

Ticarette Küresel Riskler Stratejik Sektörlerle Aşılıyor



Doğudan
Yükselen
Güç Birliği Dalgası

Enerji Sektörünün
Sırtındaki Ağır Yük:
Karbon

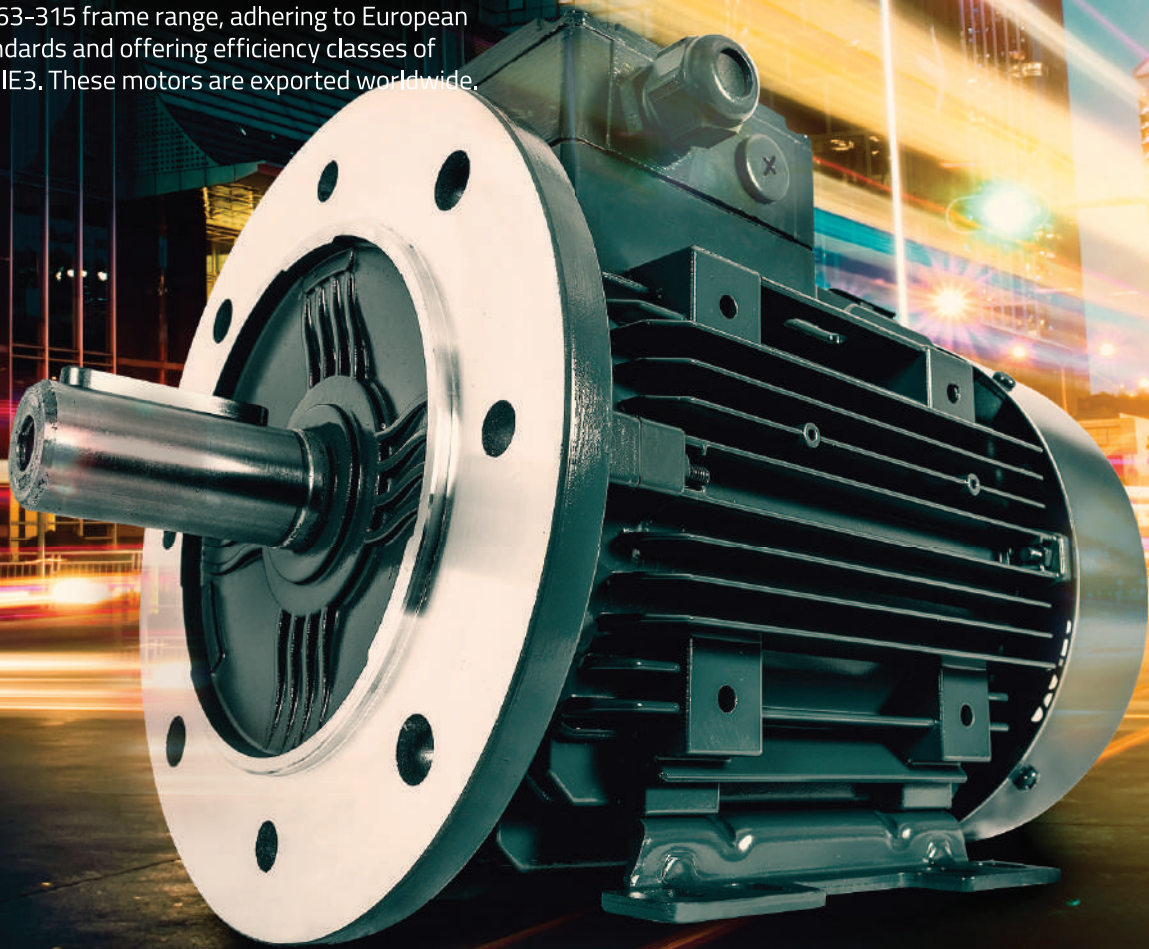
Pasifik'in
Ticaret Köprüsü:
Avustralya

SÜRDÜRÜLEBİLİR ENERJİ GÜCÜNÜ BİZDEN ALIYOR.

ELK Motor, IEC 63-315 gövde aralığındaki elektrik motorlarını Avrupa standartlarında ve IE4, IE3 verimlilik sınıflarında üretiyor; tüm dünyaya ihraç ediyor.

Sustainable Energy Draws Its Power From Us.

ELK Motor manufactures electric motors in the IEC 63-315 frame range, adhering to European standards and offering efficiency classes of IE4, IE3. These motors are exported worldwide.



YILMAZ GRUP



BURGAN BANK

EBRD 2024 Yılı
Türkiye'nin En Aktif Amir Bankası
(The Most Active Issuing Bank)



LONDON
2025

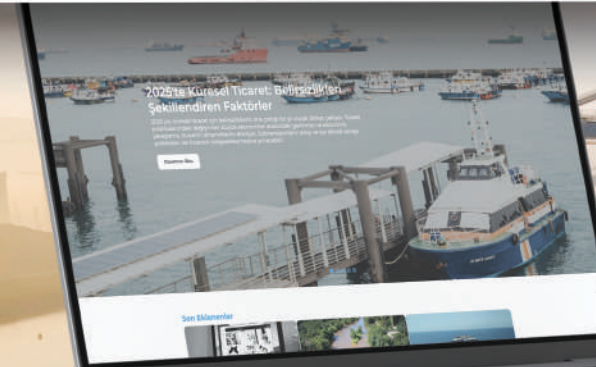


European Bank
for Reconstruction and Development

Burgan Bank ile
Dış Ticarete Gücünüzü Artırın
burganforeigntrade.com.tr'ye Tıklayın!



www.burganforeigntrade.com.tr



Web Sitesine git

İÇİNDEKİLER

10

İHRACAT, EYLÜL AYINDA 22,6 MİLYAR OLDU

Türkiye'nin eylül ayı ihracatı 22,6 milyar dolar oldu. Ocak-eylül döneminde dokuz aylık ihracat 200,6 milyar dolara, son 12 aylık ise 269,7 milyar dolara ulaştı.

26

TARİFE POLİTİKALARININ ENFLASYONA ETKİLERİ

Prof. Dr. Emre Alkin: Böyle giderse ABD, orta vadede dış açık vermeye devam ederken bir de enflasyonla karşı karşıya kalacak. Fed'e baskı yapıp faizleri düşürmeye çalışmak âdeta yangına benzin dökmek gibi.

28

TİCARETTE KÜRESEL RİSKLER STRATEJİK SEKTÖRLERLE AŞILIYOR

Makroekonomik politikalar, artan maliyetler ve kurdaki dengesizlik nedeniyle rekabet gücünün giderek zayıfladığı küresel pazarda Türkiye, yüksek katma değerli ürünlerinin ihracata sağladığı katkıyla yol alıyor.

44

DOĞUDAN YÜKSELEN GÜÇ BİRLİĞİ DALGASI

Rekabetin yeni bir boyuta taşındığı yeni dönem akıllara tek bir soruyu getiriyor: ABD'nin tek taraflı politikalarının karşısında durarak yükselen Asya ekonomileri, küresel güç dengelerini değiştirebilecek mi?

52

PASİFİK'İN TİCARET KÖPRÜSÜ AVUSTRALYA

Asya-Pasifik'teki stratejik konumuyla küresel ekonominin yükselen yıldızı Avustralya, Asya devletleri ve batılı müttefikleri beraberliğinde dünya ticaretinde kilit rol üstlendiği gibi Türkiye için de yeni fırsatlar sunan bir pazar konumunda.

58

“SARAÇLIK, EL EMEĞİYLE VAR EDİLEN BİR DÜNYADIR”

Gelenekten kopmadan yeniliği kucaklayan tasarımlar üreten, mesleki eğitim projeleriyle gençleri saraçlık kültürüyle tanıştıran Petek Saraciye'nin Yönetim Kurulu Başkanı Hamdi Saraçkardeşler ile beş kuşaktır değerlerini koruyarak büyümeye devam eden markanın hikâyesini konuştuk.

62

ENERJİ SEKTÖRÜNÜN SIRTINDAKİ AĞIR YÜK: KARBON

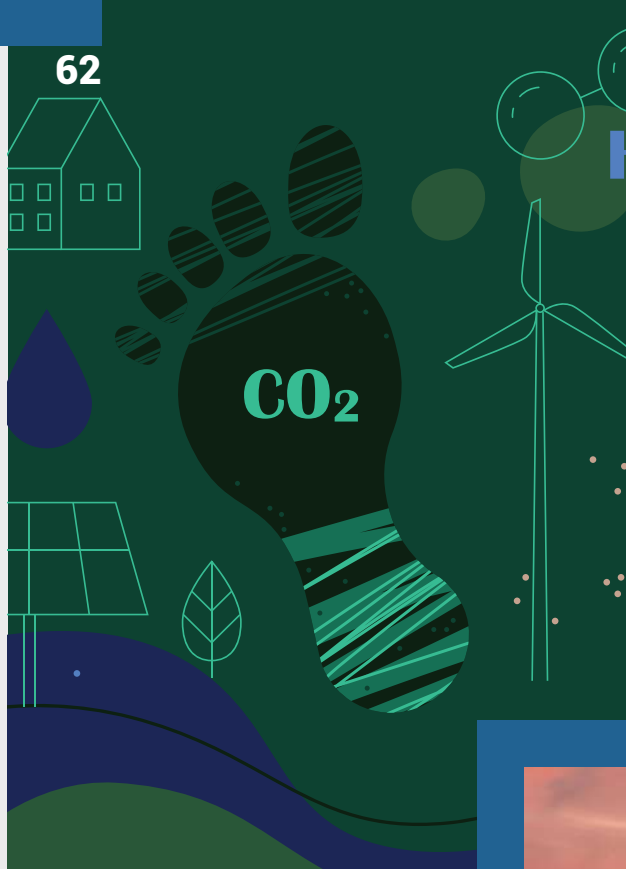
Enerji dönüşümünde adil ve sürdürülebilir bir geçiş mümkün kılınmadığı takdirde ise küresel net-sıfır hedefinin kâğıt üzerinde kalabileceğine yönelik endişeler artıyor...

74

BEYAZ PERDENİN VAZGEÇİLMEZ BAŞROLÜ: İSTANBUL

Şinematografisi oldukça güçlü olan İstanbul, beyaz perdede yer almaya başladığından bu yana asla sadece bir mekân olmadı. Her zaman hikâyeye katman katan şehir, atmosferi güçlendiren ve izleyicide derin meraklar uyandıran bir hazine olarak yer aldı filmlerde.

62



2024 yılında enerjiyle ilişkili karbondioksit emisyonları, yüzde 0,8 oranında arttı. Bu artışın yüzde 80'den fazlasının, yükselen ve gelişmekte olan ekonomilerden kaynaklandığı kaydedildi.

74



Koton CEO'su Dr. A. Bülent Sabuncu: “Bugün hâlâ Türkiye'nin en sevilen kadın markası olmayı sürdürüyoruz Müşterimize en iyisini sunma kararlılığımız, modaya olan tutkumuz, tasarımlarımız, kumaş ve işçilikteki kalite anlayışımızla global arenada ülkemizi temsil etmenin gururunu yaşıyoruz.”

38



58


TİMREPORT

TİM ADINA SAHİBİ BAŞKAN
Mustafa GÜLTEPE

YAYIN KURULU

Adil PELİSTER

Birol CELEP

Melisa TOKGÖZ MUTLU

Yiğit Tufan ESER

Elif ÇAKIROĞLU ERDEM

Mustafa SEÇİLMİŞ

Yıldırım ÖZCAN

EDİTÖR

Tayyip YAHYAOĞLU

Okan UKAV

YÖNETİM YERİ

TİM Dış Ticaret Kompleksi

Yenibosna Merkez Mahallesi Sanayi Caddesi No:

3 B Blok Kat : 9 34197 Bahçelievler / İSTANBUL

444 0 846 (TİM)

tim@tim.org.tr • www.tim.org.tr

viyamedya
AJANS BAŞKANI
Selda YEŞİLTAŞ

YAYINLAR KOORDİNATÖRÜ

Murat ERDOĞAN

ART DİREKTÖR

Serpil YENİHAYAT

GRAFİK TASARIM

Hira DOLGUN

EDİTÖR

Gizem İRİS

REKLAM MÜDÜRÜ

İlknur ULUSOY

ilknur@viyamedya.com

İLETİŞİM

Şafak Sokak No 45, Yunus Apt.

Kat: 3 (Rumeli Pasajı içi)

Nişantaşı - Şişli / İSTANBUL

+90 212 236 00 50

www.viyamedya.com | viya@viyamedya.com



/viyamedya

TİM TÜRKİYE
İHRACATÇILAR
MECLİSİ

İŞİMİZ ÜRETİM GÜCÜMÜZ İHRACAT

MUSTAFA GÜLTEPE

TİM Başkanı



İhracatın Tabana Yayılması, Sürdürülebilir Büyümenin Anahtarı

İhracat ailemiz eylül ayı itibarıyla önemli bir başarıya daha imza attı. 22,6 milyar dolarla Cumhuriyet tarihimizin en yüksek eylül ayı ihracat performansına ulaştık. Başarıya katkı sunan tüm ihracatçılarımızı tebrik ediyorum. Ancak yeni dönemi doğru kur-gulayabilmemiz için verileri iyi analiz etmek durumundayız.

Küresel ticarete rekabet koşulları her geçen gün daha zor hâle geliyor. İçeride ise enflasyonla mücadele kapsamında iki yılı aşkın süredir uygulanan, “yüksek faiz, düşük kur” politikası ihracatçımızın rekabet gücünü zayıflatmaya devam ediyor. Tüm bu koşullar altında elde edilen her artışın çok değerli olduğunun altını çizmem gerekiyor.

Dokuz aylık dönemde ihracatımız 200,6 milyar dolara ulaştı. Bu, geçen yılın aynı dönemine göre oran olarak yüzde 4,1, değer bazında 8 milyar dolarlık artış anlamına geliyor. Dokuz ayda 2,6 milyar dolarlık parite katkısı var. Parite etkisini arındırıp baktığımızda otomotivin 2,2, savunma sanayinin 1,6, kimyevi maddelerin 1,1 milyar dolar, mücevherin 739 milyon dolar katkı verdiğini görüyoruz. Bu dört sektör ve parite katkısını topladığımızda yaklaşık 8,3 milyar dolar ediyor. Parite ve dört sektörün katkısı olmasa geçen yıla göre eksideydik.

Yani bazı sektörlerimiz güçlü bir performans sergilese de ihracat artışını tabana yayma konusundaki sıkıntının devam ettiğini söylemem gerekiyor. Bu nedenle önümüzdeki dönemde

rekabet gücümüzü artıracak adımların zaman kaybedilmeden atılması büyük önem taşıyor.

Biz her şeye rağmen ihracatçılarımıza yeni pazar fırsatları yaratmak için çalışmalarımıza hız kesmeden devam ediyoruz. Eylül ayında Meksika, Kuveyt ve Filipinler’e ticaret heyetleri düzenledik; toplamda 28 ülkeye ulaştık. Ekim ayında ise ABD, Kanada, Irak, Ürdün, Kazakistan, Panama, Kenya ve Kolombiya başta olmak üzere 30 ülkeye heyet ve fuar organizasyonları gerçekleştireceğiz. Bu etkinlikler, Türk markalarının küresel pazarlardaki yerini güçlendirmeye devam edecek.

Ayrıca, sürdürülebilirlik, dijital dönüşüm ve inovasyon odaklı çalışmalarımızı da sürdürüyoruz. 9-11 Ekim tarihlerinde düzenleyeceğimiz Türkiye Innovation Week, bu vizyonun en güçlü yansımalarından biri olacak. İnovasyonun, girişimciliğin ve teknolojinin buluşacağı bu büyük etkinlikte, geleceğe yön verecek fikirleri hep birlikte konuşacağız.

Özetlemek gerekirse eylül ayı verileri bize iki önemli mesaj veriyor:

Birincisi, ihracatçılarımız her koşulda üretmeye, değer yaratmaya ve ülkesine kazandırmaya devam ediyor. İkincisi ise küresel rekabetin giderek sertleştiği bu dönemde, rekabetçiliğimizi zayıflatın, hızımızı kesen engellerin bir an önce kaldırılması gerekiyor.

İhracatçılar olarak biz de koşullar ne olursa olsun, zorluklar karşısında yılmadan, inançla, yenilikle ve dayanışmayla çalışmaya devam edeceğiz.

DÜNYA TURU



ÇİN

KARBON EMİSYONLARI 2025 YILININ İLK YARISINDA DÜŞTÜ

İngiltere merkezli bir araştırma kuruluşunun yaptığı çalışmaya göre Çin'de sera gazlarının en büyük kaynağı olan enerji sektörü kaynaklı emisyonlar, 2025 yılının ilk altı aylık döneminde yüzde 3 düştü. Çalışma, emisyon salınımindaki düşüşün kaynağını Çin'in hızla büyüyen güneş enerjisi santralleri fiyosundan gelen yenilenebilir elektrik üretimine bağlıyor. Yenilenebilir elektrik üretim kapasitesindeki artışın devam edeceğini ve bunun da 2025 yılındaki emisyon azalışlarını devamlı kılacağı öngörülüyor. Dünyanın en büyük karbondioksit emisyonuna sahip ülkesi Çin, emisyon azalışının 2030'a kadar zirveye ulaşmasını, 2060'a kadar da net sıfır emisyonu ulaşmayı hedefliyor.



AB

ELEKTRİKLİ OTOMOBİL ENDÜSTRİSİNİN EMİSYON HEDEFLERİ

Avrupa'nın elektrikli otomobil endüstrisinin 150'den fazla yöneticisi, Avrupa Birliği'ni otomobil ve kamyonetler için 2035 sıfır emisyon hedefine bağlı kalmaya çağıran bir mektuba imza attı.

Söz konusu mektupta, hedeflere yönelik herhangi bir gecikmenin Avrupa'daki elektrikli araç pazarının durmasına, küresel ölçekte rakiplere avantaj sağlanmasına ve yatırımcı güveninin azalmasına yol açacağı uyarısında bulunuldu. Ulaştırma araştırma ve kampanya grubu T&E'nin yayımladığı rapora göre Avrupa'daki otomobil üreticilerinin önemli kısmı, 2025-2027 yılları arasında otomobil ve minibüsler için karbon emisyonu düzenlemesine uyma yolunda ilerliyor.



JAPONYA

ENFLASYON ZORLUKLARI DEVAM EDİYOR

Japonya'nın, temmuz ayı tüketim harcamaları üst üste üçüncü ayda artarken reel ücretler, yüksek yaz ikramiyelerinin de etkisiyle son yedi ayda ilk kez pozitifte döndü. Hanehalkı satın alma gücünün temel belirleyicilerinden biri olan enflasyondan arındırılmış reel ücretler, geçen yılın aralık ayındaki yüzde 0,3'lük artıştan bu yana ilk kez temmuz ayında bir önceki yıla göre yüzde 0,5 artış gösterdi. Japonya Çalışma Bakanlığının verilerine göre ikramiyeler de dâhil olmak üzere özel ödemeler ise yüzde 7,9 arttı. Bakanlığın reel ücretleri hesaplamak için kullandığı tüketici enflasyon oranı ise temmuz ayında önceki yılın aynı ayına göre yüzde 3,6 yükseldi.



NORVEÇ

KUZAY IŞIKLARI KARBON YAKALAMA PROJESİ FAALİYETE GEÇTİ

Norveç'in, Kuzey Işıkları Karbon Yakalama ve Depolama (CCS) projesinin ilk karbondioksit parçaları, Shell, Equinor ve Total Energies'in ev sahipliğinde depolandı. Bu depolama tesisi, özellikle fosil yakıt girdisine bağımlı ve karbondan arındırılması zor sektörler için karbondioksit emisyonlarını azaltmayı amaçlayarak CCS'yi ticarileştirmeyi hedefleyen Longship karbon yakalama ve depolama projesinin bir parçası. Şirketler, karbondioksitin deniz tabanından 2.600 metre aşağıda bulunan bir rezervuarda depolandığını ve bunun CCS için önemli bir dönüm noktası olduğunu açıkladı ve Equinor CEO'su Anders Opedal, bu gelişmenin karbon yakalama, taşıma ve depolamanın ölçeklenebilir bir endüstri olarak uygulanabilirliğini gösterdiğini ifade etti.



İTALYA

ELEKTRİKLİ ARAÇLAR İÇİN YENİ SÜBVANSİYON ONAYLADI

Avrupa'da elektrikli araç satışları yüksek fiyatlar ve şarj istasyonu eksikliği nedeniyle sınırlı düzeylerde kalıyor. İtalya Çevre ve Enerji Bakanlığı, satışların gerilemesi nedeniyle elektrikli araç alımına yönelik yaklaşık 600 milyon euro değerindeki yeni sübvansiyonları onayladığını duyurdu. Bakanlık, elektrikli otomobil veya ticari aracın toplam satın alma bedelinin yüzde 30 kadarını kapsayacak şekilde, bireylere 10 bin euro'ya kadar, küçük firmalara ise 20 bin euro'ya kadar destek sağlayacak. Programa başvuruda bulunacakların, 2015 yılı veya daha önceki yıllara ait Euro 5 emisyon sınıfına kadar olan içten yanmalı bir aracı hurdaya ayırmaları gerektiği belirtildi.



KUVEYT

ELEKTRİK SANTRALİ PROJESİ İÇİN SÖZLEŞME İMZALADI

Kuveyt Emirliliği Ortaklık Projeleri Yönetimi (KEOPY), Suudi Arabistanlı ACWA Power ve Körfez Yatırım firmaları ile Al-Zour kuzey bölgesi enerji santralinin ikinci ile üçüncü ünitelerinin kurulumu için sözleşmeler imzaladı. KEOPY Genel Müdürü Asmaa Al-Moussa, kurulacak ünitelerin proje değerinin 3,27 milyar doların üzerinde olduğunu ifade etti.

Söz konusu anlaşma, Kuveyt'in süregelen elektrik enerjisi sorununa çözüm getirmeyi amaçlayan en büyük elektrik enerjisi projelerinden birinin başlangıç aşamasını simgeliyor. El-Zour Kuzey bölgesi projesinin, birleştirilmiş çevrim teknolojisiyle günde 2,7 gigavat elektrik enerjisi üretirken aynı zamanda 120 milyon galon da su üretmesi bekleniyor. Kurulumun üç yıl sürmesi öngörülüyor.

Türkiye'nin Eylül Ayı İhracatı 22,6 Milyar Dolar

Türkiye'nin eylül ayı ihracatı 22,6 milyar dolar oldu. Ocak-Eylül döneminde dokuz aylık ihracat 200,6 milyar dolara, son 12 aylık ise 269,7 milyar dolara ulaştı.



TİM Başkanı Mustafa Gültepe: "45 ülkede yüzde 50'nin, 100 ülkede yüzde 10'un üzerinde artış kaydettik. Genel tabloda ise 123 ülkeye ihracatımızı artırdık."



Eylül ayı ihracat verileri Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat ve Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı Mustafa Gültepe tarafından Ankara'da açıklandı. İhracat, eylül ayında 22,6 milyar dolara, Ocak-Eylül döneminde ise 200,6 milyar dolara ulaştı. En çok ihracat yapan sektörler sıralamasında otomotiv 3,7 milyar dolarla liderliğini devam ettirdi. Kimyevi maddeler 2,5 milyar dolarla ikinci, elektrik-elektronik 1 milyar 517 milyon dolarla üçüncü sırada yer aldı.

"İHRACATTA EN YÜKSEK EYLÜL AYI RAKAMINA ULAŞTIK"

Toplantıda konuşan Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat, bu yılın dokuz ayının yedisinde mal ihracatında aylık artış elde edildiğini söyledi. Yılın başından

bu yana net mal ihracatında 8 milyar dolar artış sağlandığını bildiren Bolat, şöyle devam etti: "Ocak-Eylül döneminde hizmetler ihracatımızda da net 3,2 milyar dolarlık artışımız var. Eylül sonu itibarıyla son 12 ayda, yıllıklandırılmış hizmetler ihracatımız 120 milyar 400 milyon dolara ulaştı. Bu yıl sonu için belirlenen 390 milyar dolarlık mal ve hizmetler ihracatı hedefimize eylül itibarıyla ulaştık. İhracatımız, eylülde geçen yılın aynı ayına göre yüzde 3 artarak 22,6 milyar dolarla en yüksek eylül ayı rakamına ulaştı."

Bakan Bolat, şubat ayında takvimsel etkiler, ağustosta da Türkiye'nin en önemli ihracat kalemlerinden olan otomotiv sektöründeki fabrikaların üç hafta bakıma girmesi nedeniyle ihracatta küçük bir azalma

yaşandığını söyledi. İhracatın eylül ayı itibarıyla yeniden artmaya başladığına dikkati çeken Bolat, Ocak-Eylül döneminde ihracatın yüzde 4,1 artışla 200 milyar 600 milyon dolara ulaştığını, geçen yılın aynı dönemine göre net 8 milyar dolar ihracat artışı sağlandığını belirtti.

Ticaret Bakanı Bolat, kalan üç ayda da bu tempoyu devam ettirerek hedeflere ulaşmak istediklerini dile getirdi ve şöyle dedi: "Son 28 ayın 20'sinde mal ihracatımız artış kaydetti. Son 28 ayın 16'sında aylık mal ihracatımız rekor kırdı. Eylül ayı da bu rekorların sonuncusu oldu. Yıllıklandırılmış mal ihracatımızda da rekor kırdık. En son temmuzda ihracat, 24 milyar 900 milyon dolarla aylık, 269,4 milyar dolarla da yıllıklandırılmış olarak rekor kırmıştı. Bugün 269 milyar 750 milyon dolarla son 12 aylık yıllıklandırılmış rekor rakama ulaştık."

"15 SEKTÖRÜMÜZ İHRACATINI ARTIRIRKEN 11 SEKTÖRÜMÜZ EKŞİ YAZDI"

TİM Başkanı Mustafa Gültepe, 22,6 milyar dolarla en yüksek eylül ayı ihracatını gerçekleştirdiklerini bildirdi. Dokuz aylık ihracatta da ilk kez 200 milyar doların üzerine çıktıklarını belirten Gültepe, şunları söyledi: "Genel Ticaret Sistemi (GTS) kayıtlarına göre eylülde 22,6 milyar dolarlık ihracata imza attık. Geçen yılın aynı ayına göre yüzde 3 artıdayız. Ocak-Eylül döneminde dokuz aylık ihracatımız 200,6 milyar dolara, son 12 aylık ihracatımız ise 269,7 milyar dolara ulaştı. Dokuz aylık ihracatta yüzde 4,1, yıllıklandırılmış ihracatta yüzde 3,2 artıdayız. Eylül ayında hizmet ihracatımızın 12,3 milyar dolar civarında geleceğini tahmin ediyoruz. Sektörler özelinde baktığımızda otomotiv 3,7 milyar

dolarla liderliğini sürdürdü. Otomotivi, 2,5 milyar dolarla kimyevi maddeler, 1 milyar 517 milyon dolarla elektrik-elektronik, 1 milyar 497 milyon dolarla çelik, 1 milyar 491 milyon dolarla hazır giyim ve konfeksiyon takip etti. Toplamda 15 sektörümüz ihracatını artırırken 11 sektörümüz ekşi yazdı. En çok ihracat yapan beş ilimiz İstanbul, Kocaeli, Bursa, Ankara ve İzmir şeklinde sıralandı. Eylül'de bin 30 firmamız ilk kez ihracat gerçekleştirdi. Geçen ay paritenin ihracatımıza katkısı ise 592,2 milyon dolar oldu. En çok ihracat yaptığımız ülkeler Almanya, Birleşik Krallık, ABD, İtalya ve Irak şeklinde sıralandı. 45 ülkede yüzde 50'nin, 100 ülkede yüzde 10'un üzerinde artış kaydettik. Genel tabloda ise 123 ülkeye ihracatımızı artırdık."

"TÜM SEKTÖRLERDEN KATKI ALMALIYIZ"

Güncel gelişmeleri de değerlendiren Mustafa Gültepe, ihracatı tabana yayma konusunda sıkıntıların devam ettiğine dikkat çekti. İhracatta sürdürülebilir büyüme için tüm sektörlerden katkı almak gerektiğini belirten Gültepe, şöyle devam etti: "Ama biz her şeye rağmen elimizden gelenin en iyisini yapmak için çalışmaya, yeni pazar arayışına devam ediyoruz. Eylül'de Meksika, Kuveyt ve Filipinler'e genel ticaret heyetleri gerçekleştirdik. Sektörel ticaret heyetleri ve fuar katılımları ile birlikte 28 ülkeye ziyarette bulunduk. Ekim'de genel ticaret heyetleri için ABD, Kanada, Irak, Ürdün, Kazakistan, Panama, Kenya ve Kolombiya'da olacağız. Sektörel ticaret heyetleri ve fuarla 30 ülkeye ziyaret gerçekleştireceğiz. Sayın bakanımızdan da yurt dışı ticaret heyeti ve fuar desteklerinin 15 puan artırılmasını talep ediyoruz."

200,6
milyar dolar

Ocak-Eylül dönemi ihracatı

15

Mayıs ayında ihracatını artıran sektör sayısı

Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat: "Son 28 ayın 20'sinde mal ihracatımız artış kaydetti. Son 28 ayın 16'sında aylık mal ihracatımız rekor kırdı."



TİM Bölgesel İhracat Buluşmalarında Son Durak Denizli Oldu

TİM Bölgesel İhracat Buluşmaları programının altıncısı Denizli İhracatçılar Birliğinin (DENİB) ev sahipliğinde düzenlendi.



Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) tarafından düzenlenen “TİM Bölgesel İhracatçı Buluşmaları” programının altıncısı, Denizli İhracatçılar Birliğinin (DENİB) ev sahipliğinde Denizli’de gerçekleştirildi. Daha önce İzmir, Trabzon, Mersin, Bursa ve Gaziantep illerinde düzenlenen buluşmaların ardından bu kez Denizli’deki ihracatçılarla bir araya gelinen programa; TİM Başkanı Mustafa Gültepe, DENİB Başkanı Hüseyin Memişoğlu, TİM Yönetim Kurulu Üyeleri, DENİB bünyesindeki birliklerin başkan ve yöneticileri ile çok sayıda ihracatçı firma temsilcisi katıldı.

DENİB Hizmet Binası’nda düzenlenen toplantıda, ihracatçıların finansman kaynaklarına erişimi, ihracat süreçlerinde karşılaşılan sorunların çözümü ve bölgesel ihracatın güçlendirilmesine yönelik stratejiler ele alındı.

“ÜRETİM VE İHRACATTA HIZIMIZ YAVAŞLADI”

Programın açılışında konuşan TİM Başkanı Mustafa Gültepe, ihracatçıların sorunlarını yerinde tespit etmek ve çözüm önerileri geliştirmek için Anadolu’nun farklı şehirlerinde buluşmalar düzenlediklerini söyledi. Bu yıl İzmir, Trabzon, Mersin, Bursa ve Gaziantep’in ardından gerçekleştirilen toplantının son durağının Denizli olduğunu hatırlattı.

Türkiye’nin orta ve uzun vadeli hedeflerine de değinen Gültepe, Orta Vadeli Program (OVP) kapsamında 2025 için açıklanan 280 milyar dolarlık ihracat hedefinin yapılan revizyonla 273 milyar dolara çekildiğini, 2028 hedefinin ise 375 milyar dolardan 308 milyar dolara indirildiğini kaydetti. Bu durumun üretim ve ihracatta artış hızının yavaşladığını gösterdiğini ifade etti.

Göreve geldikleri günden bu yana Türkiye’yi dünyanın en büyük 10 ihracatçı ülkesi arasına çıkarmayı hedeflediklerini belirten Gültepe, “Üç yıl önce çift haneli büyüme oranlarını hedeflemiştik ve bu potansiyeli de yakalamıştık. Ancak uygulanan ekonomik programlar, yüksek enflasyon ve küresel dalgalanmalar üretim ve ihracatta hızımızı yavaşlattı. Rakamların revize edilmesi bu nedenle kaçınılmaz oldu.” diye konuştu.

“SANAYİYE ÖZEL DESTEKLER GEREKİYOR”

Son iki buçuk yılda faiz, kur ve ücretler arasındaki dengenin bozulduğunu dile getiren Gültepe, enflasyonun yüzde 33 seviyelerine çıktığını, özellikle emek yoğun sektörlerde rekabet gücünü zayıflattığını belirtti. Yüksek faizlerin de sanayicinin yatırım yapmasını zorlaştırdığını ifade eden Gültepe, “Sanayiye özel destekler gerekiyor. Ancak enflasyonun gerilemesiyle birlikte Türkiye’de yatırım iştahının yeniden artacağına inanıyoruz.” dedi.

Gültepe, ihracatçının finansmana erişimini kolaylaştırmak için hayata geçirilen İGE AŞ’nin, Eximbank ile birlikte sektörlere önemli katkı sağladığını, ayrıca Türk Ticaret Bankasının da bu yapıya dâhil edilerek ihracatçılara hizmet vermeye başladığını söyledi. Bankanın yıl sonunda 15 şubeye ulaşacağını belirten Gültepe, sermaye yapısı güçlendikçe ihracatçının bankası olma misyonunu daha da pekiştireceğini dile getirdi.

“TEKSTİLİN PAYI GERİLERKEN ÇEŞİTLİLİK ARTTI”

Denizli İhracatçılar Birliği (DENİB) Başkanı Hüseyin Memişoğlu ise programda yaptığı konuşmada, 2024 yılında kentin 4,4 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdiğini açıkladı. İhracatın 25 sektörde ve yaklaşık 3 bin farklı ürün grubun-

da yapıldığını belirten Memişoğlu, “Geçen yıl aramıza 200 yeni ihracatçı firma katıldı, ürün çeşitliliğimiz de belirgin şekilde arttı.” dedi.

2010 yılında Denizli Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği’nin yeniden yapılanarak DENİB’e dönüştüğünü hatırlatan ve o dönemde tekstilin toplam ihracattaki payının yüzde 80’in üzerinde olduğunu aktaran Memişoğlu, bugün bu oranın yüzde 30’lara gerilediğini ifade etti. Kablonun ikinci, demir ve demir dışı metallerin ise üçüncü sırada yer aldığını, gıda ve mermer ihracatının da her geçen gün arttığını söyleyen Memişoğlu, “Bu tablo, Denizli’nin ürün çeşitliliğiyle ihracatta ne kadar güçlü olduğunu ortaya koyuyor. 2024’te ihracatımız geçen yılın aynı dönemine kıyasla artıda. Ancak istihdamın en yoğun olduğu tekstilde yaklaşık yüzde 3 oranında gerileme yaşandı. Yılın son siparişleriyle bu kaybı telafi etmeyi umut ediyoruz.” diye konuştu.

“İHRACATA DEĞER KATMAYA DEVAM EDİYORUZ”

DENİB Başkanı Hüseyin Memişoğlu, markalaşma, sürdürülebilirlik ve e-ihracat alanında önemli projeler yürüttüklerini söyledi. Turkish Towels markasının güçlenmesi için turkishtowels.com alan adının alındığını ve sertifikasyon sistemi üzerinde çalışıldığını belirtti. THY ile iş birliği içinde uluslararası tanıtım kampanyaları başlattıklarını aktardı.

Makine, ev tekstili ve gıda sektörlerinde UR-GE projelerinin sürdüğünü, karbon ayak izi hesaplamalarında firmalara danışmanlık hizmeti verdiklerini ifade eden Memişoğlu, artan taleple birlikte ikinci bir Devlet Yardımları Şubesi kurarak önceliği e-ihracata verdiklerini açıkladı. Memişoğlu, DENİB Akademi faaliyetleri ve çeşitli tasarım yarışmalarıyla da Türkiye ihracatına değer katmaya devam ettiklerini vurguladı.

TÜRK TİCARET BANKASI DENİZLİ ŞUBESİ İHRACATÇILARIN HİZMETİNDE

Program kapsamında ayrıca DENİB Hizmet Binası yerleşkesinde bulunan Türk Ticaret Bankası Denizli Şubesi’nin de açılışı yapıldı. Açılış töreninde konuşan TİM Başkanı Mustafa Gültepe, Türk Ticaret Bankasının Türkiye’nin ihracat odaklı kalkınma vizyonuna hizmet edeceğini vurguladı. Türkiye’yi ihracatta ilk 10 ülke arasına çıkarma vizyonu ve hedefiyle çalıştıklarını ifade eden Gültepe, şunları kaydetti: “Hedefe ulaşabilmemiz için yeni ve yüksek teknolojiyi yatırımlar yapmak, mevcut tesislerimizi günün koşullarına göre modernize etmek, dijital ve yeşil dönüşümü barındıran ikiz dönüşümü ülkemiz için fırsata çevirmek durumundayız. Bütün bu çalışmalar için ihracatçılarımızın uygun maliyetle ve uzun vadeli finansmana erişimi her zamankinden daha çok kritik önem taşıyor. Bu ihtiyaçtan hareketle İGE AŞ aracılığıyla ihracat ailemize kazandırdığımız Türk Ticaret Bankası ihracatçımıza doğrudan, hızlı ve uygun koşullarda finansman desteği sunarken üretim gücümüze ve ihracat odaklı kalkınma vizyonumuza hizmet edecek.”

DENİB Başkanı Hüseyin Memişoğlu: “2024’te ihracatımız geçen yılın aynı dönemine kıyasla artıda. Ancak istihdamın en yoğun olduğu tekstilde yaklaşık yüzde 3 oranında gerileme yaşandı.”



TİM Başkanı Mustafa Gültepe: “Sanayiye özel destekler gerekiyor. Ancak enflasyonun gerilemesiyle birlikte Türkiye’de yatırım iştahının yeniden artacağına inanıyoruz.”



Türkiye-AB Tarım ve Gıda İş Birliği Brüksel’de Masaya Yatırıldı

Brüksel’de düzenlenen “Daha Rekabetçi ve Sürdürülebilir Tarım ve Gıda Değer Zincirine Doğru” programında, Türkiye ile AB arasında tarım ve gıda sektörlerinde iş birliğinin güçlendirilmesi gerektiği vurgulandı.



Türkiye’nin AB Daimi Temsilciliği ve Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) tarafından düzenlenen “Daha Rekabetçi ve Sürdürülebilir Tarım ve Gıda Değer Zincirine Doğru” programı, Brüksel’de gerçekleştirildi. Türkiye’nin AB Daimi Temsilcisi Büyükelçi Faruk Kaymakcı ile TİM Meyve Sebze Mamulleri Sektör Kurulu Başkanı Melisa Tokgöz Mutlu’nun ev sahipliğindeki programa AB Komisyonu Tarım ve Kırsal Kalkınma Genel Müdürlüğü Uluslararası İlişkilerden Sorumlu Direktörü Elisabetta Siracusa ile AB kurumlarından temsilciler ve gıda ile tarım sektörü temsilcileri katıldı. Etkinlik kapsamında, tarım ve gıda sektöründe sürdürülebilirlik, gıda güvenliği, iklim değişikliğiyle mücadele ve yenilikçi çözümler ele alındı.

“İŞ BİRLİĞİ BİR TERCİH DEĞİL, ZORUNLULUK”

Programın açılışında konuşan TİM

Meyve Sebze Mamulleri Sektör Kurulu Başkanı Melisa Tokgöz Mutlu, tarımın sadece ekonomik değil, aynı zamanda stratejik ve insani bir bağ kurduğunu vurguladı.

İklim değişikliği, biyolojik tehditler ve gıda güvenliği endişelerinin Türkiye ile AB’yi birbirinden ayrı düşünülemez hâle getirdiğini belirten Mutlu, “Aynı risklerle karşı karşıyayız, tüketicilerimizin beklentileri de çok benzer. Dolaşısıyla iş birliği tercih değil, bir tür zorunluluktur.” dedi.

AB ve Türkiye’nin iklim değişikliğine karşı yenilikçi projeler geliştirebileceğini, su yönetiminde ortak çözümler üretebileceğini ve biyolojik tehditlere karşı erken uyarı sistemleri kurabileceğini ifade eden Mutlu, Türkiye’nin sadece tedarikçi değil, aynı zamanda aynı değerleri paylaşan bir ortak olduğuna dikkat çekti. Mutlu, “Bu ortaklığı daha da ileriye taşıyalım ve bölgemiz için güven sağlayan

bir tarımsal gıda sistemi kuralım.” diye konuştu.

“GÜMRÜK BİRLİĞİ TARIMI DA KAPSAMALI”

Türkiye’nin AB Daimi Temsilcisi Büyükelçi Faruk Kaymakcı ise tarım ve gıda sektörünün küresel ölçekteki önemine dikkat çekerek, COVID-19 sürecinde yaşanan zorlukların bu alanın stratejik değerini ortaya koyduğunu hatırlattı. Kaymakcı, Türkiye’nin tarımsal GSYH’sinin 75 milyar dolar seviyesinde olduğunu ve sektörün AB ortak tarım politikasından yararlanmamasına rağmen hızla büyüdüğünü söyledi. AB ile tarım ticaretinin 12 milyar avro düzeyinde olduğunu hatırlatan Kaymakcı, “Gümrük Birliği’ni tarım da dâhil olacak şekilde güncellememiz, bütün tarafların çıkarına olacaktır.” ifadelerini kullandı.

“GIDA GÜVENLİĞİ İÇİN BİRLİKTE ÇALIŞMALIYIZ”

TİM Brüksel Temsilcisi Mehmet Tan da tarım ve gıdanın yalnızca ticaret açısından değil, aynı zamanda gıda güvenliği, çevresel sürdürülebilirlik ve kırsal kalkınma açısından merkezi önemde olduğunu altını çizdi. Tan, “Zorluklara karşı yenilikçi çözümler bulmamız gerekiyor. Birbirimizi daha iyi anlamamız, mevzuat sorunlarını ele almamız, inovasyona yatırım yapmamız ve değer zincirimizi daha sürdürülebilir hâle getirmemiz gerekiyor.” dedi.

Türkiye ile Filipinler Arasında Yeni Ticaret Köprüleri Kuruluyor

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), Ticaret Bakanlığının koordinasyonunda Filipinler’in başkenti Manila’da ticaret heyeti programı düzenledi. Türk ve Filipinli iş insanlarını buluşturan programda, iki ülke arasındaki ticaret hacminin artırılması hedeflendi.



Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), genel ve sektörel ticaret heyetleriyle ihracatçıları dünyanın dört bir yanındaki iş insanlarıyla buluşturmaya devam ediyor. Ticaret Bakanlığının koordinasyonunda ve Filipinler Ticaret ve Sanayi Odası (PCCI) desteğiyle düzenlenen genel ticaret heyeti programı, 22-25 Eylül tarihleri arasında Filipinler’in başkenti Manila’da gerçekleştirildi. TİM Sektörler Konseyi Üyesi Ali Can Yaman-yılmaz’ın başkanlık ettiği heyette çeşitli sektörlerden 12 ihracatçı firma temsilcisi yer aldı.

“FİLİPİNLER, TÜRKİYE İÇİN STRATEJİK BİR ÖNEME SAHİP”

T.C. Manila Büyükelçisi Niyazi Evren Akyol’un da katıldığı açılış töreninde konuşan TİM Sektörler Konseyi Üyesi Ali Can Yaman-yılmaz, Filipinler’de bulunmaktan büyük memnuniyet duyduklarını belirtti. Son yıllarda Türkiye-Filipinler ilişkilerinin çok boyutlu geliştiğine dikkat çeken Yaman-yılmaz, “Kültürel dostluk

bağlarımız güçleniyor ve ekonomik iş birliği sayesinde ticaretimiz giderek zenginleşiyor. Filipinler, ASEAN üyesi olarak bölgenin en dinamik ve yüksek oranlı büyüme gösteren ekonomilerinden biri. Bu nedenle Türkiye için değerli bir ortaktır.” dedi.

