğimiz mangoda ihracatımız 144 bin dolardan 1 milyon 126 bin dolara yükseldi. Birleşik Krallık 948 bin dolarla mango ihracatımızda birinci sırada. Almanya'nın başı çektiği yaban mersini ihracatımız ise 524 bin dolardan 761 bin dolara yükseldi. 2020 yılında yaklaşık 60 ülkeye tropikal meyve ihraç ederken bunu 2021 yılında 83 ülke ve bölgeye çıkarttık. 2022 yılı sonunda tropikal meyve ihracatımızı 20 milyon dolara çıkarabileceğimizi öngörüyoruz.”



detay bakış



Küresel gıda sektörü, diğer sektörler içinde pastadan büyük bir pay alıyor. Dünya meyve üretiminde beşinci sırada olan Türkiye de önemli bir ivmelenme yaşıyor.



## Genç TİM ile GENÇLERİN ÖNÜ AÇILACAK

Genç TİM'liler,  
ihracat ailesinin  
gençlik  
potansiyelini  
artırıyor.

T

ürkiye'nin ihracattaki gençlik potansiyelini artıran Genç TİM ekibi, 2022 yılının ilk yarısını büyük bir sinerjiyle geride bıraktı. İhracatın yeni nesil neferleri, Şubat ayı itibarıyla Türkiye'nin ilk bölgesel sürdürülebilir ihracat seferberliğini Marmara ile başlatmıştı. Aynı zamanda Kolombiya ve Panama'ya da fiziki heyetlere katılan Genç TİM'liler, henüz ihracat yapmayan gençleri de bünyesine dâhil edip Türkiye ekonomisine katkı sağlamaya devam ediyor. Genç TİM Üyesi, Türkiye'nin en genç birlik başkanı ve aynı zamanda Akdeniz İhracatçı Birlikleri Başkanlar

Kurulu Üyesi Veysel Memiş'in Türkiye ekosistemi ve Genç TİM ile ilgili düşüncelerini aldık.

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

Türkiye ekonomisinde karar verici pozisyonda yer alan yapının büyük bir bölümünü, yaş itibarıyla daha olgun kişiler oluşturuyor. Ancak bu zincirin kırılması için gençlerin daha proaktif davranması gerekiyor. Türkiye ekonomisinde yer alan gençlerin çok ciddi bir potansiyeli olmasına rağmen bunun bugüne kadar



değerlendirilmemesi bence çok üzücü. Zira gençlere karşı güven problemi olduğu kanaatindeyim, oysa bizler çalışkan bir milletiz. İnaniyorum ki gençlerimiz, çok hızlı bir şekilde firmaların bünyesinde inisiyatif alıcı kişiler statüsünde hızlıca yer alacak. Türkiye'nin demografik yapısı da buna oldukça uygun, Türkiye, genç ağırlıklı bir nüfusa sahip. Bu kapsamda Türkiye ekosistemine destek veren Genç TİM vasıtasıyla ülkemizin çok daha iyi yerlere geleceğinden eminim. Gençlerin önü, Genç TİM ile daha da açık olacak.

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

Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin bir dönem öncesinde hayata geçirilen Genç TİM oluşumunun, gelecek dönemde TİM Başkanı Mustafa Gültepe ile birlikte daha aktif ve daha stratejik bir hâle geleceğini düşünüyorum. Geçen dönemde Genç TİM çatısı altında gayet güzel bir birliktelik süreci başlatıldı. Bu dönemde de o birliktelik ruhunun artarak devam edeceğine inanıyorum. Sonuç olarak geleceğimiz, gençlerin elinde. Bu sorumluluk bilinciyle gençlerimizin kendini çok daha geliştirip ülke ekonomisine aynı şekilde katkı sağlayacağını düşünüyorum. Bu konu üretkenlikle alakalı, gençlerimiz ne kadar fazla üretken olursa ülke ekonomisi genel anlamda o denli gelişim gösterecektir. Bu sebeple benim gözümde Genç TİM hem güç hem de gurur tablomuzdur. Türkiye'nin dünya ekonomisinde daha aktif ve karar verici hâle gelebilmesi için Genç TİM organizasyonunun daha inisiyatif alabilecek duruma getirilmesi gerektiği kanaatindeyim. Organize edilen projelerde daha fazla sorumluluk alabilecek, daha yetkin bir konuma ulaşılması gerekiyor.

### **Genç TİM'in 2022 hedefleri arasında neler var?**

İhracatın ülkemiz açısından önemi ve ülke kalkınmamız açısından katkısında, genel farkındalık giderek artış gösteriyor. TİM çatısı altındaki ihracat ailemiz, her ay binleri aşan sayılarda ihracata yeni katılan firmalarla büyümesini sürdürüyor.



**Veysel Memiş: "Genç TİM'li olma fırsatını ve özelliğini taşıyan tüm işletmelerimizin, bu çatıya katılımını ve farkındalık düzeyini artırmak en öncelikli hedeflerimiz arasında yer alıyor."**

Uluslararası lojistiğin çok hızlı geliştiği bu ortamda, Genç TİM'li olma fırsatını ve özelliğini taşıyan tüm işletmelerimizin, bu çatıya katılımını ve farkındalık düzeyini artırmak en öncelikli hedeflerimiz arasında yer alıyor. Hâlihazırda yaşadığımız baş döndürücü hızdaki değişim ve dijitallaşmaya daha açık ve hızlı adapte olan dinamik genç ihracatçılarımızın, ülkemiz ihracatının gelişimi adına pozitif katkı sağlayacağına inanıyorum. Bu doğrultuda, ülkemizin üretim kapasitesinin ve lojistik konumunun verdiği avantajla Genç TİM ekibi olarak ihracat kültürünün tabana yayılması yanında, hedef pazarlar-sektörler üzerinde yoğunlaşarak, daha istikrarlı ve sürdürülebilir bir ihracat artışı üzerinde çalışacağız.



iHracat analiz



Rekor üstüne rekor

# İHRACAT AİLESİNİN İLK YARI KARNESİ

Türkiye'nin ekonomi ve ticaret diplomasisinin saha neferleri, tarihin en yüksek altı aylık ihracat rakamına ulaşarak 125,9 milyar dolar seviyesinde dış satıma imza attı.



İlk altı ayda ihracat rakamları, yüzde 20 artışla 126 milyar dolara yaklaştı.



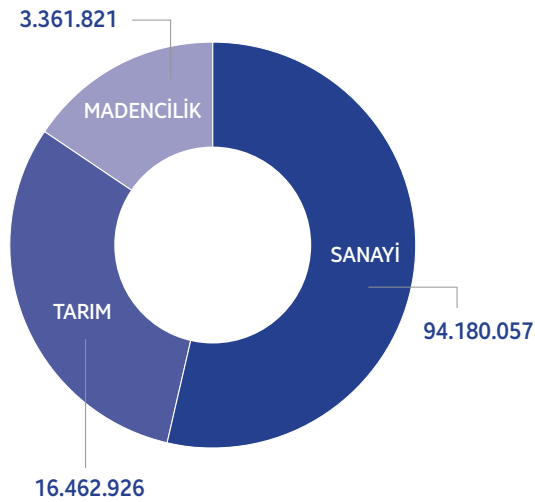
Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı Mustafa Gültepe, ihracat ailesinin ilk altı ayını değerlendirdi. TİM Başkanı Mustafa Gültepe, “İhracatımızda mevcut yükseliş ivmesinin sürmesi, bizler için son derece değerli. İlk altı ayda ihracat rakamlarımız, yüzde 20 artışla 126 milyar dolara yaklaştı. 12 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.

#### KİMYA SEKTÖRÜ İLK SIRADA

İhracat ailesi, her geçen gün yıl sonu hedeflerine bir adım daha yaklaşıyor. 1 Ocak-30 Haziran tarihleri arasında 20’den fazla sektör ihracatını artırdı. Söz konusu sektörler arasında ilk sırada kimya sektörü yer aldı. Kimyevi maddeler ve mamulleri ihracatçıları yılın ilk altı ayında 16 milyar 748 milyon dolar değerinde

ihracat gerçekleştirdi. Ocak ayında 2 milyar 127 milyon dolar, Şubat ayında 2 milyar 392 milyon dolar, Mart ayında 2 milyar 976 milyon dolar, Nisan’da rekor ivmelenmeyle 3 milyar 301 milyon dolar seviyesine ulaşan sektör temsilcileri Mayıs’ta gerileme yaşasa da hızlı toparlandı. Mayıs ayında 2 milyar 759 milyon dolar bandında ihracat gerçekleştiren kimyevi maddeler ve mamulleri ihracatçıları Haziran ayında 3 milyar 190 milyon dolar ihracata imza attı.

#### 1 OCAK-30 HAZİRAN TARİHLERİ ARASINDA ANA SEKTÖR İHRACATLARI (1000 \$)





## İhracat analiz

İhracat şampiyonlarının arasında ikinci sırada otomotiv sektörü yer aldı. Sektör temsilcileri Ocak ayı itibarıyla 2 milyar 227 milyon dolar, Şubat'ta 2 milyar 539 milyon dolar, Mart'ta 2 milyar 679 milyon dolar, Nisan'da 2 milyar 742 milyon dolar, Mayıs'ta 2 milyar 300 milyon dolar ve Haziran'da 2 milyar 771 milyon dolar ihracat gerçekleştirdi. Böylelikle sektör, yılın ilk altı ayında toplam 15 milyar 261 milyon dolar değerinde dış satıma imza attı.

Türkiye'nin en çok ihracat gerçekleştiren üçüncü sektörü ise çelik oldu. Çelik ihracatçıları toplamda 11 milyar 896 milyon dolar değerinde ihracat yaptı. İlgili sektörün Haziran ayı ihracatı 2 milyar 301 milyon dolar oldu. Listenin dördüncü sırasında demir ve demir dışı metaller (7 milyar 817 milyon dolar) ve beşinci sırada ise elektrik ve elektronik (7 milyar 343 milyon dolar) sektörleri yer aldı.

### 1 OCAK-30 HAZİRAN TARİHLERİ ARASINDA ÜLKELERE GÖRE İHRACAT (1000 \$)

ÜLKE	2021	2022
ALMANYA	8.566.901,03	9.762.822,92
ABD	5.902.264,29	7.367.242,40
BİRLEŞİK KRALLIK	6.001.155,88	6.153.971,22
İTALYA	5.112.117,75	5.972.035,71
İSPANYA	4.170.916,13	4.966.146,64
İRAK	3.899.377,99	4.837.697,76
FRANSA	4.238.228,07	4.395.788,36
HOLLANDA	2.954.476,15	3.906.270,38
İSRAİL	2.785.683,12	3.567.021,81
ROMANYA	2.222.790,27	3.391.287,66

Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM) Başkanı Mustafa Gültepe, "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 hazır." dedi.

### İHRACATTA ALMANYA LİDER

Türk ihracatçısı yılın ilk altı ayında en fazla Almanya'ya yönelik ihracat gerçekleştirdi. Almanya'ya 2021 yılında 1 Ocak-30 Haziran tarihleri arasında 8 milyar 556 milyon dolar düzeyinde ihracat yapılırken 2022 yılının aynı döneminde bu rakam 9 milyar 762 milyon dolar seviyesine çıktı. İkinci sırada ABD yer aldı. ABD'ye 2022 yılının ilk altı ayında 7 milyar 367 milyon dolar değerinde ihracat gerçekleşti. Birleşik Krallık ise 6 milyar 153 milyon dolar ile üçüncü sırada yer aldı. İtalya (5 milyar 972 milyon dolar) ve İspanya (4 milyar 966 milyon dolar) ise sıralamada dördüncü ve beşinci ülke konumunda yer aldı.

Ülkelere göre yılın ilk altı ayında yapılan ihracat dağılımında en fazla yükseliş Romanya'ya yönelik gerçekleşti. Romanya'ya ihracat yüzde 52,6 artarken ikinci dikkat çeken artış Hollanda (yüzde 32,2) ve





## ihracat analiz



üçüncü ülke ise İsrail (yüzde 28,0) oldu.

### İHRACATTA İSTANBUL BİRİNCİ

İstanbul, yılın ilk yarı değerlendirmesinde en fazla ihracatın gerçekleştiği şehir oldu. İstanbul'da faaliyet gösteren ihracatçılar Ocak ayında 6 milyar 980 milyon dolar, Şubat'ta 7 milyar 948 milyon dolar, Mart'ta 9 milyar 62 milyon dolar, Nisan'da 9 milyar 335 milyon dolar, Mayıs'ta 7 milyar 450 milyon dolar ve Haziran'da 9 milyar 168 milyon

dolar ihracat rakamına ulaştı. Böylelikle İstanbul'dan yapılan ihracat yılın ilk altı ayında toplam 49 milyar 945 milyon dolar seviyesine yükseldi. Listenin ikinci sırasında Kocaeli yer aldı. Kocaeli'nden gerçekleşen ihracat söz konusu dönem itibarıyla 10 milyar 147 milyon dolar seviyesine ulaştı. 7 milyar 918 milyon dolar değerinde ihracata imza atan Bursa üçüncü şehir oldu. Dördüncülük ve beşincilik koltuğunda sırasıyla İzmir (7 milyar 140 milyon dolar) ve Ankara (5 milyar 346 milyon dolar) var.

# 126

milyar dolar  
İLK ALTI AY  
İHRACAT RAKAMI

# 16,7

milyar dolar  
KİMYEVİ MADDELER VE  
MAMULLERİ İHRACATI

### 1 OCAK-30 HAZİRAN TARİHLERİ ARASINDA İLLERE GÖRE İHRACAT (1000 \$)

İL	OCAK	ŞUBAT	MART	NİSAN	MAYIS	HAZİRAN	TOPLAM
İSTANBUL	6.980.673,16	7.948.548,67	9.062.558,51	9.335.109,78	7.450.195,42	9.168.387,39	49.945.472,94
KOCAELİ	1.455.561,60	1.391.522,10	1.882.400,44	1.914.164,70	1.612.206,54	1.891.950,70	10.147.806,07
BURSA	1.168.139,04	1.346.594,72	1.328.227,16	1.333.415,59	1.180.360,05	1.561.353,08	7.918.089,63
İZMİR	1.058.477,03	1.118.549,10	1.186.744,09	1.411.082,24	1.050.704,70	1.314.993,89	7.140.551,05
ANKARA	715.511,74	785.876,17	1.031.558,57	1.049.828,38	775.150,42	989.033,79	5.346.959,06



uzak rota

# HİNDİSTAN

## İhracatta 20 sektörün potansiyeli yüksek





uzak rota

Simge Soyel

Satrancın anavatanı Hindistan, dünya ekonomisinde uyguladığı stratejilerle kısa zamanda önemli bir güç hâline geldi. Son dönemde Türkiye ile ikili ilişkilerinde olumlu sinyaller veren ülkeye yönelik Türkiye'nin ihracat potansiyeli ise her geçen gün artıyor.

**DÜNYANIN EN FAZLA** nüfusa sahip ikinci ülkesi konumunda bulunan Hindistan'ın Türkiye ile ilişkisi, ülkemizin ihracatında artışı tetikliyor. Özellikle yılın ikinci çeyreğinde ihracatta önemli bir ivmelenmenin yaşandığı Hindistan'a yönelik, ihracat ailesi Nisan'da 113 milyon dolar, Mayıs'ta 135 milyon dolar ve Haziran'da 145 milyon dolar bandında dış satıma imza attı.

