

# TİM REPORT

ALTINMARKA YÖNETİM KURULU BAŞKANI

**BİROL ALTINKILIÇ**  
"EKONOMİNİN  
YAPI TAŞI,  
GÜÇLÜ TÜRK  
ŞİRKETLERİ"

**MOBİLYA SEKTÖRÜNDEN**  
İHRACAT İÇİN İŞ BİRLİĞİ

**GENÇ TİM'DEN**  
LATİN AMERİKA'YA ÇIKARMA

**TİM'DEN ESKİŞEHİR'DE**  
KOBİ İHRACAT SEFERBERLİĞİ

# MEDENİYETİN HAMURU

*gelecek nesillerde...*



 **Konya Kağıt**

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

AİT

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

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

"BİZ HER ZAMAN BİR YOL BULURUZ." ROTANIZ NERESİ OLURSA OLSUN. İSTER NAIROBI, İSTER SANTIAGO, İSTERSE ZAGREB

**GALATA**  
TAŞIMACILIK VE TİCARİET A.Ş.

+90 850 755 0 458

galpi.com.tr

**Great  
Place  
To  
Work.**

# KMT

1996

## KOMET METAL ACCESSORIES

*We Care! We Commit! We Lead!*

GRS (Global Recycle Standard); Ürünlerin (hem nihai hem de ara ürünlerin) geri dönüştürülmüş içeriğini ve üretimlerinde sorumlu sosyal, çevresel ve kimyasal uygulamaların uygun olduğunu doğrulayan bir sertifikasyondur.

GRS(Global Recycle Standard)'nin kapsamı;

- Gözetim Zinciri
- Sosyal ve Çevresel uygulamalar
- Kimyasal kısıtlamaların gereksinimlerinin belirlenmesinden oluşmaktadır.

GRS(Global Recycle Standard)'in amacı;

- Ürünlerde dönüştürülmüş materyal kullanımını arttırmak
- Üretim sürecinin sebep olduğu zararı azaltmak
- Sürdürülebilir üretime katkı sağlamaktır.

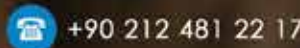
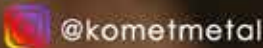
## Sürdürülebilir Üretim

ürünlerin topluma ve işletmelere karşı değerini korurken ya da yükseltirken, üretim aşamasında malzeme kullanımını, enerji tüketimini, kimyasalların sorumlu ve doğa dostu kullanılmasını sağlamaktır.

Komet Metal'in şirket vizyon ve misyonunda "sürdürülebilir üretim anlayışı" her zaman hakim olmuştur.

Sürdürülebilir üretim anlayışlarını daha öncesinde  
**STeP BY OEKO-TEX**  
sertifikasıyla taçlandırmışlardır.

Devam eden sürdürülebilirlik faaliyetleri sonucunda, tüm üretim prosesleri dahilinde GRS (Global Recycle Standard) sertifikasını almaya hak kazanmıştır.



# TİMREPORT İÇİNDEKİLER

Sayı: 202 - ARALIK 2021



## UFKUMUZ, GLOBALDE DE ÖNLERDE OLMAK

Altınmarka'nın Kurucusu ve Yönetim Kurulu Başkanı Birol Altinkılıç, sürdürülebilir ve uzun soluklu üretim yapmanın ana bileşenlerini anlattı. **Syf 36**



## "DÜNYA TİCARETİNDE GÜÇLÜ TÜRK KADINI" DAMGASI

TİM Kadın Konseyi Başkan Yardımcısı Belma Yılmazyığıt, 2022'ye güçlü Türk kadını damgasını vuracaklarını söyledi. **Syf 50**



## TÜRKİYE LOJİSTİK PORTALI

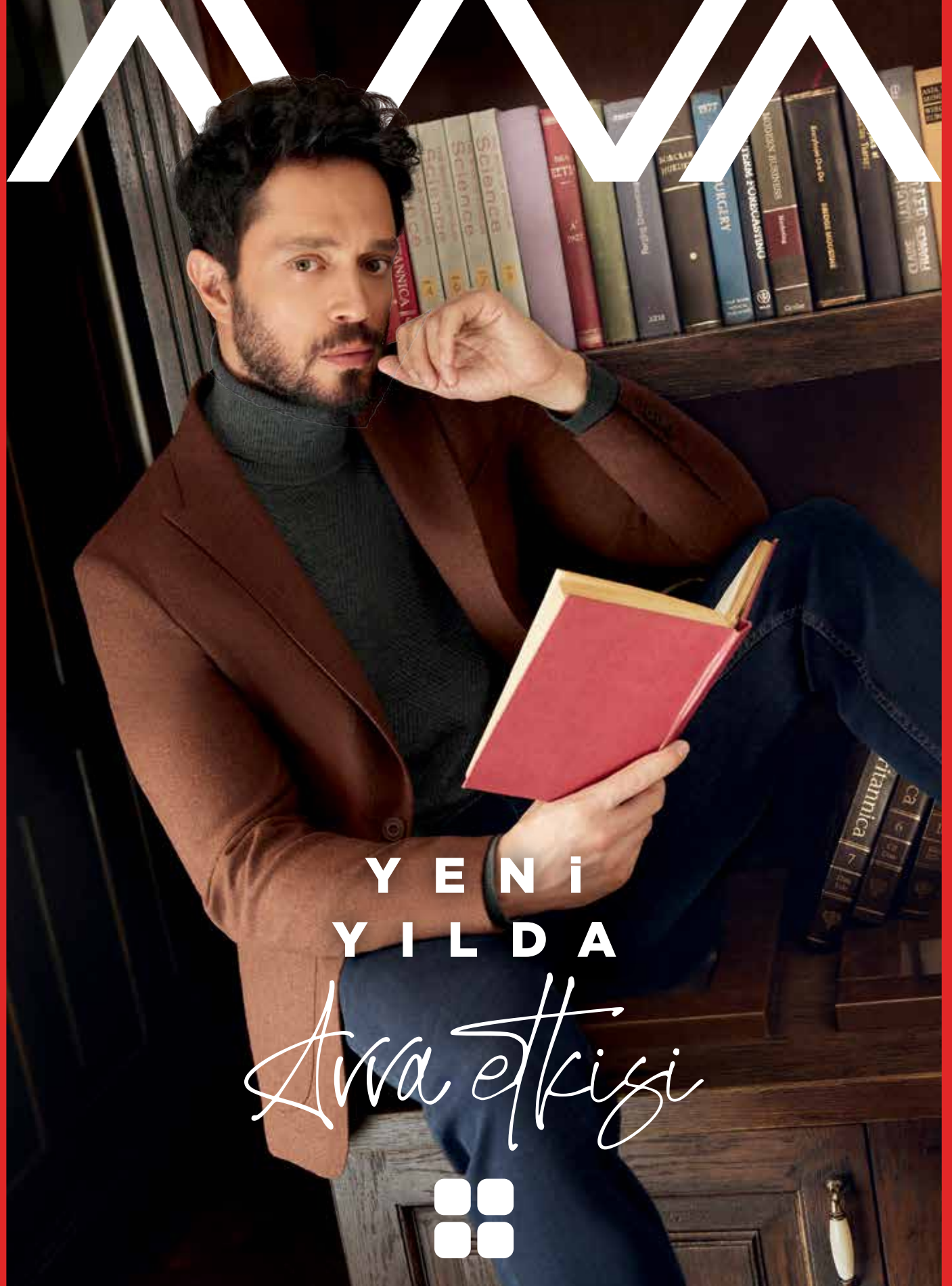
Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), ihracat ailesi ile lojistik sektörü arasında dijital köprü vazifesi görecektir Türkiye Lojistik Portalı'nı faaliyete geçirdi. **Syf 44**



## MOBİLYA SEKTÖRÜ GÜÇLERİNİ BİRLEŞTİRDİ

Türk mobilya sektörü liderlerinin hayata geçirdiği f-tr Furniture Partners ile ihracat gücünün çok daha fazla artırılması hedefleniyor. **Syf 52**





Y E N İ  
Y I L D A

*Arva etkisi*



# İÇİNDEKİLER



## MOBİLYA İHRACATTA HEDEF BÜYÜTTÜ

İstanbul Mobilya, Kâğıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği Başkanı Ahmet Güleç Türkiye'nin, mobilya üssü olabileceğini söyledi. **Syf 60**

## TİMREPORT

**TİMREPORT Adına İmtiyaz Sahibi**  
TİM Başkanı İsmail GÜLLE

### Yayın Kurulu

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

### Yönetim Yeri

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

## ÖZGÜN PROJELERİN MİMARİ

Tasarımlarındaki çizgisi, stilindeki farklılıklarıyla dikkat çeken İç Mimar Nisa Akar İncir ile yurt içi ve yurt dışı projelerini konuştuk. **Syf 62**



## DİJİTAL DÜNYA, MODERN VE ŞİK SİLÜETLER İLE BULUŞURSA

Sudi Etuz markasının Kurucusu Şansım Adalı, tasarımlarını dijital dünyayla buluşturarak yeniliklerin peşinden koştuğunu gözler önüne seriyor. **Syf 66**



**Genel Yayın Yönetmeni** Selda Yeşiltaş

**Yayınlar Koordinatörü** Murat Erdoğan

**Görsel Yönetmen** Serpil Yenihayat

**Editör** Simge Soyel

**Fotoğraf Editörü** Ergün Çalakoğlu

**Muhabir** Melis Alpay

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

**Reklam Sorumlusu** Sırma Samay Yabancı

**Redaksiyon** Kurşun Kalem Kurumsal Yayıncılık  
ve Tanıtım Hizmetleri

### İletişim

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

Nisantaşı - Şişli / İSTANBUL

+90 212 236 00 50

www.viamedya.com | viya@viamedya.com



/viamedya

**Baskı** Özgün Ofset





## Hedef artık çok daha yakın

**GÖREVE GELDİĞİMİZ** günden beri bir hedefimiz vardı ve stratejimizi hep bu doğrultuda oluşturduk: "Dış Ticaret Fazlası veren Türkiye." Bugün gelinen noktada, bu hedefe artık çok daha yakın olduğumuzu söyleyebilirim.

Bu yıl için belirlediğimiz 212 milyar dolar hedefine emin adımlarla ilerliyoruz. Bu hedefimizi gerçekleştirmenin yanı sıra ihracatçı sayımız, ihracat birim değerimiz, ithalatı karşılama oranımız ve dünya pazarından aldığımız pay süreçlerinde de önemli aşamalar kaydettik.

En başından bu yana Türkiye'nin ekonomik bağımsızlığını ve kalkınmayı üreterek, ihracat yaparak sağlayabileceğini iddia ettik. Bu doğrultuda ihracatı ülke geneline ve her ölçekteki firmaya yaymak için KOBİ ihracat Eğitim Seferberliği başlattık. İlk eğitim programının üzerinden yaklaşık iki yıl geçti ve bu süreçte ihracat ailesine 37 binin üzerinde yeni firma katıldı. 60 bin civarında olan ihracatçı sayımız 100 bini aştı. Bunu beş yıl içinde 130 binlere, 10 yıl içinde de 300 bine çıkarma arzusundayız. İhracatı bir millî mesele hâline getirmek istiyoruz. Millî bağımsızlığımızı cumhuriyetle kazandık, ekonomik bağımsızlığımızı da ihracatla kazanacağız.

Yeni neferlerle birlikte aylık bazda rekor üstüne rekorlar kırıldı. Dünya ticaretinden aldığımız pay da katlanarak büyüyor. 2020 yılında dünya ticaretinden aldığımız binde yarım pay, bugün yüzde 1'i aşmış durumda. İhracatımızın ithalatı karşılama oranı yüzde 93'ler seviyesinde. İhracatımızda birkaç ay sonra belki dengeye daha sonrasında da artıya geçeceğimiz bir potansiyelin olduğunu görüyoruz.

Bunun için ihracatçı olarak bizlerin düşük TL, yüksek kur gibi bir beklentimiz yok. Biz üreten, zorluklarla mücadele eden ve daha fazla ihracat için gösteren eden bir aileyiz. Bu özverimizi de pandemi döneminde fazlasıyla gösterdik.

**"Bizim işimiz üretmektir ve 2022 için belirlediğimiz 250 milyar dolar ihracat hedefimize ulaşmak için üretmeye de devam edeceğiz."**

Zor koşullar ve pandemi döneminde dünyadaki ülkeler içinde ihracatını en çok artıran ülkeler içindeyiz. Dünya, tedarikte Türkiye'ye yönelmiş durumda. Bazı sektörlerimizde sipariş yoğunluğu, mevcut kapasitenin iki, üç kat üzerine çıkmış durumda. Talebe cevap verebilmek için yeni yatırımlara ve finansmana ihtiyacımız bulunuyor.

Hükümetimizin, üretim ve ihracat için büyük bir yük olan faizle mücadelesinin ana nedeninin yatırımlar olduğunu biliyoruz. Bu nedenle bir puanlık faiz sonrası piyasalarda yaşanan dengesizliği ve TL'deki değer kaybını anlamakta zorlanıyorum. Çünkü biz her koşulda üretebilen ve dünyanın küçüldüğü bir dönemde büyümeyi başarabilen bir ülkeyiz.

*İsmail Güllü*  
TİM Başkanı



KASIM  
4-5



## DENİZLİ (4-5 Kasım)

• Genç TİM'in ilk bölge toplantısı gerçekleşti. • Firma tesisleri ziyaret edildi. • DENİB Design'da ödüller takdim edildi.



## GAZİANTEP (6 Kasım)

• Tekstil Sektör Kurulu Toplantısı gerçekleşti. • Doku Kumaş Tasarım Yarışması ziyaret edildi. • Kahramanmaraş Ticaret ve Sanayi Odası ile beraber iş insanları ziyaret edildi.



## KAHRAMANMARAŞ (11 Kasım)

• Tekstil Makineleri Fuarı'nın açılışına katıldı. • Uluslararası Tekstil Zirvesi'nin ve Eximbank şubesinin açılışı gerçekleşti.



## İZMİR (16 Kasım)

TİM, 15. IF Wedding Fashion'nın açılışına katıldı.



## KATILIM

• Türkiye Lojistik Portalı, 14. Uluslararası Logitrans Transport Lojistik Fuarı'nda yer aldı. • Türkiye İş Ahlakı Zirvesi'nde konuşma yapıldı.

KASIM  
10



## TOPLANTI

- Çin'de kurulması planlanan "Türkiye Pavilyonu" projesine ilişkin istişare toplantısı yapıldı.
- Hometex 2022 Fuarı İstişare Toplantısı gerçekleştirildi.
- Dpworld'ün Türkiye CEO'su Kris Adams, TİM'i ziyaret etti.

## FUAR

- Uluslararası Seramik Banyo Mutfak Fuarı'nın açılışı gerçekleşti.
- 22. Avrasya Pencere, Kapı ve Cam Fuarı; TİM Başkanı İsmail Gülle'nin katılımıyla açıldı.
- Bu sene 14'üncüsü düzenlenen Uluslararası Lojitrans Transport Lojistik Fuarı'nın açılışı yapıldı.
- WIN EURASIA Hybrid Fuarı'nın açılışı gerçekleşti.

## TİCARİ HEYET

Genç TİM'in ilk ticaret heyeti Kolombiya-Panama Ticaret Heyeti düzenlendi.

## TÖREN

THY Başkanı İlker Aycı'ya, Japonya İmparatoru devlet nişanı verdi.



## YARIŞMA

TİM, ATHİB Dokuma Kumaş Tasarım Yarışması'nın final gecesine katıldı.

# KISA KISA

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

Çin'de binek araç satışları yıllık bazda azalırken elektrikli otomobillere olan talep artış kaydetti. Çin Binek Otomobil Birliği (CPCA) verilerine göre Ekim ayında toplam binek araç satışı geçen yıla göre yüzde 4,1 azaldı. Toplam satışlardaki azalmaya karşı elektrikli otomobil satışları yıllık yüzde 141,1 arttı.



İstanbul Sanayi Odası (İSO), sürdürülebilirlik vizyonu kapsamında 10 sektör için hazırlamaya başladığı yol haritalarından üçüncüsünü "Maden, Taş ve Toprak Ürünleri Sanayi Sektörü" için açıkladı.

Türkiye ve Avrupa Birliği eş finansmanında yürütülen Avrupa Birliği Kırsal Kalkınma Programı (IPARD-II) kapsamında 10'uncu Çağrıda verilen hibe oranları ve sözleşme tutarları artırıldı. Hayvansal ürünlerin üretimine yönelik projeler için baz hibe oranı yüzde 50'den yüzde 60'a; programda belirlenen üretici örgütlerinin yapacağı yatırımlar için oran yüzde 70'e çıkarıldı.



Dünya Bankası'nın Ulusların Değişen Zenginliği 2021 raporu "Gelecek için Varlıkları Yönetme" başlığıyla yayımlandı. Yeni rapor küresel servetin, gelecekteki refah pahasına ve eşitsizlikleri artırarak büyüdüğünü ortaya koydu.



İngiltere merkezli global sosyal medya ajansı We Are Social'ın Hootsuite ile birlikte yaptığı "Ekim 2021 Dijital Dünya" araştırmasında, internet kullanıcılarına e-ticaret hakkında sorular soruldu. Tayland'ın yüzde 69,2 ile ilk sırayı aldığı araştırmada, Türkiye ikinciliği Güney Kore ile birlikte (yüzde 65,1) paylaştı.

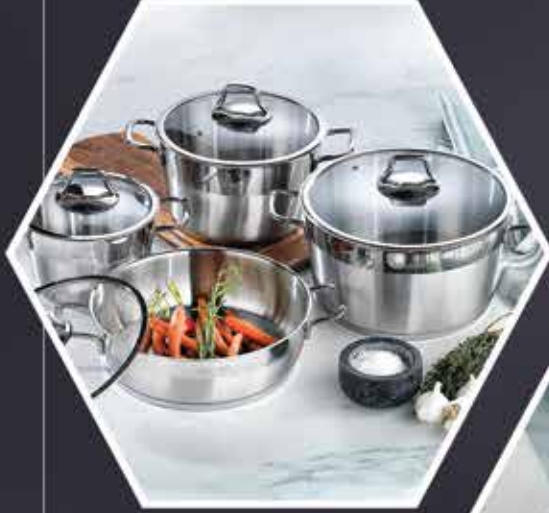
Dünyadaki en önemli metropollerin dijitalleşme karnesini ortaya koyan Siemens Dijitalleşme Haritası'na göre İstanbul'un dijitalleşmeye hazır olma düzeyi 10 üzerinden 5, dijitalleşme potansiyeli ise 4 oldu. Aynı çalışmada Berlin ve Münih'in dijitalleşme potansiyeli 2, Londra ve New York'ununki ise 3 olarak belirtildi.



Paris İklim Anlaşması'nı yürürlüğe koyan Türkiye, Avrupa Yeşil Mutabakatı'na uyum çalışmalarını hızlandırdı. Bu kapsamda, dış ticaretteki engellerin kaldırılması ve şirketlerin yeşil dönüşümünün sağlanması amacıyla Ticaret Bakanlığı önderliğinde kurulan Yeşil Mutabakat Çalışma Grubu'nun faaliyetlerini yoğunlaştırdı.

W. Bestechhaus  
**SCHAFFER**

*Ev ve Yaşam Ürünleri...*





## Cumhuriyetin 98'inci yılında dört Cumhuriyet rekoru

Ekim'de tüm zamanların aylık ihracatı, son 12 ay, yılın ilk 10 ayı ve Cumhuriyet tarihinin en yüksek aylık ihracatı rekorları kırdı.

### TÜRKİYE İHRACATÇILAR

Meclisi (TİM), Ekim ayı ihracat verilerini Ticaret Bakanı Mehmet Muş'un katılımıyla 1 Kasım 2021 tarihinde Ankara'da düzenlediği toplantıyla açıkladı. İhracat ailesi tüm zamanların aylık ihracatı, son 12 ay ve yılın ilk 10 ayı ihracat rekorları kırdı. Cumhuriyetin ilanının 98'inci yıl dönümü olan Ekim ayında Türkiye'nin ihracatı, geçen yılın aynı ayına göre yüzde 20,2'lik artışla 20,8 milyar dolara ulaştı. Bu rakam aynı zamanda Cumhuriyet tarihinin en yüksek

aylık ihracatı oldu.

### "242 MİLYAR DOLARA EMİN ADIMLARLA İLERLİYORUZ"

Cumhuriyetin 98'inci yılının gururla kutlandığı Ekim ayında, her sektörün başarılı bir ihracat performansı sergilediğine dikkat çeken TİM Başkanı İsmail Güllü: "İhracatçılarımız, ulaştığı Cumhuriyet tarihi aylık ihracat rekoruyla bizlere çifte bayram yaşattı. Ekim ayında ihracatımız, geçen yılın aynı ayına göre yüzde 20,2'lik artışla 20,8 milyar

dolar oldu. Bu rakamla beraber, tarihimizin en yüksek aylık ihracat rakamına imza atarken, 20 milyar dolar sınırını bir kez daha aşarak ihracatta yeni bir lige çıktığımızı tescilledik. Gururla ifade ediyorum ki takvimin olumsuz etkisine rağmen bu rakam; tarihimizin en yüksek ihracat rakamıdır. Bu rekorla beraber, Ocak-ekim dönemi ihracatımız 181,8 milyar dolara ulaştı. Son 12 ayda ise 215,7 milyar dolar ihracat gerçekleştirerek yıllık ihracat hedefimiz olan 211

milyar doları şimdiden aştık. Son 12 ayın 10'unda ihracat rekorları kırdık. Böylelikle Orta Vadeli Program'daki hedefimizi şimdiden yakaladık. Yıl sonu hedefimiz 211 milyar dolardı; mevcut ivme gösteriyor ki; bu rakamı rahatlıkla aşacak hatta 220 milyar dolar seviyesini zorlayacağız. Bizler, "İhracatla Yükselen Türkiye" için aralıksız çalışmayı ve tüm hedeflerimizi birer birer gerçekleştirmeyi sürdüreceğiz." dedi.

### BİRİM İHRACAT DEĞERİ ARTIYOR

Ekim ayında sektörlerin performanslarıyla ilgili bilgiler veren Güllü: "Tam 22 sektörümüzün ihracatını artırdı. 2,6 milyar dolarlık ihracat gerçekleştiren "Otomotiv" sektörümüz (yüzde 10,6 düşüş) ilk sırada yer alırken, 2,3 milyar dolara ulaşan "Kimyevi Maddeler" sektörümüz (yüzde 34,4 artış) ikinci ve 2,3 milyar dolara yaklaşan "Çelik" sektörümüz ise (yüzde 108 artış) üçüncü oldu. Bununla birlikte, ihracat birim fiyatımızda da oldukça pozitif bir ivme görmekteyiz. Birim ihracat değerimiz geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 16 artışla 1,38 dolara yükseldi. Bu ay birim ihracat değerini en çok artıran sektörlerimiz yüzde 72 artışla "Gemi ve Yat", yüzde 68 artışla "Çelik", yüzde 33 artışla "Kimyevi Maddeler" sektörlerimiz oldu. Katma değerli ve markalı ihracatımız arttıkça ürünlerimizin değeri daha da artacak. Sektörel anlamda en dikkat çekici artışlar ise geçen

### EKİM İHRACATININ "EN"LERİ

- 20,8 milyar dolar ile aylık rekor kırdı.
- Cumhuriyet tarihinin en yüksek aylık ihracatı gerçekleşti.
- 22 sektör ihracatını artırdı.
- 157 ülkeye ihracat arttı.
- Dokuz il tarihinin en yüksek aylık ihracatına imza attı.



yıla göre ihracatını 1,2 milyar dolar artıran "Çelik", 591 milyon dolar artıran "Kimyevi Maddeler" ve 344 milyon dolar artıran "Demir ve Demir Dışı Metaller" sektörlerimizde yaşandı. "Hububat" sektörümüz ise 903 milyon doları aşan ihracatıyla tarihinin en yüksek rakamına erişti." ifadelerini kullandı.

### "157 ÜLKEDE İHRACATIMIZ ARTTI"

Ekim ayında miktar bazında ihracatın; geçen yılın aynı ayına göre yüzde 3,3 artarak 15,1 milyon ton olarak gerçekleştiğine ve ilk 10 ayda ise yüzde 15 artışla 144,2 milyon ton ihracat gerçekleştirdiklerine vurgu yapan Güllü şöyle devam etti:

"Ekim ayında ihracatçılarımız, ülkemizin bayrağını 217 ülke ve bölgede dalgalandırmayı başardı. 157 ülkeye ihracatımızı artırma başarısı gösterdik. Aralarında İtalya, İsrail, Yunanistan, Senegal ve Kanada'nın da bulunduğu 15 ülkede, aylık ihracat rekoruna imza attık. Bu ay ihracatçılarımızın en çok ihracat gerçekleştirdiği ilk üç ülke 1,7 milyar dolarla Almanya, 1,3 milyar dolarla ABD ve 1,2 milyar dolarla Birleşik Krallık oldu. İhracatımızı tutar bazında en çok artırdığımız ülkeler ise 341 milyon dolar artışla ABD, 267 milyon dolar artışla İspanya ve 194 milyon dolar artışla İtalya oldu. Ülke



gruplarına göre ihracata baktığımızda ise en büyük pazarımız olan Avrupa Birliği'ne (AB-27) ihracatımızın yüzde 18 artışla 8,6 milyar dolarlık bir hacme ulaşarak yüzde 41'lik pay aldığını görüyoruz. AB haricindeki diğer Avrupa ülkelerini de topladığımızda, Avrupa kıtasının Ekim ayı ihracatımızdaki payı ise yüzde 55 oldu. Bu ay diğer ülke gruplarında Yakın ve Orta Doğu ülkelerine 3,6 milyar dolar, Afrika kıtasının tamamına 2 milyar dolar, Uzak Doğu ülkelerine 1,4 milyar dolar ve

Kuzey Amerika'ya 1,5 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdik."

#### 61 İL İHRACATINI ARTIRDI

TİM Başkanı İsmail Güllü: "İzmir, Ankara, Mersin, Adana, Çorum, Zonguldak, Aydın, Diyarbakır ve Niğde ise tarihlerinin en yüksek aylık ihracatını Ekim ayında gerçekleştirdi. Bu başarılı performans için tüm illerimizi tebrik ediyorum. Bu ay en çok ihracat gerçekleştiren ilk üç ilimiz sırasıyla 8,1 milyar dolarla İstanbul, 1,6 milyar dolarla Kocaeli ve 1,3 milyar dolarla Bursa oldu. Ayrıca ihracatını 250

milyon dolar artıran İzmir ve 212 milyon dolar artıran Hatay illerimizin performansı oldukça değerliydi." dedi.

#### TL İLE YAPILAN İHRACAT ARTIYOR

Yerel para birimleriyle ticaret, her geçen gün daha da önem kazanıyor. Türk lirası ile açılan beyannamelere göre 171 ülkeye toplam 6,6 milyar TL tutarında Türk lirası ile ihracat gerçekleştirildi. 7 bin 389 firma ihracat işlemlerinde Türk lirasını tercih etti.

#### "İSTIKRARLI KUR, İSTIKRARLI İHRACAT DEMEKTİR"

Büyümeye ihracatın katkısına da değinen Güllü: "İhracatçılarımız hiçbir zaman döviz kurlarında spekülatif artıştan yana değildir. İhracatçılarımızın kurların yükselişi ile ilgili bir talebi ya da beklentisi de hiçbir zaman olmamıştır. Bizler için istikrarlı kur, istikrarlı ihracat demektir. Rakamlar da zaten net bir şekilde gösteriyor ki; kurun seviyesi ne olursa olsun ihracatta rekor üzerine rekor kırmayı sürdürüyoruz. Bizler üretim, istihdam, bu ülkenin müreffeh yarınları için çalışan kocaman bir aileyiz. Yıl sonunda, birçok uluslararası kuruluşun değerlendirmesine göre ülkemiz yılı yüzde 9'luk bir büyüme ile kapatacak. Bu büyümenin 2 puanı doğrudan ihracattan, 3 puanı ihracatın tetiklediği sanayi üretim artışından ve 1 puanı yine ihracatla yükselişe geçen yeni yatırımlardan gelecek. Yani ihracatla büyüyor, ihracatla güçleniyoruz." diye konuştu.

#### 2 BİN 477 FİRMA, İHRACAT AİLESİNE KATILDI

Ekim ayı içinde 2 bin 477 firma, ihracata ilk kez "merhaba" dedi. Yeni firmalar, Ekim ayında 107 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirdi. Yılbaşından bu yana ihracat yapan firma sayısı ise 87 bini aştı. 10 ayda ilk kez ihracat yapan 15 bin 141 firmanın toplam ihracatı 2,6 milyar dolar oldu.

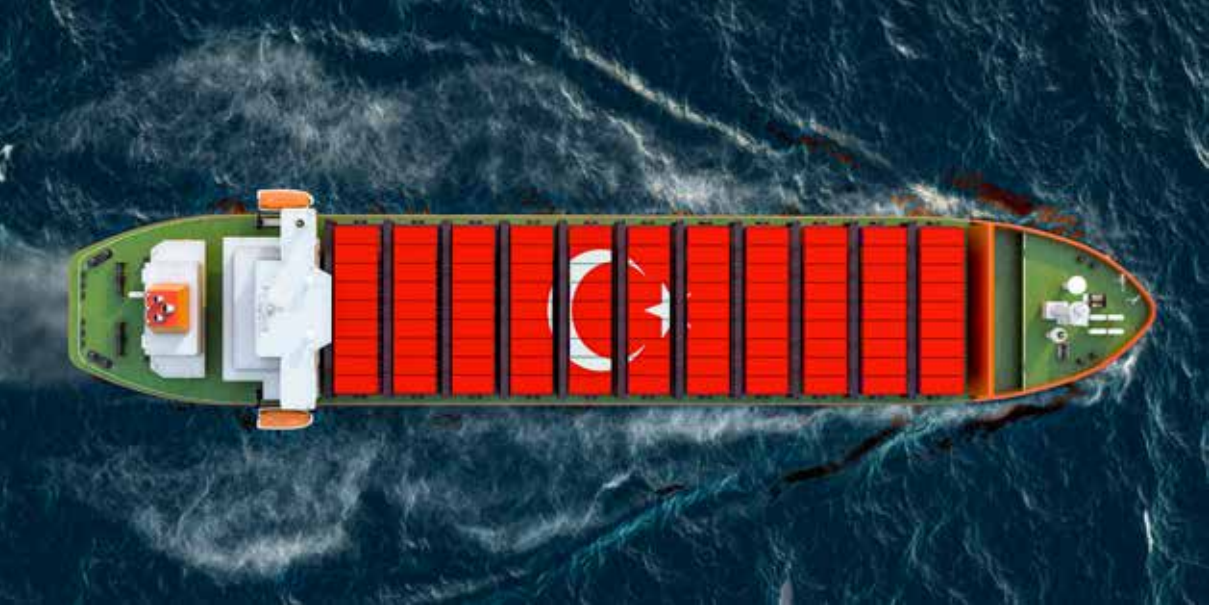




Garanti BBVA Factoring olarak, FCI Business ödülleriinde  
5. kez Dünyanın En İyi İhracat Faktöring şirketi seçildik.  
Bizi tercih eden tüm müşterilerimize teşekkür ederiz.



Facilitating Open Account – Receivables Finance



## Türkiye tarihinin ihracat rekorları

“Atamızın gösterdiği muasır medeniyetlerin üzerine çıkma hedefine giden yol, bugün ihracattan geçmektedir.”