“GEÇEN YIL 700 TÜRK FİRMASI FİLİPİNLER’E İHRACAT GERÇEKLEŞTİRDİ”

İki ülke arasındaki ilişkilerin siyasi, ekonomik, savunma ve kültürel alanlarda çeşitlenerek büyüdüğünü vurgulayan Yaman-yılmaz, iki ülke arasındaki mevcut dış ticaretle ilgili şunları söyledi: “2024 yılında 700 firmamız Filipinler’e 140 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirdi. Aynı yıl Filipinler’den ithalatımız ise 254 milyon düzeyindeydi. Hâlihazırda Filipinler’in ihracatında yüzde 0,35, ithalatında ise yüzde 0,10’luk paya sahibiz. Özellikle savunma ve havacılık sanayimiz, son dönemde Filipinler’e ihracatımızda lider sektör hâline geldi. Bu yılın Ocak-Temmuz döneminde savunma ve havacılık ihracatımız yüzde 164,

mücevher ihracatımız yüzde 55, elektrik-elektronik ihracatımız yüzde 26, tahıl ihracatımız yüzde 11 arttı. İthalat tarafında elektronik, tahıllar, kuru meyveler, kimyasallar ve makineler öne çıkan ürün grupları. Önümüzdeki dönemde bağlarımızı daha da güçlendirmeyi ve 150 bin ihracatçımızın daha fazlasının bu umut vadeden pazara katılımını sağlamayı hedefliyoruz.”

Yaman-yılmaz, heyet programının Türk ve Filipinli iş insanları için yeni iş fırsatları ve yatırım olanakları yaratacağına işaret ederek, Filipinli yetkililere misafirperverlikleri için teşekkür etti.

200’DEN FAZLA İKİLİ İŞ GÖRÜŞMESİ GERÇEKLEŞTİRİLDİ

Heyet kapsamında, 12 Türk ihracatçı firma temsilcisi, Filipinli iş insanları ile bir araya gelerek 200’den fazla ikili iş görüşmesi gerçekleştirdi. Program, ikili görüşmelerden sonra Manila’da yapılan pazar araştırması çalışmaları ve firma ziyaretleri ile tamamlandı.

İhracatçılar Kuveyt'te Ticari Temaslarda Bulundu



Türkiye İhracatçılar Meclisinin (TİM) organizasyonu ile düzenlenen Kuveyt Genel Ticaret Heyeti programında, Türk firmaların Kuveytli iş insanlarıyla 250'ye yakın ikili iş görüşmesi gerçekleştirdi.

Türkiye ile Kuveyt arasındaki ticari ilişkilerin güçlendirilmesi ve firmalar arasında somut iş birliği adımlarının atılması için Ticaret Bakanlığının koordinasyonunda ve Türkiye İhracatçılar Meclisinin (TİM) organizasyonu ile 15-18 Eylül

2025 tarihlerinde "Kuveyt Genel Ticaret Heyeti" programı düzenlendi.

Program kapsamında kimya, demir, makine, mobilya, halı ve meyve sebze mamulleri gibi çeşitli sektörlerde faaliyet gösteren 18 ihracatçı firma temsilcisi, Kuveytli iş insanlarıyla bir araya geldi.

T.C. Kuveyt Büyükelçisi Tuba Nur Sönmez'in de katıldığı etkinlikte, Türk ve Kuveytli iş insanları 250'ye yakın ikili iş görüşmesi gerçekleştirdi. Program, katılımcı firmaların yerel pazarı daha yakından tanımasına imkân sağlayan pazar araştırması ve firma ziyaretleri ile tamamlandı.

Türk İhracatçıları Meksika'da Yeni İş Birliklerine İmza Attı



Türkiye İhracatçılar Meclisi, Meksika'da düzenlenen Genel Ticaret Heyeti Programı kapsamında Türk firma temsilcilerini Meksikalı iş insanlarıyla buluşturdu. Programda ayrıca TİM ile Meksika'nın önde gelen iş dünyası kuruluşları arasında Mutabakat Zaptı (MoU) imzalandı.

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), Ticaret Bakanlığının koordinasyonunda, Meksika ile olan dış ticaret hacmini artırmak ve firmalar arasında somut iş birliği adımlarını desteklemek amacıyla, 1-4 Eylül tarihleri arasında başkent Meksiko'da Genel Ticaret Heyeti programı düzenledi.

TİM Yönetim Kurulu Üyesi Salih Zeki Poyraz başkanlığında gerçekleştirilen heyet programına; demir, çelik, tekstil, kimya, iklimlendirme sanayi sektörlerinde faaliyet gösteren firmaların yanı sıra e-ihracat alanında çalışan firmalar da katılım sağladı.

Heyet kapsamında, 11 Türk ihracatçı firma temsilcisi, Meksikalı

iş insanlarıyla bir araya gelerek 150'nin üzerinde ikili iş görüşmesi gerçekleştirdi. Görüşmeler, Türk firmaları ile Meksika iş dünyası arasında yeni iş birliklerinin geliştirilmesi adına önemli bir zemin oluşturdu.

Heyette yer alan yedi e-ihracat firması, Amazon, Walmart ve Liverpool gibi dünyanın önde gelen pazar yerlerinin yanı sıra 10'a yakın firmayı ziyaret ederek iş birliği imkânlarını değerlendirdi. Program çerçevesinde önemli bir adım daha atıldı. Meksika Ulusal İhracatçılar ve İthalatçılar Birliği (ANIERM) ve Meksika Dış Ticaret Konseyi (COMCE) ile TİM arasında Mutabakat Zaptı (MoU) imzalandı.



Tüm gücüyle yanınızda!

Gücümüzü adımızdan ve birlikteliğimizden alıyoruz.
İnsanımızın emeklerini, hayallerini, değerlerini güvence altına
alarak ülkemizin gücüne güç katıyoruz!



0850 202 20 20 | turkiyesigorta.com.tr

ECOTİM: İhracatçı Firmalar için Sürdürülebilirlikte Yeni Bir Dönem

ECOTİM ile amaçlanan yalnızca kısa vadeli kazanımlar değil, uzun vadede sürdürülebilir katma değer üreten bir iş modeli geliştirmek.



Türkiye İhracatçılar Meclisi tarafından hayata geçirilen ECOTİM Programı, ihracatçı firmaların sürdürülebilirlik alanındaki kapasitesini ve performansını artırmaya yönelik kapsamlı bir dönüşüm modelidir. Üniversite-sanayi iş birliği yaklaşımıyla kurgulanan program, her firmanın kendi yapısına ve ihtiyaçlarına uygun bir Kurumsal Sürdürülebilirlik Sistemi (KSS) tasarlanmasını, hayata geçirilmesini ve izlenmesini amaçlıyor.

Programın en temel özelliği, sürdürülebilirlik yönetimini sistematik ve bütüncül bir model üzerinden ele almasıdır. Bu doğrultuda, firmalarda öncelikle mevcut durum analizleri gerçekleştirilip ardından güçlü ve zayıf yönler belirlenerek

kurumsal bir yol haritası oluşturuluyor.

Sürecin ilerleyen aşamalarında sürdürülebilirlik yönetimi için gerekli organizasyonel yapı kurularak stratejiler tanımlanıyor. Proje portföyleri belirleniyor ve uygulamalar hayata geçiriliyor. Böylece sadece çevresel değil; sosyal, ekonomik ve yönetim boyutlarını da kapsayan bütüncül bir sürdürülebilirlik sistemi firmaların gündelik işleyişine entegre ediliyor.

PROGRAMIN TEMEL HEDEFLERİ

- Kurumsal Sürdürülebilirlik Sistemi (KSS) oluşturmak ve çalışır hale getirmek,
- Strateji, girdi, operasyon, çıktı, yönetim, kültür ve değerlendirme

- dirme boyutlarında bütüncül sistemler kurmak,
- Firmaların ESG (Çevresel, Sosyal, Yönetişim) performansını ölçmek ve geliştirmek,
- Sürdürülebilirlik yatırımlarının etkinliğini ve izlenebilirliğini artırmak,
- İhracatçı firmaların küresel rekabet gücünü yükseltmek.

Toplam 15 ay süren ECOTİM Programı, 11 ay boyunca düzenli mentörlük desteği ve dört ay boyunca izleme faaliyetleriyle firmalara eşlik ediyor. Programda görev alan mentörler, haftalık ziyaretlerle kurumların sistemlerini uygulamaya geçirmelerine destek verirken, elde edilen çıktıların izlenebilir ve ölçülebilir olmasını sağlıyor.

ECOTİM'de firmalar, aylık 29.000 TL+KDV tutarının yalnızca yarısını ödeyerek 15 ay boyunca kapsamlı mentörlük desteğinden yararlanıyor. Programın maliyetinin yüzde 50'si firmalar tarafından karşılanırken yüzde 40'ı ihracatçı birlikleri, yüzde 10'u ise TİM tarafından finanse ediliyor. Bu sayede firmalar, sürdürülebilirlik yatırımlarına düşük maliyetle erişerek küresel rekabette güçlü bir konum elde ediyor.

ECOTİM ile amaçlanan yalnızca kısa vadeli kazanımlar değil, uzun vadede sürdürülebilir katma değer üreten bir iş modeli geliştirmek. Stratejiden kültüre, girdilerden çıktılara, yönetimden raporlamaya kadar her aşamada sistematik bir yaklaşım benimseyen program, ihracatçı firmalarımızın geleceğe daha güçlü ve rekabetçi bir şekilde hazırlanmasına katkı sağlıyor.

TİM-TÜBİTAK Yeşil İnovasyon Teknoloji Mentörlük Programı

TİM-TÜBİTAK Yeşil İnovasyon Teknoloji Mentörlük Programı, Türkiye genelinde faaliyet gösteren KOBİ'lerin yeşil dönüşüm konusunda mevcut durumlarını belirleyerek fiziki ve dijital mentörlük ile sağlıyor.

Türkiye İhracatçılar Meclisi, çözüm ortağı olarak program kapsamında kurumların kendi hedeflerine, yapısına ve ihtiyaçlarına uygun kurumsal sürdürülebilirlik sistemlerinin tasarlanması, hayata geçirilmesi ve izlenebilirliğin sağlanması ile KOBİ'lerin ihtiyaç duyduğu mentörlük hizmetini TİM-TÜBİTAK Yeşil İnovasyon Teknoloji Mentörlük Programı ile sağlamaktadır.

TİM-TÜBİTAK Yeşil İnovasyon Teknoloji Mentörlük Programı kapsamında Türkiye genelinde faaliyet gösteren KOBİ'lerin yeşil dönüşüm konusunda mevcut durumlarının belirlenmesi ve belirlenen başlıklara ilişkin çözümlerin hayata geçirilmesine yönelik yol haritalarının oluşturulması için KOBİ'lerin ihtiyaç duyduğu hizmet fiziki ve dijital mentörlük ile sağlanmaktadır.

PROGRAMIN HEDEFLERİ

TİM-TÜBİTAK Yeşil İnovasyon Teknoloji Mentörlük Programı ile alanında uzman mentörler tarafından verilmekte olan mentörlük hizmeti kapsamında Türkiye genelinde faaliyet gösteren KOBİ'lerin;

- Yeşil dönüşüm konusunda mevcut durumlarının belirlenmesi,
- Boşluk analizi yapılarak iyileşme sağlanması planlanan başlıkların belirlenmesi,
- Belirlenen başlıklara ilişkin çözümlerin hayata geçirilmesine yönelik yol haritalarının oluşturulmasıdır.



PROGRAMIN İŞLEYİŞİ VE SÜRESİ

Program süresince mentör, Kurumsal Sürdürülebilirlik Sistemi'nde mentör olarak eşleştirildiği firma ile ortak olarak belirlenen gün ve saatte, her hafta bir gün en az 4 saatlik bir zaman diliminde şirketi ziyaret ederek ve şirketlerin yeşil dönüşüm süreçlerinin geliştirilmesi çalışmalarında mentörlük yapmaktadır.

Sürdürülebilirlik Platformu ile ise firma www.greentim.com platformu üzerinden ilgili mentörle eşleştirilen ve şirketle-

rin yeşil dönüşüm süreçlerinin geliştirilmesi çalışmaları çevrim içi olarak sürdürülmektedir.

Program finansmanı, TÜBİTAK'ın yüzde 90 desteği ve KOBİ'lerin yüzde 10 katkısı ile gerçekleştirilmektedir. Program sonunda, KOBİ'nin altı aylık proje bedeli olan 280.000 TL'nin yüzde 10'u (28.000 TL) ile yüzde 20 KDV'si (56.000 TL) olmak üzere toplam 84.000 TL ödemesi gerekmektedir. Program, KOBİ'lerin sürdürülebilirlik odaklı dönüşümünde hem stratejik hem de pratik katkılar sunarak çevresel hedeflere ulaşmalarında etkin bir araç görevi görmektedir.

Türkiye Innovation Week “Tomorrow: Now” Temasıyla Başlıyor



Gelecek; sadece teknolojiyle değil kültürle, insanla, eğitimle ve stratejiyle kuruluyor. Bu vizyonla yola çıkan Türkiye Innovation Week; iş dünyasını, akademiye, kamu temsilcilerini, gençleri ve girişimcileri bir araya getirerek bu yıl da küresel ölçekte ses getirecek bir içerikle katılımcılarla buluşmaya hazırlanıyor.

Ticaret Bakanlığının desteği ve Türkiye İhracatçılar Meclisinin (TİM) ev sahipliğinde düzenlenen Türkiye Innovation Week (TIW), 12'nci kez kapılarını açıyor. 9-11 Ekim tarihleri arasında Haliç Kongre Merkezi'nde düzenlenecek etkinlik bu yıl da küresel ölçekte ses getirecek içerikleriyle katılımcılarla buluşacak.

“GELECEK ARTIK YAPAY ZEKÂDA VE KODLARDA HAYAT BULUYOR”

Türkiye Innovation Week'in, Fişekhane Galer Salonu'nda gerçekleştirilen tanıtım toplantısında konuşan TİM Başkanı Mustafa Gültepe, Türkiye'de inovasyon kültürünü yaygınlaştırmak, yenilikçi fikirleri teşvik etmek, katma değeri yüksek üretimle ihracatın önünü açmak için attıkları önemli adımların başında Türkiye Innovation Week'in geldiğini söyledi.

Türkiye Innovation Week'i 12 yıldır kesintisiz olarak düzenlediklerine dikkat çeken Gültepe, şöyle devam etti: “Bu yıl Türkiye Innovation Week'i yepyeni bir vizyonla tasarladık. Bu yılki temamız ‘Tomorrow: Now’, yani ‘Gelecek: Şimdi’. Bu tema bize gelecek hiç bu kadar yakın olmamış, bu kadar kapsamlı bir değişim yaratmamış ve bu kadar merakla beklenmemiştii hissini veriyor. Ama artık beklemiyoruz, çünkü gelecek geldi. Artık uzak bir ihtimal değil, tam da şu anda yaşanıyor. Gelecek artık takvimlerde değil, yapay zekâda ve kodlarda hayat buluyor. Bu güçlü mesajdan yola çıkarak geleceğin gereklerini bugünün iradesiyle uygulamaya geçiyoruz. Bu kapsamda İnovasyon Haftası'nı yapay zekâ ekseninde yeniden kurguladık. Her yıl olduğu gibi bu yıl da temamız



doğrultusunda akademiden iş dünyasına, girişimcilerden tasarımcılara ve kreatif endüstrilere kadar pek çok paydaş bir araya geliyor.”

GİRİŞİMCİLERE VE GENÇLERE DESTEK

TİM Başkanı Mustafa Gültepe, inovasyonun hem girişimcilikte hem de gençlerde nasıl bir dinamizm sağladığını bildiklerini belirterek, bu kapsamda her yıl olduğu gibi farklı kategorilerde inovatif girişimcilere ödüller vereceklerini söyledi.

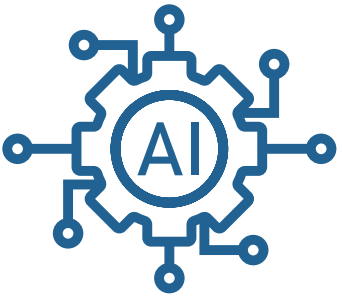
Rekor düzeyde başvuru alan İnovalİG yarışmasının ödülleri de takdim edeceklerini anlatan Gültepe, “Umuyoruz ki Türkiye Innovation Week 2025, girişimcilerimizi destekleyerek ülkemizi inovasyonda dünyanın öncü ülkeleri arasına sokma hedefimize katkı sağlayacak.” dedi.

“GELECEĞİN DİNAMİKLERİNİ BUGÜNDEN HAREKETE GEÇİRİYORUZ”

Türkiye Innovation Week'in detaylarını ise inovasyon ve sürdürülebilirlikten sorumlu TİM Başkan Vekili Kutlu Karavelioğlu açıkladı. Karavelioğlu, “Bu yılki temamız ‘Tomorrow: Now’,

TİM Başkanı Mustafa Gültepe:
“Türk ihracatçılarının girişimci ruhu ve yeniliklere açıklığı en büyük avantajımız. Doğru alanlara yöneldiğimizde, yapay zekâ, ileri teknoloji üretimi ve tasarım odaklı inovasyon gibi konularda küresel pazarda öne çıkabiliriz.”





Rakamlarla TIW 2025

Türkiye Innovation Week'te geride kalan 11 yılda 570 binden fazla katılımcıyla bir araya gelindi. 10 milyon izleyiciyle, 182 milyon etkileşim sağlandı. 1.125 konuşmacı ve 1.500'ü aşkın marka misafir edildi. İnovasyon programları kapsamında 600'ün üzerinde firma ödüllendirildi. Bunun yanında TIW'in kendisi de ödül aldı. Bu zamana kadar uluslararası arenada TIW'e 17 ödül takdim edildi. Bu özel ödüller, küresel etkinlik endüstrisini etkileyen bir başarı hikâyesi olarak görülüyor. Bu yıl TIW'de ayrıca 25 panel, dokuz masterclass, iki atölye, iki hackathon ve bir çalıştay gerçekleştirilecek.

yarın için kurduğumuz her cümleyi bugünün iradesiyle eyleme dönüştürme çağrısıdır. İnovasyonda atacağımız her cesur adım, ülkemizin yarınını doğrudan etkiliyor. 'Tomorrow: Now' yaklaşımıyla, teknolojiden iş modellerine, insan odaklı yaklaşımlardan kültürel zenginliklere kadar her alanda geleceğin dinamiklerini bugünden harekete geçiriyoruz." diye konuştu.

Türkiye Innovation Week'in ülkenin inovasyon ekosistemine on binlerce proje, sayısız iş birliği ve milyonlarca yeni fikir kazandırdığını ifade eden Karavelioğlu, şunları söyledi: "Girişimciler, yatırımcılar, gençler, akademisyenler ve sanayiciler arasında güçlü bir ekosistem oluştu. Biliyoruz ki inovasyon ortak akılla büyüyen, dayanışmayla serpilerek ve topluma değer katkısız gerçek anlamına kavuşan bir süreç. Tüm bu programların ortak paydası ölçülebilir etki ve ölçeklenebilir model. Gencinden KOBİ'sine, şampiyon firmalardan sosyal girişimlere kadar herkes için yarını bugünden çalıştıran bir zemin inşa etme gayretin-

deyiz. Türkiye'nin inovasyon kapasitesini ihracat, istihdam ve sürdürülebilirlik göstergelerine dönüştürmeye kararlıyız. Birlikte üretecek çok şeyimiz var."

EFSA NE HAKEM COLLINA GELİYOR

Etkinlikte bu yıl yapay zekânın küresel rekabet üzerindeki etkileri, devletlerin vizyonları, Türkiye'nin yapay zekâ atılımı, yaratıcı endüstrilerde tasarımın dönüşümü, iş ve kariyer modellerinin evrimi gibi stratejik başlıklar öne çıkacak. Bu kapsamda dünyanın farklı noktalarından alanında uzman isimlerin İstanbul'da bir araya geleceğini belirten Karavelioğlu, "Örneğin futbol dünyasının efsane hakemi, FIFA Hakem Komitesi Başkanı Pierluigi Collina da konuşmacılar arasında yer alacak. Collina'nın tecrübesiyle, milisaniyeler içinde adil karar verebilmenin, aşırı stres altında soğukkanlı kalabilmenin ve hata anında hızla toparlanıp oyuna yeniden devam edebilmenin inceliklerini dinlemek, iş dünyası için doğrudan uygulanabilir

bir liderlik dersi olacaktır." değerlendirmelerinde bulundu.

İNGİLTERE'NİN DAHİ ÇOCUĞU TIW'DE

Hâlen Cambridge Üniversitesi'nin yeni stratejik girişimi olan ve derin teknolojiye dayalı yeni şirketlerin kurulması ile ölçeklenmesini hızlandırmayı amaçlayan Founders Programı'nın Genel Müdürü görevini yürüten Gerard Grech'in bir diğer dünyaca ünlü konuşmacı olacağını ifade eden Karavelioğlu, şöyle devam etti: "Birleşik Krallık'taki unicorn sayısının katlanarak artmasını sağlayan ve İngiltere'yi ABD ile Çin'in ardından Avrupa'nın dijital lideri konumuna taşıyan kişi olan Grech, tecrübeleriyle Türkiye'nin girişimcilik ekosistemine ilham verecek. Yine ana sahnede dünyaca ünlü siber güvenlik uzmanı Ken Munro'nun canlı hacking performansını izleyeceğiz. Bunun yanında teknoloji yazarı Serdar Kuzuloğlu, LinkedIn EMEA Büyüyen Pazarlar Lideri Ali Matar, Nörobilim Uzmanı, Yazar Prof. Dr. Sinan Canan, Amplitude Avrupa Başkan Yardımcısı Tansu Yeğen, Klinik Psikolog ve Yazar Beyhan Budak, Axiom Space Hükümetler Arası İşlerden Sorumlu Yöneticisi Necmettin Kaymaz gibi daha birçok değerli konuşmacı da sahnede bizimle olacak. Etkinlikte, yedi ayrı salonda 100'den fazla konuşmacı yer alacak."

"Bu yıl bir de sürprizimiz var." diyen Karavelioğlu, "Türkiye Innovation Week'in dijital karakteri Inno, tam yedi yıl sonra yeniden sahneye çıkıyor. Açılış oturumunda İlber Ortaylı ve Oylum Talu ile birlikte sabah sohbeti yapacak. Inno yedi yıl aradan sonra yapay zekâ ile yeniden geliştirildi. Güncellenmiş yeni hâliyle tekrar

aramızda olacak ve yıllar önce başlayan hikâyesini bugünün diliyle yeniden anlatacak." dedi.

TIW, 17 ULUSLARARASI ÖDÜL ALDI

Karavelioğlu, Türkiye Innovation Week'in şimdiye kadar 17 uluslararası ödül kazandığını belirterek, "Bu başarı, küresel etkinlik endüstrisini etkileyen bir hikâye. Önümüzdeki dönemde stratejik ortaklıklarla uluslararası etkileşim ağıımızı güçlendireceğiz." ifadelerini kullandı. TIW'in, aynı zamanda Türkiye'nin genç yeteneklerini de destekleyen projelere ev sahipliği yaptığını söyleyen Karavelioğlu, "İnovaTİM, lise ve üniversite öğrencilerine inovasyon, yapay zekâ, AR-GE ve girişimcilik alanlarında eğitimler sunarken; İnoSuit ve İnovaLİG programları üniversite-sanayi iş birliği ve kurumsal inovasyonu destekliyor. Nitekim İnovaTİM bugün Türkiye'nin en büyük açık inovasyon ekosistemlerinden biri oldu. Öğrencilerimiz bugüne kadar 15,1 milyon dolar değerlendirilerek 1,16 milyon dolar yatırım aldı. Ayrıca, TİM-TEB Girişim Evleri aracılığıyla iki binden fazla teknoloji odaklı girişimciye destek verildi, bu girişimler 16 binden fazla kişiye istihdam sağladı." dedi.

YEŞİL DÖNÜŞÜM VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

Karavelioğlu, ihracatta küresel rekabet avantajının ancak ileri teknoloji ve sürdürülebilir çözümlerle sağlanabileceğini vurguladı. Bu çerçevede TİM-TÜBİTAK Yeşil İnovasyon Teknoloji Mentörlük Programı, GREENTİM ve ECOTİM aracılığıyla ihracatçıların hem dijital hem de yeşil dönüşümlerine destek verdiklerini aktaran Karavelioğlu, "150 bin

ihracatçımızın karbon emisyon hesaplamalarını GREENTİM üzerinden yapmasıyla yaklaşık 500 milyon dolarlık tasarruf sağlanacak. Bu platformlar inovasyonu sürdürülebilir kalkınmanın temel aracı haline getiriyor." diye konuştu.

İNOVALİG ÖDÜLLERİ SAHİPLERİNİ BULACAK

Türkiye'nin ilk kurumsal inovasyon geliştirme faaliyeti olan İnovaLİG, üniversite-sanayi iş birliği temelli mentorluk programı olan İnoSuit, TÜBİTAK tarafından yürütülen ve Dünya Bankası tarafından desteklenen Yeşil İnovasyon Teknoloji Mentörlük Programı da etkinlikte yer alacak. ECOTİM programı ve GREENTİM platformu da TIW'de olacak.

Kültür sanat alanında fiziksel ve dijital deneyimi birbirine bağlayan "fijital" tasarımlar, interaktif uygulamalar, ileri dönüştürülmüş eserler ve yeni medya üretimleri multidisipliner bir seçki sunacak. 18 sanatçı, dokuz sergi, dört dijital enstalasyon ve dört deneyim alanı bulunacak.

TİM Başkan Vekili Kutlu Karavelioğlu: "Türk ihracatçıların girişimci ruhu ve yeniliklere açıklığı en büyük avantajımız. Doğru alanlara yöneldiğimizde, yapay zekâ, ileri teknoloji üretimi ve tasarım odaklı inovasyon gibi konularda küresel pazarda öne çıkabiliriz."



Konuşmacılar



Prof. Dr. Abdurrahman Muhammed Uludağ
Galatasaray Üniversitesi
Rektörü



Ali Matar
LinkedIn EMEA Büyüyen
Pazarlar Lideri



Andrea Bertolini
Robotik ve Yapay Zeka
Düzenlemesi Avrupa Merkezi
(EURA) Direktörü



Beyhan Budak
Klinik Psikolog ve Yazar



Hande Ocak Başev
Yapay Zeka Odaklı İş Stratejisti
ve Girişimci



Ken Munro
Güvenlik Yazarı ve Konuşmacı



Kerem Dündar
London School Of Mind
Kurucusu



Kerem Özsü
EventGates Kurucu Ortağı



Levent Özbilgin
Microsoft Türkiye Genel
Müdürü



Dr. Mehmet Hakkıdır
TÜBİTAK Yapay Zeka
Direktörü



Michael Lewrick
İnovasyon Tasarımcısı ve
Yönetici Koçu



Dr. Mustafa Utku Özmen
Dünya Bankası Türkiye Ofisi
Kıdemli Ekonomist



Pierluigi Collina
Fifa Hakem Komitesi Başkanı



Prof. Dr. Selçuk Şirin
Akademisyen ve Yazar



Prof. Dr. Sinan Canan
Nörobilim Uzmanı, Yazar ve
AçıkBeyin Kurucu Başkanı



Doç. Dr. Şuayıp Birinci
Sağlık Bakan Yardımcısı



TÜRKİYE CUMHURİYETİ
TİCARET BAKANLIĞI

TİM

TÜRKİYE
İHRACATÇILAR
MECLİSİ

12 YIL

TIW²⁰₂₅
TÜRKİYE INNOVATION WEEK



**YILIN EN BÜYÜK
İNOVASYON BULUŞMASINA
HAZIR MISIN?**

EKİM 9 > 11

HALIÇ KONGRE MERKEZİ

**ONLINE KAYIT OL!
GİRİŞ ÜCRETSİZ**



www.turkiyeinnovationweek.com

YENİ EKONOMİK DÜZEN BÖYLE Mİ OLACAK?

Rekabet ortamının, yerini “yarar ve yakınlık” iletişimine bıraktığı yeni yapıda muhafazakârlık ve otoriter yapı güçleniyor. Bu bağlamda, “liberal kapitalist demokrasi” yerine “kapitalist seçimli demokrasi” ya da Çin ve Rusya’da gözlemlenen “kapitalist seçimli otokrasi” anlayışları öne çıkmaya başladı.



PROF. DR. EMRE ALKIN

Günümüz küresel ekonomisi ve siyasi yapısı, hızla değişen ve derinlemesine dönüşen bir evrim geçirmekte. Bu dönüşüm, özellikle iş dünyasının politikalarından tamamen bağımsız hareket edemeyecek hâle gelmesiyle kendisini göstermekte, otoriter rejimlerin güçlenmesi ve liberal demokratik yapıların gerilemesiyle yeni bir döneme işaret etmekte. Kaleme aldığım 2011 yılındaki bir makalede, “küresel liberal ekonomi ve demokrasi gerileme sürecine girmiş, otoriter yönetimlerin merkezileşmesi hızla artmaya başlamıştır” demiştim. Bu görüş, günümüzün ekonomik ve siyasi gelişmelerini anlayanın temel anahtarlarından biri oldu desem yanlış olmaz.

KAPİTALİZMİN ÇELİŞKİLERİ VE KURALLI EKONOMİNİN SINIRLARI

Söz konusu makalede serbest piyasa ekonomisinin teoride çok çekici görünmesine rağmen, pratikte uygulamada yaşanan ciddi sorunlara dikkat çekmiştim. Aslında güncel mikro detaylardan kendimizi ayırıp işin özüne baktığımızda karşımıza şu gerçek çıkıyor: Kapitalizmi kurallı ekonomi ve serbest piyasa ile test ettiğimizde, iki temel sıkıntı ortaya çıktı. Birincisi, kurallar sınırsız zenginleşmenin önüne geçmek

için yaratıldığı için, güç odakları bu kuralların üzerinden atlayıp kendi lehlerine kullanarak adaleti yozlaştırabiliyor. Buradan hareketle, ekonomik güçlerin kendi çıkarlarını gözetmesini önlemek için konulan kuralların, zaman zaman adaletsizliğe zemin hazırladığı ortaya çıkıyor.

İkinci önemli sorun ise aşırı mevzuat ve yasal karmaşanın, iş yapma refleksini ve esnekliği kökten zayıflatması. Aşırı mevzuat sebebiyle katma değeri artırmak ve yeni girişimler yapmak zorlaşırken ekonomide esneklik ve yenilikçilik âdeta engelleniyor. Bu durum, büyük şirketlerin rekabet ortamına ayak uydurmak yerine politik liderlerle yakınlaşmasına yol açıyor.

OTORİTERLEŞME VE YAPISAL REFORMLARIN ÇÖKÜŞÜ

Tüm bu gelişmeler, devlet aygıtının giderek daha otoriter ve merkezîyetçi bir hâle gelmesine sebep oluyor. Kanunlar sürekli değişiyor ve takip edilmesi zorlaşıyor; bu da yukarıda belirttiğim gibi iş dünyasının politik liderlerle doğrudan anlaşmaya gitmesine neden oluyor. Bu durum, yapısal reformların ertelenmesine ve piyasaların rekabetçi doğasının zayıflamasına yol açıyor. Artık eşit koşullarda yarışmak yerine, liderlere yakın olmak, var olan

sistemde “çekirdek” bir strateji hâline geldi.

Rekabet ortamının kalmadığı, yerini “yarar ve yakınlık” iletişimine bıraktığı bu yapıda, yeni bir muhafazakârlık ve otoriter yapı güçleniyor. Bu bağlamda, “liberal kapitalist demokrasi” yerine “kapitalist seçimli demokrasi” ya da Çin ve Rusya’da gözlemlenen “kapitalist seçimli otokrasi” anlayışları öne çıkmaya başladı. Bu yeni anlayışa göre, devletin ekonomik faaliyetleri ve piyasalardaki etkinliği artarken piyasa aktörlerinin hareket alanı daraltılıyor veya liderin icazetine bırakılıyor.

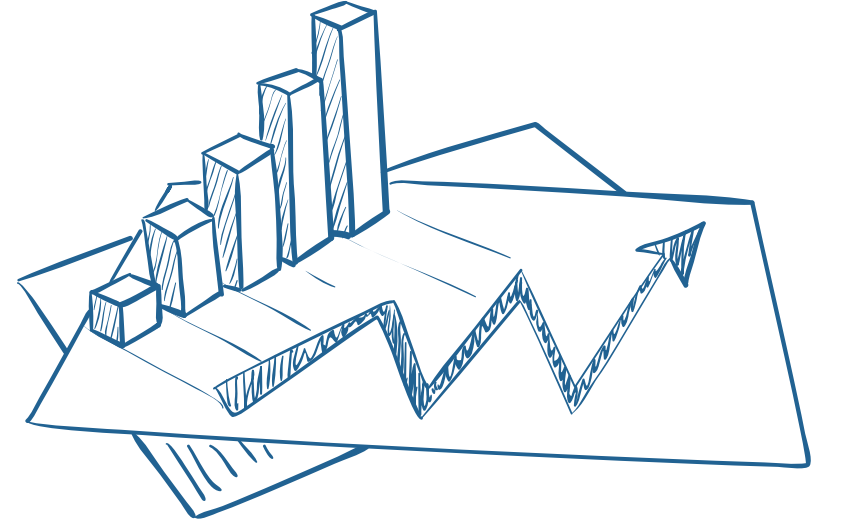
DEVLETİN VE SERMAYENİN YENİ ROLÜ

Dikkat çekmek istediğim bir diğer önemli nokta ise devlet ve sermaye ilişkileri. Günümüzde devletlerin ekonomik hayattaki etkisi, piyasanın özerkliği ile yarışır hâle geldi. Kamu otoritesi, sermayenin gelişmesini engelleyecek veya yönlendirecek biçimde hareket ederken bu hareket hem yasal hem de keyfi müdahaleleri kapsar duruma geldi. Bu yeni sistemde, hükümetlerin karşısındaki siyasi unsurların varlığının sermayedar sınıfı tarafından desteklenmesi yasa dışı olarak tanımlanıyor.

TEKNOLOJİNİN VE OTOKRASIYE GEÇİŞİN ÖNGÖRÜLERİ

Aldous Huxley’in 1950’lerde kaleme aldığı “Cesur Yeni Dünya” adlı eserinde belirttiği “Gelecekteki iktidarlar, kişilerin yeteneklerini geliştirmelerini desteklerken, bu yetenekleri siyasette kullanmalarına izin vermeyecek ve bunu cezalandıracak” kehanetini hatırlayalım. Günümüzde ise, teknolojik gelişmeler ve gözetim sistemleriyle bu öngörünün

Aşırı mevzuat sebebiyle katma değeri artırmak ve yeni girişimler yapmak zorlaşırken ekonomide esneklik ve yenilikçilik âdeta engelleniyor. Bu durum, büyük şirketlerin rekabet ortamına ayak uydurmak yerine politik liderlerle yakınlaşmasına yol açıyor.



gerçeğe dönüşmekte olduğunu görüyoruz.

Dijital teknolojilerin, büyük veri ve yapay zekânın, otoriter rejimlerin elinde âdeta bir araç hâline geldiği bu dönemde, bireylerin özgür iradeleri kısıtlanmakta ve hareket alanları daraltılmakta. Bu ortamda, devletler veya büyük şirketler, vatandaşların bütün hareketlerini izleyebilir, etik sınırları zorlayarak onları kontrol altına alabilir. Bu gelişme, “yeteneklerini serbestçe kullanma ve geliştirme özgürlüğünün” devlet kontrolü altında tutulacağı yeni bir otokrasi biçiminin şekillenmesine zemin hazırlıyor desem yanlış olmaz...

SONUÇ: GELECEK GÖRÜNÜMÜ VE ALTERNATİF PERSPEKTİFLER

Tüm bu gelişmeler, Huxley’nin öngördüğü diğer distopik senaryoları da doğrular nitelikte. Bu süreçleri doğru analiz etmek,

önümüzdeki dönemlerde alınacak önlemler ve siyasi tercihler açısından büyük önem taşıyor. Çoğunluğun kabul ettiği gerçek şu: “Devletlerin müdahalesi ve vatandaşların katılımı olmadan sürdürülebilir bir kalkınma mümkün değildir.” Ancak yeni muhafazakarlık vatandaşın katılımı konusunda tereddütlü. Çünkü katılma ya da katılmamanın tercihe bağlanması, liberal yaklaşımlara davetiye çıkarıyor. Bu durumda “kapitalist seçimli demokrasi” projesi rafa kalkar. Dolayısıyla “ben ne diyorsam onu yap, seni aç bırakmayacağım” diyen devletin karşısında “beni ez ama beni aç bırakma” diyen kitleler oluşuyor.

Sanırım “gelişme ve özgürlüklerin sınırlandırılması, totalitarizme doğru bir adım mı, yoksa yeni bir denge mi?” sorusu, önümüzdeki yılların en önemli tartışma konularından biri olacak.

Ticarette Küresel Riskler Stratejik Sektörlerle Aşılıyor



Makroekonomik politikalar, artan maliyetler ve kurdaki dengesizlik nedeniyle rekabet gücünün giderek zayıfladığı küresel pazarda Türkiye, yüksek katma değerli ürünlerinin ihracata sağladığı katkıyla yol alıyor.

Türkiye, tarihin her döneminde stratejik konumu, ticari yollara yakınlığı, üretime elverişli altyapısı ve ham madde kaynaklarındaki çeşitlilik gibi daha pek çok özelliğiyle küresel ticaretin tercih edilen aktörlerinden biri oldu. Özellikle son 20 yıldır her geçen gün ilerleme kaydeden bu konumunu, pandemi salgını gibi küresel tedarik zincirlerinin en zorlu dönemlerinde bile korumayı başardı.

Ancak özellikle son birkaç yıldır, kur politikalarındaki değişken seyir, girdi maliyetlerindeki artış ve düşük katma değerli üretim, iyiye doğru giden bu tabloyu derinden sarstı. Ülkeyi küresel ticarette öne çıkaran sektörler bu süreçten en çok etkilenenlerin başında geliyor. Maliyet dengesinin şaştığı günümüz şartlarında, ihracatta başı çeken sektörlerin dış ticaret dengesinde gerçekleşen bozulma dikkat çeken bir hâl aldı.

Üretim her ne kadar devam etse de özellikle hazır giyim, otomotiv, çelik, elektrik-elektronik gibi bir dönem ihracat fazlası veren lokomotif sektörler, ithalatın hızlı yükselişi karşısında açık vermeye başlarken ihracatın kurtarıcısı olan alt sektörler genel ekonomiye katkı vermeye devam ediyor. Küresel ticaret zincirindeki yeni gündemlerin değiştirdiği dengeler sonucunda sektörlerin gerçekleştirdiği performanslar gelecek için ne söylüyor?

İHRACATTA ARTAN İTHALAT BASKISI

Türkiye'de ihracatın dinamları arasında otomotiv, demir-çelik, kimyevi maddeler, elektrik-elektronik, hazır giyim ve tarım ürünleri öne çıkıyor. 2024 yılı genel ihracat tablosu incelendiğinde ülkenin toplam ihracatına en fazla katkı sağlayan sektörlerin başında da yine bu saydıklarımız geliyor. 2024 yılında ihracat yüzde 2,5'lik artışla

262 milyar dolara yükselirken ithalat da yüzde 5,0 azalarak 344 milyar 20 milyon dolar olarak gerçekleşti. Genel ihracattan motorlu kara taşıtları yüzde 12,7, mekanik cihazlar ve aksamaları yüzde 9,8, mineral yakıt ve yağlar yüzde 6,3, elektrikli cihazlar yüzde 6,2 ve plastik mamulleri yüzde 4,2'lik pay üstlendi. İhracatın ithalatı karşılama oranı ise yüzde 76,1 olarak gerçekleşti.

Kur politikalarının, ithalatı ucuza getiren bir zemin hazırlaması yurt içinde yüksek maliyetlerle mücadele eden sanayicinin rekabet gücünü eritiyor. En fazla ihracat yapan sektörlerin ithalat oranlarında göze çarpan yükseklik, ihracattaki büyüme hızının ithalatın gerisinde kaldığını gösteriyor. Türkiye'nin toplam ihracatının yarısından fazlasını sırtlayan otomotiv, hazır giyim, kimyevi maddeler, çelik, demir ve demir dışı metaller ile elektrik-elektronik sektörlerindeki ihracatın ithalatı karşılama oranının belirgin şekilde gerilemesi ekonomi politikalarının getirdiği riskleri gözler önüne seriyor. İhracatçı firmaların

Kur politikalarının, ithalatı ucuza getiren bir zemin hazırlaması yurt içinde yüksek maliyetlerle mücadele eden sanayicinin rekabet gücünü eritiyor.



Türkiye'nin toplam ihracatının yarısından fazlasını sırtlayan otomotiv, hazır giyim, kimyevi maddeler, çelik, demir ve demir dışı metaller ile elektrik-elektronik sektörlerindeki ihracatın ithalatı karşılama oranının belirgin şekilde gerilemesi ekonomi politikalarının getirdiği riskleri gözler önüne seriyor.

maliyet yapısını doğrudan etkileyen bu durum, küresel pazardaki konumlarını tehdit ederek ciddi bir yapısal kaymaya işaret ediyor.

İHRACATIN LOKOMOTİFLERİNDE AÇIK BÜYÜYOR

Türkiye'nin ihracat şampiyonu otomotiv sektöründe, 2020'den bu yana ihracat artışı yüzde 47 düzeyinde kalırken ithalattaki sıçrama yüzde 107'yi bularak iki katından fazla gerçekleşti. Bu orantısızlık, özellikle son yıllarda ithal araç talebindeki artışın yerli üretimi zorladığını ve sektörün dış ticaret fazlası verme kabiliyetini kaybettiğini gösteriyor.

Benzer bir kan kaybı da katma değeri yüksek sektörlerden biri olan hazır giyimde yaşanıyor. Beş yıllık süreçte ithalatın yüzde 119 gibi rekor bir oranda artması, sektörün dış ticaret fazlasının 2021'den bu yana en düşük seviyesine inmesine neden olurken ihracatın ithalatı karşılama oranı ise 2021'deki 1.000'li seviyelerden yüzde 580'lere gerilemiş durumda. Bu sert düşüş, sektördeki rekabet gücünün azaldığını ve ucuz ham madde ithalatının yerli üretimi zorladığına işaret ediyor.

Dış ticaret dengesinde alarm zillerinin çaldığı önemli sektörlerden biri de çelik oldu. 2020-22 yılları arasında dış ticaret fazlası veren çelik sektörü, son iki yıldır

açık vermeye başladı. İhracatın gerilemesi ve ithalatın yerinde saymasıyla birlikte sektörün geçmişteki güçlü pozisyonu sarı-sılmış durumda. Yüksek teknoloji gerektiren elektrik-elektronik sektöründe ise dış ticaret açığı 18 milyar doları aştı. Sektördeki ithalat artışı, özellikle son üç yılda, ihracatın hızını belirgin bir şekilde geçerek teknolojik bağımlılığın getirdiği maliyeti gözler önüne seriyor.

En büyük altı ihracatçı sektör arasında dış ticaret dengesinde görece pozitif ayrıışan tek sektör kimya oldu. Kimya sektöründe de dış ticaret açığı bulunuyor ancak ihracatın ithalatı karşılama oranının son beş yılın en yüksek seviyesi olan yüzde 34'e ulaşması sektörün küresel pazardaki pozisyonunu iyileştirme çabasını gösteriyor.

GENEL İHRACATA ALT ÜRÜN GRUPLARINDAN ÖNEMLİ KATKI

Türkiye'nin makro verileri, sanayideki küresel dalgalanmalara rağmen ayakta kalma kapasitesini ortaya koyuyor. Ticaret akışını olumsuz etkileyen tüm zorluklara rağmen ihracatın her geçen yıl büyümesi ve hedeflerin hep daha yükseğe koyulmasının sebeplerinden biri de alt ürün gruplarının genel ihracata sağladığı destekten kaynaklanıyor. Plastik, otomotiv

yedek parça, denim, ev tekstili, kuru meyve, arpa, çorap, beyaz eşya gibi yüksek katma değerli ürün üreten sektörler, ülke ekonomisinin daha güçlü bir konuma gelmesini sağlıyor.

İhracatta sağlanan bu direncin en önemli kalemlerinden biri kimya sektörünün alt ürün gruplarından plastik sektörü. Kimyevi maddeler ve mamulleri sektörü, 2024 yılında gerçekleştirdiği 2,6 milyar dolarlık ihracatla toplamdan yüzde 12 pay aldı. Kimya ihracatının en güçlü kalemi olan plastikler ve mamulleri ise yaklaşık 786 milyon dolarlık ihracatla sektörün lideri oldu.