### SIYASİ VE TİCARİ İLİŞKİLER

Türk Kurtuluş Savaşı esnasında Hindistan'dan gelen maddi-manevi destek ile Hindistan'ın 1947'deki bağımsızlığının hemen ardından Türkiye tarafından tanınması, iki ülke ilişkilerini olumlu yönde ilerlemesine sebep oldu. Böylece, iki toplum arasında oldukça erken dönemlerde başlayan ve süreç içinde gelişip devam eden bu etkileşim siyasi, askerî, sosyal ve kültürel olmak üzere birçok sahada kendini gösterdi.

1990'lı yıllardan bu yana küresel ekonomi ve uluslararası politikada Hindistan'ın önem kazanması, Türkiye'nin Güney Asya için yeni bir strateji geliştirme arayışına yol açtı. Türkiye, Pakistan ve Bangladeş ile geleneksel olarak iyi ilişkilerini korurken Güney Asya siyasetinde Hindistan'ı önceliklendirmeye başladı.

İki ülke arasındaki ilişkiler, son yıllarda ortak stratejik hedefler doğrultusunda ısınmaya başladı. Eğitim, teknoloji ve ticaret alanlarında artan ikili ticaret

ilişkileri, yeni bir aşamaya geçti. Her iki tarafın, ticari ilişkilerini karşılıklı olarak sürdürülebilir bir temelde geliştirdiği görülüyor.

Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin rakamlarına göre 2022 yılı Haziran ayı itibarıyla ihracat ailesinin Hindistan'a yönelik gerçekleştirdiği ihracatın toplamı 750 milyon dolar seviyesine yükseldi. Böylelikle her geçen gün ihracatın arttığı söz konusu ülke, Türkiye'nin dünya ihracat sıralamasında yerini güçlendiriyor.

### HİNDİSTAN'IN İTHALAT YAPISI

Trademap 2019 raporuna göre Hindistan'ın dünyadan ithalatında Türkiye 36'ncı sırada bulunuyor. Ülkenin dünya ithalatında önde gelen ürünleri arasında ilk sırada ham petrol (101,9 milyar dolar) var. İkinci sırada

### ÜLKE KÜNYESİ

Resmî Adı	: Hindistan Cumhuriyeti
Devlet Başkanı	: Ram Nath Kovind
Başkent	: Yeni Delhi
Nüfus	: 1,36 milyar
Yüz Ölçümü	: 3.287.263 kilometrekare
Konuşulan Dil	: Hintçe
Para Birimi	: Hint Rupisi (INR)
Toplam İhracatı	: 300,4 milyar dolar
Toplam İthalatı	: 362,9 milyar dolar
Türkiye'den İthalatı	: 2,3 milyar dolar
Türkiye'ye İhracatı	: 6,6 milyar dolar



Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin rakamlarına göre 2022 yılı Haziran ayı itibarıyla ihracat ailesinin Hindistan'a yönelik gerçekleştirdiği ihracatın toplamı 750 milyon dolar seviyesine yükseldi.



### Türkiye'nin Hindistan'a İhracat Potansiyeli En Yüksek Olan Ürün Grupları

Makine	%47
Demir-Çelik	%53
Plastik-Kauçuk	%31
Demir-dışı metaller	%6
Motorlu araçlar ve aksamları	%41
Kimyasallar	%51
Metal ürünler	%28
Yağlı tohumlar	%86
Sentetik tekstil kumaşlar	%22
Meyveler	%20
Bakliyat	%37
Mineral ürünler-elektrik enerjisi	%28
Elektronik ekipman	%11
Mücevherat	%17
Diğer sanayi ürünleri	%32
Kâğıt ürünleri	%26
Hazırgiyim	%64
Seramik ürünler	%45
Halılar	%74
Diğer işlenmiş gıda ürünleri	%28

altın (31,1 milyar dolar) ve üçüncü sırada ise diğer taş kömürleri (13,5 milyar dolar) ürün grubu bulunuyor. Elmaslar (13,5 milyar dolar) ve doğal gaz (9,6 milyar dolar) Hindistan'ın ithalatında dördüncü ve beşinci sırasında yer alıyor.

Hindistan'ın ithalatında sektörler göre ülkelere bakıldığında ilaç ve kimya sektöründe Çin Halk Cumhuriyeti, elektrik-elektronikte ABD, mücevher ve kıymetli taşlarda Birleşik Arap Emirlikleri ve makine sanayisinde Irak ile yoğun ticaret yaptığı dikkat çekiyor.

### HİNDİSTAN'IN TÜRKİYE'DEKİ YANSIMASI

Hindistan'ın Türkiye'den ithalatı incelendiğinde ise istikrarlı bir ivmelenmenin yaşandığı görülüyor. Söz





# UGM'DEN AVRUPA'DA HİZMET ATAĞI

Kurulduğu 1981 yılından bu yana Gümrük Müşavirliği hizmeti vermekte olan sektörün lider firması Ünsped Gümrük Müşavirliği ve Lojistik Hizmetler A.Ş. 11 Avrupa ülkesinde hizmet verebilmek amacıyla önemli bir iş birliğine imza attı. UGM yapılan bu iş birliği ile çözüm ortağı Customs Support Group (CGS)'un 11 ülkede yerleşik 70 ofisi ve 1000 kişilik uzman kadrosu vasıtasıyla hizmet alanını global ölçüğe taşıma imkanına kavuştu. CGS 20 yıllık deneyimi ve güvenilir dijital altyapısıyla sırasıyla Almanya, Belçika, Birleşik Krallık, Finlandiya, Fransa, Hollanda, İrlanda, İtalya, İsveç, İsviçre ve Polonya'da 10,000 firmayı aşan müşteri portföyüne ithalat, ihracat, transit gümrükleme, fiskal temsilcilik, gümrüklü depolama ve danışmanlık çözümleri sunmaktadır.

Bahse konu girişim tüm faaliyetlerinde şeffaflığı ve hesap verebilirliği ilke edinen kurumsal yönetim anlayışı ile ülke içindeki sektörel payını %10'a yükselten UGM'nin müşteri odaklı hizmetlerini yurtdışında da başarıyla sürdürmesini sağlayacaktır.

[www.ugm.com.tr](http://www.ugm.com.tr)  
0212 410 23 00 - 444 99 81



Türkiye,  
Hindistan'a 20  
ürün grubunda  
ihracatını  
artırma  
potansiyeline  
sahip.



konusu ülke Türkiye'den 2015, 2016 ve 2017 yıllarında yüzde 1 dolayında alım yaparken bu pay, 2018 yılında yüzde 2 ve 2019 yılında ise 2,3'e yükseldi.

Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin 2020 yılı rakamlarına göre Türkiye'nin Hindistan'dan aldığı payı en fazla artıran sektör yüzde 213 değişim ile savunma ve havacılık sanayi oldu. Sıralamada yüzde 131 artışla süs bitkileri ve mamulleri ile yüzde 61 artış ile su ürünleri ve hayvansal mamuller sektörleri yükselişi takip etti.

### POTANSİYEL YÜKSEK

İki ülkenin gerek coğrafi gerekse kültürel yakınlığı, ihracat potansiyelinin her geçen gün artmasına sebep oluyor. Türkiye'nin Hindistan'a ihracat potansiyeli en yüksek olan ürün grupları arasında yüzde 86 pay ile yağlı tohumlar sektörü geliyor. Hazırlanan listede yüzde 74 ile halı, yüzde 64 ile hazır giyim, yüzde 51 ile kimyasallar ve yüzde 45 ile seramik ürünleri dikkat çekiyor. Bu pazara ihracatını artırmak isteyen Türkiye'nin, öncelikli olarak bu ürünlere yönelmesi, mevcut üretim

tecrübesi ve know-how verimliliğini artıracak bir faktör olabilir. Hindistan'a yönelik diplomatik ilişkilerde atılan olumlu adımların gelecek süreçte dış ticaret rakamlarına yansımaları bekleniyor.

### Türkiye'nin Hindistan'a İhracat Potansiyeli En Yüksek Olan Ürün Grupları

Makine	%47
Demir-çelik	%53
Plastik-kauçuk	%31
Demir-dışı metaller	%6
Motorlu araçlar ve aksamaları	%41
Kimyasallar	%51
Metal ürünler	%28
Yağlı tohumlar	%86
Sentetik tekstil kumaşlar	%22
Meyveler	%20
Bakliyat	%37
Mineral ürünler-elektrik enerjisi	%28
Elektronik ekipman	%11
Mücevherat	%17
Diğer sanayi ürünleri	%32
Kâğıt ürünleri	%26
Hazır giyim	%64
Seramik ürünler	%45
Halılar	%74
Diğer işlenmiş gıda ürünleri	%28





uzak rota

Mumbai Ticaret Ataşesi  
Hüseyin AYDIN

“11. Kalkınma Planı, İhracat Ana Planı, OVP, Cumhurbaşkanlığı Yıllık Programı ve Bakanlığımızın Stratejik Planı rehber edinilmek suretiyle hazırlanan Uzak Ülkeler Strateji belgesinde hedef ülke olarak belirtilen Hindistan, sahip olduğu genç nüfus ve orta sınıfla pek çok küresel firmanın odaklandığı bir pazar oldu. COVID-19 sonrası dönemde ülkede ithalat, kayda değer bir artışa girerken yabancı sermaye yatırımları da ülkedeki geniş iç pazara ulaşmak ve Hindistan'ın çevre ülkeleriyle ve ticaret anlaşması imzaladığı ülkeler ile ticaret açısından ABD, Japonya, Güney Kore ve Avrupa ülkeleri için bir fırsat kapısı olarak değerlendiriliyor. Hindistan, yüksek pazar rekabetinin olduğu fiyat rekabetçi bir pazar olarak tanımlanabilir. Öte yandan ülkede var olan üretim altyapısı için gerekli olan makine-teçhizat, ara malı ve ham madde ithalatı firmalarımız için ihracat fırsatı oluşturuyor. Buna ilaveten ülkedeki gelir düzeyine bağlı tüketici grupları organize perakende ve e-ticaret vasıtasıyla geçmiş yıllardan çok daha fazla çeşitli ithal ürüne ulaşabiliyor. Hindistan pazarını hedefleyen ihracatçılarımızın, pazarın beklentilerine uygun ürün sunabilmesi ve hedef gruplarına göre fiyatlama yapabilmesi pazarda başarılı olabilmede önemli hususlardandır. Hindistan pazarında potansiyeli olan ancak ihracatımızın düşük olduğu sanayi ürünleri gıda işleme ve ambalaj makineleri, takım tezgâhları, tekstil makineleri ve üretime yönelik teknoloji yatırımları, beyaz eşya, medikal cihaz ve tıbbi malzemeler, seramik ürünleri, mobilya, züccaciye ve ev dekorasyon ürünleri, hazır giyim (kadın ve çocuk giyim), asansör ve ekipmanları ve elektrik, iletim-dağıtım ve bağlantı ekipmanlarıyla inşaat malzemeleri

olarak sayılabilir. Aynı minvalde tarım ürünlerinde şekerli ve çikolatalı mamuller, zeytinyağı ve zeytin ürünleri, kuru meyveler (üzüm, incir gibi), fındık, makarna (yüksek kalitede olan çeşitler), taze elma dışındaki taze meyve grupları, gurme kategorisinde yer alabilecek vejetaryen paketli gıda, maden suyu ve hazır limonata kategorisindeki içecekler sıralanabilir. Firmalarımıza ikili ve yüz yüze ilişkilerin hâlâ geçerli ve önemli olduğu Hindistan'da, yalnızca telefon ve elektronik yollardan ithalatçı firmalara ulaşmalarının yeterli olmayacağı, bunların yanı sıra ülkeye yönelik ticaret heyetleriyle birlikte sektörel fuarlar ve yerinde müşteri ziyareti gibi pazarlama faaliyetlerinin çok önemli olduğu Ataşeliğimiz tarafından yapılan bilgilendirmelerde hatırlatılmaktadır. Bu vesileyle Hindistan'ın ticaret ve ithalatında en önemli şehir olan Mumbai'de Türkiye İhracatçılar Meclisi tarafından 9-13 Ekim 2022 tarihleri arasında düzenlenmesi planlanan genel nitelikli bir ticaret heyeti programı ülkemiz için bakir konumda bulunan Hindistan'ın potansiyelinin firmalarımızca daha iyi anlaşılabilmesine yardımcı olabileceği gibi pek çok firmamızca girilmesi zor olarak tanımlanabilecek Hint pazarında ithalatçı firmalar ile doğrudan görüşme yapabilme imkânı sağlayacaktır.”



**HİNDİSTAN TİCARET HEYETİ  
(9-13 EKİM 2022, MUMBAİ)**

T.C. Ticaret Bakanlığı koordinasyonu, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) organizasyonu ile 9-13 Ekim 2022 tarihleri arasında Hindistan'a yönelik tüm sektörleri kapsayan genel nitelikli bir Fiziki Ticaret Heyeti gerçekleştirilecek. Mumbai şehrini kapsayacak söz konusu organizasyonda, Hindistan'dan iş insanlarının davet edileceği nitelikli iş görüşmeleri düzenlenecek.





ihracat şehir

İhracatta ilk yarıda,  
1 milyar dolar bandını aştı

# ANTALYA

Simge Soyel







İhracat Şehir

Turizm olanaklarının çeşitliliği, tesisleşmenin gelişmişliği, her mevsim tarıma uygun toprakları ile ihracata her yönüyle hitap eden Antalya, 2022'nin ilk yarısında 1 milyar dolar seviyesini geçti.

## TÜRKİYE İHRACATÇILAR

**MECLİSİ'NİN** (TİM) rakamlarına göre Antalya, Haziran ayında Türkiye'nin ihracatında 15'inci sırada yer aldı. Ocak ayında 149 milyon 688 bin dolar, Şubat ayında 166 milyon 92 bin dolar, Mart ayında 192 milyon 977 bin dolar ve Nisan ayında 209 milyon 419 bin dolar ihracata imza atan şehir, Mayıs ayında gerileme yaşadı. Mayıs'ta 166 milyon 152 bin dolar değerinde dış satıma imza atan Antalya, söz konusu düşüşü hızla toparlayarak Haziran ayında 178 milyon 482 bin dolar ihracat gerçekleştirdi. Böylelikle yılın ilk yarısında, 1 milyar 62 milyon dolar ihracat seviyesine ulaştı.

## EN FAZLA ALMANYA'YA İHRACAT GERÇEKLEŞİYOR

Antalya'nın yaptığı ihracatta öne çıkan ilk üç ülke arasında Almanya, Hollanda ve Rusya Federasyonu var. Almanya'ya yönelik gerçekleşen ihracat, yılın ilk yarısında 87 milyon 86 bin dolara ulaştı. İkinci sıradaki Hollanda ise değerinde artış ile dikkat çekiyor. Geçen sene 54 milyon 739 bin dolar ihracatın yapıldığı Hollanda'ya 2022 yılının ilk yarısı itibarıyla yüzde 30,4 artış yaşandı. Hollanda'ya toplam 71 milyon 401 bin dolar dış satıma imza atıldı. Listenin üçüncü sırasındaki Rusya Federasyonu'na ihracat ise 64 milyon 322 bin dolar oldu.