### TÜRKİYE İHRACATÇILAR

Meclisi'nin (TİM), 29 Ekim Cumhuriyet Bayramı'nı kutladığı “Cumhuriyet Geleceğimiz, İhracat Geleceğimiz” sloganlı filmi, geçen yıl olduğu gibi bu yıl da izleyicilerin büyük beğenisini topladı.

### “İHRACAT CUMHURİYETİN VİZYONUDUR”

29 Ekim Cumhuriyet Bayramı dolayısıyla değerlendirmede bulunan TİM Başkanı İsmail Güllü: “Cumhuriyetin ilk yıllarında kurulan fabrikalar, İzmir İktisat Kongresi... Bu gelişmelerin hepsi Cumhuriyetin ihracata kazandırdığı vizyoner ve stratejik adımlar olarak bugünlerimizi inşa etti. Bugün

gökyüzündeki İHA ve SİHA'larımızı tüm dünyanın gıptaıyla izlemesi, fuarlarımıza yüz binlerce yabancı müşteri katılması, Türkiye'nin 81 ilinde 100 binden fazla ihracatçı olması, Cumhuriyetin ilk yıllarında atılan vizyoner adımlar sayesinde. Takip eden süreçte, yine bir dünya savaşıyla yeni bir küresel düzene ve bambaşka bir ekonomik sisteme geçildi. Türkiye, 1950'li yıllarda tarıma dayalı bir büyüme modeli benimsedi. Tarımda bugün geldiğimiz başarılı seviyenin temelleri o günlerde atıldı. Türkiye, yıllık 28 milyar dolar tarım ürünü ihracatı yapan bir ülke konumuna geldi. Ülkemizde büyük sanayi tesislerinin kurulması ise 1960'lı, 1970'li

yıllarda oldu ve Türkiye'nin ekonomik yapısında sanayinin rolü kuvvetlendi. '1980'li yıllar, Türkiye için bir atılım dönemidir.' desek yeridir. Üretimimiz, ticaretimiz, turizmimiz, ihracatımız bu dönemde büyük kazanımlar elde etti. Merhum Turgut Özal'ın liderliğinde Türkiye âdeta dünyayla tanıştı. Bugün Türkiye'yi dünyada temsil eden markalara, en çok ihracat yapan firmalara bir bakın. Büyük çoğunluğu ya 1980'li yıllarda kurulmuştur ya da o dönemde parlamıştır. Ama şimdi imalat sanayi ihracatımız yıllık 161 milyar dolara ulaştı.” dedi.

**“226 ÜLKEYE İHRACATIMIZ VAR”**  
Türkiye'nin ihracattaki

başarısına vurgu yapan Güllü: “2000’li yıllarda küreselleşme çağında Türkiye bu dönemi çok iyi değerlendirdi. Küresel ticaretten aldığımız pay, e iki katına çıktı. Bu dönemde, 50 milyar dolar üzeri ihracat yapan 46 ülke içinde Türkiye, ihracatını en fazla artıran sekizinci ülke oldu. Ülkemizde 1 milyar dolar üzeri ihracat yapan il sayısı beşten 17’ye yükseldi. 226 ülke ve bölgeye 5 bine yakın ürün ihraç eder seviyeye geldik. Yüksek teknolojlili ürün ihracatımız ise üç katına çıktı. Son bir buçuk senede yaşadıklarımıza bakınca pandeminin oluşturduğu krizler neticesinde dünyada yeni bir ekonomik dönüşümün yaşandığını görüyoruz. İhracat ailesi olarak bizler, bu krizler yaşanırken ülkemizi ileri taşıyabilmenin yollarını aradık ve aramaya devam ediyoruz. Krizler, fırsatları da içinde barındırır. Bu küresel kriz döneminde, ihracatımız ilk defa 200 milyar doları aştı. Eylül ayı itibarıyla yıllık bazda 212 milyar dolardan fazla ihracat gerçekleştirdik. Krizin içindeki fırsatlardan doğru bir



şekilde faydalandığımızı artık açıkça ifade edebiliriz. Tüm bu anlattıklarımızı tarihsel bir devamlılık içinde düşünmek gerekiyor.” ifadelerini kullandı.

#### “İHRACATÇI SAYISI ARTIYOR”

Atatürk’ün İzmir İktisat Kongresi’nde başlattığı ekonomik bağımsızlık mücadelesinin bugün de devam ettiğine dikkat çeken TİM Başkanı İsmail Güllü konuşmasını şu sözlerle sonlandırdı: “Oluşturduğumuz ihracat projeksiyonlarına

#### İHRACAT HEDEFLERİ

	Orta Vadeli Program (Milyar \$)
2021 OVP	211,0
2022 OVP	230,9
2023 OVP	242,0
2024 OVP	255,0
2025 TİM	281,0
2026 TİM	300,0

göre Türkiye önümüzdeki beş sene içinde ihracatını yıllık 300 milyar doların üzerine çıkaracak. Bugün ihracatçımız 100 bine ulaştı. Bunu beş yıl içinde 130 binlere, 10 yıl içinde de 300 bine çıkartma arzusundayız. Türkiye’yi dış ticaret fazlası veren bir ekonomiye kavuşturmakta kararlıyız. Bu amaca giden yolun, AR-GE ve teknoloji yatırımlarından, katma değeri yüksek ve markalı üründen, sürdürülebilirlik ve inovasyondan geçtiğinin farkındayız. Cumhuriyet bağımsızlık demektir.”

#### İHRACATTA KİLOMETRE TAŞLARI

10. YIL (1933)	58,1 MİLYON DOLAR İHRACAT
50. YIL (1973)	1,3 MİLYAR DOLAR İHRACAT (1 MİLYAR DOLAR AŞILDI)
64. YIL (1987)	10,2 MİLYAR DOLAR İHRACAT (10 MİLYAR DOLAR AŞILDI)
74. YIL (1997)	26,3 MİLYAR DOLAR İHRACAT (25 MİLYAR DOLAR AŞILDI)
81. YIL (2004)	63,2 MİLYAR DOLAR İHRACAT (50 MİLYAR DOLAR AŞILDI)
84. YIL (2007)	107,3 MİLYAR DOLAR İHRACAT (100 MİLYAR DOLAR AŞILDI)
89. YIL (2012)	152,5 MİLYAR DOLAR İHRACAT (150 MİLYAR DOLAR AŞILDI)
98. YIL (2021)	212,2 MİLYAR DOLAR İHRACAT (200 MİLYAR DOLAR AŞILDI)



## İhracatın Genç TİM'inden Latin Amerika'ya Çıkarma

Genç TİM, ilk ticaret heyetini fiziki olarak Latin Amerika'ya düzenledi.

**GENÇ TİM**, ilk ticaret heyetini fiziki olarak Latin Amerika'ya düzenledi. Kolombiya ile Panama'da yeni iş birlikleri ve satışlar için fırsatlar doğuracak, ihracat rakamlarını artıracak temaslarda bulunan Genç TİM üyeleri, ikili görüşmelerde yoğun ilgiyle karşılaştı. Kolombiya ve Panama Fiziki Ticaret Heyeti'ne yönelik değerlendirmelerde bulunan TİM Başkanı İsmail Gülle: "İhracatın en temel özelliği, kilometrelere sığmayarak uzakları yakın edebilmesi. Latin Amerika, her sektörde hedeflerimizi yüksek tuttuğumuz bir pazar. Bu ülkelere düzenlediğimiz sanal ticari heyetlerimiz de yoğun ilgi gördü. Şimdi bu gayretlerimizin meyvelerini topluyoruz. Bu yılın ilk 10 ayında geçen yılın aynı dönemine göre Latin Amerika'ya yüzde 87'lik artışla 4 milyar 507

milyon dolarlık ihracata imza attık. İnaniyorum ki heyetimizle birlikte, ticari ilişkilerimiz daha da gelişecek, tedarik zincirlerinde dönüşümün yaşandığı böylesi bir dönemde ihracatımız hak ettiği seviyelere ulaşacaktır." dedi.

### TÜRKİYE-KOLOMBİYA İŞ FORUMU

Genç ihracatçıların farklı pazarlara açılmasına yönelik çalışmalara hız veren Genç TİM, ilk bölge toplantısını Denizli'de yaptıktan sonra ilk yurt dışı fiziki ticaret heyetini de Kolombiya ve Panama'ya yönelik düzenledi. Ticaret Bakanlığı koordinasyonu ve TİM organizasyonu ile gerçekleştirilen ticaret heyetine katılan Genç TİM'liler, söz konusu ülkelerde ikili iş görüşmelerinde bulundu. Ticaret heyetine Genç TİM Başkan Yardımcısı Burak Önder başkanlık ederken Genç TİM

üyeleri, 9 Kasım'da Bogota'da gerçekleştirilen Türkiye-Kolombiya İş Forumu'nda yoğun ilgi gördü.

### "GENÇLERİMİZİN ARKASINDAYIZ"

Kolombiya ve Panama Fiziki Ticaret Heyeti hakkında değerlendirmelerde bulunan TİM Başkanı İsmail Gülle: "TİM olarak gençlerimizin cevherinin farkındayız. İşte bu sebeple sadece tecrübeli ihracatçıların gençlere örnek olduğu değil; genç ihracatçıların da birbirine örnek olacağı, cesaret vereceği, tecrübelerini paylaşacağı Genç TİM'i hayata geçirdik. Genç TİM'le beraber, ihracatımızda sürdürülebilirliği sağlamayı, geleceğin ihracat ehli genç neslini yetiştirmeyi, genç ihracatçı sayısını artırmayı, iş dünyasında genç girişimciliği geliştirmeyi hedefliyoruz." diye konuştu.

# Hangisini tercih edersiniz?

## AKILLI TERCİH: MASRAFSIZ İŞLEMLER

Vakıf Katılım'ı tercih edenler, dijital kanallardan tüm EFT ve havaleleri koşulsuz şartsız ücretsiz yaparlar.

3<sup>TL</sup>

ÜCRETSİZ

“  
KOŞUL  
YOK  
ŞART  
YOK  
”





### “HEDEFLERİMİZ YÜKSEK”

Latin Amerika çıkarmasının önemine işaret eden Gülle: “İhracat hedeflerimiz doğrultusunda, mevcut pazarlarımıza yenilerini eklemeli ve ağırlıkla hâkim olduğumuz pazarlarda ise etkinliğimizi artırmalıyız. Ülkemizin 2006’dan bu yana uygulamaya koyduğu “Latin ve Karayip Ülkeleri İçin Eylem Planı” çerçevesinde biz de TİM olarak ihracatçılarımızla Latin Amerika ülkelerini arşınlamaya devam ediyoruz. Latin Amerika, her sektörde hedeflerimizi yüksek tuttuğumuz bir pazar. Bu ülkelere düzenlediğimiz sanal ticari heyetlerimiz yoğun ilgi gördü. TİM ve İhracatçı Birlikleri olarak, pandemi döneminde de durmadan çalıştık. 19 aylık dönemde toplamda 73 ülkeye, 97 sanal ticaret heyeti gerçekleştirdik. Şimdi bu gayretlerimizin meyvelerini topluyoruz. Her bir sektörümüzde,

ihraç mallarımıza talep artarken Türkiye markası daha da güçleniyor.” şeklinde konuştu.

### “ÇELİK SEKTÖRÜ ZİRVEDE”

Genç TİM Başkan Yardımcısı Burak Önder ise ihracat rakamları ile ilgili değerlendirmelerde bulundu: “İhracatın Genç TİM’i olarak ilk ticaret heyetimizi Kolombiya ve Panama’ya yönelik düzenledik. Kolombiya, Latin Amerika’nın millî gelir ve yüz ölçümü olarak dördüncü, 50 milyonu aşan nüfusuyla en kalabalık üçüncü ülkesi. Kolombiya’ya en çok ihracat yapan sektörlerimize baktığımızda ise geçen yıla göre ihracatını yüzde 511 artırarak 186 milyon dolara ulaşan “Çelik” sektörü birinci, yüzde 54 artırarak 33 milyon dolara ulaşan “Kimyevi Maddeler” ikinci ve yüzde 74 artışla 21 milyon dolara aşan “Tekstil” sektörümüz üçüncü oldu. Söz konusu üç sektörümüz, Kolombiya’ya olan ihracatımızın

yüzde 68’ini oluşturdu. Kolombiya’nın ithalatını incelediğimizde ise “Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri”, “Kimyevi Maddeler ve Mamulleri”, “Elektrik Elektronik Sanayi”, “Makine Aksamları”, “Savunma ve Havacılık Sanayi” gibi ülkemizin güçlü olduğu sektörlerde ciddi fırsatlar olduğunu görüyoruz. Ayrıca TİM olarak gerçekleştirdiğimiz çalışmaya göre ülkemiz toplam bin 559 üründe rekabet avantajına sahip. Kolombiya özelinde bu ürünlerin ithalatına baktığımızda, Kolombiya’nın söz konusu ürünlerde 11,5 milyar doları aşkın ithalatı bulunuyor. Türkiye’den ithalatı ise bu ürün grubunda sadece 208 milyon dolarla sınırlı. Hatta avantajlı olduğumuz 919 ürün grubunda Kolombiya’ya hiç ihracatımız bulunmuyor. Karşımızda mutlaka değerlendirmemiz gereken, bizler için büyük bir potansiyel pazar bulunuyor.”

## Şimdi ihracata başlamanın tam zamanı

İşinizi dünyaya açmanın zamanı geldiyse QNB Finansbank Dijital Köprü'den Adım Adım İhracat Programı her adımda yanınızda. Siz de 0850 222 00 35 numaralı Dijital Köprü Çözüm Merkezi'mizi arayarak size özel müşteri danışmanlarımızdan dış ticaretle ilgili sorularınıza yanıt alabilir, uzman çözüm ortaklarımızın ve bankamızın size özel sunduğu avantajlı ürün ve hizmetlerden yararlanabilirsiniz.





## TİM'den Eskişehir'de KOBİ İhracat Seferberliği

"KOBİ İhracat Seferberliği Eğitim Programı" fiziki olarak Eskişehir'de gerçekleştirildi.

### TÜRKİYE İHRACATÇILAR

Meclisi'nin (TİM), küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin (KOBİ) ihracata özendirilmesi amacıyla düzenlediği "KOBİ İhracat Seferberliği Eğitim Programı" Eskişehir'de fiziki olarak gerçekleştirildi. Yoğun ilgi gören programın açılışı Eskişehir Valisi Erol Ayyıldız ve TİM Başkanı İsmail Gülle tarafından yapıldı. Programda Eskişehir'de geçen yıl en fazla ve en yüksek katma değerli ihracata imza atan firmalara da ödülleri takdim edildi.

Programın açılışında konuşma yapan TİM Başkanı İsmail Gülle, Eskişehir'in ihracattaki başarılı performansına

dikkat çekti: "Ülkemizde yatırımlar günden güne daha da artıyor. Bazı sektörlerimizde sipariş yoğunluğu, mevcut kapasitenin iki, üç kat üzerine çıkmış durumda. Bu yılki performansımızla Eskişehir'de Cumhuriyet tarihi rekoru kırmaya emin adımlarla ilerliyoruz. 2021 yılının ilk 10 aylık döneminde kentimizin ihracatı, önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 25'lik artışla 924 milyon dolara yükseldi. Eskişehir, özellikle savunma ve havacılık sektöründe marka kent oldu. Sektörümüz, Eskişehir'de yılın ilk 10 ayında yüzde 12'lik bir artışla 246 milyon dolarlık ihracata imza attı. Eskişehir ayrıca 4 bin 351

kilometrelik ortalama ihracat mesafesiyle en uzağa ihracat yapan 11'inci kentimiz oldu."

### ŞİRKETLERE ÖDÜL VERİLDİ

Eskişehir Anadolu Üniversitesi'nde düzenlenen ve yoğun ilgi gören programın açılışı Eskişehir Valisi Erol Ayyıldız ile TİM Başkanı İsmail Gülle tarafından yapıldı. Etkinliğe TİM Marka Konseyi, Genç TİM üyeleri ve İnovaTİM'li öğrenciler de katıldı. Programda ayrıca 2020 yılında Eskişehir'den en fazla ihracat gerçekleştiren 10 firma ile en yüksek katma değerli ihracat yapan şirkete ödülleri takdim edildi. TUSAŞ Motor Sanayii AŞ ödül alan firmalar içinde zirvede yer aldı.





# KUZHEY 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)

## “HER FİRMAYA ULAŞACAĞIZ”

Programın açılışında konuşan TİM Başkanı İsmail Gülle, TİM KOBİ İhracat Seferberliği programının önemine işaret etti. Eğitimler aracılığıyla Anadolu'nun dört bir köşesinde, ihracat potansiyeli olan her firmaya ulaşmayı hedeflediklerini dile getiren Gülle: “İhracat ailesi olarak bizler, 100 bini aşkın ihracatçımızla hedeften hedefe koşuyor ihracatımızda sürekli yeni ufuklara doğru yol alıyoruz. Başarılarımızın daim olması için ihracat ailesini daha da büyütmemiz şart. Çünkü bize göre ihracat sadece belirli bir kesimin,



belirli bir zümrenin uğraşı olmamalı; topyekûn kalkınma amacıyla küçük-büyük demeden tüm firmalarımızın vizyonu olmalıdır. TİM KOBİ İhracat Seferberliğimizi bu ay Eskişehir'e taşıdık.” dedi.

## “İKİ YILDA, 37 BİNİN ÜZERİNDE FİRMA KATILDI”

İhracatla ilgili merak edilenlerin eğitim programında yanıt bulduğunu kaydeden Gülle: “İki yılda ihracat ailesine, 37 binin üzerinde yeni firma katıldı. 16'sı ülkemizde, biri KKTC'de olmak üzere 17 TİM KOBİ İhracat Seferberliği Eğitimi düzenledik. Eğitim programlarımızı, üç hedef kitleye yönelik tasarladık. İlki, hâlihazırda kendi işletmesi olan ve ihracat faaliyetleri yapmak isteyen şirket temsilcileri. İkincisi, sürekli ihracat artışı sağlamak isteyen firmalar. Üçüncüsü ise genç girişimciler.” ifadelerini kullandı.

## SAVUNMA VE HAVACILIK SEKTÖRÜNE DAMGA VURDU

Eskişehir'in savunma ve havacılık sektöründe marka şehir unvanına sahip olduğunu aktaran Gülle: “Bu alanda İstanbul ve Ankara'nın

ardından en çok savunma sanayinde dış satım yapan Eskişehir'in ihracatı giderek yükseliyor. Bu yıl, geçen yıla göre yaklaşık yüzde 12'lik bir artış söz konusu. Eskişehir, ilk 10 ayda toplam bin 982 kalemdede ürün ihraç ederek oldukça önemli bir rakama erişti. İlimizin en çok ihracat gerçekleştirdiği beş ürün; turbojetler, plastik ürünleri, manyeziler, uçak ve helikopter parçaları ile demir çelik malzemeleri oldu dedi.”

## KOBİ'LER NASIL MARKA OLUR?

TİM Başkanı İsmail Gülle moderatörlüğünde “KOBİ'ler nasıl marka olur?” adlı bir panel düzenlendi. Yoğun ilgi gören panele; Eskişehir Valisi Erol Ayyıldız, Eskişehir Sanayi Odası Başkanı Celalettin Kesikbaş, Eskişehir Organize Sanayi Bölgesi Başkanı Nadir Küpeli, TAV Yönetim Kurulu Üyesi Mehmet Erdoğan, TUSAŞ Motor Sanayii AŞ Yönetim Kurulu Başkanı Prof. Dr. Mahmut F. Akşit, ETİ Gıda İcra Kurulu ve İhracat Grup Başkanı Erdinç Ayhan ve TİM Kadın Konseyi Başkan Yardımcısı Sultan Tepe katıldı.

## ÖDÜL ALAN İLK 10 FİRMA

1. TUSAŞ MOTOR SANAYİİ AŞ
2. ALP HAVACILIK SAN VE TİC AŞ
3. EUROPEEN DIŞ TİCARET AŞ
4. ETİ GIDA SAN VE TİC AŞ
5. MAGNESİT AŞ
6. YURTBAY SERAMİK SAN VE TİC AŞ
7. KOREL ELEKTRONİK SAN VE TİC AŞ
8. ROCA TR BANYO AŞ
9. ERAY PLASTİK DOĞRAMA SAN VE TİC LTD ŞTİ
10. HİSARLAR İTHALAT İHRACAT PAZARLAMA AŞ

EN YÜKSEK KATMA DEĞERLİ İHRACAT ÖDÜLÜ:  
ANOT ENDÜSTRİ VE TİCARET AŞ

# DOĞANIN YENİLEYİCİ GÜCÜNDEN İLHAM ALAN BİR YAŞAM



**İstanbul Büyükçekmece'de ilhamını doğadan alan bir yaşam konsepti: Yeşilyaka. Mesa-Nurol ortaklığıyla inşa edilen ve toplam 1 milyon m<sup>2</sup>'lik bir alan üzerine kurulu proje, sakinlerine şehrin içinde doğayı, doğanın içinde huzuru vadediyor.**

657.000 m<sup>2</sup>'lik yeşil alan üzerine kurulu 472 müstakil bahçeli villadan oluşan Yeşilyaka, sunduğu bu geniş yeşil alanların yanında 14.600 m<sup>2</sup>'lik su alanı ve eşsiz bir göl manzarasına da sahip.

## ZENGİN SOSYAL OLANAKLAR

Oldukça büyük bir alan üzerine kurulu Yeşilyaka'da sosyal aktiviteler de unutulmamış. Bu yeni dünyada yaşamınıza renk katacak; açık hava sineması, kuru ve yürüyüş alanları, yansıma göletler, çocuk oyun alanları, kafe, restoran, dinlenme ve seyir noktaları gibi birçok ayrıcalık sizlerle.



657.000 m<sup>2</sup>'lik yeşil alanda 472 müstakil bahçeli villa



14.600 m<sup>2</sup>'lik su alanı ve şairane bir göl manzarası



6.100 m<sup>2</sup>'lik yalnızca size ait sosyal aktivite alanı

## HER GÜNÜ DOLU DOLU YAŞAMAK MÜMKÜN

Yeşilyaka projesi sadece büyük bir alandan ya da geniş yeşil alanlardan oluşmuyor. Yeşilyaka'da açık- kapalı yüzme havuzlarından basketbol sahası ve tenis kortlarına, saunadan Türk hamamına, fitness salonundan bisiklet parkuruna size ve sağlığınıza iyi gelecek her detay ayrı düşünülmüş ve tasarlanmıştır.


## ÇOCUKLAR İÇİN DE İDEAL

Yeni bir ev almanın en önemli sebeplerinden bir tanesi de çocuklar. Aileler onlara hem güvenli hem de doğayla birlikte büyüyecekleri bir yaşam sunmayı amaçlar. Sahip olduğu yeşil alanlar ve korunaklı yapısıyla bu istekleri kolayca karşılayan Yeşilyaka, ayrıca ağaç evler, kaykay pisti, tırmanma duvarı gibi birçok eğlenceli seçenek sunuyor. Bu sayede çocuklar hem güvenle, hem doğayla iç içe hem de eğlenceli bir biçimde büyüyor.

## MESA VE NUROL FARKIYLA

Bugüne kadar hayata geçirdiği yüzlerce proje ile yüz binlerce ev sahibini istediği hayatla buluşturan Mesa ve Nurol, Yeşilyaka projesinde de şehre yeni bir bakış açısı getirmiş ve yeni ev sahiplerine doğanın içerisinde huzurlu bir yaşamın anahtarını vermiş.



 Prof. Dr. Emre Alkin

## “Mustafa Kemal Atatürk, bugün yaşasaydı ne isterdi?”

**Ö**ncelikle aklıma gelen şu: “Bağımsızlık benim karakterimdir!” diyen bir deha, mutlaka eğitilmiş ve akıllı insanların mevcut olduğu bir yerde, herkesin bir orkestra gibi ahenk içinde çalışıp en güç işleri kolaylıkla başarmasını isterdi. Kişilerin kendi kaderlerini başkalarının eline bırakmalarını istemeyeceği için katılımcı bir yönetim anlayışını kurgulardı. Tıpkı 29 Ekim’de yıl dönümünü kutladığımız Cumhuriyetimizin kuruluş felsefesinde olduğu gibi...

Buradan hareketle şunu net olarak söyleyebilirim: “Kabilyete uygun görevlendirmelerin yapıldığı, çalışan ile çalışmayanın birbirinden kolayca ayrıldığı, kişilerden ziyade işi kontrol eden yöneticilerin var olduğu, az zamanda çok işler başaran, çarpıcı-sıra dışı-marifetli tasarımlar için özgür düşünceyi benimseyen, taleplerine dolambaçlı yolların aksine dürüstlük içinde ulaşmak isteyen, vazifesini yaparken onay beklemeyen ve gerekirse inisiyatif alabilen kişilerin olduğu kurumlarda; Mustafa Kemal Atatürk yaşıyor, yaşatılıyor!”

Aslında sadece kurumlarda değil; kadın ve erkeğin eşit şartlarda muamele gördüğü, çocuklara

ve gençlere sevgiyle yaklaşılan her yerde Mustafa Kemal Atatürk yaşıyor, yaşatılıyor.

Doğmaların değil, bilimin ve sanatın taçlandığı her yerde Mustafa Kemal Atatürk yaşıyor, yaşatılıyor.

Sporun zeki, çevik ve aynı zamanda ahlaklı yapıldığı her yerde Mustafa Kemal Atatürk yaşıyor ve yaşatılıyor.

Attığımız her adımda, aldığımız her kararda, kabul ettiğimiz her işte ve hitap ettiğimiz her yerde bu gerçeğin farkında olarak hareket ettiğimizde, ne ilginçtir ki kendimizi vicdanen de rahat hissediyoruz. Dolayısıyla Mustafa Kemal Atatürk vicdanlı insanların yüreklerinde de yaşıyor, yaşatılıyor.

Bir de tersinden düşünelim: “Peki Atatürk neyi istemezdi?”

Sanıyorum, bahsettiğim vicdanlı davranışların dışına çıkan kişilerin “Ben Atatürkçüyüm” demesini istemezdi.

Yöneticiliğin talimat vermek değil, icra etmek olduğunu unutanların; sorumluluğu üstündekine ya da altındakine bırakmaya çalışanların, insani değerlerden çok şekilcilğe bağlananların, tutamayacağı sözleri verenlerin, başarısızlığın su-

çunu başkasına yükleyenlerin, unvandan makamdan çok sevgi ve bilgiyle yönetmek gerektiğini yadsıyanların “Ben Atatürkçüyüm” demelerini istemezdi.

Aramızdan ayrılışını bir kez daha idrak ettiğimiz bu zamanlarda kendimize bir kez daha soralım: “Ben Atatürkçüyüm” ya da “Atatürk’ün yolundayım” derken gerçekten bu söylemin içeriğini doldurabiliyor muyuz?

Çalışma arkadaşlarımızın fikirlerini alıyor muyuz, istişare ediyor muyuz, demokrasiye ve özgür düşünceye inanıyor muyuz? Herkese eşit mesafede durabiliyor muyuz, sadakatin şahsımızdan ziyade kuruma olması gerektiğini bunun da ancak liyakatla olabileceğini; kişileri birbirine gerçekten bağlayan duygunun menfaat değil, sevgi olduğunu kabul ediyor muyuz? Kendi gerçeklerimizi değil, hayatın gerçeklerini kabul edebiliyor muyuz? Değerleri kaybetmenin kolay olduğunu ama zor olsa da insan kazanmanın en doğru davranış olduğunu idrak ediyor muyuz? İdrak etmek bir yana bunu uyguluyor muyuz?

Aslında bu bahsettiklerim insani değerlerden başka bir şey değil. Yani Atatürkçü olmak; insan olmayı, insanı merkeze koymayı gerektiriyor. Bunları



ATATÜRKÇÜ OLMAK SAF TUTMAK DEĞİLDİR. AKSİNE DOĞRUNUN YANINDA, AHLAKIN İÇİNDE; VEFA İLE NEZAKETİN, YARATICILIK VE ZEKÂNIN, HAK VE ÖZGÜRLÜKLERİN ÖNÜNÜ KESMEDEN YAŞAMAKTIR.

yapmadan en azından yapmak için çabalamadan “Ben Atatürkçüyüm” demek kanımca doğru bir davranış değil.

Atatürkçü olmak saf tutmak değildir. Aksine doğrunun yanında, ahlakın içinde; vefa ile nezaketin, yaratıcılık ve zekânın, hak ve özgürlüklerin önünü kesmeden yaşamaktır.

Daha da önemlisi Atatürkçü olmak; geçici süreyle görev yaptığımız makamları, taşıdığımız unvanları insanlık lehine kullanmak; gerektiğinde adaleti sağlamak için bunlardan aldığımız gücü kullanmakta tereddüt göstermemektir.

Unutmayalım ki iyi olmak zordur ama adaleti sağlamak bundan da zordur. Şunu her zaman bilmeliyiz ki, kişileri iyi ya da kötü diye keyfiyete göre ayırt edemeyiz. Ya yeterince bilgisi, tecrübesi yoktur ya da tecrübesi ve bilgisiyle alakası olmayan bir yerde görev yapmaktadır.

Yüce Atatürk bu vatani birbirinden farklı beklenti, anlayış ve kültürde olan insanları ortak bir paydada birleştirerek kurtardı. Bu ortak payda “özgürlük” idi. Bunun içinde kendi kaderimizi başkasının değil, bizzat bizim tayin etmemiz var. Demokrasiyi benimsemiş olmamız ve bu doğrultuda kabiliyetler geliştirerek

değer yaratmamız gerekiyor.

Bazen “Neden olmuyor?” diye soranları duyuyorum. Cevabını Atatürk’ün sözlerinde bulabiliriz: “Biri işi nasıl başaracağını düşünmem; önündeki engelleri kaldırıyorum, kendiliğinden olur.”

Ne güzel bir yaklaşım değil mi? Ancak bu yaklaşıma yüzeysel bakmamak gerekiyor. Çoğu zaman yöneticiler, bir türlü çözülemeyen sorunların kaynağını kendinin dışında aramakta. Mutlaka sorun teknik bir sorundur, kişiler kabahatlidir ya da kusurludur. Modelin hatalı olduğunu, işin önündeki engelin kısıtlar, inatlar, bağnazlıklar, kibir, kişisel takıntılar, güç bağımlılığı ve kıskançlık olduğunu görmezden geliriz.

Verilen talimatların, ortaya konan taleplerin gerçekçilikten uzak olması da bir başka sorundur. İşin gereği olan kaynağı ve altyapıyı kişilere vermedikçe onların performansını eleştirmek de akılcı bir yaklaşım değildir.

Atatürk’ü anarken bir başka güzel anı da aklıma geldi. Ulu Önder’in masasında yemek yemek ve söz almak unvana göre değil, aynı zamanda vicdana göre belirlenmiş bir haktı. Bir akşam bu masada yer bulan bir kişinin, o sırada orada bulunmayan bir

kişi hakkında ileri geri konuşması Atatürk’ü düşündürmüştü. Yaverinden bahsedilen kişinin bulunup masada misafir edilmesini istemişti. Neticede onları yüzleştirmişti. Böylece herkese şu mesajı vermişti: “Kurumlar dedi-koduyla değil; dürüstlük, icraat, saygı ve sevgiyle yönetilir.”

“Ben Atatürkçüyüm” diyen herkesin, sadece bu örnekten bile yola çıkarak kendini değerlendirmesi gerekir. Dedikoduyu bırakıp dürüstçe fikrini muhatabına söyleyen kişi, kendini karanlığın esaretinden çıkarır. Hem kendine hem de çevresine değer katmaya başlar.