Aynı şekilde tekstil ve hazır giyim sektörlerinin en önemli alt ürün gruplarından biri olan ev tekstili de 2024 yılında gerçekleştirdiği 2,8 milyar dolarlık ihracatla genel ihracata ciddi bir katkı sundu. Fiyat tutturmakta zorlanıldığı için rekabet gücü düşen sektör buna rağmen dünya sıralamasında dördüncü sırada yer alıyor. Bu başarıda ev tekstili sanayicilerinin gayretli üretimiyle mümkün kılınıyor.

Kuru meyve sektörünün önemli ihracat ürünleri arasında yer alan çekirdeksiz kuru üzümde, 2023/24 sezonunda 207 bin ton ihracatla 489 milyon dolar gelir elde edildi. Sektör, 153 bin 593 tonluk ihracatla son 25 yılın en düşük miktarını gerçekleştirse de 546,5 milyon dolarlık ihracat geliriyle bugüne kadarki en yüksek döviz girdisine ulaştı. Miktar bazındaki yüzde 26'lık düşüşe rağmen ihracat fiyatlarının dolar bazında yüzde 51 artması sayesinde gelir seviyesi yüzde 12 yükselmiş oldu.

DENİM SEKTÖRÜNÜN İHRACAT BİRİM FİYATI ÖNEMLİ BİR SEVİYEYE ULAŞTI

Denim kumaşı, hazır giyim ve konfeksiyon sektörü içinde



yüksek katma değeri ve küresel ölçekteki güçlü konumuyla öne çıkan bir alt segmentlerden biri. Dünya denim üretiminin yüzde 50'den fazlası Asya kıtasında gerçekleşiyor. Çin küresel pazarda, Hindistan, Türkiye, Pakistan ve Bangladeş ise sektörün en büyük üretici ülkeleri olarak dikkat çekiyor. Çin, yüksek hacimli temel denim üretimiyle bilinirken; Hindistan, orta ve premium segment arasında dengeli ürün gamıyla Bangladeş ve Pakistan uygun fiyatlı ürünleriyle Türkiye ise premium ürünlerdeki uzmanlığıyla konumlanıyor.

Sektör öylesine gelişmiş durumda ki Türkiye'nin 2024 yıl sonu itibarıyla hazır giyim ve konfeksiyon sektöründeki ihracat birim fiyatı 15,2 dolar/kilogram olarak gerçekleşirken denim giyimde bu rakam 21,9 dolar/kilograma yükselerek sektörün genel ortalamasının üzerinde bir değer yarattığını gösteriyor. Denim ürünleri yalnızca üretim kapasitesi açısından değil, aynı zamanda küresel moda

Plastik, otomotiv yedek parça, denim, ev tekstili, kuru meyve, arpa, çorap, beyaz eşya gibi yüksek katma değerli ürünler üreten sektörler, ülke ekonomisinin daha güçlü bir konuma gelmesini sağlıyor.

TÜRKİYE'NİN NET İHRACAT KALEMLERİNİ OLUŞTURAN SEKTÖRLERİN 2024 YILI İHRACATLARI

Otomotiv yan sanayi	16 milyar dolar
Silah	7,1 milyar dolar
Ev tekstili	2,8 milyar dolar
Çorap	1,1 milyar dolar
Un	1,1 milyar dolar
Plastik mamulleri	786 milyon dolar
Kuru üzüm	489 milyon dolar
Denim kumaşı	273 milyon dolar





Beyaz eşya sektörünün iç satışları 2025 yılının ilk sekiz ayında yüzde 7 düşüşle 6,7 milyon adet, ihracatı yüzde 7 gerileyerek 13,4 milyon adet, üretimi ise yüzde 9 azalışla 19,6 milyon adet olarak kaydedildi.

endüstrisine sağladığı yüksek katma değer bakımından da küresel pazarda stratejik bir rol oynuyor.

BEYAZ EŞYA SATIŞLARI 2024'TE 10 MİLYONU AŞTI

32 milyon adetlik üretim ve 22,5 milyon adetlik ihracat kapasitesi bulunan beyaz eşya sektörü, 60 bin doğrudan, 600 bin dolaylı istihdam alanı sağlıyor. Üretiminin yüzde 70'ini ihraç eden bir beyaz eşya sektörü, dış pazarda ortaya koyduğu performans ile bugün dünyanın en büyük ikinci üreticisi konumunda. Ayrıca Türkiye'nin dış ticaret fazlası verdiği sektörler arasında da başı çekiyor.

Beyaz eşya sektörü, 2024 yılında iç satışlar kanadında oldukça canlı bir performans sergiledi. Türkiye Beyaz Eşya Sanayicileri Derneği (TÜRKBESE) verilerine

göre buzdolabı, çamaşır makinesi, bulaşık makinesi, fırın, derin dondurucu ve kurutucu gibi altı ana ürün grubunda iç satışlar bir önceki yıla kıyasla yüzde 7 artarak yaklaşık 10,18 milyon adede ulaştı. Sektör iç piyasada güçlü bir konumda olsa da ihracatta zorlu bir dönem geçirdi. 2024 yılında ihracat yüzde 3 oranında azalarak geriledi. Yılın tamamındaki toplam ihracat ve iç satış hacmi ise 32,6 milyon adet ile yüzde 0,4'lük bir daralma kaydetti.

2025 yılının ilk sekiz ayında sektörün iç satışları; yüzde 7 düşüşle 6,7 milyon adede, ihracat yüzde 7 gerileyerek 13,4 milyon adede, üretim ise yüzde 9 azalışla 19,6 milyon adede indi. İç satış ve ihracatın toplamından oluşan genel satış hacmi ise yüzde 7 düşüş ile 20,1 milyon adet olarak gerçekleşti.

“TÜRKİYE, TİCARİ ARAÇLARDA AVRUPA’NIN ÜRETİM ÜSLERİNDEN BİRİ”



Cengiz Erol
Otomotiv Sanayii Derneği
Yönetim Kurulu Başkanı

Son beş yıl, dünya otomotiv sanayi açısından olağanüstü gelişmelerin yaşandığı bir dönem oldu. Pandemiyle birlikte ortaya çıkan arz ve tedarik zinciri sorunları, enerji ve ham madde fiyatlarındaki dalgalanmalar, jeopolitik gerilimler ve Çin'in giderek artan rekabeti küresel ticaret dengelerini önemli ölçüde değiştirdi. Aynı zamanda birçok ülkenin korumacı yaklaşımlarını artırması ve yeni nesil regülasyonları devreye alması gibi eğilimler hız kazandı. Avrupa Birliği'nin sıkışan sürdürülebilirlik odaklı regülasyonları ve karbon nötr hedefleri de üreticileri elektrifikasyona daha hızlı geçiş yapmaya zorladı ve bu durum sektör genelinde maliyetler üzerinde ciddi baskılar yarattı.

Türk otomotiv sanayisi ise tüm bu zorluklara rağmen ihracatta gücünü korudu. Pandemi nedeniyle 2020 yılında ihracat değerimiz 25,9 milyar dolara kadar gerilese de sonraki yıllarda hızlı bir toparlanma gerçekleşti. 2023'te 36 milyar dolar, 2024'te ise 37 milyar dolar ile ihracatta art arda tarihi rekorlar kırıldı. 2025 yılının ilk sekiz ayında da güçlü performansımız devam etti. Geçen yılın aynı dönemine göre ihracat değer bazında yüzde 12 oranından artarak 26 milyar dolar seviyesine ulaşmıştır.

“ANA SANAYİMİZ YARATTIĞI KATMA DEĞERLE ÖNE ÇIKIYOR”

Türk otomotiv sanayisi, ihracatın alt sektörlerindeki dengeli gelişim ve çeşitlenme sayesinde küresel pazarlardaki konumunu her geçen yıl güçlendiriyor. ÖİB verilerine göre ana sanayi ihracatı yaklaşık yüzde 60 pay ile ihracatın büyük bölümünü oluşturmaya devam

ederken tedarik sanayinin ise son yıllarda düzenli bir artış eğilimi göstererek küresel değer zincirlerindeki rolünü güçlendirdiği görülüyor.

Ticari araçlarda ise ihracat yıllara yayılan istikrarlı bir artış göstermiş, Türkiye bu segmentte Avrupa'nın öne çıkan üretim üslerinden biri hâline gelmiştir. Bu durum, sanayimizin farklı ürün gruplarında sahip olduğu uzmanlıklarla uluslararası pazarlarda rekabet üstünlüğünü koruduğunu ortaya koyuyor. Burada özellikle vurgulanması gereken nokta, ana sanayinin yalnızca hacim olarak değil, yarattığı katma değerle de öne çıkmasıdır. Ana sanayide kilogram başına ihracat değeri 2020'de 10,2 dolar seviyesindeyken 2024'te ise 12,19 dolara yükselmiş ve ülke ortalamasının çok üzerinde gerçekleşmiştir. Bu tablo, ana sanayinin ileri teknolojiye dayalı üretim kapasitesi ve yüksek katma değerli ürün yapısının, Türk otomotiv sanayisini küresel ölçekte farklılaştıran temel unsur olduğunu gösteriyor.

Türk otomotiv sanayisi, üretim odaklı yapısını aşarak teknoloji, sürdürülebilirlik ve mobilite çözümlerini de kapsayan çok boyutlu bir ekosistem hâline geldi. Bugün küresel rekabetin temel kriterleri arasında yer alan teknoloji geliştirme hızı, yazılım tabanlı çözümler ve sürdürülebilirlik alanlarında kararlılıkla ilerliyor. Alternatif yakıt teknolojileri, düşük karbonlu malzemeler, yapay zekâ destekli üretim sistemleri, yeşil lojistik uygulamaları ve döngüsel ekonomi çözümleri bu dönüşümün merkezinde yer almakta; ihracatın niteliğini daha yüksek katma değerli ürünler lehine dönüştürmektedir.

Türk otomotiv sanayisi, üretim odaklı yapısını aşarak teknoloji, sürdürülebilirlik ve mobilite çözümlerini de kapsayan çok boyutlu bir ekosistem hâline geldi.

“TÜRKİYE’NİN NET İHRACATÇI KİMLİĞİNİ KORUYABİLMESİ İÇİN ARZ GÜVENLİĞİ ÖNEMLİ”



Mehmet Ali Işık
Ege Kuru Meyve ve Mamulleri
İhracatçıları Birliği Yönetim
Kurulu Başkanı

Son iki yıldır çekirdeksiz kuru üzümde rekoltenin düşmesi nedeniyle miktar bazında uzun yılların en düşük ihracat seviyesi-ne ulaşılmasına rağmen gelirlerde tarihi bir zirvenin görülmesi, ürünün uluslararası pazarlarda değerli bulunduğunu ve fiyatlandırma stratejisinin doğru uygulandığını gösteriyor. Ancak şunu vurgulamak gerekir ki yalnızca fiyat artışına dayalı bir model, uzun vadede sürdürülebilir değil. Türkiye’nin net ihracatçı kimliğini koruyabilmesi için öncelikle üretim ve arz güvenliğinin sağlanması, iklim değişikliğine karşı adaptasyon yatırımlarının hızlandırılması ve üreticiye maliyet avantajı sağlayacak politikaların uygulanması hayati önem taşıyor. Bununla birlikte katma değerli üretime geçiş; organik, izlenebilir, ambalajlı ve markalı ürünlerin ihracat payının artırılması uzun vadede Türkiye’nin küresel pazarlardaki gücünü pekiştirecektir.

Ton başına yaklaşık 1.000 dolarlık fiyat farkı, özellikle fiyat hassasiyeti yüksek pazarlarda bazı dezavantajlar doğurabilir. Bazı geleneksel alıcılar daha uygun fiyatlı alternatiflere yönelebilir. Ancak Türkiye’nin stratejisi, rakiplerle fiyat üzerinden değil, kalite, güvenilirlik, izlenebilirlik, gıda güvenliği ve sertifikasyon odaklı rekabet üzerine kuruludur. Özellikle Avrupa Birliği, ABD ve İngiltere gibi yüksek kalite kriterlerine sahip pazarlarda Türkiye, organik üretim, kalıntısız ürün arzı, izlenebilirlik sistemleri ve sürdürülebilirlik odaklı projeleri sayesinde bu fiyat farkını tolere ettirebilmektedir. Dolayısıyla rekabet gücümüzü yalnızca fiyat üzerinden değil, farklılaşma stratejileriyle desteklememiz

gerekliyor. Aynı zamanda üretim maliyetlerinin düşürülmesi, verimlilik artışı ve lojistik avantajların etkin kullanımı, fiyat farkını yönetilebilir kılmak açısından kritik önemde.

“YENİ COĞRAFYALARDA DA GÜÇLÜ BİR İHRACATÇI ÜLKE İMAJI İNŞA EDİLEBİLİR”

Bugün Türkiye, Avrupa Birliği ülkeleri ve İngiltere gibi geleneksel pazarlarda güçlü bir varlığa sahip. Ancak küresel ticarete değişen tüketim eğilimleri ve yeni orta sınıfın yükselişi, farklı coğrafyalarda önemli fırsatlar sunuyor. Öncelikle Güneydoğu Asya ülkeleri, Endonezya, Vietnam, Filipinler, Malezya artan nüfusları ve büyüyen orta sınıflarıyla sağlıklı gıdaya talebin hızla arttığı pazarlar. Körfez ülkeleri (BAE, Suudi Arabistan, Katar) ise yüksek gelir seviyeleri ve ithalat bağımlılıkları nedeniyle öncelikli hedeflerimiz arasında yer alıyor. Latin Amerika (özellikle Brezilya ve Meksika) işlenmiş gıda ve atıştırmalık sektörleri açısından potansiyel sunarken Uzak Doğu’da Japonya başta olmak üzere, Güney Kore ve Tayvan premium ve sağlıklı gıda talebinin yoğun olduğu pazarlar. Türkiye’nin bu pazarlarda net ihracatçı kimliğini pekiştirebilmesi için hedefe yönelik tanıtım faaliyetleri, uluslararası fuar katılımları, yerel dağıtım ağlarıyla iş birlikleri ve markalı ürün stratejilerinin eş zamanlı yürütülmesi gerekmektedir. Böylece yalnızca geleneksel pazarlarda değil, yeni coğrafyalarda da güçlü ve sürdürülebilir bir ihracatçı ülke imajı inşa edilebilir.

“PLASTİK SEKTÖRÜ, TÜRKİYE’NİN UZUN SÜREDİR NET İHRACATÇI OLDUĞU BİR ALAN”



Ömer Karadeniz
Plastik Sanayicileri
Federasyonu (PLASFED)
Yönetim Kurulu Başkanı

Türkiye plastikler ve mamulleri sektörü, ağustos ayında 786 milyon dolarlık ihracatla bir kez daha sektörün lider kalemi olmayı başardı. Bu istikrarlı ve sürdürülebilir büyümenin arkasında, güçlü bir üretim altyapısı ve sürekli yenilenen teknoloji yatırımları yer alıyor. Üreticilerimiz, son yıllarda Endüstri 4.0 uygulamalarına, dijitalleşmeye ve otomasyona önemli yatırımlar yaparak üretim hatlarını daha verimli, enerji tasarruflu ve sürdürülebilir hâle getirdi. Bu sayede hem maliyet avantajı sağlıyor hem de küresel ölçekte rekabet gücü artırılıyor.

Bunun yanı sıra sektördeki kümelenme ve organize sanayi bölgelerinin yarattığı sinerji, ham madde tedarik zincirinden lojistiğe kadar pek çok alanda verimlilik sağlıyor. Firmalarımızın AR-GE ve inovasyona ayırdığı bütçelerin artması, teknik plastikler, medikal malzemeler ve katma değeri yüksek ambalaj ürünleri gibi alanlarda yenilikçi çözümler geliştirilmesine imkân tanıyor. Ayrıca üretim süreçlerinde karbon ayak izini azaltmaya yönelik yatırımlar ve geri dönüşüm kapasitesinin artırılması, sektörün hem çevresel sürdürülebilirlik hedeflerine katkı sunmasını hem de yeşil ekonomi çerçevesinde yeni pazar avantajları yakalamasını sağlıyor.

“TÜRKİYE, AVRUPA’NIN EN BÜYÜK İKİNCİ PLASTİK ÜRETİM KAPASİTESİNE SAHİP”

Plastik sektörü, Türkiye’nin uzun süredir net ihracatçı olduğu stratejik bir alan. Küresel rekabette bizi öne çıkaran en büyük avantajlarımız; güçlü üretim altyapımız, yüksek kapasite kullanım oranlarımız, esnek üretim kabiliyetimiz ve genç, dinamik iş

gücümüzdür. Türkiye, Avrupa’nın en büyük ikinci plastik üretim kapasitesine sahip olmasıyla dikkat çekiyor. Coğrafi konumumuz sayesinde Avrupa, Orta Doğu ve Afrika pazarlarına kısa sürede ulaşabiliyoruz, bu da teslim sürelerimizi rakiplerimize göre ciddi şekilde kısaltıyor.

Buna karşılık, sektörümüzün bazı dezavantajları da var. Yüksek enerji maliyetleri ve ham madde tedarikinde dışa bağımlılık, rekabetçiliğimizi zorlayan başlıca unsurlar. Ayrıca AB Yeşil Mutabakatı kapsamında karbon emisyonu ve geri dönüşüm hedeflerine uyum için yapılması gereken yatırımlar sektörümüz için önemli bir maliyet kalemi oluşturuyor. Bu nedenle, döngüsel ekonomiye geçiş hızlandırmak, geri dönüşüm teknolojilerine ve sürdürülebilir üretime daha fazla yatırım yapmak kritik önceliğimiz.

“AFRİKA ÜLKELERİ STRATEJİK BÖLGELER ARASINDA”

Türk plastik sektörü, mevcut güçlü pazarlarımız olan Avrupa ve Orta Doğu’nun yanı sıra Afrika ülkeleri, Orta Asya ve Güney Amerika’da yeni büyüme fırsatları görüyor. Özellikle altyapı, inşaat, ambalaj ve otomotiv endüstrisinin hızla büyüdüğü Afrika ülkeleri, önümüzdeki dönemde net ihracatçı kimliğimizi pekiştirebileceğimiz stratejik bölgeler arasında. Ayrıca katma değeri yüksek teknik plastikler, medikal ve gıda ambalajları gibi alanlarda AR-GE yatırımlarımızı artırarak küresel rekabette farklılaşmayı hedefliyoruz. Türkiye plastik sektörünün, sürdürülebilirlik ve yenilikçilik ekseninde dönüşümünü hızlandırarak küresel pazarlarda daha güçlü bir oyuncu olmaya devam edeceğine inanıyoruz.

Küresel rekabette bizi öne çıkaran en büyük avantajlarımız; güçlü üretim altyapımız, yüksek kapasite kullanım oranlarımız, esnek üretim kabiliyetimiz ve genç, dinamik iş gücümüzdür.

“DENİM SEKTÖRÜNÜN BİRİM FİYATI, TÜRKİYE ORTALAMASINDAN 15 KAT FAZLA”



Şeref Fayat
Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği Hazır Giyim ve Konfeksiyon Sektör Meclis Başkanı

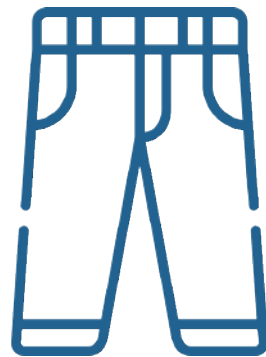
Türkiye Hazır Giyim sektörünün ihracat birim fiyatı 2024'te 15,2 dolar/kilogram iken denim giyimde bu rakam 21,9 dolar/kilogram olarak kaydedildi. Fiyatların artmaması konusunda müşterilerimizden ciddi bir baskı var. Sektör olarak işçilik ve ham madde maliyetlerimizin artmasına rağmen bu durumu fiyatlarımıza yansıtamıyoruz. Aslında Türkiye'de denim giyim alanında kazanç elde edebilmek için ihracat birim fiyatının en az 25 dolara çıkması gerekiyor. Çünkü Türkiye, döviz kurunun baskılanması nedeniyle rakiplerine göre oldukça pahalı bir ülke hâline geldi. Örneğin denim alanında Mısır'dan yüzde 40; Bangladeş, Vietnam, Kamboçya, Çin gibi ülkelerden yüzde 50 daha pahalıyız. Dolayısıyla birim fiyatın yüksekliği, biraz da daha ucuza ürün üretemiyor olmamızdan kaynaklanıyor. Kur politikasının aynı şekilde devam etmesi durumunda 2026 yılının 2025'ten bile daha zor geçme ihtimali olduğunu öngörüyorum. Ancak denim sektörü, net ihracatçı konumunu sürdürecektir.

Sektörümüz uzun zamandır ana pazarımız olan Avrupa haricinde Amerika'ya konsantre olmuş durumda. TİM'in önderliğinde ABD pazarına yönelik birçok etkinlik düzenleniyor, bunlar devam edecektir. Fakat ABD'de yüzde 15'lik ek vergi uygulaması ile karşı karşıyayız. Rakiplerimizin vergi dilimi daha yüksek olduğu hâlde aramızdaki fiyat farkı, girdi maliyetlerimiz nedeniyle bir hayli fazla. Avantajlı bir vergi diliminde olsak bile pazarda eskisinden farklı bir konumda değiliz. Dolayısıyla Türkiye'nin ABD ile çok sıkı ilişkiler geliştirdiği bu dönemde hazır giyim ve tekstil sektöründe vergi

muafiyeti sağlanabilirse çok faydalı olur. Böyle bir gelişme sonrasında sektörümüz, ABD pazarında çok önemli bir sıçrama yaşayabilir.

“KATMA DEĞERİ SAĞLAYARAK NET İHRACATÇI POZİSYONUMUZU KORUYORUZ”

Denim alanında çok önemli tasarımcılarımız ve pazara yakınlığımız sebebiyle önemli bir katma değer yaratıyoruz. Yaklaşık 22 dolarlık ihracat birim fiyatı demek, Türkiye'nin toplam ihracat kilogram ortalamasının 15 kat fazlası demek. Hazır giyim sektöründe denim üreticileri olarak biz, bu katma değeri sağlayarak net ihracatçı pozisyonumuzu koruyoruz, yüzde 90 dış ticaret fazlası veriyoruz ve üzerimize düşeni yapıyoruz. Moda alanındaki başarımız, ana pazarlara yakınlığımız ve bünyemizde bulunan kumaş fabrikalarımız oldukça önemli ve bizi rakiplerimizden ayıran bir güç. Fakat tabii ki asıl rekabet son fiyatta. Farklı ülkeler bizden ucuza üretim gerçekleştirdiğinde müşteriler, o ülkeleri tercih edebiliyor. Ekonomi politikalarının rekabet edebileceğimiz seviyelere getirilmesi durumunda sektör daha yüksek fiyatlarla, daha yüksek ihracat hacimlerine ulaşabilir.



Moda alanındaki başarımız, ana pazarlara yakınlığımız ve bünyemizde bulunan kumaş fabrikalarımız oldukça önemli ve bizi rakiplerimizden ayıran bir güç.

“TÜRK BEYAZ EŞYA SEKTÖRÜ KÜRESEL REKABETTE GÜÇLÜ YÖNLERİYLE ÖNE ÇIKIYOR”



Gökhan Sığın
TÜRKBESED Yönetim Kurulu Başkanı

Türkiye beyaz eşya sektörünün 2024 yıl sonu verilerine baktığımızda, ihracat adetlerimizin 22,4 milyon ile 2020 yılı seviyesine gerilediğini görüyoruz. TÜİK verilerine göre sektörün toplam dolar bazlı ihracatı da yaklaşık 2020 bandına dönmüş durumda. Bu da son üç-dört yılda elde edilen büyüme ivmesinin kaybedildiği anlamına geliyor. Ürün bazında bakıldığında ise düşüş daha da belirginleşiyor. Dört ana ürün grubunda (buzdolabı, çamaşır, bulaşık ve fırın) ihracat hacimleri beş yıl önceki seviyelere geriledi. Örneğin adet bazında buzdolabı ve bulaşık makinesi ihracatı 2019 yılı rakamlarının bile gerisine düşerken, çamaşır makinesi ihracatı son altı yılın en düşük seviyesinde gerçekleşti.

Bununla birlikte, Türkiye beyaz eşya sektörü güçlü yönleriyle küresel rekabette öne çıkmaya devam ediyor. Türkiye, yüzde 7'lik üretim hacmiyle Avrupa'nın birinci, dünyanın ise en büyük ikinci beyaz eşya üretim merkezi konumunda. Üretimimizin yüzde 70'ini ihraç eden bir sektör olarak dış pazarlarda elde ettiğimiz başarı bizi bugün dünyanın en büyük ikinci üreticisi haline getirdi. Yüksek üretim kapasitesi, güçlü yan sanayi ağı, Gümrük Birliği entegrasyonu ve stratejik coğrafi konumunun sağladığı hızlı erişim avantajı, kalite ve güvenilirlik algısı, sektörün küresel rekabetteki konumunu pekiştiriyor. Özellikle sektörün AR-GE ve inovasyona verdiği stratejik önem sayesinde enerji verimliliği, dijitalleşme ve çevre dostu teknolojilerde kaydedilen hızlı ilerleme, Türkiye beyaz eşya sektörünün teknoloji odaklı gücünü daha da artırıyor.

Buna karşılık artan girdi, enerji

ve finansman maliyetleri ile ticaret politikalarındaki belirsizlikler, rekabetçiliğin korunması için önemli kırılganlıklar yaratıyor. Dış pazarlarda Uzak Doğulu oyuncuların rekabetçi maliyetlerle elde ettikleri pazar payı kazanımları da sektörümüz üzerinde ilave baskı oluşturuyor. Bu zorlukları aşmada kritik unsurlardan biri de ihracatı destekleyen mekanizmaların devamlılığı. Bu çerçevede, ihracat odaklı sanayimizin sürdürülebilirliği için Dahilde İşleme Rejimi'nin (DİR) etkinliğinin korunmasını oldukça önemli görüyoruz.

“İHRACAT KAPASİTESİNİ SÜRDÜRÜLEBİLİR KILACAK ADIMLAR ATILMALI”

Hedefimiz, ihracatçı konumumuzu uzun vadede korumak ve güçlendirmek. Bu stratejik hedefe ulaşabilmek için sektörün rekabet gücünü destekleyecek ve ihracat kapasitesini sürdürülebilir kılacak adımların atılması büyük önem taşıyor. Bu çerçevede, üretim maliyetlerini artırarak enflasyonist etkilere yol açabilecek ilave yüklerden kaçınılmasını kritik buluyoruz. Özellikle bu bağlamda ticaret politikası önlemlerinin kamu yararı gözetilerek, sanayi üretimini ve ihracatı destekleyecek şekilde şekillendirilmesi büyük önem taşıyor. Bununla birlikte, başta DİR'in güçlü biçimde sürdürülmesi olmak üzere; finansmana erişim imkânlarının iyileştirilmesi, yeşil ve dijital dönüşüm yatırımlarına yönelik hedefli teşviklerin hayata geçirilmesi ve yeni pazar açılım stratejilerinin desteklenmesi, sektörün ihracat performansının yeniden ivme kazanmasına katkı sağlayacaktır.

Küresel pazarlardaki daralma ve yüksek maliyet baskılarına karşılık, sektörün rekabetçiliğini, üretim kapasitesini ve istihdamını destekleyecek uzun vadeli politikalara her zamankinden daha fazla ihtiyaç duyuluyor.

“Ülkemizin Üretim Kapasitesine ve İhracatına Önemli Bir Katkı Sağlıyoruz”

Koton’un, özgün iş modeli ile rakiplerinden farklılaştığını ifade eden Koton CEO’su Dr. A. Bülent Sabuncu, “Moda ve hazır giyim perakendesindeki diğer şirketlerden uygulamalarımız, sahip olduğumuz değerler ve uzman ekibimiz sayesinde ayrışıyoruz.” diyor.



Koton CEO’su Dr. A. Bülent Sabuncu: “Bugün hâlâ Türkiye’nin en sevilen kadın markası olmayı sürdürüyoruz. Müşterimize en iyisini sunma kararlılığımız, moda ve hazır giyim perakendesindeki diğer şirketlerden uygulamalarımız, sahip olduğumuz değerler ve uzman ekibimiz sayesinde ayrışıyoruz.”

Güçlü marka imajıyla Türkiye’nin hazır giyimdeki potansiyelini globale taşıyan Koton, 34 ülkede bulunan 456 mağazası ile bugün dünyanın herhangi bir yerinde ya da herhangi bir e-ticaret kanalında kendine çok kolay yer bulabilme gücüne sahip.

Yeni fikirlerden, farklı tarzlardan ilham alarak ve başkalarına ilham vererek her geçen gün moda iddiasını güçlendiren Koton, iş birliklerini de çok büyük bir özen ve incelikla yönetiyor. “Hazır giyim perakendesi son derece dinamik, her gün yeni bir şey öğrenilen, heyecanı çok yüksek bir sektör.” diyen Koton CEO’su Dr. A. Bülent Sabuncu, markanın başarı yolculuğunu TİM Report dergisine anlattı.

“Trend in Time” mottosunun verdiği güç ile 37 yılı geride bırakan Koton’un, yolculuk boyunca en kritik dönüm noktaları neler oldu? Bu dönüm noktaları, bugünkü stratejiyi nasıl şekillendirdi?

1988 yılında, henüz 20’li yaşların başlarında iki genç girişimci olan Gülten Yılmaz ve Yılmaz Yılmaz, İstanbul Kuzguncuk’ta ihraç fazlası ürünleri satan 25 metrekairelik bir mağaza açtı. 1992’de toptan hazır giyim ürünleri satışına başladılar. 1995 yılında Almanya’da ilk showroom’u açtılar. Artık Koton ve Ole markaları kendi etiketleriyle Almanya pazarında satılıyordu. Bu adım Koton’un moda konusunda Avrupalı müşterileri

Türkiye’deki yüksek enflasyonist ortamda birçok ihracatçı firma üretimini ağırlıklı olarak yurt dışına kaydırırken biz müşterilerimize trend ve kaliteli ürünler sunma vizyonumuzu karşılayabilmek adına üretimimizin yüzde 81’ini Türkiye’de gerçekleştirmeye devam ediyoruz.

tanınması ve moda gözünü güçlendirmesi açısından önemli adımlardan biriydi. 2000 yılında Koton, kârlı ve büyüyen bir ihracatçı hâline geldi. Türkiye’de de ağırlıklı olarak ihracata üretim yapan ve 10 adet küçük metrekairelik mağazası olan bir marka oldu.

2002 yılında Orta Doğu, Rusya ve Balkanlar’da ilk mağazalar açıldı. Bu yıllarda önemli stratejik kararlardan biri alındı. Türkiye’de alışveriş ve yaşam kültürü değişiyor, peş peşe AVM’ler açılıyor ve hazır giyim perakendesi için fırsatlarla dolu bir dönem başlıyordu. Bu fırsatı gören Koton, tüm odağını perakendeye kanallıze etme kararı aldı. Eş zamanlı olarak marka konumlandırmasını belirlemek için Türkiye çapında çok büyük ölçekli, 20 bin kişilik bir müşteri profili ve beklentileri araştırması yaptırdı. Bu araştırma, müşterilerin bol çeşit ve ferah mağaza isteğini ortaya koyuyordu. Koton her zaman olduğu gibi müşterisini dinleyerek mağazacılık konseptini bu beklentileri karşılayacak şekilde tasarlamaya başladı. Büyük metrekairelik ferah bir ortamda, müşterilerine bol çeşitli, erişilebilir fiyatlarla en moda ürünleri sunmaya odaklandı. Takip eden 10 yıl boyunca çift haneli rakamlarla büyümesini sürdürdü. 2012 yılında ise Türkiye’nin öncü girişim sermayesi şirketi Turkven’in ortaklığı geldi. Bu ortaklık hem markalaşma sürecinde hem global büyümede çok önemli bir katkı sağladı.

Hazır giyim perakendesi son

derece dinamik, her gün yeni bir şey öğrenilen, heyecanı çok yüksek bir sektör. Yeniliklere çok hızlı adapte olabilmeyi, doğru zamanda harekete geçmeyi ve ölçülü riskler almayı her gün yeniden öğrendiğiniz bir okul âdeta. Seneler içindeki bu kazanımlarımızla bugün hâlâ Türkiye’nin en sevilen kadın markası olmayı sürdürüyoruz. Müşterimize en iyisini sunma kararlılığımız, moda ve hazır giyim perakendesindeki diğer şirketlerden uygulamalarımız, sahip olduğumuz değerler ve uzman ekibimiz sayesinde ayrışıyoruz.

Rekabetin en yoğun yaşandığı sektörlerden biri olan hazır giyimde, Koton’u Türkiye’nin öncü markası konumuna taşıyan rekabet avantajlarını nasıl tanımlarsınız?

Koton, moda ve hazır giyim perakendesinde bir marka. İhraç fazlası ürünler satan küçük bir mağazadan bugün global bir moda markasına dönüşmesinin de rekabetten ayrılmasının da arkasında bu tutku var. Modayı ve tasarımı iyi biliyor, müşterimizi iyi tanıyoruz. Trendleri en hızlı şekilde koleksiyonlarımıza yansıtmak için çok sayıda trend tahminleme aracı kullanıyoruz ve en büyük yatırımı her zaman trende yapıyoruz. Bu yatırımları sürdüreceğiz. Bunun yanı sıra özgün iş modelimiz bizi farklılaştırıyor. Moda ve hazır giyim perakendesindeki diğer şirketlerden uygulamalarımız, sahip olduğumuz değerler ve uzman ekibimiz sayesinde ayrışıyoruz.

“Franchise Mağazalarla Afrika Pazarına Girmeyi Hedefliyoruz”

2025’in ilk yarısında mağaza açılışlarımız ağırlıklı olarak yurt dışında devam etti. Körfez Bölgesi başta olmak üzere Macaristan, Sırbistan ve Kosova’da da mağazalar açtık. Körfez Bölgesi’nde bölgenin önde gelen perakende gruplarından olan Apparel Group ile olan ortaklığımız kapsamında Suudi Arabistan, Birleşik Arap Emirlikleri, Bahreyn ve Umman’da mağazalar açtık. Bu mağazalarımızın performansından oldukça memnun olduğumuzu söyleyebilirim. Yılın ilk altı ayında bu bölgedeki LFL satışlarımız dolar bazında yüzde 13, temmuz ayında ise yüzde 47 seviyesinde gerçekleşti. Yıl sonuna Körfez Bölgesi’nde 7-8 mağaza açılışı daha planlıyoruz. Bu yıl sonuna kadar Katar, önümüzdeki sene de Kuveyt pazarına girmeyi hedefliyoruz. Ayrıca Afrika pazarına da franchise mağazalar ile girmeyi planlıyoruz.



Koleksiyon iş birliklerimiz markamızın ayrıştığı bir diğer önemli başlık. Marka yönetiminde sahip olduğumuz kabiliyetlerimizi, tarzlarıyla öne çıkan tasarımcılarla veya influencerlarla birleştirerek özel koleksiyonlar hazırlıyoruz. İlk koleksiyon iş birliğimizi, 2008 yılında dünyada moda markaları bu alana girmeden çok önce müşterimize sunmuştuk. Moda, dünya-daki değişimlere en hızlı uyum sağlayan hatta bir adım önde giden bir sektör. Yeni fikirlerden, farklı tarzlardan ilham alarak başkalarına ilham vererek moda iddiamızı güçlendirdiğimize inanıyoruz. Bunun için iş birliklerini çok büyük bir özen ve incelikte yönetiyoruz. Her biri birbirinden değerli isimlerle yollarımızın kesişmiş olmasını her zaman bir zenginlik olarak görüyoruz.

Marka imajımız da güçlü. Dünyanın herhangi bir yerinde herhangi bir e-ticaret pazar yerinde kendimize çok kolay yer buluyoruz. Koton'un 34 ülkede bulunan 456 mağazası ile yaygınlığı ve marka bilinirliği var. Ve bu bilinirlik tasarımlarımızın ve ürünlerimizin gücü ile bizi pazar yerleriyle anlaşılmak konusunda önümüzü açıyor.

Bugün Koton, Türkiye'nin en iyi kadın moda markası olarak öne çıkıyorsa bunun arkasında; kadının güçlendirilmesine verdiğimiz değerin kurumsal gayelerimizden biri olması da önemli bir yer tutuyor. Gerçekten hissederek uyguladığımız sürdürülebilirlik anlayışımızla da sektörümüze yön veriyor, liderlik ediyoruz. Sadece sürdürülebilirlik ekseninde değil sektörümüzün gelişimi için birçok konuda, tedarikçilerimiz ve iş ortaklarımızla birlikte çalışıyoruz.

Farklı coğrafyalardaki tüketici beklentilerine uyum sağlama noktasında koleksiyonlarınızı oluştururken nasıl bir yol izliyorsunuz?

Dünya üzerinde 70'ten fazla ülkeye Koton ürünlerini satıyoruz. Global trendleri yansıtan geniş bir koleksiyon yapımız var ve bu koleksiyonlar olması gerektiği gibi tüm mağazalarımızda yer alıyor. Bununla beraber iklimi, mevsimi, geleneği, moda anlayışı birbirinden farklı coğrafyalarda bulunuyoruz ve bu pazarların kendine özgü talepleri oluyor.

Soğuk ülkelerin ihtiyacı kaşmir kazak olurken körfez ülkeleri serin tutan keten istiyor. Marka

ekiplerimiz bu ihtiyaç ve beklentilere göre koleksiyonları çeşitlendiriyor. Bütün bu ürünler için üretimi yüzde 81 gibi büyük bir oranda Türkiye'de yerel tedarikçilerle gerçekleştiriyoruz. Maliyetlerin bu kadar yükseldiği bir dönemde bile üretimi yurt dışına kaydırmak yerine ülkemizden almaya, ülkemize kazandırmaya devam ediyoruz. Bunu yaparken tedarikçilerimizle uzun vadeli iş birlikleri yürütmeye özen gösteriyoruz. Ülkemizin üretim kapasitesine ve ihracatına da Koton olarak önemli bir katkı sağlıyoruz.

Türkiye'nin hazır giyim sektöründeki üretim altyapısı ve inovasyon kapasitesi hakkında neler söylersiniz? Global pazarda daha da güçlü bir konum için nasıl bir yol izlenmeli?

Ülkemizde maalesef markalaşma olması gerektiği seviyelere gelmedi. Markalaşma gelişmediği için bunun getirisini global çapta henüz arzu ettiğimiz seviyelerde aldığımızı söyleyemeyiz. Bununla beraber sahip olduğumuz önemli avantajlar var. Bunlardan biri, yerel üretim gücünü kullanabilme yeteneğimiz. Nitekim pandemi sonrası hem esnek üretim kabili-

yetinin hem de avantajlı coğrafi konumun olumlu etkisini sektör olarak birebir yaşadık.

Fakat bu alanda işler global ekonomik dalgalanmaların etkisine açık. Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası verileri, tekstil sektörünün kapasite kullanım oranının 2025 Ocak ayında yüzde 71 seviyesinde sabitlenmiş olduğunu gösteriyor. Sektörün üretim kapasitesini tam olarak kullanabildiğini söylemek mümkün değil. İnovasyon tarafında ise dijitalleşme ve sürdürülebilirlik yatırımlarına yönelen firmalar rekabet avantajı kazanacaklar. Özellikle AB ürün pasaportu düzenlemeleri sonrasında işletmelerin bu dönüşüme ayak uydurmaları kaçınılmaz hâle gelecek. Ülke olarak sahip olduğumuz lojistik avantajı sürdürülebilirlik üzerine kurulu bir yapıya dönüştürebilmemiz en önemli husus.

Artan enerji, işçilik ve ham madde maliyetleri kaynaklı olarak son dönemde bazı üreticilerin alternatif pazarlara yönelmesi, Türkiye'nin hazır giyim ve tekstil ekosisteminde kapasite kaybı riski doğmasına neden oldu. Bu süreçte Türkiye'deki üretim gücünüzü korumak için nasıl bir yol haritası izliyorsunuz?

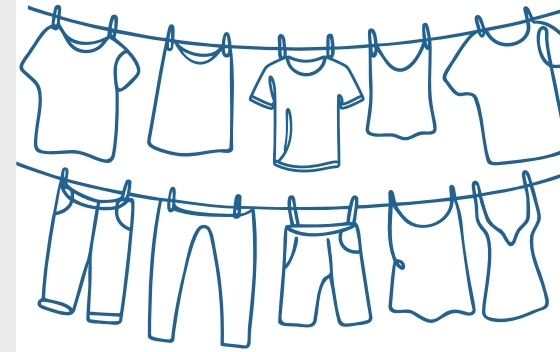
Biz yüzde 81 oranında Türkiye'den alım yapan bir marka olarak, Türk tekstil sektörüne hem moda vizyonu anlamında hem de kapasite kullanımı anlamında önemli bir destek sağlıyoruz. İşimiz hızlı moda; işimiz müşteri-mize hızlı yanıt vermeyi dolaşısıyla esnek bir tedarik zinciri gerektiriyor. İş modelimiz, yerli kaynak kullanmanın avantajıyla birlikte bize yaklaşık dört ila sekiz haftalık kısa teslimat sürelerini mümkün kılıyor. 300 civarında aktif tedarikçiyle çalışıyoruz.

Tedarikçilerimizle ortalama iş birliği süremiz 7,5 yılı aşıyor. Biz bu avantajlarımızla doğru üretim planlaması ve tedarikçi yönetimiyle fiyat yapısını dengede tutmaya çalışıyoruz.

Bir kısım üretim içinse yurt dışı tedarikçilere gitmemiz gerekebiliyor. Üretim gücümüzü Türkiye'de tutmak adına, planlamalarımızda tedarikçilerimizin mevcut kapasitelerini göz önünde bulunduruyoruz. Onların gelişimlerini destekleyerek yüksek kalite standardımızı karşılamalarını sağlıyor, aynı zamanda süreçlerini iyileştirmelerine yardımcı olarak hız ve verimlilik kazanmalarına katkıda bulunuyoruz. Böylece ortak bir büyüme ve sürdürülebilir üretim elde ediyoruz.

2020'de yayımladığınız “Yaşama Saygı Manifestosu”ndan bu yana sürdürülebilirlik kapsamında nasıl bir vizyon belirlendi? Koton'un bu yaklaşımdaki duruşu hem Türkiye'deki hem de uluslararası pazarlardaki konumuna nasıl yansıyor?

Manifestomuzda vurguladığımız gibi, sürdürülebilirliği iş yapış biçimimizin ayrılmaz bir parçası olarak ele alıyoruz. İşimizin her aşamasında aldığımız aksiyonlarla, sürdürülebilirliği soyut bir kavram olmaktan çıkarak, ürün ve hizmet döngümüzün bir parçası haline getirmeye gayret ediyoruz. Su tüketimi, enerji tüketimi, dünyamıza dost elyaf ve diğer hammaddeler, geri dönüşüm, atık yönetimi alanlarında hayata geçirdiğimiz aksiyonları sürdürülebilirlik raporumuzda kamuoyuyla paylaşıyoruz. Sürdürülebilir pamuk üretimini teşvik etmek amacıyla oluşturulan Better Cotton Inititave'a üye olan Türkiye'deki ilk perakende şirketiyiz. Sürdürülebilir ürünlerimizin toplam cirosu her yıl artış gösteriyor.



“Yılın İlk Yarısında E-Ticaret Kanalında Yüzde 107 Büyüme Kaydettik”

Koton olarak e-ticaret kanalı ile birlikte 70'in üzerinde ülkede müşterilerimize ulaşıyoruz. Yurt dışında özellikle Avrupa'da Zalando ve BDT Ülkeleri'nde Wildberries gibi önde gelen platformlarda satışlarımız iyi gidiyor. Yılın ilk yarısında, yurt dışı e-ticaret kanalında yüzde 107 büyüme kaydettik. Ayrıca, yeni pazarlara önce e-ticaretle girerek müşteriyi tanımaya özen gösteriyoruz. 2023 yılında Hindistan'a girerek bu denemeleri yapmaya başladık. Bu yıl da Amerika'da e-ticaret faaliyetlerimizi yürütmek amacıyla bir şirket kurduk ve önümüzdeki dönemde bu pazara da girmeyi planlıyoruz.