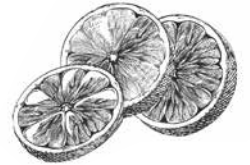
Antalya'nın en fazla ihracat yaptığı dördüncü ülke (50 milyon 797 bin dolar) Romanya ve beşinci ülke (47 milyon 283 bin dolar) İtalya. İtalya'ya yapılan ihracat aynı zamanda yüzde 113,8 artışla dikkat çekiyor.

## ANTALYA İHRACATINDAKİ REKOR SEKTÖRLER

Antalya'nın ihracatında yaş meyve ve sebze sektörü öne çıkıyor. Söz konusu sektör 2022 yılında 319 milyon 430 bin dolar düzeyinde ihracata imza attı. İkinci sırada ise madencilik ürünleri yer alıyor. Antalya'dan 206 milyon 567 bin dolar seviyesinde ihracat yapıldı. Madencilik sektörünü 156 milyon 51 bin dolarla mobilya, kâğıt ve orman ürünleri sektörü takip ediyor. Bölgenin ihracatında ilk beşe giren diğer sektörler ise 119 milyon 643 bin dolarla kimyevi maddeler ve mamulleri sektörü ile 40 milyon 444 bin dolarla süs bitkileri ve mamulleri sektörü.

## ANTALYA EKONOMİSİ

Antalya ekonomisinde turizm, ticaret ve tarım ön plana çıkıyor olsa da sanayi faaliyetleri son döneme oldukça büyük bir gelişim gösteriyor. Aynı zamanda Antalya'da hayvancılık ve madencilik gibi sektörler de iş faaliyetlerinin gerçekleştirildiği alanları kapsıyor.



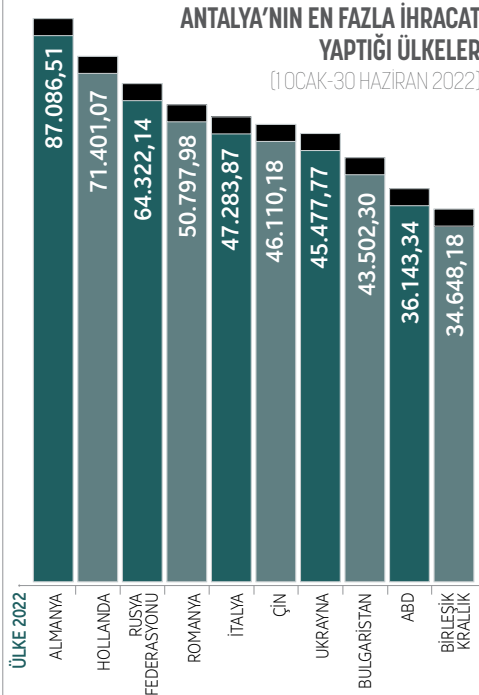
## BAİB İLE ANTGIAD İŞ BİRLİĞİ PROTOKOLÜ İMZALADI

Batı Akdeniz İhracatçılar Birliği (BAİB) ile Antalya Genç İş İnsanları Derneği (ANTGIAD) arasında iş birliği protokolü imzalandı. BAİB Başkanı Ümit Mirza Çavuşoğlu ile ANTGIAD Başkanı Osman Sert arasında imzalanan protokole göre BAİB, ANTGIAD üyelerine dış ticaret eğitimleri verip, ihracat teşvikleri ve uygulamaları hususunda seminerler düzenleyecek ve iki kurum arasında bölgede ihracatı artıracak projeler geliştirilecek.



İhracat Şehir

Antalya, yılın ilk yarısında 1 milyar 62 milyon dolar ihracat seviyesine ulaştı.



**Tarım:** Antalya ekonomisi, tarım ve turizme dayanıyor. Verimli topraklarında en çok buğday, arpa ve yulaf yetiştiriliyor. Ayrıca pamuk, susam, soğan, yer fıstığı ve nohut gibi ürünlerin de yetiştiği bölgede, ortalama 35 bin hektar üzerindeki alanda üretim yapılıyor. Diğer şehirlere göre seracılıkta en modern tesislere sahip olan şehirdeki ortalama 32 bin hektarlık alanda domates, biber, fasulye, patlıcan, hıyar, kavun ve karpuz yetiştiriliyor. Meyvecilikte de çok ileri olan Antalya'da en çok muz, portakal, limon ve greyluft üretimi gerçekleşiyor.

**Hayvancılık:** Meraların azalması nedeniyle hayvancılık pek gelişmemiş olsa da Antalya, balıkçılık bakımından zengindir. Akkaya, kuzubalığı, çıplak leka, lakuz, orfoz, akya, mercan, fargri, tranca, çipura balıkları ile ıstakoz,

# Fuar lojistiği taşımacılığında lima imzası



İLETİŞİM:

0850 203 54 62 [limalogistics.com](http://limalogistics.com)





İhracat Şehir

"Batı Akdeniz'i kapsayan Antalya, Burdur ve Isparta illerinden yılın 6 aylık döneminde 1 milyar 360 milyon 962 bin dolar ihracat gerçekleşti."

karides, mürekkep balığından supya, klamanya ve ahtapot vardır.

**Maden:** Antalya yeraltı kaynakları (madenleri) bakımından zenginse de bu madenlerden krom, borit, alüminyum ve mangenez az miktarda işletiliyor.

**Sanayi:** Antalya, sanayi sektöründe pek gelişmemiş olsa da dokuma, kiremit, gıda, mobilya ve metal sanayi alanında fabrika ve tesisler bulunuyor.

### "BATI AKDENİZ İHRACATINI HER YIL ARTIRACAĞIZ"



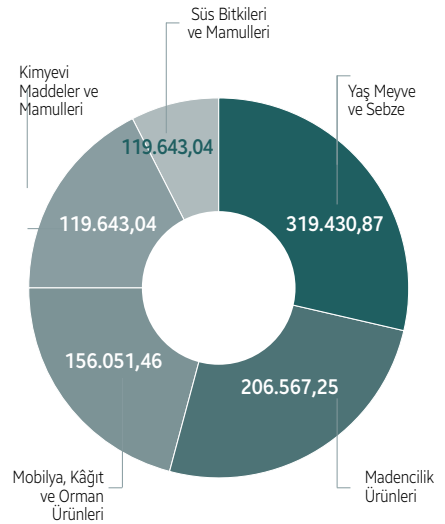
Antalya, Burdur ve Isparta illerinin ihracatını artırmak için yoğun bir şekilde çalıştıklarını ifade eden Batı Akdeniz İhracatçılar Birliği (BAİB) Başkanı

Çavuşoğlu, "Batı Akdeniz'i kapsayan Antalya, Burdur ve Isparta illerinden yılın altı aylık döneminde 1 milyar 360 milyon 962 bin dolar ihracat gerçekleşti. Geride kalan altı aylık dönemde ihracatımız dolar bazında geçen yılın altı aylık döneminde göre yüzde 5,46 oranında artış gösterdi. Bölgemizden sadece Haziran ayında gerçekleşen ihracat 242 milyon 375 bin dolar oldu ve Haziran ayı ihracatımızda geçen yılın aynı dönemine kıyasla yüzde 4,6 gerileme yaşandı. Bölge ihracatımızı geliştirmek için çalışmalarımızı önümüzdeki dönemde de sürdüreceğiz. Bütün sektörlerimizi kapsayacak yurt dışı pazarlama programları düzenleyeceğiz. Hedefimiz, Batı Akdeniz ihracatını her yıl daha da artırmak ve bugüne kadar hiç ihracat gerçekleştirmemiş firmalarımızı ihracat yapar hâle getirmek." dedi.



### ANTALYA İHRACATINDA ÖNE ÇIKAN SEKTÖRLER

2021 - 2022





# SOFT™

## İŞ ÇÖZÜMLERİ ANONİM ŞİRKETİ

Atlas Lojistik Jüri  
Özel Ödülü SOFT  
Web CRM' in Oldu

### SOFT Web CRM

Dijital Dönüşüm Stratejinizi SOFT Uygulamaları ile Mükemmelleştirin



#### BULUT PLATFORMU

Cihaz ve konum  
bağımsız erişim



#### UÇTAN UCA YÖNETİM

Yeni kanun ve  
mevzuatlara uygun  
sürekli olarak geliştirilen  
çözümler



#### PERFORMANS YÖNETİMİ

Maliyet ve süreç  
yönetiminde verimlilik



#### İŞ ZEKASIVE ANALİTİK

Karar alma süreçlerinde  
veri bazlı yaklaşım



#### TAM ENTEGRE YAPI

Diğer SOFT  
uygulamaları ile tek bir  
ERP sisteminde  
yönetim



#### BİLDİRİM YÖNETİMİ

Mesaj ve e-posta gibi  
farklı tipte ileti izinlerinin  
yönetimi

Şirketlerin **Dijital Dönüşüm** serüvenlerinde verimliliğin temel anahtarı iş yazılımlarıdır. SOFT olarak çalışma hayatımızın 25. yılını arkamızda bırakırken sektöre yön veren bir firma olarak sunduğumuz kapsamlı çözümlerimiz, uzman ekibimiz ve müşteri memnuniyeti odaklı çalışma ilkimizle müşterilerimize sunduğumuz hizmet kalitemizi her zaman bir adım öteye taşıyoruz. Sektörümüzün zorlu ve değişken koşullarında yenilikleri ilk sırada takip etmeye devam ederken kazandığımız ödüllerle önümüzdeki yıllar içerisinde de çözüm odaklı yaklaşımlarımızı sürdüreceğiz.

SOFT CRM'in **İş Zekası** ve istatistiksel altyapı ve gelişmiş raporlama sistemiyle şirketler daha analitik kararlar alabilmektedir. Satış temsilcilerinin ve iş süreçlerinin takibi, randevu, görüşme, performans, fırsat ve teklif bilgileri yönetimi ve yetkilendirmeler ile sınırlandırılabilir, görev ve toplantı atamaları yapabilmektedir. Gerçek zamanlı veri girişi izlenebilirliği artırırken, performans kontrolünü sağlar. Kanun ve mevzuatlara uygun geliştirilmiş yeni SOFT İletim Yönetim Sistemi uygulamamız ile iletiler güvenle gönderilebilmekte, ileti adreslerinin takibi kolaylıkla yapılabilmektedir. Tam entegre yapısı sayesinde diğer SOFT uygulamalarıyla birlikte uçtan uca yönetim sağlanmaktadır.

"Tedarik Zinciri, Lojistik ve Taşımacılık Yönetiminde"

**Stratejik İş Ortağınız**



+90 212 212 79 20



pazarlama@soft.com.tr



web.soft.com.tr



## Kolajen takviyeleri

Prof. Dr. Berrin Pehlivan

M

isal bu ya!  
Hababam  
Sınıfı'nda  
öğretmen  
olsaydım,

lakabım “Takviye Düşmanı” olurdu. Bu konuda okurlarımın da yakından tanık olduğu tavizsiz tavrıma, bazen ben bile şaşırıyorum. Birçok takviye ilaç, bırakın faydasını, bilakis olumsuz etkilere sahip olduğu için beni hep mıknaş gibi çekiyor. Özellikle bilimsel veri ve dayanak konusundaki titizliğim, durmadan karşı duruş göstermeme neden oluyor. Lakin bu konuda biraz durup dinlenmenin vakti geldi diye düşünüyorum. Çünkü konu hassas; genç kalmak ve güzel olmak. Yazılarımı okuyan tüm kadın okurlar için kendime “Hocam bir dur!” deyip, biraz daha araştırmak istedim.

İşte size sürpriz bir doktor tavsiyesi: Kolajen. Üstelik takviyesinin de işe yarayacağını söylemek mümkün. Yapılan bilimsel çalışmalara baktığımızda, ağızdan alınan kolajen takviyeleri ile ilgili ümit verici sonuçların ortaya çıktığını görüyoruz. Plasebo kontrollü, deri biyopsisi ile sonuçları araştırılan çalışmalarda cilt elastikiyeti, gerginliği ve

eklem ağrılarında iyileşmeler gözleniyor.

Kolajende cilt, kemik, kıkırdak ve tendon gibi özellikle bağ dokularının yapısal proteini ve en az 16 çeşidi var. Dört ana tipi I, II, III ve IV şeklinde sayılarla isimlendiriliyor ve cilt, tırnak, eklem gibi her bir bölge için ayrı kolajen öneriliyor.

Bu dörtlüye ve vücudumuzdaki rollerine biraz daha yakından bakalım.

**Tip I:** Vücudunuzdaki kolajenin yüzde 90'ını oluşturur. Cilt, kemik, tendon, kıkırdak, bağ dokusu ve dişleri destekler. Cilde gerginlik ve elastikiyet verir.

**Tip II:** Eklem kıkırdaklarını oluşturan ana kolajendir. Yaşa bağlı dejenerasyon ve eklem ağrılarında önemlidir.

**Tip III:** Kasların yapısını destekleyerek güç verir, arterlerin yapısını destekleyerek damarlara elastikiyet kazandırır.

**Tip IV:** Cildin katmanlarında bulunur ve bir tür sıvı filtresi görevi yapar. Sindirim ve solunum organlarının yüzeylerini oluşturur.

### TAKVİYE KOLAJEN

Kolajen sığır, balık veya tavuk gibi hayvanların bağ dokularından çıkarılmasıyla elde edilir. Et suyu çorbası, koyu yapraklı sebzeler, sarımsak, beyaz çay, yaban mersini, fasulye, omega 3 yağ asitleri, avokado gibi besinler; vücutta kolajen üretimini artıran doğal kaynaklardır. Kelle paça veya et suyu çorbasının zirve yaptığı nokta da burasıdır; kolajen üretimi...

Vücutta tüm kolajenler, prokolajen olarak başlar. Vücudumuz iki aminoasit (proteinin en küçük yapı taşı) glisin ve prolini birbirine bağlayarak prokolajen üretir. Vücutta kolajen üretimi için olması gerekenler C vitamini, prolin, glisin aminoasiti ve bakırdır.

Kolajen, toz veya kapsül şeklinde alınabileceği gibi protein barlara da eklenebilir. Bizler her zamanki gibi “Kolajeni takviye olarak alalım; sağlığımızı desteklesin, yaşlanma veya egzersizden kaynaklanan fizyolojik ihtiyaçları karşılayalım.” diyoruz. Fakat her halükârda doğal yollardan bunu karşılamamızın daha iyi olacağını yine de hatırlatalım. Yani işe yarasa bile takviyesini



KOLAJEN TAKVİYELERİ NE KADAR FAYDA SAĞLIYOR? BİLİMSSEL VERİ VE DAYANAK KONUSUNDAKİ TİTİZLİĞİM, DURMADAN TAKVİYELER KONUSUNA KARŞI DURUŞ GÖSTERMEME NEDEN OLSA DA YAZILARIMI OKUYAN TÜM KADIN OKURLAR İÇİN KENDİME “HOCAM BİR DUR!” DEYİP, BİRAZ DAHA ARAŞTIRDIM. ÇÜNKÜ KONU HASSAS; GENÇ KALMAK VE GÜZEL OLMAK.

almadan önce iki kere düşünelim. Huylu huyundan vazgeçmiyor!