Buradan hareketle değer yaratmanın ancak özgür zihinlerle sağlanabileceğini anlayabiliriz. Başkasının zihnine hükmetmeye çalışan kişi, esasında kendi zihnini esaret altına almıştır. Mustafa Kemal Atatürk, hiçbir zaman bunu istememiştir.

Özgürce çalışan, bilim ve sanat icra eden, iş yaparken değer yaratan, öğrenen ve öğreten, değer yaratan bir insan olup bunları yaparken adaletli, vefalı ve akılcı davranırsak “Biz Atatürkçüyüz” deme hakkına sahip olacağız.

Mustafa Kemal Atatürk’ün aziz hatırası önünde saygıyla eğiliyorum.



## 2022 YILI İÇİN BEKLENTİLER

Dr. Can Fuat Gürlelel



**D**ünya, 2021 yılını geride bırakıyor ve 2022 yılına yaklaşıyor. 2020 yılında yaşanmaya başlanan olağanüstü salgından sonra 2021 yılında da değişimler yaşıyoruz. Bu çerçevede 2022 için beklentiler büyük önem kazanmaktadır. 2022 yılına ilişkin öncü beklentilerimizi paylaşalım:

Covid-19 salgını, 2020 ve 2021'i olduğu gibi 2022'yi de şekillendirecek ana unsur olacaktır. 2022 yılına girerken salgın henüz yenilmiş değildir. Kış mevsimine doğru günlük yeni vaka sayıları, yeniden artış göstermektedir. Ancak aşılama önemli mesafe alınmıştır. 2022 yılı ortasına kadar gelişmiş ülkelerde üçüncü aşılama da olacaktır, gelişen ülkelerde ise aşılama yüksek seviyelere çıkacaktır. Ayrıca salgına karşı onay alan ilk ilaç, ümit vermektedir. Yakında yeni aşı ve ilaçlar da kullanım için onay olacaktır. Bu gelişmeler çerçevesinde salgının etkileri 2022 yılında azalarak devam edecektir. İktisadi ve sosyal faaliyetler için kapanma ihtimali çok düşüktür.

2021 yılının özellikle ikinci yarısında; yüksek seviyelere ulaşan ham madde, emtia, enerji, navlun ve nihai ürün fiyatlarının 2022'de nasıl bir seyir izleyeceği önemli bir konudur. 2022 yılının ilk yarısında fiyatlarda sınırlı geri çekilmeler olsa dahi fiyatların yüksek kalmaya devam edeceği görülmektedir. Nitekim 2022 ortasına kadar yapılan vadeli işlemlerde, fiyatlar yine oldukça yüksek oluşmaktadır. Enerji ve navlun fiyatlarında 2022'nin ikinci çeyreğinde düşüş-

ler beklenmektedir ancak artışın başladığı fiyatlara hâlâ uzak kalınacaktır. Fiyatlara ilişkin 2022 yılının ikinci yarısı için iki senaryo bulunmaktadır. İlkine göre yatırımlar ile gelecek yeni kapasiteler, tedarik ve taşımacılık zincirlerindeki sıkıntıların azalması, enerjide arz ve talebin dengelenmesi ile fiyatlarda hissedilir düşüşler yaşanacaktır. İkinci senaryoda ise tüm bu iyileşmelere karşılık yılın ikinci yarısında gelecek ilave talep nedeniyle fiyatlardaki düşüşler daha sınırlı olacaktır. İkinci senaryo, bize daha yakın gelmektedir.

2022 yılına ilişkin Türkiye'yi de yakından ilgilendiren bir başka gelişme alanı, küresel tedarik zincirlerindeki yeniden yapılanma olacaktır. 2021 yılında Asya'ya olan bağımlılığın azaltılması, yakından tedarik, tedarik güvenliği ve tedarik çeşitlendirmesi gibi eğilimler güçlenmişti. Türkiye de bu eğilimlerden en çok yararlanan ülke olmuştur. Bu eğilimler 2022 yılında da devam edecektir. Tedarik zincirlerinde yeniden yapılanma, 2022 yılında kalıcı olarak tamamlanmış olacaktır. Türkiye 2022 yılında daha uzun vadeli bağlantı talepleri ve siparişler ile karşılaşacaktır.

Yeşil dönüşüm, 2022 yılını şekillendirecek bir diğer önemli eğilim olacaktır. COP26 Toplantısı'nda ülkeler nötr karbon seviyesine ulaşmaya yönelik hedef tarihleri açıklarken, çok taraflı anlaşmalar yapılmaktadır. Metan gazı emisyonunun sınırlandırılması, ormansızlaştırmanın 2030 yılında sona ermesi, kömür kullanımının bırakılması, fosil yakıt yatırımlarına finansmanın kesilmesi gibi birçok konu görüşülmektedir. Sera gazı

emisyonlarına ilişkin hedeflere ulaşmak ve çok taraflı anlaşmaların hükümlerini yerine getirmek için 2022 yılından itibaren sektörlerde ve firmalarda yeşil dönüşüm daha da hızlanacaktır. AB'nin sınırda karbon düzenlemesi mekanizması için geçiş dönemi de 2022'de başlayacak ve yıl boyu sürecektir.

İş gücü piyasasında da önemli gelişmeler yaşanmaktadır. Birçok mevcut çalışan iş değiştirerek, Covid-19 salgını sonrası öne çıkan sektörlerle ve firmalara geçmektedir. Sektörler ve firmalar arası yoğun bir iş gücü göçü yaşanmaktadır. Ücret artışı talepleri kuvvetlenmektedir. İş bırakarak dijital platformlardan sınır ötesi işlerde, serbest çalışma eğilimi de artmaktadır. Tüm bunlar yeni dönemde firmaların özellikle kritik iş gücünü elinde tutmasını zorlaştıracaktır. İnsan kaynakları yönetimi de farklı bir döneme girmektedir.

2022 yılı tüm bu gelişmelere paralel olarak salgın nedeniyle parasal genişlemelerin de sona ermeye başlayacağı ve faiz oranlarının yükseleceği, ABD dolarının daha güçlü olacağı bir yıl olacaktır. Ülkeler, bankalar ve firmalar para politikalarındaki bu normalleşmenin yaratacağı yeni koşullara uyum sağlamaya çalışacaktır.

2022 yılında Türkiye'ye yönelik ilave tedarik talebi devam edecek ve giderek kalıcı olacaktır. Ancak bu ilave talebi karşılayabilmek için ihracatçı sektörler ve firmalar 2022 yılının koşullarına uyum sağlamalıdır. Uyumu zorlayacak unsurlar ise Türk lirasındaki belirsizlik ve yüksek maliyetler olacaktır.

TİM İŞBİRLİĞİYLE İHRACATÇILARA SUNULAN  
İLK VE TEK KREDİ KARTI:

# MAXIMILES TİM İHRACATÇI KART

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



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

Ayrıntılı bilgi [maximiles.com.tr](http://maximiles.com.tr) ve şubelerimizde.



THE GREEN TRANSPORT SOLUTION





# AVRUPA YÜKÜ KALMASIN!

Greenlog olarak, tren yolu taşımacılığında da tam zamanında teslimat ilkesiyle; hızlı, güvenilir ve çevreci intermodal taşıma çözümlerimiz ile Avrupa'ya gidecek tüm yüklerinizin tam zamanında adreslerine ulaşması için çalışıyoruz!



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

**G**  
greenlog  
intermodal



## İhracatta yeni nesil

# Genç TİM

İhracatın yeni nesil neferleri Genç TİM, ihracatla yükselen Türkiye'yi oluşturmak için düğmeye bastı. Kuruluş aşamasında 131 üye ile yola çıkan organizasyon, ihracata gençlik aşilayarak büyüyor.

**REKORLAR KIRMAYA** devam eden ihracat ailesi, 2022 yılında pastadan payını artırma hedefiyle yeni yıla “merhaba” dedi. “Dış Ticaret Fazlası Veren Türkiye” hedefine ulaşma gayretiyle Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin (TİM) tüm sektörlerden 131 genç ihracatçıyla yola çıktığı Genç TİM'in yol haritası ve hedefleri hazır.

İhracatta sürdürülebilirliğin sağlanması, geleceğin ihracat ehli genç

neslinin yetiştirilmesi, genç ihracatçı sayısının artması ve iş dünyasında genç girişimciliğinin geliştirilmesi kapsamında hayat bulan Genç TİM, yeni yıla büyük bir enerjiyle giriyor. Genç TİM'deki son gelişmeleri öğrenmek adına Genç TİM Başkan Yardımcıları; Genç TİM Girişimcilik ve İnovasyon Komitesi Başkanı (Orka Holding Yönetim Kurulu Üyesi) Kübra Orakçıoğlu Kazan ve Denizli Bölge Komitesi Başkanı Okan Oğuz ile bir araya geldik.

# "İhracatın devamlılığı için yeni neslin odaklanması şart"

## Genç TİM Komiteleri oluşturuldu mu?

Genç TİM'in hem bölge hem de stratejik komiteleri oluşturuldu. Uluslararası İlişkiler Komitesi, Girişimcilik ve İnovasyon Komitesi, Sürdürülebilirlik Komitesi, Dijitalleşme Komitesi, Eğitim ve Araştırma Komitesi bizim stratejik komitelerimiz arasında yer alıyor. Akdeniz, Batı Akdeniz, Doğu Anadolu, Denizli, Doğu Karadeniz, Ege, Güneydoğu Anadolu, İstanbul, Karadeniz, Orta Anadolu ve Uludağ Bölgeleri Komiteleri olmak üzere ise toplamda 11 bölge komitemiz mevcut. Girişimcilik ve İnovasyon Komitesi Başkanı olarak, yeni nesil ile bir araya gelip ihracatı artırmaya yönelik inovatif projeler oluşturmayı hedefliyorum.

## Genç TİM'in, İnovaTİM gibi yapılarla ortak çalışmaları olacak mı?

Hemen hemen her ilden 150 üniversite ile inovasyonu gençlere aşılmasını hedefleyen İnovaTİM ile projeler gerçekleştirmeyi planlıyoruz. Türkiye'nin en genç inovasyon ailesi olan İnovaTİM ile önümüzdeki süreçte ihracatımızı artıracak ortak projelere damga vuracağız. Girişimcilik ve inovasyon ülkemiz adına çok değerli iki başlık. Bu başlıklara odaklanarak gençlere daha fazla ışık tutmayı planlıyoruz. Bu sayede de ülkemize katkı sağlayan yeni neslin önünü açacağız.

## Genç TİM, Z ile X kuşağı arasında bir köprü olma vizyonuna mı sahip?

Z kuşağı ile X kuşağı arasındaki mesafeyi, Genç TİM olarak bizler kapatmayı hedefliyoruz. Z kuşağının tecrübelerini, X kuşağına aktarmada etkili şekilde yardımcı olacağız. Genç girişimcilerimize Z kuşağının tecrübelerinden bahsedip daha kolay ve hızlı bir şekilde yol almalarını sağlayacağız. Projelerimizi bu yönde ilerleterek yeni nesle faydalı hâle getirmeye çalışıyoruz. X kuşağını daha iyi anlayarak, onları ülkemiz adına faydalı işler yapmaya teşvik edeceğiz.

## Genç TİM'li olarak hedefleriniz nelerdir?

Genç TİM sayesinde ihracatın yüksek bir ivme ile kısa sürede artacağına inanıyorum. İhracat sürecinin bilgilendirilmesi, farkındalığın artırılması, teşvik edilmesi ve en önemlisi de yeni nesle katma değerli



"Genç TİM'in bir parçası olarak bu yolda daha fazla çalışacağız ve ülkemiz adına daha fazla genç ihracatçıyı teşvik edeceğiz."

ihracatın öneminin öğretilmesi öncelikli hedeflerimiz arasındadır. İhracatta devamlılığı sağlama ancak yeni neslin ihracata odaklanması ile oluşur. TİM'in vizyonu sayesinde iş dünyasında, genç girişimcilerin önemi artacak, Genç TİM ile gençlere daha fazla ışık tutulacaktır. TİM'in temel misyonu "Dış Ticaret Fazlası Veren Türkiye" için Genç TİM Konseyi'nin yeni nesil ihracatı artırma projeleri bu anlamda çok etkili olacaktır. Bizler de Genç TİM'in bir parçası olarak bu yolda daha fazla çalışacağız ve ülkemiz adına daha fazla genç ihracatçıyı teşvik edeceğiz.

# "İhracat ailemize yeni bireyler kazandırmak istiyoruz"

## Türkiye'nin gençlik potansiyeli hakkında neler düşünüyorsunuz?

Türkiye genç nüfusu ile Avrupa'nın dinamik ülkelerindedir. Biz de "Genç TİM" çatısı altında ihracatı gençlik ile buluşturma görevini üstleniyoruz. Ülkemizin geleceğinin iki önemli olgusu olan ihracat ve gençlik bu buluşma içinde yoğrulacak. Kurumsallaşmış, uzun soluklu ihracatçı firmalarımızın genç yöneticilerini bu sorumluluk bilincine adapte etme görevimiz olduğu kadar; kendi imkânları ile yeni yeni ihracatçı kimliğine ulaşmış genç arkadaşlarımıza yol göstermek, onlara kurumlarımızı tanıtmak, ihracatçı birliklerimizin kapısından çekinmeden girmeleri gerektiğini, bu kurumların onlar için var olduğunu göstermek ve imkânlarından nasıl faydalanacakları konusunda onlara rehber olmak istiyoruz. Bunların yanında, genç nüfusumuzun içindeki potansiyel cevheri çıkarmak adına; özellikle üniversite ve gençlik kuruluşları ile iş birlikleri yaparak, ihracat kavramıyla henüz tanışmamış arkadaşlarımızı ihracat ve girişimcilik atmosferinin içine dâhil edip, ihracat ailemize yeni bireyler kazandırmak istiyoruz.

## Genç TİM'in sürdürülebilirlik konusuna bakış açısı nedir?

Ülkemiz insanının pratik ve yaratıcı zekâsı ile gençlik dinamizmi birleştiğinde ortaya olağanüstü sonuçların çıkabildiğine hepimiz farklı konularda her gün şahit olabiliyoruz. Toplum olarak her bir bireyimizin yapması gereken bu cevheri görüp, imkânlar oluşturma noktasında elinden geleni yapmak olmalıdır.

Sürdürülebilir bir yaşam, sürdürülebilir bir dünya, sürdürülebilir bir Türkiye için ülkemizdeki her ciddi kurum gibi TİM de bu konudaki eylem planını açıkladı ve bununla ilgili aksiyona geçti. Bu komitemiz de Genç TİM kapsamındaki eylemlerimizi önümüzdeki dönemde ortaya koyacaktır.

## Genç TİM, TİM Marka Konseyi ile ortak çalışmalar planlıyor mu?

Ülkemizin geleceğinin ihracat, ihracatın geleceğinin de katma değerli ihracattan geçtiği gerçeği ajandamızda



"Genç TİM olarak markalaşma faaliyetlerinin içinde TİM Marka Konseyimizle yapacağımız ortak çalışmalarımız olacaktır."

büyük harflerle yazılı. Katma değerli ürün, özgün olarak AR-GE ve inovatif çalışmalar sonucunda ortaya çıkan üründür. Katma değerli ürün üretmek zorlu bir süreçtir. Bunu hak ettiği değere ulaştırabilmek ise markalaşma adı verilen daha da zor bir süreçtir. TİM Marka Konseyi, yine TİM'in bünyesindeki en gözde oluşumlardan biri. Bu uzun soluklu sürece, genç bireylerin daha çok katkı koymasına gerektiğine inançla, Genç TİM olarak markalaşma faaliyetlerinin içinde TİM Marka Konseyimizle yapacağımız ortak çalışmalarımız olacaktır.

# BISTLAB

# Geleceğin

# BAŞLANGIÇ NOKTASI

Borsa Uygulama ve Finans Simülasyon Laboratuvarı **BISTLAB**,  
üniversiteli gençlerimizin finansal okuryazarlığını artırmayı ve bilinçli  
birey yatırımcı olmalarına destek sağlıyor.



**BORSA**  
**İSTANBUL**

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

**BISTLAB**



kapak konusu



Altınmarka Kurucusu ve Yönetim Kurulu Başkanı **Birol Altinkılıç**

## Ufkumuz, globalde de **ÖNLERDE OLMAK**

Altınmarka'nın Kurucusu ve Yönetim Kurulu Başkanı Birol Altinkılıç, sürdürülebilir ve uzun soluklu üretim yapmanın ana bileşenlerini anlattı.



ıda sektöründe Türkiye'nin gururu Altınmarka'nın Kurucusu ve Yönetim Kurulu Başkanı Birol Altınkılıç ile Kahve Dünyası'ndan dünyanın en büyük ikinci kakao üretim tesisi olmalarına kadar geniş kapsamda bir söyleşi gerçekleştirdik.

### **Hem Altınmarka'ya hem de grup şirketlerindeki firmaların rakamlarına dair bilgi alabilir miyiz?**

Altınmarka nihai tüketiciler tarafından bugüne kadar az biliniyor olsa da yer aldığımız bazı mecralar bizi son tüketicilere yakınlaştırdı. Yine de biz Altınmarka olarak perakendecilik yapmıyoruz, lokal ve global büyük şirketlerin tedarikçisi konumundayız. Altınmarka Grubu olarak 2020 yılında ciromuzu 3,5 milyar TL olarak gerçekleştirirken, 2021 yılının dokuzuncu ayı itibarıyla 4,5 milyar TL'ye ulaşıldı. Aktif büyüklüğümüz ise geçen yıl 2,8 milyar TL iken bu yıl 3,9 milyar TL oldu. Çalışan sayımız 3 bin kişidir. Pandemi şartlarının getirdiği olumsuzluklara rağmen öngörülerimizle bir büyüme kaydedebildik.

### **Altınmarka, dünyadaki en büyük ikinci kakao işleme tesisi... Bu başarı nasıl yakalandı?**

Dünyanın en kaliteli çekirdekleri olan ana hasat Batı Afrika çekirdekleri ile fabrikalarımızda "Çekirdekten Çikolataya" üretim yapıyor. Çikolatanın ana bileşeni olan kakao çekirdeğinin, en iyi kalitede ana hasat olması ve fabrikalarımızda son teknoloji proseslerin kullanılması; kakao işleme, çikolata ve bitmiş

ürün üretiminin en iyi kalitede olmasına olanak sağlıyor.

"Çekirdekten Çikolataya" sürecindeki bütünleşmiş yapılanma, bize hem ham maddeyi yakından kontrol etme hem de son ürünü en iyi kalitede ve uygun maliyette sunma şansı veriyor. Üretim aşamalarımızın çok yönlü ve esnek olması, karar mekanizmalarımızın hızlı sonuç alması, müşterilerimizin taleplerine etkili cevap verebilmemizi beraberinde getiriyor. Ayrıca müşteri öncelikli ve sürdürülebilir üretim yapabilmemize de imkân tanıyor. Ürünlerimizin geliştirilmesinde, üniversitelerle ve çikolata uzmanlarıyla yakın irtibatla olan AR-GE bölümümüzün önemli payı var. Gerek bünyemizdeki son teknolojiye sahip AR-GE laboratuvarlarımızda gerekse müşterilerimizin tesislerinde, onlarla çok yakın çalışarak; tüketicilerin tercih edeceği, kendine has, yenilikçi ürünler sunuyoruz.

### **Markalarımızın en önemli gücü nedir?**

Bizim markalarımızın arkasında üretimdeki gücümüz ve kalitemiz var. Yatırımlarımızı yaparken, üstün teknoloji ve otomasyon sistemler izleyen makine parkurları kurduk. Ürünlerimizi geliştirirken, kuvvetli AR-GE ekibimiz sayesinde müşteriye özel ve fonksiyonel ürünler yapabiliyoruz. İstekleri doğrultusunda üretimde sürdürülebilir kakao çekirdekleri kullanıyoruz. Firmaların tüm altyapılarını hazırlayarak ve kaliteden ödün vermeden daima yenilikçi ürünler geliştirerek, markaların sektörde öncü olmalarını sağlayacak avantajlar sunuyoruz.



## **MARKALAŞMAK İÇİN ALTYAPI VE YENİLİKÇİLİK MÜHİM**

Makine parkurlarımızı kurarken yüksek teknolojiyi esas aldık. Bu makineleri iyi performansla kullanacak insan kaynağını yetiştirdik. Ürünlerimizi geliştirirken AR-GE'ye önem verdik ve en önemlisi de tüm bunları yüksek kalitede ürettik. Markalaşmak isteyen firmalar tüm altyapılarını hazırlayarak, yenilikçi ürünler geliştirerek markalarını piyasaya sunmalılar.





**Ailece sürdürülebilir başarıyı yakalıyor olmanızın altındaki neden ne olabilir?**

Ne mutlu bize ki biz iç iletişimi çok kuvvetli bir aileyiz. Kızım Dilara da oğlum Kaan da eşim Alev Hanım ile benim işimize gösterdiğimiz özene, daha iyiye ulaşmaya yönelik yaptığımız planlara, projelere şahit olarak büyüdü. Evimizdeki hararetili iş sohbetlerinin, küçük yaşlardan itibaren parçası oldular. Bu sayede, gönül rahatlığıyla söyleyebilirim ki şu anda şirketimiz ile ilgili verdiğimiz tüm kararlarda ailemizin tüm bireyleri söz hakkına ve yaptığımız işi daha iyiye götüreceği bilgi ve deneyime sahiptir. Ticari zekâlarının ve yüksek iş disiplinlerinin yanı sıra aldıkları eğitimle

de kendilerini geliştiren çocuklarımızın, en az bizler kadar başarılı olması en büyük mutluluğumuzdur. Biz çekirdekten üretimi sadece çikolata değil, yönetimde de yaptık. Çocuklarımızı çekirdekten yetiştirdik!

**İkinci nesillerin yönetime geçmesi ile ilgili düşünceleriniz nelerdir?**

Türkiye ekonomisinin önemli yapı taşlarından birinin, güçlü yerli şirketler olduğunu düşünüyorum. Kurucuların kendinden sonraki nesilleri yönetime dâhil etmediği, aile bireyleriyle profesyonellerin aynı çatı altında armoniyle çalışmasına ortam sağlanmadığı şirketlerin ömürlerinin uzun olmadığını üzümlerle gözlemleme

**SÜRDÜRÜLEBİLİR OLMAK İÇİN...**

AR-GE yapılanmamızdaki avantajımız, son teknolojiye sahip üretim ve paketleme proseslerimiz ve müşteri trendlerini çok yakından takip ediyor olmamız; sürdürülebilir ve uzun soluklu üretim yapabilmemizin ana bileşenleridir. Yaptığımız ve yapacağımız tüm yatırımlar, bugünü hedefleyerek değil, gelecek hedeflerimize dönüktür.





imkânım oldu. Bu sebeple sevgili eşim ve ben, çocuklarımızı her zaman işimize dâhil ettik, bildiklerimizi onlarla paylaştık, onların farklı bakış açılarını dinledik. Erken yaşlarında sorumluluk almaktan kaçınmayan, alanlarında en iyi olmak için eğitimlerine azami önem veren her iki çocuğumuz da ne büyük gururdur ki yüksek sorumluluk sahibi, yenilikçi birer iş insanı oldu. Şirketimizin yönetimine Dilara ve Kaan'ı dâhil ederken, şirketimizin onların genç, dinamik, sorgulayıcı ve çözüm odaklı bakış açılarıyla daha da ileriye taşınacağından emindim. Ne mutlu bana ki öyle de oldu.

### **Peki, pandemi sürecinde neler yaşadınız? Süreci nasıl kontrol altına aldınız?**

Daha ilk vaka açıklanmadan, mümkün olduğunca merkez ofislerimizde uzaktan çalışma, dönüşümlü çalışma sistemine döndük. Vakalardan etkilenmemek adına bunun çok faydalı olduğunu da gördük, pandeminin ilk dönemini mümkün olduğunca az vaka ile atlattık. Altyapımızın ve sistemimizin buna hazır olması, süreci atlattığımızda en büyük yardımcımız oldu. Ayrıca tedarik zinciri açısından; dünyadaki ham madde ihtiyacından olumsuz etkilenmemek adına, ham madde stok seviyelerimizi artırdık. Çalışanlarımızı korumak ve üretimde aksama yaşanmaması için var olan hijyen prosedürlerimize ilave tedbirler aldık.

### **Sürdürülebilir üretim ve çevreye duyarlılık konusunda yaptığımız ya da**



**"Kendinden sonraki nesilleri yönetime dâhil etmeyen, aile bireyleriyle profesyonellerin aynı çatı altında armoniyle çalışmasına ortam sağlamayan şirketlerin maalesef ömrü uzun olmuyor."**

### **yapacağımız yatırımlar hakkında bilgi alabilir miyiz?**

Pandeminin etkisi ve sağlıklı yaşam ihtiyacı; insanları hem daha sağlıklı ürünler tüketmeye hem de doğaya, insan sağlığına karşı sorumlu bir şekilde üretilen ürünleri tercih etmeye yöneltti. Bu ihtiyacı karşılama noktasında sürdürülebilir kakao çekirdeklerinden "bean-to-bar" üretim ve daha çok bitter çikolatalar, az şekerli ve şeker yerine ikame olabilecek ürünlerin tüketilmesi ön plana çıktı. Bu nedenle sağlıklı ürünler konseptine uygun, yüksek protein içerikli ürünler, vegan, prebiyotik, probiyotik, bağıışıklık ve sindirime yönelik fonksiyonel ürünler gibi farklı kategorilerde çalışmalarımız devam ediyor.

### **Ham madde tedariki konusunda olası krizleri nasıl yönetiyorsunuz?**

Ana ham maddelerimiz olan kakao çekirdeği Batı Afrika'dan, kahve çekirdekleri ise Brezilya'dan getiriliyor. Her iki ürünün de mahsulü yılın sadece belirli bir döneminde yapılıyor ve üretici olarak o dönemde bütün ihtiyacımızı alıp, uygun koşullarda stoklamamız gerekiyor. Bu nedenle fabrikalarımızda söz konusu ürünlerin depolanması için tahsis edilmiş antrepo ve depolarımız mevcut. Buralarda altı aya kadar olan ham madde ihtiyacımızın depolanması yapılıyor. Hem kahve hem de kakao için uzun yıllardır birlikte çalıştığımız tedarikçilerimizle uzun dönemli kontratlar yaparak, ham maddemizin

"Kahve Dünyası tecrübelerinden faydalandığımız internet satış mağazamızda, önemli sayılabilecek bir büyümeye imza attık. Önümüzdeki yıllarda yönelimin e-ticarete dayalı olacağını öngördüğümüz için gelecek planlarımızı bu doğrultuda oluşturduk."



zamanında ve en uygun kalitede üretime hazır olmasını garanti altına alıyoruz. Pandemi döneminde de bu iş yapış şeklimiz sayesinde, müşterilerimizden gelen artan taleplere gecikmeden cevap verebildik ve ürünlerini gecikme olmaksızın kendilerine teslim ettik. Pandemi sonrası başlayan normalleşme dönemiyle birlikte, piyasada taleplerin artacağını ve deniz yolu nakliyesi başta olmak üzere tüm lojistik operasyonlarda aksamalar olacağını öngördük. Dünyada hâlâ yaşanan nakliye ve lojistik süreçlerindeki krizlere karşı erken reaksiyon aldık. Ham madde

seviyelerimizi artırdık ve mevcut krizlere karşı üretimlerimizin sorunsuz devam etmesini sağladık. Global krizde firmamız, öncelikle alternatif tedarikçilerimizi içine alacak şekilde tedarik planı oluşturdu. Ham madde ve paketleme malzemelerimizde; öncelikli olarak müşterilerimizden öngörü alınması yoluna gidildi ve lojistik krizi de dikkate alarak, temel ham maddelerde uzun stoklamaya geçildi. Bu strateji için tedarikçilerimizle de geniş kapsamlı toplantılar yaparak, onların durumları da günlük/aylık periyotlarla takip edilmeye başlandı. Alternatif tedarikçisi olmayan ham maddeler için acilen (ülke içi ve dışı) alternatif tedarikçi planı oluşturup sistemimize dâhil edildi.

#### **Başka alanlarda da markalaşma düşünceniz var mı?**

Gıda endüstrisi, bizim 30 yıllık deneyim kazandığımız ve sürekli kendimizi geliştirdiğimiz, uzmanlık alanımız olsa da bulunduğumuz sektörün çok ciddi bir potansiyele sahip olduğunu biliyoruz. Bu da bize kat edebileceğimiz çok yol olduğunu gösteriyor. Ufkumuz sadece ülkemizle kısıtlı değil, global anlamda da önlerde oynayabilmek amacıyla çalışıyoruz, yatırımlarımızı bu çerçevede şekillendiriyoruz. Yeni atılımlarımız da yine gıda sektöründe, gıda üretimi ve perakendeciliği alanlarında olacak. Yine kalitemiz ve markalarımızla konuşulacağımız, keyifle üzerinde çalıştığımız birçok yeni projelerimiz mevcut.

#### **Sizden 2021 değerlendirmesi ve 2022 hedeflerinizi alabilir miyiz?**

E-ticaretin ve sanal alışverişin artış gösterdiği yıl 2021 olsa da biz bundan 14 sene evvel, bu sektör daha gelişmemişken; potansiyeli görüp, buna göre sanal mağaza yatırımlarımızı yaptık. Müşterilerin bu dönemde dışarıya çıkmaya sıcak bakmaması üzerine çevrim içine yönelmedeki öngörümüzün meyvelerini topladık, topluyoruz. Altınmarka tarafında ise internet satış mağazamızı aktif hâle getireli bir yıl oldu. Kahve Dünyası tecrübelerinden de faydalandığımız internet satış mağazamızda, önemli sayılabilecek bir büyüme gerçekleşti. Önümüzdeki yıllarda çok daha fazla e-ticarete yöneleceğimiz bir gelecek görüyoruz.

# İhracatta hız kesmiyoruz!



5 kıtada, 71 ülkede, 500'ün üzerinde satış noktamızda tüm dünya çocuklarını düşledikleri Çilek Odaları ile buluşturuyoruz.



# DEĞİŞİME LİDERLİK

*Be ahead of the curve* **ET**

## ÜRETİM YETKİNLİKLERİMİZ

Tasarım ve Mühendislik  
CNC İşleme Merkezi  
Robotik ve Manuel Kaynak  
Üç Boyutlu Ölçüm Merkezi  
(CMM,Faro,Romer)  
CNC Lazer Kesim  
CNC Profil Büküm ve Kesim

CNC Plazma Kesim  
CNC Sac Büküm  
CNC Freze ve Torna  
Montaj  
Yaş Boya ve Kataforez Kaplama  
Kumlama  
Lojistik

# HISARLAR

3 KİTADA 30'DAN FAZLA ÜLKEYE  
İHRACATIMIZLA, ÜLKEMİZE VE İNSANLIĞA  
DEĞER KATMAYA DEVAM EDİYORUZ.

## KALİTE BELGELERİMİZ



## İLETİŞİM

Hisar Mh. 1047. Cd. No:2  
26550 Tepebaşı, ESKİŞEHİR

+90 222 411 24 30

+90 222 411 22 47

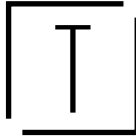
[www.hisarlar.com.tr](http://www.hisarlar.com.tr)



## İhracatın lojistik köprüsü

# TÜRKİYE LOJİSTİK PORTALI

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), ihracat ailesi ile lojistik sektörü arasında dijital köprü vazifesi görecek Türkiye Lojistik Portalı'nı faaliyete geçirdi.