Sürdürülebilirlik raporumuzda da belirttiğimiz gibi 2024 yılında bu ürünler toplam ciromuzun yüzde 34'ünü oluşturdu. Mağaza/lojistik operasyonlarımızda enerji verimliliği yatırımlarımızla yüzde 25 tasarruf sağladık.

Çevresel etkileri azaltmak için bir kısmı, diğer yandan toplumsal sorumluluklarımız var. Sürdürülebilir kalkınma için kaçınılmaz bir gereklilik olan toplumsal cinsiyet eşitliği, en güçlü yatırımı yaptığımız başlıklardan biri. Bugün Koton'da kadın çalışan oranımız yüzde 72, kadın yönetici oranımız yüzde 54 ve yönetim kurulunda kadın oranımız yüzde 67. Kurum içi uygulamalarımız yanında, "El Emeği" ve "Ev Kadınları" projesi gibi, iş yaşamının dışında kalan kadınları ekonomik ve sosyal hayata dahil ettiğimiz projelerimiz uzun yıllardır devam ediyor.

İçinde bulunduğumuz sektörde uluslararası standartlarda sürdürülebilir uygulamalarla hem topluma hem de çevreye değer katmaya gayret ediyoruz. Sürdürülebilir ürünlerimizi dünyada satış yaptığımız 70'ten fazla ülkeye

ulaştırıyoruz. İnisiyatiflerimizi ve uygulamalarımızı müşterilerimize anlatıyoruz. Erken atılmış olduğumuz adımlar sayesinde önümüzde bizi bekleyen AB Yeşil Mutabakat'ına bağlı düzenlemelere hızlı şekilde adapte olabileceğiz.

2025 yılının ilk sekiz ayını Koton özelinde değerlendirdiğinizde nasıl bir tablo çizersiniz?

Yılın ilk sekiz ayında zorlu makroekonomik koşullara ve daralan tüketici talebine rağmen Koton olarak stratejik önceliklerimize odaklanarak büyümeye devam ettiğimizi ve piyasadan pozitif ayrıştığımızı söyleyebilirim. Üretim özelinde baktığımızda, Türkiye'deki yüksek enflasyonist ortamda birçok ihracatçı firma üretimini ağırlıklı olarak yurt dışına kaydırırken biz müşterilerimize trend ve kaliteli ürünler sunma vizyonumuzu karşılayabilmek adına üretimimizin yüzde 81'ini Türkiye'de gerçekleştirmeye devam ediyoruz. Bu zorlu dönemde uzun süreli ilişkiler kurmaya özen gösterdiğimiz tedarikçilerimize de destek oluyoruz.

Satışlarımızı değerlendirmek gerekirse 14 Ağustos'ta açıkladığımız, 2025 yılı altı aylık finansal sonuçlarımızda da görebileceğiniz gibi dinamik fiyatlandırma politikamız, operasyonel hızlanma ve etkin stok yönetimimiz sayesinde Türkiye'de mağazacılıkta yılın ilk altı ayında geçtiğimiz yıla kıyasla yüzde 7,5 reel büyüme kaydettik. LFL satış rakamlarımız temmuz ayında nominal olarak yüzde 48 iken ağustos ve eylül aylarında da yine piyasa verilerinin üzerinde seyretti. Yurt içinde mağaza sayımız değişmezken mağazalarımızdaki optimizasyon çalışmalarımız sayesinde metrekare verimliliğimizi ilk altı ayda dolar bazında yüzde 27 artırdık. Bu sonuçları değerlendirdiğimizde, yurt içinde pazar payı kazandığımızı söyleyebilirim.

Satışlarımızın yüzde 25'inden fazlasını oluşturan yurt dışı pazarlarda ise kârlılık odağımız ile büyümeye devam ediyoruz. Yılın ilk altı ayında yurt dışı satışlarımız dolar bazında yüzde 9 büyürken güçlü TL ve enflasyon muhasebesinin finansallarımız üzerindeki olumsuz etkisiyle TL cinsinden daralma görülüyor. Mart ayının sonunda başlayan kur hareketiyle TL'nin güçlü pozisyonunun azalmasının, ileriye dönük finansallarımıza olumlu yansımaları bekliyoruz.

Buderus

Geleceğin ısıtma sistemleri.

Yeni
620 kW
kapasite

Büyük projeler için çok yönlü çözüm

Buderus Logano plus KB472 Yer Tipi Yoğuşmalı Kazan, yeni nesil Alüminyum Magnezyum Silisyum (AlMgSi) alaşımlı ısı eşanjörü sayesinde, düşük düzeyde su devresi direnci, yüksek gidiş suyu sıcaklığı, 50 K yüksek gidiş dönüş suyu sıcaklık farkıyla çalışabilir. 1:6 gibi geniş bir modülasyon aralığına sahip ön karışimli brülör sayesinde düşük ses seviyesi, yüksek performans ve yüksek verimlilik sağlar. 1,7 m²'lik minimum alanı ile maksimum kapasiteyi sağlayabilen Logano plus KB472, yüksek verim ve esnekliğin bir arada olduğu, en dar alanlarda bile yüksek kapasite sunan kompakt bir sistem çözümüdür.

**Bu Buderus.
Bu uzmanlıktan siz de yararlanın.**



/Buderus Türkiye



/buderus_turkiye



/buderustr



/buderusturkiye

www.buderus.com/tr | 444 5 474



Doğudan Yükselen Güç Birliği Dalgası Yeni Dünya Düzeninin Habercisi mi?

Şangay İşbirliği Örgütü Zirvesi'nde yaşanan gelişmeler, küresel gücün Asya'ya yönelişinin hızlandığını gösteren sinyaller verdi. Rekabetin yeni bir boyuta taşındığı dönem akıllara tek bir soruyu getiriyor: ABD'nin tek taraflı politikalarının karşısında durarak yükselen Asya ekonomileri, küresel güç dengelerini değiştirebilecek mi?

Dünya uzun bir süredir değişim rüzgârları etkisi altında. Bu da uzun bir süredir etkisi altında olduğumuz ekonomik belirsizlik, tedarik zincirlerinde değişim, siyasi kutuplaşma gibi durumları beraberinde getiriyor. Küresel ekonomide ve pazarda dengelerin yeniden şekillendiği bu dönem, aynı zamanda büyük bir liderlik yarışına tanıklık ediyor. Amerika Birleşik Devletleri (ABD) ve Çin arasında uzun yıllardır devam eden rekabet; Donald Trump'ın tekrar başkan olmasıyla daha da şiddetlenmiş, iki ülke arasındaki gümrük vergisi misillemeleriyle de durum iyice gergin bir hâl almıştı.

ABD, küreselde hâlâ etkili ve aktif bir rol üstlense de yılın ilk çeyreğinde tarife belirsizliği nedeniyle ekonomisi yüzde 5 küçülme yaşadı. İkinci çeyrekte bir büyüme yaşadı ancak bu toparlanma sinyalleri olumlu değerlendirilmiyor. Çünkü ülke ekonomisi ilk yarıda sadece yüzde 1,4 büyümüş görünüyor, bu da ABD için oldukça düşük bir oran.

Çin tarafında ise durum nispeten daha iyi ilerliyor. Trump'ın gümrük vergilerine rağmen ekonomisi, 2025'in ilk yarısında yüzde 5,3 oranında bir büyüme yaşayan Çin, Asya üzerinde oluşan olumlu imaja en büyük katkıyı sunuyor. Asya ekonomisinin itici güçlerinden olan Rusya ise 2025 yılını durgun geçiren ülkelerden. Ancak ekonomisindeki soğumaya rağmen Rusya Merkez Bankası, 2025 yılının ilk çeyreğinde Rusya GSYİH'sinin yıllık bazda yüzde 1,4 arttığını bildirdi. Yani uygulanan kısıtlayıcı politikalarına karşı Asya bölgesinde iyimser bir tablo hâkim. Süreç bu şekilde devam ettiği takdirde Asya'da yaşanan ekonomik gelişmeler küresel dinamikleri değiştirecek gibi duruyor.



KÜRESEL BÜYÜMENİN YÜZDE 60'I ASYA- PASİFİK'TEN GELİYOR

Asya-Pasifik bölgesi, yalnızca devasa ekonomik hacmiyle değil yenilikçi iş kültürü, dinamizmi ve hızlı dönüşüm kapasitesiyle de küresel ekonominin en cazip merkezlerinden biri hâline gelmiş durumda. Yüzyıllardır Atlantik merkezli gelişen ekonomik düzen, günümüzde Pasifik'e doğru kayıyor. Dünya Bankasına göre küresel büyümenin yüzde 60'ı Asya-Pasifik'ten geliyor. IMF projeksiyonlarına göre ise 2030'a kadar bölgenin Küresel Gayri Safi Yurtiçi Hasıla içindeki payı yüzde 50'yi aşacak. Bölge ülkeleri 20 trilyon doların üzerinde bir yıllık ticaret hacmi yaratıyor.

Brookings Institution verilerine göre Doğu Asya'daki yükselen ekonomiler hâlihazırda dünya mal ve hizmet ticaretinin yüzde 17'sini oluşturuyor ve bu ülkelerde dış ticaretin gayri safi yurtiçi hasıla'ya oranı ortalama yüzde 105'e çıkıyor. Latin Amerika ve Afrika'daki benzer ekonomilerin oldukça üzerinde olan bu rakam, büyümesini sürdürecektir gibi duruyor. Şanghay İşbirliği Örgütü'nün 25. zirvesindeki güç birliği ile mesajı da Asya ekonomilerinin

Doğu Asya'daki yükselen ekonomiler hâlihazırda dünya mal ve hizmet ticaretinin yüzde 17'sini oluşturuyor ve bu ülkelerde dış ticaretin GSYH'ye oranı ortalama yüzde 105'e çıkıyor.

Şanghay İşbirliği Örgütü, dünya nüfusunun yüzde 43'üne, küresel GSMH'nin ise yüzde 28'ine sahip olmasıyla önemli bir gücü elinde bulunduruyor.

geleceği adına olumlu sinyal verdi.

ŞANGHAY İŞBİRLİĞİ ÖRGÜTÜ, KÜRESEL GSMH'NİN YÜZDE 28'İNE SAHİP

31 Ağustos-3 Eylül tarihleri arasında düzenlenen Şanghay İşbirliği Örgütü'nün (ŞİÖ) 25'inci Devlet Başkanları Konseyi Zirvesi, sadece katılımcı ülkeler arasındaki ilişkileri değil bütün küresel dengeleri dönüştüren bir platform olarak dikkat çekti. Dünya nüfusunun yüzde 43'üne, gayri safi millî hasılasının ise yüzde 28'ine sahip olan ŞİÖ, küreseldeki en büyük örgüttür. Ticaretin itici güçleri olarak görülen Çin, Rusya ve Hindistan ile birlikte 10 tam üye, 14 diyalog ortağı ve gözlemci ülkeden oluşan ŞİÖ, mevcut yapısı ile Orta Asya ülkeleri arasındaki iş birliklerini teşvik eden ve kalkınmayı amaçlayan bir örgüt olarak tanınıyor. Örgüt üyesi ülkelerin yüz ölçümlerinin toplamı ise Avrasya kıta parçasının yaklaşık yüzde 65'ini kapsıyor.

Zirvede yer alan ülkeler hem toplu hem de birebir temaslarda bulunarak önemli ve stratejik görüşmeler gerçekleştirme fırsatı buldu. Bununla birlikte zirvenin son günü olan 3 Eylül'de ise Çin, Japonya'ya karşı kazanılan zaferin 80. yıl dönümünü görkemli bir askeri geçit töreniyle kutladı.

Askeri geçit töreninde Çin ordu-su, uçak, tank, füze ve helikopter gibi en gelişmiş savunma sanayi ürünlerini sergiledi. Gerçekleştirilen bu tören, her ne kadar Çin'in geleneksel bir kutlama organizasyonu olsa da -özellikle ABD'ye yönelik- bir güç gösterisi olarak yorumlandı.

STRATEJİK ÜLKE TEMASLARI GERÇEKLEŞTİRİLDİ

Türkiye'nin de katıldığı zirve, bu yıl Rusya, Çin ve Kuzey Kore arasında artan koordinasyon ve diplomatik temaslarla dikkat çekti. Üç lider arasındaki ılımlı iletişimin bu kadar dikkat çekmesinin en büyük sebebi ise ortak noktalarına bağlandı. Üç ülke de batı liberalizmi ile ABD hegemonyasına karşı çıkıyor ve nükleer silahlanma konusunda büyük bir gücü elinde bulunduruyor. Bu nedenle de bu birliktelik mesajı, ABD'ye yönelik doğrudan bir meydan okuma olarak algılandı.

Çin ve Hindistan arasında uzun süredir devam eden ve iki ülkenin ilişkilerine de yansıyan gerginlik zirve ile birlikte tatlıya

bağlandı. İki ülke ilişkilerinin gelişiminde Trump'ın, Hindistan'a yönelik uyguladığı politikaların da etkisi büyük. Hindistan Başbakanı Narendra Modi, Rusya lideri Vilademir Putin ile de oldukça dikkat çekici görüşmeler gerçekleştirdi. Amerika'nın tarifeleri ve petrol konusunun gündemde olduğu bir dönemde gerçekleşen bu görüşme çok dikkat çekti.

Çin Devlet Başkanı Şi Jinping, Shangay ruhuna değindiği konuşmasında önemli mesajlar verdi. Dünyayı, soğuk savaş mantalitesine karşı çıkmaya davet eden Şi, "Tek taraflı zorbalığa karşı hep birlikte karşı duralım." dedi.

ASYA'DAN GELEN GÜÇ MESAJINA TRUMP'IN VERDİĞİ KARŞILIK

Trump, bu güç birliğini ciddiye almadığını ifade etse de karşı atak yapmaktan geri durmuyor. ABD başkanı, Avrupa Birliği'ne yaptığı yeni çağrı ile Çin ve Hindistan'dan yapılan ithalata yüzde 100'e varan gümrük vergileri uygulanmasını istedi. Putin'e, Ukrayna'daki savaşa son vermesi için baskı yapmak



Türkiye açısından zirve hem mevcut jeopolitik çizgiyi güçlendirme hem de yeni aktörlerle iş birliği olanaklarını genişletme noktasında önemli bir rol oynuyor.

isteyen Trump, bu çağrı ile Rusya'nın Ukrayna'daki savaşını finanse eden gelir kaynaklarının kesilmesini amaçlıyor. Çünkü Hindistan ve Çin, Rusya'nın ekonomisinde önemli bir rol oynuyor.

Rusya'nın, Hindistan ve Çin arasındaki ticareti büyük oranda enerji ve petrol ithalatından oluşuyor. Bu iki ülke, Rus petrolünün en büyük alıcıları konumunda olduğundan yakın temas hâindeler. Bununla beraber ŞİÖ zirvesi, ülkeler arasındaki ilişkinin daha da kuvvetlenmesini sağladı. Trump'ın yapmış olduğu çıkışın da zirve boyunca ülkelerin, enerji ve ticaret iş birliğini güçlendirmesinden kaynaklandığı düşünülüyor. Trump, AB'nin daha sert bir ekonomik baskı politikası izlemesini ve yalnızca Rusya'ya değil, bu süreçte dolaylı destek veren tüm aktörlere ciddi bir mesaj göndermesini istiyor.

Ancak Avrupa Komisyonu ve AB yetkilileri, Trump'ın çağrısını tamamen desteklemiyor.

Trump'ın çağrısı, sadece ekonomik değil aynı zamanda jeopolitik bir baskı aracına dönüşmüş durumda. ABD zaten Çin ve Hindistan'a yönelik bazı ek vergileri hayata geçirmişti. Şimdi asıl mesele, AB'nin bu süreçte ne kadar dâhil olacağı. Verilecek karara göre küresel ticarette yeni bir gerilim hattının oluşması ve enerji piyasalarında belirsizliklerin artması öngörülüyor.

TÜRKİYE DÖNÜŞÜMÜN NERESİNDE OLACAK?

Türkiye, 2012'den bu yana ŞİÖ nezdinde diyalog ortağı statüsünde yer alıyor. Türkiye açısından zirve hem mevcut jeopolitik çizgiyi güçlendirme hem de yeni aktörlerle iş birliği olanaklarını genişletme noktasında önemli bir rol

oynuyor. Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın Zirve'ye katılımı ise Türkiye'nin, Asya'ya yönelik diplomatik açılımının derinleştiğini ortaya koyuyor.

Türkiye, ŞİÖ aracılığıyla başta Rusya, Çin, Hindistan ve İran olmak üzere kritik Asya aktörleriyle çok taraflı bir diyalog kurma imkânı yakalıyor. Bu durum, Türkiye'nin NATO, Avrupa Birliği, Türk Devletleri Teşkilatı (TDT) ve İslam İşbirliği Teşkilatı (İİT) gibi mevcut ittifak ve platformlarla kurduğu çok boyutlu dış politikanın tamamlayıcı bir parçasını oluşturuyor.

Türkiye hem "Orta Koridor Girişimi" ile Hazar üzerinden Doğu-Batı ulaştırma hattını güçlendirme hedefinde hem de Kuşak ve Yol Girişimi ile geniş coğrafyalara bağlanma stratejisine sahip. Rusya ile enerji ve savunma alanındaki ilişkilerini derinleştiren Türkiye, Çin ile de Kuşak ve Yol Girişimi üzerinden ekonomik bağlantılarını geliştirmeye çalışıyor. ŞİÖ bünyesinde, bu iki büyük güçle eş zamanlı olarak temas kurabilmek, Türkiye için hem stratejik dengeyi koruma hem de ekonomik iş birliğini çeşitlendirme noktasında büyük bir avantaj sağlıyor.

“TÜRKİYE, ÇOK EKSENLİ DIŞ POLİTİKASIYLA BELİRGİN BİR DENGİ SİYASETİ OLUŞTURDU”



Dr. Güler Kalay
Üsküdar Üniversitesi Politik
Psikoloji Merkezi Müdür
Yardımcısı

Birlik ve çok kutupluluk vurguları, gerçekten de doğuya/Avrasya'ya doğru algısal bir kaymanın sürdüğünü gösteriyor; fakat bu, otomatik olarak yapısal bir güç dengesi dönüşümünün tamamlandığı anlamına gelmiyor. ŞİÖ, genişleyen üyeliği ve zirvelerdeki söylemlerle jeopolitik bir çekim merkezi üretirken; içerideki farklı çıkarlar ve kurumsal sınırlılıklar bu dönüşümü yavaş ve parçalı kılıyor.

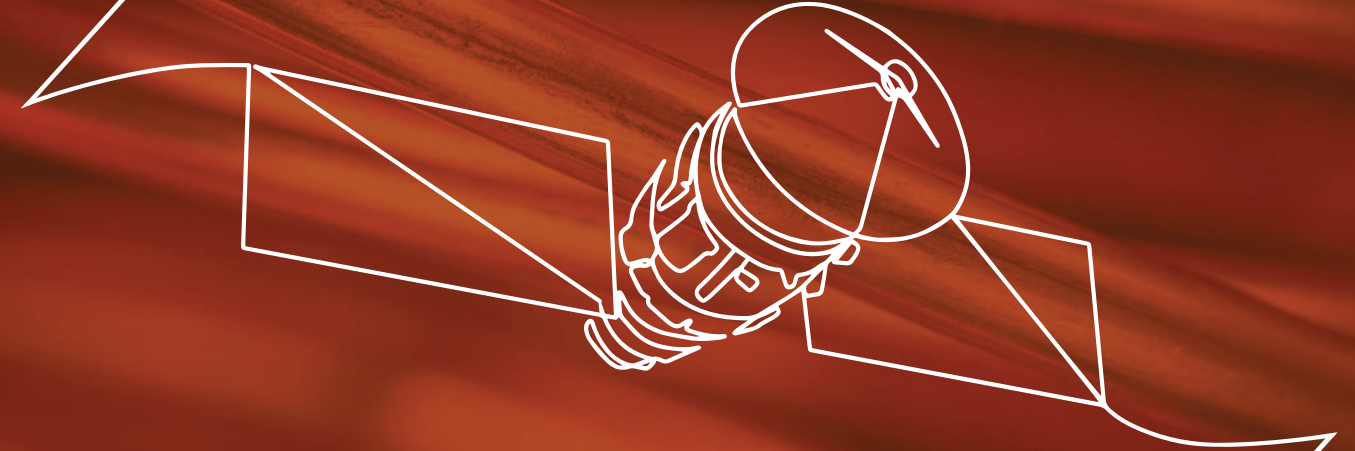
Türkiye açısından “doğuya kayma”, “yeniden Asya” söylemi batı ile ilişkilerde psikolojik olarak “stratejik özerklik” arzusunu güçlendirse de politik olarak tam kopuş değil; belirgin bir denge siyaseti doğuruyor. Ankara, bir yandan NATO ve AB hattındaki kurumsal bağlarını konsolide ederken diğer yandan da Avrasya merkezli platformlarda (ŞİÖ gibi) görünürliğini artırarak pazarlık kapasitesini genişletmeye çalışıyor. Bu çift yönlü hareket, iç politikada “çok eksenli dış politika” söylemini meşrulaştırırken dış politikada ise yaptırım risklerinin yönetilmesi ve güven ilişkilerinin sürekli olarak dengelenmesini zorunlu kılıyor. Dolayısıyla “doğuya kayma”, Türkiye-batı ilişkilerinde bir kopuştan ziyade “pazarlıklı yakınlık” üreten bir strateji olarak değerlendirilebilir. Ancak Ankara, batıya kurumsal aidiyetini korurken Avrasya yönelimlerini kaldıraç olarak kullandıkça artan pazarlık gücü, aynı zamanda yeni sınamalar doğuruyor. Yaptırım rejimleri, standart uyumu ve teknolojik/finansal mimari gereklilikleri, Türkiye'nin denge siyasetinin sürdürülebilirliğini her an sınanan faktörler olarak öne çıkıyor.

Psikolojik ve politik etkilerini elitler ve kamuoyunu dikkate

olarak değerlendirecek olursak; ŞİÖ'yle kurulan bağlar, içeride “batı-merkezli kurallara alternatifler var” psikolojisini güçlendiriyor ve aynı zamanda özsaygı ve manevra alanı algısını artırıyor. Kamuya bakarsak büyük güçler ve uluslararası örgütlere karşı genel eğilimin temkinlilik olduğunu ileri sürebiliriz. Ankara, uzun süredir “dünya beşten büyüktür” söylemi üzerinden çok kutuplu uluslararası düzene vurgu yapmakta ve bu söylem aslında ŞİÖ'de Çin, Rusya ve diğer aktörlerin sıkça tekrarladığı “çok kutupluluk” ve “batı merkezliliğin sonu” söylemiyle örtüşüyor.

Kısacası Türkiye'nin ŞİÖ'deki artan entegrasyonunun, batıdan kopuşu gerektirmeyeceğini ifade edebiliriz; ancak güven, ihracat-kontrolü ve savunma tedariki başlıklarında “sürtünme katsayısını” yükseltebilir. Bununla birlikte ŞİÖ'de statü değişikliğine bağlı olarak etki düzeyi de değişiklik gösterecektir. Türkiye, 2012'den beri ŞİÖ “diyalog ortağı”; bu statü tam üyelik anlamına gelmediği gibi bağlayıcılığı da yok. Ayrıca ŞİÖ bir askeri ittifak değil ve ortak savunma yükümlülüğü yok. Dolayısıyla ŞİÖ'de diyalog ortaklığından üyeliğe geçiş söz konusu olsa dahi NATO ile doğrudan “hukuki bir sorun” mümkün olmaz, sadece siyasi bir çatışma olasılığından bahsedebiliriz. Öte yandan NATO üyeliği; AB ile Gümrük Birliği ve buna bağlı teknik/rekabet mevzuat uyumu gibi konular dikkate alındığında NATO-AB/ABD hattında Türkiye'yi batı-merkezli mimariye bağlayan, hukuki/kurumsal ve ekonomik/teknik bağların toplam gücü olarak kurumsal çıkışının güçlü olduğunu vurgulamak gerekir.

MAKE IT MEGA



Teknolojiye ve geleceğe şekil veren
oksijensiz elektrolitik süper ince bakır tel
üretiminde, **Avrupa'nın lider kuruluşu...**

Türkiye açısından
“yeniden Asya”
söylemi, batı
ile ilişkilerde
psikolojik
olarak “stratejik
özerklik” arzusunu
güçlendirse de
politik olarak
tam kopuş değil;
belirgin bir denge
siyaseti doğuruyor.

ÜRETİM VE PAKETLEME KAPASİTESİ İLE AVRUPA'DA İLK 3 İÇİNDEYİZ

TOP 3 IN EUROPE WITH PRODUCTION AND PACKAGING CAPACITY

Bentaş

Yeni yatırımlarla büyüyoruz. 75'in üzerinde ülkede her gün, milyonlarca kedi sahibinin hayatına dokunan ürünler üreten şirketimiz, küresel ölçekte büyümeye emin adımlarla devam ediyor.

2007 yılında kurulan şirketimiz Bentaş Bentonit A.Ş., ülkemizde bulunan beyaz bentonit rezervlerini, çeşitli işlemlerden geçirerek dünyada 75'den fazla ülkeye ihraç etmektedir. Türkiye'deki beyaz bentonit rezervlerinin çok büyük bir kısmı Ordu-Ünye-Fatsa civarındadır. Bu rezervlerin önemli bölümü şirketimiz himayesindedir.

Türkiye kedi kumu pazarının yüzde 70'inden fazlasını domine eden firmamız, ülke genelinde 45'e yakın büyük toptancı ya da iş ortağıyla halen çalışmaya devam etmektedir.

Ayrıca şirketimiz, hem üretim kapasitesi hem de paketlenme kapasitesi olarak Avrupa'da ilk 3 firmadan biridir. Bugün 240 bin ton granül üretim kapasitesine sahip olan firmamız, toplam 350 personele de istihdam sağlamaktadır.

VanCat® markamız, World Branding Forum tarafından, "Temizlik ve Hijyen" dalında ilki 3 Temmuz 2019 olmak üzere, 9 Eylül 2021 ve 27 Temmuz 2023 yıllarında toplamda 3 kez "Yılın Markası" ödülüne layık görüldü. Bu alanda Türkiye'de ödül alan ilk ve tek markanın sahibi olarak gururumuz büyük.

6 Mart 2020'de TİM önderliğinde düzenlenen "İhracatın Yıldızları" yarışmasında, Özgün Ürün dalında da ödüle layık görüldük.

Bugün VanCat® markamız 65 ülkede, Cat's White® markamız 25 ülkede pazarlanmaktadır. Bentaş Bentonit olarak kurulduğumuz günden beri en büyük hedeflerimizden biri olan "Türkiye'nin üretimden ihracat yapan ikinci 500 firması" arasına girmiş olmanın mutluluğunu ve gururunu yaşıyoruz.

We are growing with new investments. Our company produces products that touch the lives of millions of cat & cat owners every day in more than 75 countries.

Our Company, was established in 2007, exports the white bentonite reserves to more than 75 countries in the world by undergoing various processes. A great portion of the white bentonite reserves in Turkey are around Ordu-Ünye. Most of these reserves are under the auspices of our company.

Our company, which dominates more than 70% of the Turkish cat litter market, still continues to work with nearly 45 large wholesalers or business partners throughout the country.

Our company is one of the top 3 companies in Europe in terms of production and packaging capacity. Our company has 240,000 tons production capacity, provides employment for a total of 350 personnel.

On 3rd July 2019, VanCat® was honoured by the World Branding Forum as the "Brand of the Year" in the "Cleaning and Sanitation" category, marking its first win. Further accolades followed on 9th September 2021 and 27th July 2023, bringing the total number of awards to three. We are proud to announce that VanCat® is the first and only Turkish brand to receive this recognition in the industry.

In the "Stars of Export" competition organized under the leadership of TİM in 2020, we were also awarded in the Original Product category.

Today, our VanCat® brand is marketed in 65 countries and our Cat's White® brand in 25 countries. As Bentaş Bentonit, we are experiencing the happiness and pride of being among "Turkey's second 500 companies that export from production", which was one of our biggest goals since our establishment.

We serve to 130 international customers in 75 countries.

As of 2024, the number of countries Bentaş Bentonit exports to is over 75. We are actively carrying out export operations in 5 of 7 continents, including South & North America, Asia, Europe and Africa.

In bentonite cat litter sector, Bentaş Bentonit is Turkey's largest producer and exporter. Our company is one of the biggest suppliers in Europe.



Firma Adı	: Bentaş Bentonit Mad. San. ve Tic. A.Ş.
Bulunduğu OSB	: Fatsa
YKB	: Turgay ÖMÜR
Genel Müdür	: Fatih ÖMÜR
Sektör Bilgisi	: Madencilik
İhracat Ürünleri	: Kedi Kumu, Endüstriyel ve Mikronize Bentonit
Kontakt e-mail	: contact@bentasbentonit.com
Telefon	: +90 452 423 48 04
Fax	: +90 452 424 02 16
Web	: www.bentasbentonit.com
E-mail	: contact@bentasbentonit.com
Adres	: Fatsa OSB. 101 Sk. No: 20 52400 Fatsa / ORDU

Company Name	: Bentaş Bentonit Mad. San. ve Tic. A.Ş.
OIZ Name	: Fatsa
Chairman	: Turgay ÖMÜR
General Manager	: Fatih ÖMÜR
Sector Information	: Mining
Export Products	: Cat Litter, Industrial and Micronized Bentonite
Contact e-mail	: contact@bentasbentonit.com
Fax	: +90 452 423 48 04
Phone	: +90 452 424 02 16
Web	: www.bentasbentonit.com
E-mail	: contact@bentasbentonit.com
Address	: Fatsa OSB. 101 Sk. No: 20 52400 Fatsa, ORDU / TÜRKİYE

@BentasBentonit | www.bentasbentonit.com

TİM TÜRKİYE
EXPORTERS
ASSEMBLY

AMONG TOP 1000
EXPORTERS OF TÜRKİYE

VAN CAT **WHITE SAND** **CAT'S WHITE** **ro cat**

Pasifik'in Ticaret Köprüsü

Asya-Pasifik'teki stratejik konumuyla küresel ekonominin yükselen yıldızı Avustralya, Asya devleri ve batılı müttefikleri beraberliğinde dünya ticaretinde kilit rol üstlendiği gibi Türkiye için de yeni fırsatlar sunan bir pazar konumunda.

Pasifik ve Hint Okyanusu'nun ortasından yükselen, Aborjinler'in diyarı Avustralya, adının Latince'deki karşılığı gibi güneyde konumlanan hem bir ada hem de bir kıta ülkesi... Yüzölçümü bakımından dünyanın altıncı büyük ülkesi olan Avustralya, coğrafi olarak kıta-devlet özelliği taşıyor.

Coğrafi olarak izole bir konumda bulunmasına rağmen küresel ekonomide ve siyasette önemli bir oyuncu olarak konumlanıyor. Özellikle de güçlü batılı müttefikleriyle birlikte Asya-Pasifik bölgesinde jeostratejik bir köprü görevi üstleniyor. Hem Hint hem de Pasifik Okyanusu'na kıyısı olan, deniz ticaret yollarına hakim bir konumda bulunması ise Çin, Japonya, Güney Kore, Hindistan gibi Asya devleri ve ABD ile güçlü ticari ilişkiler içinde olmasına olanak sağlıyor. Bu ülkeler, Avustralya'nın en büyük ihracat pazarlarını oluşturuyor.

EKONOMİSİNDE ÇEŞİTLENMİŞ BİR YAPI VAR

1980'lerden itibaren Avustralya ekonomisinde gerçekleştirilen yapısal reformlar, ülkenin içe dönük ve korumacı yapısını terk ederek rekabetçi ve ihracata yönelik bir modele geçmesini sağladı. 2025 verilerine göre GSYİH'si 1,77 trilyon dolar seviyesinde olan Avustralya'da kişi başına düşen millî gelir 64.547 dolar civarında. İşsizlik oranı yüzde 4,4 seviyesinde seyrederken kamu borcunun GSYİH'ye oranının ise yüzde 50 civarında kaldığı görülüyor.

Ekonomisi büyük ölçüde doğal kaynak zenginliğine dayanan ülke; demir cevheri, kömür,



Melbourne

altın, doğal gaz ve uranyum gibi madenlerin dünyadaki en büyük üreticilerinden ve ihracatçılarından biri. Bu kaynaklar, özellikle Çin gibi Asya ülkelerinin sanayileşme süreçlerinin itici gücü olduğundan Avustralya'ya büyük bir ekonomik kazanç sağlıyor. Özellikle madencilik sektörünün, ülke GSYİH'sine önemli katkısı bulunsun da Avustralya ekonomisi sadece madencilikten ibaret değil.

İhracatının dinamo sektörleri tarım ve madencilik olsa da ülke; kömür, demir, altın, doğal gaz, uranyum gibi kaynaklarda da dünyanın önde gelen üreticisi ve ihracatçısı konumunda.

Ekonomisinin yüzde 77'sini oluşturan hizmet sektörü ise son yıllarda daha fazla öne çıkmaya başlamış durumda. Finans, eğitim ve turizm sektörlerinin, ekonomik büyümedeki lokomotifler hâline geldiği görülüyor. Sydney, Melbourne ve Brisbane gibi büyük şehirler ise bu sektörlerin



%1,6
Büyüme oranı

1.771,681
milyar dolar
GSYİH

64.547
dolar
Kişi Başı GSYİH
(Nisan 2025, IMF)

merkezleri olarak her yıl milyonlarca kişinin ziyaret ettiği önemli destinasyonların başında geliyor.

TARIM İHRACATINDA LİDER ÜLKELERDEN BİRİ

Alçak plato ve çöllerle kaplı geniş arazilerden oluşan toprakları ve iklim farklılıkları, Avustralya'yı çok çeşitli ürünlerin yetiştirildiği bir ülke hâline getiriyor. Ülkenin güneydoğusundaki verimli toprakları ve tropikal kuzey bölgesi, tarım ve hayvancılık faaliyetlerine elverişli bir imkân sunuyor. Tarımsal alanlarının yaklaşık yüzde 50'sinde tarımsal üretim yapılıyor olması Avustralya'nın, tarım ihracatında lider ülkelerden biri hâline gelmesini sağlıyor. Tarım ürünlerinin üçte ikisini ihraç eden Avustralya'nın, tarım ihracatının yarısından fazlasını hububat ve koyun yetiştiriciliği oluşturuyor. Ülkede üretilen buğday, arpa, sığır eti, yün ve şarap gibi ürünlerin de



27.448.000

milyon

Nüfus
(Nisan 2025, IMF)

7.686.850

kilometrekare

Yüz ölçümü

Avustralya'nın, Yeni Zelanda, ABD, Japonya, Güney Kore, Çin ve ASEAN ülkeleriyle yaptığı serbest ticaret anlaşmaları, ülkeyi Asya-Pasifik ticaretinin merkezine taşımış durumda.

Asya pazarlarında yüksek talep gördüğü biliniyor.

YATIRIM DOSTU ORTAM AVUSTRALYA'YI CAZİP KILIYOR

Çok sayıda serbest ticaret anlaşmasıyla küresel ekonomiye entegre durumdaki Avustralya'nın, Yeni Zelanda, ABD, Japonya, Güney Kore, Çin ve ASEAN ülkeleriyle yaptığı STA'lar, ülkeyi Asya-Pasifik ticaretinin merkezine taşımış durumda. Asya-Pasifik ticaretinde yakaladığı bu eşsiz konum, ülkeyi doğrudan yabancı yatırımlar açısından da cazip bir ülke hâline getiriyor. Avustralya'yı hem yabancı sermaye hem de yerli yatırımcı için güvenli bir liman hâline getiren konular da şöyle sıralanıyor: Fikri mülkiyet haklarının güçlü olması, siyasi istikrar ve şeffaf mevzuat.

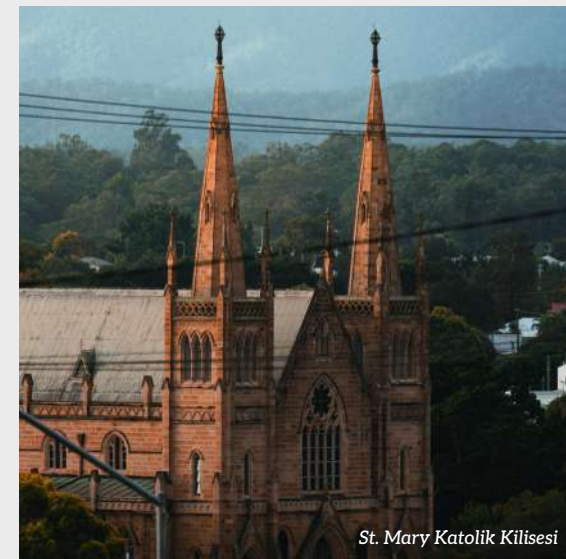
Ülke, 2023 yılında 30 milyar dolar yabancı yatırım çekerek dünyada 13. sırada yer aldı. 807 milyar dolarlık yabancı sermaye stoku da ülkenin istikrarlı büyüme ve yatırım dostu politikalarının en net göstergelerinden. Yatırımcıların -Tük yatırımcılar da dâhil olmak üzere- yoğunlaştığı sektörler; madencilik, finans, sigorta, emlak, inşaat ve tarım şeklinde sıralanıyor. Yatırımcı ülkelerde başı ise ABD ve Çin çekiyor.



Golden Beach



Nambung Milli Parkı



St. Mary Katolik Kilisesi

TÜRKİYE İLE ARASINDAKİ TİCARET HEDEFİ 5 MİLYAR DOLAR

Türkiye ile Avustralya arasındaki ticari ilişkiler, coğrafi uzaklık nedeniyle tam potansiyeline ulaşamamış olsa da her iki ülke için de önemli fırsatlar bulunuyor. Türkiye, Avustralya'ya otomotiv, tekstil ürünleri, gıda ürünleri ve beyaz eşya ihraç ederken Avustralya'dan daha çok maden ürünleri ve tarım ürünleri ithal ediyor. Bu da iki ülkenin ticarete birbirini tamamlayan yönleri olduğunu gösteriyor. İki ülke arasında serbest ticaret anlaşması bulunmasa da ticari ilişkilerin geliştirilmesi için "Uzak Ülkeler Stratejisi" kapsamında önemli adımlar atılıyor.

Türk firmalarının Avustralya'daki yatırımları ağırlıklı olarak inşaat, mimarlık, turizm ve hizmet sektörlerinde yoğunlaşırken Avustralyalı şirketler ise Türkiye'de enerji, madencilik, altyapı ve sağlık turizmi gibi sektörlerle ilgi gösteriyor. 2024 yılında ülkemizden Avustralya'ya gerçekleştirilen ihracat 1,1 milyar dolara ulaşarak ilk kez 1 milyar dolar seviyesini aştı. Bu da 5 milyar dolarlık ticaret hedefi için çalışmaların hız kazanmasını sağladı. Türkiye'nin genç ve dinamik nüfusu ile Avustralya'nın doğal kaynak zenginliği ve ileri teknolojileri bir araya getirilerek

Tarımsal alanlarının yaklaşık yüzde 50'sinde tarımsal üretim yapılıyor olması Avustralya'nın, tarım ihracatında lider ülkelerden biri hâline gelmesini sağlıyor.



karşılıklı fayda sağlayacak yeni iş birlikleri geliştirilebilir. Bu potansiyelin değerlendirilmesi iki ülke arasındaki ticari hacmi artırmak ve ekonomik ilişkileri daha dengeli bir yapıya kavuşturmak için kritik önem taşıyor.

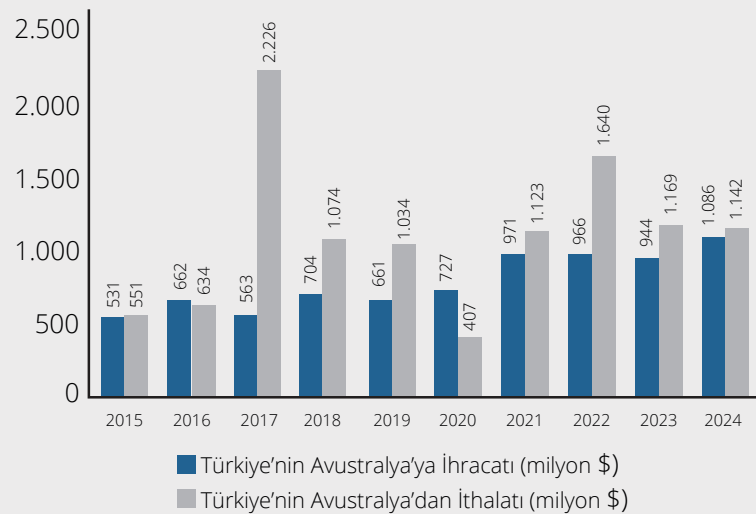
YAŞANABİLİR ÇÖLLERİN ÜLKESİ

Kıta ülkesi olan Avustralya, dünyadaki diğer ülkelerden farklı olarak benzersiz bir coğrafyaya sahip. Kıtanın büyük bir bölümü, iç kesimlerde yer alan çöl ve yarıkurak alanlarla kaplı. “Outback” olarak bilinen bu alanlar, seyrek nüfuslu olmalarına rağmen ülkenin maden kaynaklarının büyük bir kısmına ev sahipliği yapıyor. Nüfusun büyük çoğunluğunun, ılıman iklimleri, verimli tarım arazileri ve büyük şehir merkezleriyle dikkat çeken kıyı şeritlerinde yoğunlaştığı görülüyor.

Ülkenin benzersiz coğrafyası, Büyük Set Resifi, Uluru (Ayers Rock) ve Tazmanya gibi doğal harikaları barındırıyor. Bu coğrafi çeşitlilik, tarımdan turizme kadar

birçok sektörü etkilemekle kalmıyor ülkenin ekonomik yapısını da şekillendiriyor. Turizm, ülke ekonomisinin önemli kaynaklarından birini oluşturuyor. Dünya Turizm Örgütüne göre Avustralya, dünyada en çok ziyaret edilen 40'ıncı ülke konumunda. Ayrıca 2018/19 mali yılında da turizm, Avustralya'nın dördüncü büyük ihracatı oldu.

AVUSTRALYA İLE TÜRKİYE'NİN DIŞ TİCARETİ



NÜKLEER DENİZALTI TERSANESİ İÇİN 8 MİLYAR DOLARLIK YATIRIM

Avustralya, AUKUS anlaşması çerçevesinde, ülkenin deniz altı kabiliyetlerini önemli ölçüde artırmak üzere 8 milyar dolarlık bir yatırım planlıyor. 2021 yılında Çin'in Hint-Pasifik'teki etkisine karşı koymak amacıyla ABD ve Birleşik Krallık ile yapılan paktın bir parçası olarak değerlendirilen bu stratejik yatırımın, Batı Avustralya'daki tersanelerin geleceğini şekillendirerek ülkenin gemi inşa ve sürdürülebilirlik sektörüne yeni bir soluk getirmesi amaçlanıyor.

Yatırım, Batı Avustralya'daki Henderson tersanesinin modernizasyonunu ve tesisin nükleer denizaltı filosunun bakım üssüne dönüştürülmesini kapsıyor. Bu adım, yalnızca askeri açıdan değil, stratejik ve teknolojik düzeyde de Avustralya'nın bölgesel etkinliğini artırmayı amaçlıyor. Çin'in, Hint-Pasifik'teki jeopolitik rekabeti yoğunlaştırdığı bir ortamda, Avustralya'nın böyle büyük çaplı bir yatırıma yönelmesi, bölgedeki güç dengelerini yeniden şekillendirecek gibi duruyor.

SPECTRUM FLOWBOX

SAMET SPECTRUM ile Dünyada İlk!