#### KAYBINA SEBEP OLAN FAKTÖRLER

- Çok fazla şeker ve rafine besin tüketimi,
- Tütün ve mamulleri kullanımı,
- Aşırı alkol,
- Kan şekerinin sürekli yüksek seyretmesi,
- Uzun süre güneş ışığına maruz kalma.

#### ZARARLARI

Şu an için ciddi yan etkisi raporu yok. Ama tüm takviyelerde olduğu gibi ne kadarının emildiği ve vücut tarafından nasıl kullanıldığı önemli bir konu. İçeriğine göre deniz ürünü, sığır veya tavuğa alerjisi olanlar ile diyabet hastaları, gebeler ve emziren anneler için zararlı olabileceğini eklemekte fayda var.

#### HANGİSİ TERCİH EDİLMELİ?

Kolajen peptitler, daha uzun protein zincirlerinin parçalanmış elementleridir ve bu formda daha fazla emilip, hücre içine geçebilir. Ne kadar küçük olursa emilimleri o kadar artar. Düşük molekül ağırlığının yanı sıra hidrolize,

peptid kolajenler ve sıvı formda olanların biyoyararlanımları daha yüksektir.

Yapılan çalışmalar, C vitamini içeren takviyelerin, kolajenin emilimini artırdığını gösteriyor. Kolajen yapımını destekleyen çinko ve bakırın da takviye ürünün içinde olup olmadığına dikkat edilebilir. Ayrıca takviye kolajen içeriğinin en az beş gram, tercihen 10 gram olması önerilir.

#### NE ZAMAN TAKVİYESİNİ ALALIM?

30'lu yaşlarda vücutta kolajen sentezi azalmaya başlar. 30-40 yaşları arasında, yeterli kadar kolajen yapımını uyarıcı yiyeceklerden tüketmediğinizi düşündüğünüz ya da cildinizin, elastikiyetini, gerginliğini kaybettiğini gözlemlemeye başladığınızda takviye almayı düşünebilirsiniz. Aynı şekilde kolajen sentezi azaldığında eklem kıkırdağı zayıflar, kemik ve kaslar güç kaybeder, erime sürecine girer. Bu şikâyetlerin varlığında da takviye almanız mümkün. Piyasadaki takviyeler bu sözünü ettiğim kolajenlerden birini veya birkaçını içerir. Bu sebeple neye ihtiyacımız varsa onu



almaya, molekül ağırlığının küçük olmasına ve C vitamini içerip içermediğine dikkat edelim.

Bu arada saydığımız onlarca kaynak besini, disiplinli bir biçimde diyetimize eklersek çok daha fayda göreceğimizi unutmayalım. Son olarak pandemide vakaların yeniden artmaya başladığını ve Dünya Sağlık Örgütü'nün Eylül ayı için sürekli uyarı verdiğini belirtmek isterim.

Dikkatli, özenli ve sağlıklı kalmaya çalışın...

# Renkli, eğlenceli ve heyecanlı

Moda dünyasında tasarımlarıyla dikkat çeken ve sağlam adımlarla ilerleyen Gökhan Yavaş, kendi ismindeki markasıyla önemli başarılarla imza atıyor.

Simge Soyel

**C** esur ve bir o kadar zarif stiliyle moda dünyasının en göz alıcı tasarımlarına imza atan Gökhan Yavaş, kendi adını taşıyan markasıyla rengârenk masal diyarlarını yeryüzüne indiriyor. Bir ressamın bovalarıyla ilişkisi gibi tasarımlarını âdeta bir sanat eserine dönüştüren modanın dâhi çocuğu ile markalaşma ve sürdürülebilirliğin modaya yansımalarına değindik.

## Modaya olan tutkunuzu mesleğiniz hâline ne zaman getirdiniz?

Modaya olan tutkum, aslında çocukluğuma dayanıyor. Annem terzi olduğu için kendimi bildim bileli kumaşların içinde, dikiş makinesinin sesiyle büyüdüm. Sanıyorum bu da doğruca geleceğimi şekillendirdi. Aydın Yüksel Yalova Güzel Sanatlar Lisesi'ni kazandım, Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Tekstil ve Moda Tasarımı Bölümü'nden mezun oldum. Eğitim dönemimde dâhil pek çok yarışmaya katılarak kendimi farklı kitlelere tanıtılabileme fırsatım oldu. Özellikle 2016 yılında katıldığım Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması ile kazandığım ikincilik ödülü, dikkatleri çekmeme çok büyük katkı sağladı. Birkaç yıl sektörde tasarımcı olarak çalıştım ve 2017

yılında da kendi adımı taşıyan markamı kurdum.

## Tasarımlarınızı nasıl tanımlıyorsunuz?

Şehirli, kendini genç hisseden herkese hitap eden, kolejli ve dileyen herkesin üzerinde taşımak isteyebileceği tasarımlar yapmaya çalışıyorum. Tasarım algısı, aslına bakarsanız anlık olarak sürekli bir değişim içinde... Bu nedenle trendlerden etkilenerek kendi kalıplarımında kalmaya özen gösteriyorum. Özellikle son iki sezondur geri dönüştürülebilir kumaşlar kullanmaya özen gösterirken atık kumaşları da tekrar kullanıyorum. Runway parçaları yaratmaktan keyif alıyorum. Tabii bir de sürdürülebilirlik kavramı var, bu da hepimizin önemle dikkat etmeye çalıştığı bir konu.

## Moda sektörü, sürdürülebilirliği destekleyen yöntemlere yöneldi. Siz bu durumu nasıl değerlendiriyorsunuz?

Dünya üzerinde enerjiyi ve tüketimi minimuma indirerek doğayı koruyan bir sistem, hepimiz için ana hedef olmalı. Her yönüyle olumlu bir kavram, umarım hepimiz bir gün tüm üretimimize bu kavramı oturtabiliriz.





moda stil

### **Sürdürülebilir üretim konusunda marka olarak nasıl bir yol izliyorsunuz?**

Ben tasarımlarımda gerçek kürk ve gerçek deri kullanımını bir süredir bıraktım. Bunun yanı sıra belirttiğim gibi geri dönüştürülebilir kumaşları ve atık malzemeleri kullanarak farklı tasarımlar yapmaya devam ediyorum. Bir diğer konu ise "re-purpose" kavramı... Yani elinizde olan bir ürünü, başka bir amaç için tekrar dizayn etme fikri şu aralar odak noktam. Geçmişte yapmış olduğunuz bir tasarım, bu şekilde hem eskimemiş oluyor hem de tekrar kullanılmak üzere yeni bir form kazanıyor.

### **Moda dünyasında "metaverse" kavramı oldukça gündemde. Sizin metaverse'e bakış açınız nedir?**

Bu çok ilginç bir kavram, bir yandan çok sürreal gelirken bir yandan okuduğum birçok makale ve haberde bambaşka sonuçlar alan sanatçılar görüyorum. Özellikle resim ve dijital tasarım alanında çok başarılı örnekleri olan bir süreç. Giyim alanında ise sanırım avatar kullanımının nereye evrileceği, bu konunun geleceğinde daha belirleyici olacak.

### **Sizce dijital ortamda düzenlenen defileler bu işin ruhunu yansıtabiliyor mu?**

Dijital ortamda düzenlenen defilelerin en önemli avantajı, kendi komünitenizin dışında farklı dünyalara ve farklı kişilere tasarımlarınızı aktarabilmeniz. Bu sebeple geçen sezon, Londra Moda Haftası kapsamında yayımlanan Fashion Scout etkinliğine koleksiyonumuzla çevrim içi katıldık. Geri dönüşleri ise bizim için güzeldi. İşin ruhu konusunda ise yine de müşterinin ürünü yakından görmek ve ürüne gerçek anlamda dokunmak istediğini düşünüyorum, dijital bu konuda yetersiz kalabiliyor.

### **Türkiye'nin markalaşma sürecini nasıl yorumluyorsunuz?**

Bence adım adım, daha da ilerleyebileceğimiz bir noktadayız. Türkiye, dünya çapında daha çok üretici konumunda olan bir ülke. Ülke olarak çok büyük adetlerde üretim ve karşılığı finans yönetiyoruz. Bu kadar iyi üretimimiz ve tasarım kapasitemiz varken neden adı



**"Türk tasarımcılarının adının daha çok duyurulması, global iş birlikleri ile halkla ilişkiler çalışmalarının beraber yürütülmesi bizleri daha da ileriye taşıyacak."**

"tasarım" ile alınan diğer ülkelerin yanında yer almalıyız? Tam da bu noktada, Türk tasarımcılarının adının daha çok duyurulması, global iş birlikleri ile halkla ilişkiler çalışmalarının beraber yürütülmesi bizleri daha da ileriye taşıyacak.

### **Türkiye'de moda sektörünü nasıl değerlendiriyorsunuz?**

Yıllar içinde çok geliştik. Moda organizasyonlarının, ülkemizde de periyodik olarak devam etmesi biz tasarımcılar için müthiş bir fırsat hâline geliyor. Özellikle son süreçlerdeki yurt dışı basının bizlerle iç içe olması, sanatımızı göz önüne sermek adına çok büyük avantaj sağlıyor. Eskiden daha çok "couture" giyimle ve kadın giyimle ön plana çıkarken bizler gibi farklı dallarda, hazır giyim çalışan tasarımcıların varlığıyla şimdi sektör daha da çeşitlendi. Bu çeşitlilik gerekli desteği gördüğü takdirde Türk moda sektörü yoluna hız kesmeden devam edecektir.



moda stil



"Lokal değerlerimizi kendi moda sanatımızla birleştirdiğimizde ortaya çıkan işler, biz Türk tasarımcılar için müthiş bir avantaj."

#### **Siz, markalaşma noktasında nelere dikkat ettiniz?**

Marka konumlandırması ve hedef kitle çalışmalarından geçtik, sınırlı bütçelerle beş yılını doldurmuş bir marka olarak, doğru iş birlikleri ve basın/halkla ilişkiler çalışmalarıyla bugüne geldik. Alacağımız daha çok yolumuz var. En büyük hedefimiz markamızı Londra, Berlin, Anvers, Seul gibi alternatif modanın ön planda olduğu şehirlerde yeni kitlelerle buluşturabilmek.

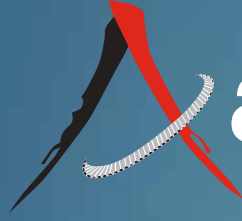


#### **Türkiye'de moda yapmanın avantaj ve dezavantajlarını söyler misiniz?**

Türkiye'de moda kavramı, aslına bakarsanız daha yeni yeni kabul gören bir sanat dalı. Modanın ülkemizde çok uzunca bir süre bir sanat dalı olarak görülmemesi ve modanın sadece giyinmek olarak algılanması büyük bir dezavantajdı, bu da artık değişen bir süreç. Lokal değerlerimizi kendi moda sanatımızla birleştirdiğimizde ortaya çıkan işler, biz Türk tasarımcılar için müthiş bir avantaj. Umarım Türk modası, global piyasada da ilerleyerek devam eder ve bizler için uluslararası marka olma yolunda fayda sağlar.

#### **Yeni tasarımcılara birkaç ipucu verseniz bunlar neler olurdu?**

İpucundan ziyade tavsiye diyelim, asla hayal etmekten vazgeçmesinler. Hepimizin içinden geçtiği gerek ekonomik gerekse manevi ve sıkıntılı süreçler yaşanıyor. Ani bir durumla karşılaştıklarında, pes etmeden durumu yerinde çözümlenerek adım atmaları onlar için çok önemli. Ayrıca mutlaka güven duydukları birileri bu süreçte yanlarında olmalı... Bu aile olabilir, dostları olabilir, mentorları olabilir; her ne olursa olsun motivasyon hepimiz için gerekli ve bu kişilerden gelecek en ufak bir destek bile bir sonraki adıma geçebilmeleri için büyük önem taşıyor.



# ankutsan



**“Dünyayı Kutuluyoruz”**  
5 Kıtada, 60’tan Fazla Ülkedeyiz



[www.ankutsan.com](http://www.ankutsan.com)



TÜRKİYE’NİN  
500 BÜYÜK SANAYİ  
KURULUŞU  
2021

**TAM 100 YILDIR ASLA PES ETMEDEN,  
DAHA UZAKLARA VE DAHA YÜKSEKLERE  
ULAŞMA AZMIYLE ÇALIŞIYORUZ.**







HUGLU®



## GİRİŞİM EKOSİSTEMİ



Genovan Kurucu Ortak İsmail Musab Gülaçar

### Bireye özgü tanı kitleri: **GENOVAN**

Genovan, bireye özgü tanı kitleri ve moleküler genetik araştırmaları konularında hizmet sunuyor. Firmanın Kurucu Ortağı İsmail Musab Gülaçar ile bir araya geldik.

**G**enovan Genetik Biyoteknoloji şirketi, Van Teknokent'te 2016 yılında kuruldu. Tanı kitleri üretiminin yanı sıra moleküler genetik araştırma hizmetleri de sunan firma, kendi bölgesinin ilk ve tek AR-GE şirketi olma unvanına sahip. Firma, son olarak ölümcül bir kas hastalığı olan SMA tanısı için yeni evlenecek çiftlere yönelik test kiti geliştirdi.

#### **Genovan'ın kuruluş hikâyesi nasıl başladı?**

Genovan markası terki bînden

de anlaşılacağı üzere Van'da hikâyeleri birleşmiş iki genetikçi genç akademisyenin, oda arkadaşlığı yaptığı dönemde, "Biz de üreten tarafta yer alabiliriz." cümleleriyle başlattığı bir serüvenin ürünü. Aslında üreten kimliğine geçme isteğimiz, aldığımız kaliteli eğitimin bizi getirdiği, doğal bir sonuçtu. 2016 yılında Van Teknokent'te bireye özgü tanı kitlerinin üretimini ve moleküler genetik araştırma hizmetlerini ülkemize sunmak için Genovan Genetik Biyoteknoloji şirketini kurduk. Şirketi kurduğumuzda, bölgemizdeki genetik alanındaki ilk ve tek AR-GE şirketiydik. Bu durumun bize

sunduğu avantajlar ve dezavantajlar oldu. Projelerimizi hayata geçirirken şahsi bütçelerimizin yanında KOSGEB AR-GE İnovasyon Desteği ve TÜBİTAK TEYDEB gibi araştırma projelerinden kabul aldık. AR-GE laboratuvarımızı, bu destekler sayesinde arzu ettiğimiz düzeyde donattık. Hedeflediğimiz ürünlerin AR-GE süreçlerini tamamlayarak ürünleri sağlık sektörünün kullanımına açtık. AR-GE süreçleri her ne kadar zor olsa da bizi çok zorlamadı. Ama bizim için yepyeni bir alan olan ürünlerimizi, sektörün kullanabileceği seviyeye getirmenin biraz meşakkatli olduğunu söyleyebilirim. Hâlihazırda



akademik görevleriniz varken firmada da sadece ürünü ticarileştirmek için istihdam ettiğiniz bir personel yoksa bu süreç biraz yorucu olabiliyor. Ancak girişimcilik ekosistemine sizi asıl hazırlayan sürecin, projesini yazdığımız, AR-GE'sini tamamladığımız ürünün piyasaya arzı ve satış kısmı olduğuna inanıyorum.