Ticaret Bakanlığı, “Uzak Ülke Stratejisi” kapsamında ihracatın menzilini artırmayı hedeflerken 15 uzak ülke belirledi. Bu kapsamda, Kuzey ve Güney Amerika ülkeleri ile Güney Afrika ile Uzak Doğu ülkelerine yönelik ihracatın artırılması amaçlanıyor. Ticaret Bakanlığı ile Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) verilerine göre Türkiye, yalnızca bu yılın ilk sekiz aylık döneminde söz konusu ülkelere 15,28 milyar liralık ihracat gerçekleştirdi. ABD’ye ihracat bu dönemde 7,9 milyar dolar olurken, Çin’e yönelik dış satım ise 2,2 milyar doları aştı. Söz konusu rakamların daha da yukarı çekilmesi için dijital köprü vazifesi görmesi hedeflenen Türkiye Lojistik Portalı büyük önem taşıyor.

### KÜRESEL SORUNA, ULUSAL ÇÖZÜM

Kara, hava, deniz ve tren yollarında en uygun yükü, en uygun sürede, en uygun araçla ve en uygun maliyetle taşınmasını sağlama ve bu çerçevede küresel lojistik sorununa ulusal bir çözüm getirme amacıyla oluşturulan Türkiye Lojistik Portalı, sene bitmeden devreye alındı. Türkiye’nin ihracat yükünü, lojistik sektörüyle buluşturan portal için Nisan ayında anket çalışmalarının yapıldı. Toparlanan bilgiler ışığında Ekim ayı içinde ise “Dış Ticaret Fazlası Veren Türkiye” hedefi doğrultusunda portal uygulamaya alındı.

### İHRACAT MENZİLİ 8 BİN KİLOMETRE OLACAK

Mal ve hizmet ihracatının menzilini artırma, ülkeye coğrafi olarak uzak, ihracat potansiyeli yüksek ülkelerle ticareti geliştirme hedefine



Türkiye’nin ihracat menzilinin 8 bin kilometreye çıkarılması hedefleniyor. Türkiye Lojistik Portalı da bu stratejinin önemli bir sac ayağını oluşturuyor.





TİM Başkanı İsmail Gülle

### “DİJİTAL KÖPRÜ VAZİFESİ GÖRECEK”

2010'da 95 milyon ton ihracat yaparken, bugün 172 milyon tonu aşmış durumdayız. Beş yıl içinde, bu rakamın 250 milyon tona yaklaşacağını öngörüyoruz. Başarılarımızın sonucunda, küresel ticarete artık yeni bir ligdeyiz ve bu takımda yalnız değildik. Biz üretirken, lojistik sektörümüz ürünlerimizi sırtlayarak dünyayla buluşturdu. Tüm bu başarılarla, en büyük paydaşımız olan Türk lojistik sektörüyle birlikte imza attık. Dile kolay, ortalama ihracat mesafemiz 3 bin 73 kilometreyi buldu. Tüm bu başarılar, küresel ticaretin derinden etkilendiği pandemi döneminde gerçekleşti. Pandemide ardi ardına yaşanan talep ve arz şokları, küresel navlunları oldukça etkiledi. Baltık kuru yük endeksi, pandemi öncesi dönemde 900 seviyelerindeyken son dönemde 5 bin 650 puana kadar yükseldi. Uzak Doğu, ABD ve Afrika kıtasına yapılan taşımalarda maliyetler 2 bin dolardan 15 bin dolar seviyesine çıktı. Evet, sorun küresel ancak çözüm ulusal. Kendi lojistik kaynaklarımızın verimliliğini artıracak, ihracatçılarımız ile lojistik sektörü arasında dijital bir köprü vazifesi görecektir Türkiye Lojistik Portalı'nı hayata geçiriyoruz. Portalımızı, lojistik sektör temsilcileri ve ihracatçılarımızla gerçekleştirdiğimiz istişareler sonucunda nihai şekline kavuşturduk. Portalımız ile ürünlerimizi dünyanın dört bir köşesine, en uygun araçla, en uygun zamanda, en uygun maliyetlerle ulaştıracacağız. Portalımıza üye olan ihracatçı da lojistikçi de kazanacak. İhracatçılarımız hem ürün teslimatı planlamasında yeni alternatiflere kavuşacak hem de daha uygun fiyatlardan yararlanacak. Lojistik sektörümüz ise atıl kapasitesini kullanma fırsatına sahip olurken aynı zamanda farklı sektörlerden ihracatçılarla iş yapma imkânını yakalayacak. Yani tam bir kazan kazan mekanizması hayat bulacak. Türkiye İhracatçılar Meclisi olarak nasıl ki ihracatçımızın üretim, pazarlama, inovasyon, markalaşma ve tasarım alanlarında yanındaysak lojistik süreçlerinde de yanındayız.



yönelik hazırlanan “Uzak Ülkeler Stratejisi”nin en büyük oyuncusu ise Türkiye Lojistik Portalı olacak. Zira 2022-2024 yıllarına ilişkin Orta Vadeli Program'da da yer verilen Uzak Ülkeler Stratejisi için Türkiye'nin ihracat menziline ortalama 3 bin kilometreden 8 bin kilometreye çıkarılması hedefleniyor. Türkiye Lojistik Portalı da bu stratejinin önemli bir sac ayağını oluşturuyor.

### SİSTEM NASIL ÇALIŞIYOR?

İhracat yapan firmalar, vergi kimlik numaraları ve firma yetkilisi belgeleriyle “turkiyelojistikportali.com”a üye oluyor. Lojistik sektörü firmaları, uluslararası taşımacılık belgelerini ve firma yetkilisi belgelerini ibraz ederek üyelik başvurusu yapıyor.

Yüklenen belgelerin TİM yetkilileri tarafından incelemesinin ardından iki taraf da sisteme kolayca dâhil ediliyor. Türkiye Lojistik Portalı'na üye olan ihracatçılar,





yurt dışına göndermeyi planladıkları yüklerine ait bilgileri girerek bir yük ilanı oluşturuyor. Yüklerine ait gönderim tarihi, ağırlık, ebat, tercih edilen gönderim türü, varış noktası bilgileri gibi detaylı tanımlar ile taşımacılık sektörü temsilcilerinin beklediği detaylı sorular baştan cevaplanmış oluyor.

Lojistik sektörü yetkilileri, bu yük ilanları arasında filtreleme yaparak kendi hat ve programlarına uygun olan yük ilan sahipleri ile irtibat kurma talebinde bulunabiliyor. Yük ilan sahibi ihracatçının e-posta yolu ile bilgilendirilmesini veya portalda kendisine yapılan iletişim taleplerini görüntüleyebiliyor.

Onaylanan iletişim talepleri ile lojistik sektör yetkilileri yük sahibi firmaların iletişim bilgilerine erişebiliyor. Böylece bir araya gelen iki sektör temsilcisi, aralarında anlaşarak yükün güvenli bir şekilde taşınmasını sağlıyor.



TİM Başkan Vekili Başaran Bayrak

### “İLK GÜNDEN BÜYÜK İLGI GÖRDÜ”

Bu yıl, 10 aylık sürede ihracat rakamları 174 milyar dolara ulaştı. 200 milyar dolar olarak belirlenen yıllık hedefin üzerine çıkılarak, 211 milyar dolar seviyesi dahi aşıldı. İhracat rakamlarını daha da artırmak için sadece yakın mesafedeki ülkeler ile değil, daha uzak coğrafyalardaki ülkeler ile de ticaretimizi artırmamız gerekiyor. Bu doğrultuda ihracat ortalama menzilinin 8 bin kilometreye çıkartılması ve daha sonra bu hedefin daha da uzak mesafelere taşınması arzu ediliyor. İhracat noktalarımızı uzak mesafelere taşıırken, birim kilogram ihracat fiyatımızı artırmak en büyük hedeflerimiz arasında yer alıyor. Bu yıl içinde, pandemi şartlarının da etkili olması nedeni ile taşımacılık, özellikle deniz ve konteyner taşımacılığı alanlarında ciddi sorunlarla karşı karşıya kalındı. İhracatçı malını gerekli destinasyonlara göndermede zorluklar yaşadı, sevkiyatlar gecikti. Global sorun olan bu taşımacılık krizi hem fiyatlarda aşırı yükselmelere sebebiyet verdi hem de teslim nedeni ile siparişlerin aksamasına neden oldu. TİM, ihracatımızın bu konudaki sorunlarını çözüme kavuşturmada her zaman duyarlı davrandı. Taşımacı firmalar, lojistik firmaları ve diğer unsurlarla defalarca toplantılar düzenleyerek, çözüm yollarını araştırıp, hayata geçirmede aktif davrandı. Taşımacılık sorununa çözüm getirmek için taşıyıcı, acente, forwarder ve ihracatçıyı bir araya getirerek lojistik portalını hayata geçirdi ve ihracatçının hizmetine sundu. Daha ilk günden büyük ilgi gören TİM Lojistik Portalı, taşımacılıkta atıl kapasitenin de doldurulması için etken bir çalışma oldu. Böylece ihracatçının yükünün daha uygun şartlarda taşınmasına imkân sağladı. Her zaman ihracatçının yanında olan TİM, Türkiye Lojistik Portalı'nın geliştirilerek daha da verimli olabilmesi için ihracatçıların görüş ve önerileri doğrultusunda yenileme çalışmalarına aralıksız devam edecek.



Deniz Ticaret Odası Meclis Başkanı  
Salih Zeki Çakar

### “CİDDİ BİR ÇALIŞMANIN VE ÇABANIN ÜRÜNÜ”

İhracatımızı daha üst seviyeye çıkarmak istiyorsak uzak pazarları hedeflemeliyiz. Yeni pazarlarda tahmin ettiğimiz ötesinde fırsatlar ile karşılaşabiliriz. İlgili kurumlarımızın ihracatçılarımıza yol göstermesi elzemdir. Yakın ülkelere olan ihracat alışkanlığımızı değiştirerek farklı pazarlarda söz sahibi olmalıyız. Ticaret Bakanlığımızın belirlediği strateji çerçevesinde dünyanın her yerine ihracat yapan ve bunu sürekli hâle getiren ihracatçı pazar olmalıyız. Ticaret, küresel ve ulusal ölçekte devletlerin büyümelerinde ve her alanda aşama kat etmelerinde önemli bir rol oynuyor. Ülkeler, ticari faaliyetleriyle doğru orantılı olarak, tespit ettikleri ekonomik hedeflere ulaşmaya ve refah seviyelerini artırmaya gayret gösteriyor. Covid-19'un ilk aşamalarında karşı karşıya kaldığımız ve tedarik zincirinde aksamalara neden olan sürdürülebilirlik problemi, bu vizyonun aşama kat ettirilerek geliştirilmesini mecburi kılıyor. Özellikle bizlerin faaliyet alanı olan deniz taşımacılığının sırtladığı ağır yükün de teknolojinin nimetlerinden faydalanılarak hafifletileceği geldiğimiz noktada açıkça görülüyor. Bu noktada, ciddi bir çalışmanın ve çabanın ürünü olan Türkiye Lojistik Portalı'nın ihracatçılarımıza ve taşımacılık sektörünün tüm ortaklarına büyük kolaylık sağlayacağını umut ediyorum.



Gemi Brokerleri Derneği Başkanı  
Orhan Semih Dinçel

### “İHRACATÇININ REKABET ŞANSI ARTACAK”

Türkiye Lojistik Portalı'nın devreye alınması, gerek lojistik sektörü gerekse de ihracatçılar için önemli bir adım oldu. İhracatın artırılması hedefi doğrultusunda özellikle küçük ihracatçıların bundan daha fazla avantaj sağlayacağını düşünüyorum. İhracatı artırma kapsamında bir konteyner bile firmaları amacına ulaştıracaktır. Özellikle mal bedeli düşük ihracatçılarımızın, parsiyel olarak şu anda ulaşamadıkları destinasyonlara ulaşmasında faydalı olacağına inanıyorum. Örneğin bir gemiyi buradan Çin'e programladığımızı düşünelim. 50 bin tonluk bir geminin olduğunu varsayalım. Geminizi 25 bin tonluk bir yük ile doldurduğunuzda, geminizde yer kalır. İşte tam da bu süreçte Türkiye Lojistik Portalı'nın ziyaret edilmesinde fayda var. Zira sizin yükleyeceğiniz limana getirme kaydıyla ve tahliye edeceğiniz yerden alacak ihracatçı bulunduğu takdirde sistem hiç problemsiz işler. Ana yük bulduktan sonra üzerini tamamlamak için sirkülasyon sağlar. Armatörün sırtına binen liman masraflı olmayacağından ihracatçının rekabet şansını artırır. Bu nedenle bu tip seferler yapan gemiler, bu portalı sık sık ziyaret etmeli. Özellikle paketli yüklerde konteynıra girebilecek ürünler, bu portaldan ciddi anlamda faydalanacaktır.



KOSDER Armatörleri ve İşletmecileri Derneği Başkanı Pınar Kalkavan Sesel

### “AZAMI ORANDA DESTEĞİMİZİ SÜRDÜRECEĞİZ”

Temelde küresel olarak ele alınması gereken ihracatı sınırsızlaştırmayı ve daha ileriye taşımayı; ihtiyaçtan öte bir mecburiyet olarak değerlendirmeliyiz. Türkiye'nin Asya-Avrupa arasında köprü ülke konumunda olması ve buna paralel olarak bu bölgede yakalanan yüksek ihracat oranlarımız yüzümüzü güldürüyor. Diğer yandan ihracat menzilimizin 8 bin kilometreye çıkarılmasının gündeme gelmesi ve Ticaret Bakanlığımızın Orta Vadeli Programı'na dâhil edilmesini, ülke ekonomimiz ve ticaretimiz açısından çok kıymetli buluyorum. Global ticaretin yüzde 90'lık kısmının deniz yoluyla gerçekleştirildiği düşünülürse, ihracat hedeflerimizin ve deniz taşımacılığımızın bir bütün olarak ele alınması gerekiyor. İhracatçılarımız ve taşımacılık sektörü arasında dijital köprü görevini yerine getirmesi planlanan portal, aynı zamanda küresel boyutta yaşanan lojistik sorunlarının çözümü konusunda fayda sağlayacak. Beklenen bu gelişmeler ve belirlenen hedefler doğrultusunda, Koster Armatörleri ve İşletmecileri Derneği (KOSDER) olarak katkı sunmaya çalıştığımız Türkiye Lojistik Portalı'nın önümüzdeki süreçte gelişimini takip etmeye ve projeye azami oranda destek olmaya devam edeceğiz.



sektör lojistik



Uluslararası Taşımacılık ve Lojistik Hizmet Üretkenleri Derneği (UTİKAD) Başkanı **Ayşem Ulusoy**

### “EKONOMİYİ CANLI TUTMAK ADINA ÖNEMLİ”

Uzak Ülke Stratejisi ile belli ülkelere ihracat yapılması hedefleniyor. Türkiye'nin Çin ve ABD ile önemli oranda ihracat potansiyeli var. Belirlenen ülkeler ile ihracatın geliştirilmesi, ABD ve Çin ile ihracatın artırılması ekonomimiz için önemli bir adım olacak. Çin ve ABD pazarlarında bir denge oluşturmalıyız. Yeni pazarlar bulmak ekonomiyi canlı tutmak adına çok önemli. Ülkemizin jeopolitik konumuyla deniz yolu ve hava yolunda belirlenen ülkelere ulaşmada avantajlı bir durumdayız. Bu ülkelere yapılacak ihracatlarda, ihracatçıların en büyük partneri lojistik sektörü. Bu doğrultuda lojistik sektörü de yeni rotalar için teşvik edilmeli ve desteklenmeli. Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), tarafından faaliyete geçirilen lojistik portalı ihracatçı ile taşımacılık sektörü arasında dijital bir köprü oluşturacak. Küresel lojistik sorununa ulusal bir çözüm getirme amacı taşıyan portal sayesinde ihracatçılar, hem ürün teslimatı planlamasında yeni alternatiflere kavuşacak hem de daha uygun fiyatlardan yararlanacak. Bu portalın özellikle ihracata yeni başlayan firmaların taşıma faaliyetlerini organize etmesinde faydalı olabileceğini değerlendiriyorum. Lojistik sektörü ise atıl kapasitesini kullanma fırsatına sahip olacak, aynı zamanda farklı sektörlerden ihracatçılarla iş yapma imkânına kavuşacak.



Vapur Donatanları ve Acenteleri Derneği Genel Müdürü **Muhammet Ali Şeyda**

### “DOĞRU BİR ADIM”

Uzak Ülke Stratejisi kapsamında dış ticaret açığının fazla olduğu 15 ülke ABD, Brezilya, Çin, Endonezya, Filipinler, Güney Afrika, Güney Kore, Hindistan, Japonya, Kanada, Malezya, Meksika, Şili, Tayland ve Vietnam olarak açıklandı. Ülkemizin en büyük ihracat pazarı Avrupa ülkeleridir. Özellikle Uzak Doğu ülkelerinde çok büyük bir ekonomi ve potansiyel olduğunu düşünüyorum. Hedef ülkeler incelendiğinde çok büyük bir nüfusa sahip olmaları nedeni ile tüketim ve üretim kapasiteleri çok fazla gerçekleşiyor. Özellikle Uzak Doğu ile ticaretin yoğunluğu ithalat olarak gerçekleştiğinden bu bölgeye yönelik ihracatın artırılması, ihracat ve ithalatın dengelenmesi gerekiyor. Ülkemize bu bölgelerden gelen gemiler ithalat dolu konteyner getirip, ihracatta üçte bir dolu üçte iki boş olarak geri dönüş yaptığında lojistik maliyetlerinin de artmasına neden oluyor. Bu nedenle ihracat menziline 8 bin kilometreye çıkarılması hedefi doğru bir hedef olup, hükümetimizin Orta Vadeli Programı'na almasının doğru bir adım olduğunu düşünüyorum. Ülkemiz lojistik ve ihracatçılarına Türkiye Lojistik Portalı'nın hayırlı olmasını temenni ediyorum.



“Dış Ticaret Fazlası Veren Türkiye” hedefi doğrultusunda Türkiye Lojistik Portalı uygulamaya alındı.





ihracatta kadın



## “Dünya Ticaretinde Güçlü Türk Kadını” damgası

TİM Kadın Konseyi Başkan Yardımcısı Belma Yılmazyigit, 2022’ye güçlü Türk kadını damgasını vuracaklarını söyledi.

Simge Soyel

A

nahtar teslimi prefabrik kamp tesisleri, hafif çelik konut, endüstri yapı alanları üzerine çalışmalar yapan ve aslen mimar olan Belma Yılmazyigit,

1978 yılında iş hayatına başladı. 1995 yılında eşi ile birlikte Prefi Prefabrik Yapı AŞ’yi kurdu. Prefi Yönetim Kurulu Başkanı olarak çalışmalarını sürdüren Yılmazyigit aktif olarak Orta Anadolu Demir ve Demir Dışı Metaller İhracatçılar Birliği Yönetim Kurulu Üyesi ve TİM Kadın Konseyi Başkan Yardımcısı görevlerini yürütüyor. Belma Yılmazyigit ile Prefi ve “Güçlü Toplum, Güçlü Kadın” çalışmaları üzerine söyleşi yaptık.

### Prefi’nin kuruluş hikâyesini anlatır mısınız?

1990’lı yıllarda şantiye kamp tesisleri, geleneksel bir yapıyla inşa ediliyordu. Ancak şantiye alanına gelen ve hızlı

kurulumu ile ekonomik açıdan da avantaj sağlayan üretim modelimizle Prefi olarak iş hayatına girdik. Sektöründeki tek kadın olarak hem üretimin hem de şantiyelerin takip ve kontrolünü yaptım. Hem yurt içinde hem yurt dışında aranılır, güvenilir bir firma olduk. Bu bağlamda daha çok ülkeye ve daha çok firmaya ulaşmak en büyük hedefimizi oluşturuyor.

### Pandemi süreci sizi nasıl etkiledi?

İhracat rakamlarında ilk birkaç ay yaşanan hedef sapması dışında ciddi bir değişiklik olmadı. Başlangıçtaki düşüş, kısa sürede görülen artışlarla telafi edildi. Elimizde, süreç öncesi başlayan ve devam eden işlerimiz olduğundan; kontrollü olarak, personelimize özen göstererek ve piyasadaki gelişmelere hızla adapte olarak bu dönemi oldukça rahat atlattık. Pandeminin, ihracat rakamlarından ziyade hayat ve iş yapış tarzımıza olan etkileri daha önemli ve kalıcı olacak diye



ihracatta kadın

düşünüyorum. Zamanımızı çok daha iyi değerlendirmemizi sağladı.

### **İhracat potansiyelinin geleceği hakkındaki düşünceleriniz nelerdir?**

TÜİK verilerine göre üreticinin fiyatlara yansıtmadığı önemli bir maliyet artışı var. Bu maliyet artışı, ihraç fiyatlarına kısmen yansıtılabildiği ve rekabetçi fiyatlar oluşturulabildiği için ihracata daha fazla emek harcanmaya başlandı. İşçilik fiyatlarının kur değişimi sebebiyle görece düşük hâle gelmesi, bir nebze de olsa rekabetçi fiyat verilmesini sağlasa da bunun önemli olmadığını düşünüyorum. Piyasalar pandemi öncesinde “en ucuzu” isterken pandemi sürecinde “güvenilir, sürdürülebilir ve ulaşılabilir tedarikçi” arayışı öne geçti. Amerika ve Avrupa yüzünü Türkiye’ye dönüyor, önümüzdeki fırsatı değerlendirmemiz gerekiyor. Dünya, pandemi nedeni ile ekonomik olarak ciddi bir darboğazın içinde iken Türkiye’nin ihracat rekorları kırmamasının önemli nedeni talebe çabuk cevap verme, lojistik beceri ve riski iyi yönetme konusundaki kabiliyettir. Yeni pazar talebine katma değeri yüksek ürünleri ihraç eden firmalar, gelişen sanayi ile dijital platformlarda ihracat yapanlar olacak.

### **TİM Kadın Konseyi’nin geçen yıl ihracata katkısı oldu mu?**

TİM Kadın Konseyi’nin yaptığı değerli farkındalık çalışmalarının sonuçlarını çok hızlı görmeye başladık. TİM Kadın Konseyi bu zor süreçte, fiziki toplantı ve görüşmelerin yerine sanal fuarlar yaparak, uzak pazarlardaki ithalatçı firmalarla bir araya geldik. Kadınların iş dünyasında daha fazla rol almasını sağlamak ve kadın girişimcileri ihracata teşvik etmek için başarılı iş kadınlarının, ihracata nasıl başladıklarını ve iş dünyasına yönelik tavsiyelerini katılımcılarla paylaştıkları “Women Export Talks” webinarlarını “İhracata Nasıl Başladık, Nasıl Başardık?” başlığıyla gerçekleştirmeye devam ediyoruz. Üniversitelerde okuyan kız öğrencilerimizi şimdiden doğru bilgilendirmek ve etkinliklerimize dâhil



## **2022 yılına “Dünya Ticaretinde Güçlü Türk Kadını” damgasını vurmak istiyoruz.**



etmek üzere üniversitelere giderek söyleşiler yapıyoruz.

### **TİM Kadın Konseyi için düşünceleriniz nelerdir?**

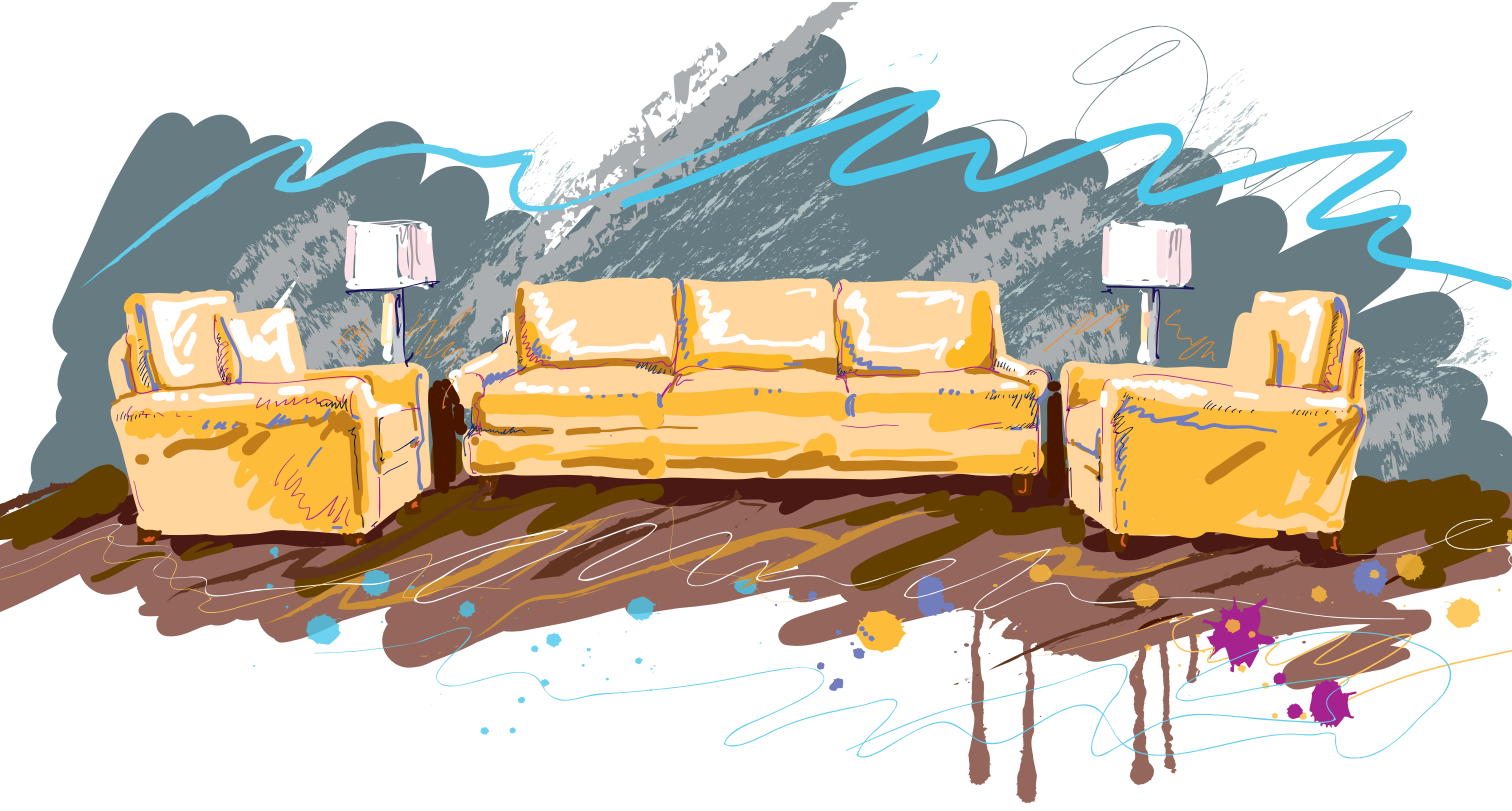
Her sivil toplum kuruluşunun (STK), kendine özgü yapı ve özellikleri var. İçinde yer aldığım tüm STK’larda, özellikle kadınıma destek sağlayacak projelere öncelik vererek ve severek çalışıyorum. İhracata dayalı ekonomi programını takip eden ülkemizde, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) çok önemli bir görev üstleniyor. TİM, ihracatımızı hem yükte hem pahada artırmaya odaklanıyor. Kadınlarımızı, katma değerli ürün üretmeye ve ihracata yönlendirdiği için TİM Kadın Konseyi’ni çok önemsiyorum. TİM Kadın Konseyi, Türk kadınının gücünün dünya pazarlarında yer alması konusunda önemli bir rol oynuyor. Aşı uygulaması ve normalleşmenin ardından, pandeminin hafiflemesiyle birlikte fiziki ziyaretlerimize kaldığımız yerden devam edeceğiz. Diğer ülkelerdeki ithalatçı kadınlarla bir araya gelerek Türk kadınının çalışkanlığını, modern duruşunu dünyaya göstermeyi sürdüreceğiz.

### **TİM Kadın Konseyi’nin 2022 gündeminde neler var?**

2022 yılına “Dünya Ticaretinde Güçlü Türk Kadını” damgasını vurmak istiyoruz. Kadın ihracatçı tanımımızla standardı belirleyip, Bakanlığımızın onayına sunduk. Tamamlandığında detayları paylaşacağız. Bu logo ile kadın ihracatçı sayımızı çoğaltma çabasındayız. Yine fiziki ziyaretlerimize devam edip, yeni ihracat pazarlarına ulaşmak amacındayız. Bu nedenle ticari heyetlerimize devam edip, aynı zamanda ihracat odaklı alım heyetleri de düzenleyeceğiz.



gündem mobilya



## Mobilya sektörü güçlerini birleştirdi

Türk mobilya sektörünün yıl sonu ihracat hacmi 4 milyar dolar düzeyinde... Sektör liderlerinin hayata geçirdiği f-tr Furniture Partners ile ihracat gücünün çok daha fazla artırılması hedefleniyor.

Simge Soyel

T

ürk mobilyası, kalitesiyle dünyada marka hâline geldi. 2019'da mobilya ihracatını en fazla artıran ülke olan

Türkiye'yi, dünya artık bir üretim üssü olarak görmeye başladı. Büyük pazarlardaki payını günden güne artıran sektör liderleri, ihracatta güç birliğine giderek geçen ay yepyeni

bir oluşuma imza attı: f-tr Furniture Partners.

Mobilya sektörünün önde gelen markalarından Adore, Çilek, Doğtaş Kelebek, Gündoğdu, İşbir, Kilim ve Nurus önemli bir stratejiyi hayata geçirdi. Ortaklar arasında eşit hisseli ve ödenmiş sermayesi 10 milyon TL ile kâr amaçlı f-tr Furniture Partners isimli anonim şirketini kurdu. Yeni



gündem mobilya



Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin ve Cumhurbaşkanlığı Ekonomi Politikaları Kurulu'nun desteklerini almamız, bu yolculuğun başlamasında önemli rol oynadı.



oluşumla sektörün gelişmesine katkı sunulması ve mobilya ihracatının artırılması hedefleniyor.

### F-TR NASIL HAYAT BULDU?

Türkiye'nin sahip olduğu üretim imkânları ve yurt dışındaki talebi değerlendirdiklerini ifade eden f-tr paydaşları, ihracat atağı konusunda oluşturulan sistemde ciddi bir potansiyel gördüklerini ifade ediyor. Mevcut konjonktür değerlendirmesine göre lojistik açısından da Türkiye'nin şu anda gerek Avrupa pazarında gerekse bölgedeki diğer pazarlarda önemli bir avantajı söz konusu. En önemli eksik ise ölçek büyüklüğü ve esnek üretim. Bu birliktelik temelinde buna imkân verecek ve Türkiye menşeli üretimlerde kalite ve bilinirlik dünya çapında artacak.