Tasarımın özgün stilleri SPECTRUM ile yeniden belirleniyor. Dünyanın ilk renkli menteşe, çekmece ve kalker kapak sistemleri serisi ile mobilyalar yeni bir soluk kazanırken; SAMET'in özgür tasarım anlayışı sayesinde, cesur ve özgün mobilyalar yaratmanın kapıları SPECTRUM ile aralanıyor.

samET
www.sametglobal.com



“Saraçlık, El Emeğiyle Var Edilen Bir Dünyadır”

Gelenekten kopmadan yeniliği kucaklayan tasarımları ve mesleki eğitim projeleriyle genç zanaatkârları saraçlık kültürüyle tanıştıran Petek Saraciye, sadece çanta değil bir miras, bir duruş ve bir vizyon üretiyor.

Bundan 170 yıl önce sabır ve maharetle atılan küçük bir adım, bugün Türkiye'nin en köklü deri ve çanta üreticilerinden birine dönüştü. O günün saraçlık geleneği, sadece bir meslek değil bir yaşam biçimiydi ve Petek Saraciye, beş kuşaktır değerlerini koruyarak büyümeye devam ediyor.

“Zanaatkârlık bizim kökümüzde var. Ancak bu kökü bugünün tasarım anlayışıyla beslemeden yaşatmak mümkün değil.” diyen Petek Saraciye Yönetim Kurulu Başkanı ve beşinci kuşak temsilcisi Hamdi Saraçkardeşler; özü koruyarak zamana göre yenilenmek gerektiğine inandıklarını söylüyor ve ekliyor: “Bizim yaklaşımımız gelenekten kopmak değil; onu bugünün diliyle yeniden yorumlamak.”

Petek Saraciye'nin 1855'te başlayan yolculuğu, bugün kuşaklar boyu devam eden bir marka mirasına dönüştü. Geriye dönüp baktığınızda, o dönemin koşulları içinde markayı doğuran ruhu ve ailenizin bu serüvendeki öncü rolünü nasıl tanımlarsınız?

1855 yılında atılan ilk adım, aslında sadece bir meslek değil, bir yaşam biçimi seçimiyle başladı. Saraçlık, el emeğiyle var edilen bir dünya demektir. Göçmen olan ailem, o dönemin zor koşullarında bile kaliteden ve doğruluktan

ödün vermedi. O ruh; sabır, maharet ve sürdürülebilirlik demektir. Biz o ruhu hiçbir zaman kaybetmedik. Sadece kalıplarını değiştirdik ama özünü hep koruduk.

Bugün hâlâ her düşünce kalıbımızda, o ilk ustaların -yani dedelerimizin- bakış açısı ve üretim felsefesi yaşıyor. Dedelerimizin elleriyle başlattığı bu hikâyeyi, biz bugün zihinlerimizle ve vizyonumuzla sürdürüyoruz.

Sizce Petek Saraciye'nin kimliğini bugüne kadar ayakta tutan, nesilden nesile aktarılan en güçlü değer nedir?

En güçlü değerimiz: dürüstlük ve iş ahlakı. Çünkü işçilik sadece teknik bilgi değil, aynı zamanda karakter meselesidir. Ailemizin her bireyine, bir işi tam yapmadan sunmamak öğretildi. Bu anlayış sadece ürün kalitesine değil; müşteri ilişkilerinden çalışanlarımızla kurduğumuz bağa, tedarik zincirimizdeki şeffaflığa kadar tüm iş yapış biçimimize yansdı.

Petek Saraciye sadece çanta üretmez; güven üretir. Bu bize böyle öğretildi.

Beş kuşaktır devam eden bu mirası bir sonraki kuşaklara taşıırken markanın kimliğini korumak adına hangi stratejik adımları önemsiyorsunuz?

Bugünün dünyasında marka kimliği, geçmişe yaslanarak değil, geçmişini yeniden tanımlayarak ko-

runur inancındayız. Bu dönüşümü sağlamak için üç temel stratejiye odaklanıyoruz.

Yönetimi, aileden bağımsız profesyonellere doğru kademeli ve stratejik bir şekilde taşımak için çalışıyoruz. Bu geçişi, köklerimizimize sadık kalarak ama modern yönetim anlayışlarıyla uyumlu hâle getirmeyi hedefliyoruz.

Sürekli iyileştirme ve öğrenme şirket DNA'mızda var; ancak bunu daha bilinçli, sistematik ve ölçülebilir hâle getirmek için çaba gösteriyoruz. Ustalığın sadece üretmekle değil, öğretebilmekle mümkün olduğunu biliyoruz. Bu anlayışla İDMİB Meslek Lisemiz ve Selçuk Üniversitesi Ayakkabı ve Çanta Üretimi Bölümü ile iş

Ustalığın sadece üretmekle değil, öğretebilmekle mümkün olduğunu biliyoruz. Bu anlayışla İDMİB Meslek Lisemiz ve Selçuk Üniversitesi Ayakkabı ve Çanta Üretimi Bölümü ile iş birlikleri yapıyor, genç kardeşlerimizi bu kültürle erken yaşta tanıştırmak için çalışıyoruz.

Petek Saraciye Yönetim Kurulu Başkanı Hamdi Saraçkardeşler: “Ailemizin her bireyine, bir işi tam yapmadan sunmamak öğretildi. Bu anlayış sadece ürün kalitesine değil; müşteri ilişkilerinden çalışanlarımızla kurduğumuz bağa, tedarik zincirimizdeki şeffaflığa kadar tüm iş yapış biçimimize yansdı.”



birlikleri yapıyor, genç kardeşlerimizi bu kültürle erken yaşta tanıştırmak için çalışıyoruz. Çünkü inanıyoruz ki, özü koruyarak zamana göre yenilenmek gerekir.

Petek Saraciye'nin zanaatkârlık kültürü, çağın hızla değişen tasarım anlayışıyla nasıl buluşuyor? Gelenekten kopmadan yeniliği kucaklamak sizin için ne ifade ediyor?

Zanaatkârlık bizim kökümüzde var. Ancak bu kökü bugünün tasarım anlayışıyla beslemeden

yaşatmak mümkün değil. Bizim yaklaşımımız gelenekten kopmak değil; onu bugünün diliyle yeniden yorumlamak.

Genç tasarımcılarımızın zevkleri ve vizyonlarıyla yapay zekâ gibi yeni teknolojileri entegre ediyoruz. Ancak her ürünün sonunda hâlâ usta bir elin dokunuşu, tecrübesi ve sezgisi gerekiyor.

El işçiliğini dijital araçlarla destekliyor, geleneksel formu sürdürülebilir malzemelerle yeniden anlamlandırıyoruz. Çünkü bizim için en güçlü tasarım, sadece

Üretimimizin yüzde 90'ı ihracata yönelik ve bu oran her geçen yıl daha da güçleniyor. Özellikle İngiltere, Fransa, Almanya, Amerika ve Japonya gibi moda ve kalite çitası yüksek pazarlarda uzun yıllara dayanan iş birliklerimiz var.



göze değil, aynı zamanda gündelik yaşama da hitap edebilendir.

**Bugün markanın tasarımı-
rına baktığımızda hem rafine
bir şıklık hem de zamansız bir
sadelik görüyoruz. Bu estetik
çizgiyi oluştururken ilham
aldığınız kaynaklar neler?**

Tasarım anlayışımızı belirler-
ken estetikten çok işlevselliğe,
gösteriştten çok yalınlığa odak-
lanıyoruz. Ürünlerimizin çizgisi;
kullanıcının gündelik hayatında
ihtiyaç duyduğu sadelik, kalite
ve uzun ömürlülük üzerinden
şekilleniyor.

İstanbul'un çok kültürlü yapı-
sından ve zamanla yoğrulmuş es-
tetik hafızasından ilham alıyoruz.
Çalıştığımız ana malzememiz deri
ise bize her seferinde yeniden
düşünmeyi öğretiyor. Deriyi
merkeze alan ve onun doğasına
saygı duyan bir tasarım yaklaşımı
benimsiyoruz.

Tasarımın sadece göze değil, ele,
omza, yaşama ve sezgiye hitap
etmesini önemsiyoruz. İlhamı
büyük akımlardan değil, kullanıcı
deneyiminden, üretim gerçekli-
ğinden ve malzemenin doğasın-
dan alıyoruz.

**Sürdürülebilirlik ve çevre
duyarlılığı günümüzde kaçı-
nılmaz bir sorumluluk hâline
geldi. Petek Saraciye bu alanda
nasıl bir yol haritası izliyor?**

Sürdürülebilirlik bizim için bir
pazarlama trendi değil, kurumsal
duruşumuzun doğal bir parçası.
Zaten DNA'mızda var; çünkü
deri, doğadaki en sürdürülebilir
malzemelerden biri. Uzun ömürlü,
tamir edilebilir ve yeniden de-
ğerlendirilebilir yapısı sayesinde
bilinçli üretimin merkezinde yer
alıyor.

Bu sorumluluğu hem çevresel
hem de sosyal boyutlarıyla ele
alıyoruz. LWG (Leather Working
Group) sertifikalı tedarikçilerle
çalışıyor, sıfır atık prensibini
benimsiyor ve üretim firelerini
yan ürünlerde değerlendirerek
döngüsel üretim modelimizi geliş-
tiriyoruz.

Ayrıca "İyi İşçilik, İyi Gelecek"
vizyonuyla çalışanlarımızın
yaşam standartlarını iyileştirmek
için çaba gösteriyoruz. Ancak
bugünün ekonomik şartlarında bu
alanda istikrarlı adımlar atmanın
kolay olmadığını da biliyoruz.
Yine de bu konudaki kararlılığı-
mızdan vazgeçmiyoruz.



**El işçiliğini dijital
araçlarla destekliyor,
geleneksel formu
sürdürülebilir
malzemelerle yeniden
anlamlandırıyoruz.
Çünkü bizim için
en güçlü tasarım,
sadece göze değil, aynı
zamanda gündelik
yaşama da hitap
edebilendir.**

**İstanbul'un çok kültürlü yapısından ve zamanla
yoğrulmuş estetik hafızasından ilham alıyoruz.
Çalıştığımız ana malzememiz deri ise bize her
seferinde yeniden düşünmeyi öğretiyor.**

**Markanın büyümesini sürdü-
rülebilir kılmak adına nasıl bir
gelecek vizyonu çıziyorsunuz?**

Hedefimiz; dünyada üretim disip-
liniyle tanınan bir Türk markası
olmak. Bu vizyona ulaşmak için
üretim süreçlerimizi sürekli olarak
gözden geçiriyor, Toyota üretim
felsefesinden ilham alarak verimli-
liği artırmaya çalışıyoruz.

Finansal disiplinin bu yolculuk-
ta ne kadar kritik olduğunu çok
iyi biliyoruz. Açıkçası henüz bu
alanda tam anlamıyla istediğimiz
noktaya gelmiş değiliz. Ancak
farkındayız; bu olmadan sürdü-
rülebilir büyüme mümkün değil.
Bu yüzden kârlılığı, nakit akışını
ve mali dengeleri güçlendirmek
için somut adımlar atmaya devam
ediyoruz.

Tüm bu sistemi yaşatacak olan
asıl unsurun insan olduğunu
unutmuyoruz. Eğitilmiş, motive ve
işe bağlı bir ekip olmadan hiçbir

yapı sürdürülebilir olamaz. Bu
nedenle insan kaynağımıza yatırım
yapmayı öncelikli görüyoruz. Ay-
rıca sadece OEM (orijinal ekipman
üreticisi) üretimle sınırlı kalmadan,
kendi markalarımızı da geliştirerek
çok kanallı ve çok katmanlı bir bü-
yüme stratejisini devreye almaya
çalışıyoruz.

**Şirketin mevcut istihdamı, yıllık
üretimi, ihracat hacmi ve yurt
dışı bağlantılarından bahsedebi-
lir misiniz?**

Bugün yaklaşık 250 kişilik bir
ekiple çalışıyoruz ve aylık 10 bin
adede kadar çanta üretim kapasite-
sine sahibiz. Üretimimizin yüzde
90'ı ihracata yönelik ve bu oran
her geçen yıl daha da güçleniyor.
Özellikle İngiltere, Fransa, Alman-
ya, Amerika ve Japonya gibi moda
ve kalite çitası yüksek pazarlarda
uzun yıllara dayanan iş birlikleri-
miz var.

Yalnızca üretici kimliğimizle
değil, aynı zamanda kendi marka-
larımızla da yurt dışı pazarda yer
alıyoruz. "Petek 1855" markamızla
zamansız şıklığı, "Silent Goods"
ile ise sürdürülebilirliği ve yalın
tasarımı öne çıkarıyoruz. OEM
gücümüzü, marka geliştirme kabili-
yetimizle birleştirerek hem sanayi
hem de tasarım odaklı çok yönlü
bir yapı kurma yolunda ilerliyoruz.

**Sabrın, emeğin ve köklere sadık
kalmanın hikâyesiyle şekil-
lenen Petek Saraciye olarak,
yeni girişimcilere ve markasını
büyütmek isteyenlere hangi
tavsiyeleri verirsiniz?**

Bugünün dünyasında sadece iyi
bir fikre sahip olmak yetmiyor.
Girişimcilik, fikri hayata geçirecek
sağlam bir sistem kurabilme ve
bunu sürdürebilme becerisiyle
anlam kazanıyor. Özellikle son
yıllarda yaşadığımız ekonomik
dalgalanmalar, bize nakit akışını
doğru yönetmenin ne kadar kritik
olduğunu açık şekilde gösterdi.
Bu alanda zorlandığımız zamanlar
oldu ve hâlâ da oluyor. Ancak bu
süreçler aynı zamanda işin sadece
üretim veya satıştan ibaret olma-
dığını; finansal disiplinin de temel
bir yönetim becerisi olduğunu
öğretiyor.

Bize göre esas olan; parlamaya
çalışmak değil, kalıcı değer üret-
mek. Sessiz ama sağlam adımlarla
ilerleyen yapılar, uzun vadede
daha dirençli oluyor. Cesaret, çoğu
zaman kök salmış bir sabırdan
gelir. Bu yüzden genç girişimcilere
önce kendilerini, sonra sistemlerini
inşa etmelerini tavsiye ederiz.



Enerji Sektörünün Sırtındaki Ağır Yük

Karbon

Temiz enerjiye geçiş dünya genelinde hız kazanmış olsa da yatırımların eşitsiz dağılımı, birçok ülkenin geride kalmasına neden oluyor. Enerji dönüşümünde adil ve sürdürülebilir bir geçiş mümkün kılınmadığı takdirde ise küresel net-sıfır hedefinin kâğıt üzerinde kalabileceğine yönelik endişeler artıyor...

Dünya genelinde tüm ülkeler karbon emisyonlarının azaltılmasına yönelik çalışmalarına hız kazandırmış olsa da sonuç her ülkede ve her sektörde aynı oranda ilerlemiyor. Özellikle de fosil yakıtların yoğun etkin olduğu enerji sektörünün karbon emisyonları 2024'te yeni bir rekora ulaşmış durumda. Uluslararası Enerji Ajansının verilerine göre enerjiyle ilişkili karbondioksit emisyonları, 2024 yılında yüzde 0,8 oranında artarak 37,8 gigaton seviyesine ulaştı. Bu oran, tarihsel olarak kaydedilen en yüksek değerlerden biri.

Bu artışın yüzde 80'den fazlasının, yükselen ve gelişmekte olan ekonomilerden kaynaklandığı görülüyor. Dünya ekonomisi bu dönemde yüzde 3'ün üzerinde büyüme gösterirken emisyonlardaki artışın görece daha düşük olması umut verici gibi görünse de bu yalnızca bir kınılma işareti olarak değerlendiriliyor. Karbondan arındırılma noktasında kritik eşiklere ulaşmak için çok daha güçlü adımlar gerekiyor.

2024 DÖNÜŞÜMDE BİR DÖNÜM NOKTASI OLDU

Elektrik talebi, 2024'te enerji talebinin genel büyümesinin neredeyse iki katı hızla artış kaydetti. Bu artışı tetikleyenlerin başında ise aşırı sıcaklarla artan soğutma ihtiyacı, sanayide yükselen tüketim, ulaşım da elektrikleşme eğilimi, veri merkezleri ve yapay zekâ uygulamalarının yaygınlaşması geldi. Özellikle yaz aylarındaki sıcaklık rekorlarının, soğutma gereksinimlerini artırması enerji tüketiminin

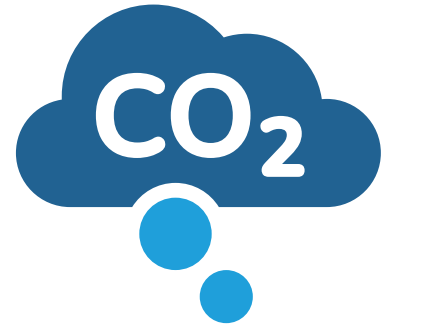
yukarı yönlü ivmelenmesine neden oldu ve bu da doğal olarak fosil yakıtlı santrallerin çalışmasını artırdı.

Artan talebi karşılamak için devreye giren en büyük güç, düşük emisyonlu kaynaklar olurken dünya genelinde kurulan yeni yenilenebilir enerji kapasitesi yaklaşık 700 gigavata ulaştı ve üst üste 22. kez yıllık rekor kırıldı. Kapasite artışı, güneş ve rüzgâr enerjisinde yoğunlaştığı görüldü. Ancak nükleer enerji de son 30 yılın en yüksek beşinci kapasite artışını yaşadı. 2024'te küresel elektrik üretimindeki artışın yüzde 80'inin yenilenebilir ve nükleer kaynaklardan sağlanmış olması ise temiz enerji geçişi açısından bir dönüm noktası olarak kabul ediliyor.

ENERJİ DÖNÜŞÜMÜ KÜRESEL BİR MESELE AMA YATIRIMLAR EŞİT DAĞILMIYOR

Karbon tüketiminin azaltılması, sadece iklim hedeflerine ulaşmak için değil, küresel enerji güvenliği ve ekonomik istikrar için de temel bir öncelik. 2019'dan bu yana güneş, rüzgâr, nükleer, elektrikli otomobiller ve ısı pompalarının kullanımı, her yıl yaklaşık 2,6 milyar ton karbon emisyonunu önlüyor. Bu da küresel emisyonların yüzde 7'sine denk geliyor. Böylece ekonomik büyüme ile emisyonlar arasındaki bağ giderek gevşiyor.

Ancak bu olumlu tablo biraz daha dikkatli incelendiğinde, yatırımların belli coğrafyalarda yoğunlaştığı ve birçok ülkenin geride kaldığı görülüyor. International Institute for Sustainable Development'in (IISD) "Enerji Sektörünün



2025 Küresel NDC Konferansı'nda Belirlenen Üç Önemli Başlık:

- Enerji sektörünün karbondan arındırılması enerji sektörünün küresel sera gazı emisyonlarındaki merkezi rolü göz önüne alındığında, kısa ve uzun vadeli iklim hedeflerine ulaşmanın başlangıç noktasıdır.
- Fosil yakıtlardan uzaklaşmak ve temiz enerjiyi artırmak, iklimsel zorunluluğun ötesinde sürdürülebilir kalkınma, enerji güvenliği ve toplumsal eşitlik için merkezi öneme sahip.
- NDC'ler, ulusal enerji stratejilerini iklim hedefleriyle uyumlu hâle getirmek ve bunları yatırıma hazır, uygulanabilir ve aynı zamanda güçlü enerji sistemlerini destekleyen planlara dönüştürmek için kilit öneme sahip.



Karbondan Arındırılması" isimli raporu, enerji dönüşümünün küresel bir mesele olduğunu ama fırsatlar ve yatırımların adil dağılmadığı sürece başarıya ulaşmasının zor olduğuna dikkat çekiyor.

Bunun temel nedenlerinin başında finansman geliyor. Bugün Çin, ABD ve Avrupa Birliği gibi küreselin güçlü oyuncular, yatırımların büyük kısmını toplarken düşük gelirli ülkeler ve gelişmekte olan ekonomiler ise bu pastadan çok küçük pay alabiliyor. Yenilenebilir enerji projeleri için ihtiyaç duydukları finansmanı bulamıyor, bulduklarında da yüksek faizle borçlanmak zorunda kalıyorlar. Bu da projeleri daha pahalı ve riskli hâle getiriyor.

GELİŞMİŞ VE GELİŞMEKTE OLAN EKONOMİLER ARASINDAKİ FARK

2024 yılında gelişmiş ekonomilerdeki karbon emisyonları yüzde 1,1 düşüşle 10,9 milyar tona geriledi. Bu, 50 yıl önce görülen bir seviyeye dönüş anlamına geliyor. Küresel emisyon artışının büyük kısmı ise Çin dışındaki gelişmekte olan eko-

nomilerden geldi. Çin'deki emisyon artışı yavaşlasa da ülkenin kişi başına düşen emisyonları, gelişmiş ekonomilerin yüzde 16 üzerinde ve küresel ortalamasının neredeyse iki katı seviyesinde. Bu da küresel iklim politikasında adil bir geçiş tartışmasının ne kadar kritik olduğunu gösteriyor. Gelişmiş ülkeler daha düşük emisyonlu büyüme yolları bulurken gelişmekte olan ülkeler kalkınma ve enerji erişimi hedeflerini aynı anda yürütmek zorunda kalıyor.

Örneğin, 2025 için belirlediği 30 gigavatlık hedefe planlanandan iki yıl önce ulaşmayı başaran Çin, hızla artan yenilenebilir enerji kapasitesini desteklemek amacıyla 2027 yılına kadar 100 gigavat üzerinde yeni enerji depolama sistemi kurmayı planlıyor. ABD'de ise süreç Donald Trump'ın başkan olması sonrasında biraz daha farklı ilerlemeye başladı. Yenilenebilir enerji teşviklerini kısıtlayan ve yeni deniz üstü rüzgâr sahalarının kiralanmasını durduran Trump, petrol ve gazda yeni bir büyütme yaratmaya çalışıyor. Yenilenebilir enerji sistemlerini "yüzyılın dolandırıcılığı" olarak nitelen-

diren Trump'ın bu açıklamaları ise sektör genelinde ciddi bir belirsizlik oluşmasına neden oluyor.

KAPASİTE EKSİKLİĞİ VE VERİ YETERSİZLİĞİ İŞE SÜRECİ AĞIRLAŞTIRIYOR

Temiz enerjiye geçiş ya da sektörün karbondan arındırılmasında tek sorun para da değil, yönetim ve kurumların kapasitesi de belirleyiciler arasında yer alıyor. Win-dEurope'un sözcüsü Christoph Zipf; yenilenebilir enerji sistemlerinin küresel büyümesini yavaşlatmanın tek yolunun siyasi müdahaleler olduğunu ancak bu tür müdahalelerin de ekonomik akla ters düştüğünü söylüyor. Birçok ülkede ulusal hedefler kâğıt üzerinde iddialı olsa da yerelde bunları uygulayacak düzenleyici yapı eksikliği ciddi bir engel oluşturuyor. Bu nedenle birçok ülke, Ulusal Katkı Beyanları (NDC) belgelerinde enerji verimliliği ve yenilenebilir hedeflerinden söz etse de fosil yakıt üretimini kısıtlama konusunda sessiz kalıyor.

Bazı bölgelerdeki teknik kapasite eksikliği ve veri yetersizliği ise süreci ağırlaştırıyor. Küçük ada devletleri veya Afrika'daki bazı ülkeler enerji sistemlerini modelleyip geleceğe dönük senaryo hazırlamakta zorlanıyor. Yerel halkın projelere dâhil edilmemesi, enerji yatırımlarının sosyal etkilerinin göz ardı edilmesi de sürecin önünü tıkayan unsurlardan.

2024 yılında enerjiyle ilişkili karbondioksit emisyonları, yüzde 0,8 oranında arttı. Bu artışın yüzde 80'den fazlasının, yükselen ve gelişmekte olan ekonomilerden kaynaklandığı kaydedildi.

PX-5.7

ÇİFT TARAFLI KAPAK YAKALAMA MANDALI
AMBIDEXTROUS SLIDE STOP

GÖVDEYE ENTEGRE THUMBREST
INTEGRATED THUMBREST

FIBER OPTİK ARPACIK
FIBER OPTIC FRONT SIGHT

SOĞUK DÖVME NAMLU
HAMMER FORGED BARREL

EMNİYETLİ TAKTİK TETİK
TACTICAL TRIGGER WITH TRIGGER SAFETY

DEĞİŞTİRİLEBİLİR ŞARJÖR KİLİDİ
REVERSIBLE MAGAZINE RELEASE

ÇİFT SIRA ÇELİK ŞARJÖR
DOUBLE STACK STEEL MAGAZINE

GÖVDEYE ENTEGRE MAGWELL
INTEGRATED MAGWELL

KALİBRE: 5.7x28 mm

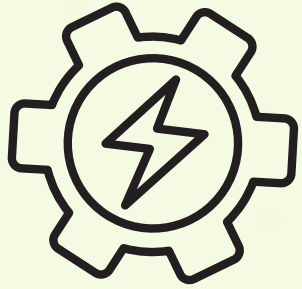


Tisas
1993
www.tisasarms.com



Enerji Sektörünü Karbondan Arındırmak...

Enerji sektörünün karbondan arındırılması iklim hedeflerine ulaşmanın ve sürdürülebilir kalkınmanın ön koşullarından biri. Sürdürülebilir enerji geçişine yönelik destekler artsa da yatırımların birkaç bölge üzerinde yoğunlaşması sürecin hızlanmasına ket vuruyor.



+%73

Enerji sektörünün, küresel sera gazı emisyonları içindeki payı

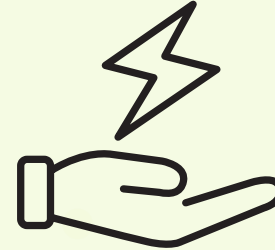
- Paris İklim Anlaşması ile uyum için 2030'a kadar yenilenebilir enerji kapasitesinin 3 katına çıkarılması gerekiyor.
- Enerji verimliliği iyileştirmelerinin mevcut hızının 2 katına ulaşması şart.
- Fosil yakıt bağımlılığının ise adil bir şekilde azaltılması gerekiyor.



%7

Gelişmekte olan ekonomilerin, küresel yenilenebilir enerji kamu finansmanından aldığı pay

UNDP'nin araştırmasına göre enerji stratejilerinin iklim hedefleriyle uyumlu hâle getirilmesi sayesinde 2060 yılına kadar:



193 milyon

Kişi aşırı yoksulluktan kurtulacak



550 milyon

Kişi güvenli su ve sanitasyona erişecek



142 milyon

Kişi yetersiz beslenmeden uzaklaşacak

Yatırımların bölgelere dağılımı



Küresel elektrik sektörüne yapılan yatırımların %80'i Çin, ABD ve AB'de yoğunlaşıyor.



Yatırımların kalan %20'si ise gelişmekte olan ülkeler arasında paylaşılıyor.



Gücünü Toprağın Bereketinden Alan Sektör

Hububat



Tarımsal üretimin omurgasını oluşturan hububat sektörü, Türkiye'nin stratejik konumu, verimli toprakları ve artan işleme gücü sayesinde küresel pazarlarda her geçen yıl daha güçlü bir oyuncu hâline geliyor.

Buğdaydan arpa ve mısır, çeltikten nişasta ve işlenmiş gıdaya kadar uzanan ve geniş bir yelpazede faaliyet gösteren hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri, tarıma bağlı sektörler arasında Türkiye'nin en fazla ihracat yaptığı sektörlerden biri olarak dikkat çekiyor. Sahip olduğu geniş tarım alanları, yüksek işleme kapasitesi ve stratejik coğrafi konumundan aldığı güçle sürekli olarak büyüyen sektör, hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve bunlardan elde edilen ürünler açısından dünyada önemli bir üretim ve ihracat merkezi olarak konumlanıyor.

Hem bitkisel hem de hayvansal üretimin vazgeçilmez kaynaklarından olan hububat, Türkiye'nin tarımsal üretiminin omurgasını oluşturuyor. Küresel tahıl üretiminde dünya sıralamasında 17'nci sırada yer alan Türkiye, 6,6 milyar dolarlık tahıl ticaretiyle küreselde yaklaşık yüzde 2,4 pay alıyor. Son yıllarda, kuraklık ve azalan yağışlar nedeniyle ham madde tedarikinde yaşanan istikrarsızlık rekor kayıplarına neden olsa da tarımsal üretimi önceliklendiren politikalar sayesinde ekonomide tarımın payının artırılması ve verimliliğin yükselmesi için devlet destekleri sürüyor. Çünkü tarım sektörü ve ticaret birbirinden ayrılmaz iki önemli alan olarak Türk ihracatının ateşleyicilerini oluşturuyor.

TÜRKİYE, HUBUBAT TEMELLİ ÜRÜNLERİN ÜRETİM ÜSSÜ

Türkiye'de tarımsal işletmelerin yüzde 70'inde hububat üretimi yapılıyor. Ekim alanlarının ise yaklaşık yüzde 72'si bu ürünlerin üretimine ayrılmış durumda. Ekim

alanlarının büyük bölümünü de buğday ve arpa oluşturuyor. Un, makarna, bulgur ve bisküvi gibi ürünlerde küresel pazarın en önemli oyuncularından biri olan Türkiye, her yıl milyonlarca ton ürünü dünyaya ihraç ediyor.

Türkiye'nin, hububat temelli ürünlerde en büyük ağırlığı un ve makarna sektörü üstleniyor. Her yıl yaklaşık 7,5-8 milyon ton buğdaya eş değer mamulü dünyanın dört bir yanına ihraç eden ülkemizin bu alandaki pazar payı çok ciddi seviyede. Bu başarının en çarpıcı göstergesi, dünya pazarındaki payı. Türkiye, dünya buğday unu ihracatında yüzde 22'lik payla ilk sırada, makarna ihracatında ise yüzde 13'lük payla ikinci sırada yer alıyor. Bulgurda da 255 bin tonluk ihracatla dünya lideri konumunda. Bisküvi ihracatında ise ülkemiz yaklaşık 200 bin tonluk hacimle dünyada beşinci sırada yer alıyor.

2024 YILINDA TAHILDA GENEL BİR DÜŞÜŞ HÂKİMDİ

TÜİK'in, Tarım ve Orman Bakanlığı verileriyle hazırladığı 2024 yılı incelemesine göre 2024 yılında tahıl üretimi bir önceki yıla göre yüzde 7,5 azalarak yaklaşık 39 milyon tona geriledi. Türkiye'nin en stratejik ürünlerinden ve sektörün amiral gemisi olarak görülen buğdayda üretim, yüzde 5,5 düşüşle 20,8 milyon tona indi.

Özellikle son yıllarda üreticinin ağırlıklı olarak yöneldiği arpada ise üretim, yüzde 12 geriledi ve 8,1 milyon ton olarak kaydedildi. Çavdar üretimi yüzde 15,7 azalarak 257 bin ton, yulaf üretimi ise yüzde 4,9 düşüşle 390 bin ton oldu. Önemli bir yem ve sanayi ürünü olan mısırdan da dikkat

Her yıl yaklaşık 7,5-8 milyon ton buğdaya eş değer mamulü dünyanın dört bir yanına ihraç eden Türkiye'nin, bu alandaki pazar payı çok ciddi seviyede.



çekici bir kayıp yaşandı ve üretim yüzde 10 azalışla 8,1 milyon ton seviyesinde gerçekleşti.

BAKLAGİLLER İSTİKRARLI BİR ARTIŞ KAYDETTİ

Kuru baklagiller grubunda üretim, 2024 yılında tahıl grubuna göre istikrarlı bir seyir izledi. 2024'te nohut üretimi 575 bin tona, kuru fasulye 279 bin tona, kırmızı mercimek ise 405 bin tona ulaştı. Yumru bitkilerde ise özellikle patates üretiminde dikkat çeken bir sıçrama görüldü. Patates üretimi bir önceki yıla göre yüzde 21,1 artarak 6,9 milyon ton seviyesine ulaştı.

Yağlı tohumlarda 2024 yılı karışık bir tablo sundu. Soya üretimi yüzde 30,9 artarak 180 bin tona yükseldi. Ayçiçeği ise Türkiye'nin en önemli yağ bitkisi olmasına karşın yüzde 0,1'lik hafif bir azalışla 2,2 milyon ton civarında kaldı. Şeker pancarında ise düşüş belirgin: üretim yüzde 8,9 azalarak 23 milyon ton olarak gerçekleşti. Bu durum, şeker sanayinin ham madde tedarikin-

de yeni dengeler arayabileceğini gösteriyor.

SEKTÖR SEKİZ AYDA SEKİZ MİLYAR DOLARLIK İHRACAT İLE REKOR KIRDI

Türkiye'nin hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri sektörü 2025 yılının ilk sekiz ayında güçlü bir performans sergileyerek 8 milyar dolarlık ihracata ulaştı. Türkiye İhracatçılar Meclisinin (TİM) verilerine göre bu dönemde toplam 7,78 milyon ton ürün yurt dışına gönderildi. Sektörün, miktar bazında yüzde 4,6'lık düşüş yaşamasına rağmen değer bazında yüzde 4,2'lik artış yakalaması, fiyatlardaki yükselişin ve katma değerli ürünlerin giderek daha belirgin hâle geldiğini gösteriyor.

Ürün bazlı performansla bakıldığında, Türk çikolata ve kakao ürünleri 844 milyon dolarlık ihracatla zirvede yer aldı ve geçen yıla göre yüzde 61,8'lik dikkat çekici bir artış kaydetti. Özellikle Avrupa ve Orta Doğu pazarlarında bu ürünlere yönelik talep hızla büyüyor. Ayçiçek yağı

ise 708 milyon dolarlık ihracat hacmiyle ikinci sırada yer alırken, yıllık bazda yüzde 17,3'lük artış Türkiye'nin yağlı tohumlar alanındaki rekabet gücünü koruduğunu ortaya koyuyor. Bakliyat, un ve buğday türevlerinde dalgalı bir seyir görülse de toplamda güçlü bir katkı sağlanıyor. Katma değerli işlenmiş ürünlerin ham madde bazlı ihracata göre daha yüksek fiyat avantajı yarattığı dikkat çekiyor.

İHRACATTAKİ PAZAR ÇEŞİTLİLİĞİ GELECEĞE DAİR UMUT AŞILIYOR

Yılın ilk sekiz ayında, küresel arenadaki zorlu ticaret koşullarına rağmen sektör, ihracatta dikkate değer bir pazar çeşitliliği yakaladı. Sekiz aylık dönemde Irak, 1,17 milyar dolarlık ihracat hacmiyle Türkiye'nin en büyük pazarı olmaya devam etse de ihracatta oran olarak yüzde 14,5'lik bir düşüş yaşandı. Buna karşılık ABD'ye yapılan ihracat, 570 milyon dolarla yüzde 34 oranında artış gösterdi. Özellikle bakliyat ve yağ-

lı tohum ürünleri ABD pazarında öne çıkan ürün gruplarından oldu. AB ülkelerinde çikolata ve işlenmiş ürünlerde talep artışı sürerken Körfez pazarı ise markalı ürünlerin yükselişte olduğu bölgelerden biri olarak dikkat çekti.

HUBUBATIN TARIM VE GIDA İHRACATINA DİKKATE DEĞER KATKISI VAR

Uluslararası Un Sanayicileri ve Hububatçılar Birliği (IAOM) Avrasya Bölge Başkanlığı tarafından "Tarımda Kadının Yeri" başlığıyla düzenlenen, "4. IAOM Eurasia Konferansı ve Sergisi"nin açılışında konuşan Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat, Türkiye'de tarım ve gıda sektörünün ülke ekonomisinde çok önemli yer oluşturduğunu söyledi. "Gerek millî gelirimizdeki payı gerek istihdamdaki gerek iç ticaretteki gerekse dış ticaretteki payı itibarıyla tarım ve gıda sektörü çok büyük önem taşımaktadır." diyen Bolat, tarladan marketlere uzanan yolculukta 10 milyona yakın insanın çalıştığını vurguladı.

Türkiye'nin, tarım ve gıda sektöründe üretimini dolar bazında son 22 yılda üç katına yükselttiğini ifade eden Bolat, "Sektörün üretimi 24 milyar dolardan 74,5 milyar dolara yükselmiştir. İhracat olarak da 22 yılda 3 milyar dolar civarında bir ihracattan, 32,5 milyar dolar ihracata ulaşmayı başardık. Bu artışa en önemli katkıyı sunan sektörlerin başında 12 milyar dolarla hububat ürünleri geliyor. Hububat sektörünü, 3,5 milyar dolarla yaş meyve sebze ve 3,4 milyar dolarla hayvansal mamuller takip ediyor." şeklinde konuştu.

Türkiye, tarım ve gıda sektöründe üretimini dolar bazında son 22 yılda üç katına yükseltmiş durumda. Sektörün üretimi 24 milyar dolardan 74,5 milyar dolara yükseldi.

Hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri sektörü, 2025 yılının ilk sekiz ayında miktar bazında yüzde 4,6'lık düşüş yaşamasına rağmen değer bazında yüzde 4,2'lik artış yakaladı.

Sektörün Yıllara Göre Gerçekleştirdiği İhracat

9,1
milyar dolar
2021

11,5
milyar dolar
2022

12,4
milyar dolar
2023

11,9
milyar dolar
2024

“İHRACATTA REKABETİN SÜRDÜREBİLMESİ İÇİN FİNANSMAN MALİYETLERİ DÜŞÜRÜLMELİ”



Ahmet Tiryakioğlu
TİM Sektörler Konseyi Üyesi

Hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri sektöründe faaliyet gösteren işletmeler, artan finansman maliyetleri ve daralan kârlılık baskısına rağmen üretim ve ihracatta istikrarlı bir görünüm sergiliyor. Tarımsal ham maddeyi teknolojik yöntemlerle işleyerek tüketime hazır hâle getiren işletmeler için finansmana erişim kritik önemde olduğundan, son dönemde yüksek faiz ve kısa vadeli çalışma zorunluluğu, üretim planlamasını ve stok yönetimini zorlaştırıyor. İşletmelerin üretim kapasitelerini koruyabilmeleri ve ihracatta rekabeti sürdürebilmeleri için finansman maliyetlerinin düşürülmesi ve krediye erişimin kolaylaştırılması gerektiğini düşünüyoruz. Bunun yanında; havza bazlı üretim ve ortak yönetim modelleri ile lisanslı depoculukta denetim ve dijital takibin yaygınlaşması tedarik zincirinde istikrar sağlayacağı gibi işletmelerin üretimi öngörülebilir şekilde planlamasına da katkı sunacak. Bu destekler hem işletmelerin hem de genel olarak gıda sektörünün dayanıklılığını artıracak.

“YENİ BÖLGELERDE VARLIĞIN GÜÇLENDİRİLMESİ GEREKİYOR”

2025’in ilk sekiz ayında Amerika Birleşik Devletleri’ne yapılan ihracatta yüzde 34’lük artış, sektörümüz için dikkat çekici bir başarı olarak öne çıkıyor. Bu ivmenin korunabilmesi için öncelikle yüksek katma değerli ürünlerdeki rekabet gücünü destekleyecek tanıtım projeleri ve lojistik çözümler öncelik taşıyor. Ticaret Bakanlığı destekli tanıtım faaliyetlerimiz, marka bilinirliğinin yükselmesine katkı sağlayacaktır. Ayrıca firmaların ABD pazarında tüketici eğilimlerine uygun ürün geliştirme ve e-ticaret

kanallarında varlığın güçlendirilmesi, büyümeyi destekleyecek stratejik adımlar olacaktır. Pazar çeşitliliğini artırmak için ise Afrika’nın kuzeyinde, Latin Amerika’da ve Asya-Pasifik’te yeni dağıtım ağları oluşturulması planlanabilir. Irak gibi geleneksel pazarlarda yaşanan daralmaları telafi edebilmek için bu yeni bölgelerde varlığın güçlendirilmesi zorunlu hâle geldi. Böylece sektörümüz, jeopolitik ve ekonomik risklere karşı daha dayanıklı bir yapı kazanabilir.

“DİJİTAL TARIM UYGULAMALARINA YAPILACAK YATIRIMLAR İHRACATIN ARTMASINA KATKI SUNAR”

Kuraklık ve rekolte kayıpları, hububat sektörünün uzun vadeli sürdürülebilirliği açısından ciddi risklerden biri hâline geldi. Bu riskleri azaltmak için ilk adım, su verimliliği sağlayan modern sulama sistemlerine ve iklim dostu üretim tekniklerine yatırımların artırılmasıdır. Havza bazlı üretim planlaması ve ortak yönetim modelleri, küçük ve parçalı işletmelerin risklerini azaltarak kaynak kullanımını optimize edecektir. Dijital tarım uygulamaları, rekolte tahminleri ve erken uyarı sistemleriyle üreticilerin karar alma süreçlerini güçlendirebilir. Ayrıca iklim sigortaları ve devlet destekli risk paylaşım mekanizmaları, üreticilerin gelir dalgalanmalarına karşı korunmasını sağlayacaktır. Lisanslı depoculukta kapasite artışı ve etkin denetim, arz-talep dengesini düzenlerken spekülasyon fiyat hareketlerini de sınırlayabilir. Bu yatırımlar sektörün hem iç pazarda arz güvenliğini sağlamasına hem de ihracat performansını sürdürülebilir şekilde artırmasına katkı sunacaktır.

UBC Kimya: Gıdanın Geleceğini Şekillendiren Güç

UBC Kimya, emülgatörlerdeki uzmanlığını endüstriyel yağlara taşıyarak, güçlü fabrika yatırımı, Avrupa’daki yeni ofisleri, ihracat vizyonu ve ödüllü inovasyon yaklaşımıyla hem Türkiye’de hem dünyada gıda sektörünün geleceğini bugünden şekillendiriyor.

Gıda sektöründe rekabet her geçen gün daha da artarken, sürdürülebilir üretim ve yenilikçi çözümler hiç olmadığı kadar önem kazanıyor. İşte tam bu noktada UBC Kimya, yalnızca ürünleriyle değil, vizyonuyl da sektöre yön veren bir oyuncu olarak öne çıkıyor. Yıllardır emülgatörler ve stabilizatörler ile gıda üreticilerinin güvenilir iş ortağı olan şirket, şimdi de Endüstriyel Yağlar ürün grubunu devreye alarak büyük bir dönüşümün kapılarını aralıyor.

TÜRKİYE’DE ÜRETİLMİYEN ÜRÜNLERDE UZMANLIK

UBC Kimya, Türkiye’de üretilmeyen birçok emülgatör ve endüstriyel yağ çeşidinde uzmanlaşarak yerli üretime güçlü bir katkı sağlıyor. Bugüne kadar ithalat yoluyla temin edilen birçok emülgatör, artık UBC’nin yoğun Ar-Ge çalışmaları ve güçlü yatırımları sayesinde yerli üretimle sektöre kazandırılıyor. Bu vizyon, yalnızca sektörün dışa bağımlılığını azaltmakla kalmıyor, aynı zamanda üreticilerin küresel standartlarda ürünlere daha hızlı ve avantajlı erişmesine imkan tanıyor.

Şirketin uzun yıllara dayanan emülgatör üretimindeki uzmanlığı, şimdi yeni ürün grubu olan endüstriyel yağlara aktarılıyor. Bu tecrübe sayesinde yeni geliştirilen endüstriyel yağlar; çikolata ve şekerleme, fırıncılık, süt ürünleri gibi birçok alt sektörde üretim süreçlerini kolaylaştırıyor, ürünlerin raf ömrünü uzatıyor ve kaliteyi zirveye taşıyor.

BÜYÜK YATIRIMIN GÜCÜ

Yenilikçi ürünlerin arkasında, UBC’nin yaptığı dev yatırım ve açılışını gerçekleştirdiği yeni fabrikası bulunuyor. Modern üretim teknolojileriyle donatılan bu tesis, yalnızca kapasiteyi artırmakla kalmıyor; aynı zamanda geleceğin ihtiyaçlarına cevap verecek esnek üretim kabiliyetiyle dikkat çekiyor.

UBC Kimya Genel Müdürü Burak Erenoğlu, fabrikanın vizyonunu şu sözlerle özetliyor:

“Yeni fabrikamızla hedefimiz yılda 100.000 ton üretim kapasitesine ulaşmak ve üretmek. Bu yatırım, yalnızca şirketimiz için değil, tüm gıda sektörü için önemli bir dönüm noktasıdır.”