### Ürünleriniz hakkında bilgi alabilir miyiz?

İlk projemiz, birçok kanser hastalığının tedavisinde kullanılan kemoterapi ilaçlarından biri üzerineydi. Söz konusu ilacın bireye özgü kullanımı amacıyla geliştirdiğimiz, bir tanı kiti oldu. Belirli genleri hedefleyen bu ilaç, genlerde bir mutasyon olduğunda ilacın etkileşimini değiştirebiliyor. Bu yüzden ilacın uygulanacağı hastaların, ilgili genlerinin mutasyon analizini yapmak istedik. Kit, hastada var olan mutasyon durumuna göre ilacın dozaj ayarını yapılabilecek ve hasta daha verimli bir tedavi süreci geçirebilecekti. Genetik testlerin kullanımının yaygınlaşması ve ilgili uzman personelin yetişmesiyle bu testler yaygınlık kazandı. Farmakogenetik testler olarak adlandırılan, ilaç-gen etkileşimini daha verimli bir sürece eviren tanı testlerinde, yeni projelerimiz de devam ediyor. Ayrıca 2020 yılının başından beri dünyayı etkisi altına alan bir pandemi ile karşı karşıyayız. Covid-19 olarak adlandırılan bu virüsün tespiti için birçok test geliştirildi. Bizler de Dünya Sağlık Örgütü'nün yönergelerine göre hareket edip, Sağlık Bakanlığı'nun referans laboratuvarında test edilip onay olarak Covid19 qPCR kitimizi piyasaya sunduk. Bizim için kayda değer satışlar yaparak firmamızı geliştirme adımları attık.

### Peki, SMA için geliştirdiğiniz kit hakkında bilgi verir misiniz?

Son zamanlarda medyada da oldukça fazla yer alan ve ölümcül bir kas hastalığı olan SMA'yı (spinal müsküler atrofi), yeni evlenecek bireylerin taşıyıp taşımadığını tespit etmek için bir tarama testi geliştirdik. Taşıyıcı tespiti, hastalığın toplum sıklığını azaltmak için en önemli basamaklardan biri. Bu hastalığa neden

TİM TEB Girişim Evi'nin Start-up ve Global-up programlarına katıldık.

olan mutasyonların en sık görülenlerini tespit edebildiğimiz tarama testi önemli bir hizmet sunuyor. Bu ürünümüz Sağlık Bakanlığı tarafından onaylandı ve satışa sunuldu. Diğer taraftan yeni ürünler için de çalışmaya devam ediyoruz.

### Bölgenizde genetik alanında hizmet veren ilk AR-GE ve danışmanlık şirketi olmanın ne gibi zorlukları oldu?

Biz ilk olmanın hem zorluğunu hem de bazı avantajlarını yaşadık. İlk olmanın zorluğu, tüm işlerde muhtemelen vardır. Biz de başlarken zorlandık. Ama doğru bildiğimizi yaptık. Hem somut çıktılarımız oldu hem birçok akademisyenin araştırma projelerine katkılarda bulunduk hem de onlarca öğrenci laboratuvarımızda deneyim kazandı. Bu, bizim için büyük bir mutluluk kaynağı oldu.

### 2022 hedefleriniz arasında neler var?

2022 yılının başında Dubai Medikal Fuarı'na katıldık. Orada birçok ülkeden firmalarla tanıştık ve muhtemel iş birlikleri için görüşmeler yaptık. Fuar bizi ihracat yapmamız açısından cesaretlendirdi. 2022 yılında ilk ihracatımızı yapmayı planlıyoruz. Devamlı görüşmeler hâlindeyiz. Hem firmamıza hem de ülkemize katkı sağlayacak, uluslararası anlaşmalar yapmak istiyoruz. Bu yıl tüm ürün gruplarımızda, yurt içinde iyi bir satış hacmi yakalama hedefimiz var.

### TİM TEB Girişim Evi'nin desteklerini nasıl değerlendiriyorsunuz?

TİM TEB Girişim Evi'nin oldukça faydalı iki programa katılma imkânımız oldu. Start-up programına, firmamızı tanımak ve tanıtmak açısından oldukça verimli bir programdı. Ulusal veya uluslararası pazarda firmamızı nasıl tanıtacağımız, eksilerimizi, artılarımızı ve rekabet alanlarımızı derli toplu bir şekilde sunmayı deneyimledik. Öte yandan Global-up programında çok verimli eğitimler aldık. İhracat yapmak için en önemli adımları, çok keyifli bir şekilde öğrendik. Emeği geçen herkese ve program sorumlularına teşekkür ediyorum.



## SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK RÖPORTAJ

Simge Soyel

# Sürdürülebilir tarım ve hayvancılık teknolojileri

## COWEALTHY

Agritech alanında yazdıkları yapay zekâ tabanlı yazılımlar sayesinde firmaların sürdürülebilir bir tarım işletmesi olması yönünde çözüm sunan Cowealthy'nin Kurucu Ortağı İsmail Bican ile görüştük.



owealthy, 2020 yılının Aralık ayında Kocaeli'de kurulan bir tarım ve hayvancılık teknoloji girişimi olarak hassas tarım uygulamaları konusunda faaliyet

gösteriyor. Firma, teknolojiyi kullanarak sürdürülebilir tarım için değer üretiyor.

### Cowealthy, hangi fikirden yola çıkarak kuruldu?

Cowealthy'nin kuruluşundaki ana motivasyon, bu alanda bir mavi okyanusun bulunduğunu fark etmemiz ile başladı. Daha açık ifade etmem gerekirse şu anda sektör lideri olan rakibimiz, 2018 yılında agritech alanında bugüne kadar gerçekleşen büyük exit anlaşmasına imza attı. Söz konusu örnekten yola çıkarak, bu alanda büyük bir fırsat olduğunu fark ettik. Ortağım Yücel Saykal ile birlikte geliştirdiğimiz teknolojiyi ve ürünlerimizi, mevcut şirketimizin dışına çıkararak başka bir şirket hâline getirdik. Sektörden profesyoneller ve melek yatırımcıların da katılımıyla altı ortak, şirketimizi kurduk. Cowealthy'nin başka bir özelliği de spin-out şirketi olmasıdır. Bu sayede kuruluşunun ikinci ayında, şirketimiz satış yapmaya başladı. Cowealthy'nin bir diğer özelliği ise tohum öncesi yatırım ile kurulan bir şirket olmasıdır. Cowealthy 2021 yılı sonunda tohum yatırım turunu tamamladı. Bu tur sonunda, bir VC (APY Bilişim Vadisi GSYF) ve iki melek yatırımcı daha ortaklarımız arasına katıldı. Böylece dokuz ortaklı bir yapı ile yolumuza devam ediyoruz. Geliştirme ekibimizin çoğu, yazılım

ve elektronik donanım mühendislerinden oluşuyor ve bugün 20 kişilik bir kadro ile çalışıyoruz.

### Çözümlerinizin kullanıcılara sağladığı faydalar nelerdir?

Kullanıcılarımıza, sürdürülebilir bir tarım işletmesi olmaları için doğru ve gerçek zamanlı saha verisi sağlıyoruz. İşletmelerde bulunan hayvanların üzerine yerleştirdiğimiz sensörlerimizle veri topluyoruz. Bu verileri, yapay zekâ tabanlı yazılımlar ile işleyerek hayvan davranış ve performanslarını tespit ediyoruz. Kullanıcılarımıza, bireysel olarak tek tek her hayvanın ve grup hâlinde sürütün durumu hakkında hayati bilgiler sağlıyoruz. İşletmeler, bu bilgileri kullanarak sürülerini ve işletmelerini iyileştiriyor. Sunduğumuz çözümlerimiz, çiftliklerde yüzde 15 civarında bir süt verimi artışı, kaliteli ve izlenebilir bir süt üretimi sağlamakla kalmıyor; aynı zamanda büyükbaş hayvanlardan kaynaklanan sera gazı emisyonlarında azalmaya katkıda bulunuyoruz. Çözümlerimizin kullanılması ile elde edilen kazanç sayesinde yatırım, kendisini altı ya da dokuz ay içinde geri ödüyor. Sistem kullanım ömrünün 10 yıl olduğu dikkate alındığında, yatırım en az dokuz yıl boyunca işletmeye net pozitif fayda sağlıyor. Sunduğumuz çözümün başlıca faydalarından biri de emek yoğun bir faaliyet olan hayvancılık sektöründe işletme sahiplerine ve yöneticilere var olmayan bir konfor sağlamasıdır. Bir işletme sahibi, dünyanın neresinde olursa olsun işletmesinde o gün kaç litre süt üretilmiş, hangi hayvanlar hasta, hangileri doğum







## TİM TEB GİRİŞİM EVİ, TÜRKİYE START-UP EKOSİSTEMİ İÇİN ÖNEMLİ

TİM TEB Girişim Evi, gerek uzman kadroları gerekse gerçekleştirdiği faaliyetler ile Türkiye start-up ekosistemi içinde çok önemli bir yere sahip. Sağladıkları mentor destekleri, bizim gibi erken aşama girişimler için çok değerli. Sektör uzmanlarından aldığımız tavsiyeler, mevcut iş yapış şeklimizi iyileştirirken ölçeklenme ve büyüme konusunda bize yol gösteriyor.

yapmış, hangi hasta hayvanlara hangi tedaviler uygulanmış gibi işletmeye ait tüm kritik bilgilere bir tık ile ulaşabiliyor. Yakın gelecekte sunacağımız "karar ve tavsiye" modülümüz sayesinde, sürü yönetim çözümümüz, kullanıcıya sürüsünü yönetme desteği verecek. Aynı zamanda işletmeye iyileştirme konusunda da tavsiye verecek. Orta vade bir gelecekte ise çiftlik sahasının otonom olmasını, işletmelerin otonom olarak yönetilmesini sağlayacak.

### Markanız özelinde sürdürülebilirlik ile neyi amaçlıyorsunuz?

Sürdürülebilirlik kavramı, şirketimizin hedef ve görev tanımlarında yer alıyor. Cowealthy'nin hedefi, sürdürülebilir tarım hayvancılık uygulamaları için teknoloji üreten küresel bir şirket olmak. Görevimiz ise sürdürülebilir gelecek için en önemli problemlerden biri olan hayvancılık ve tarım faaliyetlerini, mevcut kaynakların daha verimli kullanıldığı döngüsel ekonomi için gerekli olan teknolojileri geliştirmek. Tarım faaliyeti insanlık tarihinin başından bu yana üzerinde

yaşadığımız, evimiz olan yeryüzünü en fazla değiştiren, dönüştüren faaliyetlerdir. Karşılaştığımız küresel iklim değişikliği, salgın hastalıklar gibi problemlerin çözümü için tarım ve hayvancılık faaliyeti için kaynakların verimli ve sürdürülebilir şekilde kullanılması gerekiyor. Cowealthy olarak hayvancılıkta sürdürülebilirlik konusunda büyük bir rol üstleniyoruz. Sorumluluğumuzun farkında olarak yola çıktık ve yolumuzu buna uygun şekilde belirledik.

### TİM TEB Girişim Evi'nin destekleri için neler düşünüyorsunuz?

Faaliyet alanımızdaki büyük şirketler ile buluşmalar sayesinde, kendi çabamızla ulaşmamızın mümkün olmadığı kaynaklara erişim şansı yakalıyoruz. Gerçekleştirilen programların bir diğer faydası ise bizim gibi girişimlerle temas kurma ve tanışma fırsatı verilmesi. Böylece onlardan örnek alma ve inceleme fırsatını da yakalıyoruz. TİM TEB Girişim Evi'nin sağladığı iş ağı ve destekler, programa katılan start-up'lar için büyük fırsatlar barındırıyor.



Cowealthy Kurucu Ortak  
**İsmail Bican**





## GELECEĞİN MADENCİLERİNE ASGARİ ÜCRET ORANINDA BURS

Türkiye İhracatçılar Meclisi Maden Sektör Kurulu ve Yükseköğretim Kurulu (YÖK) iş birliği ile üniversitede madencilik ile ilgili bölümleri seçen ve 2022 Yükseköğretim Kurumları Sınavı (YKS) başarı sıralamasında ilk 100 bine giren öğrencilere, asgari ücret oranlarında burs desteği sunuluyor. İstanbul Maden İhracatçıları Birliği (İMİB), Ege Maden İhracatçıları Birliği (EMİB) ve Doğu Karadeniz İhracatçıları Birliği'nden (DKİB) oluşan Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Maden Sektör Kurulu ile Yükseköğretim Kurulu (YÖK) iş birliğinde gerçekleştirilen burs projesi şartlarına göre 2022 YKS başarı sıralamasında ilk 65 binde yer alan ve İstanbul ile Ankara'da bulunan üniversitelerin Maden Mühendisliği, Jeoloji Mühendisliği, Jeofizik Mühendisliği veya Cevher



Hazırlama Mühendisliği bölümlerinden birini kazanan öğrencilere yabancı dil hazırlık sınıflarındaki eğitimleri de dâhil olmak üzere öğrenim süreleri boyunca her yıl dokuz ay süresince burs veriliyor. İlk 50 binde yer alan öğrencilere asgari ücret (aylık 5.500 TL), 50 bin 1 ve 65 bin arasında yer alan öğ-

rencilere asgari ücretin yarısı (aylık 2.750 TL) tutarında destek sağlanıyor. Ayrıca Anadolu'daki üniversitelerin de tercih edilmesini teşvik etmek üzere ilk 100 bine giren ve İstanbul ile Ankara dışındaki üniversitelerin Maden Mühendisliği, Jeoloji Mühendisliği, Jeofizik Mühendisliği veya Cevher Hazırlama Mühendisliği bölümlerinden birini kazanan öğrencilere de tam asgari ücret (aylık 5.500 TL) tutarında burs veriliyor.

## TECHXTILE START-UP CHALLENGE BAŞVURULARI BAŞLADI

Uludağ Tekstil İhracatçıları Birliği, Uludağ Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği, BİTİB, BEBKA ve BULTEKOM iş birliğinde düzenlenen özelleşmiş girişimcilik programı TechXtile Start-Up Challenge için başvurular Temmuz itibarıyla başladı. Tekstil ve konfeksiyon sektörüne inovatif girişimcilerin arandığı etkinlik için başvurular, 16 Ekim 2022'ye kadar devam edecek.

Yüksek teknoloji ile katma değeri yüksek ürünlerin ve ihracat hedeflerinin aynı paydada buluşacağı TechXtile Start-Up Challenge etkinliğine başvuruda bulunan katılımcılara, organizasyonun ilk aşamasından itibaren eğitim desteği sağlanıyor ve ülkemizin ihracat hedeflerine katkı sağlamaya yö-



nelik çalışmalar yapmalarına yardımcı olunuyor. 18 yaşını tamamlayan herkesin katılabileceği TechXtile Start-Up Challenge etkinliğine ilişkin detaylı bilgiye <http://www.techxtile.net/> uzantılı internet sayfasından ulaşılabilir.