"İhracatı artırma arayışımız sonucunda ortak akılla hareket etme kararı aldık." diyen f-tr Furniture Partners Yönetim Kurulu Başkanı Muzaffer Çilek, sektördeki bu başarıyı sürdürülebilir kılmak ve çok daha ileriye taşımak



fikrinden yola çıktığımızı ifade etti. Sürecin nasıl kolaylaştırılabileceğine odaklandıklarına vurgu yapan Çilek: "Birlik olmanın hem bizler hem ülkemiz adına yaratacağı fırsatları gördük. Türkiye'nin sürdürülebilir ihracat yolculuğunda tüm sektörleri kucaklayan yapısıyla Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin ve Cumhurbaşkanlığı Ekonomi Politikaları Kurulu'nun desteklerini almamız, bu yolculuğun başlamasında önemli rol oynadı." dedi.



f-tr  
Furniture Partners



750

bin metrekare  
ÜRETİM VE DEPO ALANI

530

milyon dolar  
CİRO

%20

İHRACATIN CİRODAKİ PAYI



**gündem** mobilya



**f-tr Furniture Partners'ı hayata geçiren Yönetim Kurulu Başkanı Muzaffer Çilek, yeni oluşumla mobilya ihracatının nasıl ivmeleneceğini anlattı.**

f-tr Furniture Partners Yönetim Kurulu Başkanı  
**Muzaffer Çilek**

## “YENİ STRATEJİLER KURGULAMAYA ODAKLANIYORUZ”

Türkiye'nin mobilya sektöründe marka imajına büyük destek veren Çilek Holding Yönetim Kurulu Başkanı ve CEO'su Muzaffer Çilek aynı zamanda f-tr Furniture Partners Yönetim Kurulu Başkanı olarak mobilya ihracatının çitasını yukarılara taşıyacak.

### Türk mobilya sektörü nasıl bir vizyona sahip?

Bu yılın ilk dokuz ayında mobilya sektörü, tarihinde ilk kez 3 milyar doları aşmayı başardı. Küresel bazda ise 200 milyar dolarlık bir küresel hacme ulaştı. Türkiye olarak mobilya sektöründe dünyanın en büyük sekizinci ihracatçısıyız. Aynı zamanda ihracat fazlası veren nadir sektörler arasındayız. Son 15 ila 20 yılda sektör üyelerinin yaptığı gayretli çalışmalarla “Türk mobilyası” algısı dünyada çok iyi bir noktaya geldi. Sektörümüz onlarca ülkede kalitesiyle, tasarımıyla ve rekabetçi fiyatlarıyla kendinden oldukça söz ettiriyor.

### Sizi bu oluşumu kurgulamaya iten neden neydi?

Adore, Çilek, Doğtaş Kelebek, Gündoğdu, İşbir, Kilim ve Nurus olarak sektördeki bu başarıyı sürdürülebilir kılmak fikrinden yola çıktık. İç pazarda rekabet içinde çalışmalarımıza devam ederken, aynı zamanda yurt dışı pazarlardaki zorlu



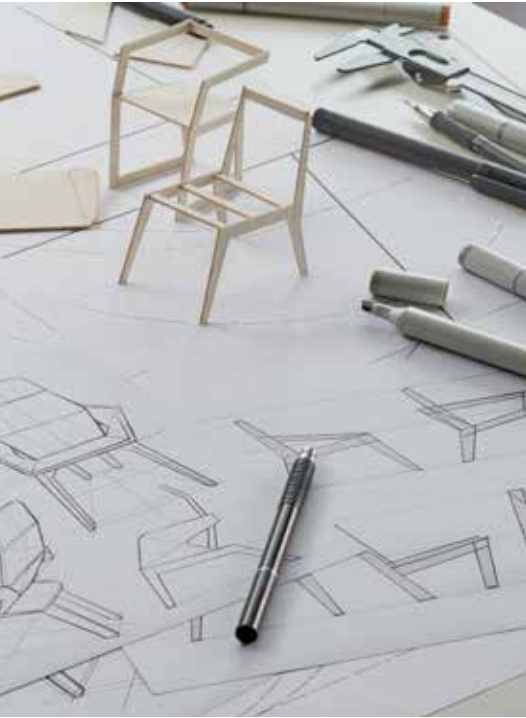
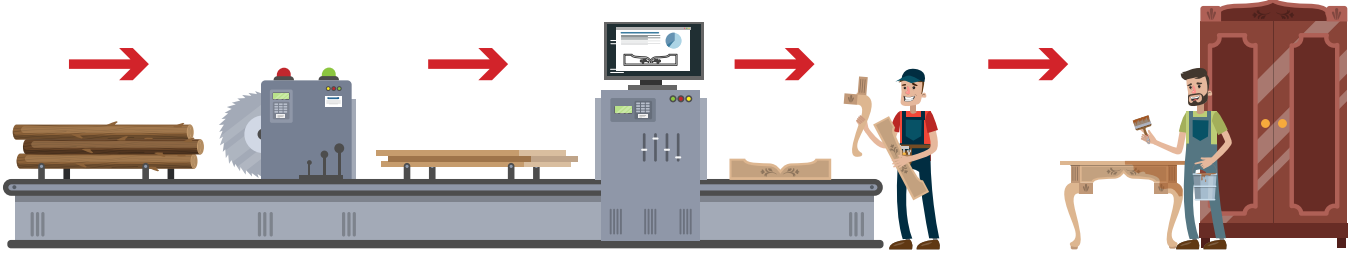
rekabeti aşmak için güçlü bir sinerji oluşturmayı düşündük. Türkiye'nin farklı bölgelerinden çok sayıda mobilya firması patron ve yöneticileriyle toplantılar yaptık. Sektörün içinde olduğu ihracat fırsatlarını değerlendirmek ve güçlü yanlarımızı birleştirmek adına bir platform oluşturmaya inanç ve ısrarla devam ettik. Makro bir model üzerinde, konuya ilgi gösteren firmalar arasında görüşmeleri tam dokuz ay boyunca kesintisiz olarak devam ettirdik. Bu süre içinde amaç, öncelik ve hedeflerimiz üzerinde ortaklar arasında uzlaşmayı sağlamak için yaptığımız çalıştaylar ile sektörümüze özel sürdürülebilir

ihracat stratejisi belgesi-esas sözleşme ve hissedarlar sözleşmesini ortak bir akılla ortaya çıkarttık.

### f-tr'nin, Türk mobilya sektörüne olan artı yansımaları nelerdir?

Tecrübelerimiz ışığında ortak akılla gelecekte f-tr Furniture Partners, dünyanın büyük ölçekli mobilya ithalatçıları olan “Amerika, Almanya, İngiltere ve Fransa” gibi zorlukları çok olan ülkelerde; AR-GE çalışmaları ve pazar araştırmaları yapacak, onların kültürlerini ve tercihlerini, tüketici alışkanlıklarını anlayacak, ürün ve ambalaj





standartlarını yakalamak için gerekli çalışmalarını yapacak. Bu doğrultuda da ortaklarına ve diğer Türk firmalarına danışmanlık verecek. Bununla birlikte f-tr Furniture Partners, Türkiye'deki iki soruna çözüm üretecek örnek bir platform. Hedef pazarların tüketici alışkanlıklarını, tercihlerini anlamadan ve doğru iş birlikleri kurmadan ihracatımızı sadece "Fiyat ve kalitesi uygun şekilde üretiyoruz, dolayısıyla satabiliriz." şeklinde bir yaklaşımla geliştirmemizin zor olduğunu görüyoruz. f-tr Furniture Partners bünyesinde uygulamaya koyacağımız "Neyin satılabileceğini öğreniyor ve

## 2022 yılında yeni stratejiler kurgulamaya odaklanacak, ihracat planlarımızı mevcut projeksiyona uygun olarak geliştireceğiz.

analiz ediyoruz, satabileceğimiz şeyi üretiyoruz." yaklaşımı bizi, satabileceğimizi üreteceğimiz yeni ve verimli bir dünyaya taşıyacak. İkincisi ise f-tr Furniture Partners'in ihracatla sınırlı olan bu güç birliği iradesi; hem lojistik-depolama-ham madde ve yarı mamul maliyetlerinde rekabetçi bir avantaj yakalamamızı mümkün kılacak hem de küresel mobilya sektöründeki en büyük ithalatçı ülkelerdeki gerek B2B ve gerekse B2C ihracat rakamlarımızı hızla artıracak. Benzer durumda olan diğer ihracatçı sektörlerimiz için önemli bir başarı örneği oluşturacağına, mobilya sektörümüzdeki görece küçük ölçekli üretim firmalarımıza üretim-istihdam ve yatırım imkânları doğuracağına inanıyoruz.

### f-tr oluşumu, diğer sektörlerin de böyle bir oluşum kurmasını tetikler mi?

f-tr Furniture Partners'in hem içinde bulunduğumuz sektöre hem de diğer sektörlerle örnek olacağını düşünüyoruz. Bu modelin yaygınlaşabilmesinin yolu ise tarafların bir araya gelerek elde edilecek avantajları ve yakalanacak fırsatları net bir şekilde ortaya koymasından

geçiyor. Başarıya ve koyulan hedeflere ulaşılabilmesi ve bu birleşmelerin uzun ömürlü olması için çaba sarf edilmesi gerekiyor. Birbirinden değerli ortaklarımız Adore, Çilek, Doğtaş, Kelebek, Gündoğdu, İşbir, Kilim ve Nurus iç ve dış pazarda kendi gücünü kanıtlamış önemli markalardır. Her sektördeki şirketlerimizin olumlu-olumsuz tecrübeleri ışığında güçlerini birleştirerek bir sinerji oluşturması, ülkemizin ölçek sorununu aşması, dolayısıyla büyük ithalatçı ülkelerdeki büyük ölçekli alıcılara ulaşmayı başarması lazım. Biz de bunu yapmaya çalışıyoruz.

### f-tr'n 2022 yılı hedefleri nelerdir?

Adım adım 2023 hedefimize yaklaşırken dünya pazarında tüm rakamlar ülkemizin ihracatta yeni bir ligde olduğunu gösteriyor. Bizler 2022 yılında yeni stratejiler kurgulamaya odaklanacak, ihracat planlarımızı mevcut projeksiyona uygun olarak geliştireceğiz. Mevcut ihracat tutarlarımızı ilk üç yılda en az iki kat büyötmeyi planlıyoruz. Öncelikli hedefimiz ABD, Almanya, Birleşik Krallık, Fransa pazarlarına odaklanmak.



Adore Mobilya Yönetim Kurulu Başkanı  
Mustafa Kemal Kayalar

### “FARK YARATACAĞIMIZDAN ŞÜPHEMİZ YOK”

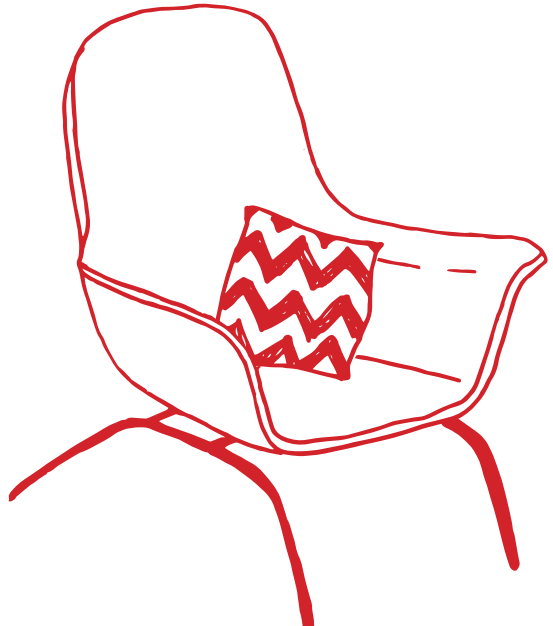
f-tr olarak bir yılı aşkın süredir yaptığımız yoğun ve verimli toplantılar sonucunda gerek ülkemizde gerekse dünya genelinde artan enflasyon ve tedarik zincirlerinde yaşanan karmaşa ile birlikte küresel pazardaki talep ve arz dengesizliği nedeniyle bunun ülkemiz mobilya sektörü için oluşturduğu avantajlar nedir, ortaklar olarak biz örnek bir güç birliği yaparak bu koşullardan nasıl kazanç sağlarız gibi konularda çok kafa yorduk. Türkiye mobilya sektöründe hizmet veren diğer tedarikçi ve üretici firmalarla nasıl birlik olup bu zorlu ekonomik koşulları avantaja çeviririz ve hepimizin kazançlı çıkacağı bir iş birliği ortamı yaratırız diyerek bu konuları detaylı olarak irdeledik. Çeşitli projeler ortaya koyduk. Başlangıç olarak da pandemi koşullarının bir anlamda olumlu etkisi diyebileceğimiz mobilya talebinde yaşanan artışa karşılık yüksek bir sesle “biz de varız” dedik. Özellikle giriş bariyerleri en yüksek fakat potansiyelleri bir o kadar yüksek olan Almanya, ABD, İngiltere, Fransa, Japonya, Hollanda gibi önemli pazarlardan aldığımız payı artırma hedefi ile çalışmalarımıza başlıyoruz. Küresel navlun fiyatlarının katlanarak yükseldiği ve Asya’daki üreticilerin tedarik ve enerji sorunu yaşadıkları bu dönemde ortak çözümler üreterek, gerekli alanlarda bilgi paylaşımı yaparak ve ihracatta tek seslilik getirerek Türkiye mobilya sektörü için değil, diğer tüm sektörler için öncü ve örnek bir oluşuma imza attık. Ülkemizin küresel pazarda rekabetçiliğini artıracığına olan inancım tamdır. Adore olarak sadece ürünlerimizin kalitesi değil, arka plandaki diğer tüm teknik ve sosyal kriterlere olan uygunluğumuz ile de f-tr yapılanmamız içinde diğer değerli iş ortaklarımız gibi fark yaratacağımızdan şüphemiz yoktur. Bu bağlamda mobilya sektöründeki güncel eğilimler, perakende satış, zincir mağazalar ve online satış konularındaki tecrübelerimizle f-tr’ye yurt dışında bizi bekleyen ağır rekabetçi koşullarda önemli katkı sağlayacağımıza inanıyoruz.



Doğanlar Holding Yönetim Kurulu Başkanı  
Davut Doğan

### “BİRLİKTE GÜÇ DOĞACAK”

f-tr Furniture Partners kurucuları olarak, hepimizin olumlu ve olumsuz tecrübeleri var. Bu anlamda ortak akıl ile sürdürülebilir ihracat stratejisi gözetmek amacıyla bu platformu kurduk. Türk mobilya sektörünün dünya ticaretinden aldığı payı artırmayı amaçlıyoruz. Birlikten güç doğacak, buna inancımız tam. Ancak önümüzde önemli bir süreç var. Hedef pazarlarda doğru iş birlikleri kurmadan ihracatımızı sadece “Fiyat ve kalitesi uygun şekilde üretiyoruz, dolayısıyla satabiliriz” anlayışını revize etmemiz gerekiyor. Hedef pazarları anlayarak tüketici alışkanlıklarını ve tercihlerini doğru saptayarak ve doğru iş birlikleri kurarak bir strateji belirlemek gerekli. f-tr Furniture Partners; yalnızca lojistik-depolama-ham madde maliyetlerinde rekabetçi bir avantaj yakalamamızı sağlamakla kalmayacak, aynı zamanda küresel mobilya sektöründeki en büyük ithalatçı ülkelerdeki B2B-B2C ihracat rakamlarımızı da hızla artıracaktır. Diğer ihracatçı sektörlerimiz için önemli bir başarı örneği oluşturmasını, ayrıca yoğun istihdam sağlayan mobilya sektörümüzdeki görece küçük ölçekli üretim firmalarımıza üretim, istihdam ve yatırım imkânları doğurmasını diliyorum.





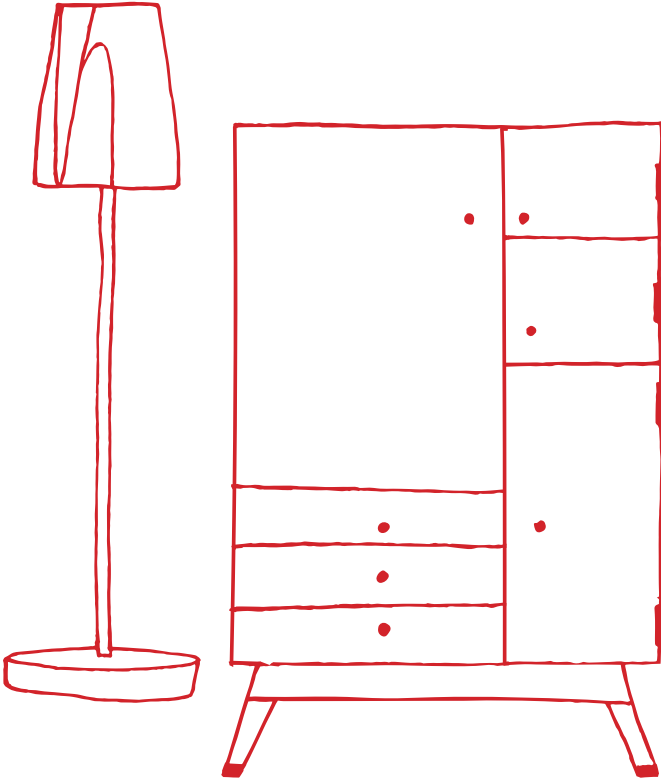
gündem mobilya



Gündoğdu Mobilya Yönetim Kurulu Başkanı  
Aydın Gündoğdu

## “HEDEFİMİZ, YÜKSEK ALIM GÜCÜ OLAN ALICILARLA İŞ BİRLİĞİ YAPMAK”

f-tr Furniture Partners’in oluşturacağı yüksek üretim kapasitesi ve sinerjiyle Türkiye’nin hizmet veremediği büyük alıcılarla buluşacak, mobilya ihracatına ilk yıl en az yüzde 20 katkı sağlayacağız. Bu katkı sonraki yıllarda yapılacak diğer ortaklıklarla sürekli artacaktır. Gündoğdu Mobilya olarak seri üretim yapan bir işletme olduğumuz için bu yüksek kapasiteyi, yüksek alım gücü olan alıcılarla iş birliği yaparak kullanmak hedefindeyiz. Vardiya ile ve yeni yatırımlarla oluşturacağımız kapasiteyi f-tr’nin kullanımına sunacağız.



Kilim Mobilya Yönetim Kurulu Başkanı  
Mehmet Yayla

## “TÜRKİYE MOBİLYA SEKTÖRÜNÜN DÜNYAYA AÇILAN YENİ YÜZÜ”

f-tr Furniture Partners’la birlikte Türkiye mobilya sektörünün küresel potansiyeline daha hızlı ve istikrarlı şekilde ulaşacağına inanıyoruz. Bu birliktelikle kaynaklar daha verimli kullanılacak. Ham maddede toplu tedarik söz konusu olacak ve pazarlık gücümüz oluşacak. Ayrıca toplu tedarik ile birlikte üretim hızında da bir artış yakalanabilecek. Lojistik ve depolama anlamında da yine sektörün hızı ve verimliliği artacak. Kapasitelerin optimize edilerek kaynakların ve üretim gücünün daha verimli kullanılması daha fazla ihracat, daha yüksek kâr olarak hem ülkemize hem de sektörümüze ve ortaklarımıza yansıtacak. Oluşum, Türkiye mobilya sektörünün dünyaya açılan yeni yüzü olacak. Bu açılan yüzle birlikte mobilya sektörü dünyada daha fazla tanınacak ve program paydaşlarının yanı sıra sektörün diğer temsilcileri de domino etkisiyle ihracatını artıracak. Sektörün dünyaya açılmasındaki en önemli kanallarından olan fuar ve e-ticaret anlamında da çalışmalarımız olacak. f-tr ile sektör temsilcilerimizin dünya fuarlarına katılması ve yeni iş birliklerine imza atabilmesi yönünde öncü planlarımız var. Yine teknolojiyle şekillenen ticaret anlayışında yer alabilmek için de e-ticaret alanına daha fazla odaklanacağız. Böylece sektörümüzdeki tüm ölçekteki üreticilerimizin, küresel bir oyuncu olması için önünü açacağız. Mobilya sektörünün yanı sıra birçok sektörün küresel ticaretine yön verecek olan Avrupa Yeşil Mutabakatı ve Paris İklim Anlaşması gibi küresel iklim uyum süreçlerine yönelik adımlarımız olacak. f-tr ile hayata geçirmeyi planladığımız AR-GE, teknoloji ve çevreci adımlarla sektörümüzün dünya ticaretindeki rekabet gücünün artırılmasını sağlayacağız. Kilim Mobilya olarak f-tr’ye hâlihazırda ürün gruplarımızın tamamında çözüm üreteceğiz. Buna karşılık global pazarda ihracat için fırsat oluşturacak ama bizim ürün gamımızda bulunmayan yeni ürünler için de fizibilitesi yapılmış, ortak alınan kararlar doğrultusunda her türlü yatırıma yapmaya hazırız. Bununla birlikte 45 yıllık Kilim Mobilya deneyiminden gelen know how’ı ve know who’muzu ortaklarımız ile paylaşarak Türkiye ihracatına katkı sağlayacak her türlü çözümde yer alacağız.



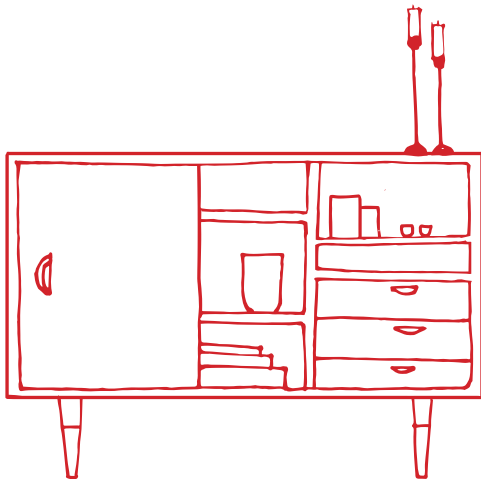
gündem mobilya



İşbir CEO'su  
Metin Gültepe

### “F-TR, ÇOK BÜYÜK GÖREVLER DÜŞECEK”

Covid-19, dünya genelinde dış ticareti olumsuz etkiledi. Hem ülkelerin uyguladığı kısıtlayıcı önlemler/arzın daralması hem de talep daralması, globalde ihracatın azalmasına sebep oldu. Türkiye’de ise rekabetçi kur politikasının etkisiyle ithalatın azalması ve ihracatın artması bekleniyor. Dünya ekonomisinin itici gücü olan Çin’de pandeminin başlaması ve diğer bölgelere hızla sıçraması, dünyada resesyonu derinleştirdi ve dış ticaret/ihracat dolayısıyla ciddi şekilde etkilendi. Küresel tedarik zincirlerinin yeniden yapılandırılması gerekliliği pandemi ile ortaya çıktı. Lojistik maliyetlerindeki artış ve Uzak Doğu ülkelerinin reyting kaybetmesi, Türkiye gibi bölgesel büyük üreticileri ön plana çıkaracak. Bu kapsamda, Türk mobilya ve yatak sektörünün ihracattaki payını artırmayı planlayan f-tr’ye de çok büyük görevler düşecek. İşbir olarak pazarı, küresel ağları, eğilimleri yorumlayarak tüm bu süreçlerde uzmanlaşmış yapımızla f-tr’nin operasyonel mükemmelliğine katkı sağlamayı planlıyoruz. Gelişen teknolojiyi takip etme ve uygulama konusundaki know how’ımızı, f-tr bünyesinde yer aldığımız komitelerde de etkin olarak kullanacağız.



Nurus Yönetim Kurulu Başkanı  
Renan Gökyay

### “DÜNYA ÖLÇEĞİNDE ÇOK BÜYÜK BİR FABRİKA”

f-tr, Türkiye’nin güçlü markalarıyla oluşturduğumuz güzel bir platform oldu. f-tr, toplam 530 milyon dolar cirosu ile 6 bin 400 kişiyi istihdam eden ve üretim-depo alanı 750 bin metrekare olan dünya ölçeğinde çok büyük bir fabrika. f-tr bünyesinde Amerika, Almanya, İngiltere ve Fransa gibi dünyanın büyük ölçekli mobilya ithalatçılarına olduğu ülkelerde; AR-GE çalışmaları ve pazar araştırmaları yapıyoruz. Onların kültürlerini ve tercihlerini, tüketici alışkanlıklarını anlamanın yanında olması gereken ürün ve ambalaj standartlarını yakalama çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Ve diğer Türk şirketlerine danışmanlık üzere çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Mobilya sektörünün dünya pazarında ilk beşe yükselmesi için alışılmışın dışında farklı stratejilerin, yıkıcı iş modellerinin, yeni iş fikirlerinin, paylaşımcı üretim modellerinin, ortak projelerin geliştirilmesi ve katma değeri yüksek ürünler üretilmesi konusunda çözümler sunacağız. Mobilya sektörü olarak dünyanın en büyük sekizinci ihracatçısıyız. Ancak bu sektörde hedeflerimiz çok daha yüksek olmalı. 2023 yılında, bu listede ilk beş ülke arasına girmeliyiz. Bunun için katma değer yaratan, kapasite artıran her adım oldukça önemli. Söz konusu ihracat olduğunda, bir firma değil; bir sektör olarak ortak hareket edebilmek, ciddi avantajlar sağlayacak. Nurus olarak teknolojinin sınırlarını zorlamayı seviyoruz. Hem yazılımı geliştiriyor hem makineleri üretiyor hem de bu makineleri kullanabilecek insan kaynağını yetiştiriyoruz. Teknoloji üretme hâkimiyetine sahip olduğumuz için de teknolojik bir markayız. 95 yıllık bilgi ve deneyimimizi kullanarak teknolojimiz, makine yatırımlarımız, karanlık fabrika ve introlojistik uygulamalarımızla bu oluşuma katkı sağlayacağız.



**nurus**

Toplantı  
keyfi  
*değişti!*



MONTE CARLO

95.YIL

[shop.nurus.com](http://shop.nurus.com)



# Mobilya ihracatta hedef büyüttü

İstanbul Mobilya, Kâğıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği Başkanı Ahmet Güleç Türkiye'nin, mobilya üssü olabileceğini söyledi.

 Simge Soysel

**T**

ürkiye mobilya sektörü, önemli bir eşikten geçiyor. Bir yanda navlun krizi diğer yanda ham madde tedarikinde yaşanan sorunlar ile uğraşırken sektör

temsilcileri ihracatta rekor kırmaya devam ediyor. Türk mobilya sektörü ihracatta geçen senenin rakamlarını 2021'in ilk dokuz ayında yakaladı. Sektörün 2022 hedeflerini İstanbul İhracatçı Birlikleri, Mobilya, Kâğıt ve Orman

Ürünleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Güleç ile konuştuk.

## **Türkiye'de mobilya sektörünün büyüklüğünü nedir?**

Mobilya sektörü, her geçen gün büyümesini sürdürüyor. 36 bin üretici, 60 bin mağaza ve 1 milyondan fazla istihdam sağlıyoruz. Sektörümüz 2001 yılından bugüne kadar sürekli dış ticaret fazlası



veriyor. Pandemiye rağmen 2020 yılında ihracatımızı düşürmedik ve 3,5 milyar dolarla kapattık. Ancak 2021 yılının ilk dokuz ayında 3,5 milyar doları yakaladık. Görünen o ki seneyi mobilya sektörü olarak 4,3 milyar dolarla bitireceğiz.

### **Türkiye'nin dünya mobilya üretim üssü olması mümkün mü?**

Ülkemizde kurumsallaşma hâlâ bir sorun olarak duruyor. Bu ciddi anlamda stratejileri etkiliyor, o yüzden buna vurgu yapıyorum. Ama sorunuza daha net cevap vermem gerekirse öncelikle ölçek sorunumuzu aşmamız lazım. Daha büyük kapasitelerle üretim gücümüzü artırmak, mobilya üretim üssü olma hedefinde önem teşkil ediyor. ABD pazarına bu yıl 250 milyon dolar mal sattık. Bu rakamın 1 milyar dolar olması işten bile değil. Dolayısıyla Türkiye dünyanın mobilya üretim üssü olabilir ancak biraz zaman ve kapasitemizi artırmamız gerekir.

### **Sektörün trend tasarımlarında belirleyici unsurları neler?**

Global ölçekte her yıl bir döngü ile trendler devam ediyor. Uluslararası fuarlar, İstanbul Mobilya Fuarı gibi önemli buluşmalar, o yıl modanın nereye gideceğine ilişkin önemli göstergeler sunuyor. Bütün pazarlar, üreticiler ve tüketiciler artık birbirine çok sıkı kenetlenmiş durumda ve sürekli olarak yeni gelişmeleri takip hâlinde. Artık ulusal yönelimlerden ziyade dünya genelindeki global modanın nabzı, süreçler üzerinde etkili belirleme unsuru oluyor.

### **Navlunların yüksekliği, küresel oyuncular Türkiye'ye yöneltti. Bu süreçten yerli üreticiler nasıl etkileniyor?**

Türkiye'nin ABD'ye ihracatı arttı. Birçok AB firması, Türkiye'de pozisyon alıyor. Fakat bunun tek sebebi navlun fiyatları değil. Navlun fiyatlarının yüksekliği de etkili ancak bunlara ek olarak, sürdürülebilir ve yeşil üretim önem kazanıyor. Pandemi çevre hassasiyetlerini artırdı. Ülke olarak biz de üretimde bu dönüşüme hızla geçmeliyiz. Büyük



bir fırsat var ve ben bu sürecin tüm sektörlerdeki üretici firmalarımızı dönüştürücü etkiye sahip olacağına inanıyorum.

### **Yıl sonunu 4,3 milyar dolarla kapatma hedefi sizce tutacak mı?**

Evet, bence ihtimal dâhilinde bir hedef. Zira 2021 yılının ilk dokuz ayında, geçen senenin ihracat rakamları yakalandı. Son üç ayda yaklaşık 800 milyon dolar ihracatla bu hedefi yakalayacağız gibi görünüyor.

### **2022 öngörülerinizi paylaşır mısınız?**

Tüm dünyada mobilya sektörü büyüyor. Türkiye için önemli bir şans kapımızda bekliyor. Bir an önce dijital dönüşüm ve yeşil üretim konusunda somut ilerlemeler kaydetmeliyiz. Sektör olarak ilerliyoruz; bir bütün olarak doğru hareket ediyor, doğru adımlar atıyoruz. 2022 yılı Ocak ayında düzenleyeceğimiz İstanbul Mobilya Fuarı'nın tüm sene için önemli gelişmeler başlatacağına inanıyorum.

Mobilya, Kâğıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı  
**Ahmet Güleç**

**4,3**  
milyar dolar  
MOBİLYA SEKTÖRÜ 2021  
İHRACAT HEDEFİ



tasarım dünyası

# Özgün projelerin MİMARİ

Tasarımlarındaki çizgisi, stilindeki farklılıklarıyla dikkat çeken İç Mimar Nisa Akar İncir ile yurt içi ve yurt dışı projelerini konuştuk.

Simge Soyel

N

isa Akar İncir, NİSS Project markasıyla mimari tasarım alanında özgün projelere imza atıyor. Çalışmalarını üretim aşamasından uygulama ve teslim sürecine kadar profesyonel ekibi ile birlikte yürütüyor.

## NİSS Project'in tasarım felsefesinden bahsedermisiniz?

Her mekânın kendi içinde bir ruhu ve hikâyesi olduğunu düşünüyorum. Tasarımlarımda yaşam alanlarını maksimum seviyede kullanıp, aralarındaki geçişleri doğru kurgulamak; fonksiyonelliği sağlayan önemli unsurların başında yer alıyor. Bu sayede konforlu, işlevsel ve estetik duruşu olan mekânları, dengelenmiş mobilyalarla aynı çizgide bütünleştiriyorum. Yeterli duyguda ışık, doğru seçilmiş renkler, çarpıcı aksesuarlar ve sanat eserleriyle tasarımlarımı güçlendiriyorum.