GLOBALLEŞME YOLCULUĞU

UBC’nin vizyonu yalnızca Türkiye ile sınırlı değil. Şirket, Avrupa’da açtığı ofislerle globalleşme yolunda güçlü adımlar atıyor. Üretilen ürünler artık yalnızca yerli pazarda değil, uluslararası pazarlarda da satışa sunuluyor. Bu strateji, UBC Kimya’nın markası olan BADE^{ER}’yi global ölçekte daha görünür hâle getirirken, Türk kimya sanayisinin de dünya sahnesindeki konumunu güçlendiriyor.

İNOVASYONUN LİDERİ

UBC Kimya, inovasyona verdiği önemle de fark yaratıyor. Türkiye’nin İnovasyon Liderleri platformu İnovaLig’de üst üste üçüncü kez şampiyonlar arasında yer alarak, yenilikçiliği yalnızca sözde değil, somut başarılarla da ortaya koyuyor.



Havza bazlı üretim ve ortak yönetim modelleriyle lisanslı depoculukta denetim ve dijital takibin yaygınlaşması işletmelerin üretimi öngörülebilir şekilde planlamasına katkı sunacak.

Beyaz Perdenin Vazgeçilmez Başrolü İstanbul

İstanbul, beyaz perdede yer almaya başladığından bu yana asla sadece bir mekân olmadı. Her zaman hikâyeye katman katan şehir, atmosferi güçlendiren ve izleyicide derin meraklar uyandıran bir hazine olarak yer aldı filmlerde.



İstanbul, doğunun büyüğü ile batının ihtişamını aynı anda yaşatan nadide bir şehir...Var olduğu günden bu yana çok sevilen ve çok istenen şehir, yalnızca imparatorlukların gözdesi olmakla kalmayarak, sanatın da vazgeçilmez ilham kaynaklarından biri hâline gelmeyi başardı. Öyle ki herkesi kendine hayran bırakan bu şehir batılı yazarları da kendine hep hayran bıraktı. İtalyan yazar Edmondo De Amicis, kaleme aldığı "İstanbul Seyahatnamesi"nde şehri şu şekilde tasvir ediyor: "...Bir tarafımızda Üsküdar ile Kadıköy, bir tarafımızda saray tepesi, karşıımızda Galata, Pera ve Boğaz vardı. Hepsini birden görebilmek için fırl fırl dönmek gerekiyordu ve her tarafa ateşli gözlerle, gülerек, elimizi kolumuzu konuşmadan sallayarak, zevkten nefesimiz kesilmiş hâlde döne döne bakıyorduk."

Yeditepenin üzerinde yükselen camileri, ihtişamlı sarayları, dar sokakları, kalabalık pazar yerleri ve iki kıtayı birbirine bağlayan boğazıyla İstanbul, bakmayı bilen gözler için âdeta yıldızların yükseldiği bir sahneydi. Sinematografisi oldukça güçlü olan İstanbul'un, kamerayla arasındaki güçlü uyum, şehrin eşsiz silüetinin beyaz perdeye uyarlanması- na vesile oldu.

1920'li yıllar itibarıyla dünya sinemasında boy göstermeye başlamış olan bu revnaklı şehir, yönetmenler ve senaristler için asla sadece bir mekân olmadı. İstanbul her zaman, hikâyeye katman katan, atmosferi güçlendiren ve izleyicide derin merak uyandıran sinematografik bir hazine olarak yer aldı beyaz perdede.

BOND'UN GÖZÜNDEN İSTANBUL

Sinema tarihinin en efsanevi serilerinden biri olan James Bond, İstanbul ile yolu birden fazla kesişen efsaneler arasında yer alıyor.



From Russia with Love - 1963

1962 yılında yayımlanan ilk filmi "Dr. No" ile adını efsaneler arasına yazdıran James Bond serisinin, 1963 tarihli ikinci filmi "From Russia with Love"ın ana mekânı olarak İstanbul seçildi. Soğuk Savaş döneminin gölgesinde çekilen film, İstanbul'u bir casusluk hikâyesinin merkezine yerleştiriyor. İstanbul'un beyaz perdedeki ilk güçlü yansımalarından biri olan "From Russia with Love"da, Sean Connery'nin canlandığı Bond, Ayasofya'dan Basilica Sarnıcı'na, Sirkeci Garı'ndan Beyoğlu'nun dar sokaklarına kadar pek çok farklı mekânda boy gösteriyor. Özellikle Yerebatan Sarnıcı'nda geçen sahneler, şehrin mistik atmosferini uluslararası izleyiciye tanıtmayı açısından önemli olarak kabul ediliyor.

Bond serisinin Pierce Brosnan'lı döneminin unutulmazlarından olan "The World is Not Enough", James Bond'un İstanbul ile yolunun kesiştiği ikinci film. Yönetmen Michael Apted'in elinden çıkan bu aksiyon-casus filmi, entrika, lüks ve tehlikenin iç içe geçtiği bir dünya sunuyor. Film, gişede önemli başarı elde ederek dünya çapında 361 milyon doları aşan hasılatı ile serinin en yüksek gelirlerinden birine ulaşıyor.

Sinema tarihinin en efsanevi serilerinden olan James Bond, "From Russia with Love", "The World is Not Enough" ve "Skyfall" filmleriyle İstanbul'u üç kez beyaz perdeye taşıdı.

Aksiyon ve entrikayı harmanlayan 1964 yapımı “Topkapi”, 1960’ların İstanbul’unu egzotik bir fon olmaktan çıkararak başlı başına bir karaktere dönüştüren soygun filmlerinin klasiklerindendir.

Yalnızca hikâyesiyle değil mekân seçimleriyle de dikkat çeken The “The World is Not Enough”, Küçükso Kasrı ve Kız Kulesi gibi şehrin simgesel noktalarıyla bütünleşerek görsel cazibesine farklı bir boyut katmayı başarır.

Serinin 23’üncü filmi olan “Skyfall” ile İstanbul’un kapıları Bond’a yeniden açıldı. Belki de en çok ses getiren Bond filmlerinden olan Skyfall, İstanbul’un uluslararası izleyiciye yeniden tanıtımı noktasında önemli bir rol üstlendi. Kapalıçarşı’nın dar sokaklarında ve çatılarında geçen motosiklet sahneleriyle hafızalara kazınan film, yalnızca Bond evreninin değil modern aksiyon sinemasının da en ikonik sahneleri arasında yer alıyor.

HEYECANLI BİR SOYGUN HİKÂYESİ: TOPKAPI

Aksiyon ve entrikayı harmanlayan 1964 yapımı “Topkapi”, yönetmenliğini Jules Dassin’in üstlendiği ve tamamı İstanbul’da çekilen bir serüven filmi. Casus romanlarının ustası Eric Ambler’ın “The Light of Day” adlı eserinden uyarlanan film, Topkapi Sarayı Müzesi’ndeki paha biçilmez bir hançerin peşine düşen uluslararası bir hırsız çetesinin hikâyesini konu alıyor. Çetenin planına istemeden dâhil olan küçük üçkâğıtçı Arthur Simpson, Türk istihbaratıyla çete

arasında sıkışarak bir kedi-fare oyununa sürükleniyor ve macera başlıyor.

Melina Mercouri, Maximilian Schell, Robert Morley gibi yıldızların yer aldığı filmde, Ege Ernart, Seniğ Orkan ve Danyal Topatan gibi Türk oyuncular da rol alıyor. Manos Hacidakis’in müzikleri ve Henri Alekan’ın görüntü yönetmenliğindeki usta dokunuşlarıyla İstanbul’un tarihi dokusu ve geriliminin etkileyici bir atmosferle perdeye taşındığı görülüyor. Yönetmen Dassin’in kendisinin de küçük bir rolde görüldüğü bu yapım, Galata Kulesi’nden Yerebatan Sarnıcı’na, Sultanahmet’ten Beyoğlu’na İstanbul’u geniş bir açıda beyaz perdeye aktarıyor. Topkapi, 1960’ların İstanbul’unu egzotik bir fon olmaktan çıkarak başlı başına bir karaktere dönüştüren, soygun filmleri geleneğinin unutulmaz klasiklerinden biridir.

İSTANBUL’DA BİR ÇİZGİ ROMAN MACERASI: TENTEN VE ALTIN POST

Genç gazeteci Tenten ile sadık köpeği Boncuk’un macera dolu dünyasını, İstanbul’un tarihi ve renkli görüntüleriyle birleştiren “Tenten ve Altın Post” 1961 yılında yayımlandı. Belçika-Fransa ortak yapımı film; çizgi romanlardan aşına olunan karakterleri beyaz perdeye taşıyarak hem nostaljik hem de heyecanlı bir atmosfer yaratıyor.

Kaptan Haddock’un miras yoluyla “Altın Post” adındaki gemiyi devralmasıyla başlayan hikâye, Tenten’i İstanbul’a sürükliyor. Haddock’la beraber gemiyi teslim almak için İstanbul’a gelen Tenten, gemi üzerindeki sırlar ve kendilerine gelen tehditlerle birlikte macerayı doruğa çıkaran yolculuğuna başlıyor.

1960’ların İstanbulunun renkli ve canlı dokusunu gerçek renkli görüntülerle sunan filmde, İstanbul limanlarının yanı sıra dar



Topkapi - 1964



Inferno - 2016

sokakları, ahşap evleri ve boğazın silüeti filmin görsel çekiciliğini oluşturan sahnelere anlamlı bir doku katıyor. Macera, sır ve keşif temalarını çizgi roman karakterleriyle sinemaya aktaran filmde, Türk sinemasından Ulvi Uraz, Kamer Sadık ve Faik Coşkun gibi oyuncular ile ünlü İzmirli şarkıcı Dario Moreno da rol alıyor.

DAR SOKAKLARDA KOVALAMACA: TAKEN 2

“Taken 2”, atmosferi ve temposuyla izleyicinin nefesini kesen bir devam filmi. Yönetmenliğini Olivier



Taken 2 - 2012

Megaton’un üstlendiği serinin ikinci filmi, eski CIA ajanı Bryan Mills’in başrolde olduğu hikâyesini, İstanbul’un dâhil olduğu bir denklemde yeniden kuruyor. Mills, kızının kaçırılması ve aile üzerine kurulan büyük komplolarla yüzleşirken bu mücadeleyi kaotik ve çarpıcı İstanbul sokaklarında veriyor. Balat’ın renkli sokakları, Kadıköy ve Haydarpaşa’nın tarihi dokusu, filmin aksiyon sahnelerine hem estetik hem de duygusal derinlik kazandırıyor.

Aksiyonla duygusallığı ustaca harmanlayan filmde, aile bağları,

ihamet ve intikam duygusu, yalnızca patlama ve kovalamacalarla değil karakterlerin içsel çatışmaları ve kaygılarıyla da besleniyor. Gişede büyük başarı yakalayan “Taken 2”, serinin en yüksek hasılat yapan filmi olarak dikkat çekerken izleyiciye sunduğu İstanbul panoraması ile de şehrin dinamizmiyle uyumlanarak unutulmaz bir deneyim sunuyor.

İSTANBUL’UN GİZEMLİ KÖŞELERİ: INFERNO

Dan Brown’ın aynı adlı romanından sinemaya uyarlanan bir gizem-macera filmi olan Inferno, izleyiciyi kusursuz sanat eserleri ve tarihi dokular arasında geçen zihin açıcı bir kovalamacaya davet ediyor. Melekler ve Şeytanlar’ın devam filmi olan Inferno’da Tom Hanks, semboloji profesörü Robert Langdon karakterine hayat veriyor. Dante’nin şiiri ve “cehennem” vizyonları üzerine kurulmuş karmaşık ipuçlarının takip edildiği film Floransa’dan İstanbul’a uzanan sürükleyici bir hikâyeyi anlatıyor.

Görkemli mekânları, tarihi simgelere yönelik detayları ve koşturmalı temposuyla dikkat

İstanbul’un medeniyetler beşiği olarak sunulduğu "Inferno'da, Ayasofya ve Yerebatan Sarnıcı gibi mekânlar genel hikâyeye derinlik katma anlamında ustaca kullanılıyor.



Tenten ve Altın Post - 1961

çeken film, İstanbul'un tarihi bölgelerinin kullanımı açısından da görsel bir şölen sunuyor. İstanbul'un medeniyetler beşiği olarak sunulduğu filmde, şehrin görkemli silueti ile Ayasofya ve Yerebatan Sarnıcı gibi mekânlar genel hikâyeye derinlik katma anlamında ustaca kullanılıyor.

NOSTALJİK BİR İSTANBUL PORTRESİ: THE TWO FACES OF JANUARY

Viggo Mortensen, Kirsten Dunst ve Oscar Isaac'ın başrollerinde olduğu The Two Faces of January, 2014 yılında Patricia Highsmith'in romanından uyarlanan görkemli bir gerilim ve psikolojik drama filmi. Viggo Mortensen, Kirsten Dunst ve Oscar Isaac'ın güçlü oyuncularıyla hayat bulan The Two Faces of January, 1960'ların İstanbul'unda başlıyor. İstanbul, Atina ve Girit arası geçen yolculuklarında hile, aldatma ve suçun gölgesinde sıkışan karakterler zenginlik, sahte kimlikler ve kaçışın yalan dolu labirentinde geziniyor.

Zamanın kıyısında dolaşan karakterleriyle nostaljik bir hava sunan film, izleyiciyi hem görsel olarak büyülüyor hem de karakterler arası gerilimin hüküm sürdüğü atmosferiyle etkiliyor. 1960'ların atmosferini yansıtmak için tercih edilen İstanbul, geçmişin estetiğini bugüne taşımayı başaran nadir şehirlerden biri olarak filme hem romantik hem de gizemli yönleriyle önemli bir katkı sunuyor.

SOĞUK SAVAŞIN GÖLGESİNDE: TINKER, TAILOR, SOLDIER, SPY

"Tinker, Tailor, Soldier, Spy", John le Carré'nin ünlü romanından sinemaya uyarlanmış, soğuk savaş dönemi casusluk atmosferini ağır çekimde işleyen bir psikolojik gerilim filmi. Tomas Alfredson'ın yönetmenliğini yaptığı; Gary Oldman, Mark Strong ve John Hurt gibi oyuncuların başrolde olduğu film, İngiliz istihbarat servisinin içindeki "köstebeği" ortaya çıkarma çabası etrafında örülmüş bir giz, ihanet ve sadakat üçgeni sunuyor.

1970'ler Londra'sından İstanbul sokaklarına uzanan film, hiç bitmeyen aksiyon ve gerilim dolu sahneleriyle izleyiciyi sürekli olarak diri tutmayı başarıyor. Gri ve sisli bir soğuk savaş atmosferiyle betimlenen İstanbul ise casusluk faaliyetlerinin kilit durağı olarak önemli bir merkez konumundadır. Karaköy, İstiklal Caddesi ve bazı gece kulüpleri filmde sahneye çıkar.

Savunma Sanayinde Yenilikçi Projeler TİSAŞ'tan

Hafif silah üretiminde ülkemizin en önemli yapı taşlarından biri olan TİSAŞ, özellikle son dönemde yaptığı AR-GE yatırımları, üretim otomasyon sistemleri ve yenilikçi ürün geliştirme projeleriyle birlikte hem ürün gamını hem de kapasitesini büyütüyor. Savunma sanayi alanında Doğu Karadeniz Bölgesinin en büyük entegre tesisi olan firma, sahip olduğu teknolojik altyapı ve mühendislik kabiliyeti sayesinde sadece dayanıklı değil, aynı zamanda ergonomik ve kullanıcı dostu ürünler üretiyor.

Kolluk güçlerimizin uzun yıllar tedarikçisi konumunda olan TİSAŞ'ın bu başarısındaki en önemli etkenlerin; yerli mühendislik ve üretim anlayışı, kritik komponentlerin millileştirilmesi ve sürdürülebilir AR-GE ve insan kaynağına yatırım olduğu belirten TİSAŞ Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Murat Alemdaroğlu, TİSAŞ'ı yalnızca silah üreten bir fabrika değil, yüksek teknolojili savunma çözümleri geliştiren ve mühendislik gücünü küresel arenaya taşıyan bir merkez olarak konumlandırıyor.

KATMA DEĞERİ YÜKSEK ÜRÜNLER ÜRETİLİYOR

Tabanca üretimindeki tecrübesini Piyade Tüfeğine aktaran TİSAŞ, üzerinde çalıştığı 7,62 milimetre Makineli Tüfek ve 12,7 milimetre Gatling projelerini ilk kez IDEF 2025 fuarında profesyonel kullanıcılar ile paylaşmıştı. Uzun mühendislik çalışmaları neticesinde ortaya çıkan katma değeri yüksek bu projeler ile TİSAŞ, sektörde farklılık oluşturmayı ve ilklere öncülük yapmayı amaçlıyor. Hâlen doğrulama ve geçerli kılma test faaliyetleri yürütülen bu projelerin yakın bir zaman içerisinde profesyonel



kullanıcılar ile buluşacağı planlanıyor. Şirketin bünyesinde yer alan AR-GE merkezinde; silah namılı geometrisi, balistik analiz ve modelleme, kompozit malzeme gelişimi ve yenilikçi kaplama teknolojilerinin geliştirilmesi gibi üründe farklılık yaratacak çok fazla sayıda proje yürütülüyor.

HEDEF, İHRACAT DEĞERİ ARTTIRMAK

TİSAŞ, sahip olduğu mühendislik altyapısı, dünya standartlarında üretim teknolojileri ve AR-GE yatırımları sayesinde hem ülkemizde kolluk güçlerinin ihtiyaçlarını karşılamakta hem de global pazarda adından söz ettirmektedir. Tabanca ve piyade tüfeğinde elde ettiği başarı ile bugün dünya çapında tanınan, tercih edilen ve güvenilen bir marka haline geldi. Firma, 65 ülkeye yaptığı ihracat sayesinde TİM tarafından yayınlanan en fazla ihracat yapan 1.000 işletme arasında yerini aldı. Üzerinde çalıştığı bu yeni projeler ile hem ihracat seviyesini daha üst sıralara taşımayı hem de ülkemizin dışa olan bağımlılığı azaltmayı amaçlıyor.



Murat Alemdaroğlu
Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı

Belçika-Fransa ortak yapımı "Tenten ve Altın Post" filminde, Türk sinemasından Ulvi Uraz, Kamer Sadık ve Faik Coşkun gibi oyuncular ile ünlü İzmirli şarkıcı Dario Moreno da rol alıyor.



Oltan Dere
Skymod Teknoloji Kurucu Ortağı

Skymod Teknoloji

Güvenli ve Kurumsal Yapay Zekâ Ajanları Oluşturuyor

Teknik bilgi gerektirmeden, şirket verilerine entegre özel yapay zekâ asistanları ve otomasyonlar oluşturma imkânı sunan Skymod Teknoloji, yapay zekâyı herkes için erişilebilir kılarak global ölçekte de güçlü bir ürün ortaya koyuyor.

Firmaların güvenli bir altyapı kullanarak kodlama gerektirmeksizin özel AI ajanları oluşturmaya olanak sağlayan Skymod’un kuruluş hikâyesini sizden dinleyebilir miyiz?

Skymod Teknoloji, şirketlerin rekabetçi avantajlarını kaybetmelerini için ChatGPT, Gemini, Claude gibi veriye dayalı yapay zekâ şirketlerini doğrudan kullanamayacaklarını ve bu duruma bir çözüm bulunması gerektiğini savunarak yola çıktı. Kasım 2023’te kurulan şirketimiz, yaklaşık altı ay boyunca güvenli üretken yapay zekâ projeleri geliştirme-ye, şirket verilerini tamamen güvende tutacak altyapılar ve sistematiğe kurmaya yoğunlaştı. Tüm yapay zekâ altyapısındaki algoritmalarımızı TÜBİTAK desteğiyle kendimiz yazdık. Herhangi bir dış API kullanmadan, verilerin tamamen Türkiye’de kaldığı ve şirkete özel bir ortam oluşturduk.

O dönemlerde üretken yapay zekâ henüz yeni konuşulmaya başlanmıştı ve güvenli altyapı ihtiyacına dair farkındalık bugünkü kadar yaygın değildi. Günümüzde ise şirketler, ChatGPT benzeri platformları kendi içlerinde yasaklıyor ve tamamen izole sistemler kurmaya çalışıyor. Bunun temel sebebi, şirketlere ait özel verilerin global platformlarla paylaşılacak istenmemesi ve rekabet avantajının korunmasıdır. Ancak bunun tek başına yeterli

olmadığını biliyorduk. Şirketlerle çalışmak ve yüksek katma değer yaratmak için yalnızca güvenli bir altyapı değil; aynı zamanda özelleştirilmiş yapay zekâ uygulamaları geliştirmek, yüksek doğrulukla çalışan asistanlar ve ajanlar üretmek, ChatGPT seviyesinde bir “chat” deneyimi sunmak gerekiyordu. Bu vizyonla geliştirdiğimiz “SkyStudio” platformu, bir yıl içinde üç ayrı ürün çıkardı: Chat, Asistan ve İş Akışı Otomasyonu. Geliştirmelerimiz hâlen devam ediyor. Yaptığımız çalışmalar sayesinde yalnızca Türkiye’de değil, global ölçekte de güçlü bir ürün ortaya koyuyoruz.

“Kodlama gerektirmeyen özel AI asistan geliştirme” deneyimi hakkında neler söylersiniz?

SkyStudio içinde AI asistan geliştirme konusundaki ilk söyleyeceğim şey, geçen hafta itibarıyla müşterilerimiz tarafından 480’inci asistan geliştirilmesi haberi olabilir. Bu önemli çünkü platform içine aldığımız herhangi bir şirket çalışanı platformumuz için çektiğimiz videoları ve dokümantasyonu okuduktan sonra herhangi bir kod yazmadan dakikalar içinde dokümanlarını ve API uçlarını bağlayarak kendi asistanlarını yapabiliyor. Dolayısıyla bu kolaylaştırıcı ortam hem müşterilerimize cesaret katıyor hem de satın alma kararlarını hızlandırıyor. Yapay zekâ dün-

yası hızla ilerlerken şirketlerde çalışan yapay zekâ mühendisleri de artık sadece no-code değil aynı zamanda low-code uygulamalara yönelmiş durumdadır. Biz de bu konuda kendimizi geliştirerek iş akış otomasyonu ürünümüzle birlikte bu noktada yeni geliştirmeler yapıyoruz.

Türkiye ve global pazarda Skymod hangi alanda konumlanıyor?

Skymod Teknoloji, Türkiye’de kurumlara üretken yapay zekâ hizmeti veren lider bir teknoloji şirketi. Lider dememin arkasındaki en önemli faktör ise çok hızlı büyüyen bir şirketiz ve ülkenin önde gelen çok büyük diye nitelendirdiğimiz holding şirketleriyle hâlihazırda çalışıyoruz. Üç ürünümüz var ve güvenli altyapı, doğru cevap veren asistanlar oluşturma, zor projelerde gerçekleştirdiğimiz performans ve şirketlere kattığımız ekonomik değer bunların en temel göstergesi. Diğer taraftan dünyada önemli bir rol alabilmek ve oyuncu olabilmek için de şu an global pazarlara satışlara başlamış bulunuyoruz. Bu noktada iki hedef pazarımız var: İlki, Birleşik Krallık diğeri ise Birleşik Devletlerdir. Bu iki coğrafyada bulunan ve “enterprise” olan şirketlerin en çok ihtiyaç duyduğu işi yapıyoruz. Bu pazarlarda büyük bir fark ve fırsat yaratacağımıza eminiz.

Üretken yapay zekâ platformunun çalışan verimliliği üzerinde nasıl bir etkisi var?

Yapay zekâ hayatımıza girdiğinden beri aslında ölçebildiğimiz ve ölçemediğimiz birçok verimlilik ve üretkenliği de kendisiyle getirdi. İyi şeyler getirmekle birlikte sorumlu kullanılmadığı zaman da kendisiyle kötü sonuçlar doğurabilecek durumları da getirdiğini söylemeliyim. Şirketler için ise en önemli konunun bu noktada baktıkları verimlilik ve üretkenlik

olması dolayısıyla gördüğüm kadarıyla adım atarken bu yatırımların ne kadar sürede kendilerine döneceğini merak ederek adım atmaları buradaki konuyu tetikleyici bir faktör olmuştur.

Bana sorulursa yapay zekânın şirketler içindeki rolü, hâlâ yedi yaşında bir çocuktan fazla değil. Ama bu çocuk doğru eğitilir ve yetiştirilirse büyüdüğünde inanılmaz etkiler yaratacak. Biz Skymod olarak her şeyin ötesinde şirketlere yatırım geri dönüşü getirecek şekilde çalışıyoruz. Bu yüzden bizimle çalışan tüm şirketler bugün, sene sonundaki verimliliklerini ve kendilerine sağlanan ekonomik değeri gördüklerinde buraya daha fazla harcama yapma eğilimine giriyor. Bu yüzden kullanım senaryoları, yapay zekâyı atfedilen gereksiz önem ve fomo etkisinden kurtulup daha iyi yönetim mekanizmaları ortaya koymak ve topyekün bir yapay zekâ stratejisi oluşturmak gerekiyor.

Gelecek için orta ve uzun vade- li hedefleriniz neler?

2025’in ilk yarısı, hedeflerimize ulaştığımız bir dönem oldu. Bu sene önemli bir büyüme kaydettik ve toplamda 14 kişilik bir kadroya çıktık. 2025 aynı zamanda ilk yatırım turunu kapattığımız bir dönem ve Skymod için çok önemli bir tetikleyici güç unsuru oldu. Bu sene sonu hedeflerimize erken ulaştık ve bir sonraki sene, sonraki yatırım turu ve önümüzdeki beş yıllık planlara ciddi şekilde hazırlanıyoruz. Özellikle de bir sonraki yıl hem globalde hem de Türkiye’deki rakiplerimizden ciddi bir şekilde sıyrılmayı hedefliyoruz. Elimizde çok iyi bir ekip var, mutlu müşteriler ve bize güvenen yatırımcılarımız var. Şirket olarak hırslıyız ve elimizden gelenin en iyisini yaparak global arenada daha fazla satış fırsatı yaratmaya çalışıyoruz.



“TİM-TEB Girişim Evi, Müşteri Sayımızın Artışını Olumlu Yönde Etkiledi”

TİM-TEB, Skymod’a inanan ilk hızlandırıcı programlardan. Geliştirdiğimiz teknolojiye güvendiler ve bugünlere gelmemizde itici bir güç oldular. Özellikle alanında saygın mentörlerle gerçekleştirdiğimiz görüşmeler sayesinde iş modelimiz hakkında beyin fırtınası gerçekleştirdik. Oluşturdukları kurumsal iş birlikleri, fuar organizasyonları ve demo day’lerle birlikte de müşteri sayımızın artışını olumlu yönde etkilediler. Diğer taraftan aldığımız yatırım turundaki bir yatırımcımız da bizimle yine program kapsamında tanıştı. Kısacası bir girişim için sağlanabilecek tüm destekleri sağlayan ve alanında çok profesyonel kişilerden oluşan bir organizasyon diyebilirim.



Dr. Canan Tiryaki
Vegg Foods
Kurucusu

Vegg Foods

Doğanın İlhamını Bilimle Buluşturuyor

Bitkisel yumurta alternatifi ve yenilikçi gıdalarla hem doğayı hem insan sağlığını koruyan Vegg Foods, çevresel etkiyi azaltarak tarımsal sürdürülebilirliği destekleyen bir rol üstleniyor.

Sürdürülebilir tarımı, sıfır atık yaklaşımını ve etik üretimi temel alan Vegg Foods, pazardaki hangi boşluğu doldurmak üzere kuruldu?

Vegg Foods, artan dünya nüfusu, iklim krizi ve sağlıklı beslenme arayışlarının ortasında doğan çok kritik bir ihtiyaca çözüm sunmak amacıyla kuruldu. Bugün dünya genelinde 1,2 milyar insan vegan, vejetaryen, fleksiteryen ya da gıda intoleransları sebebiyle hayvansal ürünlerden uzak duruyor. Ancak pazarda mevcut bitkisel alternatifler ya çok pahalı ya düşük kaliteli ya da işlevsel açıdan yumurtanın sağladığı bağlayıcı, köpürtücü ve emülsifiye edici özellikleri karşılamıyor. Tam da bu noktada Vegg Foods; sürdürülebilir tarımı, sıfır atık yaklaşımını ve etik üretimi merkeze alarak kırk nohutları katma değerli ürünlere dönüştürüyor. Dünya Doğayı Koruma Fonu'nun (WWF) "Future 50 Foods" listesinde yer alan nohut, iklim değişikliğine dayanıklı, az su tüketen ve toprağı zenginleştiren bir ürün. Biz bu güçlü ham maddenin potansiyelini ortaya çıkararak; bitkisel yumurta alternatifi (Aquafaba/BBYA), humus unu ve humus sosu geliştiriyoruz.

Ürünlerimiz sadece çevresel açıdan değil, sağlık açısından da fark yaratıyor. Fermente mikrobiyal ve postbiyotik katkılarıyla ürünle-

rimizin protein değerini artırıyor, antioksidan kapasitesini güçlendiriyor ve bağırsak mikrobiyotasını destekliyoruz. Böylece tüketicilere sadece bir yumurta alternatifi değil, aynı zamanda fonksiyonel ve geleceğin beslenme trendlerine uygun gıdalar sunuyoruz. Vegg Foods, pazarda uygun fiyatlı, işlevsel, sağlıklı ve çevre dostu bitkisel yumurta alternatifleri eksikliğini dolduruyor. Hem hayvan dostu ve etik üretim modeliyle sosyal bir etki yaratıyor, hem de gıda israfını önleyen sıfır atık yaklaşımıyla döngüsel ekonomiye katkı sağlıyor.

Kullanıcılarınıza hangi alanlarda ne gibi avantajlar sunuyor sunuz?

Kullanıcılarımıza sağlık, çevresel sürdürülebilirlik ve ekonomik ve işlevsel olmak üzere üç temel alanda avantaj sağlıyoruz. Ürünlerimiz tamamen bitkisel, kolesterolsüz, alerjen içermeyen ve glutensiz. İçerisine eklediğimiz fermente mikrobiyal ve postbiyotikler sayesinde bağırsak mikrobiyotasını destekliyor, antioksidan kapasiteyi artırıyor ve bağışıklık sistemine katkıda bulunuyor. Bu yönüyle sadece bir gıda değil, aynı zamanda fonksiyonel bir beslenme çözümü sunuyoruz. Bitkisel yumurta alternatifimiz Aquafaba, hayvansal yumurtaya kıyasla yüzde 70 daha

düşük karbon ayak izi ve yüzde 60 daha az su tüketimi ile üretiliyor. Ayrıca kırk nohutları ve gıda endüstrisi artıklarını değerlendirerek sıfır atık döngüsel ekonomi modeli oluşturuyoruz.

Pazarda bulunan alternatiflere göre daha uygun fiyatlı ve daha işlevsel ürünler sunuyoruz. Aquafaba, yumurtanın bağlayıcı, köpürtücü ve emülsifiye edici tüm özelliklerini taşıyor. Humus unu ve humus soslarımız ise pratik, yüksek proteinli ve sağlıklı beslenmeyi kolaylaştırıyor. Yakın dönemde ürün portföyümüze raf ömrü uzun, sağlıklı atıştırmalık "Humus Bar" ekleyeceğiz. Bu ürün, özellikle yoğun tempolu çalışanlar, sporcular ve hatta uzun süreli dayanıklılık gerektiren koşullar (örneğin askeri operasyonlar) için pratik ve besleyici bir çözüm olacak. Ayrıca, tüketicilere ihtiyaç duyduklarında kolayca hazırlayabilecekleri bitkisel ve fonksiyonel hazır toz çorbalar üzerinde de çalışıyoruz.

Sürdürülebilir beslenme, döngüsel ekonomi gibi yaklaşımlara katkı sağlama konusunda nasıl bir rol üstleniyorsunuz?

Vegg Foods olarak en başından beri amacımız sadece alternatif bir gıda üretmek değil, aynı zamanda iklim krizine karşı çözümün bir parçası olmak. Bunun için üç temel alanda rol üstleniyoruz:

a. Karbon ve Su Ayak İzinin Azaltılması:

Ürünlerimiz hayvansal kaynaklı gıdalara kıyasla yüzde 70 daha düşük karbon ayak izi ve yüzde 60 daha az su tüketimi ile üretiliyor. Bu sayede her tüketim tercihi, doğrudan çevresel etkiyi azaltıyor.

b. Döngüsel Ekonomi ve Sıfır Atık:

Kırk nohutları ve gıda endüstrisinin artıklarını (örneğin pancar posası, kereviz sapı,

kabak kabuğu) kullanarak sıfır atık prensibiyle katma değerli ürünler üretiyoruz. Böylece hem gıda israfını önliyoruz hem de atığı değere dönüştürüyoruz.

c. Bakliyatların İklim Dayanıklılığı:

Nohut, WWF'nin Future 50 Foods listesinde yer alan iklim dostu ürünlerden biri. Az suyla yetişiyor, azot bağlama özelliği sayesinde toprağı zenginleştiriyor ve kuraklık koşullarına karşı yüksek dayanıklılık gösteriyor. Dolayısıyla bizim üretim modelimiz, iklim değişikliğine uyumlu tarımı desteklerken aynı zamanda gıda güvenliği açısından da stratejik bir katkı sağlıyor.

"Sıfır atıkla geleceğe" yaklaşımınız nasıl şekilleniyor?

Vegg Foods olarak üretimimizin merkezine ileri dönüşüm ve sıfır atık yaklaşımını koyduk. Gıda endüstrisinde çoğunlukla hayvan yemi ya da atık olarak değerlendirilen kırk nohutları ve sebze posalarını işleyerek, onları katma değerli ve sağlıklı gıdalara dönüştürüyoruz. Tek bir proseste bitkisel yumurta alternatifi (Aquafaba/BBYA), humus unu, humus sosu, nohut kabuğu unu olmak üzere dört farklı ürün elde ediyoruz.

Bu sayede ham maddenin hiçbir kısmı boşa gitmiyor; her parçası bir ürüne dönüşüyor. Bu yaklaşım hem ileri dönüşümün en somut örneklerinden biri hem de döngüsel ekonomi modeline güçlü bir katkı sunuyor. Ayrıca çevresel etkimizi de bilimsel olarak ölçüyoruz. Bağımsız analizler, ürünlerimizin hayvansal muadillerine kıyasla yüzde 70 daha düşük karbon salımı ve yüzde 60 daha az su kullanımı sağladığını ortaya koydu. Yani tüketiciler ürünlerimizi tercih ettiğinde sadece sağlıklı bir alternatif seçmiş olmuyor, aynı zamanda doğaya da doğrudan katkıda bulunuyor.



HEDEF VE BAŞARILAR

Kuruluşumuzdan bu yana geçen kısa sürede oldukça hızlı yol aldık. Henüz 1,5 yıl içinde devlet destekleri, SEECO Enhancer, EIT Food programları ve farklı ödüller sayesinde kendi üretim tesisimizi kurmayı başardık. Şu anda UNIDO GCIP ve TÜBİTAK 2025 programları içinde yer alıyoruz. Bu kısa sürede edindiğimiz deneyim, aldığımız destekler ve kurduğumuz altyapı bize güçlü bir büyüme ivmesi kazandırdı. 2025'in kalan döneminde önceliğimiz, ürünlerimizi yurt içi ve yurt dışındaki fuar ve etkinliklerde tüketiciyle buluşturmak ve demo günleriyle tanıtım faaliyetlerimizi hızlandırmak olacak. Ayrıca Food Valley ile görüştük, Avrupa pazarına açılım için iş birlikleri ve yatırım fırsatlarını değerlendiriyoruz.

Gelecek için hedefimiz, sürdürülebilir protein çeşitliliğini artırmak. Bu doğrultuda Finlandiya, Hollanda ve Portekiz'deki üniversiteler ve araştırma merkezleriyle iş birlikleri planlıyoruz. Aynı zamanda İTÜ Entertech ve kazandığımız Hollanda ödülü sayesinde Avrupa pazarında yeni görüşmelere başlayacağız. Sadece Türkiye'de değil, Avrupa'da da söz sahibi olmayı; sürdürülebilir, fonksiyonel ve inovatif bitkisel protein ürünleriyle global ölçekte değer yaratmayı hedefliyoruz.

Sanayi Gündemi



SEKTÖRLERE GÖRE EYLÜL 2025'E AİT KAPASİTE KULLANIM ORANLARI

Gıda	71,7
İçecek	72
Tütün	85,6
Tekstil	68,8
Giyim	74,7
Deri	63,4
Ağaç Ürünleri	83,7
Kağıt	83,9
Basım	69,3
Kimyasal	74,3
Eczacılık Ürünleri	78,5

PMI Eylül'de 46,7 Olarak Gerçekleşti

İstanbul Sanayi Odası Türkiye İmalat Satın Alma Yöneticileri Endeksi'ne (PMI) göre ağustos ayında 47,3 olan manşet PMI, eylülde 46,7'ye gerileyerek imalat sektörünün yavaşlamaya devam ettiğini gösterdi. Faaliyet koşullarındaki bozulma eğilimi de bir buçuk yıla ulaşmış oldu.

İmalat sektöründe faaliyet gösteren firmaların geri bildirimleri, eylül ayında talep tarafındaki zorlukların hâlâ devam ettiğini ortaya koyuyor. İç ve dış siparişlerde yaşanan zayıflama hem yeni siparişlerin hem de ihracatın ivme kaybetmesine neden oldu.

Siparişlerde ve ihracatta görülen zayıflama, üretim hacminin daralmasına yol açıyor. Üstelik siparişlerin azalması, birçok şirketin elindeki mevcut iş yükünü eritebilmesine imkân tanısa da üretimin tamamında bir canlanma sağlamaktan uzak. Pek çok firma satılamayan ürünlerini stoklarına ekliyor ve böylece son üç ayda ilk kez stoklar artış gösterdi.

Üretimde Yavaşlama ve İstihdamdaki Süreklilik Hâkim

Üretimdeki yavaşlama yalnızca keskin değil aynı zamanda ağustos ayına kıyasla daha güçlü gerçekleşti. Anket katılımcılarına göre bu tablo, büyük ölçüde piyasa koşullarındaki zorluklardan kaynaklanıyor. Eylül ayında imalatçılar, üretim gereksinimlerindeki azalışa paralel olarak istihdamı düşürmeye devam etti. Bazı şirketlerde ise çalışanların istifaları da bu gerilemeye katkı sağladı. Böylece istihdam, ağustosa kıyasla daha düşük bir oranda olsa da üst üste onuncu ay gerilemiş oldu.

Eylül ayında liradaki zayıflık, girdi maliyetlerinin artışında başlıca etken oldu. Enflasyon, son üç ayın en sert hızına ulaşarak firmalar üzerinde ek maliyet baskısı yarattı. Nihai ürün fiyatları da aynı dönemde hızlı bir yükselişe geçti ve nisan ayından bu yana görülen en keskin artış kaydedildi.

Kapasite Kullanımı Eylül Ayında Taban Seviyesinden Geri Döndü

Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankasının (TCMB) verilerine göre eylül ayı kapasite kullanım oranlarında (KKO) artış gözlemlendi. Mevsimsel etkilerden arındırılmış KKO bir önceki aya göre 0,2 puan artarak yüzde 73,8 seviyesinde gerçekleşti. Mevsimsel etkilerden arındırılmamış KKO ise önceki aya göre 0,5 puan artarak yüzde 74,0 oldu.

En yüksek kapasite kullanım oranı yaklaşık yüzde 85,6 ile tütün ürünlerinde görüldü. Tütün sektörünü yüzde 83,9 ile kâğıt sektörü, yüzde 83,7 ile ağaç ürünleri sektörü takip etti. En düşük kapasite kullanımı ise yüzde 63,5 makine ve ekipman sektöründe yaşandı. Bu sektörleri, yüzde 67,3 ile diğer imalatlar ve yüzde 68,8 ile de tekstil ürünleri takip etti.

Eylül Ayında Ekonomik Güven Endeksi 98,0 Oldu

Ağustos ayında 97,9 olan ekonomik güven endeksi, eylül ayında yüzde 0,1 oranında artarak 98,0 değerini aldı. Bir önceki aya göre eylül ayında tüketici güven endeksi yüzde 0,4 oranında azalarak 83,9 değerini, reel kesim (imalat sanayi) güven endeksi yüzde 0,2 oranında artarak 100,8 değerini, hizmet sektörü güven endeksi yüzde 0,1 oranında azalarak 111,0 değerini, perakende ticaret sektörü güven endeksi yüzde 0,4 oranında artarak 109,2 değerini, inşaat sektörü güven endeksi ise yüzde 3,6 oranında artarak 88,3 değerini aldı.

TÜRKİYE PMI İMALAT SANAYİ RAPORU (EYLÜL 2025)

Tarihsel bakış:

PMI Üretim Endeksi, 50 = değişme yok



Ağustos 2025 Tarım Bülteni



SEKTÖREL İHRACAT VERİLERİ (1000\$)

Sektör	Ağustos 2024	Ağustos 2025	Değişim (%)
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	964.863	969.383	0,5
Mobilya, Kâğıt ve Orman Ürünleri	664.863	656.808	-1,2
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamulleri	337.286	338.681	0,4
Meyve Sebze Mamulleri	219.207	210.361	-4,0
Yaş Meyve ve Sebze	213.028	177.337	-16,8
Fındık ve Mamulleri	161.813	124.786	-22,9
Kuru Meyve ve Mamulleri	118.687	112.218	-5,5
Tütün	98.099	95.600	-2,5
Zeytin ve Zeytinyağı	55.487	32.591	-41,3
Süs Bitkileri ve Mamulleri	5.689	9.402	65,3

Dünyadan Tarım Haberleri

Küresel Gıda Fiyatları Temmuz'da Yükseldi

Temmuz ayında küresel gıda fiyatları, Haziran'dan sonra yeniden artış gösterdi. FAO Gıda Fiyat Endeksi (FFPI), Temmuz'da yüzde 1,6 artarak 130,1 puana yükseldi ve geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 7,6 artış kaydetti. Artışa en çok et ve bitkisel yağ fiyatlarındaki yükseliş katkı sağladı. Bitkisel yağ fiyatları yüzde 7,1 artarak son 3 yılın zirvesine ulaştı; bu artışta palm, soya ve ayçiçek yağı etkili oldu. Et fiyatları da yüzde 1,2 yükselerek tüm zamanların en yüksek seviyesine çıktı; sığır ve koyun eti fiyatlarında sert artış gözlemlendi. Buna karşın, tahıl fiyatları yüzde 0,8, pirinç fiyatları yüzde 1,8, süt ürünleri fiyatları yüzde 0,1 ve şeker fiyatları yüzde 0,2 oranında geriledi. Tahılda bol arz etkili olurken, süt ürünlerinde sınırlı düşüş yaşandı; şeker fiyatları ise art arda beşinci ayında da gerilemeye devam etti.

ABD'de Kırmızı Et Fiyatları Rekor Kırdı

ABD'de kırmızı et fiyatları, kuraklık, hastalıklar ve yüksek gümrük tarifeleri nedeniyle rekor seviyelere ulaştı. Kıymanın kilogram fiyatı 13,49 dolara yükselerek tarihin en yüksek düzeyine çıktı; bu, yıllık bazda yüzde 12, yıl başından bu yana ise yüzde 8 artış anlamına geliyor. Biftek fiyatları da yıllık yüzde 8 artışla 23,34 dolara ulaştı.

Uzmanlara göre fiyat artışının başlıca nedenleri, kuraklık nedeniyle azalan mera alanları, yükselen yem maliyetleri ve arz-talep dengesizlikleri. Ayrıca ABD'nin Brezilya'dan ithal ete

yüzde 50 oranında yeni gümrük vergisi getirmesiyle birlikte toplam vergi yükü yüzde 76'ya ulaştı. Bu durum, uygun fiyatlı Brezilya etinin ABD pazarından büyük ölçüde çıkmasına yol açarak fiyatları daha da yukarı çekiyor.