Uludağ Tekstil İhracatçıları Birliği (UTİB) tarafından, 2009 yılından bu yana gerçekleştirilen Tekstil ve Konfeksiyon Sektöründe Uluslararası AR-GE Proje Pazarı etkinliği, değişen ihtiyaçlara yönelik yeniden değerlendirilerek projelerin odaklanacağı

alanlar direkt olarak sanayicilerin beklentisi ile şekillendirildi. 2021 yılında "TechXtile Platform" ismi ile tüm faaliyetleri tek çatı altında toplayan bir girişimcilik platformuna dönüştürüldü.



## DERİ SEKTÖRÜ, GELECEĞİNİ OSB İLE YAZACAK

Türk deri sektörü, gelecek dönem projelerini hayata geçirmeye başlıyor. İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) Yönetim Kurulu Başkanı Güven Karaca, "Deri sektöründe dünya genelinde 250 milyar dolarlık bir pasta var. Türk deri sektörü ise buradan sadece yüzde 1'in altında pay alıyor. Burada yapılacakları tespit edip uygulamaya almamız gerekiyor. Bunlardan ilkinin OSB kurmak olduğuna karar verdik." dedi.

Yılın ilk yarısında yüzde 23,5 artışla 978,6 ihracat gerçekleştiren deri sektörü, ölçeklendirme sorununu aşmayı hedefliyor. Sektör, kurulması hedeflenen OSB ile dünyadaki pazardan daha fazla pay alma konusunda kararlı. Deri sektörünün OSB ihtiyacını değerlendiren İDMİB Yönetim Kurulu Başkanı Güven Karaca, "Türkiye'de toplam altı ya da yedi adet deri OSB var. Tabakhaneler, sanayileşmesini tamamlamış durumda. Deri tarafında kapasite sorunumuz yok ancak iş ayakkabıya, saraciyeye ve deri konfeksiyona geldiğinde, ciddi bir kapasite ve sanayileşme sorunumuz mevcut. Birçok üretim alanına, yurt dışından gelen bir alıcıyı sokamazsınız. Bunun için 25-30 yıllık sanayileşme kalkınma planları oluşturmamız gerekiyor. Gelen talepleri geri çevirmek zorunda kalıyoruz. Bu noktada ölçek problemimiz var. Avrupa, Türkiye'den ayakkabı almak istiyor. Bu sebeple karbon nötr OSB kurmayı hedefledik." dedi.



## BEYAZ HAŞHAŞ, HİNDİSTAN SEFERİNE ÇIKTI

Türkiye'nin geleneksel ihrac ürünlerinden beyaz haşhaş, Hindistan pazarında atağa geçti. Türkiye, 2022 yılının Mayıs ve Haziran aylarında, Hindistan'a 15 bin 712 ton beyaz haşhaş ihrac ederken 67 milyon 380 bin dolar döviz geliri elde etti.

2021 yılının ilk yarısında 7,9 milyon dolar olan haşhaş tohumu ihracatı, Hindistan pazarının açılmasıyla birlikte 2022 yılının Ocak-Haziran döneminde yüzde 923'lük rekor artışla 81 milyon dolara tırmandı. Türk beyaz haşhaşının en büyük ihrac pazarının Hindistan olduğu bilgisini veren Ege Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı Muhammet Öztürk, pandemi nedeniyle iki yıldan fazla bir



süredir kesintiye uğrayan ihracatın, 2022 yılı Mayıs ayında tekrar başladığını söyledi.

Hindistan tarafından ilk başta 17 bin 500 ton kota aldıklarını aktaran Öztürk, "Hindistan 9 Mayıs 2022-9 Haziran 2022 tarihleri arasında 15 bin 746 ton beyaz haşhaş ihracatına onay verdi. Kotanın yüzde 90'ını kullanabildik.

Karşılığında da 67,3 milyon dolar döviz ülkemize kazandırdık. 2021 yılının ilk yarısında 7,9 milyon dolar olan haşhaş tohumu ihracatımız, 2022 yılında Hindistan'a ihracat yolunun açılmasıyla birlikte yüzde 923'lük artışla 81 milyon doları aştı. Haşhaş üreticilerimiz ve ihracatçılarımız verilen aranın ardından büyük bir mutluluk yaşadı." dedi.



## HAZIR GIYİM SEKTÖRÜNÜN REKABET GÜCÜ ARTACAK

Akdeniz İhracatçı Birlikleri'ne (AKİB) bağlı Akdeniz Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (AHKİB) Yönetim Kurulu Başkanı Gürkan Tekin, Haziran ayında geçen yılın aynı dönemine kıyasla yüzde 25,3 oranında artış sağlayarak 38,3 milyon dolar ihracat gerçekleştirdiklerini açıkladı.

2022 yılı Ocak-Haziran ayları arasındaki bölge ihracatının yüzde 21,9 artışla 201,9 milyon dolar düzeyine ulaştığını kaydeden AHKİB Başkanı Gürkan Tekin, "T. C. Ticaret Bakanlığı'nın ilan ettiği Uzak Ülkeler Stratejisi kapsamında, mevcut ihracat desteklerini yüzde 25 oranında artırması, dünyanın en büyük hazır giyim ithalatçısı olan ABD pazarında sektörümüzün rekabetçiliğini tırmandıracaktır." dedi.

Uzak Ülkeler Stratejisi'nde açıklanan 18 hedef ülke arasında bulunan ABD'nin son yıllarda Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün hedef pazarları arasında ilk sıralarda geldiğini kaydeden AHKİB Başkanı Gürkan Tekin, "Türkiye ile ABD arasındaki 28 milyar dolarlık ticaret hacminin 100 milyar dolara çıkarıl-



ması hedefine yönelik yürütülen ticaret diplomasisi faaliyetleri, sektörümüzü çok yakından ilgilendiriyor. Sektörümüz, bu pazarda yüzde 30'a varan gümrük vergilerinin düşürülmesine yönelik görüşmelerden olumlu sonuçlar alınmasını bekliyor. Strateji kapsamında, ABD'ye yönelik dış satımda mevcut ihracat desteklerini 25 puan artırması, Türk hazır giyim ve konfeksiyon ihracatçılarının bu pazarda elini güçlendirecektir." dedi.

## IFCO FUARI, KALDIRAÇ ETKİSİ YAPACAK

İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) ve İstanbul Ticaret Odası'nın (İTO) iş birliğinde ilki Şubat ayında düzenlenen İstanbul Fashion Connection Hazır Giyim ve Moda Fuarı'nın (IFCO) ikincisi için geri sayım sürüyor. 24-26 Ağustos tarihleri arasında gerçekleştirilecek ve 100 ülkeden 5 bini nitelikli alıcı olmak üzere 15 bin ziyaretçinin beklendiği fuar, 40 milyar dolarlık hazır giyim ihracat hedefine kaldıraç etkisi yapacak.

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı Mustafa Gültepe, ilki Şubat ayında 600'e yakın yerli ve yabancı firmanın katılımı ile düzenlenen fuarda, 12 bini yabancı, 25 binin üzerinde ziyaretçiyi ağırladıklarını hatırlattı. Aynı zamanda İHKİB Başkanlığını da yürüten Gültepe, şunları söyledi: "IFCO ile kadın, erkek, çocuk giyimden iç giyime, gelinlik ve abiyeden deri, kürk konfeksiyona kadar tüm ürün gruplarını tek çatı altında topladık. İstanbul Fuar Merkezi'nde 35 bin metrekare alanıyla Avrupa'nın en büyük hazır giyim fuarını gerçekleştirdik. İstanbul'u moda endüstrisinin



küresel buluşma noktası yaptık. İlk organizasyonun hemen ardından fuarımız, T.C. Ticaret Bakanlığı tarafından yüzde 50 destek kapsamına alındı. Bakanlığımızın verdiği destek moraliyle ikinci fuar için hazırlıklara başladık. İlkinde olduğu gibi ikinci fuara da büyük ilgi var."





*Biz,*

# Döngüsel Ekonomiyiz

*Açık EPAL Euro palet havuzu, döngüsel ekonominin en iyi örneğidir.*

*Döngüsel ekonominin temel ilkeleri - iklimi ve kaynakları korumak ile beraber; yeniden kullanım, onarım ve geri dönüşüm yoluyla atıkların önlenmesi, EPAL Euro palet havuzun işlevselliğini göstermektedir.*

*Açık EPAL Euro palet havuzuna her firma katılabilir ve böylece EPAL Euro paletlerin değişim imkanı ile yeniden kullanarak çevreyi ve iklimi korumaya katkıda bulunabilir.*

*EPAL Döngüsel ekonomidir.*



**Tekrar kullan  
Tamir et  
Geri kazan**







## TÜRK İKLİMLENDİRME SEKTÖRÜ, MCE'YE PARTNER OLDU

Yenilenebilir enerji ve HVAC-R alanlarında dünyanın en önemli etkinlikleri arasında yer alan Mostra Convegno Expocomfort Fuarı (MCE-Uluslararası Isıtma, Soğutma ve Havalandırma Fuarı), 28 Haziran-1 Temmuz tarihleri arasında İtalya'nın Milano kentinde kapılarını açtı.



Türkiye'nin partner ülke olduğu fuarın açılış töreni, T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mustafa Varank'ın katılımıyla gerçekleşti. İklimlendirme İhracatçıları Birliği'nin (ISIB) organizasyonda aktif rol oynadığı fuar, iklimlendirme sektörüne ait birçok alanda imalatçı, tasarımcı ve mühendisleri müteahhitlik ve inşaat firmalarının yöneticileri ile buluşturdu. Fuar süresince iklimlendirme sektörü alanında birçok farklı etkinliğin gerçekleştiği

fuarda, ziyaretçiler ve Türk ihracatçıları, ISIB Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Şanal'ın ev sahipliğinde düzenlenen kokteyl ile bir araya geldi. Fuarın Türkiye iklimlendirme sektörü için kritik bir yapı taşı olduğunu ifade eden ISIB Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Şanal, "Mostra Convegno Expocomfort Fuarı, Türk iklimlendirme

sektörünün en önemli fuarlarından biridir. Fuarın bu yıl bizim için özellikle önemli olmasının sebebi, Türkiye'nin bu fuara partner ülke olarak katılmasıdır. Bu yılki fuarda, 2 binden fazla katılımcı firma ürünlerini sergiledi. Fuarla yaklaşık 150 bin civarında ziyaretçi geldi. Türkiye'den ise 139 firma, fuara katıldı. Fuar süresince Türkiye'ye özel tanıtımlar yapıldı." dedi.

## KİMYA SEKTÖRÜ İHRACATI, YÜZDE 34,6 ARTTI

İstanbul Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (İKMİB) verilerine göre kimya sektörü, Haziran ayında 3,2 milyar dolar değerinde ihracat gerçekleştirdi. Haziran ayında da ihracat lideri olan sektör, üst üste dördüncü kez birinci olurken ilk altı aylık dönemde imza attığı 16,7 milyar dolar ihracat ile yüzde 39,8 büyüdü.

İhracat performansını bu yıl da artırmaya devam eden kimya sektörü Mart, Nisan, Mayıs ve Haziran aylarında üst üste ihracat lideri oldu. İlk altı aylık dönemde de birinci sektör olarak öne çıkan sektörün Haziran ayı ihracatı, geçen yıla kıyasla yüzde 34,6 artarken ilk altı aylık dönemde yapılan toplam ihracat ise yüzde 39,8 artarak 16,7 milyar dolara ulaştı. Kimya sektörünün Haziran ayı ihracat rakamlarını değerlendiren İstanbul Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (İKMİB) Yönetim Kurulu Başkanı Adil Pelister, "Yaşadığımız enflasyon ve faiz baskısı, kurdaki volatilité, gıda ve emtia fiyatlarındaki artışa rağmen yılın ilk yarısında sektörümüz, oldukça başarılı bir performans gösterdi. Üretim ve ihracatın gücünü, büyüme rakamlarımızda da görüyoruz. Diğer sektörlerle girdi sağlayan kimya sektörü, stratejik önemi yüksek bir alandır. Özellikle teşvik, destek ve yatırımlarda sektörümüze öncelik verilmelidir." dedi.



# MARKAYI

başarıya götüren yol...

adres  patent

"Katma Değerli Hizmet Merkezi"

UPR012  
00011



 / 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 - BEYOĞLU - SİPİ  
0(212) 272 60 48  
info@adrespatent.com

MENİER  
0(212) 890 55 50  
menier@adrespatent.com

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

ANADOLU  
0(216) 386 26 89  
tradolu@adrespatent.com

REÇİZE  
0(530) 176 85 72  
gizve@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)755 272 99 55  
london@adrespatent.com

ANTALYA  
0(242) 321 00 89  
antalya@adrespatent.com

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

adres  patent

"Katma Değerli Hizmet Merkezi"

www.adrespatent.com.tr



## SYDNEY BUILD 2022 FUARI'NDA ADDMİB RÜZGÂRI

Ankara Demir ve Demir Dışı Metaller İhracatçıları Birliği (ADDMİB), Avustralya'nın Sidney kentinde 1-2 Haziran 2022 tarihleri arasında gerçekleştirilen Sydney Build 2022 Fuarı'na info stant ile ilk kez katıldı.

Sydney Build 2022, Avustralya'da 300'den fazla akredite sunum, 500'den fazla katılımcı ve Avustralya'nın tüm inşaat, mimari, mühendislik, HVAC, proje yönetimi, ölçme, ulaşım, altyapı, tasarım uzmanları ve daha fazlası için verimli bir ağ oluşturma fırsatlarını sunan tek etkinlik olarak kabul ediliyor. Bu yıl altıncısı düzenlenen fuar süresince ADDMİB, Türk firmalarının tanıtımını yaptı. Sidney Ticaret Ataşesi Yavuz Gökçayır, yapı malzemelerine yönelik kurum ve kuruluşlarla



irtibata geçerek Türk ürünlerini tanıtmak amacıyla görüşmelerde bizzat yer aldı. Sektörün gücünün vurgulandığı fuar esnasında sayısız iş görüşmeleri gerçekleşti.

ADDMİB'in info standında ise ziyaretçilere sektöre ilişkin olarak hazırlanan bilgilerin yer aldığı sektör kataloğu, kolonya, telefon altlığı, bez çanta ve promosyon olarak Türkiye kültürünü yansıtan nazar boncuklu bileklik ve anahtarlık dağıtıldı.

Fuara ADDMİB'i temsilen Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Şuyun, Yönetim Kurulu Üyesi Osman Serdar Büyükbektaş ile Genel Sekreter Özkan Aydın, Sektör 1 Şube Şefi Zehra N. Özbilgin ve Sektör 1 Şube Uzmanı Zeynep Çelik katıldı.

## “SENDEN İHRACATÇI OLUR”

Denizli İhracatçıları Birliği (DENİB) tarafından yürütülen “Senden İhracatçı Olur” projesinin dört hafta süren eğitim programı, Haziran ve Temmuz aylarında birlik binasında düzenlendi.

“Senden İhracatçı Olur” projesi, Denizli'de daha önce ihracat yapmamış veya daha önce ihracat yapmış fakat süreklilik sağlamamış firmalara, ihracat konusunda farkındalık kazandırmayı ve ihracatın gerçekleştirilmesine destek sağlamayı amaçlıyor. Rönesans Değişim ve Yönetişim Bilimleri Enstitüsü'nden Ceyhun Yeşilserit tarafından sunulan eğitim programında; bir işletmenin amacı, fonksiyonları ve hedefleri, uluslararası pazarlama, rekabet stratejileri, uluslararası ticarete ilişkin düzenlemeler, uluslararası ticarete teslim şekilleri, INCOTERMS 2020, maliyet unsurları, uluslararası ticarete kullanılan ödeme şekilleri, uluslararası pazarda fiyatlandırma, doğru pazara doğru fiyat verebilmek, teklif verebilmek, marka olma süreci, marka yönetimi ve liderlik gibi birçok konu başlığı üzerinde duruldu.