## Çok yönlü tasarım çizgisine sahip olmak nasıl bir his?

Rezidans dairesi, villa, showroom, ofis gibi alanların hizmet ettiği unsurlar hep birbirlerinden farklıdır. Bu yüzden hepsini kendi içinde değerlendirerek ilerlemek gerekir. Bütün projelerim ve çalıştığım isimler benim için çok kıymetlidir. Proje bittiğinde mimar-müşterisi ilişkisinin samimi bir arkadaşlığa evrilmesi, benim için en önemli konuların başında geliyor.

## Tasarımın sizce Türkiye'deki yeri nedir?

Üzülerek söylüyorum ki özgün tasarımlar konusunda maalesef ülke olarak biraz gerideyiz. Ancak geçen yıllara göre geliştirmizi gözlemliyorum. Hangi sektör olursa olsun Türk markasının dünya çapında bilinirliğe ulaştığını görmek beni gururlandırıyor.

## İç mimarlığı sürdürülebilir kılmanın zorlukları nelerdir?

Dijital çağ, her şeyin çok hızlı ilerleyip çabuk tüketilmesine sebep oluyor. Bu kadar yoğun veri akışının olduğu yerde tasarımların sürdürülebilir olması oldukça zorlaştı. Bu durumun önüne bir nebze de olsa geçebilmek için zamansız tasarımlar gerçekleştirmeye çalışıyorum.

## Pandemi, proje süreçlerinizi nasıl etkiledi?

Yurt dışı projelerimizi, kısıtlamaların olduğu dönemde dijital ve teknolojik imkânların yardımı ile takip ettik. Pandemi sürecinde tüm sektörler gibi zorlu bir sürece girsek de insanların yaşam alanlarında daha fazla vakit geçirmesi, değişim isteğini tetikledi. Dolayısı ile bu süreçte tasarım ve uygulamalarımıza devam ederek sürecin üstesinden geldik.

## İmza attığınız projelerden biraz bahsedermisiniz?

Aynı zamanda yurt dışına ihracat yapan bir firma





tasarım dünyası





Hangi sektör olursa olsun Türk markasının dünya çapında bilinirliğe ulaştığını görmek beni gururlandırıyor.



olduğumuz için çok sayıda ülkeye özel tasarım mobilya üretilip gönderdik. 2019 yılı itibarıyla mobilya dışında mimari tasarım, takip ve uygulama olarak da hizmet veriyoruz. Londra'da özel bir firmanın genel merkezinin tüm tasarım ve mobilya uygulamalarını bitirdik. Dijital alanda hizmet veren bir firma olduğu için tasarımlarımızda teknoloji ve mimari unsurları sıklıkla bir arada kullandığımız farklı bir proje oldu.

Berlin'de ise özel bir malikânenin tüm mimari, iç mimari ve peyzaj tasarımlarını yapıp, mobilya üretimlerine devam ediyoruz. İçinde SPA, GYM, havuz, sauna gibi alanların da olduğu bu projemiz; Grunewald'da şimdiden ses getirmeye başladı.

#### **Bünyenizde bulunan mobilya ve döşeme imalatı hakkında bilgi alabilir miyiz?**

Bünyemizde bulunan mobilya ve koltuk imalatı; projelerimize daha hızlı, sorunsuz cevap vermemizi ve tasarımlarımızda daha özgür düşünebilmemizi destekliyor. Mobilya firmamızın, yalnızca yer aldığımız proje işleri dışında, seri üretim yaparak yurt içi ve yurt dışında da bayilikleri bulunuyor.



#### **Gündemdeki faaliyetleriniz arasında neler var?**

Yurt içi ve yurt dışında anlaşmasını sağladığımız ve 2022 yılı sonuna doğru teslim etmeyi planladığımız projeler dışında, görüşmeleri devam eden Berlin ve Dubai'de ofis projelerimiz var. Ayrıca Almanya'da kişiye özel tasarım ve üretim konusunda bir eksikliğin olduğunu görüyorum. Bu açığı gidermek için kendi markamın tasarım kolunu yurt dışında da oluşturmak ve mobilya üretimlerinin ihracatını yapmak konusunda bir düşünceye sahibim. Bununla ilgili görüşmelerim devam ediyor.



mechatronics  
& robotics  
machine. coding. productivity.

## ANAHTAR TESLİM OTOMASYON ÇÖZÜMLERİ

Solution  
Partner

SIEMENS

Automation  
Drives

KUKA

Official System  
Partner

FESTO

AUTHORIZED  
PARTNER

FLEXLINK

a coesia company

### Adres

Organize Sanayi Bölgesi 9. Cadde  
No:34 Odunpazarı / ESKİŞEHİR  
0222 236 16 16

info@anot.com.tr  
www.anot.com.tr

Modern ve şık silüetler

# dijital dünya ile buluşursa

Sudi Etuz markasının Kurucusu Şansım Adalı, tasarımlarını dijital dünyayla buluşturarak yeniliklerin peşinden koştuğunu gözler önüne seriyor.

Yasin Buğra Levent

T

eknoloji ve artırılmış gerçekliği moda arenasına taşıyarak, Türkiye’de bir ilke imza atan Şansım Adalı; İlkbahar/Yaz 2022 koleksiyonunda tül hariç tüm malzemelerin yaklaşık yüzde

98’inin sürdürülebilir ve yüzde 100’ünün geri dönüştürülmüş olduğunu dile getiriyor.

## Moda yolculuğunuz nasıl başladı?

İstanbul’da 1982 yılında doğdum. Bilkent Üniversitesi Mütercim Tercümanlık Bölümü’nden 2006 yılında mezun oldum. Akademik hayatımın bir yılını Brüksel’de geçirdim, moda tarihinde avangard duruşlarıyla öne çıkan tasarımcı ekolünün kenti Antwerp’te çeşitli çizim dersleri alıp atölye çalışmalarına katıldım. 2006’da tamamladığım Fransızca eğitiminin ardından La Salle Akademi İstanbul’da moda tasarımı dersleri aldım. 2016 yılında markam Sudi Etuz’un ilk çıkışını gerçekleştirdim. İlk performansından bu yana her koleksiyonumda, bir tasarımcı markasının global ve multidisipliner duruşunu, İstanbul’un en özel mekânlarında gerçekleştirdiğim sunumlarla lokalin özgün gücünü çağdaş bir dünya diliyle irdelemeye çalışıyorum.

## Koleksiyonlarınızı oluştururken izlediğiniz kriterler ve bağlı kaldığınız prensipler var mı?

Her projede, her koleksiyonda; inovasyonu, tasarım gelişimini, farklı disiplinlerle buluşmayı araştırdık. Kendimize her işin hikâyesinde görsel etkiyi, tasarımın konforu ve yansımalarıyla nasıl daha iyileştirebileceğimizi sorduk. Her iş, bir öncekinden daha büyük hedeflerle doğdu. Tasarım ve moda sonsuz bir yolculuk ve bu yol öyle bir süreç ki başlangıcından itibaren ne ortası ne sonu tahayyül edilebiliyor.

## Modanın dijitalleşmesi hakkında ne düşünüyorsunuz?

Moda ve tasarım, dijitalden payını alan en önemli sektörlerden. Moda, popüler kültürün en önemli etkileyicilerinden biri. Bunu da yeni dünya düzeninde ne kadar etkili bir dijital bütünlükte yaparsa o kadar kalıcı olacak. Tasarımda kalıpların 3D hazırlanması, kalıp ve kumaş maliyetinden ve sarfiyatından kurtulabilmemiz, defileleri video-art ile birleştirip tamamen online kurgulamamız, yeni sunum performansları, online showroom’lar... Artık markalar bu duruma ne kadar entegre olabilirse o denli ayakta kalacak.



### **Gündeminizde NFT bir koleksiyon çıkarmak var mı?**

Gelecek sezonun hazırlıklarına hızla başladık. Hayalimde dijitali çok daha sahiplenen, yepyeni disiplinleri barındıran bir performans var. Koleksiyon için yeni formlar, farklı arayışların bir araya geldiği bir öz devinim olacak. Bir yandan da NFT ile çok ilgiliyim. Büyük bir dijital platformla birlikte 3D Garment çalışmalarımız çok yakında satışa çıkacak.

### **Teknolojiye olan tutkunuz nereden geliyor?**

Teknolojinin içinde bulunmayı, bir şekilde parçası olmayı, işime entegre etmeyi çok seviyorum. Kendime hep dijitali de nasıl daha etkili kullanabileceğimi soruyorum. 2017 yılında ilk VR moda performansımızı çektik, endüstriyel iş birlikleri yaptık, avatar karakterimiz Sui-D'yi tanıttık ve şimdi onu takipçileriyle nasıl daha hızlı buluşturabiliriz diye çalışıyoruz. Hâlimiz böyleyken dünyada yayımlanan summit'ler, seminerler, konferanslar bize yüzde 100 dönüşümün çok yakın olacağını gösteriyor. Kaçınılmaz olduğunu zaten biliyorduk. Artık bunu daha bilinçli yaşıyoruz, kimimiz yüzde 100 dönüştü bile. Özellikle bu süreçteki oluşumlar, yaratımlar ve alınan kararlar bence çok uzun sürecek ve gerçekten kalıcı olacak. Herkes öznel yansımasını dijitalde etkili bir şekilde çevrelerine iletmeyi ve kendilerini anlatabilmeyi başardı sayılır. Bunu işleriyle yapanlar, beklediklerinden çok daha kısa sürede çok fazla geri dönüş alacak. Tüm bu süreçte de beni en çok heyecanlandıran avatar karakterimiz Sui-D'nin oluşumu, astroloji dataları ve onun dijital varlığını hissetmekti.

### **İstanbul Moda Haftası, Türkiye'ye nasıl bir sinerji katıyor?**

Sanat, tasarım, moda ve birçok başka disiplinin ulusal ve uluslararası alanlarda görünür olması, Türkiye için mühim bir konu. Ülkemizde tekstil ve moda üretiminde otoritesini koruyan, genç yeteneklerin ve başarılı tasarımların etki alanını artıran İstanbul Moda Haftası, bu anlamda çok önemli ve uzun yıllardır başarılı şekilde organize ediliyor. Türkiye'nin sosyal ve ekonomik anlamda dünya standartlarında işler yapan ruhunun en güzel örneklerini, her sezon İstanbul Moda Haftası'yla dünyaya tanıtıyoruz.



**Tasarım ve moda sonsuz bir yolculuk ve bu yol öyle bir süreç ki başlangıcından itibaren ne ortası ne sonu tahaqqül edilebiliyor.**





### **Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması ışığında Türkiye’de tasarım hakkında ne düşünüyorsunuz?**

Tanıklık ettiğimiz her yıl; hızlandırılmış bir hayat etüdü gibi bizleri dönüştürüyor, değiştiriyor. Bu devinim öylesine hızlı ki etkili bir şekilde ayak uydurmak artık bir jenerasyon meselesi... Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması 30’uncu yılında yerini her sene sağlamlaştırarak, ülkenin en önemli yarışma ve deneyim merkezlerinden biri hâline geldi. Etkisini böylesine koruyarak ve artırarak devam eden bir organizasyonu yöneten ve değiştiren jenerasyonların aldığı eğitim ve sektörel çalışmalarındaki önemi çok değerli. Yepyeni genç profillerin çalışmalarına ortak olurken özellikle Z kuşağının moda ve tasarıma bakışının çok daha özgür, sorgulayan, kavramsal ve deneysel olduğunu görüyorum. Bu durum her sene çok daha umut veren ve gelişen bir hâl alıyor. Soran, sorgulayan ve bunu tasarımla akıllıca dışa vuran nesillerle birlikte olmak harika!

**İlkbahar/Yaz 2022 koleksiyonunda hikâyemiz, Anavarza Kalesi’ni günümüz Adana’sında görerek, geçmişle bugün, gerçekle simülasyon arasında bir panorama sunuyor.**

### **Anavarza Efsanesi’ni yorumladığımız İlkbahar/Yaz 2022 koleksiyonunun ilham kaynaklarından bahsedebilir misiniz?**

Anavarza, Adana Çukurova’nın yakın geçmişteki arkeolojik keşiflerinin dünyaya çok önemli bir mirası. Arkeolog arkadaşlarımdan bu mirasın keşif çalışmalarının ilerlediğini duyduğum anda, müthiş bir heyecanla tarihini araştırmaya başladım. Bir Adanalı olarak bu dokuyu kendi çalışmalarımıyla buluşturup en çağdaş tanıtımını gerçekleştirmek, yeni koleksiyonumun hedefi oldu. Hikâyemiz, efsanenin geçtiği Anavarza Kalesi’ni günümüz Adana’sında görerek, geçmişle bugün, gerçekle simülasyon arasında bir panorama sunuyor. Arka plandaki tarihsel mekânlarla ve Adana urban hayatına göndermelerle bir tür füzyon yaratılan filmin hikâyesinde, aşk ile çatışma unsurları epik bir formda işleniyor. Koleksiyon filmimize, geçen sezonun devamı olarak insan modelimizin avatar hâlini entegre ettik. Filmimiz bir bilgisayar oyunu içinde geçiyor. En büyük amaçlarımızdan birisi yaptığımız her işe gerçekle sanalın bir aradalığını yansıtmak. Minimal formlara eşlik eden daire şeklinde şeffaf aksesuarlar, rafine renkler ile alternatif bağlanan 35 parça; beyaz, siyah dengesinde pastel tonlarda mavi, sarı ve bejler sezonun sıcaklığını ve konforunu hedefliyor.

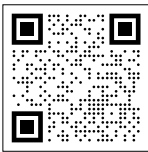
### **Yakın gelecekte hangi yeniliklerle karşınızda olmayı planlıyorsunuz?**

Dijital gelişmeleri takipteyiz. Dünyada tekstili ve modayı çok daha akıllı bir hâle getiren yeni projelerin Türkiye’de öncüsü olmak çok keyifli. İş birliklerimiz devam edecek, ayrıca bir mobil uygulamamız piyasaya çıkacak. Bu konuda çok heyecanlıyız.

Y Ü K L E R İ N İ Z Y O L D A

R İ S K L E R İ N İ Z Q U I C K S İ G O R T A ' D A

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



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

**QUICK**   
SİGORTA



taka tasarım

BEGÜMKİROĞLU

## Çağdaş, Işıltılı ve Sofistike Tasarımların Elçisi

**S**es getiren iş birliklerini yaparken markanın ruhunu yansıtan, artistik işler ortaya çıkarmayı hedeflediğini belirten Begüm Kıroğlu, mücevherlerin eritilerek ya da formları değiştirilerek uzun yıllar kullanıma uygun olacağını dile getiriyor.

### Mücevherlere olan tutkunuzu ne zaman fark ettiniz?

Birçok küçük kız çocuğu gibi ben de mücevherlere, giyime, sanata ve renklere meraklıydım. Sanırım mücevherleri keşfetmem, annemin ve anneannemin mücevher kutularını bulup oynamamla başladı. Hatırladığım kadarıyla oradaki bir bileziği boynuma kolye diye takardım. Kolyeyi çıkarır kafama taç yapardım. Büyüdükçe vintage ve antika takı toplamaya başladım. Şu an geriye bakınca aslında mücevherlere karşı hep bir ilgimin olduğunu fark ettim. Şanslıyım ki sevdiğim ve ilgili olduğum bir şey, hayatımın çok önemli bir parçası oldu.

### Begüm Khan yolculuğuna nasıl başladınız?

Begüm Khan markasını aslında biraz tesadüfen kurdum. O zaman Şangay'da yaşıyordum, abim evlenirken ona hediye etmek istediğim kol düğmelerini bulamamıştım. Aslında zamansız kol düğmeleri arıyordum çünkü düğün hediyesi olacaktı. 20 ya da 30 sene sonra hâlâ takılabilir; sağlam, güzel ve enteresan olmalarını istiyordum. Aynı zamanda da 30 yaşında olan abimin o günlerde takabileceği çağdaş bir parça olmalıydı. Hem zamansız hem çağdaş hem de eğlenceli ve sofistike bir kol düğmesini bulmakta çok zorlandım, kendim yapmaya karar verdim. Bu süreci o kadar sevdim ki kendimi sonrasında ufak ufak başka kol düğmeleri tasarlarken buldum. Bunun bir fikre dönüşebileceğini düşündüm. İlk





Klasik, zamansız ve özgün çizgisiyle bilinen Begüm Khan markasının yaratıcısı Begüm Kiroğlu ile başarı öyküsünü ve mücevher dünyasının geleceğini konuştuk.

başta amacım Türkiye'ye de el yapımı hazırladığımız kol düğmelerini, Asya pazarına satmaktı ve bu şekilde başladım. Hâlâ her şeyi Türkiye'de el yapımı yapıyoruz ve Asya'ya satıyoruz ama tabii pazarımız çok büyüdü.

#### Markanız, rakiplerinden hangi alanlarda farklılaşıyor?

Sanatçı, tasarımcı, marka, iş ve fikir; bunlar özgün olduğu sürece rekabetçi piyasadan çok daha az etkileniyor. Zaten kendinize özgü olunca farklı olmaya çalışmadan farklı bir şey yapıyorsunuz ve bu doğal süreci, içten gelen artistik dışı vurumu insanlar fark ediyor. Ben her zaman içimden ve kalbimden geçen, bana doğru gelen, markayı yansıtan, bakınca "Evet, bu Begüm Khan" diyebileceğimiz tasarımlar yaptım. Hiçbir zaman ticari düşünmedim. Değişik figürler kullanıyoruz, bu figürler sevilir mi veya acaba bu büyüklükteki bir şey takılır mı diye endişelenmedim. Açıkçası bu tip ticari kaygılarımız olmadan sevdiğimiz şeyleri yaptık. Bu sadece tasarım anlamında değil, marka imajımız için de geçerli. Harika sanatçılarla iş birlikleri yapıyoruz; ressamlar, heykeltıraşlar, video sanatçıları, fotoğraf sanatçıları... Bu iş birliklerini de yaparken aslında ilk amacımız her zaman markanın ruhunu yansıtan, artistik işler ortaya çıkarmak. Ama lafın gelişi, sosyal medyada daha fazla beğenilmek değil. Kalbinizle ve sanatsal anlamda bir şeylere yaklaştığımızda, karşı taraf da bunu çok güzel hissediyor.

#### Begüm Khan yolculuğundaki eşikler, kilometre taşları neler oldu?

Begüm Khan'da yıllar içinde çok eşikler, güzel adımlar oldu.





taki tasarım



Seneye 10'uncu yılımız olacak. İlk adım için birinci senemizde Vogue İtalya tarafından "Yeni Yetenekler"e seçilmem, markanın önünü açan önemli faktörlerden biri oldu. İkinci olarak, kol düğmesinden kadın mücevherlerine geçmem önemli bir ilerlemeydi. Sonraki yıllarda, dünyanın en önemli ayakkabı markalarından biri Aquazzura ile ilk iş birliğimizi yapmamız, ardından İstanbul'da ilk mağazamızı açmamız ve bu sene içinde gerçekleştirdiğimiz dünya devi kozmetik markası Guerlain ile yaptığımız iş birliği, yıllar içinde atılan önemli adımlardan bazıları.

### **Guerlain için özel bir parfüm şişesi tasarladınız. Bu iş birliği size nasıl hissettirdi?**

Guerlain için çok özel bir iş yaptık. Beni çok duygulandıran, romantik bir iş birliğiydi. İlk toplantıdan beri ilk görüşte aşk gibiydi. Duygularımız ve enerjimiz bir araya geldikten sonra yaratıcı anlamda çok doğal bir süreçti. Bir aşk bebeği gibi ortaya çıkan çok güzel bir çalışma oldu. Ayrıca tabii ki bir Türk tasarımcı seçmeleri çok gurur verici. Guerlain nerdeyse 300 senelik bir firma, LVMH grubunun bir parçası ve LVMH'nin iş birliği yaptığı ilk Türk markası olduk. Bu da bence güzel bir başlangıç. Şişede romantik bir hikâye var. Fransa'nın ve Prenses Eugiene'in sembolü olan kraliçe arı, benim de hayatımın yarısını geçirdiğim Paris'te benimle bir tura çıkıyor. İstanbul'a geliyoruz ve bu arı İstanbul Boğazı'nı geziyor, lokumlara ve şerbetlere dokunuyor. Buradaki zanaatkarlarla buluşuyor. İnanılmaz kristallerle bezenip tekrar Paris'e geri dönüyor. Paris'e geri döndüğünde Guerlain'in ilk kurulduğu ve hâlâ ana merkezlerinin olduğu Champs-Élysées'de yer alan çiçek tarlalarına gelip dört tane çiçeğin ortasına konuyor ve işte o şişe ortaya çıkıyor.



**İş birlikleri yaparken aslında ilk amacımız, her zaman markanın ruhunu yansıtan, artistik işler ortaya çıkarmak.**



Bu bir litrelik özel şişe, sınırlı adette üretildi ve çıkar çıkmaz tükendi. Dünyada ve kendi web sitesinde bu iş birliğinden bahsedildi. Şu anda Guerlain'in arşiv kütüphanesinde hâlâ sunuluyor. Benim için çok gurur verici bir iş birliği oldu.

### **Bugüne kadar sizi en çok hangi iş birlikleri heyecanlandırdı?**

Hem Aquazzura hem Guerlain, ikisi de beni çok heyecanlandırdı. İkisi de benim için farklı yönlerde çok özeldi. Büyük ihtimalle Guerlain ile ikinci iş birliğini yapacağız. Ayrıca ileride çok büyük bir başka dünya deviyle iş birliği geliyor ama maalesef şu anda bununla ilgili daha fazla bilgi veremeyeceğim.

### **Gelecekte mücevheri nerede görüyorsunuz?**

Mücevher her zaman çok kişisel bir parça oldu. Ben mücevheri, modanın diğer üyelerinden ayırıyorum. Aslında nesillerden nesillere geçiyor ve üstüne çok fazla duygu yükleniyor. 18'inci yaş doğum gününde alınan ilk kolyeye yüklenen anlam, evliliklerin başlangıcının mücevherlerle sembolize edilmesi gibi önemli tarihlerde insanlar birbirlerine mücevher hediye etmek istiyor. Çünkü mücevherler çok zamansız ve çok kişisel. O yüzden bu kesinlikle



taka tasarım

değişmeyecek. Mücevherler zaten devamlı uyum sağlıyor. İleride daha sürdürülebilir trendler göreceğimizi düşünüyorum. Mesela anneannenizden kalmış bir kolye ucunun bir yüzüğe çevrilmesi veya bazı materyallerin eritilip tekrar kullanılması gibi şeyler mutlaka olacak. Bu durum anlam yüklüyor, çok fazla hatıra taşıyor ve mücevheri daha modernize hâle getiriyor. Ayrıca sentetik pırlanta kullanımının artacağını öngörüyorum.

### **Bugüne kadarki süreçte hem kendiniz hem de mücevher zanaatkarlığında nasıl bir değişim gözlemliyorsunuz?**

İnsanlar tarih boyunca hatta günümüzde de hep daha özel şeylerin peşinde. Hepimiz birbirimizin aynısı olmak istemiyoruz. İstese de olamayız. Düşünürseniz hepimizin parmak izi, gözlerimizin yapısı ve DNA'larımız farklı... Milyonlarca insanız ve hepimiz farklıyız, o yüzden seçimlerimiz de öyle. Bence mücevherler her zaman kişisel bir parça olarak kalacak ve her zaman insanların özel zanaat ile yapılan, sınırlı sayıda ve özenle üretilen mücevherlere ilgisi devam edecek. Fakat mücevher zanaatkarları gittikçe azalıyor. Eskiden daha büyük zanaatkar aileler vardı ve babadan oğula el vermek, nesillere bu zanaatkarlığı öğretmek daha yaygındı. Bunun azalıyor olması kaybolduğu anlamına gelmiyor.



Hâlâ çalıştığımız inanılmaz zanaatkarlar var. Bu zanaatkarlığı ve yetenekleri yeni teknolojilerle birleştirmek, yepyeni kapılar açıyor.

### **Etik mücevher kavramına bakış açışınızı ve bu sektörü sürdürülebilir kılmanın önemini öğrenebilir miyiz?**

Mücevher çok anlamlı ve çok duygulu bir parça. Zaten etik bir yerden gelmiyorsa bütün o negatifliği size taşıyor ve bütün anlamını yitiriyor. Tabii ki mücevherler, özellikle taşlar, ana maddesi maden olanlar etik bir şekilde çıkarılmalı. Sürdürülebilirlik anlamında ise bu sektörün daha da gelişeceğini düşünüyorum. Mücevherler kolayca eskijen, kaybolan, değeri azalan parçalar olmamakla birlikte eritilerek ya da formları değiştirilerek uzun yıllar kullanılabilir. Günümüzde de 200, 300 sene önceki mücevherlerin değeri azalmadan var olduklarını görüyoruz. Mücevherler hızlı modanın bir parçası değil, seçtiğimiz bu özel parçalar seneler sonra da bize eşlik edebilir. Tabii ki babadan oğula, anneden kıza geçtiği ve nesillerden nesillere aktarıldığı sürece sürdürülebilir olması mümkün.





aktüel rota

📍 Serda Büyükkoyuncu @serdabuyukkoyuncu

# MALTA

## Akdeniz'in ortasında bir ada

Akdeniz coğrafyasında âdeta bir nokta gibi olan Malta; önemli bir stratejik konuma sahip, bu yüzden tarih boyunca hem denizciler hem de korsanlar için çok önemli bir rol oynamış.



aktüel rota





aktüel rota

**SİCİLYA'NIN 93** kilometre güneyinde yer alan ülke, üç bölümden oluşuyor: Malta, Gozo ve Comino Adaları. Gozo'da 30 bin civarında insan yaşarken Comino, turistlerin el ayak çektiği kış aylarında üç beş çiftçiye kalıyor. Malta dalmayı sevenler için âdeta bir cennet. Gozo ve Comino denizaltı güzellikleri için çok doğru seçimler. Avrupa Birliği'ne üye olan ama belli yerleri insana Kuzey Afrika'yı hatırlatan Malta, diğer Avrupa ülkelerine göre daha uygun fiyatlı.

Malta dili Arapça ve İbranice gibi semitik kökenli ama Latin alfabesiyle yazılıyor. Arapça etkisi çok belirgin. Şehir girişlerindeki tabelalar "Merhaba" diye sizi selamlıyor. İngilizce ikinci resmi dil olarak kullanıldığından lisan problemi yaşanmıyor.

Akdeniz kültürünün etkisi altındaki Maltalılar koyu Katolikler, köyleri koca kiliseler süslüyor. Nüfusun yüzde 95'i bu adada doğmuş. Malta'nın başkenti Valletta, UNESCO Dünya Kültür Mirası Listesi'nde yer alıyor.

MÖ 800'lü yıllarda Akdeniz'in çoğu yerinde olduğu gibi Malta'da da Fenikeliler bir koloni kurmuşlar. Ada, Kartaca ile Roma İmparatorluğu arasındaki savaşların ardından Romalıların eline geçmiş. Kuzey Afrika'dan gelen Arapların 1090'da adadan atılmasıyla 400 yıl süren bir Sicilya dönemi başlamış. Adanın tarihi Kanuni ile değişmiş. St John Şövalyeleri Rodos'ta Osmanlılara yenilince İspanyol Kralı 5. Charles adayı şövalyelere vermiş. Kira bedeli olarak da her yıl iki "Malta Şahini" istemiş! Osmanlılar şövalyelere Malta'da da huzur vermemiş, adayı kuşatmışlar



ama alamamışlar. Etrafta bu "Büyük Kuşatma" ile ilgili bir sürü şey görüyorsunuz, neredeyse tarihlerindeki en önemli olay. 1565'te Kanuni'nin 180 gemi ve 30 bin denizci ile yaptığı bu kuşatmada, Osmanlılara karşı zafer kazanan komutanın adı başkent Valletta'ya verilmiş. Malta'nın tarihini anlatan ve Malta Experience dedikleri bir gösteride Osmanlılara önemli bir yer ayrılmış! 1814'te İngiltere'nin bir parçası hâline gelen ada bağımsızlığına ancak 1964'te kavuşmuş.

## MALTA'NIN YILDIZLARI

### VALLETTA

St John şövalyelerinin Türkler gelir korkusuyla hızlı bir şekilde inşa ettikleri şehirde 16. yüzyıl mimarisi hâlâ egemen. Malta hükümetinin merkezi olan ve yarımada üzerindeki bir tepede yer alan şehir Grand Harbour (Büyük Liman) ile Marsamxett Limanları'na bakıyor. İtalya'dan gelen feribotlar Büyük Liman'a yanaşıyor ve oradan 15 dakikalık bir tırmanışla şehre ulaşabiliyorsunuz. Şehirde görülecek çok güzel yerler var. Şövalyeler geldikleri yer ve konuştukları dile göre yedi gruba ayrılmış.



aktüel rota



- Auberge de Castile eskiden İspanyol ve Portekizli şövalyelere aitmiş, günümüzde Başbakanlık Ofisi olarak kullanılıyor.
- Hemen yakınında bulunan Yukarı Barrakka Bahçeleri ise İtalyan şövalyelerinmiş, bugün ise Büyük Liman manzaralı güzel bir park.
- Fransa'nın Provence bölgesinden gelen şövalyelerin binası olan Auberge de Provence Malta'nın Arkeoloji Müzesi olarak hizmet veriyor.

Tarihe meraklıysanız, dünyanın en eski taş yapıları olan ve MÖ 3600 ile 2500 yılları arasında yapılan megalitik Tapınakları Malta ve Gozo'da görebilirsiniz. Aziz Yahya'ya adanmış olan St John's Katedrali ve Müzesi Valletta'nın tam göbeğinde yer alıyor. İçi barok tarzda bir mimariyle yapılan binada, güzel bir dokuma koleksiyonu var. 1573'te yapılan katedralde Caravaggio'nun "Vaftizci Yahya'nın Başlangıcı" isimli eseri de bulunuyor. Rodos'ta olduğu gibi bu adada da bir Grand Master's Palace (Üstad-ı Azam Sarayı) bulunuyor. Republic (Cumhuriyet) Caddesi'ndeki yapıda, bugün Cumhurbaşkanlığı Ofisi ve

Parlamento yer alıyor. Binanın içinde Büyük Kuşatma'yı gösteren bir fresk de mevcut.

#### VALLETTA CİVARI

Valletta yakınlarındaki Sliema; varlıklı adalıların oturduğu gözde bir muhit, devamında ise turistlerin tekelinde bulunan ve gece hayatının merkezleri St Julian's ile Paceville yer alıyor. Kuzeyde konumlanan Bugibba, St Paul's Körfezi'nde bulunuyor. Burası uygun fiyatlı konaklama tesisleri ile restoranlara sahip, gece hayatı da pek bir renkli. Daha ileride, adadaki en güzel plajlardan biri olan ve şehir merkezinden 43 veya 48 numaralı otobüslerle ulaşabileceğiniz Mellieha var. Diğer bir gözde plaj ise Paradise Bay.



#### MDINA

1566'ya kadar Malta'nın merkezi, Mdina olmuş. Denizden uzakta, korunaklı bir kaya parçasının üzerine inşa edilen bir kalede konumlanan Mdina'nın yaklaşık 3 bin yıllık bir tarihi var. Arnavut kaldırımı ile bezeli dar ara sokaklar çok güzel. Tarihe sahip çıkmış ve eserler iyi korunmuş. Adı Arapçadan gelen Mdina'da dolaşırken kendinizi



aktüel rota



### NE YENİR?

Malta mutfağında İtalyan lezzetlerini görmek mümkün. Etrafta bol miktarda pizza ve makarna servisi yapan yer var. Peynirli böreğe benzeyen pastizzi, peynirli ve yumurtalı makarna timpana ile baharatlı siğir etinden yapılan bragioli adanın spesiyalitetleri arasında yer alıyor. Valletta'da yemek üyebileceğiniz güzel restoranlar var. Rubino's, Malta lezzetlerini deneyebileceğiniz mekânlardan. Liman manzaralı Giannini adanın en iyi restoranlarından biri ve İtalyan mutfağından seçenekler sunuyor. Akdeniz mutfağının temsilcisi Ambrosia, Fransız yemekleri tadabileceğiniz Malata sizi yanıltmayacak restoranlardan.