Rusya Bazı İhracat Vergileri- ni Geçici Olarak Sıfırladı

Rusya, 13-19 Ağustos 2025 tarihleri arasında buğday, arpa ve mısır ihracat vergilerini geçici olarak sıfırlama kararı aldı. Bu kapsamda, hâlihazırda buğday için ton başına 19,4 ruble ve mısır için 371,5 ruble olan ihracat vergileri kaldırılacak. Yeni oranlar, Tarım Bakanlığının hesaplamaları doğrultusunda belirlenen ve buğday için 223,5 dolar, arpa için 199,7 dolar, mısır için ise 220 dolar olan gösterge fiyatlara göre hesaplandı.

Elde edilen vergi gelirleri, tarım üreticilerine sübvansiyon olarak geri dönüyor. Vergiler, Moskova Borsası'nda kaydedilen sözleşmelere dayanarak, referans ve gösterge fiyatlar arasındaki farkın yüzde 70'i esas alınarak haftalık hesaplanıyor. 2023 ve 2024'te referans fiyatlarda artış yapılırken, 24 Temmuz 2025 itibarıyla yalnızca arpa için baz fiyat 17,875 ruble/ton olarak güncellendi.

Fransa'da Peynirde Görülen Listeria Salgını Belçika'ya Yayıldı

Fransa'da peynir kaynaklı listeria salgını nedeniyle 2 kişi hayatını kaybetti, en az 21 kişi enfekte oldu. Belçika'da da aynı bakteriye bağlı vaka bildirildi. Fransa Tarım Bakanlığı'na göre salgının, ülkenin merkezindeki Chavegrand fabrikasında üreti-

len peynirlerden kaynaklandığı düşünülüyor. 23 Haziran'dan önce üretilip 9 Ağustos'a kadar satışa sunulan tüm peynirler marketlerden toplatıldı. Riskli ürünler arasında camembert, brie, gorgonzola ve keçi peyniri bulunuyor.

Belçika Gıda Güvenliği Kurumu da Fransa'daki salgınla aynı bakteri türünün ülkede bir kişiyi enfekte ettiğini doğruladı. Yetkililer, bakterilerin çevrede doğal olarak bulunduğunu ve gıdalara bulaşabileceğini, bu nedenle düzenli kontroller yapıldığını belirtti. Belçika'da bu yıl 62 listeria vakası kaydedildi, ancak bunlardan sadece ilki Fransız peynirleriyle bağlantılı çıktı. Riskli peynirlerin Colruyt, Okay ve Comarkt marketlerinden toplatıldığı açıklandı.

AB'nin Gündeminde "Mercosur Anlaşması" Var

Avrupa Komisyonu, Güney Amerika ülkelerini kapsayan Mercosur serbest ticaret anlaşmasının onay sürecini başlattı. Anlaşmanın, özellikle tarım ürünleri ticaretinde AB iç piyasasına etkileri konusunda bazı çiftçi örgütleri ve milletvekilleri endişelerini dile getiriyor. Komisyon, bu kaygıları gidermek amacıyla ithalatta olağanüstü artışlara karşı koruyucu mekanizmalar ve çiftçiler için kriz destek fonu önerdi. Buna göre, piyasada fiyat ya da hacimde ciddi dalgalanma olması halinde hızlı önlemler alınabilecek. Sürecin ilerleyebilmesi için Avrupa Parlamentosu ve üye ülkelerin onayı gerekiyor. Önümüzdeki dönemde tartışmaların hem tarım sektöründe hem de siyasi düzeyde yoğunlaşması bekleniyor.

ABD Menşeli Bazı Ürünlerin İthalatındaki Ek Mali Yükümlülükler Kaldırıldı

Tedbirlerin ilerleyen dönemde tarafların attığı adımlara bağlı olarak güncellendiği ve hâlihazırda belirli oranlarda yürürlükte kalmaya devam ettiği belirtildi.



2 Eylül 2025 tarihli Resmi Gazete'de yer alan 11/6/2018 tarihli ve 2018/11973 Sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile Yürürlüğe Konulan Amerika Birleşik Devletleri Menşeli Bazı Ürünlerin İthalatında Ek Mali Yükümlülük Uygulanmasına Dair Kararın Yürürlükten Kaldırılması Hakkında Karar (Karar Sayısı: 10435) ile "ABD Menşeli Bazı Ürünlerin İthalatında Ek Mali

Yükümlülük Uygulanmasına Dair Karar" yürürlükten kaldırıldı.

Ticaret Bakanlığından konuya ilişkin yapılan açıklamada, ABD'nin 2018'de çelik ve alüminyum ürünleri ithalatında uygulamaya koyduğu ilave vergiler üzerine Türkiye'nin de Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) kuralları çerçevesinde karşı tedbirler aldığı ve ABD menşeli bazı ürünlerde ek mali yükümlülük uygulamaya başladığı hatırlatıldı.

Söz konusu tedbirlerin ilerleyen dönemde tarafların attığı adımlara bağlı olarak güncellendiği ve hâlihazırda belirli oranlarda yürürlükte kalmaya devam ettiği belirtilen açıklamada, sürecin iki ülke arasında DTÖ'de de bir süredir değişik panellerde ve müzakerelerde değerlendirildiği bildirildi.

Açıklamada, geline aşamada ABD ile yürütülen ve olumlu ilerleyen müzakereler, DTÖ An-

laşmazlıkların Halli Mekanizması kapsamındaki danışmalar ve panel raporları çerçevesindeki istişareler neticesinde ABD menşeli bazı ürünlerin ithalatında uygulanan ek mali yükümlülüklerin sona erdirildiği bilgisi verildi.

TARIM VE HAYVANCILIK DESTEKLERİ ARTIRILDI

14 Eylül 2025 tarihli Resmi Gazete'de yer alan 2025-2027 Yıllarında Yapılacak Bitkisel Üretime Yönelik Desteklemeler ile Diğer Bazı Tarımsal Desteklemelere İlişkin Kararda Değişiklik Yapılmasına Dair Karar (Karar Sayısı: 10394) ve 2024-2026 Yıllarında Yapılacak Hayvancılık Desteklemelerine İlişkin Kararda Değişiklik Yapılmasına Dair Karar (Karar Sayısı: 10395) ile 2026 yılını kapsayacak tarım ve hayvancılık destekleri için özellikle stratejik bitkiler, su kısıtı ve hayvan yetiştiriciliği odaklı sorunlar odağa alınarak buna uygun destekler yükseltildi.

2026 yılını kapsayacak desteklerde özellikle stratejik bitkiler, su kısıtı ve hayvan yetiştiriciliği odaklı sorunlar odağa alınarak buna uygun destekler yükseltildi. 2026 üretim yılı için destek katsayı değeri, bu yıla göre yüzde 27 artırılarak dekara 310 lira olacak. Ayrıca kapalı ortam bitkisel üretime yönelik genç ve kadın çiftçilere, ilave destek verilecek. Organik tarım desteğinde de, 1. derece tarımsal amaçlı üretici örgütlerine üye çiftçilere, destek katsayısının yüzde 25'i oranında ilave destek sunulacak.

ÇİFTÇİ KAYIT SİSTEMİ YÖNETMELİĞİ'NDE DEĞİŞİKLİĞE GİDİLDİ

1 Eylül 2025 tarihli Resmi Gazete'de yer alan Çiftçi Kayıt Sistemi Yönetmeliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik ile mülkiyeti kamuya ait arazilerde üretim yapan çiftçiler, kira sözleşmesinin bulunmaması durumunda "taah-

hütname" ile başvuru yapabilecek. Kamu arazilerine "taahhütname" ile başvuran çiftçilerin tarımsal desteklerden yararlanabilmeleri için kira sözleşmesini ibraz etmeleri gerekecek. Çiftçiler, belirtilen süre dışında da ürün değişikliği talebinde bulunabilecek. Bu talepler, üretim yılı sonuna kadar tespit komisyonunca değerlendirilebilecek. Üretim bilgilerinde bakanlık tarafından farklılık olduğunun tespiti hâlinde resen düzeltmeler yapılabilecek.

Arazinin sulama durumuna ilişkin değişiklik başvuruları, her yıl 30 Haziran'a kadar gerçekleştirilebilecek. Bu tarihten sonra gelen talepler ise üretim yılı sonuna kadar tespit komisyonu tarafından değerlendirilebilecek. Kira fesih işlemlerinde, arazi üzerinde ürün varsa kira sözleşmesi ürünün hasat tarihi itibarıyla sona erecek. 2026 üretim yılı Çiftçi Kayıt Sistemi (ÇKS) başvuruları, yarın başlayacak ve 31 Aralık'ta sona erecek.

LİMON VE ELMA İHRACATINA İZİN ŞARTI GETİRİLDİ

11 Eylül 2025 tarihli Resmi Gazete'de yer alan İhracı Kayda Bağlı Mallara İlişkin Tebliğ (Tebliğ No: İhracat 2006/7)'de Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ (İhracat: 2025/6) ile ihracı kayda bağlı mallar listesine limon ve elma eklendi.

ZİRAİ DON NEDENİYLE ÜRÜNLERİ HASAR GÖREN ÇİFTÇİLERE DESTEK ÖDEMESİ YAPILACAK

14 Eylül 2025 tarihli Resmi Gazete'de yer alan 2025 Yılında Meydana Gelen Zirai Don Nedeniyle Ürünleri Hasar Gören Çiftçilere Destekleme Ödemesi Yapılmasına İlişkin Karar (Karar Sayısı: 10396) ile bu yılın şubat, mart ve nisan aylarında meydana gelen zirai don olayından etkilenen 65 ilde, 16 ürün için destekleme ödemesi yapılacak. 2025 üretim yılı için 13 Nisan'a kadar Çiftçi



2026 üretim yılı için destek katsayı değeri yüzde 27 artırılarak dekara 310 lira olacak. Ayrıca kapalı ortam bitkisel üretime yönelik genç ve kadın çiftçilere, ilave destek verilecek.

Uluslararası İmar ve Kalkınma Bankası (IBRD), Türkiye'ye tarımsal gıda sektörünün istihdam ve kırsal refah dönüşümü projesi için hazırlık için 400 bin dolar hibe sağlayacak.

Kayıt Sistemi (ÇKS) kayıtları bulunan, Antep fıstığı, armut, ayva, badem, ceviz, elma, erik, fındık, kayısı, kiraz, limon, mandalina, portakal, şeftali/ nektarin, üzüm, vişne ürünleri zarar görenlere destek verilecek.

TÜRKİYE'YE TARIMSAL GIDA SEKTÖRÜNÜN İSTİHDAMI KAPSAMINDA 400 BİN DOLAR HİBE

9 Eylül 2025 tarihli Resmi Gazete'de yer alan Türkiye Tarımsal Gıda Sektörünün İstihdam ve Kırsal Refah İçin Dönüşümü Projesine İlişkin Olarak Uluslararası İmar ve Kalkınma Bankası ile İmzalanan Hibe Anlaşması ile Uluslararası İmar ve Kalkınma Bankası (IBRD), Türkiye'ye tarımsal gıda sektörünün istihdam ve kırsal refah dönüşümü projesi için hazırlık için 400 bin dolar hibe sağlayacak.

Milletlerarası anlaşmaya göre hibe, Türkiye'de istihdam yaratılması için tarımsal gıda değer zincirinin modernizasyonuna yönelik koşulların güçlendirilmesi amacıyla tasarlanan projede kullanılacak. Hibe; mallar, danışmanlık hizmetleri, eğitim faaliyetleri ve işletme giderlerinin tamamını kapsıyor. Proje, Tarım ve Orman Bakanlığı ile Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu (TKDK) tarafından yürütülecek. Çalışmalar kapsamında alt sektör analizleri yapılacak, yatırım modelleri

geliştirilecek ve çevresel-sosyal standartlara uygun planlamalar gerçekleştirilecek.

OSMANGAZİ KÖPRÜSÜ'NÜN ALTINDAN 64 METRE VE ÜZERİ DENİZ ARAÇLARI GEÇEMEYECEK

1 Eylül 2025 tarihli Resmi Gazete'de yer alan Limanlar Yönetmeliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik ile Osmangazi Köprüsü'nün altından hava çekimi 64 metre ve daha fazla olan gemi ve deniz araçlarının geçiş yapmamasına yönelik düzenleme yapıldı.

Yönetmeliğe göre herhangi bir liman veya kıyı tesisine uğramadan, sefer talimatı bekleme, arıza sonucu yedek parça ya da teknisyen temini, kötü hava koşullarından dolayı sığınma, personel değişimi ve liman başkanlığınca kabul edilen mazeretli hâllerde gemi ve deniz araçları, önceden liman başkanlığına veya geminin bulunduğu yerde varsa Gemi Trafik Hizmetleri Merkezine veya kılavuzluk teşkilatına telsizle bilgi vererek demirleme ordinosu almadan limanda belirlenen sahalar demirleyebilecek. Bu gemilerden alınacak ücretler ilgili mevzuatı uyarınca belirtilen süreler gözetilerek tahsil edilecek. Yönetmelikle bazı liman başkanlıklarının saha koordinatları da yeniden belirlendi.

GÜNEY KORE'DEN YASSI ÇELİK İTHALATINA DAMPİNG ÖNLEMİ

1 Eylül 2025 tarihli Resmi Gazete'de yer alan İthalatta Haksız Rekabetin Önlenmesine İlişkin Tebliğ (No: 2025/30) ile Güney Kore menşeli "rulo halinde olmayan sıcak haddelenmiş yassı çelik (kalın levha)" ürününe yönelik dumping soruşturmasının tamamlanması neticesinde alınan kararlar belirlendi.

Soruşturma sonucunda bu ürünün ithalatının dumpingli olduğu ve yerli üretim dalında zarara yol açtığı tespit edildi. Söz konusu eşyanın



ithalatında dampinge karşı kesin önlem uygulanmasına karar verildi. Buna göre, bu ürünün ithalatında firmalara göre değişmekle birlikte CIF bedelinin yüzde 4,34'ü, yüzde 4,37'si ve yüzde 9,40'ı oranlarında dampinge karşı kesin önlem uygulanacak.

ÜÇ ÜLKEDEN SU ISITICISI İTHALATI ÖNLEMİ SÜRECEK

1 Eylül 2025 tarihli Resmi Gazete'de yer alan İthalatta Haksız Rekabetin Önlenmesine İlişkin Tebliğ (No: 2025/31) ile Çin, İtalya ve Sırbistan menşeli "diğerleri" tanımlı "termosifon-elektrikli, depolu su ısıtıcısı" ürünü ile Çin menşeli "gazla çalışan anında su ısıtıcılar" ithalatına yönelik nihai gözden geçirme soruşturması sonucunda alınan karar belirlendi. Buna göre, "termosifon-elektrikli, depolu su ısıtıcısı" ürününün ithalatında uygulanan dampinge karşı önlem, firmalara ve ülkelere göre CIF bedelinin yüzde 12'si ve yüzde 49'u aralığında değişen oranlarda sürecek.

İNDİRİMLİ KURUMLAR VERGİSİ UYGULAMASINA İLİŞKİN USUL VE ESASLAR BELİRLENDİ

4 Eylül 2025 tarihli Resmi Gazete'de yer alan Kurumlar Vergisi Genel Tebliği (Seri No: 1)'nde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ (Seri No: 24) ile İndirimli kurumlar vergisi uygulamasında yapılan değişikliklerin usul ve esasları belli oldu.

Buna göre; verimli yatırımların teşvik edilmesi amacıyla uygulanan indirimli kurumlar vergisi, indirim hakkının kullanılabileceği ilk dönemden itibaren en fazla 10 hesap dönemi boyunca ve yüzde 60 oranında uygulanacak. Cumhurbaşkanı, illeri ve ilçeleri sosyoekonomik gelişmişlik düzeylerine göre gruplandırarak, bu bölgelerdeki yatırımlar için yüzde 50'yi aşmayacak şekilde yatırıma katkı oranı belirleyebilecek.

Değişiklikle yatırım teşvik belgesi kapsamında yatırım yapan şirketlerin, kanunun yayımı tarihinden itibaren alınan yatırım

teşvik belgeleri kapsamında uygulama usul ve esaslarının çerçevesi belirlendi. Böylece hem kamu açısından hem de şirketler açısından öngörülebilirlik sağlandı.

KDV VE ÖTV GENEL UYGULAMALARINDA DÜZENLEME YAPILDI

4 Eylül 2025 tarihli Resmi Gazete'de yer alan Katma Değer Vergisi Genel Uygulama Tebliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ (Seri No: 55) ile Katma Değer Vergisi (KDV) genel uygulamalarında düzenlemeye gidildi. KDV Kanunu'nda yapılan değişikliklere ilişkin uygulama usul ve esaslarına örneklerle yer verildi. Buna göre Milli Savunma ve İçişleri bakanlıkları ile Savunma Sanayii ve Milli İstihbarat Teşkilatı başkanlıkları, milli savunma ve iç güvenlik ihtiyaçlarında kullanılmak üzere taşıt teslimleri ilgili kanunda yapılan değişikliğe uygun şekilde istisna kapsamına alındı.

Vakıflar Genel Müdürlüğü'nün yönettiği ve temsil ettiği mazbut vakıfların mülkiyetindeki taşınmazların satışı ile Kentsel Dönüşüm Başkanlığının arsa ve arazi teslimlerine de KDV istisnası uygulanması kararlaştırıldı. Özel Tüketim Vergisi Kanunu uyarınca teminat karşılığı ithal edilen akaryakıt ürünlerinin ÖTV'ye ilişkin teminat tutarının da ithalatta KDV matrahına dahil olduğuna ilişkin düzenleme yapıldı. Böylece mükelleflerin akaryakıt ürününü ithal etmeleri ile yurt içinden almaları arasında KDV ve ÖTV açısından yıllardır süregelen farklılık KDV yönünden ortadan kaldırıldı.

Sanayi ile turizme yönelik yatırım teşvik belgesi sahibi mükelleflere belge kapsamındaki inşaat işlerine ilişkin mal teslimleri ve hizmet ifalarında uygulanan istisnanın uygulanma süresi, Cumhurbaşkanı'na verilen yetki çerçevesinde 31 Aralık 2028'e kadar

uzatıldı. Diğer taraftan, iade hakkı doğuran işlemlerde Amortisman Tabi İktisadi Kıymet (ATİK) nedeniyle yüklenilen KDV'den iade hesabına verilecek payın hesabına ilişkin açıklamalı örneklerle farklı uygulama yapılması önendi.

Ayrıca 2 bin lira olarak uygulanmakta olan KDV iade talebinde bulunulabilecek asgari tutar 10 bin lira olarak belirlendiğinden, tebliğin ilgili bölümü karara uygun şekilde güncellendi. Öte yandan, Özel Tüketim Vergisi (II) Sayılı Liste Uygulama Genel Tebliği'nde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ (Seri No: 15) yayımlandı. 7555 sayılı kanun ile düzenlenen ulusal güvenlik kuruluşlarının ÖTV istisnası kapsamındaki taşıt alımlarına ilişkin açıklamalar yer aldı.

ORTA VADELİ PROGRAM RESMİ GAZETE'DE YAYIMLANDI

7 Eylül 2025 tarihli Resmi Gazete'de yer alan Orta Vadeli Program'ın (2026-2028) Onaylanması Hakkında Karar (Karar Sayısı: 10376) ile büyüme, enflasyon, işsizlik, kişi başına gelir ve dış ticaret hedefleri güncellenerek kamuoyuyla paylaşıldı. OVP kapsamında 2025 yılında ihracat hedefi 273,8 milyar dolar, 2026 yılı için 282 milyar dolar, 2027 için 294 milyar dolar ve 2028 için 308,5 milyar

Sanayi ile turizme yönelik yatırım teşvik belgesi sahibi mükelleflere belge kapsamındaki inşaat işlerine ilişkin mal teslimleri ve hizmet ifalarında uygulanan istisnanın uygulanma süresi, 31 Aralık 2028'e kadar uzatıldı.

Orta Vadeli Program (2026-2028) kapsamında 2025 yılında ihracat hedefi 273,8 milyar dolar, 2026 yılı için 282 milyar dolar, 2027 için 294 milyar dolar ve 2028 için 308,5 milyar dolar olarak belirlendi.



Avrupa Birliği ve Serbest Ticaret Anlaşmamız bulunan ülkeler dışındaki binek otomobil ithalatında; elektrikli otomobiller için yüzde 30 veya minimum 8 bin 500 dolar yüksek olanının ek mali yükümlülük olarak uygulanması kararlaştırıldı.

dolar olarak belirlendi. İthalat ise aynı yıllar için sırasıyla 367 milyar dolar, 378 milyar dolar, 393 milyar dolar ve 410 milyar dolar olarak öngörülüyor.

Geçen yıl 2025 için yüzde 4 olarak öngörülen büyüme oranı yüzde 3,3'e düşürülürken, 2026 yılı için yüzde 4,5 olan hedef yüzde 3,8'e revize edildi. 2027'de büyümenin yüzde 4,3, 2028'de ise yüzde 5 seviyelerinde gerçekleşmesi bekleniyor. 2025 yılı enflasyon hedefi, önceki programda yüzde 17,52 olarak belirlenmişti. Bu oran yeni OVP'de yüzde 28,5'e çıkarıldı. 2026 yılı için yüzde 9,7 olan enflasyon beklentisi yüzde 16'ya yükseltilirken, 2027 ve 2028 yılları için sırasıyla yüzde 9 ve yüzde 8 enflasyon hedefleri açıklandı.

YATIRIM ALANLARININ BELİRLENMESİNDE DÜZENLEME YAPILDI

6 Eylül 2025 tarihli Resmî Gazete'de yer alan Yatırım Alanlarının Belirlenmesine Dair Yönetmelikte Değişiklik Yapılması Hakkında Yönetmelik ile yatırım alanlarının belirlenmesine ilişkin bazı hususlarda değişiklik yapıldı.

Bu kapsamda mevcut ve gerçekleştirilmesi planlanan liman, havaalanı, demir yolu ve kara yolu yatırımları gibi ulaşım ağları yanında enerji ve su temin altyapısı, ham madde ve ilgili pazarlara yakınlık, arazinin topoğrafik yapısı, mülkiyet durumu, su kaynakları ve taşkın risk durumu, havza ölçekli yönetim planı, korunan alanlar için hazırlanmış yönetim planı ve çevre düzeni planı kararları dikkate alınacak.

OTOMOBİL İTHALATINA İLİŞKİN YENİ DÜZENLEMELER YAPILDI

22 Eylül 2025 tarihli Resmî Gazete'de yer alan İthalat Rejimi Kararı ile İthalatta İlave Gümrük Vergisi Uygulanmasına İlişkin Kararda Değişiklik Yapılmasına Dair Karar (Karar Sayısı: 10436) ile artan ithalat baskısı karşısında, yerli üretimin pazardaki payını ve sektörün istihdamını korumak üzere, sektör ve tüketici faydası birlikte dikkate alınmak kaydıyla binek otomobili ithalatında uygulanan mali yükümlülüklerde, konuyla ilgili tüm kurumlarla istişareler ve koordinasyon yapıldıktan sonra yeni bir düzenlemeye gidildi.

Buna göre; Dünya Ticaret Örgütü kuralları ve uluslararası yükümlülüklerimize uygun olarak Avrupa Birliği ve Serbest Ticaret Anlaşmamız bulunan ülkeler dışındaki ülkelerden yapılacak binek otomobil ithalatında,

- Konvansiyonel ve hibrit (plug-in hariç) otomobiller için yüzde 25 veya minimum 6 bin dolar yüksek olanının,
- Plug-in (haricen şarj edilebilir) otomobiller için yüzde 30 veya minimum 7 bin dolar yüksek olanının,
- Elektrikli otomobiller için yüzde 30 veya minimum 8 bin 500 dolar yüksek olanının ek mali yükümlülük olarak uygulanması kararlaştırıldı.

Açıklamada, düzenlemeye konu araçların ithalatında başlamış işlemler için bir geçiş süreci de sağlandığı bildirildi.

Q>FLATS
KURTKÖY

GÜVENLİ KONUTLARA
GÜVENLE SAHİP OLMAK

HEPİMİZİN HAKKI

Hem sağlam ve güvenli hem de yatırım değeri olan bir eve sahip olmak hakkınız.

QFlats; MHR GYO güvencesiyle, alanında uzman şirketlerle birlikte güvenle yükseliyor.

Deprem güvenliği, modern yaşam alanları, sosyal donatılar ve merkezi konumuyla sadece bir ev değil, kazandıran bir yaşam sunuyor.

Üstelik size özel ödeme seçenekleriyle...

%20 PEŞİNAT
48 AY VADE
0,99 VADE ORANI



0216 227 58 34 | QFLATS.COM.TR | qflats@mhrgyo.com.tr



ARSA SAHİBİ



GELİŞTİRİCİ



ANA YÜKLENİCİ



DEPREM PERFORMANS ANALİZİ



BİNA TAMAMLAMA SİGORTASI



İNŞAAT TÜM RİSKLER SİGORTASI



İkiz Dönüşüm için AB'den 37 Milyon Euro Destek

Ekoteks'in 17'ncisini düzenlediği ve bu yılki teması, "Tekstilde Yeşil Gelecek Vizyonu: İklim Dostu Çözümler ve Dijitalleşme" olan Uluslararası Ekoteks Sempozyumu'nda, sürdürülebilir üretim, iklim dostu çözümler ve dijitalleşme konuları mercek altına alındı.



TİM Başkanı Mustafa Gültepe: "Toplam ihracatımızın yaklaşık yüzde 42'sini, hazır giyim ihracatımızın yüzde 60'ını tekstil ihracatımızın ise yaklaşık yüzde 40'ını AB ülkelerine gerçekleştiriyoruz. Biz, tüm sektörlerimizin bu büyük pazardan çok daha fazla pay almasını istiyoruz."



İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB), moda endüstrisinin ikiz dönüşümü konusunda sektörde farkındalığı artırmak için yürüttüğü çalışmalara hız kesmeden devam ediyor. İHKİB, ikiz dönüşüm için hazırladığı projelerle bugüne kadar Avrupa Birliği'nden (AB) toplam 37 milyon euro tutarında hibe desteği almaya hak kazandı.

İHKİB'in iştiraki Ekoteks tarafından 17'ncisi, "Tekstilde Yeşil Gelecek Vizyonu: İklim Dostu Çözümler ve Dijitalleşme" temasıyla düzenlenen sempozyumda bürokratların yanı sıra uluslararası paydaşlarla küresel markaların temsilcileri ve akademisyenler sürdürülebilir üretimi mercek altına aldı.

Sempozyumun açılışında konuşan Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı Mustafa Gültepe,

tekstil ve hazır giyim başta olmak üzere tüm sektörlerde ikiz dönüşümü gerçekleştirmek durumunda olduklarını söyledi. Aynı zamanda İHKİB Başkanı olan Gültepe, AB ve diğer küresel pazarlarda Türkiye'nin mevcut ihracatını artırmak için dönüşümden başka bir yol bulunmadığının altını çizdi.

"İHKİB DDM İLE FİRMALARA DİJİTAL OLGUNLUK ANALİZİ HİZMETİ SUNUYORUZ"

"Toplam ihracatımızın yüzde 42'sini; hazır giyim ihracatımızın yüzde 60'ını tekstil ihracatımızın ise yaklaşık yüzde 40'ını AB ülkelerine gerçekleştiriyoruz." diyen Gültepe, sözlerine şöyle devam etti: "Biz, tekstil ve hazır giyimin yanı sıra tüm sektörlerimizin bu büyük pazardan çok daha fazla pay almasını istiyoruz. İşte tam

da bunun için ikiz dönüşümü gerçekleştirmek zorundayız. Çünkü önümüzde dönüşümün anayasası niteliğindeki Yeşil Mutabakat var. Gerek TİM gerekse İHKİB olarak dönüşümü hızlandırmak için bakanlıklarımızla, AB ile iş birlikleri yapıyor, projeler geliştiriyoruz. İHKİB olarak tamamladığımız, hâlen devam eden ve başlatmaya hazırlandığımız projelerimiz var. AB IPA fonuyla desteklenen METAMORPHOSİS Projemizi geçen şubat ayında tamamladık.

METAMORPHOSİS projemizle hazır giyimde tasarımdan üretime tüm aşamaların dijital dönüşümüne odaklandık. Projenin ana üssü konumundaki Dijital Dönüşüm Merkezi'ni (DDM) sektörün hizmetine sunduk. İHKİB DDM'nin geniş bir hizmet ve danışmanlık portföyü bulunuyor. Merkezimiz, firmalarımızın dijital dönüşüm desteklerinden yararlanmalarına aracılık ediyor. Ayrıca Dijital Olgunluk Analizi hizmeti sunuyor. Bu noktada merkezimizin Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından yetkilendirildiğini de vurgulamalıyım."

"ÇEVRE DOSTU ÜRETİM YAPAN FABRİKALARLA DÖNÜŞÜMÜ DESTEKLİYORUZ"

Mustafa Gültepe, mayıs ayında başlattıkları İmalat Sanayinde Dijitalleşme ve İnovasyon Hizmet Ağı (MİDAS) Projesi için de AB'den hibe desteği aldıklarını bildirdi. MİDAS Projesi'nin Avrupa Dijital İnovasyon Merkezleri (ADİM) Programı kapsamında desteklendiğini belirten Gültepe, sözlerini şöyle noktaladı: "KOBİ ölçeğindeki firmaların ikiz dönüşümüne odaklandığımız projeyi alanlarında uzman 10 konsorsiyum ortağı ile yürütüyoruz. Projeyle firmalarda



pilot ikiz dönüşüm uygulamaları gerçekleştireceğiz. Yine AB destekli bir diğer projemizle karbon ayak izinin takibi ve azaltılması için çalışmalar yapacağız. Önümüzdeki aylarda başlatacağımız bu projeyi, TİM ve tekstil birliği gibi paydaşlarla yürüteceğiz. Tüm bu projeler için Avrupa Birliği'nden bugüne kadar 37 milyon euro tutarında hibe desteği almaya hak kazandık. Söz konusu destekleri moda endüstrimizi geliştirmek, dijital ve yeşil üretim kapasitemizi artırmak, markalı üretime geçişi hızlandırmak için kullanıyoruz. Sektörün farkındalığını arttırmak için de yoğun bir çalışma yürütüyoruz. Kurumsal karbon ayak izi ölçümü ve hesaplanması, ürün yaşam döngüsü, iklim değişikliği gibi konularda eğitim programları düzenliyoruz. Çevre dostu üretim yapan fabrikalarla dönüşümü destekliyoruz. Ayrıca web sayfamızda kullanıma açtığımız yeşil dönüşüm rehberi ile sektörümüze kılavuzluk ediyoruz."

"MODA ENDÜSTRİSİ İÇİN İKİZ DÖNÜŞÜM HAYATİ ÖNEME SAHİP"

Ekoteks Genel Müdürü Nida Arslanbay da konuşmasında

ikiz dönüşümün Türk moda endüstrisi için hayati öneme sahip olduğunu söyledi. Sektörün hem sürdürülebilirlik hedeflerini gerçekleştirmeye hem de küresel rekabet gücünü arttırmaya odaklandıklarını belirten Arslanbay, şöyle devam etti: "Ayrıca sektörümüzün sağlıklı gelişimi için piyasa gözetim ve denetimleri büyük bir rol oynuyor. Ürün güvenliği ve kalite standartları hem tüketicilerin korunması hem de ihracatımızın sürdürülebilirliği için kritik önem taşıyor. Bu alandaki çalışmaların, sektörümüze yol gösterici olacağına inanıyoruz.

Ekoteks olarak, 1998 yılından bu yana güvenilirlik, tarafsızlık ve kalite ilkeleriyle sektörümüze hizmet ediyoruz. Bugün burada ikiz dönüşüm ekseninde daha sürdürülebilir, daha dijital ve aynı zamanda piyasa gözetiminde daha güçlü bir tekstil geleceği için fikir alışverişinde bulunacağız. Bu sempozyum, tekstil ve hazır giyim sektörümüzün sürdürülebilirlik hedeflerine, döngüsel ekonomi uygulamalarına, geri dönüşüm süreçlerine, ikiz dönüşüm vizyonuna ve piyasa gözetim çalışmalarına önemli katkılar sağlayacak."

Texhibition İstanbul, Sekizinci Kez Kapılarını Açtı



A lanında Avrupa'nın en büyüğü Texhibition İstanbul Kumaş, İplik ve Tekstil Aksesuarları Fuarı, sekizinci kez kapılarını açarak 125 ülkeden 25 binden fazla ziyaretçiyi 500'ün üzerinde katılımcı firma ile buluşturdu. İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz ev sahipliğinde düzenlenen açılış törenine, Ticaret Bakan Yardımcısı Özgür Volkan Ağar, TİM Başkanı Mustafa Gültepe ve çok sayıda davetli katıldı.

“TEKSTİL SEKTÖRÜMÜZ GÜCÜ VE KARARLILIĞIYLA ZORLUKLARI AŞIYOR”

Fuarın açılışında konuşan Ticaret Bakan Yardımcısı Özgür Volkan Ağar, fuarın alanında bir marka hâline geldiğini ifade etti. Uluslararası ticaretin ve küresel belirsizliklerin arttığı bir dönemde sektörün, ihracattaki yükseliş trendini sürdürmeyi başardığını belirten Ağar, “Tekstil sektörümüzün üretim gücü, esnekliği ve kararlılığıyla her zorluğun üstesinden geldiğini biliyoruz. Bundan sonra da aynı azim ve kararlılıkla omuz omuza çalışacağız. Temel hedefimiz, ihracattaki başarılarımızın sürdürü-

lebilirliğini güvence altına almak. Pazara giriş stratejileri, şimdi her zamankinden daha önemli.” dedi.

“BU SEKTÖR DÜN DE VARDI YARIN DA OLMAK ZORUNDA”

TİM Başkanı Mustafa Gültepe de, hazır giyimden bahsederek yüzde 6-7 düşüş yaşandığını ve kapasite boşlukları olduğunu belirtti. Gültepe, “Hazır giyim, tekstil konusunda en büyük müşterilerin başında geliyor. İki sistem beraber düştü ve kapasite boşlukları oluştu. İhracat son iki yılda 4 milyar dolar düştü. 26 sektör var ve en az 7 sektör 4 milyar doların altında ihracat gerçekleştiriyor. Bu sektörün büyüklüğünü ortaya koyması açısından önemli bir veri. Anadolu'ya yayılmış bir sektörden bahsediyoruz. Tekstil ve konfeksiyonu olmayan şehir yok. Bu sektör dün de vardı, bugün de var ve yarın da olmak zorunda. Dünyada ilk 10'a gireceksek tekstil ve hazır giyimin en az ilk 3'te olması lazım.” diye konuştu.

Son aylarda paritenin olumlu etkisinin yaşandığını dile getiren Gültepe, “Son dönemde Mısır'a, Fas'a gidildi gibi bir algı problemi

olsa da geçmiş dönemde yapılan planlarda Türkiye'de üretim gücünü koruyarak çevre ülkelerde üretim üssü kurmak hedefi vardı. Ama önemli olan Türkiye'deki üretimi koruyarak bunu yapmak. Kopan korelasyon birbirine yaklaşımalı ki hedeflerimizi yakalayalım. Büyük düşünmemiz lazım, biz çalışmaya üretmeye devam edeceğiz. Makro destekler olursa kaybettiğimiz gücü geri kazanırız.” ifadelerini kullandı.

“TEKSTİL VE HAZIR GIYİME DURMAK YAKIŞMAZ”

İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz ise Texhibition'ın, Türkiye'nin üretim ve marka gücünü dünyaya ilan eden stratejik bir vitrin olduğunu kaydederek, Türk tekstilinin tüm zorluklara rağmen 2025'in ilk sekiz ayında 7,6 milyar dolarlık ihracata imza attığını söyledi. 1 milyon kişiye istihdam sağlayan, 16,8 milyar dolar dış ticaret fazlası üreten tekstil ve hazır giyim sektörlerine durmanın yakışmayacağını ifade eden Öksüz, “Bu küresel dar boğazda binlerce misafir fuarımıza geliyorsa, entegre üretim gücümüz sayesinde geliyor.” dedi.

DENİB, İhracatın Yıldızlarını Ödüllendirdi

Girişimci ruhu ve yenilikçi firmalarıyla Türkiye'nin ihracat gücüne güç katan Denizli'nin, 2024 yılında öne çıkan başarılı firmalarına ödülleri takdim edildi.



Denizli İhracatçılar Birliği (DENİB) tarafından düzenlenen “2024 İhracatın Yıldızları Ödül Töreni”, yoğun katılımı ile gerçekleştirildi. Beş ayrı kategoride toplam 42 firmanın ödüllendirildiği törende, Denizli ihracatının öne çıkan başarılı firmaları ödülleri aldı. Törene, Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat, Bakan Yardımcısı Ö. Volkan Ağar ve TİM Başkanı Mustafa Gültepe başta olmak üzere çok sayıda isim katıldı.

“İHRACATÇIMIZA DESTEĞİMİZİ SÜRDÜRECEĞİZ”

Ödül töreninde konuşan Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat, “2025'in sekiz ayında 2,328 milyar lira, yüzde 25 maliyetli esnaf kredisi kullanıldı. Yarın sabahтан itibaren Denizli'ye 150 milyon liralık bir esnaf kredisini göndereceğiz.” dedi.

Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın Türkiye Yüzyılı vizyonu çerçevesinde, hükümet olarak her zaman Türkiye'nin kalkınmasına, üretim ve ihracat potansiyeline katkı yapan tüm kesimlere güçlü destekler sunduklarını vurgulayan Bakan Bolat, şunları kaydetti: “Bugün

de Merkez Bankamızın faiz indirimi kararıyla beraber, ihracatçılarımızın yararlandığı reeskont kredisi yüzde 25,5'a geriledi. Ticaret Bakanlığı bütçesinin yüzde 60'ını ihracatçılarımıza hibe ederken, önümüzdeki yıl da 45 milyar TL ile ihracatçılarımızın yanında olacağız.”

“SANAYİDE STRES BİRİKİMİ VAR”

TİM Başkanı Mustafa Gültepe ise Denizli'nin, tarım ürünlerinden tekstile, mermerden sanayiye uzanan çeşitliliğiyle Türkiye'nin ihracat gücüne önemli katkılar sunduğunu vurguladı. Gültepe, “Denizli, girişimci ruhu ve yenilikçi firmalarıyla, Türkiye'nin ihracat gücüne güç katıyor.” dedi.

Orta Vadeli Program'daki revizyonlara da değinen Gültepe, 2025 ihracat hedefinin 280 milyar dolardan 273,8 milyar dolara, 2028 hedefinin ise 375 milyardan 308,5 milyar dolara çekildiğini hatırlatarak, “Sanayide yüksek faiz ve düşük kur politikası nedeniyle ciddi bir stres birikimi var. Bu tablo, üretim ve ihracatın büyümedeki payının düşeceğine işaret ediyor.” diye konuştu. Denizli programı

kapsamında, Türk Ticaret Bankası Denizli Şubesi'nin açılışına da katıldıklarını ifade eden Gültepe, bankanın ihracatçılara finansmana erişim ve teminat sorunlarında destek olacağını söyledi.

“TEKSTİLDE DÜŞÜK KÂRLA AYAKTA KALİYORUZ”

DENİB Başkanı Hüseyin Memişoğlu, “2024'ü yüzde 4,7 artışla 4,4 milyar dolar ihracatla kapatmıştık. 2025 Ocak-Ağustos döneminde ise yüzde 8,2 artışla 3,1 milyar dolara ulaştık. Bu oranla Türkiye ihracatından pozitif ayrışıyoruz.” dedi.

Genel ihracatta büyüme trendine rağmen kentin lokomotif sektörü tekstil-konfeksiyonda daralma yaşandığını vurgulayan Memişoğlu, “Kurların ihracatçı lehine olmadığı ortamda fiyat tutturmaya çalışıyoruz, maliyetlerimiz yüksek olduğu için çoğu zaman düşük kârla satış yapıyoruz. Yüksek faiz yatırımlarımızı engelliyor, küresel çekişmeler de sektörü olumsuz etkiliyor. Emek yoğun sektörler istihdam açısından çok değerli, bu nedenle mevcudiyetimizi korumak için canla başla çalışıyoruz.” diye konuştu.

Mobilya ve Tasarım Dünyası İstanbul'da Buluştu

Dünyada 200 milyar doları aşan bir ticaret hacmine sahip olan mobilya sektörünün temsilcileri, FDI-Furnishings&Design İstanbul Mobilya Tasarım Fuarı'nda buluştu.



Türkiye'de güçlü bir tasarım ekosistemi oluşturmak ve katma değerli ihracat hedeflerine ivme kazandırmak amacıyla düzenlenen "FDI-Furnishings&Design İstanbul Mobilya Tasarım Fuarı", üç gün boyunca ziyaretçilerin akınına uğradı. Sektör temsilcileri, mobilya markaları, tasarımcılar, mimarlar ve uluslararası alıcıları buluşturan fuarda, Türk mobilya tasarımı dünyaya tanıtıldı. Fuarın açılışı Ticaret Bakan Yardımcısı Özgür Volkan Ağar, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı Mustafa Gültepe, Mobilya Dernekleri Federasyonu (MOSFED) Başkanı Ahmet Güleç, ihracatçılar, birlik ve dernek başkanlarının katılımıyla gerçekleşti.

"MOBİLYA İHRACATIMIZ 20 YILDA 10 KAT ARTTI"

Açılıшта konuşan Ticaret Bakan Yardımcısı Özgür Volkan Ağar, 2002'den bu yana ihracatta yaşanan artıştan bahsederek, yılın sekiz ayında ihracatın 2024'ün aynı dönemine göre yüzde 4,3 artarak 178 milyar doları aştığını söyledi.

Köklü bir geçmişe sahip Türk

mobilya sektörünün zanaatkarlık geleneğinden modern sanayi üretimine uzanan eşsiz bir başarı hikâyesine sahip olduğunu dile getiren Ağar, mobilya ihracatının son 20 yılda 10 kat artarak 4,5 milyar dolar seviyesine çıktığını belirtti.

Sektörün 200'den fazla ülkeye ihracat gerçekleştirdiğini, kilogram başına dolar bazlı birim fiyatını yüzde 63 artırdığını ifade eden Ağar, "Mobilya sektörü dünyada 200 milyar doları aşan bir ticaret hacmine sahip. Ülkemizin ise dünya mobilya pazarından aldığı pay, son 20 yılda binde 4,35'ten yüzde 1,9'a ulaştı." dedi.

"HEDEFLERİMİZ İÇİN MARKALAŞMA VE TASARIM ÇOK ÖNEMLİ"

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı Mustafa Gültepe de katma değerli üretim için tasarımın önemine işaret ederek, mobilya sektöründe bu alanda yaşanan gelişmelerden bahsetti. Fuarların ülkedeki üretim gücünü, teknoloji kapasitesini, tasarım potansiyelini gösterdiğini dile getiren Gültepe, "Bu nedenle fuarları

çok önemsiyorum. Fuarları sektörlerimizi küresel vitrine çıkardığımız organizasyonlar olarak değerlendiriyorum. İhracat hedeflerimize ulaşmak için markalaşma ve tasarım çok önemli. İnşallah bu fuarımızı büyüterek devam ederiz." dedi.

"FURNISHINGS EKOSİSTEMİ İNŞA EDİYORUZ"

MOSFED Başkanı Ahmet Güleç ise son çeyrek asırda ihracat hacmini 17 kat artıran mobilya sektörünün dünyanın en önemli üreticilerinden biri hâline geldiğini belirterek, "Ürettiğimiz şey yalnızca mobilya değil. Biz, yaşam alanlarını dönüştüren, şehirlerin ruhunu şekillendiren, hayallere ilham veren bir 'furnishings' ekosistemi inşa ediyoruz." diye konuştu.

Ahmet Güleç, fuarda tasarımcıların, üniversitelerin, üreticilerin ve STK'lerin aynı çatı altında buluştuğunu ifade ederek, üretici ve tasarımcı arasında köprülerin kurulduğunu, alım heyetleriyle global ticaretin kapılarının açıldığını ve panellerle sektörün geleceğinin tartışıldığını anlattı.