Eğitim esnasında gösterdikleri çalışmalar sonucunda 30 proje katılımcısına, eğitimin son gününde DENİB Başkanı Hüseyin Memişoğlu tarafından katılım belgeleri takdim edildi. Başkan Memişoğlu, proje katılımcıları ile eğitim programını değerlendirerek ihracat yolculuğu sırasında iş yapma şekilleri, farklı ülkelerin kültürleri, marka olmak gibi birçok konuda bilgi, deneyim ve tecrübelerini paylaştı.





## EXPO 2021 HATAY KAPANIŞ TÖRENİ GERÇEKLEŞTİRİLDİ

Expo 2021 Hatay kapanış töreni, 2 Temmuz 2022 tarihinde Hatay Büyükşehir Belediye Başkanı Lütfü Savaş, AIPH Yönetim Kurulu Başkanı Leonardo Capitano, AIPH Genel Sekreteri Tim Briercliffe, Süs Bitkileri ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı İsmail Yılmaz ve birçok resmî kurum ve kuruluşun üst düzey temsilcilerinin katılımıyla gerçekleştirildi.



Kapanışta düzenlenen ödül töreninde Hatay Büyükşehir Belediye Başkanı Lütfü Savaş ve AIPH Başkanı Leonardo Capitano tarafından, uluslararası jüri tarafından değerlendirilerek ödüle layık görülen bahçelere ve katılımcılara çeşitli kategorilerde birçok ödül verildi.

Kapanış töreninde söz alan AIPH Yönetim Kurulu Üyesi ve Süs Bitkileri ve Mamulleri İhracatçıları

Birliği Başkanı İsmail Yılmaz, “Türkiye’nin 2. Botanik Expo’su olan Expo 2021 için Hatay’ın ev sahipliği yapmasından dolayı gururluyuz. Pandeminin olumsuz koşullarından dolayı bu etkinlik, uzun süre ertelenmişti. Sektör olarak uzun bir süre ayrı kalsak da güç birliği yapmaya devam ettik. Bu sebeple söz konusu Botanik Expo’su, bizler ve tüm sektör temsilcileri için umudu temsil ediyor. Tören kapsamında, ödüle layık görülen bahçeleri ve katılımcıları ayrı ayrı kutluyorum. Büyük bir özveri ile yapılan bu başarılı organizasyonda, emeği geçen herkese teşekkür ediyorum.” dedi.

## TÜRKİYE’NİN MAKİNECİLERİ, INNOPROM FUARI’NA KATILDI

Rusya’nın Yekaterinburg şehrinde 4-7 Temmuz tarihleri arasında düzenlenen INNOPROM 2022 Fuarı’na, Makine İhracatçıları Birliği (MAİB) stant ile katılarak Türk makinecilerini tanıttı.

Rusya Federasyonu’nun en önemli sanayi etkinlikleri arasında kabul edilen INNOPROM 2022 Fuarı, bu sene 12’nci kez düzenlendi ve yoğun bir katılımı gerçekleştirdi. Fuar, Rusya Federasyonu’nun 79 bölgesi tarafından resmî heyet gönderilirdi ve Rusya Federasyonu Başbakanı Mikhail Mişustin, fuarda konuşmacı olarak yer aldı. Fuar kapsamında düzenlenen Türkiye-Rusya İş Diyalogu Forumu ise yoğun ilgi gördü. Katılımcılar ile Türk firmaları arasında iş bağlantıları kuruldu.

Fuarı, 51 ülkeden 36 bin kişi ziyaret etti. Fuarda başta partner ülke Kazakistan olmak üzere Orta Asya ülkeleri ağırlıklı olarak yer aldı. Katılımcı firmalar, birçok sektörde ürünlerini tanıtırken fuarın ana temasını dijital ekosistemler, endüstriyel BT, siber güvenlik,



ulaşım ve lojistik sektörleri oluşturdu. Türkiye Makinecileri standına ise fuar ziyaretçileri ve yerel basın tarafından yoğun ilgi gösterilirdi. Birçok makine ürün grubunda Rus katılımcılardan ürün talebi toplandı ve Türk makine sektörü hakkında MAİB tarafından bilgilendirme çalışmaları yapıldı.



**%66**

**BİR ÖNCEKİ SENEYE KUYASLA  
İHRACATTA ARTIŞ**



## Dönmez Debriyaj, 2. Paylaşım Toplantısı gerçekleşti

Sektöründe dünyanın ilk beşinde yer alan Dönmez Debriyaj, gelenekselleşmesini planladığı 2. Paylaşım Toplantısı'nı, 5 Temmuz'da İzmir'de düzenledi. Firmanın Genel Müdürü Cumali Ertaş, yaptığı açılış konuşmasında, Ege Bölgesi 100 Büyük Sanayi Kuruluşu listesinde Dönmez Debriyaj olarak yer almanın haklı gururunu yaşadıklarını ifade ederken tüm çalışanlara ve paydaşlara katkılarından dolayı teşekkür etti. Geçen sene ilan edilen hedeflerin yakalandığına değinilen toplantıda, 2021 yılında satışların ciroda yüzde 92, ihracatta yüzde 66 oranında arttığı açıklandı. 2021 yılında da kâr başlığında artış trendinin görüldüğü belirtildi. Yapılan açıklamada, üretim kapasitesinde 2020 yılına oranla yüzde 50'ye yakın

artış gerçekleştiği, şirket verimliliği ve performansının ise katlanarak artarken kadronun yaklaşık yüzde 20 oranında büyüdüğü, bir önceki yıla oranla şirket ebitda'sının dört katı değerine yaklaştığı açıklandı. Ertaş, son iki yılda çok hızlı büyüdüklarını ve geliştiklerini iletirken bu başarı için insan kaynaklarına ciddi yatırım yaptıklarını ve Genç Yetenek programı ile yeni mezun ve öğrencilere ufuk açıp istihdam sağladıklarını aktardı. Ertaş, mühendis sayısını üç katına çıkarttıklarını, tamamı yerli sermaye yapısı ile tam destek sağladıkları savunma sanayi iş birlikleriyle geleceğe yatırım yapmaya hız kesmeden devam ettiklerini belirtti. Son olarak Bağyurdu OSB'deki yeni lokasyonları ile ilerlemenin yolu olacaklarının müjdesini verdi.

## Krone'den Alp Lojistik'e 10 adetlik treyler teslimatı

Türkiye'nin önde gelen lojistik firmalarından Alp Lojistik, 2007 yılından bu yana devam eden Krone kalitesi tercihini sürdürdü. Alp Lojistik, Krone'dan 10 adet profi liner siparişini teslim aldı. Krone'nın Tire fabrikasında teslimat için düzenlenen törene, Alp Lojistik Firma Sahipleri Güngör Akkaya ve Hasan Akkaya ile Yurt İçi Lojistik Genel Müdürü Mesut Öndeş katıldı. Törene; Krone Ticari Araçlar Genel Müdürü Kartal C. Erköy, Türkiye Satış Müdürü Ömürden Özacar ve İstanbul Bölge Satış Yöneticisi Kemal Sungar eşlik etti. Kartal C. Erköy tarafından Alp Lojistik yetkililerine, plaket takdim edildi.

Alp Lojistik'in de Krone aks ile tercih ettiği

profi liner serisi, ödüllü yük güvenliği sistemi multilock ile kullanıcılarının güvenilir ortağı olmaya devam ediyor. Kaliteli ve uzun ömürlü ürünleriyle lojistik firmalarına düşük işletme maliyeti sağlayan Krone, aynı zamanda Türkiye'de 33, Avrupa'da bin 300'den fazla servis noktasıyla ihtiyaç duyulan her an, kullanıcılarının yanında yer alıyor.

Güngör Akkaya törende yaptığı açıklamada, "Biz de filomuzu büyütürken kalite, sağlamlık ve uzun ömürlülük konusunda kendisini kanıtlayan Krone'yi tercih ettik. Bugün filomuza kattığımız 10 adet profi liner treyler ile hizmet kalitemizi daha da yukarıya taşıyacağımıza inanıyoruz." dedi.

**10**

**PROFİ LİNER TREYLER  
TESLİM ALDI**





45

2022'DE  
45 FARKLI FUARDA  
HİZMET SUNDU



## Lima, ihracatçıların yanında

Fuar taşımacılığında uzman kadro ve operasyonel yönetim kabiliyeti ile A'dan Z'ye tüm süreçlerde ihracatçının yanında olduklarını ifade eden Lima Lojistik Fuar ve Etkinlik Müdürü Serkan Kes, firma olarak genişleyen kadroları ile günden güne büyüyerek hizmet vermeye devam ettiklerini kaydetti.

Uzun zamandır fiziki görüşmelerin, fuarların ve toplantıların sanal ortama taşındığı dünya ticareti, pandeminin olumsuz etkilerini yavaş yavaş geride bırakıyor. 2022 yılı başı itibarıyla yeniden ivme kazanan fuarcılık sektöründe hareketlilik başladı. Başta hava yolu olmak üzere kara yolu, deniz yolu, demir yolu, intermodal, ekspres kurye, fuar ve etkinlik lojistiği, bozulabilir kargo

taşımacılığı ve proje taşımacılığı alanlarında hızlı, güvenli ve ekonomik çözümler üreten Lima Lojistik; yılın ilk altı ayında, altı kıtada, 45 farklı fuarda, 600'ü aşkın katılımcıya lojistik hizmeti sundu. Konuyla ilgili değerlendirmede bulunan Lima Lojistik Fuar ve Etkinlik Müdürü Serkan Kes, "Amacımız katılımcılarımızın yer alacakları fuar, sergileyecekleri ürün ve termin bilgilerine göre en uygun şekilde ulaşım alternatiflerimiz ile çözüm üreterek ve bizzat fuar alanlarında yanlarında olarak ihracat süreçlerinin bir parçası olmaktır. Özellikle ticaret odalarının yanı sıra ihracatçı birlikleri ile birçok prestijli fuarda, fuarın resmî taşıyıcı firması olarak katılımcılarımıza eşlik etmeye devam ediyoruz." diye konuştu.

## Systemair, dünyaya AR-GE ihraç ediyor

Türkiye'nin en büyük iklimlendirme şirketlerinden biri olan Systemair, geleceğin üretim anlayışını bugünün ihtiyaç ve beklentilerine entegre ederek hareket ediyor. Havalimanlarından tünellere, sanayisinden madenlere, hastanelerden fabrikalara, alışveriş merkezlerinden okullara kadar pek çok farklı alanda taze hava sağlamak misyonuyla çalışan Systemair, Dilovası'nda yer alan ve yılda 4 bin 500 adet klima santrali üretebilecek kapasiteye sahip fabrikasında ürettiği iklimlendirme ürünlerini 25'ten fazla ülkeye ihracat ediyor.

Türkiye'nin iklimlendirme sektöründeki rolünü, potansiyelini ve ihracat kabiliyetini çok önemsedikleri vurgulayan Systemair Türkiye Genel Müdürü Ayça Eroğlu, "İhracatta öne

çıkmanın sadece ürün değil, değer üretmekten geçtiğini biliyor ve AR-GE ihracatı konusunda çok önemli gelişmelere imza atıyoruz. Bu alanda attığımız son adım ise 20 milyon TL'lik yatırımla hayata geçirdiğimiz Avrupa'nın en yüksek kapasiteli veri merkezi test laboratuvarı 365 Performance Center oldu. Bu tesis ile fabrika kabul testlerini kendi bünyemizde yapabiliyoruz. Üstelik ülkemiz için çok önemli olan yeni veri merkezi soğutma cihazı Geniox Tera'nın da 365 gün iklim şartlarını simüle edecek performans testlerini bu test laboratuvarında gerçekleştirebiliyoruz. Hem AR-GE ihracatında fark yaratmak hem de Türkiye'nin stratejik konumunu güçlendirmek için 365 Performance Center'ın çok değerli bir yatırım olduğuna inanıyoruz." dedi.

25'TEN  
FAZLA ÜLKEYE  
İHRACAT YAPIYOR





kültür sanat



## TATİLİN OKULU-YAZ ÖZEL (9-14 YAŞ)

Bu okul, başka bir okul. Çünkü bu okul, "Tatilin Okulu-Yaz". Küçük ellerin büyük işler başaracağı, belki de gelecekteki kariyerlerinin temellerini atacağı bu eēitim, çocuklarımızın mutfaēı en iyi Şekilde keŐfetmesi için kaçırılmayacak bir fırsat sunuyor. Mutfak Sanatları Akademisi'nde (MSA), tam 10 gün boyunca çocuklar hijyen, güvenlik, sofra düzeni ve kullanılan ekipmanlar hakkında bilgi edinecek.



## MEKSİKA AÇMAZI, KAHKAHA VADEDİYOR

"O konuda gerçekten ne düŐünüyorsun? Bu zor durumdan nasıl  ıkarırsın?" Meksika A mazı, cevabı olmayan sorulara c z m arıyor. Spotify, Karnaval.com, iTunes gibi podcast platformlarının g zbebeēi, Türkiye'nin açık ara en çok dinlenen mizah programı Meksika A mazı, sahnede sevenleriyle buluşacak! Mesut S re, Anlatanadam ve Fazlı Polat'ın benzersiz sahne performanslarıyla Meksika A mazı, canlı bir gösteri olarak kesintisiz kahkaha vadediyor.



##  L  OZANLAR DERNEēİ

Hakan Altın'ın y nettiēi " l  Ozanlar Derneēi", tiyatroseverlerle buluşuyor. Ergenlik  aēındaki birkaç gencin aşırı disiplinli bir yatılı okulda geçen hikâyesi konu ediliyor. Okul ve aileler tarafından üstlerine yüklenen başarılı olma sorumluluēu, ailelerinin onlar için se tiēi geleceēi yaŐamakla kendi istediklerini yapabilmenin önündeki engeller ve bunlarla baŐa çıkma yöntemleri anlatılıyor. Bu eserde Hakan Altın, Edebiyat  ēretmeni John Keating karakterini canlandırıyor.



## BABAMI KİM ÖLDÜRDÜ?

Fransa'nın genç yazarlarından Edouard Louis'in son romanından uyarlanan "Babamı Kim  ld rd ?", Bahçe Tiyatrosu'nda 3 Aēustos'ta tiyatroseverlerle buluşacak. Romanlarında ırk lık, sömürü, ekonomik bunalım ve ayrımcılık gibi temaları iŐleyen yazar Edouard Louis, son romanında da babasıyla ilişkisi üzerine yoğunlaŐıyor. işi olan babasının erkeklik, iŐlilik, aile gibi olgulara yaklaŐımının ve bu yaklaŐımındaki açmazların fark edilmesini saēlıyor.