Marakeş gibi bir Afrika şehrinde hissederseniz şaşırmayın. Aristokrat ailelerin hâlâ yaşadığı evlerdeki kapı kollarına özellikle dikkat edin ve güzel manzaralı kafelerden birinde içeceğinizi yudumlayın.

### İTERNETTE SÖRF

Malta'yla ilgili daha ayrıntılı bilgi

için [www.discovermalta.com](http://www.discovermalta.com) ve [www.tourism.org.mt](http://www.tourism.org.mt) sitelerini inceleyebilirsiniz.

### ULAŞIM

Air Malta'nın uçuşları ile adaya gitmek mümkün. Malta vizesini kolaylıkla Air Malta'dan alabilirsiniz. Luqa'daki havalimanı, şehrin yaklaşık 5 kilometre güneyinde yer alıyor. 8 numaralı otobüs, 15 dakikada şehir merkezine geliyor. Taksi ise ortalama 10 Malta lirası tutuyor. Sicilya'nın Palermo ve Syracuse şehirleri ile Cenova ve Floransa yakınındaki Livorno limanlarından da feribotlarla Malta'ya gidilebiliyor. Sicilya ile Malta arası 90 dakika sürüyor ([www.virtuferries.com](http://www.virtuferries.com)). Malta ve Gozo'da halk otobüsleri var, araçlar genelde eski. Otobüs ücreti 1,50 Malta lirası, bir haftalık biletler ise 6 Malta lirası tutuyor. Malta'daki Cirkewwa Limanı'ndan Gozo Adası'na düzenli feribot seferleri yapılıyor. Yolculuk 30 dakika sürüyor. Adada taksiler pahalı. Fiyatı önceden konuşmakta fayda var. Taksi için 800 73 770 numaralı telefonu ücretsiz arayabilirsiniz.

### ALİŞVERİŞ

Adada alışverişin merkezi, Valletta'daki Republic Caddesi. Etrafta bol miktarda seramik, dantel ve gümüş filigre göreceksiniz. Sliema'da Plaza Centre isimli bir alışveriş merkezi de var. Öğle saatlerinde siesta yapıyorlar. Dükkânlar genellikle 13.00-16.00 arası kapalı.

### MALTİ DİLİNDE BAZI KELİMELER

Iva (Evet), Le (Hayır), Merhaba (Merhaba), Bongu (İyi Günler), Sahha (Hoşça kal), Skuzani (Pardon), Jekk joghbok (Lütfen), Grazzi (Teşekkür ederim), Kemm? (Fiyatı ne?).



# SERTRANS AKPINAR DEPOSU E-TİCARETE KAPILARINI AÇTI

Sertrans Logistics; depolarına bir yenisini daha ekledi. E-ticaret lojistiği alanında 10 yılı aşkın tecrübesi ile tasarladığı yeni Akpınar Deposu; 30 bin m<sup>2</sup> depolama alanı, 2 milyon adetlik depolama kapasitesi ve alanında uzman 1000 kişilik kadrosu ile e-ticaret sektörüne kapılarını açtı.

**30.000 m<sup>2</sup>**

**2 MİLYON ÜRÜN**

**1000 ÇALIŞAN**



Op. Dr. Dilek Avşar

## Tek bir cihaz ile birçok soruna çözüm bulmak mümkün

**M**edikal estetik teknolojilerinin geldiği nokta, biz doktorları çok heyecanlandırıyor.

Çünkü artık estetik operasyonlarla müdahaleleri hastalarımıza veya danışanlarımıza son alternatif olarak sunabiliyor, öncesinde cihazlı uygulamalarla hatta sadece bir cihazla hem cilt hem yüz hem de vücut sorunlarına çözüm sağlayabiliyoruz. Böylece radikal sorunlara doğal görünen çözümler geliştirerek, güzellik-estetik anlayışına yeni bir boyut kazandırabiliyoruz. İşte bu ayki yazımda siz değerli TİMREPORT okuyucularına hem kadın hem de erkek hastalarımızda rahatça kullanabildiğimiz ve sonuçları çok etkin olan bir cihazlı uygulamadan bahsedeceğim. Fraksiyonel Radyofrekans enerjisi ile çalışan bu cihaz, hastalarımı da sonuçları ile mutlu ediyor.

Bizim için kliniğimizde hastalarımıza sunduğumuz hizmet, yaklaşım, onların sorunlarını çözerken kullandığımız ürünlerin içerikleri ve cihazlar çok önemli... Bizim hastalarımız daha doğrusu dostlarımız çok kıymetli, çok değerli... Bunun için de onlara hizmet sunarken her zaman en iyisini yapma hedefi ile kendimizi geliştiriyoruz. Ürün

içeriklerinde nasıl ki tescilli, patentli ürünleri alıyorsak cihaz seçimlerinde bizi sonuca götürecek patentli teknolojileri olan cihazları kullanmayı tercih ediyorum. Hastalarımı önerirken, sonuçları ile onları mutlu edeceğini bildiğim fraksiyonel radyofrekans enerjisi ile çalışan bir cihazlı uygulamadan bahsedeceğim. “Minimal non invaziv” olarak tanımladığımız bu cihazlı uygulama ve benzer uygulamalar, yeni nesil bakım seçenekleri sayesinde uzun iyileşme süreçleri gerektiren estetik ameliyatları ikinci planda bırakırken, acısız ve hızlı dokunuşlar ile güzelleşmeyi daha konforlu hâle getiriyor. Kadın ve erkek hastalarımıza önerdiğim bu uygulamanın en büyük avantajlarından biri de doğal bir görünüm elde edilirken memnuniyet oranının yüksek olması...

Artık siz değerli okuyucularımızın da bildiği gibi genç görünen bir cildin sırrı kolajen üretiminin tetiklenmesi ile mümkün oluyor. Parlak, sıkı, pürüzsüz, akne skarlarından arınmış, gözenekleri, renk düzensizliği olmayan ciltler istisnasız herkesin isteği... Biz doktorların bunu tesis edebilmesinde en büyük destekçimiz ise elimizdeki

cihazlar ve iyileştirmede uygulanan protokoller. Yeni nesil iyileştirme protokolleri ile epidermal yenilenme ve cilt yağ dokusunun yeniden şekillendirilerek özellikle ileri yaş hastalarında bile daha sıkı, daha pürüzsüz, canlı bir cilt elde edebiliyoruz.

Birden fazla cilt sorununa tek bir cihaz ile çözüm sunabiliyoruz...

Fraksiyonel radyofrekans enerjisi ile çalışan cihazın farklı başlıkları ve patentli teknolojileri ile sadece cilt ve yüz genelindeki değil, vücut genelindeki sorunlara da çözüm sunabiliyoruz. Kaşlar, göz çevresi, nazolabial kıvrımlar, alt yüz ve boyun gibi ulaşılması zor bölgelere cihazın özel teknolojileri ile ulaşılıyor ve minimal radyo frekansı sayesinde ameliyatsız sıkılaştırmayı uygulayabiliyoruz.

### FRAKSİYONEL RADYOFREKANS İLE NELER YAPABİLİYORUZ?

Bu ay size özellikle bu cihazı anlatmak istedim çünkü altın iğneli radyofrekans cihazının muadili yok ve diğer radyofrekans ile çalışan cihazlardan oldukça farklı. Özel tasarım iğnesi örümcek ağı şeklinde elektrotlarla kaplıdır. Bu da cilt altındaki

“ALTIN İĞNELİ RADYOFREKANS CİHAZI MUADİLİ OLMAYAN VE DİĞER RADYOFREKANS İLE ÇALIŞAN CİHAZLARDAN OLDUKÇA FARKLI...”

her noktaya, daha yoğun enerji vermesini sağlar. Böylece ilk seanstan itibaren gözle görülür bir yenilenme olur. Tüm vücut için özel derinlik ayarları olduğundan tüm vücut uygulaması yapabilen tek fraksiyonel radyofrekans cihazıdır. Birden fazla cilt sorununa tek bir cihaz ile çözüm sunabildiğimiz fraksiyonel radyofrekans ile hem yüz, dekolte, boyun, cilt sorunlarını hem de vücut genelindeki farklı sorunları çözümlenerek iyileştirme yapabiliyoruz.

Fraksiyonel radyofrekans; cilt kırışıklıklarının (yüz, boyun ve dekolte bölgelerindeki sarkmalar dâhil) iyileştirilmesi, yara ya da ameliyat izinin giderilmesi, sivilce izlerinin silinerek cildin yenilenmesi, cilt kalitesinin artırılması, lekelerin silinerek daha homojen bir cilt tonu elde edilmesi ve gözeneklerin sıkıştırılmasını sağlıyor. Aynı zamanda farklı sebeplerden oluşan çatlakların görünümünün iyileştirilmesi ile kol ve iç bacakların sıkıştırılmasında da bu cihazı kullanabiliyoruz. Özellikle vücut biçimlendirme denilince danışanlarımızın çoğu bunun uzun ve acılı bir süreç olacağına inanıyor ama radyofrekans enerjisini kullanan cihaz fonksiyonu ile

kişiye özel planlanan seanslar ile atletik bir vücut elde etme imkânını da bize sağlıyor. Kol ve bacak içinin yanı sıra karın bölgesini sıkılaştırmak için kas gölgelerine uygulama yapılıyor. Kişiye daha belirgin bir görünüm kazandırılıyor. Bölgesel yağlanmalarda yapılan liposuction sonrasında da operasyon bölgesinde da sıkılaştırma sağlamak için fraksiyonel radyofrekans kullanabiliyoruz. Uygulamanın gücünü ve etkisini artırmak için PRP-mezoterapi gibi farklı tedavi

protokolleri ile kombinleyerek kullanabiliyoruz. Seanslar 35 ila 40 dakika arasında, uygulama yapılacak bölgeye göre değişkenlik gösteriyor ve seans sayısı da danışanın ihtiyacına göre belirleniyor.

Uygulama yapıldıktan sonra muhakkak ilgili bölge nemlendirilmeli ve doğrudan güneşe maruz kalmaktan kaçınılmalıdır. Özellikle yüz, boyun ve dekolte bölgelerine yapılan uygulamadan sonra yüksek koruma sağlayacak bir güneş kremi kullanılmalıdır.

“FRAKSİYONEL RADYOFREKANS ENERJİSİ İLE ÇALIŞAN CİHAZIN FARKLI BAŞLIKLARI VE PATENTLİ TEKNOLOJİLERİ İLE SADECE CİLT VE YÜZ GENELİNDEKİ DEĞİL, VÜCUT GENELİNDEKİ SORUNLARA DA ÇÖZÜM SUNABİLİYORUZ.”





## Her taşın altında mikrobiyota

Prof. Dr. Berrin Pehlivan



Her taşın altından çıkan bir kavram var; alerji, depresyon, kilo verememe,

kanser. Hepsinden mikrobiyota sorumlu olabilir. Bir hastalıkla karşılaştığımızda en az aklımıza gelen aslında bağırsaklarımızdır. Belki bu yazıyı okuduktan sonra odağımızın değişeceğini düşünüyorum.

### MİKROBİYOTA NEDİR?

Bağırsağımızda bulunan trilyonlarca bakteriye mikrobiyota denir. Cildimiz ve bağırsağımız başta olmak üzere aslında vücudumuzda trilyonlarca bakteri bulunmaktadır. Bakterilere bir ön yargıyla vücudumuza zararlı ya da ortadan kaldırılması gereken organizmalar olarak bakarız. Ancak bunun yanlış olduğunu hatırlatmak isterim. Bizler neredeyse tüm yaşamımız boyunca bakterilerle birlikte bir “denge” hâlinde yaşarız. Mesela bağırsağımızdaki bakterilerin yiyecekleri sindirmeye, hastalığa sebep olan mikroorganizmaları yok etmeye ve vitamin üretmeye yardım etmek gibi görevleri vardır. Benzeri birçok organımızda olabileceği gibi bağırsaklardaki bakteriler zararlı değildir, eksiklikleri de pek çok hastalığa sebebiyet verebilir. Hastalıklara sebebiyet veren aslında bakterilerin kendisi

değil, vücudumuzla kurduğu dengenin bozulmasıdır. Bazı bakterilerin artması ya da azalması hastalıkla sonuçlanabilir.

Bu hastalıklar:

- Alerji,
- Kilo verememe,
- Diyabet, obezite, metabolik sendromlar,
- Akne başta olmak üzere cilt hastalıkları,
- Kalp damar hastalıkları,
- Fonksiyonel bağırsak hastalıkları,
- Otizm, depresyon, anksiyete,
- Kolon kanseri olarak özetlenebilir.

### İÇERİĞİ NASIL SAPTANIR?

Dışkı örneğinde, DNA sekanslama denilen yöntemle bakteri genleri belirlenerek mikrobiyotayı oluşturan bakteriler tanımlanır. Bu bakterilerin bağırsakta bir denge içinde olması gerekir; bazılarının fazlalığı veya azlığı birçok hastalıkla ilişkilendirilmiştir.

### MİKROBİYOTA İÇİN NE YAPMAK GEREKİR?

Sağlıklı ve uzun yaşayabilmek için mikrobiyotanın durumunu bilmek elzemdir. Hava kirliliği veya ağır metallere maruz kalma, çevresel faktörler, kronik sindirim sistemi hastalıkları, yaşanan coğrafyanın mikrobiyotası, stres, antibiyotik

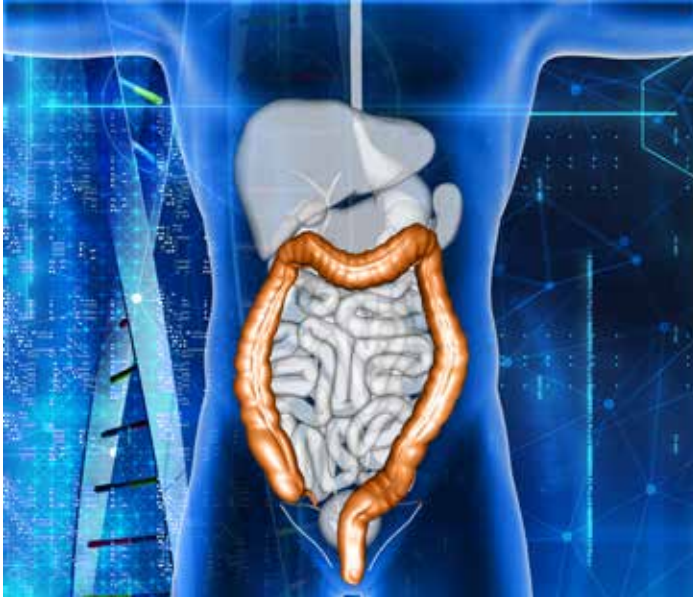
veya antiasit kullanımı bağırsak mikrobiyotasının durumunu belirler. Düzenli ve dengeli beslenmek, mikrobiyota kalitesi açısından en önemli bir noktadır. Ancak her zaman dengeli ve düzenli beslenmek mümkün olmayabilir veya altta yatan bir hastalık sağlıklı bir mikrobiyota varlığına engel olabilir. Dışkı örneğinin analizi ile artık kişiye özel tedavi yaklaşımları mümkün. Artmış ya da azalmış bakteriler için diyetin düzenlenmesinin yetmeyeceği düşünülüyorsa prebiyotik veya probiyotikler, fekal transplant dediğimiz dışkı transferi yapılabilir. Ama tüm bu tedavilerin kişiye özel planlanabilmesi için öncelikle mikrobiyota analizi şarttır.

### PROBİYOTİK NEDİR?

Bağırsakta doğal olarak var olan bakteriler gibi alındığında aynı etkiyi yaratması beklenen mikro organizmalardır. Yoğurt ve benzeri fermente gıdalarda, diyet takviyelerinde ve yüksek ürünlerinde bulunur, çeşitli mikroorganizmalar içerirler. En yaygınları “Laktobasilyüs” ve “Bifidobakteriyum” adı verilen gruplara ait bakterilerdir. Farklı bakterilerin farklı görevleri vardır. Biz sağlık açısından her birinden olmasını isteriz. Birinin eksikliği ve dengenin diğeri lehine bozulması sorun yaratabilir.



“HAYATA, SAĞLIĞA VE OLASI HASTALIKLARA HEP DAHA FAZLA AÇIDAN BAKALIM, BİZ KAZANALIM.”



#### **DİKKATLİ DAVRANMALI!**

Probiyotikler, son yıllarda üzerinde en çok çalışılan konulardan biri. Kullanılmasının henüz kesin yararlı ve en önemlisi de güvenli olup olmadığına dair elimizde önemli bir çalışma sonucu yok. Akneden (sivilce) bağırsak hastalıklarına, alerji ve diş rahatsızlıklarından kansere kadar birçok hastalıkta probiyotiklerin etkinliği üzerine çalışılmış. Ancak eldeki veri şimdilik sadece antibiyotiklere bağlı ishal, nekrotizan enterekolit gibi bağırsak hastalıkları, çocuklarda görülen

kolit ve ülseratif kolit tedavisinde kullanılabileceği yönünde... Belirli bir hastalığınız yoksa probiyotik alınmasının yararı olmadığı gibi zararı da olabilir. Olası yan etkilerini araştıran çok fazla çalışma yok ama her şekilde özellikle bağırsaklık sisteminde sorun bulunanların dikkatli davranması öneriliyor. Çocuklarda veya bağırsak hastalığı olanlarda kullanımı düşünülürken kâr-zarar hesabının iyi yapılması gerekiyor. Probiyotikler enfeksiyona yol açabiliyor ya da antibiyotiğe direnç genlerinin

aktarılmasına sebep olabiliyor. Kullanılan probiyotiğin güvenilir olması da önemli çünkü kutunun içeriği her zaman dışında yazanlardan ibaret olmuyor.

#### **PREBİYOTİK NEDİR?**

Probiyotiklerin yanında hayatımızda bir de prebiyotikler var. Adı üzerinde “hazırlık sınıfı” diyebiliriz. Prebiyotikler vücuda alındıktan sonra bağırsaklarda probiyotik yapımında rol alan besinlerdir. Birçok sebze-meyve, bakliyat ve tahıllar bu gruba girer. Özetle probiyotik alamadığımız durumlarda yeteri kadar prebiyotik tüketiyor ve ihtiyacımızı karşılıyor. Hastalık söz konusu olmadığında bizim dışarıdan almamız şart değil. Mikrobiyota ile ilgili çalışmalar giderek artıyor. Kanser hastaları başta olmak üzere birçok rahatsızlığın, hatta tedavilere verilen yanıtların da yine mikrobiyota ile ilişkili olduğu açıklanıyor. Kendi pratiğimde de tedavilerime başlarken bağırsaktaki bakteri durumunu araştırmayı ihmal etmiyorum. Size bunu sormayan bir doktorun karşındaysanız mutlaka bu soruyu ona siz yönelmelisiniz. Sağlıklı ve uzun yaşamın sırlarıyla ilgili giderek daha fazla veriye ulaşıyoruz. Bu bilgileri nasıl kullanacağımız ise tamamen bizim elimizde!



## SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK RÖPORTAJ

Simge Soyel

# Enerjinin yenilenebilir ve sürdürülebilir çizgisi

Türkiye ekonomisine enerji katan Temiz Yaratıcı Teknolojiler (TYT) Kurucu ve CEO'su Barış Arıcı ile sürdürülebilirlik özelinde projelerini konuştuk.

**K**uraklık dönemlerinin sürekli artması, fosil yakıtlardaki üretim problemi, aşırı karbon salımı ve iklimsel etkilerin yol açtığı enerji arzı problemi son dönemin en güncel tartışma konuları olarak karşımıza çıkıyor.

### TYT'nin çözümleri arasında neler var?

Yaşam kaynağımız güneşi merkeze alarak elektrik üretiminden, ısı üretimine kadar temiz enerji çözümleri geliştiriyoruz. Fotovoltaik güneş enerjisi sistemleri ile endüstri tesisleri, belediyeler, havalimanları gibi büyük tüketicilerin elektrik ihtiyacını uzman mühendislik ve uygulama tecrübesi ile karşılıyoruz. 2013 yılında araştırma ve geliştirme çalışmalarına başladığımız HydroSolar, yüzer güneş enerjisi sistemleri (yüzer GES) ile arazi temini ve düzenlemeye ihtiyaç duymadan, suyun soğutma etkisi ile daha fazla elektrik üretirken kısıtlı temiz su kaynaklarımızın korunmasına olanak sağlıyoruz. Türkiye'de hidroelektrik santraller rezervuarlarına kurulmasına izin verilen yüzer GES'ler, mevcut elektrik altyapısının yüksek kapasite ile kullanılmasına imkân sağlarken, ülkemizin yenilenebilir enerji kapasitesini hızlı ve dengeli şekilde artırılmasının önünü açıyor. Uzak Doğu ve Avrupa ülkelerinde de geniş su rezervuarlarında temiz enerji hasat edilmesini sağlıyor.

Dünyada bir ilk olarak jeotermal santrale entegre ettiğimiz konsantre termal güneş enerjisi sistemlerine talep de son dönemde artıyor. Karbon emisyonları yoğun, ısı ihtiyacından kaynaklanan endüstri tesisleri için uygulanabilir çözümler geliştirmeye çalışıyoruz.

### TYT'nin ürettiği çözümler ne yönde faydalar sunuyor?

İklim değişiminin en önemli hızlandırıcısı, enerji elde etmek için fosil kaynak kullanımına devam etmemiz. Global büyüme etkileri ile artacak enerji talebini, mevcut yöntemlerle karşılamamız mümkün değil. Bir yandan tüketimi kontrol altına almaya ve verimli hâle getirmeye çalışırken, temiz kaynaklara dönüşümü hızlandırmamız gerekiyor. Günümüzün en ekonomik enerji kaynakları güneş ve rüzgârın hava durumuna bağlı belirsizliğini, elektrik depolama araçları ile dengelemeye başladık. TYT'nin hibrit çözümleri, bu gelişim sürecini beklemek yerine hızlıca sürdürülebilirlik adımları atmamızın önünü açıyor. Farklı kaynakları birleştirerek güçlendiriyoruz. Gündüz güneşten, gece sudan enerji ürettiğimizde 7/24 temiz enerji hayaline bir adım daha yaklaşıyoruz. Ayrıca temiz su kaynaklarımız her gün azalmaya devam ediyor. Yer altı su havzalarımız dahi kurumaya başladı. Yağış miktarları düşerken, artan sıcaklık etkisi ile mevcut





## sürdürülebilirlik röportaj



### SON YATIRIM SÜRECİNİZDEN BAHSEDER MİSİNİZ?

Ülkemizin yüzer GES alanındaki yüksek potansiyelini düşünerek, bölgemizde teknolojiye öncülük etmek için yatırım hazırlığına başladık. Küçük ve orta ölçekli dalgalardan oluşan geniş su rezervuarları için özel olarak geliştirdiğimiz yüzdürücü sistemleri, Türkiye'deki otomotiv endüstrisinin üstün üretim yeteneklerini kullanarak üreteceğiz. 2022'nin ikinci yarısında 50 MW/ııl üretim kapasitesi ile başlayıp kısa sürede 200 MW/ııl kapasiteye çıkmayı hedefliyoruz. Türkiye, Hollanda, İsrail ve Fransa öncelikli pazarlarımız olacak. Enerji sektörü ihracatına önemli katkı sağlamak istiyoruz.

kaynaklarımızın buharlaşması da artıyor. Yüzer GES, kapladığı alandaki su buharlaşmasını yüzde 60'a kadar azalttığı için su ekosisteminin korunmasına da katkı sağlıyor. Hatta alg oluşumunu azalttığı için su kalitesini de artırıyor. Bu katkıları daha iyi tespit etmek için İngiltere'den Lancaster Üniversitesi ve Thames Water Su İdaresi ile birlikte bir araştırma çalışmasına hazırlanıyoruz.

#### Hangi sektörlerle yoğun olarak çalışıyorsunuz?

Yüzer GES'ler için büyük enerji grupları ve su idareleri bizim müşteri portföyümüzün önemli kısmını oluşturuyor. Çatı, arazi güneş enerjisi sistemlerine baktığımızda büyük endüstri tesisleri, belediyeler ve havalimanları ile yakın olarak çalışıyoruz. Özellikle ihtiyaca yönelik özel geliştirdiğimiz çözümler ile fark yaratmayı hedefliyoruz. Örneğin Milas-Bodrum Havalimanı'nda Türkiye'nin ilk çift yüzlü fotovoltaik panellerle güneşten elektrik üretilen otopark üzeri güneş enerjisi santralini hayata geçirdik. Son

dönemde elektrik fiyatlarının artışından etkilenen sanayi tesisleri ve karbon emisyonlarını azaltma hedefi koyan global üreticilerden talepler alıyoruz. Tüketim ve üretimi optimize edecek uçtan uca çözümler sunmaya çalışıyoruz.

#### Türkiye'nin ilk yüzer güneş enerjisi santralini de kurdunuz. Süreç nasıl ilerledi?

TÜBİTAK desteğiyle başlattığımız araştırma geliştirme çalışmalarında fotovoltaik panellerden daha fazla elektrik üretmek için ışık yoğunlaştırma, takip sistemleri ve soğutma alternatiflerini test ettik. Yapılan saha çalışmalarından sonra soğutma etkisinin öne çıkmasıyla yüzer GES çalışmalarına başladık. 2014 yılında dünyada hidroelektrik santrale kurulan ilk yüzer GES'i Mersin Azmak 2 HES rezervuarında hayata geçirdik. Devamında ilk patentli yüzdürücü sistemimizi geliştirdik. Bu ürünler ile İstanbul Su ve Kanalizasyon İdaresi'nin Büyükçekmece Gölü üzerinde 120 kW gücünde yüzer güneş enerjisi santrali kuruldu.



Yaratıcı Teknolojiler Kurucu ve CEO'su **Barış Arıcı**





## YENİLENEBİLİR VE YERLİ KAYNAKLARDAN ELEKTRİK ÜRETİLMESİ KONUSUNDAKİ DÜŞÜNCELERİNİZ NEDİR?

Türkiye enerji politikalarında yenilenebilir ve yerli kaynaklardan elektrik üretilmesi konusunda önemli gelişmeler kaydetti. Elektrik üretiminde yenilenebilir kaynakların oranı yüzde 53'e ulaştı. Hatta bazı günlerde elektrik üretiminin yüzde 73,5'i yenilenebilir kaynaklardan karşılandığını da gördük. Özel sektör ilgisine baktığımızda serbest piyasanın önünü açtığımızda, bu oranın çok hızlı şekilde yükselebileceğini görüyoruz. Cari açığının yarısı enerjiden gelen bir ülke olarak vatanımıza en büyük hediyemiz, kendi kaynaklarımızı verimli kullanmak olacaktır. Teknoloji, arz güvenliğini sağlarken emisyonları azaltabileceğimizi defalarca gösterdi. Enerji kaynağı çeşitliliği ve potansiyeline baktığımızda da çok güzel bir konuma sahibiz.



"Tüketimi kontrol altına almaya ve verimli hâle getirmeye çalışırken, temiz kaynaklara dönüşümü hızlandırmalıyız."



Türkiye'de kurulmuş ilk iki yüzer GES'te, TÜBİTAK desteğiyle İTÜ Arı Teknokent'te geliştirilmiş sistemlerimiz kullanıldı.

### Dünya, iklim değişikliğinin olumsuz etkilerini azaltmak için geç kaldı mı?

Artık değişikliklerin etkilerini her gün çok net görebiliyoruz. Bu geç kaldığımızın en önemli göstergesi ve aksiyon almak için beklememiz gereken bir şey kalmadı. Mevcut teknolojilerin bir an evvel hayata geçmesine imkân tanındığında ve yeni teknolojilerin geliştirilmesine gereken kaynak sağlandığında çözüm kendiliğinden gelecektir.

### Paris İklim Anlaşması hedeflerine ulaşılabilir mi?

Pandemi, birlikte odaklandığımızda çözemeyeceğimiz sorun olmadığını bize gösterdi. İklim krizinin nedeni olmayan ancak ondan en çok etkilenecek nesiller,

bugün sadece bu problem için çözüm önerisi geliştirmeye çalışıyor. Bilim ve vicdana dayalı bir yönetim biçimi ile global hareketin istenen hedefe ulaşabileceğine inanıyor ve çözümün bir parçası olmak için çalışıyoruz.

### Ülkemiz yenilenebilir enerji konusunda dünyanın üretim üssü olabilir mi?

Yenilenebilir enerji aynı zamanda bağımsızlık ve özgürlük kaynağı olduğu için teknoloji ve üretim üssü olarak dünyaya refah ve barışı bu yolla yayma şansımız var. Nitelikli insan kaynağı ve girişimci potansiyelini uzun vadeli ortak bir stratejiyle birleştirdiğimizde bunu başarmamız mümkün. Üretimin doğudan batıya kaydığı ve yerelleşmeye başladığı bir dönemde bize önemli bir fırsat sunuyor.

### 2022 projeleriniz arasında neler var?

2022 bizim için önemli bir büyüme yılı olacak. Global iş birliklerini artırmak istiyoruz. Avrupa pazarına ihracata odaklanacağız. 2021'de başvuru hazırlıklarına başladığımız Birleşik Krallık'taki fonlar aracılığıyla uluslararası AR-GE çalışmalarını hızlandırmak istiyoruz.







advertorial epal

## Takas usulü tekrar kullanılan paletler ile ekosistem korunuyor



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

### 600 MİLYON PALETLİK EKOLOJİK HAVUZ

EPAL TÜRKİYE Yönetim Kurulu Başkanı Ali Necat Altınok konu ile ilgili açıklamalarda bulundu: “Palet üretimi için kereste vazgeçilmezdir. Ancak bu konuda kaynakların kısıtlı olması palet üretimi maliyetlerini artırmakta aynı zamanda da çok fazla ağaç tüketimine sebep olmaktadır. EPAL, hem palet üretim maliyetlerini hem de navlun giderlerini düşürmek, bunu gerçekleştirirken de ekolojik sisteme destek olmak amacıyla dünyanın en geniş takas havuzunu oluşturdu. Dünya çapında yaklaşık 600 milyonluk bir EPAL palet havuzu var. Bu sayede ürün taşınmasında bir ülkeden başka



### EPAL HAKKINDA

Avrupa Palet Birliği e.V. (EPAL), dünyanın en büyük açık değişim havuzundaki 600 milyonun üzerinde EPAL Euro palet ve 20 milyon box paleti ile lojistik dünyasında mal akışını sağlar. 1991 yılında lisanslı üreticiler ve EPAL taşıyıcı palet tamircilerinden oluşan bir çatı derneği olarak kurulan EPAL, dünya çapında tutarlı kalitesinden sorumludur. EPAL paletler sürdürülebilir bir şekilde üretilmiş, CO<sub>2</sub> nötr ahşaptan yapılmıştır; onarılabilir, geri dönüştürülebilir ve dayanıklı olması sayesinde nakliyecilerin ulaşım yollarını kolaşlaştırarak azaltır. Kayıtlı bir dernek olan EPAL'ın hiçbir ekonomik çıkarı yoktur ve tüm kararları endüstriyel, ticari ve lojistik ortaklarının çıkarları doğrultusunda alır. EPAL 30'dan fazla ülkede, EPAL hedeflerinin ulusal düzeyde uygulanmasını taahhüt eden 14 ulusal komite tarafından temsil edilmektedir.

bir ülkeye gönderilen paletler yine aynı standarttaki paletler ile takas edilerek hem ilave ağaç tüketimini azaltıyor hem de ekonomiye geri kazandırılıyor.”