Deri Sektöründe Fark Yaratanlar Ödülleri Aldı



İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) tarafından düzenlenen "İhracatta Fark Yaratanlar Ödül Töreni" İDMİB Yönetim Kurulu Başkanı Güven Karaca'nın ev sahipliğinde TİM Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleştirildi. Ticaret Bakan Yardımcısı Ö. Volkan Ağar, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı Mustafa Gültepe ve sektörün önde gelen isimlerinin katıldığı törende 5 kategoriden 87 firma ödülleri aldı.

"2026'DA DAHA GÜÇLÜ BİR ÇIKIŞ YAPACAĞIZ"

Törenin açılışında konuşan TİM Başkanı Mustafa Gültepe, toplam ihracatta deri sektörünün payının daha yukarıda olmasını arzu ettiğini belirtti. Gültepe, "2024 yılı ihracatımızda yaşanan zorluklar sebebiyle deri endüstrimiz maalesef rekabetçiliğimizin en çok zayıfladığı sektörlerimiz arasında yer aldı. Buna rağmen deri ve deri mamulleri sektörümüz, katma değeri yüksek yapısıyla ülkemiz için stratejik önemini korumaya devam ediyor. Bakanlığımızın ve kurumlarımızın destekleriyle ihracatta kayıpları telafi ederek, 2025 yılını en azından başa

baş kapatacağına ve 2026'da daha güçlü bir çıkış yapacağına inanıyorum. Anadolu'ya daha fazla açılarak ve birlik içinde çalışarak, sektörümüzün yeniden güçlü rakamlara ulaşacağına olan inancımız tam. Bu zorlu koşullarda deri sektörümüzün gayreti ve mücadelesini her türlü takdirin ötesinde görüyorum. Bu nedenle ödül alsın almasın tüm firmalarımıza teşekkür ediyorum." şeklinde konuştu.

"DERİ SEKTÖRÜ MARKALAŞMA VE İNOVASYONLA GÜCÜNÜ ARTIRACAK"

Ticaret Bakan Yardımcısı Ö. Volkan Ağar ise, "Tarihi boyunca günlük yaşamın ayrılmaz bir parçası olan deri, Anadolu'nun zengin kültürel mirasıyla birleşerek bugün yenilikçi anlayış, sürdürülebilirlik ve tasarım gücüyle geleceğe taşıyor. Bakanlığımızın sağladığı fuar, finansman, marka ve yeşil dönüşüm destekleri sayesinde sektörümüz küresel pazarda gücünü artırmakta, istihdam ve üretime önemli katkılar sunmaktadır. İnanıyoruz ki, Avrupa Birliği başta olmak üzere ana pazarlarımızdaki

toparlanmayla birlikte sektörümüz önümüzdeki dönemde daha da güçlü bir ihracat performansı sergileyecek; markalaşma, inovasyon ve dijitalleşmeyle Türkiye'nin küresel ticaretteki konumunu daha da ileriye taşıyacaktır." dedi.

"KATMA DEĞERİ YÜKSEK DÖRDÜNCÜ SEKTÖRÜZ"

İDMİB Başkanı Güven Karaca da 2024 yılında sektörün toplam ihracatında yüzde 17,9'luk bir düşüş yaşandığını, ancak buna rağmen sektörün ihracat sıralamasında bir üst basamağa çıktığını belirtti. Karaca, "Deri ve kürk konfeksiyon sektörümüz, ülkemizin dünya ihracatından aldığı pay yüzde 1'i ancak geçebilmişken, yüzde 5,1 payla göğsümüzü kabartmaya devam ediyor. Deri ve deri mamulleri olarak 2024 yılında kilogram başına 11,8 dolar ile 26 sektör arasında, mücevher, savunma ve havacılık, hazır giyim ve konfeksiyon sektörlerinin ardından 4'üncü olarak ekonomi yönetiminin katma değerli ihracat hedefine ulaşan ender sektörlerden biri olduk." diye konuştu.

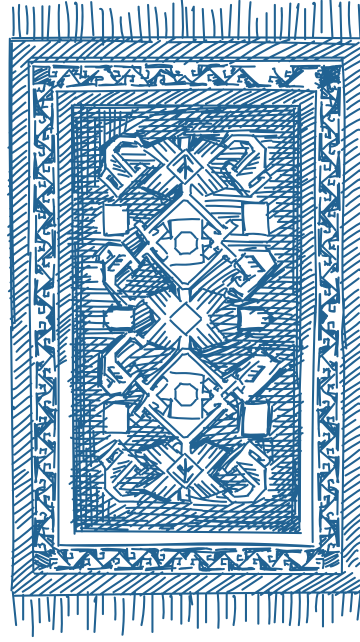
Türk Halıları Japonya Sahnesinde

İstanbul Halı İhracatçıları Birliği (İHİB), Türk halıcılığının köklü mirasını ve çağdaş tasarımla uyum içindeki gücünü Japonya'da gözler önüne seren etkinliklere imza attı. 4 Eylül'de Tokyo Büyükelçiliğinin ev sahipliğinde gerçekleştirilen resepsiyonda, Ali Rıza Tuna ve Erhan Ör'ün sunumlarıyla Türk halıcılığının tarihi, kültürel ve sanatsal boyutları katılımcılara aktarıldı. Program kapsamında "Anadolu Halısı" belgeseli ilk kez özel gösterimle izleyicilerle buluştu. Ayrıca, dünyanın en değerli halıları arasında kabul edilen Herke halıları, Japonya'nın sanat ve tasarım çevreleriyle buluşturuldu.

Türk halıcılığının uluslararası sahnedeki güçlü yansımalarından biri de Osaka Expo 2025'te düzenlenen "Echoes of Legacy / Türkiye Fashion Show" oldu. 2 Eylül'de düzenlenen defilede, İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) tarafından düzenlenen Koza Genç

Japonya'da hayata geçirilen "Echoes of Legacy" temalı etkinlikler, Türk halıcılığının sadece geleneksel değerlerini değil, çağdaş tasarım gücünü, zerafetini ve genç tasarımcıların yenilikçi vizyonu vurguladı.

Moda Tasarımcıları Yarışması'nın 31. ve 32. edisyonlarından seçilen tasarımların yanı sıra Türkiye'nin önde gelen modacılarının özgün koleksiyonları ve Anadolu motifleriyle bezenmiş halılardan yapılan kostümler podyuma taşındı. Bu etkinlik, Türkiye'nin zengin kültürel mirasını çağdaş moda diliyle harmanlayarak dünya kamuoyuna sunarken Türk halıcılığının modern tasarımla uyum içindeki gücünü de ortaya koydu. Bu kapsamda hayata geçirilen "Echoes of Legacy" temalı etkinlikler, Türk halıcılığının sadece geleneksel değerlerini değil, aynı zamanda çağdaş tasarım gücünü, zerafetini ve genç tasarımcıların yenilikçi vizyonu da vurguladı.

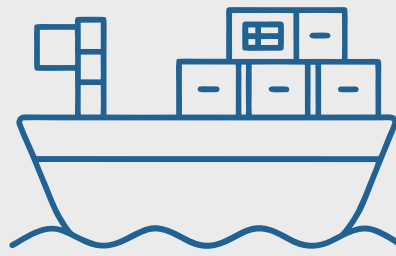


Doğu Karadeniz İhracatı 1 Milyar Dolara Yaklaştı

2025 yılı Ocak-Temmuz döneminde; Trabzon, Rize, Artvin ve Gümüşhane illerinden 929 milyon 980 bin 511 dolar tutarında ihracat gerçekleştirildi. 2025 yılının ilk yedi ayında Doğu Karadeniz bölgesinden gerçekleştirilen ihracatın; 716,8 milyon doları Trabzon'dan, 115,4 milyon doları Rize'den, 56,4 milyon doları Gümüşhane'den ve 41 milyon doları ise Artvin'den gerçekleştirildi. Bölge illerinden gerçekleşen ihracatta bir önceki yılın aynı dönemine göre Gümüşhane'den gerçekleştirilen ihracatta yüzde 44 oranında artış yaşanırken Trabzon'dan gerçekleştirilen ihracatta yüzde 1,

Rize'den gerçekleştirilen ihracatta yüzde 6 ve Artvin'den gerçekleştirilen ihracatta yüzde 17 düşüş görüldü. Ay dönemde Trabzon, Rize, Artvin ve Gümüşhane illerinden en fazla ihracat gerçekleştirilen sektörler; 434 milyon dolar ile fındık, 117 milyon dolar ile su ürünleri ve hayvancılık mamulleri, 114,7 milyon dolar ile maden ve metaller, 85,2 milyon dolar ile yaş meyve sebze olarak sıralandı. Yılın ilk yedi ayında 130 farklı ülkeye ihracat yapılırken en fazla ihracat yapılan ilk beş ülke ise sırasıyla; İtalya, Rusya Federasyonu, Gürcistan, Almanya, Çin Halk Cumhuriyeti oldu.

2025 yılı Ocak-Temmuz döneminde; Trabzon, Rize, Artvin ve Gümüşhane illerinden 929 milyon 980 bin 511 dolar tutarında ihracat gerçekleştirildi.



Çimento Sektöründe Kur Baskısı Kârlılığ Zorluyor

İstanbul, uluslararası çimento endüstrisinin en büyük konferanslarından biri olan INTERCEM'e 10'uncu kez ev sahipliği yaptı. ÇCSİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Abdulhamit Akçay, etkinliğin açılışında konuştuğunda, küresel gelişmelerin sektöre yansımalarını değerlendirdi ve şunları söyledi: "Geçtiğimiz dönem, beklentiler ve gerçeklerin birbiriyle çeliştiği bir süreç oldu. Çünkü 2024'ten 2025'e geçerken ABD seçimleri ve savaşların sona ereceğine dair öngörüler küresel piyasalarda olumlu bir hava yaratmıştı. Ancak jeopolitik gerilimlerin belirsizliği, pozitif sürece gölge düşürdü. Tüm bu küresel zorluklara rağmen Türk çimento sektörü, uluslararası pazarlarda başarılı bir dönem geçirdi. Akdeniz bölgesinden yapılan ihracatın yarısından fazlasını, dünya genelindeki ihracatın ise yüzde 10'unu tek başımıza gerçekleştiriyoruz. ABD'nin ithalatındaki payımız yüzde 30 seviyesinde. Kısacası, dünya genelinde belirsizlikler sürerken Türk çimento sektörü; kapasitesi, güçlü lojistik altyapısı, güvenilirliği, rekabetçiliği ve kesintisiz hizmet performansıyla öne çıkma-ya devam ediyor."

Akçay, 2024 yılında 1,1 milyar dolar olan Türk çimento endüstrisinin ihracat tutarını 2025 yıl sonu itibarıyla yüzde 18'in üzerinde artışla 1,3 milyar dolara; tonaj bazında ise yüzde 20'den fazla artışla 19,1 milyon tondan 23 milyon tona ulaştırmayı hedeflediklerini belirtti. Yılın ilk sekiz ayında ihracatta tonaj bazında yakaladıkları yüzde 22'lik artışın yıl sonu hedeflerine ulaşacaklarının bir göstergesi olduğunu vurgulayan Akçay şöyle devam etti: "Bu başarıya rağmen en önemli sorunlarımızdan biri kârlılık. TL maliyetlerimiz enflasyon oranında, hatta kimi zaman üzerinde artarken diğer tarafta zayıf dolar kuru, bizim gibi ihracatçı sektörleri olumsuz etkiliyor. En büyük beklentimiz, kurun serbest piyasa koşullarında belirlenmesi. Aksi halde bu tablo sürdürülebilir değil."

Uluslararası pazarlarda başarılı bir dönem geçiren Türk çimento sektörü, Akdeniz bölgesinden yapılan ihracatın yarısından fazlasını, dünya genelindeki ihracatın ise yüzde 10'unu tek başına gerçekleştiriyor.



Türk Kimya Sektörünün Panama Çıkarması

Kozmetik ve temizlik sektöründen 30 firmanın katılım sağladığı Cosmeet LATAM Sektörel Ticaret Heyeti, 31 Ağustos-6 Eylül 2025 tarihleri arasında Panama City'de gerçekleştirildi. İstanbul Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (İKMİB) tarafından düzenlenen organizasyon, heyetlere katılan katılımcı sayısı bakımından bir rekora imza attı. Latin Amerika pazarı genelinden yoğun ilgi gören heyet kapsamında toplamda 747 ikili iş görüşmesi gerçekleştirildi. Heyet, Türkiye ve 16 farklı çevre ülkeden getirilen satın almacıları Panama'da bir araya getirdi. Türk firmaları ile Latin Amerikalı alıcılar arasında çok sayıda yeni iş bağlantısının kurulmasına zemin hazırlayan bu görüşmeler, bölgedeki ticari potansiyelin değerlendirilmesi açısından son derece verimli geçti.

Panama'ya üç yıldır Cosmeet LATAM Sektörel Ticaret Heyeti gerçekleştirdiklerini ifade eden İKMİB Yönetim Kurulu Başkanı Adil Pelister, "Latin Amerika pazarı, sektörümüz açısından önemli bir büyüme potansiyeli barındırıyor. Ülkemizden 30 firmamızın yer aldığı tarihi bir katılım olurken Latin Amerika bölgesinden de 16 farklı ülkeden satın almacıların katılımı ile başarılı bir organizasyona imza attık. Cosmeet LATAM organizasyonuna gösterilen yüksek katılımı, Türk kozmetik ve temizlik sektörümüzün küresel rekabet gücünü artırma yönündeki stratejik adımlarımızın güçlü bir yansıması olarak görüyoruz. 747 ikili iş görüşmesi ile elde edilen sonuçlar, yalnızca ticari bağlantılarla sınırlı kalmayıp bölgedeki kalıcı varlığımızın inşasına da katkı sağlayacaktır." dedi.

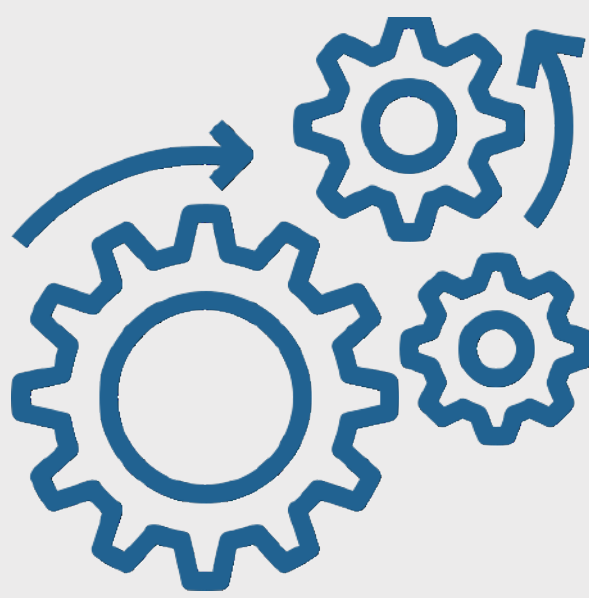
Cosmeet LATAM Sektörel Ticaret Heyeti, Türkiye ve 16 farklı çevre ülkeden getirilen satın almacıları Panama'da bir araya getirirken 747 ikili iş görüşmesini gerçekleştirmesini sağladı.

Fındık İhracatçıları Körfez Pazarı için Dubai'deydi

Ticaret Bakanlığının "Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesi (UR-GE) Proje Desteği" kapsamında Karadeniz İhracatçı Birlikleri (KİB) tarafından yürütülen UR-GE projesinin bu seneki son yurt dışı durağı Birleşik Arap Emirlikleri (BAE) oldu. Proje paydaşı firmalardan oluşan Türk Fındığı Kümesi, 15-17 Eylül 2025 tarihleri arasında Dubai'de gerçekleştirilen ISM Middle East – Uluslararası Şekerleme ve Atıştırmalık Fuarı'na bağımsız standlar ile iştirak ederek Türk fındığına ilişkin tanıtım faaliyetleri gerçekleştirdi ve yeni ihracat bağlantılarını yaratmaya çalıştı.

Şekerleme ve atıştırmalık ürünler özelinde Körfez'in tek fuarı olan ISM Middle East bu sene 700'ü aşkın katılımcı firmayı bir araya getirdi. Türk fındığı ise, şekerleme ve atıştırmalıkların vazgeçilmez hammaddelerinden biri olarak fuardaki yerini aldı. Her bir firma standında yapılan ikili görüşmeler yoluyla müşteri portföylerine gerek BAE gerekse tüm Körfez bölgesinden yeni alıcılar eklendi. Satın alma gücü yüksek nüfusu ile birlikte önemli bir turizm merkezi konumunda yer alan ve kurak iklimi nedeniyle kuruyemişlerde ithalata bağımlı bulunan BAE'ye son beş yılda ülkemizden ortalama yıllık 2 bin 200 ton fındık ve mamulleri ihracatı gerçekleştirildiği ve karşılığında 16 milyon dolar döviz girdisi elde etti.

Şekerleme ve atıştırmalık ürünler özelinde Körfez'in tek fuarı olan ISM Middle East bu sene 700'ü aşkın katılımcı firmayı bir araya getirdi.

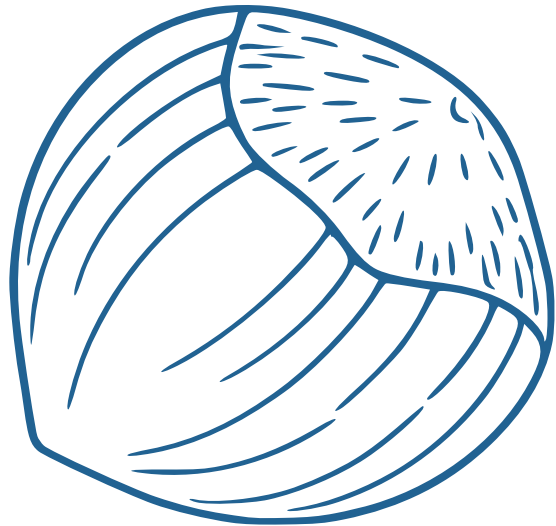


Makine İhracatı Sekiz Ayda 18,5 Milyar Dolar Oldu

Makine İhracatçıları Birliği (MAİB) tarafından paylaşılan makine imalat sanayi konsolide verilerine göre ocak-ağustos döneminde serbest bölgeler dâhil toplam makine ihracatı yüzde 0,3 artışla 18,5 milyar dolara ulaştı. İhracat birim fiyatlarının 8,3 dolar ile bu yılın zirvesini yaptığı ağustos ayında, miktar olarak yaşanan yüzde 12,3 daralma nedeniyle makine ihracatı önceki yılın aynı ayına göre yüzde 3,4 azaldı. Ağustos ayındaki bu veriye rağmen ihracatın 28,3 milyar dolar ile tarihi zirvelere yakın seyrettiği son 12 aylık dönemde, makine ihracatında gerileme yaşanmadı.

Ağustos ayındaki yüzde 12,3'lük daralmaya rağmen ihracatın 28,3 milyar dolar ile tarihi zirvelere yakın seyrettiği son 12 aylık dönemde, makine ihracatında gerileme yaşanmadı.

Yılın ikinci yarısında, Avrupa'daki canlanmadan yararlanmanın ihracat için önemine dikkat çeken MAİB Başkanı Kutlu Karavelioğlu, "Tarife karmaşasının yıl bitmeden durulacağı beklentisi küresel talep ritmini hızlandırırken makine gibi teknoloji yoğun sektörler için yeni bir rekabet döneminin kapısı aralanıyor. Geleneksel pazarlarda keskinleşen rekabet, imalatçı ve tedarikçi arayışlarını nispeten düşük riskli ülkelere kaydırıyor. Bu dönemde, Türkiye otomasyona ve tesisleşmeye elverişli üretim çeşitliliği, çabuk teslimat ve nitelikli servis kabiliyeti ile öne çıkacak. Bu çerçevede önceliklerimiz kısa vadede siparişleri konsolide etmeye dönük operasyonel çevikliği sağlamak; orta vadede ise pazar çeşitliliğiyle teknoloji yoğun ürünlerimize talebi artırmak olmalı. Yeni dönemde işletmeler, ihracat stratejilerini fiyat rekabeti yerine tedarik güvenliği, yüksek kalite standartları ve sürdürülebilirlik vaatleriyle farklılaşma üzerine kurmalı." dedi.



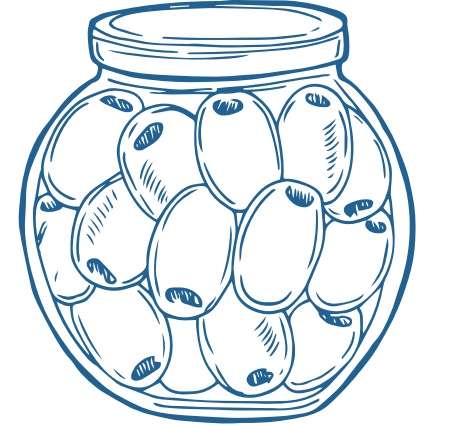
Türk Zeytin ve Zeytinyağı Sektörü Kanada'ya Radarına Aldı

Ticaret Bakanlığı'nın Uzak Ülkeler Stratejisi kapsamında pazarlama faaliyetlerini yoğunlaştıran Ege Zeytin ve Zeytinyağı İhracatçıları Birliği (EZZİB), Kanada'yı radarına aldı. 8-13 Eylül 2025 tarihlerinde Kanada'ya düzenlenen heyete 16 ihracatçı firma katıldı ve Türk ihracatçıları Kanadalı ithalatçılarla 190 ikili iş görüşmesi yaptı. Kanada'yı, sağlık odaklı tüketim alışkanlıklarının yaygın olduğu bir pazar olarak nitelendiren EZZİB Başkanı Emre Uygun, Kanada'da zeytinyağı tüketiminin her geçen yıl artış gösterdiğini ve kaliteli ve doğal ürünlere yönelik güçlü bir talep gördüklerini dile getirdi.

Heyet kapsamında gerçekleştirdikleri iş görüşmeleriyle Türk zeytin ve zeytinyağının kalite, çeşitlilik ve sürdürülebilir üretim konularındaki güçlü yönlerini öne çıkardıklarının altını çizen Uygun, "Kanada zeytin ve zeytinyağında ithalata dayalı bir pazar. Yıllık 50 bin ton zeytinyağı ve 30 bin

Türk zeytincilik sektörü, zeytinyağı tüketiminin her geçen yıl artış gösterdiği Kanada'ya 10 bin ton zeytinyağı, 5 bin ton sofralık zeytin ihraç etmeyi hedefliyor.

ton sofralık zeytin ithalatları var. 2024'te, Kanada'nın Türkiye'den gerçekleştirdiği zeytinyağı ithalatı ise 2 bin ton seviyesinde. 30 bin tonluk sofralık zeytin ithalatlarından bin ton pay alıyoruz. Akdeniz diyetine ve doğal, sağlıklı ürünlere yönelik artan ilgi, Türk zeytin ve zeytinyağı sektörü için Kanada'da önemli bir büyüme potansiyeli sunuyor. Heyet kapsamında Kanada kamuoyunda ve sektör temsilcileri nezdinde bir farkındalık oluşturmayı; böylece, uzun vadede Kanada pazarında Türk ürünlerinin bilinirliğinin ve pazar payının artırılmasını hedefledik. Zeytinyağında 10 bin ton, sofralık zeytinde 5 bin ton ihracat rakamlarına ulaşmayı amaçlıyoruz." ifadelerini kullandı.



Hizmet İhracatında Yüzde 3,62'lik Yükseliş

Türkiye'nin ödemeler dengesine önemli katkı sağlayan hizmet ihracatı, 2025 yılında da artışını sürdürürken ithalatın ihracattan daha hızlı yükseldiği görüldü. Merkez Bankası verilerine göre 2025 Ocak-Temmuz döneminde hizmet ihracatı, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 3,62 artarak 64 milyar 700 milyon dolara ulaştı. Aynı dönemde hizmet ithalatı ise yüzde 5,14 oranında yükseldi. İthalattaki yükselişe rağmen yaşanan dönemsel artış sayesinde hizmet ihracat fazlası yüzde 2,09 büyüyerek 31 milyar 726 milyon dolara çıktı. Yıllık-

landırılmış verilere göre temmuz ayı itibarıyla hizmet ihracatı 119 milyar 450 milyon dolar oldu ve bu alandaki fazla da 62 milyar 18 milyon dolara ulaştı.

İki yıldır açık verilen navlun kaleminde ise hem dönemsel hem de yıllıklandırılmış bazda yeniden fazlaya geçildi. 2025'in ilk yedi ayında navlun gelirleri 7,9 milyar dolara gerilerken giderler 7,3 milyar dolara düştü. Seyahat gelirlerindeki artışın hizmet ihracatını desteklediği görülürken finans, inşaat ve mühendislik gibi alanlarda ise açık verilmeye devam etti.

2025 Ocak-Temmuz döneminde hizmet ihracatı, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 3,62 artarak 64 milyar 700 milyon dolara ulaşırken hizmet ithalatı ise yüzde 5,14 oranında yükseldi.



Basınç Altında Suyun Üstünde Sergi

Mekân:
Arter

Saat:
11:00-19:00

Kaygılara Sanatsal Yaklaşım

15 sanatçının resim, heykel ve fotoğraf gibi çeşitli disiplinlerde ürettiği toplam 33 yapıtını bir araya getiren “Basınç Altında Suyun Üstünde”, günümüzün toplumsal, çevresel ve ekonomik krizlerine sanat yoluyla yaklaşıyor. Sergi, çevresel felaketler, uluslararası çatışmalar, göç ve ekonomik türbülans gibi günümüzün baskılayıcı gerçeklerini, duygusal ve zihinsel etkilerini sorgulayan eserlerle izleyiciye aktarıyor. Küratör-lüğünü Nilüfer Şaşmazer’in üstlendiği sergi, 11 Ocak 2026’ya kadar gezilebilecek.



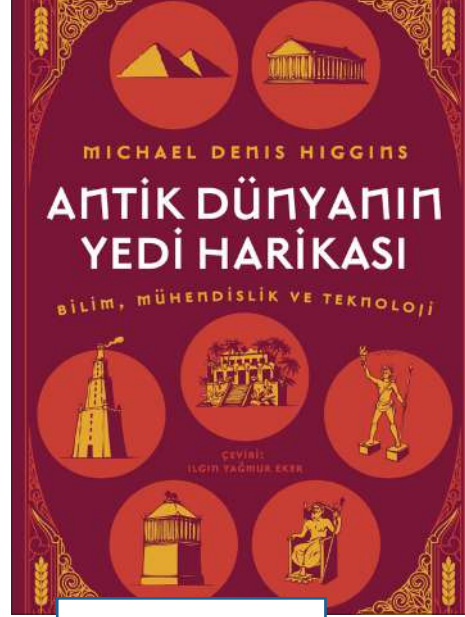
Van Gogh: Işığın İzinde Sergi

Mekân:
Dijital Deneyim Merkezi

Saat:
10:00-19:00

Dijital Sanat Yolculuğu

Post-empresyonizm’in öncülerinden Van Gogh’un, ışık, renk ve umut dolu dünyası dijital sanatın gücüyle çok duyulu bir deneyime dönüşüyor. Van Gogh: Işığın İzinde sergisinde, yapay zekâ, sanal ve artırılmış gerçeklik, interaktif projeksiyonlar ve enstalasyonlar aracılığıyla sanatçının yaşamı ve eserleri yeniden yorumlanıyor. Ziyaretçileri, Van Gogh’un iç dünyasına doğru yolculuğa çıkaran sergi 31 Aralık’a kadar ziyarete açık.



Antik Dünyanın Yedi Harikası Michael Denis Higgins

Sayfa Sayısı:
320

İlk Baskı Yılı:
2025

Yayınevi:
Kronik Kitap

Mühendislik Harikalarına Bakış

Aubry, onu hareketsizlikte yok edecek hastalığa karşı yürümeye başlar. Kuzeyin buzundan çöлін sıcağına, her adımda yeni yüzler ve hikâyelerle karşılaşır. Yolculuğu, tüm hikâyelerin toplandığı gizemli kütüphaneye kadar uzanır. Zaman, yer ve sınırlar erir; hareket şifa, ayrılık öğretmen, merak pusulaya dönüşür. Uçsuz Bucaksız Dünyada Kısa Bir Gezinti, hareketin şifa, ayrılığın öğretmen, merakın ise kutsal bir pusula olduğu o eski sırrı fısıldıyor. Yeryüzü geniştir; kalp, ondan da geniş.



Fâtih Sultan Mehmed İlber Ortaylı

Sayfa Sayısı:
448

İlk Baskı Yılı:
2025

Yayınevi:
Kronik Kitap

Doğu’nun ve Batı’nın Efendisi

İlber Ortaylı, uzun yıllardır üzerinde çalıştığı yeni biyografisinde kısa ömrüne sığdırdığı 21 seferle Osmanlı topraklarını iki kattan fazla büyüten askeri dehanın ayrıntılı portresini anlatıyor. Ortaylı, Fâtih Sultan Mehmed’i yalnızca efsanevi bir hükümdar olarak değil, aynı zamanda bir çağın mimarı ve unutulmaz bir medeniyetin kurucusu olarak tanımlıyor. Tüm zamanların en önde gelen entelektüel mareşalini yeni bakış açıları ve özgün fikirlerle ele alan bu çalışma, Türk tarihçiliği için eşsiz bir başvuru kaynağı.



Don Quixote Tiyatro

Mekân:
Zorlu PSM

Bir Şövalyenin İzinde...

Cervantes’in klasikleşmiş eseri Don Quixote, sahnede etkileyici bir müzikal uyarlamayla yeniden canlanıyor. Başrollerinde Selçuk Yöntem, Zuhall Olcay ve Cengiz Bozkurt’un olduğu bu klasik müzikal, 80 kişilik dev kadrosu, büyüleyici dekorları, etkileyici kostümleri ve çarpıcı müzikleriyle izleyiciyi bir şövalyenin düşler diyarına davet ediyor. Hayatın sıradanlığına meydan okuyan Don Kişot’un, bir berber tasını altın bir miğfere, çorak toprakları şövalye diyarlarına dönüştüren düş gücüyle çıktığı bu yolculuk 13 Ekim’de sahnede.



Alessandro Safina Konser

Mekân:
Harbiye Cemil Topuzlu
Açıkhava Tiyatrosu

Müziğin Evrensel Diline Safina Yorumu

Klasik müziği, pop ve rock ile harmanlayan, dünyaca ünlü İtalyan tenor Alessandro Safina, “Luna” ve “Incanto” gibi eserleriyle İstanbullu müzikseverlere unutulmaz bir akşam yaşatmaya hazırlanıyor. “Müziğin evrensel bir dil olduğuna inanıyorum” diyen Safina, romantik melodiler ve büyüleyici sesiyle izleyicileri etkisi altına alacak. Operanın derin ve tutkulu ruhunu pop ile harmanlayarak sahnede büyüleyici bir atmosfer yaratan Safina, 5 Ekim’de hayranlarıyla buluşacak.

İhracat Rakamları (ÖTS)

2025 Yılı Eylül Ayı İhracatı
22,6 Milyar Dolar Oldu.

Eylül Ayında 15 Sektör
İhracatını Artırdı.

Eylül Ayı İhracatı
Geçen Yıla Göre %3 arttı.

2025 Yılı Eylül Ayında
123 ülkeye ihracat arttı.



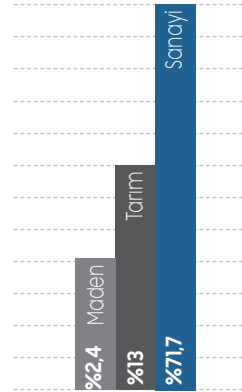
En Fazla İhracat Yapılan 10 Ülke

2025 yılı Eylül ayında en fazla ihracat yapılan ülke 1,7 milyar dolarla Almanya oldu. Almanya'yı 1,2 milyar dolarla Birleşik Krallık ve 1.098 milyar dolarla ABD izledi.

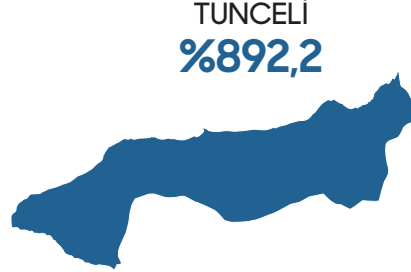
Alt Üretim Gruplarının 2025 Yılı Eylül Ayında İhracattan Aldığı Pay



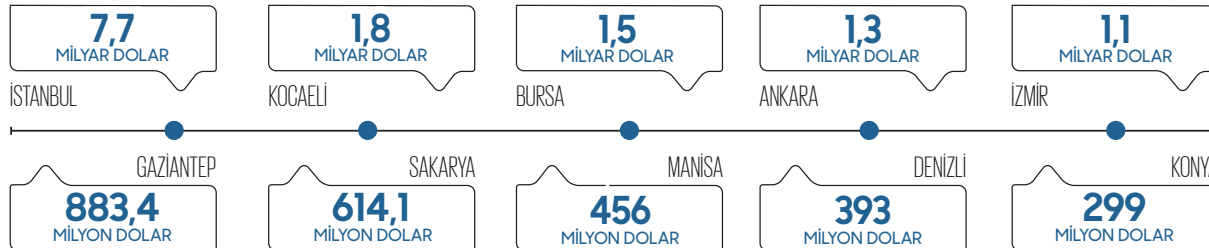
Ana Üretim Gruplarının 2025 Yılı Eylül Ayında İhracattan Aldığı Pay



2025 Yılı Eylül Ayında İl Bazında En Dikkat Çeken İhracat Artışı



İllere Göre 2025 Yılı Eylül Ayı İhracat Dağılımı



Sektörel Bazda İhracat Rakamları –1,000 \$

SEKTÖRLER	2024	1 - 30 EYLÜL			2024	1 OCAK - 30 EYLÜL		
		2025	Değişim ('25/'24)	Pay(25) (%)		2025	Değişim ('25/'24)	Pay(25) (%)
I. TARIM	2.959.395	2.932.206	-0,9	13,0	26.073.009	26.040.511	-0,1	13,0
A. BİTKİSEL ÜRÜNLER	1.968.594	1.897.339	-3,6	8,4	17.448.407	17.332.270	-0,7	8,6
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	943.272	999.794	6,0	4,4	8.677.926	9.047.496	4,3	4,5
Yaş Meyve ve Sebze	267.544	240.351	-10,2	1,1	2.402.746	2.230.094	-7,2	1,1
Meyve Sebze Mamulleri	227.040	226.755	-0,1	1,0	1.957.838	1.903.210	-2,8	0,9
Kuru Meyve ve Mamulleri	196.149	125.029	-36,3	0,6	1.243.975	1.222.650	-1,7	0,6
Fındık ve Mamulleri	193.831	146.576	-24,4	0,6	1.736.206	1.611.780	-7,2	0,8
Zeytin ve Zeytinyağı	56.089	36.167	-35,5	0,2	606.717	381.862	-37,1	0,2
Tütün	77.068	112.510	46,0	0,5	717.438	813.246	13,4	0,4
Süs Bitkileri ve Mamulleri	7.601	10.157	33,6	0,0	105.559	121.932	15,5	0,1
B. HAYVANSAL ÜRÜNLER	330.369	347.557	5,2	1,5	2.800.280	2.857.983	2,1	1,4
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	330.369	347.557	5,2	1,5	2.800.280	2.857.983	2,1	1,4
C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	660.432	687.310	4,1	3,0	5.824.322	5.850.258	0,4	2,9
Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri	660.432	687.310	4,1	3,0	5.824.322	5.850.258	0,4	2,9
II. SANAYİ	15.722.922	16.220.105	3,2	71,7	135.445.157	143.163.568	5,7	71,4
A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER	1.187.381	1.180.014	-0,6	5,2	10.268.311	10.180.239	-0,9	5,1
Tekstil ve Hammaddeleri	805.203	787.276	-2,2	3,5	7.015.673	7.048.421	0,5	3,5
Deri ve Deri Mamulleri	131.934	128.988	-2,2	0,6	1.166.903	1.115.179	-4,4	0,6
Halı	250.244	263.750	5,4	1,2	2.085.736	2.016.639	-3,3	1,0
B. KİMYEVİ MADDELER VE MAM.	2.181.923	2.500.661	14,6	11,1	23.113.880	24.331.079	5,3	12,1
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	2.181.923	2.500.661	14,6	11,1	23.113.880	24.331.079	5,3	12,1
C. SANAYİ MAMULLERİ	12.353.618	12.539.430	1,5	55,5	102.062.966	108.652.249	6,5	54,2
Hazırgiyim ve Konfeksiyon	1.580.748	1.490.561	-5,7	6,6	13.594.001	12.712.390	-6,5	6,3
Otomotiv Endüstrisi	3.399.945	3.660.742	7,7	16,2	26.906.278	30.205.394	12,3	15,1
Gemi, Yat ve Hizmetleri	234.436	230.420	-1,7	1,0	1.364.964	1.483.277	8,7	0,7
Elektrik ve Elektronik	1.477.184	1.516.734	2,7	6,7	12.192.966	12.893.033	5,7	6,4
Makine ve Aksamları	925.516	942.512	1,8	4,2	8.278.966	8.064.416	-2,6	4,0
Demir ve Demir Dışı Metaller	1.042.520	1.132.518	8,6	5,0	9.278.951	9.867.132	6,3	4,9
Çelik	1.466.592	1.497.336	2,1	6,6	12.200.307	12.455.938	2,1	6,2
Çimento Cam Seramik ve Toprak Ürünleri	375.761	383.280	2,0	1,7	3.261.616	3.353.191	2,8	1,7
Mücevher	669.030	503.326	-24,8	2,2	5.404.162	6.175.579	14,3	3,1
Savunma ve Havacılık Sanayii	566.546	574.219	1,4	2,5	4.302.448	5.992.711	39,3	3,0
İklimlendirme Sanayii	615.339	607.783	-1,2	2,7	5.278.310	5.449.189	3,2	2,7
III. MADENCİLİK	490.469	552.657	12,7	2,4	4.421.550	4.510.691	2,0	2,2
Madencilik Ürünleri	490.469	552.657	12,7	2,4	4.421.550	4.510.691	2,0	2,2
TOPLAM (TİM*)	19.172.786	19.704.968	2,8	87,2	165.939.716	173.714.770	4,7	86,6
İhracatçı Birlikleri Kaydından Muaf İhracat ile Antrepo ve Serbest Bölgeler Farkı	2.783.240	2.901.914	4,3	12,8	26.721.289	26.910.483	0,7	13,4
GENEL İHRACAT TOPLAMI	21.956.026	22.606.883	3,0	100,0	192.661.005	200.625.253	4,1	100,0

AKİB Akdeniz İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Limonluk Mah. Vali Hüseyin Aksoy Cad. No: 4 Yenışehir/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 Genel Sekreter Yrd.: Osman Erşahan Genel Sekreter Yrd.: H. Okan Şenel	HİB Hizmet İhracatçı Birliği Genel Sekreterliği Dış Ticaret Kompleksi Yenibosna Merkez Mah. Sanayi Cad. No: 3 A Blok Bahçelievler / İSTANBUL Tel: 0 212 454 01 00 Faks: 0 212 454 01 01 E-Posta: info@hib.org.tr Web Adresi: www.hib.org.tr Genel Sekreter: Fatih Özer Genel Sekreter Yrd.: Abdullah Keskin Genel Sekreter Yrd.: Üzeyir Işık
BAİB 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: Ümit Sezer	İİB İstanbul İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Dış Ticaret Kompleksi Yenibosna Merkez Mah. Sanayi Cad. No: 3 C Blok, Bahçelievler / 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: Doğuş Tozanlı Genel Sekreter Yrd.: İsmail Bozdemir Genel Sekreter Yrd.: Kutay Oktay Genel Sekreter Yrd.: Volkan Kekevi
DENİB Denizli İhracatçıları Birliği Genel Sekreterliği Akhan Mah. 246 Sok. No: 8 Pamukkale/Denizli Tel: 0 258 274 66 88 Faks: 0 258 274 72 22 - 62 E-Posta: denib@denib.org.tr Web Adresi: www.denib.org.tr Genel Sekreter: Uğur Dayıoğlu Genel Sekreter Yrd.: Yusuf Fidangenç	İMMİB İstanbul Maden ve Metal İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Dış Ticaret Kompleksi Yenibosna Merkez Mah. Sanayi Cad. No: 3 A Blok Bahçelievler / İSTANBUL Tel: 0 212 454 00 00 Faks: 0 212 454 00 01 E-Posta: immib@immib.org.tr Web Adresi: www.immib.org.tr Genel Sekreter: Armağan Vurdu Genel Sekreter Yrd.: Coşkun Kıriloğlu Genel Sekreter Yrd.: Muharrem Kayılı Genel Sekreter Yrd.: Aydın Yılmaz
DAİB 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	İTKİB İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Dış Ticaret Kompleksi Yenibosna Merkez Mah. Sanayi Cad. No: 3 B Blok Bahçelievler / İSTANBUL Tel: 0 212 454 02 00 Faks: 0 212 454 02 01 E-Posta: info@itkib.org.tr Web Adresi: www.itkib.org.tr Genel Sekreter: Mustafa Bektaş Genel Sekreter Yrd.: Özlem Güneş Genel Sekreter Yrd.: Fatih Zengin Genel Sekreter Yrd.: Çağrı Öztürk
DKİB Doğu Karadeniz İhracatçıları Birliği Genel Sekreterliği Pazarkapı Mah. Sahil Cad. No: 95 Trabzon Tel: 0 462 326 16 01 Faks: 0 462 326 94 01-02 E-Posta: dkib@dkib.org.tr Web Adresi: www.dkib.org.tr Genel Sekreter: İdris Çevik	KİB Karadeniz İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Atatürk Bulvarı No:19/E 28200 Giresun Tel: 0 454 216 24 26 Faks: 0 454 216 48 42 E-Posta: kib@kib.org.tr Web Adresi: www.kib.org.tr Genel Sekreter: Sertaç Şevket Toramanoğlu
EİB 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	OAİB 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: Musa Demir Genel Sekreter Yrd.: Esra Arpınar Genel Sekreter Yrd.: Fatih Yumuş
GAB 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	UIB 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.: Birgül Polat

Genel Sekreter Yiğit Tufan Eser
Genel Sekreter Yrd. Dr. Kübra Ulutaş **Genel Sekreter Yrd.** Mustafa Seçilmiş **Genel Sekreter Yrd.** Funda Özgüleş Yüceer

Dış Ticaret Kompleksi
Yenibosna Merkez Mahallesi Sanayi Caddesi No: 3 B Blok Kat : 9 34197 Bahçelievler / İSTANBUL
 444 0 846 (TİM)
 tim@tim.org.tr • tim.org.tr

MARKAYI BAŞARIYA GÖTÜREN YOL...

adres patent
 "Katma Değerli Hizmet Merkezi"



adres patent
 "Katma Değerli Hizmet Merkezi"

MERKEZ
 Levent Cd. Krizantem Sk. No: 33 Levent / Beşiktaş / İSTANBUL

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

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

MERTER
0(212) 890 55 50
 merter@adrespatent.com

ESENİYURT TEKNOLOJİ
0(549) 474 04 37
 esenyurt@adrespatent.com

KADIKÖY
0(216) 386 26 88
 anadolu@adrespatent.com

GEBZE TEKNOLOJİ
0(537) 659 50 23
 gebze@adrespatent.com

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

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

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

ANTALYA
0(224) 321 00 89
 antalya@adrespatent.com

BURSA
0(224) 504 53 43
 bursa@adrespatent.com

LONDRA
+44(7552) 725 955
 london@adrespatent.com

I ♥ PATENT

Sige çok yakınız?



Dayanıklı Uzun Ömürlü Yapar Transpaletler



YPT 20PS

YAZICILI TERAZİLİ TRANSPALET
• 2000 KG



YPT 25P

INOX PASLANMAZ TRANSPALET
• 2500 KG



FLEX FPT 25

MANUEL TRANSPALET
• 2500 KG



YPT 25 / YPT 30

MANUEL TRANSPALET
▲ 2500 KG / 3000 KG



yaparistif.com

f /yaparmaterialhandling



YAPAR

**MANUEL
TRANSPALET**