## CHE'NİN VEDASI

"Büyük ve kirli düzene açtığımız bir savaŐtı bizimkisi. EŐitlik ve özgürlüktü istediğimiz; tüm insanlar için! Sesim  ıkmayana, zayıf vücudum delik deŐik olana dek s rd rd ēim mücadelede belki de en zoruydu uēruna savaŐtıklarımın beni sırtımdan vurması..." Che Guevara'nın son 24 saatini ve hayatını konu alan oyun, 4 Aēustos'ta Kadıköy Halk Eēitim Merkezi'nde seyirciyle buluşuyor.



## BABANIN OēLU KEMAL-STAND UP

Müzisyen ve oyuncu Oēuzhan Uēur'un Youtube programlarında  nlenen Babanın Oēlu Kemal, tek kişilik gösterisiyle izleyici karŐısına çıkıyor. Kendine özgü anlatımı ve mizahı ile izleyicilerini kahkahalara boēan gösteri, Türkiye turnesine başlıyor. 4 Aēustos'ta Yenimahalle Belediyesi 4 Mevsim Tiyatro Salonu Ankara'da sahne alacak Babanın Oēlu Kemal, misafirlerine eēlenceli ve gülme garantili bir etkinlik vadediyor.





kültür sanat



## CEM İŞÇİLER-STAND UP

Yıllarca “Cem Yılmaz Velihti” olarak anılan ünlü komedyen Cem İşçiler, izleyicilerini güldürmeye devam ediyor. Bugüne kadar 100’den fazla sergilediği tek kişilik gösterisi “Komik Olan Ben Değilim” adlı stand up performansıyla sevenleriyle buluşuyor. “Komik olan ben değilim, peki kim?” Bu sorunun cevabı, Cem İşçiler’de. Gösteri, 10 Ağustos Çarşamba akşamı İzmir Performance Hall’de düzenlenecek.



## AĞAÇTAKİ KIZ

İki hasta gencin hikâyesi, etkileyici bir anlatımla Küçük Çiftlik Bahçe Tiyatrosu’nda! Şebnem İşigüzel’in aynı adlı romanından uyarlanan oyunda, kahramanımız serüvenini bize bir çınarın üzerinden anlatmaya başlıyor. Tam da hayatının geri kalanının geçireceği yeri bulduğu sırada, Yunus’la tanışıyor. Oyunun iki kahramanı aşkı, dostluğu, hayalleri, hayal kırıklıklarını, yere düşmeyi, yerden kalkabilmeyi, sırlarını paylaşarak dile getiriyor.



## SIZE ANLATAÇAKLARIM VAR

Türkiye’nin en önemli televizyon yapımcılarından Armağan Çağlayan, “Size Anlatacaklarım Var” adını verdiği tek kişilik gösterisinde, 20 yıl önceki Türkiye ile günümüzdeki Türkiye arasındaki değişimleri, ünlü isimlerle başından geçen eğlenceli anılarını, YouTube çekimlerinde karşılaştığı hikâyeleri seyirciyle buluşturuyor. 12 Ağustos Cuma günü Ayvalık Amfiteyatrosu’nda sahnelenecek gösteri, SMA Tip 1 hastası Kaan Efe’ye destek için düzenlenecek.



## JAZZ PROJECT: FATİH ERKOÇ&KEREM GÖRSEV

İstanbulular, şehrin eğlence merkezi Maximum Uniç Açıkhava’nın sıcakık ortamında, yumuşak tınların tadını çıkarmaya devam ediyor! Türkiye’nin en güçlü seslerinden ve en önemli müzisyenlerinden Fatih Erkoç ile ülkemizin önde gelen caz piyanistlerinden Kerem Görsev, birlikte hayata geçirdikleri caz projesi kapsamında farklı sahnelerde müzikseverlerle buluşuyor. 17 Ağustos’ta Maximum Uniç Açıkhava’da caz müzik tutkunları büyülenecek.



## HAYAT KİME GÜZEL?

Annemize göre hayat, babamıza güzel: Yediği önünde, yemediği arkasında. Babamıza göre hayat, bize güzel: Ver yiyeyim, ser yatayım. Bize göre hayat, dostlara güzel: Ekmek elden, su gölden... Sahi, hayat kime güzel? İstanbul Meydan Sahnesi, Faruk Sofuoğlu yapımcılığında yeni oyununu sahneliyor. “Hayat Kime Güzel?” isimli komedi oyunu, seyircileriyle buluşma heyecanı içinde.



## ŞAHDAMARIM

Ahmed Arif, tek bir şiir kitabıyla edebiyatımızın zirvesini tutmuş, halk kitlelerince en sevilen yazarların başında gelen büyük bir ozan. Ahmed Arif’in şiir, söyleşi ve mektuplarından uyarlanan Şahdamarım, izleyicisiyle buluşuyor. Genco Erkal’ın onun şiir, söyleşi ve mektuplarından yola çıkarak düzenlediği “Şahdamarım” adlı bir müzikli gösteride eserleri, Ercan ve Gökhan Çağırın kardeşler yorumluyor.



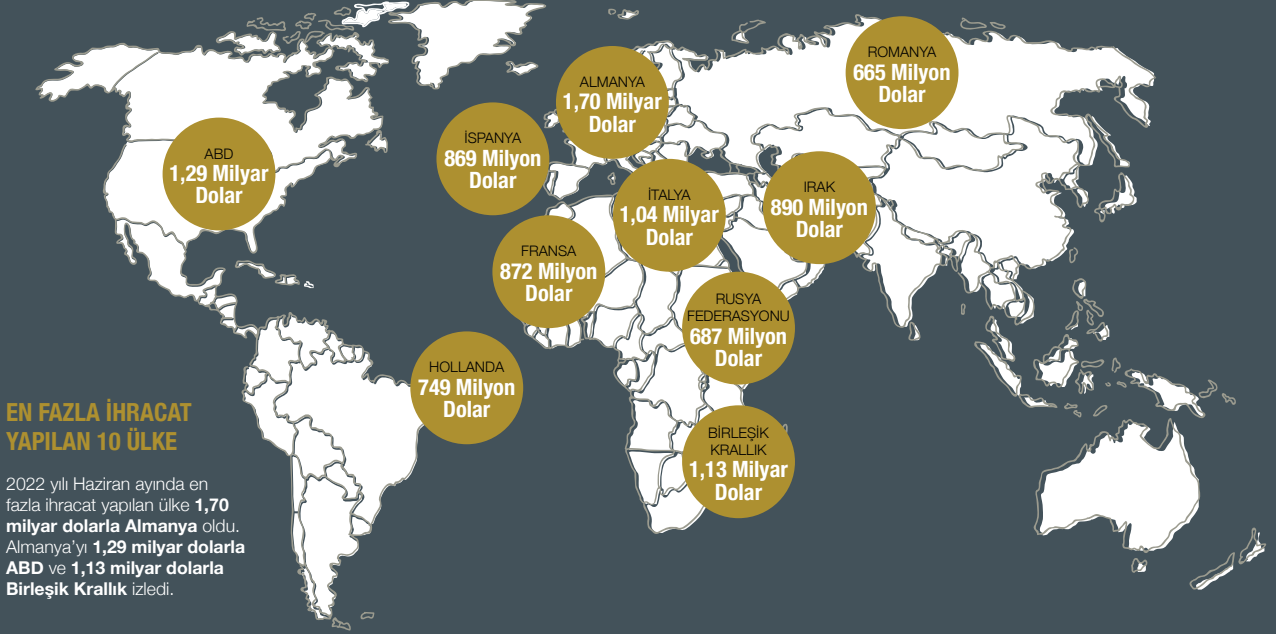
## tablolar

2022 YILI HAZİRAN AYI İHRACATI **23,4 MİLYAR DOLAR** OLDU.

2021 YILINA GÖRE 2022 HAZİRAN AYI İHRACATI **YÜZDE 18,5** ARTTI.

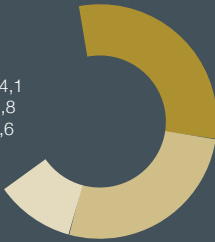
2022 YILI HAZİRAN AYINDA **20 SEKTÖR** İHRACATINI ARTIRDI.

**BİN 905 FIRMA** HAZİRAN AYINDA İLK KEZ İHRACAT GERÇEKLEŞTİRDİ.

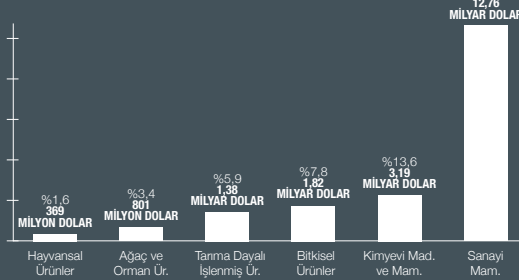


### ANA ÜRETİM GRUPLARININ 2022 YILI HAZİRAN AYINDA İHRACATTAN ALDIĞI PAY

Sanayi %74,1  
Tarım %12,8  
Maden %2,6



### ALT ÜRETİM GRUPLARININ 2022 YILI HAZİRAN AYINDA İHRACATTAN ALDIĞI PAY



### 2022 YILI HAZİRAN AYINDA İL BAZINDA EN DİKKAT ÇEKEN İHRACAT ARTIŞI



### İLLERE GÖRE 2022 YILI HAZİRAN AYI İHRACAT DAĞILIMI



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

SEKTÖRLER	1-30 HAZİRAN				1 OCAK-30 HAZİRAN			
	2021	2022	Değişim ('22/'21)	Pay (22) (%)	2021	2022	Değişim ('22/'21)	Pay (22) (%)
<b>I. TARIM</b>	2.557.510	2.995.124	17,1	12,8	13.590.409	16.462.926	21,1	13,1
<b>A. BİTKİSEL ÜRÜNLER</b>	1.631.069	1.823.982	11,8	7,8	8.848.966	10.287.331	16,3	8,2
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	764.394	998.502	30,6	4,3	4.142.412	5.446.214	31,5	4,3
Yaş Meyve ve Sebze	295.141	295.842	0,2	1,3	1.471.497	1.459.677	-0,8	1,2
Meyve Sebze Mamulleri	193.334	182.565	-5,6	0,8	934.836	1.153.101	23,3	0,9
Kuru Meyve ve Mamulleri	110.502	119.566	8,2	0,5	683.567	755.880	10,6	0,6
Fındık ve Mamulleri	147.977	112.399	-24,0	0,5	1.036.119	835.097	-19,4	0,7
Zeytin ve Zeytinyağı	23.365	26.477	13,3	0,1	136.413	193.056	41,5	0,2
Tütün	85.395	79.548	-6,8	0,3	357.497	359.555	0,6	0,3
Süs Bitkileri ve Mamulleri	10.962	9.083	-17,1	0,0	86.624	84.751	-2,2	0,1
<b>B. HAYVANSAL ÜRÜNLER</b>	313.347	369.953	18,1	1,6	1.533.188	2.052.904	33,9	1,6
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	313.347	369.953	18,1	1,6	1.533.188	2.052.904	33,9	1,6
<b>C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ</b>	613.094	801.189	30,7	3,4	3.208.254	4.122.691	28,5	3,3
Mobilya, Kâğıt ve Orman Ürünleri	613.094	801.189	30,7	3,4	3.208.254	4.122.691	28,5	3,3
<b>II. SANAYİ</b>	15.239.478	17.341.690	13,8	74,1	79.112.216	94.180.057	19,0	74,8
<b>A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER</b>	1.348.458	1.381.771	2,5	5,9	7.271.179	7.725.886	6,3	6,1
Tekstil ve Hammaddeleri	898.569	983.945	9,5	4,2	4.862.674	5.391.858	10,9	4,3
Deri ve Deri Mamulleri	152.972	172.312	12,6	0,7	792.451	978.608	23,5	0,8
Hali	296.918	225.513	-24,0	1,0	1.616.054	1.355.420	-16,1	1,1
<b>B. KİMYEVİ MADDELER VE MAMULLERİ</b>	2.369.633	3.190.454	34,6	13,6	11.977.358	16.748.425	39,8	13,3
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	2.369.633	3.190.454	34,6	13,6	11.977.358	16.748.425	39,8	13,3
<b>C. SANAYİ MAMULLERİ</b>	11.521.387	12.769.465	10,8	54,6	59.863.679	69.705.746	16,4	55,4
Hazırgiyim ve Konfeksiyon	1.801.836	1.972.274	9,5	8,4	9.425.070	10.795.597	14,5	8,6
Otomotiv Endüstrisi	2.350.261	2.771.004	17,9	11,8	14.379.660	15.261.232	6,1	12,1
Gemi, Yat ve Hizmetleri	277.349	101.131	-63,5	0,4	734.338	678.217	-7,6	0,5
Elektrik ve Elektronik	1.304.150	1.359.402	4,2	5,8	6.867.595	7.343.976	6,9	5,8
Makine ve Aksamları	827.015	906.692	9,6	3,9	4.501.378	4.968.057	10,4	3,9
Demir ve Demir Dışı Metaller	1.125.694	1.346.487	19,6	5,8	5.683.208	7.817.262	37,6	6,2
Çelik	2.007.805	2.301.870	14,6	9,8	9.153.325	11.896.092	30,0	9,5
Çimento, Cam, Seramik ve Toprak Ürünleri	425.660	523.601	23,0	2,2	2.222.748	2.830.603	27,3	2,2
Mücevher	594.623	535.855	-9,9	2,3	2.476.319	2.697.965	9,0	2,1
Savunma ve Havacılık Sanayii	221.630	315.083	42,2	1,3	1.341.213	1.984.195	47,9	1,6
İklimlendirme Sanayii	573.159	621.951	8,5	2,7	3.012.061	3.363.881	11,7	2,7
Diğer Sanayi Ürünleri	12.204	14.115	15,7	0,1	66.764	68.670	2,9	0,1
<b>III. MADENCİLİK</b>	496.927	597.476	20,2	2,6	2.815.643	3.361.821	19,4	2,7
Madencilik Ürünleri	496.927	597.476	20,2	2,6	2.815.643	3.361.821	19,4	2,7
<b>TOPLAM (TİM*)</b>	<b>18.293.916</b>	<b>20.934.290</b>	<b>14,4</b>	<b>89,5</b>	<b>95.518.267</b>	<b>114.004.803</b>	<b>19,4</b>	<b>90,6</b>
İhracatçı Birlikleri Kaydından Muaf İhracat ile Antrepo ve Serbest Bölgeler Farkı	1.446.908	2.460.295	70,0	10,5	9.360.434	11.858.907	26,7	9,4
<b>GENEL İHRACAT TOPLAMI</b>	<b>19.740.824</b>	<b>23.394.585</b>	<b>18,5</b>	<b>100,0</b>	<b>104.878.701</b>	<b>125.863.711</b>	<b>20,0</b>	<b>100,0</b>

## 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**  
Akhın 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**  
Pazarkapı 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 Karacakayalılar  
**Genel Sekreter Yrd.:** Ayşe Mehtap Ekinci  
**Genel Sekreter Yrd. V.:** Bircül Polat

Genel Sekreter Bilal Bedir

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





Römorkörcülük ve kılavuzluk hizmetlerinde  
45 yıllık Sanmar deneyimi



[sanmar.com.tr](http://sanmar.com.tr)

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](http://www.yr.com.tr) // [yilmaz@yr.com.tr](mailto:yilmaz@yr.com.tr) // [export@yr.com.tr](mailto:export@yr.com.tr)