### ULUSLARARASI DEĞİŞİM YAPABİLEN TEK PALET MARKASI

EPAL, Avrupa'nın en çok tercih edilen Euro palet üreticisi olmasının yanında, açık Euro palet değiştirme havuzunu

ve değiştirilebilir paletlerin kalite güvencesini düzenleyen Avrupa'daki tek aktif palet kuruluşu olma özelliğine de sahip. EPAL, 30'dan fazla ülkede ve bu ülkelerin hepsinde aynı kalitede palet üretimi gerçekleştirebiliyor. Dünyanın her yerinde, aynı kalitede üretilen EPAL paleti, uluslararası şirketler arasında değişim yapabilme imkânı sağlıyor.

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



## GİRİŞİM EKOSİSTEMİ



Enqura Kurucu ve CEO'su Metin Karabiber

## Dijital bankacılıkta uçtan uca teknoloji: EnNovate

Enqura, bankacılık ve finans sektörü başta olmak üzere dijitalleşmenin tüm avantajlarını müşterileri ile tanıştırıyor.

D

ijital bankacılık çözümleriyle bugün küresel çapta iş hacmine hitap eden Enqura, tecrübesini yurt dışına açıyor.

Türk bankacılık ekosistemine fayda sağlayan marka, bugün yüzde 100 yerli sermayeli bir şirket olarak büyümesini sürdürüyor.

### Enqura'nın hikâyesi nasıl başladı?

Enqura marka isminin yola çıkış hikâyesinde güçlendirilmişlik,

nitelik ve akılcılık olmak üzere üç temel parametre var. Bundan hareketle şirket adının yaratıcı, özgün, hatırlanabilir ve çok kültürlülüğü yansıtmasına maksimum özen gösterdik. İngilizcede; gelişmiş, nitelikli ve akılcı kelimelerine tekabül eden "ENhanced, QQualifield, RAtional" sözcüklerinin ilk iki harfinin birleşimi ile "Enqura" markası doğdu. 2014 yılında kurduğumuz Enqura'nın ilk yılında danışmanlık hizmeti verdik ve framework temin ettik. 2015 yılı sonunda ise dijital bankacılık ürünümüz hazır hâle geldi. 2016 yılında ilk dijital bankacılık ihalesine

katıldık ve bizden çok daha deneyimli firmaları geride bırakarak bu ihaleyi kazandık. Zaman içinde birçok bankayı portföyümüze kattık. Yurt dışı hedefimize bağlı kaldık, IDB Bahreyn ve Unicredit İtalya'yı da Türkiye'de üretilen teknolojiyle tanıştırdık. Enqura'nın vizyonunda yenilikçi ürünler, rasyonel çözümler ve kaliteli hizmetle Türkiye'ye değer katan uluslararası bir marka olmak yatıyor. Türkiye başta olmak üzere Kanada, Avrupa ve Orta Doğu'daki küresel iş hacmiyle artan müşteri portföyümüze, küresel düzeyde inovatif ürünler sunuyoruz.



## Ürün ve çözümlerinizden kısaca bahseder misiniz?

Enqura'nın faaliyet alanları için odak noktamızda dijital dönüşüm var. Kuruluşumuz itibarıyla bankacılığa yönelik mobil, online bankacılık ve ATM çözümlerimizle başlayan serüven; bugün dijital bankacılık ve dijital sigortacılık, mobil web tabanlı uygulamalar, blok zincir, yapay zekâ konusunda geliştirilen çözümlerle devam ediyor. Başta bankacılık, sigortacılık, perakende ve lojistik sektörleri olmak üzere eğitimden sağlığa kadar birçok sektöre dijital dönüşüm alanında yenilikçi ve uçtan uca çözüm sunuyoruz. Çok faktörlü kimlik doğrulama çözümümüz EnSecure, uzaktan müşteri edinimi çözümümüz EnQualify ve güvenli mesajlaşma platformu EnConnect artan dijitalleşmeyle birlikte öne çıkan ürünlerimiz oldu.

## Pandemi dijital dönüşüm sürecini sizce nasıl etkiledi?

Değişen ve dönüşen iş yapış modellerine uyum birçok işletme için olmazsa olmaz. Finans sektörü bu değişime ve dönüşüme en hızlı tepki veren sektörlerden biri. Sektörün dijital dönüşüm süreci her ne kadar salgın öncesinde yürütülen altyapı projelerine dayansa da yeni normal ile süreç, gelişim ivmesini artırdı. Açık bankacılık, uzaktan müşteri edinimi gibi uygulamalar ile sektörde köklü bir değişim yaşanacak. Dijitalleşmenin doğası gereği yeni şube açılma hızının yavaşlayacağını, hatta var olan şubelerin daha verimli lokasyonlara taşınacağını söyleyebilirim. Şubeler, dijitalle uygun olarak konseptlerini değiştirebilir. Bankaların hizmet çeşitliliğine göre müşterilerin, bankalarını daha hızlı değiştirebileceğini ve geleneksel yapıdaki müşteri kitlesinin yerini, dinamik bir müşteri kitlesine bırakacağını düşünüyoruz. Önümüzdeki dönemde çalışanların ise niceliğinden çok niteliğinin konuşulacağı bir dönem göreceğiz. Dijital dönüşüm kalıcı olacak, yapay zekâ, blok zincir teknolojileri ve mobil uygulamalar gibi alanlarda hızlı gelişmelere tanık olacağız.

"Dijital banka için gerekli tüm core bileşenleri, EnNovate Dijital Bankacılık Platformu ile sunabiliyoruz."

## 2022 hedefleriniz arasında neler var?

Enqura olarak bankacılık ve finans alanındaki bilgi birikimiz ve teknolojik yetkinliklerimiz ile dijital banka veya servis bankası olmak isteyen müşterilerimize "Dijital Bankacılık Platformu-EnNovate" ile 2022 yılında uçtan uca teknoloji sağlamaya hazırlanıyoruz. Bir dijital bankanın ana faaliyetlerini yerine getirebilmesi için gerekli tüm core bileşenleri, EnNovate Dijital Bankacılık Platformu'nda tek bir elden sunabiliyoruz. EnNovate dijital bankacılık platformumuz altında yer alan omnichannel platformumuza da yapay zekâ tabanlı komponentler ekleyerek platformu akıllandırdık. Artık son kullanıcıları çok daha iyi analiz edip tanıyabilen ve onlara özel çözümler sunabilen bir platformumuz var.

EnQualify'nin öncelikli hedefi, değişen regülasyonlarla önü açılan başta finans sektörü olmak üzere uzaktan müşteri ediniminin ve kimlik doğrulamasının diğer tüm sektörlerde de kullanımını artırmak. 2022'de ürünü yurt dışına taşıma ve ihraç etme hedefimiz de bulunuyor. Türkiye'de ve dünyada gerçekleştirdiğimiz birçok yenilikçi projeye yüzde 100 yerli sermayeli bir şirket olarak başarılarımıza yenilerini eklemeye devam edeceğiz.

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

Teknolojik odaklı girişimcilere ofis, mentorluk, danışmanlık başta olmak üzere çeşitli destekler veren TİM TEB Girişim Evi'nin desteklerini çok değerli buluyoruz. Bizim yerel, ulusal ve uluslararası yeni iş birlikleri yakalama hedefimizle örtüşüyor. Uluslararası network desteği ile dünyaya açılma fırsatımıza daha da yaklaşıyoruz.





## ÇELİK, REKORA KOŞUYOR

Ege Demir ve Demirdışı Metaller İhracatçıları Birliği (EDDMİB) son bir yıllık dönemde ihracatını yüzde 61'lik artışla 2,10 milyar dolara bandına yükseltti. EDDMİB Başkanı Yalçın Ertan ihracatlarında en büyük dilimi 1,32 milyar dolarla çeliğin temsil ettiğini, bakır ihracatının 277 milyon dolar, metallerin 154 milyon dolar ve alüminyum ihracatının 79,4 milyon dolar olduğunu açıkladı.

Demir-çelik sektörünün Türkiye geneli ihracatta Eylül ayında 2,61 milyar dolarlık tutarla zirvede yer aldığı bilgisini paylaşan Ertan, Ekim'de Türkiye genelinde 2,29 milyar dolarlık ihracatla üçüncü sektör olduklarını söyledi. 10 aylık dönemde ise yüzde 81'lik ihracat artışıyla ihracat kaydı tutulan 27 ana sektör içinde ihracat artış rekortmeni olduklarını dile getirdi.

Birlik üyeleri 2021 yılının 10 aylık döneminde, 175 ülkeye ihracat yaptı. İlk sırada 202 milyon 105 bin dolarlık tutarla Almanya yer aldı.



## ÖDÜLLER SAHİPLERİNİ BULDU

Akdeniz Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (ATHİB) tarafından düzenlenen Dokuma Kumaş Tasarım Yarışması 10'uncu yılında büyüdü bir geceye imza attı. ATHİB Dokuma Kumaş Tasarım Yarışması'nın finali 2 Kasım 2021 tarihinde Adana Müzesi'nde (Eski Milli Mensucat Dokuma Fabrikası) gerçekleşti. TİM Başkan Vekili ve ATHİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Zeki Kıvanç, ATHİB Yönetim Kurulu Başkanı Fatih Doğan, TİM Başkanı İsmail Güle, Adana Büyükşehir Belediye Başkanı Zeydan Karalar ve Adana Valisi Süleyman



Elban'ın açılış konuşmalarıyla Dokuma Kumaş Tasarım Yarışması'nın final gecesi başladı. Sektör temsilcilerinin katılım sağladığı gecede büyük bir heyecan yaşandı. Yarışmada birinciliği Kleopatra'nın Aşkı teması ile Sema Arı, ikinciliği Yaşam Mücadelesi teması ile Demet Yavuzyigit ve üçüncülüğü Silhouette of Nature teması ile İpek Çakır kazandı.

## RUSLAR'IN TERCİHİ TRABZON

Doğu Karadeniz Bölgesi, yılın ilk 10 ayında geçen yılın aynı döneminde göre Rusya'ya ihracatını yüzde 38 artırdı. Bölgeye yönelik 276,02 milyon dolar tutarında ihracata imza attıklarını açıklayan Doğu Karadeniz İhracatçıları Birliği (DKİB) Yönetim Kurulu Başkanı Saffet Kalyoncu, en fazla ihracatın Trabzon'dan yapıldığını söyledi. Trabzon'dan Ocak-Ekim döneminde Rusya'ya 148,22 milyon dolar tutarında ihracat gerçekleştirildi. Karadeniz Bölgesi'nden Rusya'ya yapılan ihracatta birinci sırada yer alan Trabzon,



toplam ihracatın yüzde 54'lük kısmını tek başına karşılıyor. Trabzon'dan Rusya'ya en fazla ihraç edilen ürünler yaş meyve sebze ürünleri, fındık ve balık iken son yıllarda bu ürünlerin yanında inşaat malzemeleri, makine aksamı ve tüketim ürünleri ihracatı da artış gösteriyor.



## İKLİM DEĞİŞİKLİĞİYLE MÜCADELE

Tarım ve Orman Bakanlığı tarafından düzenlenen Bitkisel Üretimde İklim Değişikliğinin Etkisi ve Değerlendirilmesi Marmara Bölge Toplantısı'na, Uludağ Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği (UYMSİB) katıldı. Toplantıda sunum yapan UYMSİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Prof. Dr. Senih Yazgan, iklim değişikliğinin etkilerinin her geçen yıl daha da belirginleşeceğine, bunlara önlem alınmazsa tarımsal yetiştiriciliğin olumsuz anlamda etkileneceğine vurgu yaptı.



## “GÖZETİM UYGULANSIN, EK VERGİ KALDIRILSIN”

Pamuk ve pamuk ipliği başta olmak üzere ham madde fiyatlarındaki olağanüstü artış, Türkiye için stratejik öneme sahip hazır giyim sektöründe hem üretimi hem de ihracatı tehdit ediyor. Sorunun gidererek bir krize dönüşmesinden ve maliyetlerin tüketiciye zam olarak yansımından endişe eden hazır giyim ihracatçı birlikleri ile sektör derneklerinin başkanları, ortak basın toplantısıyla çözüm formüllerini açıkladı.

Beş ihracatçı birliği ve 13 sektör derneği adına konuşan

İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Başkanı Mustafa Gültepe, sektörün 2021'i 20 milyar doların üzerinde rekor bir ihracatla tamamlayacağını bildirdi. Ancak termin sürelerinin uzadığını ve zaman zaman siparişleri geri çevirmek zorunda kaldıklarını aktaran Gültepe: “Kamu otoritesinin atacağı bir adımla acil sorunumuzu hızla çözebiliriz. Biz pamuk ve pamuk ipliği ihracatına gözetim uygulanmasını, iplikte ek ithalat vergisinin sıfırlanmasını istiyoruz.” dedi.



## FİNAL HEYECANI SONA ERDİ

DENİB tarafından, T.C. Ticaret Bakanlığı desteği ve Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) koordinatörlüğünde, 3-4 Kasım günlerinde DENİB DESIGN Ev ve Banyo Tekstili Tasarım Yarışması düzenlendi. Geleceğin tasarımcılarını ev ve banyo tekstili sektörü ile buluşturmak, ev ve banyo tekstili sektöründe yeni tasarımcılar yetiştirilmesini teşvik etmek, Denizli'nin marka ve tasarım merkezi olması hedefinden yola çıkan yarışmada ödülleri sahiplerini buldu.

## MAİB, WIN'DE İMZALARI ATTI

Makine İhracatçıları Birliği (MAİB), 10-13 Kasım günleri arasında İstanbul'da “Endüstriyel Dönüşüm” temasıyla düzenlenen WIN Eurasia Fuarı'na stant, reklam ve heyet organizasyonları ile katıldı. Yoğun ilgi gören fuara Sanayi ve Ticaret Odaları, Meslek Odaları ve Federasyon kurumlarıyla iş birliği sonucunda Türkiye genelinde 30 ilden gelen Anadolu delegasyonu ziyaret gerçekleştirdi. Fuar ile eş zamanlı olarak Ticaret Bakanlığı koordinasyonu ve MAİB organizasyonunda Çekya, Mısır, Rusya, Tunus, Bulgaristan'dan gelen 11 yabancı firmadan, toplam 13 kişinin katıldığı bir Alım Heyeti organizasyonu

nu düzenlendi. Ayrıca Kazakistan Makine Sanayi Derneği (AKMI) Başkanı ve beraberindeki heyet, MAKFED ve MAİB ev sahipliğinde temaslarda bulundu. Diğer taraftan MAİB standında, Sanayi ve Teknoloji Bakan Yardımcısı Hasan Büyükdede ve TİM Başkanı İsmail Gülle'nin huzurunda MAİB, MAKFED, TRTEST arasında Turqum İşbirliği Sözleşmesi imzalandı.





## Garanti BBVA Factoring, beşinci kez seçildi

Dünya çapında yaklaşık 90 ülkede faaliyet gösteren, 390 aktif ihracat ve ithalat factoring şirketinin üyesi olduğu Hollanda merkezli Factors Chain International (FCI), Garanti BBVA Factoring'ı beşinci kez 100 tam puanla "Dünyanın En İyi İhracat Faktoring" şirketi seçti. Garanti BBVA Factoring ayrıca "En İyi İhracat ve İthalat Faktoringi" kategorisinde de üçüncülüğe layık görüldü. Ödül hakkında konuşan Garanti BBVA Factoring Genel Müdürü Kaya Yıldırım: "Başta ihracatçılarımız ve KOBİ'lerimiz olmak üzere ticari hayatın gerektirdiği hızlı çözümleri ve nakit ihtiyacını müşterilerimizin gereksinimlerini karşılayacak şekilde yapılandırılmış olarak sunuyoruz. Her zaman olduğu gibi ihracatın gelişmesi ve müşterilerimizin faaliyetlerini kesintisiz sürdürebilmeleri için onları factoringin avantajlarıyla buluşturmaya, yurt dışındaki muhabir bankalarımızla da desteklemeye devam edeceğiz." dedi.



## Borsa İstanbul, katılım endeksleri hesaplamaya başlıyor

Sürdürülebilirlik, katılım finansı alanlarında büyüme ve ürün çeşitliliğini artırmayı hedefleyen Borsa İstanbul, 12 Kasım'dan itibaren beş katılım endeksi hesaplamaya başlıyor. Hesaplanmaya başlanacak endeksler BIST Katılım 30, BIST Katılım 50, BIST Katılım 100, BIST Katılım Tüm ve BIST Sürdürülebilirlik Katılım Endeksleri'nden oluşuyor. Katılım endekslerinde yer alacak şirketleri belirleme çalışmalarında, Türkiye Katılım Bankaları Birliği bünyesinde yer alan Danışma Kurulu ile iş birliği yapılarak Çalışmalarda Danışma Kurulu tarafından oluşturulan "Pay Senedi İhracı ve Alım-Satımı Standardı" esas alındı. Şirketlerin bu standarda uygunluğu değerlendirildi. Borsa'da işlem gören şirketlerden katılım finansı kapsamındaki standardı sağlayan şirketler, BIST Katılım



Tüm Endeksi'ne alındı. Borsa İstanbul, hesaplanmaya başlanacak endeksler ile katılım esaslarına göre yatırım kararlarını veren bireysel yatırımcıların, katılım esaslarına uygun faaliyet gösteren şirketler arasından seçim yapabilmesini, şirketlerin ve yatırımcıların katılım esaslarına yönelik farkındalıklarının artmasını ve şirketlerin katılım finans sektöründeki fonlama imkânlarından daha fazla yararlanabilmelerini amaçlıyor.

## Sertrans Logistics'ten 4,5 milyon euroluk e-ticaret deposu yatırımı

Tedarik zinciri yönetiminde verdiği katma değerli lojistik hizmetleriyle 30 yılı aşkın süredir ulusal ve uluslararası markaların çözüm ortağı olan Sertrans Logistics, yurt içi büyüme hedefleri doğrultusunda bir adım daha atarak İstanbul Akpınar'da 30 bin metrekarelik yeni bir depo açtı. İki yılda yaklaşık 20 milyon euro depo yatırımı yapmaya hazırlanan Sertrans Logistics, 2 bin kişinin üzerinde bir ek istihdam yaratacak. Sertrans Logistics Yönetim Kurulu Başkanı Nilgün Keleş: "Sadece e-ticaret lojistiği operasyonuna özel olan yeni deponun faaliyete geçmesiyle birlikte Sertrans'ın toplam depolama



kapasitesi yaklaşık yüzde 25 artarak 140 bin metrekareye ulaştı. 2022 yılında yaklaşık 15 ila 17 milyon euroluk bir yatırımla 75 bin metrekarelik yeni depo hazırlığı içindeyiz. Bu yatırımlarımızın Sertrans'ı, 2023 hedefine götürüleceğine inanıyorum." dedi.

# MARKAYI

*başarıya götüren yol...*

adres  patent

"Katma Değerli Hizmet Merkezi"

Marka

Patent

Tasarım

Coğrafi  
İşaretler

Telif Hakları

Adres Patent

Levent Cd. Kızılanem SA, No: 33 Levent / Beşiktaş / İSTANBUL • info@adrespatent.com • www.adrespatent.com.tr

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

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

İSTANBUL - MERKEZ  
0(212) 890 55 50  
merkezi@adrespatent.com

İSTANBUL - KATILIM  
0(212) 549 43 70  
katilim@adrespatent.com

İSTANBUL - ANADOLU  
0(216) 396 26 88  
anadolub@adrespatent.com

İSTANBUL - GİZE  
0(530) 176 85 72  
gize@adrespatent.com

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

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

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

İZMİR - LONDRA  
+44(0)753 272 59 55  
londra@adrespatent.com

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

İZMİR - MARMARA TEKNİK  
0(262) 676 62 45  
marmara@adrespatent.com

adres  patent

"Katma Değerli Hizmet Merkezi"

www.adrespatent.com.tr



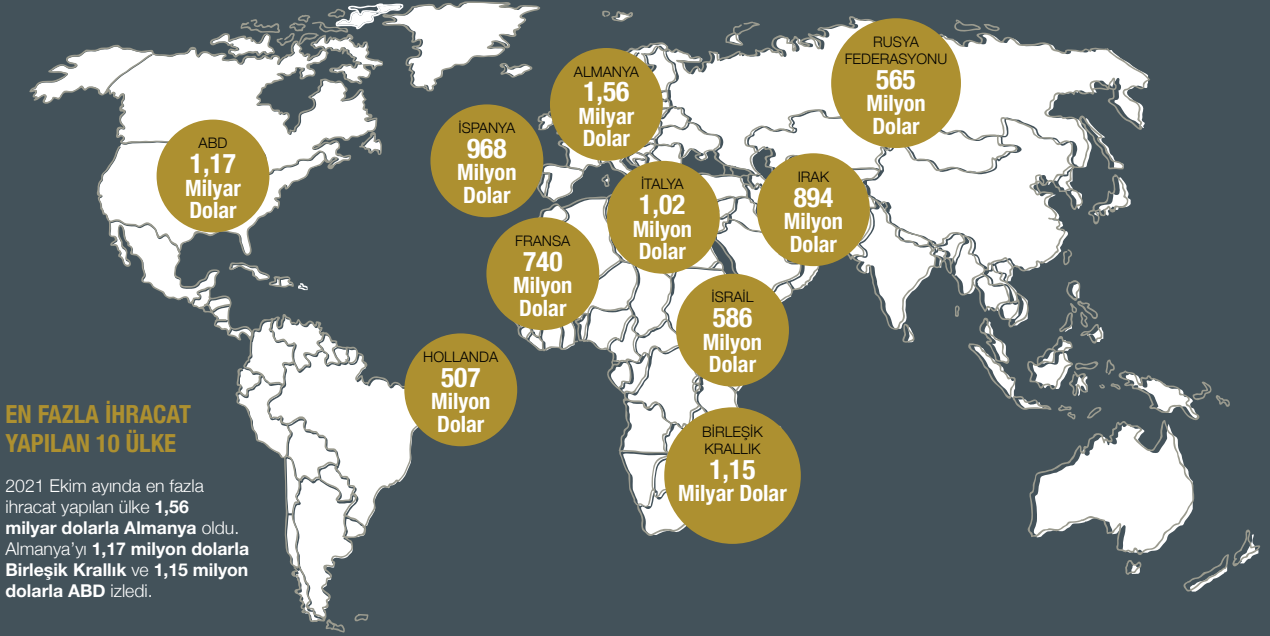
## tablolar

2021 YILI EKİM İHRACATI **20,8 MİLYAR DOLARI** GEÇTİ.

GEÇEN SENEYE GÖRE EKİM İHRACATI **YÜZDE 20,2** ARTTI.

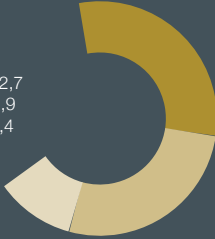
EKİMDE **22 SEKTÖR** İHRACATINI ARTIRDI.

**2 BİN 477 FİRMA** EKİMDE İLK KEZ İHRACAT YAPTI.

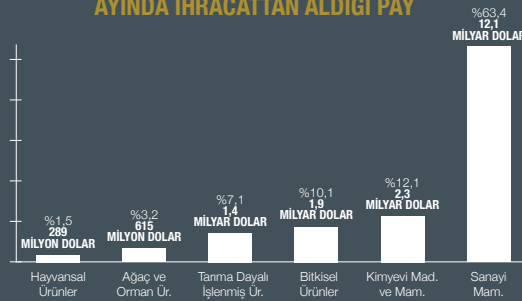


### ANA ÜRETİM GRUPLARININ 2021 EKİM AYINDA İHRACATTA ALDIĞI PAY

Sanayi %82,7  
Tarım %14,9  
Maden %2,4



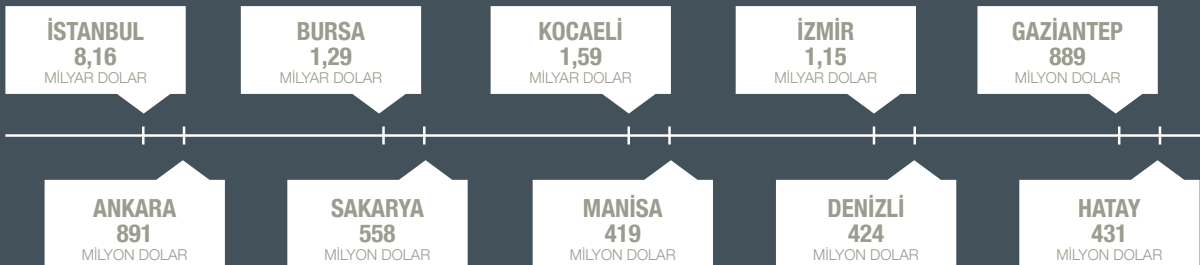
### ANA ÜRETİM GRUPLARININ 2021 EKİM AYINDA İHRACATTAN ALDIĞI PAY



### 2021 EKİM AYINDA İL BAZINDA EN DİKKAT ÇEKEN İHRACAT ARTIŞI



### İLLERE GÖRE 2021 EKİM AYINDAKİ İHRACAT DAĞILIMI





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

SEKTÖRLER	1 - 30 EKİM				1 OCAK - 30 EKİM			
	2020	2021	Değişim ('21/'20)	Pay (20) (%)	2020	2021	Değişim ('21/'20)	Pay (20) (%)
<b>I. TARIM</b>	2.332.410	2.840.461	21,8	14,9	19.442.921	23.511.606	20,9	14,1
<b>A. BİTKİSEL ÜRÜNLER</b>	1.571.115	1.935.839	23,2	10,1	13.007.214	15.252.996	17,3	9,2
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	667.002	903.561	35,5	4,7	5.915.139	7.319.641	23,7	4,4
Yaş Meyve ve Sebze	263.887	292.381	10,8	1,5	1.954.342	2.307.244	18,1	1,4
Meyve Sebze Mamulleri	168.475	181.772	7,9	1,0	1.367.318	1.652.696	20,9	1,0
Kuru Meyve ve Mamulleri	191.052	196.784	3,0	1,0	1.118.298	1.227.097	9,7	0,7
Fındık ve Mamulleri	171.070	251.315	46,9	1,3	1.609.666	1.735.031	7,8	1,0
Zeytin ve Zeytinyağı	22.006	25.274	14,9	0,1	215.797	239.307	10,9	0,1
Tütün	79.812	76.773	-3,8	0,4	742.615	647.685	-12,8	0,4
Süs Bitkileri ve Mamulleri	7.811	7.980	2,2	0,0	84.039	124.297	47,9	0,1
<b>B. HAYVANSAL ÜRÜNLER</b>	234.850	289.497	23,3	1,5	1.967.087	2.671.342	35,8	1,6
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	234.850	289.497	23,3	1,5	1.967.087	2.671.342	35,8	1,6
<b>C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ</b>	526.445	615.126	16,8	3,2	4.468.621	5.587.268	25,0	3,4
Mobilya, Kâğıt ve Orman Ürünleri	526.445	615.126	16,8	3,2	4.468.621	5.587.268	25,0	3,4
<b>II. SANAYİ</b>	13.279.494	15.769.914	18,8	82,7	102.087.575	137.855.650	35,0	82,9
<b>A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER</b>	1.186.634	1.354.447	14,1	7,1	8.985.389	12.321.586	37,1	7,4
Tekstil ve Ham maddeleri	769.151	918.211	19,4	4,8	5.811.068	8.278.911	42,5	5,0
Deri ve Deri Mamulleri	130.849	159.494	21,9	0,8	1.117.931	1.425.875	27,5	0,9
Hali	286.634	276.741	-3,5	1,5	2.056.389	2.616.800	27,3	1,6
<b>B. KİMYEVİ MADDELER VE MAMULLERİ</b>	1.721.131	2.312.698	34,4	12,1	14.827.490	20.535.463	38,5	12,4
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	1.721.131	2.312.698	34,4	12,1	14.827.490	20.535.463	38,5	12,4
<b>C. SANAYİ MAMULLERİ</b>	10.371.729	12.102.769	16,7	63,4	78.274.696	104.998.601	34,1	63,2
Hazırlanmış ve Konfeksiyon	1.846.769	1.913.265	3,6	10,0	13.951.846	16.720.209	19,8	10,1
Otomotiv Endüstrisi	2.914.054	2.606.327	-10,6	13,7	20.051.436	23.852.903	19,0	14,4
Gemi ve Yat	41.730	208.205	398,9	1,1	963.590	1.195.419	24,1	0,7
Elektrik Elektronik	1.121.149	1.233.021	10,0	6,5	8.720.318	11.586.647	32,9	7,0
Makina ve Aksamları	735.206	809.811	10,1	4,2	6.012.404	7.642.821	27,1	4,6
Demir ve Demir Dışı Metaller	800.778	1.144.850	43,0	6,0	6.671.549	9.927.549	48,8	6,0
Çelik	1.103.694	2.294.018	107,8	12,0	10.030.305	18.119.107	80,6	10,9
Çimento, Cam, Seramik ve Toprak Ürünleri	356.369	381.340	7,0	2,0	3.086.997	3.800.029	23,1	2,3
Mücevher	694.775	686.250	-1,2	3,6	3.161.485	4.569.105	44,5	2,7
Savunma ve Havacılık Sanayii	287.145	301.649	5,1	1,6	1.808.108	2.410.928	33,3	1,5
İklimlendirme Sanayii	459.635	513.956	11,8	2,7	3.735.532	5.065.214	35,6	3,0
Diğer Sanayi Ürünleri	10.425	10.076	-3,3	0,1	81.126	108.670	34,0	0,1
<b>III. MADENCİLİK</b>	393.981	466.287	18,4	2,4	3.358.665	4.852.157	44,5	2,9
Madencilik Ürünleri	393.981	466.287	18,4	2,4	3.358.665	4.852.157	44,5	2,9
<b>TOPLAM (TİM*)</b>	<b>16.005.885</b>	<b>19.076.662</b>	<b>19,2</b>	<b>100,0</b>	<b>124.889.161</b>	<b>166.219.414</b>	<b>33,1</b>	<b>100,0</b>

## BİRLİK ADRESLERİ



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



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



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



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



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



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



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



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



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



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



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



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



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

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

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



Römorkörcülük ve kılavuzluk hizmetlerinde  
45 yıllık Sanmar deneyimi



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

# KMT

1996

## KOMET METAL ACCESSORIES

We care nature  
We produce naturally



UNICERT  
ISO 50001



UNICERT  
ISO 45001



UNICERT  
ISO 14001



UNICERT  
ISO 9001



OEKO-TEX®  
INSPIRING CONFIDENCE  
STeP  
19001236 HOHENSTEIN HTTI  
Customize Textile & Leather Production  
www.oeko-tex.com/stp



Sedex Member

Global Recycled  
Standard

OEKO-TEX®  
CONFIDENCE IN TEXTILES  
STANDARD 100  
07.MD.49689 HOHENSTEIN HTTI  
Tested for harmful substances.  
www.oeko-tex.com/standard100



OEKO-TEX®  
CONFIDENCE IN LEATHER  
LEATHER STANDARD  
19.6.BB455 HOHENSTEIN HTTI  
Leather goods made for harmful substances.  
www.oeko-tex.com/leatherstandard



@kometmetal

+90 212 481 22 17

kmt@kometmetal.com.tr

www.kometmetal.com.tr